

Style 조선일보

OCTOBER 2012 vol.83

front
STORY

하이엔드
오디오의 세계,
1mm의 미학

**RALPH
LAUREN**

Black Label

SEOUL FLAGSHIP

HYUNDAI APGUJEONG MAIN

SHINSEGAE GANGNAM

RALPHLAUREN.COM



표지에 등장한 이미지는 랄프로렌 블랙라벨의 2012년 F/W 컬렉션 광고 비주얼이다. 모던한 이탈리아인 컷을 바탕으로 날렵하고 매끄럽게 재단된 수트와 슬림한 실루엣의 스포츠웨어를 선보인다. 랄프로렌만의 모던한 감성으로 해석한 블랙라벨 컬렉션은 세련된 스타일과 완벽한 보디 피트를 원하는 남성들에게 추천한다. 문의 02-6004-0136

Style 조선일보

대표 | 방정오 cbang@chosun.com
 이사 | 이석기 stonelee@chosun.com
 편집장 | 김유미 ykim@chosun.com
 피쳐 디렉터 | 고성연 amazingk@chosun.com
 패션 · 뷰티 에디터 | 배미진 mijin@chosun.com
 권유진 yjkwon@chosun.com
 이예진 yejin.lee@chosun.com
 아트 디렉터 | 이은옥 okida@chosun.com
 교열 | 이정현
 광고 · 마케팅 | 박영하 yhpark@chosun.com
 김준석 adjoons@chosun.com
 조통일 cti@chosun.com
 재무 | 이민희 mhlee@chosun.com
 분해 · 재판 ING PROCESS
 인쇄 | 타라티피에스
 발행처 (주)스타일조선 서울시 용산구 한남동 805
 현대 하이패리는 비즈니스센터 110호
 기사 문의 02-793-5330
 광고 문의 02-793-5529

매월 첫째 주 수요일에 발행하며
 서울 강남구, 서초구, 송파구, 목동, 여의도, 한남동,
 동부이촌동, 광창동, 성북동, 경기도 성남 분당구,
 부산 해운대구, 수영구, 동래구, 남구, 연제구, 대구 수성구
 의 조선일보 구독자에게 배달됩니다.
 ※ 수요일이 공휴일인 경우 그 전날인 첫째 주 화요일에 배달
 됩니다. ※ 2·3·4·8·9·10월은 첫째, 셋째 주 수요일
 에 격주로 두 번 발행됩니다.

08 **INSIGHT**

10 **SELECTION**

- 14 **하이엔드 오디오의 세계, 1mm의 마찰** 음악에 대한 열정을 간직하고자 하는 이들에게 오디오는 단순한 취미가 아니라 진정한 삶의 지양분이며 휴식 같은 친구가 될 수 있다.
- 16 **CLASSY WRITING** 개인의 노력과 시간이 만들어낸 손에 익은 만년필, 자신의 분신과도 같은 펜을 소유한다는 것은 생각보다 멋진 일이 될 것이다.
- 18 **TOP COAT 2012** 여름보다는 가을과 겨울 남자들이 멋지다. 바로 남자다운을 더욱 돋보이게 하는 아우터가 있기 때문이다.
- 20 **BE COMPLICATED** 복잡하면 복잡할수록 정교하고 정확한, 하이 컴플리케이션 위치의 세계.
- 21 **TIMELESS CHIC** 예술의 도시 뮌헨에서 탄생해 독일 특유의 완벽한 품질과 장인 정신을 담은 MCM이 우아하고 세련된 남성성을 위한 MCM 맨 컬렉션을 제안한다.
- 22 **A TRAVEL MATE** 복잡하고 바쁜 일상은 잠시 잊어라. 열심히 일한 당신에게 여유와 즐거움을 가져다줄 주말 여행을 위한 워크엔드 백을 소개한다.
- 23 **LUXURY CASUAL** 이탈리아인 핸드메이드 슈즈 브랜드 파치오티의 캐주얼 라인 4US에서 수트에 포인트가 되는 스니커즈 라인을 선보인다.
- 24 **SOLE CITY** 하늘은 높고 신선한 바람이 불어 걸기에 더할 나위 없이 좋은 계절. 로퍼가 스타일러한 동반자가 되어줄 것이다.
- 25 **CAPTAIN SUIT, G11** 대한민국 남성복을 대표하는 갤럭시아가 2014년 브라질월드컵 예선에 참가하는 축구 국가 대표팀을 위해 'G11' 수트를 선사했다.

- 26 **FACE TO FACE** 애프터 셰이브는 그루밍 케어의 기본이자 남자의 화장대 위에 있어야 할 필수 아이템이다.
- 27 **MEET MY MILESTONE** 부산국제영화제에서 만난 감독 유지태와 'SK-II MEN 페이스 트리트먼트 에센스'가 함께한 14일간의 피부 변화 스토리.
- 28 **CAMPING GEAR** 초보 캠퍼가 알아두어야 할 필수적인 캠핑용품들을 준비했다. 이제 짐을 싸고 떠나는 일만 남았다.
- 30 **DO AS YOU PLEASE** 다정하지만 조금은 나쁜 남자로 돌아온 배우 이상윤의 2012 F/W 컬렉션.
- 37 **AMERICA'S CUP WORLD SERIES** 샌프란시스코에서 펼쳐진 아메리카 컵 월드 시리즈 레이싱은 그 어떤 레이스보다 박진감 넘치고 아름답다.
- 39 **MODERN TOYS** 차가운 이미지의 가전과 IT 제품이 삶의 품격을 높여준다. 주목할 만한 최신 전자제품을 소개한다.
- 40 **세단이 지켜워진 남자를 위한 자동차** SUV건, 쿠페건, 왜건이건 품위 있으면서도 개성이 넘치는 자동차가 있다면 그 누구에게나 매력적이지 않을까?
- 42 **태양의 축복, 론 와인** 지난 10여 년에 걸쳐 거의 매해 뛰어난 빈티지를 가두는 행운까지 거머쥔 론 와인의 매력, 충분히 빠져볼 만하다.
- 44 **1953 MADE IN ITALY** 홀스빗 로퍼는 1950년대 이탈리아의 럭셔리 감성과 클래식함을 대변하는 구찌의 시그니처 아이템이다. **THE POWER OF BRITAIN** 영국의 대표적인 브랜드 버버리에서 새로운 시계 컬렉션 '더 브리튼(The Britain)'을 선보였다. **아르데코, 하이 주얼리로 피어나다** 방동광장 22번지에서 시작한 반클리프 아펠이 파리를 대표하는 미술관인 장식미술관에서 지난 1백 년의 역사를 기념하는 전시를 개최했다.
- 46 **TAKE SHAPE** 지금 가장 사랑받는 안경 스타일을 모아봤다.



Focus

C 220 CDI Coupe

메르세데스-벤츠, 날렵한 C클래스 쿠페 2종 선보여

날렵한 차체의 미학이 돋보이는 메르세데스-벤츠의 새로운 쿠페 모델이 국내 시장에 등장했다. 디젤 모델인 'C220 CDI 쿠페'와 빠른 성능을 자랑하는 'C63 AMG 쿠페' 등 2종으로, 콤팩트 세단인 C클래스로는 한국에 처음 소개되는 쿠페 라인업이다. 특히 'C220 CDI 쿠페'는 메르세데스-벤츠가 국내에 최초로 선보이는 디젤 쿠페 모델이기도 하다. 이번 C클래스 쿠페 2종은 메르세데스-벤츠가 젊은 층의 감성을 겨냥해 들어온 야심작이다. 이와 함께 기존의 'C220 CDI 어드벤처' 모델에 이어 C클래스의 디젤 엔트리 모델인 'C220 CDI'도 새롭게 선보였다. C클래스의 디젤 라인업이 강화된 셈이다. 메르세데스-벤츠 코리아 관계자는 "이로서 C클래스 제품 수는 기존 5개에서 8개 모델로 늘어나 젊은 고객들이 선택할 수 있는 범위가 넓어졌다"고 설명했다. 직렬 4기통 디젤엔진에 자동 7단 변속기를 장착한 'C220 CDI 쿠페'는 5천7백만원, V형 8기통 엔진과 7단 멀티클러치 등으로 무장한 'C63 AMG 쿠페'는 9천9백만원으로 가격(부가세 포함)이 책정됐다. 두 모델 다 7인치 디스플레이에 한글이 적용된 카맨드 시스템을 장착했다. 문의 02-6456-2504 에디터 **고성연**

Jewel TIME FOR STYLE

워치 시장에 새로운 도전자들이 영역을 넓히고 있다. 바로 패션 하우스가 선보이는 '제대로 된' 워치다. 기능과 디자인을 모두 겸비한 패션 브랜드의 워치 컬렉션.

(위부터 시계 방향으로)
펜디에서 새롭게 선보이는 남성용 세라믹 워치 2백14만원 **펜디 by 갤러리아몰락**. 브라운 스틸 스트랩과 브라운 PVD 케이스로 이루어진 자-크로노 컬렉션 워치. 2백30만8천원 **구찌 타임피스 & 주얼리**. 부엉이에서 영감을 받은 디스크 아이 컬렉션. 61만8천원 **폴 스미스 by 갤러리아몰락**. 클래식한 디자인의 슈퍼루즈 A05 워치 9백60만원 **디올 옴므**. 컬러풀한 명부르 다이빙 II 크로노그래프는 다이빙 스톱워치다. 1천만원대 **루이 비통**. 올 블랙 컬러에 투톤 다이얼이 특징인 듀얼 타임 워치. 1백84만원 **패라카모 by 갤러리아몰락**. 에디터 **배미진**



촬영: 임피리스트

INSIGH

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

Event 원로 배우 신영균 씨, 에르메스 'Director's Chair' 주인공

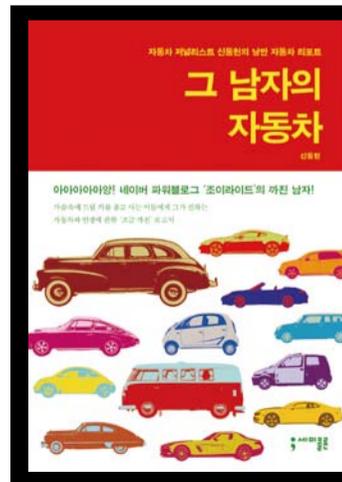
올가을에도 우리나라 제2의 도시를 뜨겁게 달군 부산국제영화제(BIFF)는 수많은 '별'들이 스쳐 간 행사지만 가장 깊이 있게 빛난 건 스크린이 곧 인생이었던 아름다운 노장을 향한 경외가 아닐까 싶다. 지난 2001년부터 '한국 영화 회고전'이라는 뜻깊은 행사를 개최해온 에르메스는 압도적인 카리스마와 폭넓은 연기로 스크린 역사에 한 획을 그은 원로 배우 신영균 씨를 올해의 주인공으로 선정했다. 지난 10월 5일 밤, 부산 파라다이스 호텔에서 열린 축하 행사에서는 에르메스 한승현 사장이 '신영균'이라는 이름을 새긴 '디렉터스 체어(Director's Chair)'를 본인에게 전달하는 중정식이 열렸다. 브랜드 특유의 단아한 기품이 느껴지는 이 의자는 작고한 장-루이 뒤마-에르메스 전 회장의 부인인 고(故) 르나 뒤마 여사가 직접 디자인한 작품. 1960년 <과부>로 데뷔해 <빨간 미후리>, <연산군>, <미워도 다시 한번> 등 3백여 편이 넘는 영화에 출연했던 신 씨는 시구를 비롯해 멜로, 전쟁, 문예 등 다양한 장르의 영화를 소화한 인물이다. 그의 표현처럼 '머슴부터 왕까지, 안 해보 역할이 없을 정도'다. 이날 행사에서 안성기, 강수연, 유지태, 김남길, 배수빈 등 후배 배우들로부터 박수갈채를 받으며 의자에 당당히 걸터앉은 이 80대의 노장은 "영화 속에서는 '한국 남성의 아이콘'이었을지 모르지만 사회에선 평범한 남자였다"며 "(배우로서 받은) 사랑을 돌려드리기 위해 남은 인생, 문화 예술을 지원하며 사회를 건강하고 따뜻하게 만들어가려 한다"고 미소 어린 소회를 밝혔다. 올해 부산국제영화제에서는 신영균 씨의 예술혼을 기리는 차원에서 1978년 작품인 <화조>를 마지막으로 은퇴한 그의 대표작 8편이 상영됐다. 에디터 **고성연**



Fashion CLASSIC SOCKS

바질던 아래로 슬쩍 보이는 양말은 그 남자의 패션 센스를 가늠하는 척도가 된다. 데님이나 치노 팬츠에만 프린트 양말을 매치할 수 있다는 고정관념만 버리더라도 양말 스타일링이 무궁무진하게 펼쳐진다. 도트나 스트라이프 등 프린트가 있는 양말은 톤 다윈된 디크한 컬러를 선택하고, 프린트 없이 컬러만으로 포인트를 줄 때는 보색 컬러를 매치하는 것이 기본적이다. 수트에 매치하는 만큼 바지 컬러도 양말을 선택하는 결정적인 역할을 하는데, 팬츠와 같은 컬러에 톤만 다르게 하거나 한 단계 진한 색을 고르면 깔끔한 느낌을 줄 수 있다. 포켓 스쿼어나 부토니에의 컬러와 양말을 같은 컬러로 맞춰도 좋다. 페니 로퍼는 맨발에 신어도 멋스럽지만 날씨가 추워지기 시작하는 이맘때쯤부터는 행해 보일 수 있으니 윗트 있는 양말로 포인트를 줄 것. 클래식과 세미 캐주얼을 넘나드는 디자인인 만큼 잔잔한 물방울이나 커다란 도트, 스트라이프까지 프린트에 구애받지 않고 두루 어울린다. 앞코의 편직 장식이 특징인 윙 팁 슈즈에 아가일 체크무늬를 선택하면 영국의 신사를 떠올리는 클래식한 룩이 완성된다. 대신 같은 윙 팁 디자인이라도 투톤 컬러라면 전체적으로 복잡해 보일 수 있기에 단색 양말을 선택하는 것이 안전할 듯. 클래식 슈즈의 기본인 스트레이트 팁 슈즈에는 캐시미어나 얇은 울로 소재나 디테일의 변화만 주는 것이 더욱 고급스러워 보이며, 끈 없는 구두 중에서도 가장 포멀한 느낌을 주는 몽크 스트랩 슈즈에는 일록달룩한 스트라이프 패턴이나 화려한 꽃 무늬 등의 양말로 젊고 화려하게 연출할 것을 권한다. 에디터 **이예진**

(위부터 차례대로) 디크한 레드 컬러의 페니 로퍼 2백49만원 **벨루티**, 커다란 도트 무늬 양말 5만원 **폴 스미스**, 투톤 컬러 윙 팁 슈즈 1백76만원 **탈프로렌**, 작은 도트 무늬 양말 3만8천원 **브레시아니 by 유니페어**, 브라운 컬러의 스트레이트 팁 슈즈 2백89만원 **벨루티**, 블랙 컬러 양말 4만3천원 **브레시아니 by 유니페어**, 버건디 컬러의 싱글 몽크 스트랩 슈즈 1백39만원 **에드워드 그린 by 유니페어**, 스트라이프 양말 5만원 **폴 스미스**.



Book 진정한 카홀릭의 자동차 에세이집 <그 남자의 자동차>

자동차 애호가라면 누구나 한 번쯤 이름 석 자를 들어봤을 법한 국내 스타 블로거의 신나는 '카 리포트(car report)'가 한 권의 책으로 엮여 나왔다. 자동차 전문 저널리스트로 이 분야의 막강한 파워 블로거인 '조이라이드(http://blog.naver.com/joyrde)'를 운영하는 남성지(레옹)의 신동원 부편집장의 에세이집 <그 남자의 자동차>다. 저자가 10년 넘게 자동차 저널리스트로 활약하며 쌓은 경험을 바탕으로 한 이 책은 엄청난 성능을 갖춘 슈퍼카 시승기부터 세계 유수의 명차에 얽힌 이야기, 각자의 라이프스타일에 적합한 자동차 고르는 법, 그리고 업계에 대한 신랄한 비판까지, '카홀릭'이라면 누구나 즐길 만한 흥미진진한 내용을 가득 담고 있다. 비록 6개월을 더 줄 일야야 진짜 남자라고 믿는다는 저자는 자동차와 모터사이클에 대한 편견을 없애고 더 많은 이들에게 '즐거운 라이프'의 미학을 알리기 위해 '까금'까진 남자의 '줄임말'이라는 닉네임으로 블로그를 운영하고 있는데, 하루 평균 방문자가 2만 명 수준이다. 가격 1만6천원(세미콜론 퍼냄). 에디터 **고성연**



럭셔리한 악어 가죽 패턴을 표현한
중이 사이즈 클러치 57만원 **자방시**.



에디션 디자인의 블루를 절제 영랑 케이스 40만원대 **벨루스트라**.



어깨의 견장이 포인트인 울
소재의 더블브레스트 솔
재킷 1백36만원 **말프로렌**
블랙 라벨 데님.



자적인 중후함과
남성적인 우아함이
엇보이는 파피에르 아펠
워치 23만원대인올대
반클리프 아펠.



화려한 스톤 장식이
블루인 사이즈를 키트
링크 55만원 **랑방 옴즈**.



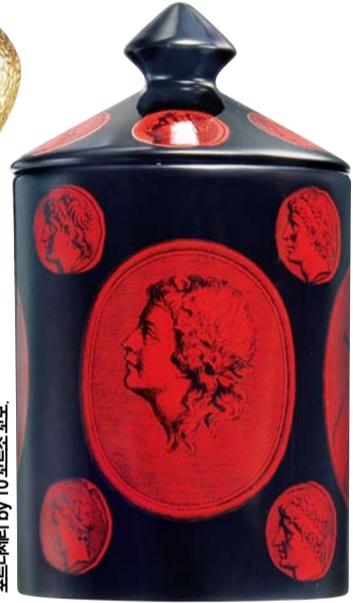
중세시대 문양을 패자워크아웃 아이폰 케이스 29만원 **포라다**.



매끈한 광택과 브랜드 로고가 돋보이는 다크
블루 컬러 벨트 40만원대 **루이비통**.



아티스틱한 프린트가 유니크한 향초 28만원
포라다 by 10 포로스 코모.



refined deep Selection

진한 에스프레소와 검붉은 와인과도 같이 진중함이 엮보이는 다크 컬러는 우아하고
지적인 무드를 완성한다. 버건디, 초콜릿 브라운, 다크 네이비 등 깊이감이 느껴지는
다크 컬러 아이템. photographed by **hong sung eun**



플리워와 체크 패턴이
믹스된 더블 코트 98만원
폼데기르송 올므 플러스.



룩시크 무드가 느껴지는
소구족 앵클부츠 1백28만원
파치오티.



플루아송 미니 헤리 22만원 **벨루티**.

스카이모 패턴에 브라운
로코를 프린트한 스카프
80만원대 **루이비통**.



울 소재의 체크 모자 43만원
폼데기르송 **중아 와타나베 by**
10 포로스 코모.

스티어링리스트 유착점 **에디터 권유진**



개성에서 영감을 받은 그래픽
패턴에서 우트가 느껴지는
소구족 토트백 가격 미정
포라다.

- 파치오티 02-545-8757
- 벨루티 02-3446-1895
- 포라다 02-3218-5331
- 자방시 02-546-2790
- 발렉스트라 02-2118-6060
- 랑방 옴즈 02-6905-3635
- 반클리프 아펠 02-3440-5538
- 루이비통 02-3432-1854
- 말프로렌 블랙 라벨 데님 02-545-8200
- 10 포로스 코모 02-3018-1010
- 버버리 프로섬 02-3485-6536
- 폼데기르송 올므 플러스 02-3438-6277



마스틱 컬러의 코튼로이 블러진
60만원 **버버리 프로섬**



휴대성이 뛰어난 턴테이블 25만원 **폴스미스**

전남권 미디어 에디터 양광영 추천 아이템



미니 버블이 장식된 브라운 컬러의 스니커즈 1백29만원
드리스 반노튼 by 분더샴맨



헤링본 패턴이
멋스러운 헤드셋
12만15천원
소비코 에이브이



굵은 케이블 짜임이 돋보이는
베이지 컬러 울 니트
1백만원대, 블루 컬러의 코튼
셔츠 60만원대 모두 **구찌**.



불투명한 화이트
프레임의 선글라스
1백만원대 **빅토리아
베컴 by 옵티컬 W**



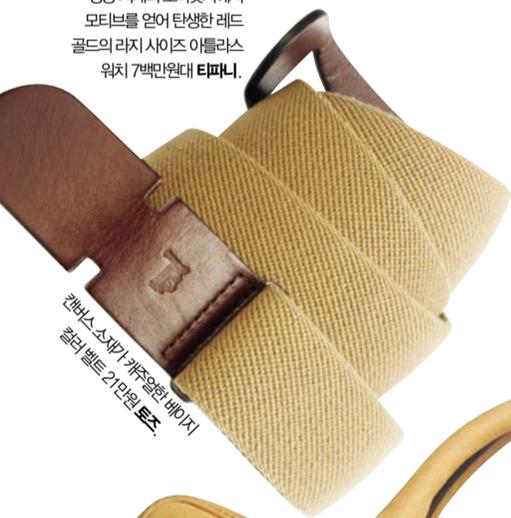
깨끗한 화이트와 실버
메탈 소재가 조화로운
커피스 링크 49만원
몽블랑



화이트
스웨이드 로퍼
75만원 **토즈**

soft neutral Selection

낙엽이 물들 듯 풍부한 가을 색채가 느껴지는 뉴트럴 컬러 아이템은 남성의 부드러운 카리스마를 돋보이게 한다. 따스하고 부드러운 컬러와 가죽, 울, 니트 등 멋스러운 가을 소재가 만났다. photographed by zo jung hui



청동 시계의 로마숫자에서
모티브를 얻어 탄생한 레드
골드의 라지 사이즈 애플라스
워치 7백만원대 **타파니**.



입체적인 패턴으로 착용 시 3개의
링을 갖춘 호화를 내는 아쿠아
웨이브 링 2백만원대 **오메가**.



부드러운 숄더지
가죽 브리프케이스.
27.5x37.5cm,
1백48만6천원
아.테스토니.

양가죽 소재가 고급스러운
정갈 48만원 원본
**라게살 시엘드레베 by
10 프로스 꼬모**



브라운 계열 컬러의 톤은 온 매지가 감동인 카드 홀더 33만원대 **프라다**



베시한 라인의 코튼
트렌치코트 가격 미정
버버리 프로섬

- 구찌 1577-1921
- 토즈 02-3438-6008
- 오메가 02-511-5797
- 프라다 02-3218-5331
- 폴스미스 02-3447-0278
- 분더샴맨 02-3444-3300
- 옵티컬 W 02-522-4344
- 몽블랑 02-3485-6627
- 타파니 02-547-9488
- 소비코 에이브이 02-2106-2985
- 아.테스토니 02-546-3264
- 버버리 프로섬 02-3485-6536
- 10 프로스 꼬모 02-3018-1010



Audio Series 01
오디오 道樂,
삶의 열정을 말한다

하이엔드 오디오의 세계, 1mm의 미학

오디오를 취미로 삼는다는 건 굉장히 적극적인 경험과 투자를 수반하는 일이다. 각종 기기와 음향 메커니즘에 '통달' 수준까지는 아니더라도 꽤나 해박해야 하며, 음악 감상에 오롯이 몰두할 수 있는 공간도 있어야 한다. 오죽하면 자동차, 카메라와 더불어 '밥벌이' 중 하는 남자의 '3대 장난감'이라 일컬어지겠는가. 하지만 그만큼 뇌를 건전하게 각성시키고 영혼을 온화하게 정화시키는 강력한 흡인력을 지닌 취미도 드물다. 음악에 대한 열정을 간직하고자 하는 이들에게 오디오는 단순한 취미가 아니라 진정한 삶의 자양분이며 휴식 같은 친구가 될 수 있다.

"It (music) is the most profound of all the arts; it expresses the deepest thoughts of life and being; a simple language which nonetheless cannot be translated." - Arthur Schopenhauer

'모든 예술은 음악의 상태를 열망한다'는 쇼펜하우어의 주장에 반드시 공감하지는 않을지라도 우리는 대부분 음악을 즐긴다. 그런데 요즘처럼 컴퓨터 음에 익숙해지다 보면 자신의 인생에 '음표들'이 온전히 스며들어 있다고, 음악의 질에서만큼은 일상이 풍족했다고 흔히들 생각할지도 모르겠다. PC는 물론 라디오, CD, 블루레이 등 다양한 기기를 통해 최신 곡을 여기저기에서 들을 수 있기 때문이다. 그러나 이는 행동과 경험을 혼동하는 데서 오는 착각일 수도 있다는 걸 아는지? '삶의 질을 향상시켜주는 것은 음악이 귀에 향상 가깝게 있다는 사실이 아니고, 우리가 주의를 집중해서 귀를 열고 들을 때만이다.' '몰입 이론'으로 이 시대의 대표적인 지식인으로 추앙받고 있는 미하이 칩센트미하이 박사의 예리한 지적처럼, 문제는 '집중'이다. 음악은 도처에 BGM처럼 깔려 있지만, 실상은 몰입하지 않으면 제대로 감상하기는커녕 본질에 전혀 범접하지 못한다는 논리다. 많은 이들이 라이브 공연에서 엄청난 몰입과 희열을 느끼는 건 한 장소에서 함께 참여하는 관중들이 소위 '집단지 흥분'을 경험하기 때문이라고 한다. 다시 말해, 음악에 집중할 수 있는 여건이 조성된 덕분이란 것. 이러한 맥락에서 칩센트미하이 박사는 듣는 이가 진지한 자세만 갖춘다면, 녹음된 곡을 며칠이고 계속해서 듣는 것이 몇 주일 동안 고대하던 콘서트에서 단 한 시간 음악을 듣는 것보다 더 즐거울 수도 있다고 설명한다. 또 이처럼 진지하게 경청하는 자세의 출발점으로 일정한 시간을 음악 감상에 할애하려고 조언한다. 감상할 음악을 미리 신중히 고르고, 구체적인 목표까지 설정해두라는 것. 단순히 유희적 반응을 유발하는 감각적 경험에서부터, 음의 양식에 따라 감정과 이미지를 떠올리는 유추적 단계, 궁극적으로는 화성을 인식하고 음향의 질을

오디오 갤러리

평가하고, 카리안이 이 부분에서 이렇게 해석했다라며 음악의 구조적인 요소에 관심을 갖게 되는 '분석적 감상' 단계에까지 이르는 발전을 거치는 경험은 대체 불가능한 인생의 흥취라는 주장이다. 이런 배경에서 볼 때, 오디오 기기에 대한 관심은 음악에 대한 열정의 소산이며 극도의 몰입을 위한 자연스러운 과정이라 할 수 있을 듯하다. 음악 애호가들에게 매력과도 같은 강력한 오라를 발휘하는 소위 '명품' 기기 중에는 경이로운 수준의 폭넓은 음역과 투명도를 자랑한다는 하이엔드(high-end) 오디오도 있고, 따스하고 정갈한 소리로 영혼을 달래준다는 빈티지(vintage) 오디오도 있다. 분명한 건, 각자의 기호와 환경에 맞게 제대로 설치된 오디오 시스템은 음악의 수준을 높여주고 스펙트럼을 넓혀주며, 제일 중요하게는 물입의 절정인 '삼매경'을 자주 경험할 수 있게 한다는 것이다. 서로 사니지 효과를 불러일으킨다고 할까. 그래서 음악을 진정으로 사랑하는 이들에게 좋은 오디오는 절대로 '럭셔리'를 위한 럭셔리가 될 수 없다. 휴식 같은 (또는 마약과도 같은) 삶의 동반자인 것이다. 이번 오디오 시리즈에서는 먼저 1mm의 오차도 허용하지 않는다는 하이엔드 오디오가 지닌 치명적인 매혹을 전문가의 목소리로 전한다.

머릿속에서 춤추는 음표의 완벽한 재현을 갈망하다
하이엔드 오디오는 분명 '억' 소리 나게 비싸다. 가격이 나간다고 해서 성능이 무조건 좋다고는 볼 수 없는 제품도 있지만, 월등한 성능을 자랑하는 명기들도 있다. 음악이 선사할 수 있는 극강의 희열을 놓고 볼 때, 하이엔드 오디오는 단순히 비싼 오디오라고 불리기에는 억울할 것이다. 아무리 비싸다고 해도 오디오 기기는 하나의 수단에 불과할 뿐, 그 밑바닥에 자리 잡은 본질은 분명 음악일 것이다. 비슷한 맥락에서 '비싼 취미를 가졌다고 치부하기에는 하이엔드 오디오를 애용하는 이들에게 이를 통해 경험하는 '몰입은 거의 종교와도 같은, 삶의 기쁨 그 자체다. 오죽하면 '오디오에 미친 남자는 바람을 파울 확률이 적다'는 우스갯소리까지 있을까. 지금까지 명품 수준의 하이엔드 오디오를 만들어낸 제작자들을 봐도 음악에 대한 사랑이 유별나고, 그만큼 귀가 남다르게 발달한 데다 소리에 대해 예민하게 반응하는 이들이 대부분이다. 이 메이커들에게 자신의 하이엔드 오디오 브랜드는 소리에 대한 철학과 미학, 역사가 고스란히 담긴 복합적 결정체다. 설계 단계부터 부품 하나를 선택하는 데도 세밀한 메커니즘이 뒷받침되기 때문에 일반 오디오처럼 대량생산이 이뤄질 수도 없었던터라, 아무리 단계에서도 튜닝 과정을 통해 정교한 핸드메이드 작품을 만들어내듯 세심한 공정이 더해진다. 국내에서 하이엔드 오디오의 세계를 확장시킨 주역 중 한 명으로 꼽히는 S씨도 어린 시절부터 소리에 유독 민감한 '모테 음악 애호가'였다. 기타리스트였던 팝촌의 영향으로 다양한 음악을 자연스럽게 접하며 자란 그는, 중학교 1학년 때 일제 점프포인트 오디오를 선물 받고는 감격에 겨워했다. 그런데 생각보다 이 오디오에서 나오는 소리가 마음에 쏙 들지 않았다. 당시 흥행 매료돼 있던 영국 록의 전설 퀸(Queen)의 음악을 들어봤는데, 도통 머릿속에서 춤추는 음표가 그대로 재현되는 느낌이 아니었던 것. 고민 끝에 용돈을 모아 테이بل의 비틀(카트리지)을 하이엔드 버전으로 교체해보았다. 놀랍게도, 소위 '떨이' 좀 달라졌다. 작은 변화를 도모했는데 만족감이 더해지고, 삶의 질까지 달라지는 듯한 황홀경을 미약하게나마 겪게 된 것이다. 게다가 마침, <오디오와 레코드>라는 하이엔드 오디오 잡지의 창간호를 운명처럼 접하게 됐다. 책 속의 '소리 풍경'은 완전히 다른 차원의 세계처럼 보였다. 잡지를 탐독하면서 하이엔드 오디오에 대한 갈망이 싹트게 된 것은 어쩌면 당연한 전개였다. '이런 오디오라면 진짜로 마음속에 그리던 대로 음악을 들을 수 있을까?'라는 물음이 끊임없이 스구쳤다.

'나만의 오디오'를 찾는 탐색이 입문의 관건
그런데 마침내 방에 들여놓은 하이엔드 오디오는 기대보다는 다소 실망스러운 느낌을 안겨 주었다. 당시 S씨가 주로 들던 락, 들국화, 다섯손가락 등 록 성향이 강한 가요와 팝 위주의 음악이 당시로서는 나름 '거금'을 들여 사들인 하이엔드 오디오와 환상적인 조화를 이뤄내지 못했던 것이다. 선호하는 음악 장르에 따라 원하는 오디오 사운드도 달라질 수 있다는 점을 간파했기 때문이다. 여기에서 바로 하이엔드 오디오가 그 값어치를 하기 위해서는 반드시 전제되어야 할 요소들을 기억해야 할 필요성이 대두된다. 첫 번째는 나의 음악적 취향이다. 고흐와 피카소, 롤스로이스와 페라리를 놓고 우위를 논하는 게 별 의미가 없는 것과 비슷한 이치다. 클래식을 좋아한다면 피아노와 현의 음이 뒷받침되는 오디오, 재즈를 사랑한다면 색소폰이나 보컬의 바이브레이션, 목소리의 깊이가 잘 전달될 수 있는 오디오 시스템이어야 할 것이다. 물론 오디오를 제대로 만나면서 의도치 않게 음악 취향이 바뀌거나 폭이 훨씬 더 넓어질 수도 있다. 클래식 음악이 심심하고 지루하게 느껴졌던 건 사실 그 매력에 비슷하게라도 전할 수 있는 오디오를 못 만나서일 수도 있다는 사실을 잊지 말자. 다시 S씨 이야기로 돌아가자면, 그는 어떻게 하면 머릿속에서 떠오른 음악을 좀 더 잘 들을 수 있을까 고민하다가 당시 하이엔드 오디오 매상들이 자리 잡고 있던 세운상가를 드나들게 됐다. 그곳에서 앰프 등 일부 기기를 교체하면서 갈망하던 음의 본질에 좀 더 다가갈 수 있었다. 음악 취향에 따른 스피커와 앰프의 조화가 빛어내는 '당황'의 미학을 절실히 깨달은 게기였다. 아무리 좋은 스피커와 앰프라도 음악에 어울리는 앙상블을 이뤄내지 못하는 예가 중

중 있다. 정교한 부품으로 점철된 고가의 앰프와 천상의 소리를 낸다는 스피커를 연결해봤는데, 의외로 소리가 퍼지거나 시끄럽게 들리는 실망스러운 상황이 발생하는 것이다. 이는 정작 둘이 함께 살아가기 전까지는 절대로 어떻게 귀찮을지 모르는 부부 관계와 유사하다. 룩이나, 재즈나, 클래식이나, 그리고 클래식 중에서도 실내악 같은 소편성 음악을 선호하느냐, 오케스트라나 뮤지컬 같은 대편성 음악을 선호하느냐에 따라 스피커와 앰프 등의 조합은 달라야 한다. 내가 열렬히 사랑하는 음악에 맞는 앰프와 스피커의 삼각 구도가 맞아떨어진다는 느낌을 받을 때의 기쁨은 그야말로 온몸이 짜릿하리만큼 강렬하다. 물론 개개인의 취향 차이를 고려할 때, '입에 맞는 떡'을 찾으려면 포스 CD나 LP를 갖고 다니면서 가끔씩 많은 오디오 기기를 '섭렵'해보는 등 공을 들일 필요가 있다.

1퍼센트의 차이가 빛어내는 엄청난 효과
두 번째로는 '어디서 듣는가'를 생각해야 한다. 제 아무리 가공할 위력의 스피커와 앰프를 갖췄다 해도 오디오가 들어갈 공간이 협소하다면, 더구나 소음에 취약한 곳이라면 기기에서 울려 퍼지는 소리를 감당하기 힘들 수 있다. 설명 품질이 좋다 해도 오레 듣기는 어렵거나, 심한 경우엔 자칫 소음처럼 변질될 수도 있다. 인간은 소음에 굉장히 취약한 존재다. 단지 이를 잘 인식하지 못할 따름이다. 음악과 뇌, 그리고 '소리 환경'이 인간의 몸과 마음에 미치는 영향을 다룬 <모차르트 이펙트>라는 세계적인 베스트셀러의 저자 돈 캠펬는 무의미한 소리, 즉 소음을 영양기는 전혀 없고 열량만 높은 음식에 비유하기도 했다. 그는 "정돈된 소리, 즉 느린 클래식이거나 차분하고 조용한 사람의 목소리는 음파 패턴이 규칙적이고 일관성이 있어 뇌도 그렇게 반응하지만, 처음 방출될 때는 음파가 아무리 규칙적이어도 밀폐된 공간에

음악감상할 장소를 정하고, 나를 위한 오디오 기기를 찾고, 이와 함께 제반 여건을 제대로 구비해놓으면 그 공간은 아름다운 '소리 풍경'을 누릴 만반의 준비를 갖춘 셈이다. 열량만 높은 음식이 아니라 영양이 탄탄 담긴 '오디오 도락(道樂)'을 만끽할 수 있게 된 것이다.

서 다른 음파들과 만나면 충돌할 수 있다"고 말했다. 새로 생긴 무질서한 소리의 패턴이 우리가 의식하지 못하는 동안에 엄청난 스트레스를 유발한다는 것이다. 따라서 주변의 '소리 환경'을 최대한 이상적으로 조성하기 위해 노력하고, 오디오를 설치할 공간에 잘 맞는 스피커와 앰프를 고르는 건 아주 중요한 일이다. 마지막으로 좋은 오디오 환경을 구성하기 위해 염두에 두어야 할 사항은 '튜닝(tuning)'이다. 듣는 사람을 위해 최적화된 튜닝. 이것이 하이엔드 오디오를 통한 음악 감상의 마침표인 것이다. 다른 모든 전제 조건을 충족시키더라도 오디오 튜닝의 정확성이 부족하다면 결코 만족스러운 소리를 구현할 수 없다. 스피커의 위치, 커튼의 두께, 음악을 접하는 감상자의 위치 등 아주 미세한 차이로 음악의 질감이 달라질 수 있다. 바닥의 카펫과 같은 흡음 소재도 반사음에 영향을 미친다. 기기를 놓는 위치와 각도를 세심하게 잡아줘야 진동이나 전기 자기장 등 외부 영향에서 보다 자유로울 수 있다. 자신의 음악 취향과 소리 환경에 맞는 하이엔드 오디오 시스템을 구비하는 일이 최고의 음악을 재생해낼 수 있는 준비 중 99%를 차지한다면, 나머지 1%는 바로 '튜닝'에 달려 있는 것이다. 이 같은 섬세한 메커니즘이 하이엔드 오디오의 세계를 이끌어 흐니 '1mm의 미학' 또는 '1%의 미학'이라고 하는 이유가 아닐는지.

음악은 뇌의 영양제, 좋은 오디오는 최고의 친구
음악 감상할 장소를 정하고, 나를 위한 오디오 기기를 찾고, 이와 함께 제반 여건을 제대로 구비해놓으면 그 공간은 아름다운 '소리 풍경'을 누릴 만반의 준비를 갖춘 셈이다. 열량만 높은 음식이 아니라 영양이 탄탄 담긴 '오디오 도락(道樂)'을 만끽할 수 있게 된 것이다. 기술의 눈부신 발달과 소리 노하우의 집적으로 하이엔드 오디오는 '아무리 소리가 좋아도 원음만은 못하다'는 주장을 재고해볼 정도로 탄복할 만한 사운드를 빛어내는 수준에 이르렀다. 라이브 연주나 노래가 주는 감흥은 분명 다른 종류의 것이지만, 오로지 음의 가치만을 따진다면 완벽한 튜닝과 공간의 요소가 뒷받침된 하이엔드 오디오는 콘서트 홀에서 듣는 음보다 더 나은 사운드, 적어도 절대로 뒤지지 않는 사운드를 구현할 수 있다. 누구나 늘 라이브 공연을 보러 갈 수 없는 노릇이므로, 좋은 오디오의 척도가 되는 '현장감'을 생생하게 느낄 수 있게끔 에 마치 홀린 듯 명품 오디오에 투자하는 이들이 늘어나고 있는 게 아니겠는가. 눈을 지그시 감은 채 말리의 교향곡을 듣노라면 연주회장 최상의 자리에서 감상하는 듯한 느낌이 나고, 퀸의 음악을 틀어놓으면 프레디 머큐리가 내 앞에서 컷수염을 휘날리며 열정하는 장면이 떠오를 정도의 풍부한 실제감을 체험해보고 싶다면 일단 들어야 한다. 음악에 대한 열정이 있다면, 혹은 소리의 환희를 되찾고 싶다면 '고음에 명확하고, 저음에 풍부하고...'라는 식의 설명을 수십 번 듣는 것보다는 '1mm의 세계'에 몸소 들어가보라고 권하고 싶다. 바로 이 천상의 소리가 발산하는 치명적인 매력에 빠져 오디오의 세계에 입문하는 데 고치지 않고, 오디오를 평생의 업으로 삼은 S씨의 이야기는 다음 아닌 필자의 인생담이다. 음에 대한 조예가 깊어지면서 함께 어울어지는 삶은 즐겁다. 이런 종류의 열정은 좀처럼 사들지 않는다. 어쩌면 이 같은 묘미야말로 필자가 인생을 건 '오디오 도락'을 택한 것을 좀처럼 후회하지 않는 까닭일 것이다. **SA** 나사운드(오디오갤러리 대표, www.audiogallery.co.kr)

Classy Writing

글을 쓰는 것보다 휴대폰으로 문자를 보내거나 메일을 보내는 것이 더욱 익숙한 지금이지만, 만년필이 여전히 품격을 대변하는 아이콘인 이유는, 단순한 필기구를 넘어 취향을 말해주고 예술품의 가치를 공고히 지켜왔기 때문이다. 누군가에게 메시지를 전해야 한다면 문자보다 만년필로 친찬히 적어내린 문장이 더욱 아름답게 느껴지기 마련이다. 개인의 노력과 시간이 만들어낸 손에 익은 만년필, 자신의 분신과도 같은 펜을 소유한다는 것은 생각보다 멋진 일이 될 것이다. photographed by **park gun zoo**

신사의 품격, 만년필

요즘에는 손 글씨를 쓸 일이 별로 없다. 해야 할 말이 있으면 키보드를 두드리고, 문자 메시지를 전송한다. 간단한 메모는 휴대폰의 메모장 기능으로 충분하다. 하지만 디지털 기기는 필요한 도구긴 하지만, 필요충분조건을 모두 만족시키는 것은 아니다. 컴퓨터와 휴대용 전자책이 보급되었지만, 책과 신문이 여전히 살아남은 이유와 같다. 디지털 도구가 정보를 전달한다면 필기구나 공책 같은 아날로그 소품은 마음을 전달한다. 매끈한 슈트를 입고 고급 자동차를 타고 다닐지라도, 펜이 없어 주머니를 뒤적인다거나 씨구려 볼펜을 꺼내 서명하는 남자에게 품격을 논하기는 어렵다. 반대로 옷차림은 수수할지라도 재킷 속에서 좋은 만년필을 꺼내 메모를 한다면 다급하지 않고 여유를 즐길 줄 알며, 취향이 고급스러운 사람이라는 확신이 든다. 이렇듯 신사의 품격을 드러내는 만년필은 1883년 미국 보험 판매원인 로이스 에드슨 워터맨이 만든 브랜드인 워터맨의 제품이 그 시초인데 그가 중요한 계약을 앞두고 사인을 받기 직전, 펜에서 잉크가 쏟아져 계약서가 엉망이 되어 계약을 망친 경험을 토대로 만년필을 개발했다는 일화가 전해진다.

만년필 입문자를 위한 기본 가이드

만년필은 몸통을 뜻하는 '배럴(barrel)'과 잉크를 저장하는 '리저부아(reservoir)', 만년필 촉 끝의 작은 금속 부분으로 필기할 때 종이와 직접 닿는 부분인 '팰릿(pallet)', 만년필 촉인 '닙(nib)'으로 나누어진다. 닢은 두께에 따라 EF(Extra Fine), F(Fine), M(Medium), B(Broad), EB(Extra Broad) 등 크게 다섯 가지 중 선택할 수 있다. 섬세한 필기를 원한다면 0.3mm 정도로 가장 가는 엑스트라 파인을, 메모나 노트 필기를 자주 한다면 적당한 굵기의 파인을 추천한다. 서명할 일이 많다면 넓고 도톰하게 써지는 미디엄과 브로드를 선택하는 것이 좋다. 만년필 촉은 쓸수록 마모되어 두꺼워지기 때문에 원하는 글씨 굵기보다 한 단계 얇은 촉을 선택하면 실재할 확률이 적다. 가격대 역시 5만원대부터 수천만원대까지 천차만별인데, 그중에서도 가장 큰 영향을 미치는 것은 펜촉의 소재다. 스테인리스 스틸부터 도금, 14K 골드, 18K 골드까지 다양하다. 우리가 잘 알고 있는 몽블랑과 S.T. 듀퐁과 같은 고급 필기구 브랜드에서 사용하는 14K 골드와 18K 골드 펜촉은 스테인리스에 비해 탄력과 유연성이 우수하고 필기를 하는 스타일에 따라 가장 알맞게 펜촉이 변형된다. 이들은 1백 가지 이상의 공정을 거쳐 정도로 정교함을 자랑하며, 일일이 손으로 수작업하기 때문에 세상에 하나밖에 없는 펜촉을 만든다.

좋은 만년필을 사는 것만큼이나 관리가 중요하다. 자신의 필기 습관이나 필압으로 촉을 길들인 나만의 펜이 때문에 보관에도 신경을 써 망가지지 않도록 주의해야 한다. 만년필의 수명을 늘리기 위해 한 달에 1~2회 정도 미지근한 물로 세척하면 좋는데, 컨버터나 카트리지를 분리해 촉과 몸통을 5분 정도 물에 담그고 맑은 물이 나올 때까지 잉크 공급 부분에 물을 채웠다 빼기를 반복하면 된다. 펜촉에 상처가 나지 않도록 깨끗하고 부드러운 수건을 쓰고, 닦아낸다고보다는 잉크를 흡수시킨다는 정도로 힘 조절을 해야 한다. 또 펜을 오랫동안 사용하지 않을 때는 잉크나 카트리지를 분리해놓는 것도 방법이다. 너무 오랫동안 잉크를 넣은 상태로 쓰지 않았다면 미지근한 물에 펜촉을 담가놓는 것도 좋다. 만약 세척할 자신이 없다면 만년필 브랜드의 세척 서비스를 이용해볼 것을 권한다.

하이엔드 만년필의 정수, 리미티드 에디션

역사적인 사건, 시대의 아이콘, 문화 예술 후원, 창립일 기념 등 기록할 만한 가치가 있는 내용을 만년필에 담아 한정 수량 선보이는 리미티드 에디션은 수백만원을 훌쩍 넘는 고가의 가격에도 꾸준한 사랑을 받고 있다. 이들은 누구도 따라올 수 없는 정교한 세공력과 장인 정신, 특별한 소재로 최고의 필기구 브랜드라는 자부심을 드러낸다. 세계적으로 수많은 컬렉터와 마니아를 거느린 S.T. 듀퐁과 몽블랑에서는 국내 1~3점 소장 수입하는 한정 컬렉션만 구입하는 고객 리스트가 있을 정도다. 이들은 실용적인 쓰임새보다 소장 가치에 큰 의미를 둔다. 문화와 예술에 대한 각별한 사랑을 드러내는 몽블랑은 1992년부터 유럽 르네상스를 후원한 로렌초 데 메디치를 시작으로 올헤는 모차르트를 후원한 요제프 2세까지 총 21개의 에디션으로 제작한 '몽블랑 문화 예술 후원자 펜'을 선보이고 있다. 문화속의 위대한 인물의 삶과 작품을 기리는 '작가 에디션, 그레타 가르보, 잉그리드 버그먼 등 할리우드 여배우를 통해 몽블랑만의 여성상을 창조하는 '디바 컬렉션' 등 다양한 한정 컬렉션을 선보이기로 유명하다. 각 에디션은 인물의 업적을 기리며 그가 추구했던 문화 예술 양식이나 활동했던 시대의 특징을 반영한다. 파리의 앵발리드, 밀로의 비너스 등 전 세계적으로 유서 깊은 건축물과 조형물에서 영감을 얻는 S.T. 듀퐁의 제품에서는 옷칠 세공 장인들의 정교한 기술력을 그대로 엿볼 수 있다. 블루 래거 컬러에 화이트와 골드 파우더로 수많은 별들이 덮여 있는 듯한 착각을 자극하는 '천일화 컬렉션', 만년필 보드에 용 무늬를 조각한 '드래곤 컬렉션'이 대표적이다. 그라폰 파버 카스텔은 2003년부터 그해에만 한정 출시하는 '올헤의 펜'으로 컬렉터의 소장 욕구를 자극하는데, 스페이크우드, 호박, 가오리가죽과 상어가죽 등 독특한 소재를 접목해 특별함을 더한다. 두루미, 소나무, 유니콘 등 동양 문화의 아이콘을 마키에 공법으로 세공한 파커의 듀오폴드 리미티드 에디션 역시 매 시즌 새롭게 업그레이드되어 컬렉터의 눈길을 사로잡는다. 유서 깊은 주얼리 & 워치 하우스에서 선보이는 만년필도 주목할 만하다. 하이 컴플리케이션 위치를 만드는 고도의 기술력과 정교한 피니싱은 만년필에도 적용되어 컬렉터의 자부심을 충족시킨다. 까르띠에를 비롯해 브레게, 헤리 윈스턴, 쇼파드 등에서 만날 수 있다. 만년필은 우리가 흔히 쓰는 볼펜이나 사프보다는 사용하기 번거로울 수도 있다. 하지만 자신의 미래를 그리고, 누군가를 존경하는 마음을 전하고, 연인에게 사랑을 표현하고, 중요한 서명을 하는 특별한 순간에는 만년필만 한 것이 없다. 자신의 인생과 이야기를 담은 필기구를 소유한다는 것은 값비싼 옷과 신발로 대체할 수 없는 품격을 완성하기에 충분한 가치가 있는 선택이 될 것이다. 에디터 **배미진**, **이예진**

(왼쪽 페이지부터 시계 반대 방향으로) 블랙 & 화이트 패턴의 까르띠에 레조넌드 데코 만년필, 1백50만 원대 **까르띠에**, 뉴욕 컬렉터 빌딩 앞의 지구본을 모티브로 배럴 골드 소재로 정교하게 장식한 뉴욕 5번가 한정 컬렉션 만년필, 2백50만 원 **S.T. 듀퐁**, 연월의 가장 대표적인 만년필 라인으로, 심플한 블랙 레진 보드와 스텔링 실버의 조화가 돋보인다. 70만 원대 **단일**, 로마 시인의 기둥을 연상시키는 입체적인 배럴이 눈에 띄는 만년필은 몽블랑 문화 예술 후원자 펜의 2011년 에디션이다. 3백50만 원 **몽블랑**, 팔라통 소재로 만든 블랙 래거로 심플한 맛을 드러내는 만년필. 가격 미정 **헤리 윈스턴 워치**, 18K 화이트 골드 펜촉에 세진 정교한 블루 컬러 문자가 돋보이는 만년필. 가격 미정 **브레게**, 브랜드 창립 1백 주년을 기념하기 위해 이탈리아 필기구 브랜드 오마스(OMAS)와 합작해 선보인 '1910 펜 리미티드 에디션. 1백50만 원 **에르메네 지노 데 나** (위 왼쪽부터) 칼 라가렛타와 칼라파레이스체 탄생시킨 몽블랑 컬렉션 프레스티지 리인 만년필, 1백10만 원 **S.T. 듀퐁**, 빈약이는 블랙 보드에 메드한 해랑본 패턴을 새겨넣어 그림감이 좋은 가오제 만년필, 48만 원 **그라폰 파버 카스텔**, 블랙 레진 보드에 가느다란 물결무늬를 도금 장식하며 마무리한 2012 작가 에디션, 조난 스위프트 만년필, 1백30만 원 **몽블랑**, 블랙 & 실버 각자투어의 배럴과 캡이 클래식한 디자인의 만년필, 가격 미정 **헤리 윈스턴 워치**, 알프레드 히츠록 잉크 볼펜, 2만5천 원 **몽블랑**.

까르띠에 1566-7277 **S.T. 듀퐁** 02-2106-3592 **몽블랑** 02-3485-6618 **헤리 윈스턴 워치** 02-540-1356
그라폰 파버 카스텔 02-712-1350 **단일** 02-3440-5615 **브레게** 02-3438-6218 **에르메네 지노 데 나** 02-2016-5325

Top Coat 2012

여름보다는 가을과 겨울 남자들이 멋지다. 바로 남자다움을 더욱 돋보이게 하는 아우터가 있기 때문이다. 액세서리를 하지 않아도 실루엣과 컬러가 멋진 아우터 한 벌이면 고민할 필요가 없다. 심플한 더블 브레스티드 코트, 정제된 밀리터리 스타일의 아우터를 입은 클래식한 남자들의 시대가 왔다.

Powerful Leather

올해는 유독 가죽 소재로 과감하게 디자인한 남성용 코트와 재킷을 모든 브랜드에서 다양하게 선보였다. 영화 <배트맨>에 나올 법한 글로시하고 과감한 실루엣의 코트 컬렉션을 선보인 라프 시몬스의 질 샌더를 시작으로 다양한 디자인의 레더를 보여준 스테파노 피라티의 YSL 컬렉션, 폴 스미스에서 선보인 클래식한 무통 코트까지 질 좋은 가죽을 사용한 과감한 디자인의 가죽 아우터는 이번 시즌 키 아이템이다. 만일 온전히 가죽 소재로 이루어진 아우터가 부담스럽다면 양털을 매치한 디자인이나 재킷의 앞부분 혹은 양쪽 팔 부분에만 레더 소재를 활용한 디자인을 선택해도 좋다.

Luxury Knits

이너웨어라고 생각했던 니트가 이번 시즌에는 럭셔리한 소재를 더해 완벽한 아우터로 재탄생했다. 두꺼운 원사를 사용해 직조감이 그대로 느껴지는 니트에 가죽과 양털 등 다른 소재로 고급스러움을 일컫는 디자인이 대세다. 따뜻한 느낌의 크리미한 컬러부터 짙은 그레이 컬러도 눈에 띈다. 니트 아우터는 패딩이 산뜻한 셔츠와 매치하는 것이 가장 클래식하고, 만일 수트와 매치한다면 수트보다 어두운 컬러에 재킷 스타일의 니트 아우터를 선택하는 것이 좋다.

Modern Military

밀리터리 모티프는 패딩과 디자인, 컬러, 소재 모든 부분에서 지난해부터 꾸준히 인기를 얻고 있다. 올해는 가볍고 캐주얼한 밀리터리 룩보다는 클래식 룩에 약간의 위트를 더한 모던 밀리터리가 대세. 가장 대표적인 디자인은 다음 음모에서 선보인 더블 브레스티드 밀리터리 코트다. 크림 컬러 양털을 포인트로 매치한 카키 컬러 코트는 기본적인 모티프를 밀리터리 룩에서 가져왔지만 심플하고 각진 실루엣 덕분에 클래식함을 유지한다. 클래식한 형태에 컬러나 포인트 장식으로 밀리터리 룩을 완성한 것. 버버리 프로섬의 카키 컬러 누비 재킷 역시 클래식한 그레이 컬러 더블 브레스티드 수트에 매치해 모던한 스타일링으로 마무리했다.

Long Coat

올해는 짧은 코트는 거의 캐주얼한 룩에서만 찾아볼 수 있을 만큼, 무릎 바로 위까지 오는 하프 코트부터 발목까지 오는 클래식한 롱 코트가 주를 이루었다. 트랜치코트 스타일부터, 클래식한 블랙 코트, 니트 코트까지 대부분의 코트 길이가 길어진 것이 특징이다. 키가 크다면 어떤 스타일의 롱 코트나 잘 어울리겠지만, 키가 크지 않다면 지나치게 박시한 스타일은 피하고, 허리를 짙은 묶는 스타일의 코트를 선택하는 것이 다리가 길어 보이는 방법이다. 기본은 블랙 코트지만 컬러가 어두운 롱 코트가 있다면 브라운 컬러나 와인 컬러의 롱 코트를 구입해 밝은 컬러의 하이넥 니트를 매치하는 것도 훌륭한 컬러 스타일링이 될 것이다. 롱 코트를 스타일링하는 가장 확실한 방법을 알고 싶다면 이번 시즌 프라다 컬렉션을 참고하는 것도 좋다.

Double Breasted Coat

클래식 중의 클래식인 더블 브레스티드 코트는 거의 모든 컬렉션에서 선보였다고 해도 과언이 아니다. 이번 시즌에는 진짜 남자다운 남자, 하지만 마조라기보다는 클래식함을 추구하는 남성들의 패션을 다양한 브랜드에서 찾아볼 수 있었다. 와인과 브라운 컬러 소재에 메탈릭한 단추를 매치한 구찌의 컬렉션부터 미니멀한 실루엣의 닐 바렛 블랙 코트, 클래식한 헤링본 소재를 활용한 고전적인 버버리 프로섬의 코트까지 원하는 어떤 브랜드에서도 더블 브레스티드 코트를 만나볼 수 있다. 올해는 유독 하이넥 니트, 흔히 목 폴라를 이너로 매치하는 스타일링이 유행인데, 더블 브레스티드 코트 역시 이너에 와인 컬러나 브라운 컬러, 혹은 과감하게 블루 컬러의 하이넥 니트를 매치하는 것에 도전해도 좋겠다. 오른쪽 닐 바렛의 컬렉션 키가 바로 남자들이 꼭 갖춰야 할 가장 기본적인 더블 브레스티드 코트 연출법이다.

Padding for Simple

다양한 디자인으로 재탄생되고 있는 패딩은 위크엔드 룩은 물론 클래식한 룩을 즐기는 남성들에게도 필수 아이템이 되었다. 왼쪽 사진 속 블루와 퍼플 컬러의 롱 패딩 역시 기능성과 스타일을 모두 갖춘 디자인이다. 오버사이즈를 선택하는 것도 스타일링을 강조하는 방법이다. 위트 넘치는 디자인의 몽클레어 패딩과 베스트, 비즈니스맨들도 수트와 함께 멋스럽게 매치할 수 있는 실용적인 디자인의 아스페시 패딩이 만들어낸 패딩 신드롬은 올해도 계속된다.

The Patterned

여성 패션에서 일명 착시 효과를 가져올 정도로 과감한 '매직 프린트'가 유행이었다면, 남성 컬렉션에서는 체크와 카무플라주가 키 패딩이다. 군복의 위장 패턴에서 영감을 받은 카무플라주(camouflage) 패턴은 재킷과 팬츠를 넘어서 롱 코트에도 적용될 정도로 중요한 패턴이 되었다. 기존의 카무플라주 패턴을 그대로 적용한 디자인보다는 그래픽적이고 심플하게 재해석한 패턴을 선택하는 것이 좋다. 체크 패턴 역시 고전적이고 클래식한 디자인이 압도적으로 많은데, 영국 신사 분위기를 물씬 풍기는 에르메네질도 제냐의 브라운 체크 코트가 대표적이다. 에디터 배미진



DOLCE & GABBANA

ERMEGILDO ZENGA

JIL SANDER

DIOR HOMME

BURBERRY PRORSUM

BURBERRY PRORSUM

PAUL SMITH

PRADA

HERMÈS

GUCCI

NEIL BARRETT

ERMEGILDO ZENGA

Be Complicated

하이 컴플리케이션 워치는 그 해석 그대로 '너무나 어렵고 복잡한' 시계지만, 그 목적만은 단순하다. 퍼페추얼 캘린더로 윤년과 윤달을 반영한 정확한 날짜, 시간의 오차를 최소화하는 투르비용, 만에 하나 일어날 오차를 대비한 군사차 기능까지 모두 정확한 시간 표시를 위한 기능을 담았을 뿐이다. 복잡하면 복잡할수록 정교하고 정확한, 하이 컴플리케이션 워치의 세계.

photographed by yum jung hoon

(가운데 위부터 시계 방향으로) 오메가 센트럴 투르비용 투르비용은 다이얼의 6시 방향에 있는 것이 일반적이지만 오메가 정가운데 시간의 오차를 줄여주는 투르비용을 장착한 특별한 디자인의 시계다. 로마자 조차 없는 단순한 인덱스의 문자판과 케이스의 심플한 디자인이 투르비용을 더 돋보이게 한다. 오메가의 클래식 라인인 드빌 코-엑시얼 디자인을 활용했고, 칼리버 2600 셀프 와인딩 투르비용을 장착했다. 가격에 54시간의 파워 리저브 기능을 갖췄다. 국내에 단 1피스 입고되었다. 가격 미정. 문의 02-511-5797

해리 윈스턴 오션 듀얼 타임 2008년 스위스 제네바 시계 그랑프리에서 올해의 남성 워치 상을 수상한 해리 윈스턴을 대표하는 워치. 출장이나 여행 등 해외 방문이 잦은 이들에게 이상적인 듀얼 타임 존 워치다. 2개의 다이얼과 24시간으로 표시하는 레트로그레이드(retrograde mechanism, 시계바늘을 역방향으로 작동시켜 달과 요일을 나타내는 기술)를 갖췄다. 우주 공간을 연상케 하는 다이얼 디자인이 아름답다. 가격 미정. 문의 02-520-1356

오데마 피게 줄스 오데마 아베이션 오브 타임 오데마 피게의 창시자 중, 줄스-루이스 오데마(Jules-Louis Audemars)의 이름에서 영감을 얻은 워치. 클래식한 리운드 워치 안에 문페이즈와 페퍼추얼 캘린더, 군사차 기능을 갖춘 진정한 하이 컴플리케이션 워치다. 군사차란 분 단위로 표시한 평균 태양시와 진태양시의 차이인데, 일출과 일몰 시간을 서울로 맞춰 오직 한국에서만 만날 수 있는 워치다. 다이얼 하나에 로마자와 숫자, 네 개의 다이얼까지 담겨 있지만 고도의 정제된 디자인 덕분에 가득상이 뛰어나다. 가격 미정. 문의 02-6905-3717

볼가리 옥토크로노그래프 까르다-레트로 스포츠 정신을 담은 팔각형 케이스가 모던한 워치다. 크로노그래프 기능과 마닛 카운터, 분과 날짜를 표시하는 네 가지 레트로그레이드 기능을 갖췄다. 6시 방향의 점핑 아워 기능과 12시 방향 위치에 디자인되어 있는 분침 역시 독특하다. 볼가리 워치 라인 중에서 퍼피 컴플리케이션 워치에 속한다. 8천5백만원대. 문의 02-2056-0172

파르미자니니 펄싱 오픈워크 투르비용 한눈에도 너무나 복잡해 보이는 이 워치는 무브먼트의 움직임과 워치 내부의 아름다움을 최상의 파나시오로 완성한 파르미자니니의 스키텔레트 워치다. 인공의 기계적인 요소가 모두 들여다보이는 스키텔레트 워치는 주로 클래식한 디자인이 많은데, 보기 드물게 스포티하고 볼륨감 넘치는 디자인으로 완성했다. 이탈리아의 명품 요트 브랜드인 펄싱(Pershing)과 칼라베리아섬에 선보인 워치로 1분에 두 번 회전하는 30초 투르비용을 장착했고, 5일간 파워 리저브가 가능하다. 팔라디움 케이스 소재로 투르비용을 만들었다는 것도 독특하다. 가격 미정. 문의 02-3479-1986

까르띠에 토크워 퍼페추얼 캘린더 핑크 골드 프랑스로 '가복'이란 뜻의 토크워(Tortue) 워치. 까르띠에의 하이 컴플리케이션 워치는 기존의 스티디셀러 디자인에 기능을 더한 것이 많아 친숙하다. 12시 방향에 월과 윤년을 표시하는 퍼페추얼 캘린더, 레트로그레이드 핸즈로 요일을 표시한다. 수년 전 자사 무브먼트를 성공적으로 선

보인 까르띠에는 하이 컴플리케이션 워치의 무브먼트 역시 까르띠에 워크숍에서 제작한 9422MC 칼리버를 장착했다. 무브먼트가 보이도록 투명하게 스키텔레트 처리한 다이얼에도 은근히 드러나는 기묘한 패턴을 그려 넣어 완성도를 높였다. 7천5백만원대. 문의 1566-7277

브레게 컴플리케이션 3355PT 하이 컴플리케이션 워치를 이야기할 때 가장 기본이 되는 기능이자 반드시 장착하는 것이 바로 투르비용이다. 스스로의 힘으로 끊임없이 회전하며 시간의 오차를 줄여주는 이 위대한 발명품은 브레게 창시자인 아브라함 루이 브레게가 처음 개발해 특허를 받은 발명품이다. 최초의 투르비용을 장착한 워치가 바로 브레게에게 다른 브랜드와 확실히 차별화되는 스토리를 자녔다. 플래티넘 케이스에 핸드 와인딩 무브먼트가 장착되어 있다. 스키텔레트 처리로 무브먼트의 섬세하고 정교한 움직임을 감상할 수 있어 예술품이라 불릴 만큼 아름다운 워치다. 가격 미정. 문의 02-3438-6218 에디터 배미진

Timeless Chic



예술의 도시, 뮌헨에서 탄생해 독일 특유의 완벽한 품질과 장인 정신을 담은 클래식한 시즈리스 아이템을 선보이는 글로벌 명품 브랜드 MCM. 이들이 우아하고 세련된 남성을 위한 MCM 맨 컬렉션을 제안한다. 이는 도시적인 세련미와 비즈니스의 활동성을 높인 가죽 제품들로 감각적이고 개성 있는 룩을 완성한다.

독일 정통 럭셔리 브랜드, MCM

클래식하면서도 세련된 디자인, 내구성 좋은 고급 소재, 활동에 구애받지 않는 실용성까지 갖춘 가죽 제품은 투자할 만한 가치가 있는 시즈리스 아이템이다. 장인 정신을 바탕으로 최상급 소재의 제품을 선보이는 MCM은 눈에 띄게 화려하지는 않지만 기능성과 스타일을 갖춘 절제된 세련미로 세월이 흘러도 변치 않는 클래식함을 자랑한다. 1976년 뮌헨에서 탄생한 MCM은 'Mode Creation Munich' 약자로 독일 정통 럭셔리 브랜드다. 1970년대 당시 전성기를 누리던 뮌헨의 예술, 음악, 여행, 장인 정신, 명품 그리고 글로벌 라이프스타일에서 영감을 받아 탄생했다. 이들은 독일 특유의 완벽한 품질과 엔지니어링 그리고 장인 정신을 바탕으로 한 여행용 고급 가죽 제품과 의류, 신발을 시작으로 시계, 보석, 향수, 선물용품 등 5백여 종의 아이템으로 확장하고 1980년대에 전성기를 구가하며 유럽을 품었다. 이는 현재까지 이어져 모던하고 우아한 최고급 가죽 소재 제품을 선보이는 글로벌 명품 패션 하우스로 자리 잡았다. 유서 깊은 역사와 함께 MCM은 트렌드를 앞선 패션 피플, 많은 사람들의 사랑을 받는 셀러브리티 그리고 로열 패밀리 등 수많은 시대의 아이콘들과 오랜 시간을 함께 해왔다. 트렌디하면서도 세월이 지나도 변치 않을 클래식한 디자인과 고급 소재로 까다로운 패션 피플의 마음을 사로잡은 것. 현재 대중의 라이프스타일에 큰 영향을 미치는 글로벌 셀러브리티이자 MCM 마니아로 유명한 이들은 저스틴 비버, 비욘세, 레이디 가가 등이 있으며 국내에선 박명, 카라 등 톱한류 스타들의 사랑을 한 몸에 받고 있다.



비즈니스맨을 위한 MCM 맨 컬렉션

MCM은 여성 아이템은 물론 남성용품, 애완용품, 여행 아이템 등 남녀 모두의 라이프스타일을 아우르는 럭셔리 토틸 브랜드다. 특히 군더더기 없이 클래식한 디자인, 고급 소재, 어느 룩에나 쉽게 매치할 수 있도록 실용성까지 갖춘 MCM 맨 컬렉션은 감각적인 심미안을 지닌 비즈니스맨의 꾸준한 사랑을 받고 있는 컬렉션 라인이다. 이는 도시적이며 세련미와 비즈니스의 활동성을 강조한 가방 라인부터 모던한 디자인의 지갑, 벨트까지 다양한 아이템으로 구성되어 있다. 특히 1995년 처음 선보인 MCM 넥타이 컬렉션은 역사적인 주제와 인상 깊은 기하학적 무늬를 더해 브랜드의 감성을 반영했으며 최고급 실크를 사용해 수공예로 제작, 패션을 완성하는 하나의 작품으로 탄생했다. MCM 맨에 대한 관심과 인기는 많은 남성 셀러브리티를 통해서도 입증되었다. 미국의 국민 코미디언이자 영화배우로 활약한 빌 코스비는 영화 촬영을 위해 한 달간 빈에 머무르는 동안 40여 개에 달하는 MCM의 여행 가방을 구매했고, BMW의 유명 레이서이자 독일 바이에른 왕가의 후손인 레오폴트 왕자는 레이싱 기간 동안 MCM 로고가 박힌 레이싱복을 입고 각종 경기에 출전하기도 했다. 또 미국 유명 아이돌 스타 저스틴 비버는 MCM의 대표 제품인 스타크 백팩의 애호가로 잘 알려져 있으며

다양한 백팩을 수집하는 것으로 유명하다. MCM MD팀은 "군더더기 없는 베이직한 디자인에 넉넉한 수납공간과 스트랩 디테일 등으로 실용성을 더한 어반 스타일러 컬렉션은 포멀함과 심플한 감성을 믹스해 젊은 오피스 맨의 꾸준한 사랑을 받고 있는 베스트셀러 라인입니다."

다양한 컬러군이 마련되어 있음은 물론 토트, 숄더, 크로스 등으로 다양하게 연출할 수 있어 정장은 물론 캐주얼 룩에도 쉽게 매치할 수 있는 것이 특징입니다. 이 밖에 신뜻한 피콕 컬러가 돋보이는 팔레트 지갑과 벨트는 스타일에 포인트를 주는 감각적인 아이템입니다" 라고 설명했다. 현재 MCM은 베를린, 뒤셀도르프, 런던, 뉴욕, 아테네, 베이징, 상하이, 홍콩 그리고 서울 등 주요 도시에 매장을 보유하고 있으며, 이외

에 이탈리아, 두바이 등 전 세계 30여 개국에 2백70여 개의 매장을 운영하고 있다. MCM 맨 컬렉션은 전국 MCM 백화점 매장 과 청담동 플래그십 스토어에서 만날 수 있다. 문의 080-079-3333 에디터 권유진

- 1 MCM의 '여행'이라는 헤리티지를 알리고 영국 해러즈백화점 입성을 기념하기 위해 제작한, MCM 비세토스 패턴을 입은 런던 2층 버스. 2 MCM은 전 세계 여행 애호가를 위한 고급 가죽 제품을 시작으로 5백여 점의 다양한 아이템을 선보이고 있다. 3 한 달간의 여행을 위해 무려 40여 개에 달하는 MCM 여행 가방을 구매한 미국 코미디언 빌 코스비. 4 런던 웰링턴 아처에서 진행된 런던 프로젝트 파티에 참가한 모델들. 5 MCM 마니아로 유명한 독일 바이에른 왕가의 후손 레오폴트 왕자.
- 6 브랜드의 시그니처인 꼬냑 비세토스 패턴과 감각적인 스티드 장식을 더한 오토바이.
- 7 클래식한 디자인과 고급 소재가 돋보이는 어반 스타일러 브리프케이스 60만원대.
- 8 모던한 디자인이 돋보이는 피콕 컬러의 팔레트 지갑 10만원대.
- 9 벨트 안쪽에 피콕 컬러로 포인트를 준 팔레트 라인 벨트 10만원대.



A Travel Mate

복잡하고 바쁜 일상은 잠시 잊어라. 열심히 일한 당신에게 여유와 즐거움을 가져다줄 주말 여행을 위한 위크엔드 백을 소개한다.

photographed by yum jung hoon

(왼쪽 위부터 시계 방향으로) 구찌 페이퍼트 크로코 더플 백 광택이 느껴지는 럭셔리한 악어가죽 더플 백. 태슬 디테일과 빈티지한 록 디테일이 감각적이다. 깊고 풍부한 초콜릿 컬러와 묵직한 무게감을 더한 소재와 디자인에서 중후한 멋이 느껴진다. 64X32cm 가격 미정. 문의 1577-1921

폴 스미스 위크엔드 토트백 브랜드의 시그니처 스트라이프 패턴이 새겨진 자동차 프린트에서 위트가 느껴지는 위크엔드 토트백. 탄탄 하면서 유연한 패브릭 소재로 제작해 편안하면서 캐주얼하게 매치할 수 있다. 손잡이 부분은 소가죽으로 처리해 고급스러움을 더했다. 37X31cm 79만원. 문의 02-3447-0278

루이 비통 시리우스 백 1985년 처음 선보인 기능적이고 가벼운 여행 가방이자 수트 케이스인 시리우스 백. 고급스럽고 클래식한 디자인으로 꾸준히 사랑받아온 위크엔드 백으로, 브랜드의 최고급 가죽 라인인 노매드가죽과 고급스러운 컬러 팔레트의 키키, 브라운 계열의 컬러를 더해 새롭게 재탄생했다. 탄탄한 가죽 소재와 각 잡힌 형태감으로 옷이나 소지품이 쉽게 구겨지지 않는다. 38X51.5cm 7백70만원대. 문의 02-3432-1854

랄프로렌 퍼플 리벨 보스턴 백 모던한 디자인과 럭셔리한 악어가죽 소재가 돋보이는 보스턴 백. 1등급 아메리칸 엘라게이터 부위 중 가장 고급스럽고 아름다운 중앙 부분만을 사용했다. 30년 이상 속성된 가죽만을 사용하기 때문에 오랜 시간 동안 변함없이 사용할

수 있는 것이 특징이며 태슬 과장부터 제작 공정까지 이탈리아 장인이 100% 수공으로 제작하기 때문에 더욱 특별하다. 넉넉한 수납공간, 정교한 내임 태그와 솔더 스트랩으로 실용성까지 갖췄다. 50X43cm 3천6백만원대. 문의 02-6004-0136

YSL 시크 백 브랜드의 대표 가방인 여성 카바키크 백의 남성 버전으로 모던하고 세련된 룩을 지향하는 남성용 위크엔드 백. 클래식한 직사각형 토트백 스타일로 소지품을 넣었을 때 자연스럽게 차지는 형태감이 멋스럽다. 여단이 지퍼를 달아 소지품을 안전하게 보관할 수 있으며 마그네틱 처리한 알파벳 Y자의 메탈 클로저로 포인트를 주어 가방을 여닫을 때 편리하게 디자인된 것이 특징이다. 48X35.5cm 3백만원대. 문의 02-3479-1414

제나 스포츠 위크엔드 쿼팅 백 베이직한 디자인과 넉넉한 수납공간으로 활용도가 높은 위크엔드 쿼팅 백. 다이아몬드 형태로 퀼트 처리한 소가죽 소재가 유니크하다. 군더더기 없이 모던한 형태로 캐주얼 룩에는 물론 직장 차림에도 쉽게 매치할 수 있다. 45X25cm 가격 미정. 문의 02-2016-5325

발리 카프리오 토트백 블루 컬러가 멋스러운 스웨이드 토트 빅 백. 1966년 스위스 동계올림픽을 위해 제작한 컬링 부츠에서 영감을 받아 탄생했다. 하단 부분을 방수 기능이 있는 고무 소재로 마감해 실용성을 높였으며 인감을 양털로 제작해 이색적인 느낌을 연출했다. 38X39cm 가격 미정. 문의 1661-6130 에디터 권유진



Leather Anthilop

1940년대 이탈리아의 작은 공방에서 시작한 체사레 파치오티의 슈즈에 대한 노하우를 그대로 담은 화이트 컬러와 버건디, 닷 블루, 우드 그린을 매치한 가죽 소재 안티롭 컬렉션. 깔끔한 디자인이 돋보인다. 하이 톱과 로 톱 두 가지로 출시되어 원하는 스타일을 선택할 수 있다. 왼쪽과 가운데 위치한 로 톱 슈즈는 48만원, 오른쪽 하이 톱은 53만원 모두 4US by 파치오티.



Marathon

메탈 장식이 없는 보다 심플한 마라톤 컬렉션. 슈즈 안에 7cm에 달하는 히든 굽이 들어 있는 매력적인 디자인으로 캐주얼 슈트나 클래식한 캐주얼 룩에 잘 어울린다. 파치오티는 수십년간 이어온 전통 가공 기법과 노하우를 고집해서 전 제품을 '메이드 인 이탈리아'로 제작한다. 위쪽의 코팅된 소가죽인 블랙 박스 소재 슈즈는 48만원, 패브릭을 매치한 아래쪽의 네이비 컬러 슈즈는 38만원 모두 4US by 파치오티.



멋스러운 캐주얼 슈트를 원하는 남성들을 위해 디테일에 강한 이탈리아 핸드메이드 슈즈 브랜드, 파치오티의 캐주얼 라인 4US에서 슈트에 포인트가 되는 스니커즈 라인을 선보인다.
photographed by park gun zoo

Luxury Casual

Suede Anthilop

4US라는 브랜드 네임은 'for us'이며, 우리 모두를 위한 슈즈라는 의미다. 보온 효과가 뛰어나고 보다 부드러운 컬러를 연출하는 스웨이드 소재의 안티롭 컬렉션. 버건디와 닷 블루·우드 그린·그레이·화이트 컬러를 매치해 가을과 잘 어울린다. 왼쪽 로 톱 슈즈 48만원, 오른쪽 하이 톱 슈즈 58만원 모두 4US by 파치오티.



Wall Street

뉴욕의 생동감 있는 커리어 피플에게 영감을 얻은 4US 라인은 착용감이 편안해 더욱 유명하다. 사이드 메탈 장식으로 포인트를 준, 포멀 룩과 캐주얼 룩 모두 잘 어울리는 아이템. 컬러 믹스가 돋보이는 스웨이드 슈즈와 광택이 멋스러운 코팅된 소가죽 슈즈, 두 가지 버전으로 선보인다. 각 53만원 모두 4US by 파치오티. 문의 02-545-8757 에디터 배미진



Sole City

하늘은 높고 선선한 바람이 불어 걷기에 더할 나위 없이 좋은 계절.
당신의 들뜬 마음을 더욱 재촉하는 로퍼가 스타일리시한 동반자가 되어줄 것이다.
photographed by yum jung hoon

(왼쪽 위부터 시계 방향으로) 송아지가죽에 파이톤 무늬를 프린트해 고급스러움과 실용성을 동시에 잡은 블랙 페니 로퍼. 신을수록 자신의 발에 맞게 가죽이 유연하게 늘어나 편안한 착용감을 선사한다. 88만원 **파치오티**. 톤 다운된 블루 컬러라 어디에나 매칭하기 쉬운 페니 로퍼. 베이지나 화이트 컬러 팬츠와 매치하면 세련된 캐주얼 룩을 완성한다. 발볼이 넓은 사람도 편안하게 신을 수 있을 만큼 여유 있는 사이즈로 선보인다. 80만원대 **디올 옴므**. 광택이 도는 벨벳 소재의 블루 컬러 태슬 로퍼. 고급스럽고 따뜻한 느낌을 주는 벨벳은 날씨가 추워지기 시작하는 0맘때부터 유용하게 활용할 수 있다. 46만원 **프린스 앨버트 by 주느세라**. 마치 붓으로 칠한 듯한 가공법이 멋스러운 태슬 장식의 드라이빙 슈즈. 굵은 스티치 장식과 완성도 높은 마무리에서 견고함을 느낄 수 있다. 캐주얼한 룩에 매치하면 스타일 전체를 드레스업한 효과를 볼 수 있다. 2백19만원 **벨루티**. 강렬한 레오파드 프린트에 금속 스티드 장식을 더해 화려함을 배가시킨 송치 소재 슬림온 슈즈. 피티나 모임에서 블랙 수트에 매치하면 확실한 스포트라이프를 받을 수 있고, 기본 전환에도 도움을 준다. 2백13만원 **크리스찬 루부탱**. 품격 있는 옷차림을 완성해줄 브라운 스웨이드 송아지 가죽의 해리스 로퍼. 1백만원대 **루이 비통**. 카무플라주 프린트의 슬림온 슈즈. 뽀뽀한 인디고 데님 팬츠나 네이비 카고 팬츠와 매칭해 프린트를 돋보이게 할 것. 발등이 높거나 발볼이 넓은 사람은 피하는 것이 좋다. 46만원 **프린스 앨버트 by 주느세라**. 댄디 룩을 완성하기 위한 필수 아이템인 스웨이드 드라이빙 슈즈. 톤 다운된 옐로 컬러는 의외로 다양한 옷차림에 잘 어울리고 세련된 느낌을 준다. 50만원대 **토즈**. 에디터 **이예진**

토즈 02-3438-6008 디올 옴므 02-518-0270 파치오티 02-545-8757
벨루티 02-3446-1895 주느세라 02-515-3151 루이 비통 02-3432-1854
크리스찬 루부탱 02-6905-3795



Captain Suit, G11

대한민국 남성복을 대표하는 갤럭시가 2014년 브라질월드컵 예선에 참가하는 축구 국가 대표팀을 위해 'G11' 수트를 선사했다. 2010년 남아공월드컵 이후 두 번째 인연을 맺은 갤럭시는 축구 대표팀의 공식 수트로 자리 잡으며 선수들의 승리와 선전을 기원한다.

photographed by yum jung hoon

갤럭시 G11, 대한민국 축구 대표팀의 자부심이 되다

국내 남성복을 대표하는 갤럭시가 2014년 브라질월드컵에 참가하는 축구 국가 대표팀을 위해 'G11' 컬렉션의 수트와 타이를 제작했다. 갤럭시와 축구 대표팀의 인연은 2010년 남아공월드컵 당시 허정무 감독이 갤럭시의 '프라이드 11' 수트에 '레드 & 네이비' 사선 프린트의 레지멘탈 타이를 매면서 시작된 것. 평가전부터 본선 첫 경기인 그리스전까지 이어진 세 경기에서 모두 2 대 0 완승을 거두었는데, 이때 착용한 '레드 & 네이비' 레지멘탈 타이는 '두 골 타이'라는 애칭과 함께 승리와 행운의 심벌로 알려지며 품질 사태를 일으키기도 했다. 이후 갤럭시의 새로운 컬렉션으로 자리 잡은 'G11'은 날렵하면서도 편안한 실루엣과 최고급 소재로 꾸준한 인기를 누리고 있다. 갤럭시는 그때의 감동을 이어가고자 승리를 부르는 'G11' 수트를 전달하며 2014년 브라질월드컵 축구 국가 대표팀의 선전과 2002년 4강 선화를 기원한다. 수트가 승리의 상징이 된 건 이탈리아 팀이 독일월드컵에서 우승하면서부터라는 이야기가 전해진다. 당시 이탈리아 팀은 자국 브랜드인 돌체앤가바나의 수트를 멋지게 차려입었는데, 명품 수트를 입었다는 자신감이 우승에 큰 영향을 줬을 거라는 분석이 나오기도 했다. 그 뒤 월드컵 무대 뒤편에서는 자국 수트의 자존심을 건 수트 월드컵이 펼쳐졌다. 프랑스 팀은 디올 옴므의 수트를 입고, 독일 팀은 스트레네스(Strenesse)를 입었으며, 그전에 아르마니 수트를 입었던 영국 팀은 자국의 브랜드인 맥스앤스펜서로 수트를 바꿨을 정도로 열기가 뜨거웠다고. 이에 발맞춰 갤럭시는 대한민국 축구 대표팀에 'G11'을 제작해 세계 최강 팀과 겨뤄도 손색이 없을 법한 수트를 선보였다. 이번 시즌 갤럭시 G11의 대표적인 '캡틴' 라인인 축구 대표팀의 시그너처 룩으로, 클래식한 네이비 컬러를 바탕으로 한 슬림한 실루엣을 특징으로 한다. 몸을 자연스럽게 타고 흐르는 날렵한 라인이지만 입체적인 재단법을 통해 부대까지 않으며, 고급 소재를 사용해 편하고 자유로운 움직임을 선사한다. 수트를 입고 공을 차더라도 불편함이 없을 정도다. 여기에 블루 스트라이프 타이를 매치하면 역동적이면서도 스마트한 '캡틴' 룩을 완성할 수 있다. 문의 02-2076-7332 에디터 **이예진**



Face to Face

날카로운 면도날과 유해 환경에 자극받은 남성의 피부는 괴롭다. 까끌거리고, 따갑고, 울긋불긋한 피부에 휴식 같은 편안함을 선사할 애프터 셰이브는 그루밍 케어의 기본이자 남자의 화장대 위에 있어야 할 필수 아이템이다.

photographed by park gun zoo



(오른쪽부터 시계 방향으로) **아쿠아 디 파르마 콜레지오네 바비에레 애프터 셰이브 로션** 오후만 되면 유난히 번들거리거나 피지 분비가 활발한 지성 피부에 제각인 애프터 셰이브 로션. 가볍고 촉촉한 텍스처는 피부에 빠르게 흡수되어 끈적임이 남지 않는다. 소량의 알코올 성분은 피부 속 유해 물질을 정화시켜 청량감을 선사하며, 브랜드를 대표하는 콜로니아 향이 막 시위를 하고 나온 듯 기분 좋은 향을 남긴다. 100ml 9만8천원. 문의 02-517-5218

아쿠아 디 파르마 콜레지오네 바비에레 웨이빙 브러쉬 & 스텐드 이탈리아의 숙련된 장인이 수작업으로 만든 면도 브러시. 오소리 털 중에서도 희소성이 뛰어난 목 부위의 털만을 사용해 촉감이 부드럽고 우수한 탄력을 자랑한다. 47만원. 문의 02-517-5218

겔랑 옴 애프터 셰이브 로션 피부 속 유해 물질을 정화시키는 해독 기능이 탁월한 애프터 셰이브 로션. 천연 박하 추출물을 함유해

피부에 닿는 순간 상쾌한 청량감이 느껴지며, 수분감이 풍부해 촉촉한 마무리를 돕는다. 면도로 인한 상처와 까칠해진 피부결을 다독이면서 잦은 아근과 스트레스로 지친 피부에 활기를 불어넣는 데도 효과적이다. 80ml 7만8천원. 문의 02-3438-9627

SK-II MEN 에이지 리라미텔라이즈 모이스처라이저 칙칙함, 수분 부족, 가친 피부결 등 다양한 피부 고민에 대응하는 인티에이징 모이스처라이저. 브랜드의 핵심 성분인 내추럴 피테라™에 귀리, 원두 추출물, 나이아신아미드를 결합한 오토-원두 콤플렉스™의 시너지 작용으로 피부의 수분 장벽을 견고하게 만들어 트러블이 눈에 띄게 줄어든다. 50g 12만원대. 문의 080-023-3333

팬탈리곤스 블렌하이밍 부케 애프터 셰이브 면도 후 붉은 기를 잠재우고 진정을 돕는 애프터 셰이브 스킨. 자극을 덜어주는 캐머미일 추출물을 비롯해 일로에 베라 잎, 비타민 E가 표면에 얹은 수분막

을 형성해 건조함을 막고 트러블을 예방한다. 소나무, 머스크, 블랙페퍼, 레몬이 어우러진 클래식한 시트러스 향도 일품이며, 파라벤이 들어 있지 않아 예민하거나 연약한 피부에도 안심하고 사용할 수 있다. 100ml 17만8천원. 문의 02-555-5152

산타 마리아 노벨라 로지오네 도포 비르바 산달로 날카로운 면도날에 자극받은 피부에 휴식과 같은 편안함을 선사하는 애프터 셰이브 로션. 알칼리성 셰이빙 크림을 중성화하는 잣산과 트러블을 잠재우고 진정시키는 멘톨, 보습력을 높이는 글리세린 성분의 3중 작용으로 푸석한 피부를 부드럽게 만든다. 100ml 9만8천원. 문의 02-546-1612

샤넬 블루 드 샤넬 애프터 셰이브 밤 면도 후 경직된 피부에 탄력 과잉기를 불어넣는 블루 드 샤넬 라인의 밤 타입인 애프터 셰이브 로션. 기름이 넘쳐나는 피부도 꾸준히 사용하면 번들거림이 확실히

덜하고 피부 톤도 깨끗해진다. 시트러스와 페퍼민트, 삼나무 노트 등을 미묘하게 결합한 '블루 드 샤넬 오 드 푸엠티'의 그윽한 향이 하루 종일 지속되어 몸에서 배어나온 듯한 향을 선호하는 남성에게 추천한다. 90ml 6만9천원. 문의 080-332-2700

팬탈리곤스 나젤 웨이빙 세트 오소리 털 셰이빙 브러시와 면도기로 구성된 셰이빙 세트. 유선형 디자인의 면도기는 그림감이 뛰어나며, 질레트 마하 3 면도날을 사용하고 있어 면도날 분리가 가능하다. 33만2천원. 문의 02-555-5152

설화수 정양수 수분 공급과 진정에 효과적인 애프터 셰이브 스킨과 에센스 기능을 결합한 한방 에센셜 스킨. 송절과 황금 추출물이 안팎으로 피부 밀도를 탄탄하게 다져 생기를 불어넣는다. 피부에 닿는 느낌이 피부에 스며들고 난 후의 느낌 모두 신뜻하다. 120ml 6만3천원. 문의 080-023-5454 에디터 **이예진**

Meet my Milestone

영화 스태프에서 배우로, 배우에서 감독으로... 인생의 목표를 향해 한 단계씩 발전하고 성취해온 유지태. 지금 그의 모습이 아름답게 빛나는 것은 끊임없는 노력과 뜨거운 열정이 있기 때문이다. 그는 인생의 목표를 향해 한 단계씩 성취하는 것이 중요하듯, 피부도 단계별로 꾸준히 케어하는 것이 중요하다고 말한다. 부산국제영화제에서 만난 감독 유지태와 'SK-II MEN 페이스 트리트먼트 에센스'가 함께한 14일간의 피부 변화 스토리.

유지태, 감독이라는 또 다른 꿈을 완성하다

지난 10월 6일, 부산 롯데시네마 서면점에서 글로벌 남성 프레ستی지 스킨케어 브랜드 SK-II MEN에서 특별한 이벤트를 개최했다. SK-II MEN 모델 유지태의 첫 장편 연출작인 영화 <마이 라피마>의 시사회와 함께 배우이자 영화감독의 길을 걸은 유지태가 자신의 인생 목표를 차근차근 성취해온 마일스톤(milestone) 스토리를 공개한 것. 처음에는 연기자의 꿈을 이루기 위해 연극영화과에 진학했고, 하나하나 배워두면 영화감독이 되었을 때 도움이 될 것이라는 생각에 상업 영화의 연출부, 조명팀, 무대 등 다방면에서 스태프 활동을 했던 유지태는 사실 하루아침에 유명해진 반짝 스타가 아니다. 그는 모든 작품에 혼신을 다하는 꾸준한 노력으로 결실을 이룬 노력파 배우. 한 작품의 배역에 완벽하게 몰입하기 위해 그 캐릭터를 연구하고 책을 읽거나 몸을 만드는 등 최선의 노력을 다하며 영화 <주유소 습격 사건>, <봄날은 간다>, <울드보이>, <심야의 FM> 등 많은 작품 속에서 연기와 배우로서의 '배우 유지태'를 완성했다. 그는 연기 생활과 함께 영화 제작과 연출에도 남다른 관심과 꿈을 품어왔다. 2003년 미장센단편영화제 경쟁 부문과 서울환경영화제에 출품한 영화 <자전거 소년>으로 주목받은 다음 <장님은 무슨 꿈을 꿀까요?>(2005), <나도 모르게>(2007), <초대>(2009) 등으로 국내외의 유수의 영화제에서 수상하며 감독으로서의 능력을 입증해왔다. 이번 2012 부산국제영화제에 출품한 <마이 라피마>는 그의 첫 장편영화로, 촬영 단계에서부터 이미 화제를 모았던 작품. 제17회 부산국제영화제에 한국 영화의 오늘-비전 부문에 초청되었으며 ACF 후반 작업 지원 펀드 부문에도 선정되어 부산국제영화제 최대의 화제작으로 떠오르고 있다. 이는 대학 시절 친구들과 함께 구상한 작품인데, 이날 그가 공개한 <산세베리아> 대본은 <마이 라피마>의 가제 버전의 대본으로 유지태가 영화감독을 꿈꾸던 대학 시절부터 줄곧 지니고 있던 목표이자 유지태를 영화감독으로 이끌어준 희망의 아이템으로 소개되었다. <마이 라피마>는 가출 소년과 필리핀 이주 여성이 한국 사회에서 자아를 찾아가는 과정, 한 남성이 온전히 어른으로 성장해가는 이야기를 그리고 있다. "마이 라피마" 연출을 맡게 되면서 제 또 다른 꿈이 완성되는 느낌을 받았어요. 완성이란 서두르지 않고 순간순간을 성실히 살아가는 삶이 약속해주는 자연스러운 미래인 것 같습니다"라고 영화출품에 대한 소감을 전했다.

14일 후, 맑고 생기 넘치는 피부의 완성

부산국제영화제에서 만난 유지태는 배우와 감독이라는 두 가지 역할을 하느라 바쁘고 불규칙한 생활을 하고 있지만 피부만큼은 투명하고 생기 있게 빛났다. 시간과 역력이 부족해 피부를 제대로 관리하기가 쉽지 않은 그가 그의 뷰티 시크릿이자 마일스톤 중 하나로 꼽은 것은 바로 'SK-II MEN 페이스 트리트먼트 에센스'. 이를 새로운 이정표이자 하나의 마일스톤으로 뽑은 이유는 그를 뷰티 아이콘으로 만들고 그에게 14일의 피부 기적을 경험하게 해준 것이 SK-II MEN 에센스였기 때문이라고. "인생의 목표를 향해 한 단계씩 성취하는 것이 중요하듯, 피부도 단계별로 꾸준히 케어하는 게 중요한 것 같아요. 피부에도 이러한 단계와 진정성, 철학이 있다는 것을 알게 되었고 이런 점이 SK-II MEN의 브랜드 철학과도 잘 맞았던 것 같아요"라며 마일스톤 스토리를 밝혔다. 또 그는 "SK-II MEN 에센스를 바르고 한 단계 한 단계 피부가 좋아지는 걸 직접 눈으로 확인하게 되니 열심히 쓰고 싶어지더라고요. 처음부터 피부가 좋았던 것처럼 하루하루 눈에 띄게 좋아져 신기하고 기분



1 부산 롯데시네마 서면점에서 개최된 SK-II MEN 이벤트. 유지태의 마일스톤 스토리 토크쇼와 함께 그가 감독한 영화 <마이 라피마>의 시사회가 열렸다. 2 SK-II MEN으로부터 디렉터 체어를 선물 받고 기뻐하는 유지태. 3 칼럼니스트 김태훈의 사회로 유지태가 완성해온 인생의 챗터를 대표하는 3개의 아이템이 소개되었다. 토크쇼 말미에는 영화 주인공인 배우 배수빈이 깜짝 게스트로 등장했다. 4 피테라™ 원액을 90% 이상 함유해 14일 후 맑고 생기 있는 피부로의 완성을 도와주는 'SK-II MEN 페이스 트리트먼트 에센스'. 5 영화 <마이 라피마>의 연출을 맡은 감독 유지태.

이 좋았습니다. 그리고 정말 14일 후엔 어딘가 모르게 자신감도 생기고 더 열심히 사용해야겠다는 생각이 들었어요. 그래서 다른 것은 몰라도 SK-II MEN 에센스는 빼놓지 않고 바르고 있어요"라고 에센스에 대한 각별한 애정을 표현했다. 그만의 남다른 팁이 있다면 에센스를 조그만 미스트 통에 넣어 가지고 다니면서 얼굴이 건조하거나 피곤해 보일 때 수시로 뿌려주는 것. SK-II MEN 페이스 트리트먼트 에센스는 브랜드의 핵심 성분인 피테라™ 원액을 90% 이상 함유해 건강한 피부의 다섯 가지 핵심 요소를 고루 향상시켜 이상적인 남성 피부를 선사한다. 특별하고 진귀한 성분인 피테라™는 피부에 유효한 단백질, 비타민, 미네랄, 유기산 등의 성분으로 이루어져 매끄럽고 탄력 있는 피부로 가꿔주는 것이 특징. 또 끈적임 없이 가볍고 촉촉한 사용감을 선호하는 남성을 위해 쿨링 에이전트 성분을 더해 사용 후에도 오랜 시간 산뜻하고 촉촉한 감촉을 느낄 수 있다. 클렌징한 후 SK-II MEN 페이스 트리트먼트 에센스를 적당량 도포해 얼굴과 목 주변에 부드럽게 두드러듯 바르면 된다. 매일 밤낮으로 두 번씩 사용하면 14일 후에는 눈에 띄는 피부 변화를 경험할 수 있을 것. 75ml 9만원 대. 문의 080-023-3333 에디터 권유진



유지태의 마일스톤 스토리가 담긴 무비, <My Milestones>를 홈페이지에서 만나보세요.

Camping Gear

캠핑을 즐기기가 가장 좋은 계절, 가을이다. 마음만 먹으면 떠날 수 있는 여행과는 달리 캠핑을 갈 때는 챙겨야 할 게 한두 가지가 아니다. 캠핑을 처음 가는 이들은 어디서부터 어떻게 준비해야 할지 도통 모르겠다고 애기한다. 그래서 초보 캠퍼가 알아두어야 할 필수적인 캠핑용품들을 준비했다. 이제 짐을 싸고 떠나는 일만 남았다. photographed by park gun zoo

캠핑용품, 어떻게 준비해야 할까

최근 몇 년 사이 공통처럼 불어난 아웃도어 시장은 캠핑의 활성화와 무관하지 않다. 여가시간을 소중하게 생각하고, 자연을 벗삼아 떠나는 이들이 늘면서 오토 캠핑은 여행 분야의 가장 뜨거운 키워드로 등극하게 되었다. 바리바리 짐을 싸 들고 떠나야 하는 여행은 상당한 번거로움과 짐을 챙기는 부담이 따르지만, 더 안타깝고 풍요로운 캠핑을 위해 부피와 무게에서 자유로운, 최대한 많은 짐을 꾸릴 수 있게 된 것이다. 주말마다 캠핑을 떠나는 열혈 캠퍼들은 캠핑을 즐기기에 더없이 좋은 계절로 가을을 꼽는다. 여름 내내 북적이던 캠핑장도 한적해지고, 텐트나 타프(단말막)를 쳐도 따사로워진다. 캠핑이 겨울이면 장미처럼 피어오르는데, 모든 것을 처음부터 완벽하게 준비할 수는 없다. 필수적으로 갖추어야 하는 용품을 중심으로 큰 골격을 잡고, 잊었던 것까지 추가하는 것이 어렵지 않을 것이다. 무엇보다 이층을 거느린 캠핑은 그만큼 커뮤티티가 활성화되어 있으니 불로고나 카페에 가입해 노하우와 이용 후기를 참고하는 것이 도움이 된다. 가장 많은 인원자들이 드나드는 캠핑퍼스트 카페는 20만 명이 넘는 엄청난 회원 수가 증명하듯 유익한 정보들이 온다. 이곳에서 매년 (캠핑 초보자를 위한 오토캠핑 100문 100답)에서 캠핑에 필요한 최소한의 준비를 찾을 수 있는데, 텐트, 타프, 의자, 침낭, 매트, 버너, 취사도구, 아이스박스, 화로대, 랜턴 등 총 10가지를 꼽았다. 일단 자신의 캠핑 스타일을 따져봐야 필요한 용품을 정확하게 구입할 수 있다. 이를테면 캠핑을 왜 가는지, 한 달에 몇 번 정도 갈 것인지, 어느 계절에 갈 것인지, 몇 명이 가는지 등에 대한 분석이 먼저다. 그렇다면 어떻게 준비해야 할까?

텐트와 타프가 먼저다

먼저 밖에서 잘 공간이 필요하니 텐트부터 생각한다. 동행하는 인원수보다 넉넉한 사이즈를 선택하는 것이 기본이다. 2명이려면 4인용 텐트를, 4명에서 움직인다면 6인용 텐트를 고르자. 봄이나 늦여름에는 작은 동형 텐트도 가능하지만 10월만 해도 아침저녁으로 바람이 차기 때문에 잠자리와 생활공간이 하나로 해결된 거실형의 동계용 텐트가 필요하다. 홈앤의 웨더마스터 2룸, 스노우피크의 랜드마크나 코베아의 아웃백이 대표적이다. 텐트를 매기할 때 항상 따라붙는 타프는 그날의 날씨에 따라 바꿔야 한다. 텐트의 내구성은 의견이 분분하지만 겨울에는 햇빛을 가릴 필요가 없어 사용하지 않고, 봄이나 여름에는 피막벌과 아침 이슬을 막아주는 용도로 많이 쓰인다. 타프는 자신의 텐트 크기와 맞추는 것이 보기에도 좋고 쓰기도 편리하다. 한여름을 제외하고는 야외에서 맞는 바람을 막아주기 때문에 침낭을 쳐서 체온이 떨어지지 않도록 해야 한다. 침낭의 충전재로는 오리털과 화학솜이 있는데, 불이나 초가을에 이용할 거라면 내기가 달린 저렴한 패딩 침낭을 구입하는 것이 좋다. 겨울 캠핑을 즐긴다면 온기를 오랫동안 이어갈 수 있는 오리털 침낭을 선택하자. 침낭 주변에서 침낭을 꺼내 펼쳤을 때 빨리 부풀어 오르는지, 지퍼가 열리는 곳 없이 잘 여닫는지는, 보온 장치가 이중으로 되어 있는지 살펴보고 AS 기간도 꼼꼼하게 따져볼 것. 평평한 곳을 골라 텐트를 쳐도 지갈이나 요철 때문에 어느 정도 울퉁불퉁하게 마련이니 매트리스도 놓치지 말자. 바닥의 습기와 찬 기운이 올라오는 것을 막아주고 충격을 흡수하는 매트리스는 가볍고 저렴한 발포 매트를 가장 많이 사용하는데, 두께가 얇은 편이라 바닥 상태가 나쁜 등 이 배는 단점이 있다. 구멍을 열어놓으면 자동으로 공기가 충전되는 자동 충전식(일명 지층식) 매트리스는 묵실히 편안하지만 가격이 비싸고 부피가 커서 수납하기 불편하니 취향에 맞게 선택하자.

무엇을 하든 의자와 테이블은 필요하다

텐트에서 보내는 시간을 제외하고는 많은 시간을 보내는 의자는 종류와 기능에 따라 가격이 천차만별이다. 다리가 없는 그라운드 시트부터 미니 의자, 릴랙스 의자, 2~3명이 앉을 수 있는 벤치형 의자 등 종류도 다양하다. 등받이를 뒤로 젖히는 릴랙스형과 허리를 곧게 펴고 앉는 표준형 두 가지인 의자만 식사를 할 때나 휴식을 취할 때 두루두루 사용할 수 있다. 접고 펴기 쉬운 형태라야 부피도 좋고 사용하기 편리하다. 짐을 기억할 것. 테이블을 고를 때는 텐트와 마찬가지로 동행자의 수보다 2~3인 용 큰 것을 고른다. 낮낮이 조정이 가능한 것을 고르면 메인 테이블로도 쓰고 길이를 낮춰 좌식용 테이블로도 쓸 수 있다. 먹는 재료가 반 이상인 캠핑에서는 버너에 육식을 내도 좋다. 가벼우면서 부피가 작은 원 베너는 등산용으로 많이 쓰이며, 간단한 조리에도 적합하다. 편리성이 중요할 오토 캠핑에는 버너가 2개인 투 버너가 주목이다. 투 버너가 있으면 요리 시간도 절약되고 바를락이와 닭가슴살이 있어 바를락이 불어도 동행할 일이 없다. 투 버너를 기본으로 챙기고 등산용을 추가로 가져도 기면 완벽하다.

캠핑장의 아름다운 밤, 랜턴과 화로대

어둠해지기 시작하는 야간에는 랜턴 없이 아무것도 못할지도 모른다. 랜턴은 연료에 따라 건전지, 가스, 휘발유 크게 세 가지로 나눌 수 있는데, 실내용에서는 안정성이 뛰어난 건전지 랜턴을 사용하고, 실외에서는 온도에 구애받지 않고 불빛이 일정한 가스 랜턴과 가솔린 랜턴을 쓰고 싶다면 좋다. 특히 가솔린 랜턴은 오묘한 주황색 불빛을 내뿜어 캠핑장의 밤을 운치 있게 만들어 준다. 야간에 텐트를 치거나 화장실을 나갈 때는 헤드랜턴이 유용하게 쓰일 것이다. 추위를 덜어주고 캠핑의 낭만을 일깨워주는 모닥불을 피우기 위한 화로대는 선택이 아닌 필수다. 요즘에는 버너나 찰판구이를 할 수 있는 조리 기능을 추가한 제품을 선보여 활용도가 높다. 아무리 완벽하게 준비해도 해도 캠핑은 부족한 것 투성이 거다. 직접 부엌하고 느껴보면서 필요한 장비를 채워나가기다 보면 어느새 캠핑에 푹 빠져 있는 자신을 발견하게 될 것이다. 에디터 이재민



캠핑용품을 소개하는 사진은 모두 100% (100% 원산지) 제품입니다. (100% 원산지) 제품입니다. (100% 원산지) 제품입니다.

1 유선형 팔걸이와 45도 기울어진 등받이가 최상의 안락함을 선사하는 집시시 디럭스 체어 14만8천원 **코요로스프링** 2 7~8인용 쿠션 세트. **이코** 3 필드에서 하이 텐션 코트 하나만 있으면 원하는 장소에 휴식 공간을 만들 수 있다. 70만5천원 **스노우피크** 4 캠핑에서도 휴대가 간편한 핸드프레소인 케이스 백과 미니 컵 4개, 스테인리스 보온병이 포함되어 있고, 핸드프레스는 별도로 구입해야 한다. 16만원 **랜드마크** 5 친환경 기능성 소재 신메트릭스 재료로 된 버너를 즐기기에 좋은 그릴 39만7천원 **웨이비 BBQ TOWN** 7 아이젠, 아이패드, 아이패드용 물문 안드라이프 등 다양한 디지털 기기를 연결해 음악을 들을 수 있는 포터블 스피커 베노모 12 1백55만원 **방앤음슨** 8 주변 기온이나 기압에 영향을 받지 않는 노스스타 가솔린 랜턴 22만7천원 **콜맨** 9 플라이를 설치할 필요 없이 펼쳐서만 하면 자동으로 펴지는 텐트 19만6천원 **코베아** 10 야외 활동 시 편안한 착용감을 선사하는 아웃도어 슈즈 소형 도끼 **가버 백 팩서 by 한강사** 12 바위에 매달려 걸이 쿠션감을 강화한 **콜맨** 14 접고 펴기 간편한 접이식 파이나 체어, 일자로 펴는 안락한 형태는 편의, 기원, 소형 드라이브 등 15인치 두께가 들어 있는 매트, 1만5천원 **활동할 수 있는 백백 33만9천원 파고라** 16 가방 속에 저장되어 있어 의자도 테이블로도 활용할 수 있는 2단 접이식 테이블 21만원 **코요로스프링** 18 등 있는 웨더마스터 스크린 타프 코어 텐트 1백42만7천원 **콜맨** 19 모닥불을 피울 때 필요한 것들을 세트 구성한 화로 스타터 세트 39만9천원 **스노우피크**.

Do as you please

모범생 이미지였던 배우 이상윤이,
남성미 물씬 풍기는 스타일링을 통해 새로운
면모를 드러냈다. 다정하지만 조금은
나쁜 남자로 돌아온 이상윤의 2012 F/W 컬렉션.
photographed by **kang hye won**



블랙 셔츠와 팬츠,
블랙 재킷, 블랙 워커 모두
가격 미정 **디올 옴므**.



스카이 블루 셔츠 가격 미정,
네이비 도트 패턴 타이 가격 미정,
베이지 컬러 팬츠 가격 미정, 그레이
체크 패턴 코트 2백만원대 모두
단일, 그레이 스트라이프 패턴 더블
재킷 5백78만5천원 **토즈**.



버건디 파이폴리 재킷
5백만원대, 브라운 컬러 니트
카디건 1백만원대, 브라운 컬러
스카프 60만원대, 다크 그레이
팬츠 1백만원대 모두 구찌,
안경 19만5천원 트리티 by
프로덕트 서울.



브라운 컬러 셔츠 가격 미정,
브라운 컬러 타이 20만원대,
그레이 체크 패턴 슈트 3백만원대
모두 에르메네일도 제나, 그린
컬러 트랜치코트 가격 미정 Z 제나,
브라운 컬러 슈즈 70만원대 토즈.



도트 패턴 셔츠 79만원,
니트 점퍼 가격 미정, 다크
그린 팬츠 1백만원대 모두
버버리 프로섬. 살바 & 골드
링 1백만원대 불가리.



화이트 셔츠, 다크 그레이
니트 롱, 버건디 컬러
벨벳 수트 모두 가격 미정
에르메스. 반올테 안경
19만5천원 트리타 안경 by
프로덕트 서울. 블랙 & 골드
펜 70만원대 단힐.



화이트 셔츠, 블랙 패턴 보타이, 블랙
패턴 턱시도 재킷, 블랙 패턴 팬츠
모두 가격 미정 **휴고 보스 셀렉션**.
블랙 벨벳 유광 로퍼 가격 미정
파치오티, 실버 & 골드 링 1백만원대
불가리.

구찌 1577-1921
에르메네질도 제냐 Z 제냐
02-2016-5325
프라다 02-3443-6047
버버리 프로섬 02-547-7476
프로덕트 서울 02-790-0797
던힐 02-3440-5615
파치오티 02-545-8757
불가리 02-2056-0172
디올 옴므 02-513-3232
토즈 02-3438-6008
브라이틀링 02-3279-9050
에르메스 02-544-3151
휴고 보스 셀렉션 02-548-3758
프로덕트 서울 02-790-0797

헤어·메이크업 김환
스타일리스트 채한석
에디터 배미진

America's Cup World Series

동쪽으로는 샌프란시스코 베이와 아름답게 조화를 이룬 주변 경관이, 서쪽으로는 멀리 수평선 끝까지 펼쳐진 바다가, 중앙에는 파도에 밀려 빠른 속도로 퍼져 나가는 안개가 수놓였다. 여기에서 펼쳐진 아메리카 컵 월드 시리즈 레이싱은 그 어떤 레이싱보다 박진감 넘치고 아름다웠다. '바다 위의 F1', 아니 그보다 더 품위 있고 격조 높은 레이싱 대회. 2013년 여름, 마치 영화 속의 한 장면 같은 이러한 경관을 무대로 제30회 루이 비통 컵과 제34회 아메리카 컵이 개최된다.

새로운 세대의 아메리카 컵, 명예를 놓고 겨루다

1851년 영국이 주최하는 대회에서 뉴욕 요트 클럽 소속의 아메리카 호가 14척의 영국 국적 요트를 압도적인 차이로 따돌리고 우승하면서 아메리카 컵은 시작되었다. 아메리카 호의 우승은 전통의 해양 대국인 영국을 상대로 신생 독립국인 미국이 거둔 성과로, 요트 대회 우승 그 이상의 의미를 가지는 '사건'이었다. 이렇게 시작된 아메리카 컵은 이제 세계 최고의 해양 스포츠 대회로 자리 잡았다. 다양한 마케팅을 실행하기 위해 마련된 아메리카 컵의 월드 시리즈는 다수의 개최지에서 열리며, 이미 수만 명의 관중과 수십만 명의 네티즌을 불러 모으며 전반적인 성공을 거두었다. 월드 시리즈를 통해 레이싱 팬들은 전년 챔피언 오라클 레이싱(Oracle Racing)이 루이 비통 컵의 명예를 차지하기 위해 도전 팀들과 벌이는 경합을 지켜볼 수 있다. 또 이를 통해 선수들은 루이 비통 컵을 준비할 수 있는 시간을 가지는데, 루이 비통 컵의 우승 팀은 2013년 샌프란시스코에서 열리는 제34회 아메리카 컵에 정식으로 도전할 기회를 거머쥐게 된다.

출전 선박 오라클 레이싱의 엔지니어들은 제34회 아메리카 컵의 예선 라운드를 위해 크루의 모든 팀원들이 사용할 수 있는 특별한 선박을 설계했다. AC45는 40피트의 컨테이너에 맞는 13.45m 길이의 카타마란으로, 시합의 매 단계마다 안전하고 편리하게 옮길 수 있다. 예선 라운드를 거치면서 선수들은 리지드 윈 다동선뿐만 아니라 선박에 올라 항해에 익숙해진다. 21.5m 길이의 첨단 리깅이 기존의 돛을 대체함에 따라, 여전히 매우 편리하게 작동되면서 동시에 30노트 이상의 속도를 실현한다. 덕분에 빠른 속도로 진행되는 아메리카 컵 월드 시리즈 레기타 경기 중에 스펙터클한 항해가 가능해진다. 예선을 모두 마친 후에는 2013년에 열리는 루이 비통 컵에 대비해 AC72(22m 카타마란)로 교체될 예정이다.

경기 방식 아메리카 컵 월드 시리즈에 출전하는 팀들은 동일한 선박을 사용하며 순수하게 항해 기술만으로 승부를 겨루게 된다. 시합은 모든 팀들이 동시에 출전하여 서로 겨루는 '플리트 레이싱(fleet racing)', 일대일 경기 방식의 '매치 레이싱(match racing)', 일직선 코스를 고속으로 항해하는 '스피드 트라이얼(speed trial)'의 세 단계를 통해 개최된다. 일주일 동안 개최되는 가운데 최종 순위에 따라 출전 선수들에게 점수가 부여된다. 예측할 수 없는 반전과 역전극이 연출되며 치열한 경기가 흥미롭게 펼쳐진다.

참가국 그리고 팀 코리아 2012년 10월 현재, 아메리카 컵 월드 시리즈에 참가하는 팀은 총 11개. Oracle Team USA Spithill, Luna Rossa Piranha(이탈리아), Energy Team(프랑스), Luna Rossa Swordfish(이탈리아), Artemis Racing White(노르웨이), Emirates Team New Zealand, Oracle Team USA Coutts, J. P. Morgan Bar(영국), China Team 등이 그들. 그리고 이 여정 속에 당당히 대한민국을 대표하는 레이싱 팀 '팀 코리아'가 있다. 팀 코리아는 김동영 대표를 단장으로, 21세의 최연소

2



3



1 1851년 아메리카 호가 영국 국적의 요트들을 압도적인 차이로 이겨서 시작된 아메리카 컵 대회. 세계에서 가장 오래된 국제 스포츠 대회이자 세계 최고의 해양 스포츠 대회이다.
2 올림피아드 월드컵에 이어 3번째로 높은 직간접 경제 효과를 유발하는 비즈니스 친화적 대회이기도 하다. 세계 최고의 요트 선수들이 최첨단 기술로 제작된 요트를 타고 시합한다. 요트마다 메인 스폰서의 로고가 크게 표시되어 있다.
3 기적적인 팀이라 불리는 팀 코리아. 2011년 8월 처음으로 아메리카 컵 월드 시리즈에 출전했다.

스키퍼인 뉴질랜드 출신의 피터 벌링(Peter Burling) 등 5명의 승무원으로 이루어져 있다. 아직 어리지만 17세에 런던올림픽 레기타에서 은메달을 딴 전력을 자랑하는 피터는 패기와 실력으로 코리아의 '화이트 타이거' 호를 거침없이 이끌고 있다. 다른 팀들은 막강한 메인 스폰서의 후원 아래 위압적인 위용으로 보는 이들을 사로잡지만, 그런 지원 없이도 팀 코리아는 젊고 신신하고 열정적 이기에 이들을 바라보는 시선들도 남다르다. 자국의 무관심과 후원사의 부재라는 큰 핸디캡을 안고서도 현재 중위권을 기록하며 루이 비통 컵에 도전장을 내민 상태. 그들의 경기를 직접 보고 나니 이 도전과 열정이 더 큰 수확으로 이어지리라는 확신이 든다. 비바, 팀 코리아!

루이 비통과 아메리카 컵, 30년간의 여정

루이 비통과 아메리카 컵의 협력은 1983년 브루노 트루블레(Bruno Troublé)의 주도로 시작되었다. 프랑스 팀의 스키퍼로 아메리카 컵에 세 차례 참가한 트루블레는 루이 비통을 대표해 대회를 지키는 '신전의 수호자가 되었다. 그가 떠 올린 스포츠 세계에서 가장 오래 지속되고 가장 성공적인 사례로 30년간 맺은 파트너십의 중요한 순간들.

1851~1982, 신화적인 여정의 탄생 영국에서 개최된 1851년 세계 박람회에 레가타를 선보이면서, 가장 아름다운 영국의 보트를 후에 아메리카 컵을 통해 알리며 자웅을 겨루게 되었다. 빅토리아 여왕은 레가타를 외국인들에게도 개방할 수 있도록 요청했지만 뉴욕에서 온 몇몇 미국인들만이 도전에 응했으며, 이들은 아메리카 호를 타고 14척의 영국 팀을 물리치는 쾌거를 거둔다. 우승 팀원들은 자신들의 보트명을 따서 트로피의 명칭을 아메리카 컵이라고 바꾼다. 이후 트로피를 되찾아오기 위한 24차례에 걸친 영국의 노력에도 불구하고 우승 컵은 미국의 품에 남게 된다. 1970년대 마르셀 비시(Marcel Bich)라는 프랑스인이 나서면서 국제 선발전 도입을 위한 초석이 마련되기 시작한다. 그러나 빅 브랜드를 설립한 이 사업가는 1970년부터 1980년까지 이어진 네 차례의 시도에도 불구하고 본선 진출에 실패하고 만다. 1982년 그는 자신의 보트를 돕직한 스키퍼(선장) 브루노 트루블레에게 맡긴다. "1970년까지 미국인들은 한 번에 한 팀의 도전을 받는 방식으로 오랫동안 우승 행진을 이어갈 수 있었습니다. 당시 도전 팀들 사이에 열리는 예선전을 원칙으로 삼았는데, 이 예선전이 루이 비통 컵이 되었죠. 13년 뒤인 1983년이 되어서야 미국은 1백32년간의 독식을 끝내고 트로피를 넘겨주었습니다."

1983, 루이 비통 컵, 역사의 향로를 바꾸다 1983년이 되자 1980년 프랑스 III 호로 출전하여 예선전에서 우승한 브루노 트루블레의 주장에 따라 루이 비통 컵이 출범한다. 트렁크 제작 업체인 루이 비통의 참여와 지원 덕분에 예선 선발전이 도입되어 우승 팀이 미국 팀을 물리치게 된다. 영광은 1983년 호주 팀에게 돌아갔으며, 호주 팀은 루이 비통 컵을 차지함으로써 1백32년간의 미국 독식을 끝내고 아메리카 컵을 거머쥐게 된 것이다. "미국은 그야말로 침통 그 자체였습니다. 뉴욕 요트 클럽이 아메리카 컵 근처 맨해튼 중심지에 건립되었을 정도였으니까요. 1백32년이나 지켜온 트로피를 호주 사람들에게 넘겨줄 당시 정신적 충격이 얼마나 컸는지 상상이 갈 겁니다."

1987~2007, 골든 에이지 1987년부터 20년 동안 루이 비통 컵은 기존 챔피언에 도전하는 팀을 선발하여 준비하게 하는 중요한 레가타 아메리카 컵의 결과를 가능하게 하는 척도가 된다. 이 기간 동안 일곱 번 중 네 번이나 루이 비통 컵 우승 팀이 아메리카 컵을 거머쥐었다. 이 같은 방식을 통해 1983년 타이틀 방어에 실패한 미국 팀의 주장이었던 데니스 코너(Dennis Conner)는 루이 비통 컵을 거쳐 아메리카 컵을 다시 미국의 품으로 가져오는 데 성공한다. 이때부터 대회가 프로 시대에 접어들다. 도전 팀이 선발되고 나면 루이 비통은 전 대회 우승 팀에 맞설 준비에 모든 에너지와 노하우를 투자했다. 스포츠 이외의 요소들은 루이 비통에 의해 정확하게 관리되고 조정되었다. "방어보다는 도전하는 분위기로 우열을 다투며 팀들 간의 경쟁이 치열해졌습니다. 더 많은 인력, 심도 있는 연구, 후원금이 투입되면서 아메리카 컵은 미국 대회에서 국제 대회로 탈바꿈하기 시작했습니다." 루이 비통은 전 대회 우승 팀인 스위스의 알링기 팀과 대회 마케팅에 대한 견해 차이로 2007년에는 아메리카 컵 파트너십을 중단한다. 연맹 차원에서 관리하는 다른 주요 국제 대회와는 달리 아메리카 컵 조직은 전 대회 챔피언 팀이 주도권을 가지고 진행한다. 따라서 우승 팀이 바뀌면 곧바로 대회 규정과 마케팅 전략이 변경된다. "지나친 마케팅은 대회의 전반적인 이미지와 정체성을 잃는다는 의미였습니다."

2007, 전환기 2007년부터 2010년까지 2009년 우승 팀인 스위스 팀과 도전 팀 중 하나였던 BMW 오라클 레이싱 간에 법정 다툼이 계속된다. 미국 팀이었던 BMW 오라클 레이싱은 뉴욕에서 승소하고, 이후 미국 팀은 부드러운 소재에서 딱딱한 소재로 돛을 교체하면서 제33회 아메리카 컵을 거머쥔다. 새로운 우승 팀이 방어전을 맞으면서 루이 비통과 아메리카 컵 조직위원회 사이에 대화가 재개된다.

2010, 부활 미래의 도전 팀들을 발굴하고 준비하게 하기 위해 '아메리카 컵 월드 시리즈(America's Cup World Series)'라는 예선전 시리즈가 전 세계적으로 진행된다. "루이 비통은 우리의 가치, 이미지와 메시지를 일관되게 유지할 수 있는 대회의 조직에 목표를 두고 있습니다. 전 대회 챔피언의 목표는 컵을 놓치지 않고 레이싱 세계에서 영광의 자리를 지켜나가는 것입니다. 우리는 오라클 레이싱 팀을 대표하는 미국 팀과 타협점을 찾았고, 우리가 복귀하는 조건이 마련되었죠." **IS**



1경주 중인 요트에서 찍은 사진. 프랑스 보트가 젊은 미국 팀을 따라잡는 모습으로 오슬란드에서 촬영되었다. 2 1854년 파리에서 탄생한 루이 비통은 아메리카 컵과 비슷한 역사를 자랑하며 현재 아메리카 컵과 최초이자 최고의 파트너십을 이루고 있다. 1928년 6월호 한 매거진에 게재되었던 여행 관련 일러스트. 3 1930년대 가스통- 루이 비통이 만들었던 모험 보트 전시 공간. 4 요트 스타일을 추구하는 도시인들을 위해 디자인된 루이 비통 컵 컬렉션. 컬렉션의 각 라인업은 정교한 마감 처리, 편한 움직임, 방수성 등을 고려하여 디자인되었다. 실용적인 디미에 어드벤처 LV 가방, 스포티하고 도시적인 스타일로 가볍고 실용적이다. 5 실용성과 내구성은 루이 비통 컵 컬렉션의 의무에 있어서 중요한 기능이다. 57지 스타일의 재킷을 선보인다. 칼리는 탈착 가능하며, LV 컵 컬렉션의 모든 제품은 방수, 방풍 그리고 극단적인 조건도 이겨낼 수 있도록 디자인되었다. 6 2012년 6월에 선보인 망부르 루이 비통 컵 오토매틱 카운터다운 시계. 루이 비통은 아메리카 컵의 공식 타임키퍼이다. 7 가볍고 유연한 플라스틱 소재의 루이 비통 컵 컬렉션 챌린지 화이트 선글라스.



루이 비통 이브 카셀 회장과의 인터뷰

아메리카 컵에 다시 파트너로 참여하게 된 이유는? 잘 아시다시피 2013년이면 루이 비통과 아메리카 컵의 파트너십이 30주년을 맞이한다. 우리가 처음 요트 레이싱에 동참한 이유는 요트 레이싱이 가장 흥미 있고 격조 높은 스포츠로 보였기 때문이다. 특히 그 역사와 신화가 오늘날까지 전설로 살아 숨 쉬는 세계에서 가장 오래 역사를 자랑하는 스포츠 트로피인 아메리카 컵의 경우에는 더욱 그렇다. 플라머스와 카스키아에서 월드 시리즈가 시작된 이래 그 흥분과 열정을 계속 지켜봐왔으며 첨단 기술, 정확성, 전통, 간접한 경쟁이라는 대회의 가치와 발맞추어 나가고 있다.

오랜 기간 함께해온 파트너이자 대회의 공식 타임키퍼로서 처음으로 아메리카 컵 시계를 제작하는데, 이 같은 방식으로 향후 대화의 관계를 강화해 나가나? 1983년부터 루이 비통은 루이 비통 컵을 통해 아메리카 컵의 예선 대회를 주최해왔다. 이제 새로운 규정에 따라 시간이 그 어느 때보다 중요해진 시점에 이 같은 중요한 역할을 맡아 기쁘다. 우리는 2개의 망부르 레가타 아메리카 컵 시계, 1개의 자동 시계, 1개의 쿼츠로 이루어진 특별한 한정판 크로노그래프 시리즈를 개발했다. 이 컬렉션은 대회의 명성을 기념한다.

세계 제작 분야의 성공이라는 측면에서 볼 때 루이 비통의 목표는 무엇인가? 시계 제작은 루이 비통의 다각화와 개발 과정에서 중요한 역할을 한다. 따라서 2002년부터 우리의 목표는 세계 제작 분야에서 진척하게 인정받는 업체로 자리매김하는 것이었다. 우리는 시계 애호가들이 무엇보다 시계의 독창성, 디자인, 품질을 보고 우리 매장으로 발길을 옮길 수 있도록 가능한 모든 노력을 기울이고 있다. 새로운 분야에 진출할 때마다 우리는 해당 분야를 섭렵하고 개발과 생산 과정을 관리하기 위해 최선을 다한다. 2002년에는 최고의 전문 시계 제작을 위해 스위스의 라 쇼드퐁 공장을 인수했다. 시계 관련 제품 개발을 전문으로 하는 고급 시계 제작 공장 라 파브릭 뒤 령을 최근 인수한 것도 같은 맥락이다. 우리는 세계 개발의 다음 장을 향해 도약하고 있다.



데이브 모조 by 오디오갤러리

네모난 복셀프형 스피커의 고정관념에서 탈피한 신개념 스피커. 소리가 타원형 유닛에서 사방으로 퍼지기 때문에 어떤 위치에 설치하더라도 음악 감상에 무리가 없다. 설치 방식도 자유로워 바닥은 물론이고 책상이나 책상 위, 벽걸이형으로도 설치할 수 있다. 3백만원. 문의 02-516-9081

캐논 EOS M

DSLR 카메라의 성능과 콤팩트 카메라의 휴대성을 갖춘 미러리스 카메라. 캐논 EOS 650D에 사용한 대형 이미지 센서를 장착했다. 여기에 1천8백만 화소의 신형 센서와 새로 개발한 이미지 처리 프로세서가 고화질의 이미지를 완성한다. 1백만원대. 문의 1588-8133



데이브 레이 by 오디오갤러리

의자에 앉아 들을 때 최적의 사운드를 감상할 수 있도록 다소 낮은 높이로 제작했다. 트위터와 우퍼가 함께 장착된 콕스털 스피커이며 사운드 재생 시 나무 마감이 선사하는 특유의 음색과 자역이 풍부한 사운드를 느낄 수 있다. 9백만원. 문의 02-516-9081

소울 바이 루다크리스 SL99BW 이어폰

기존 SL99 이어폰의 블랙&화이트 에디션으로 내놓은 제품. 깨끗하고 섬세한 사운드와 베이스, 보컬의 균형이 뛰어나다. 케이블이 두꺼운 편이라 엉킴과 꼬임이 덜하며 애플 전용 리모콘이 있어 곡 넘김과 볼륨 조절이 가능하다. 19만9천원. 문의 02-717-2161

소니 MDR-XB90EX 이어폰

MDR-XB 시리즈의 고급 모델인 MDR-XB90EX는 기존보다 저음을 증폭시켜 뛰어난 공간감과 저음을 동시에 전달한다. 직경 16mm의 대형 다이내믹 드라이버 유닛을 사용해 폭넓은 음역대를 커버한다. 11만9천원. 문의 1588-0911



Modern Toys

차가운 이미지의 가전과 IT 제품이 삶의 품격을 높여준다. 소리의 감동을 전하는 스피커, 집에서 완벽한 커피를 즐길 수 있는 에스프레소 머신 등 그 종류도 점차 다양해지고 있다. 그중 주목할 만한 최신 전자 제품을 소개한다. photographed by park gun zoo



네스프레소 U

네스프레소의 캡슐 커피 머신 U(유). 터치 인터페이스 기술을 적용, 사용자가 선호하는 커피 양을 기억해 리스레토, 에스프레소, 롱고 등으로 자동 추출해준다. 25초 안에 예열이 가능하며 머신 사용 후 9분이 지나면 자동으로 전원 off 기능을 켜져 있어 에너지 소비율이 적다. 1백80도 회전 가능한 물탱크를 장착해 공간 활용도를 높였으며 총 네 가지 색상으로 선보인다. 24만9천원. 문의 080-734-1111



뱅앤올룹슨 베오플레이 A8

기존 베오사운드 8에 무선 기능을 추가한 스피커. 애플사의 에어플레이 기능이 있어 아이폰과 아이패드를 선으로 연결하지 않아도 재생 가능하다. 실내 공간에 놓인 위치에 따라 사운드 모드를 변환할 수 있으며 총 여섯 가지 색상의 스피커 커버가 있어 선택 가능하다. 1백68만원. 문의 02-518-1380

필립스 센소터치 2D 면도기 시즌 2

기존 제품보다 혁신적인 기술을 집약한 업그레이드 버전이다. 지이로플렉스 2D 시스템을 적용해 움직이는 면도기 헤드 부분이 피부 밀착력을 높여 턱의 굴곡진 부분에 난 수염도 깔끔하게 면도한다. 세이빙 폼과 젤을 사용한 습식 면도도 가능하다. 22만~26만원대. 문의 02-709-1200



소니 콤팩트 프로젝터 VPL-E200

소니에서 30년간 쌓아온 콤팩트 프로젝터 기술을 집약한 제품. 정지 화면에서 자동으로 램프 밝기를 조절하는 오토 램프 디밍 기능과 램프 밝기가 자동으로 조절되는 절전 기능을 적용했다. 여기에 프레젠테이션, 영화, 게임 등 사용 목적에 따라 환경을 선택, 최적화된 이미지를 구현한다. 램프 수명은 7천 시간이다. 1백만원대. 문의 1588-7313
진행 **민상원 에디터 배미진**



카처 로봇 청소기 RC3000

독일의 프리미엄 청소 장비 브랜드 카처의 신제품. 스스로 청소하고 충전하는 것 외에 먼지까지 스스로 비우는 게 특징이다. 특허 기술인 자동 먼지 비움 기능을 적용, 제품 본체에 먼지가 가득 차면 도킹 스테이션(연결 장치)으로 찾아가 먼지를 비운 뒤 다시 청소하므로 2~3개월 간격으로 2L 용량의 먼지 봉투만 교체하면 된다. 소음이 54dB로 낮아 일상생활에 불편함을 주지 않는다. 1백98만원. 문의 02-322-6588



세단이 지켜워진 남자를 위한 자동차

세단만 자동차가 아니다

우리나라에서는 자가용이라고 하면, 앞부분에는 기다란 보닛이 있고 승객이 타는 부분이 볼록 튀어나오다가 뒷부분으로 가면 다시 보닛과 같은 높이로 차체가 폭 꺼지면서 트렁크가 나타나는 세단을 떠올리는 사람이 많다. 아이들에게 자동차를 그리라고 하면 심중팔구가 아니라 거의 100퍼센트 세단을 그린다. 그만큼 우리나라는 세단을 자동차의 기준이라고 생각하는 사람이 많다. 어쩌면 여기에서 '우리나라는'이라는 표현이 나온 것을 의아하게 생각하는 사람들이 많을지도 모른다. "아니, 그럼 다른 나라에서는 자동차라고 하면 트럭을 떠올리나?" 하면서 헛웃음을 터뜨리는 분이 계시지도 모른다. 그러나 실제로 자동차라는 말에 트럭을 떠올리는 나라도 있다. 바로 우리에게 너무나도 익숙하고 친근하게 느껴지는 미국이 그런 나라다. 미국에서 가장 잘 팔리는 자동차는 포드의 F-150 픽업 트럭이다. 이 트럭은 매년 미국에서만 60만 대 가까이 팔리는데, 한 차종만으로 현대자동차 전체 차종의 미국 판매량을 따는 셈이다. 두 번째로 많이 팔리는 차는 쉐보레의 실버라도 트럭으로 약 40만 대가 팔린다. 기아차의 전 차종 연간 판매 대수와 맞먹는 수치다. 이 두 트럭이 매년 미국에서 팔리는 양은 토요타 캠리, 혼다 아코드, 닛산 알티마, 현대 쏘나타 등 우리가 흔히 자동차라고 생각하면 떠올리는 패밀리 세단 네 종류의 판매량을 합친 것보다 많다. 도대체 왜 그렇게 많은 픽업 트럭이 팔리는 것일까?

미국에서 트럭은 자가용의 대명사다. 물론 농부나 자영업자가 짐을 싣거나 뽕기를 배달하기 위해 사용하는 수요도 있지만, 슈트를 입고 도시의 직장으로 출근하는 화이트칼라 직장인들이 픽업 트럭을 자가용으로 사용하는 예가 훨씬 많다. 우리나라에서도 선풍적인 인기를 끌었던 미국 드라마 <CSI 뉴욕>에서 맥 반장은 흰 셔츠에 베타이 차림으로 쉐보레 아발란쉬 픽업 트럭을 운전하고, 한국계 미식축구 선수인 하인즈 위드는 슈퍼볼 MVP로 뽑혔을 때 캐딜락 에스컬레이드 EXT 픽업 트럭을 부상으로 받았다. 미국에서 트럭은 농부나 자영업자만을 위한 차가 아니라 영화배우나 뮤지션, 연봉 수백만달러의 뉴요커들까지 사랑하는 자동차다. 그 이유는 빈 화물칸이 가져다주는 가능성 때문이다. 지붕을 고치거나 애걸에게 세 짐을 만들어주기 위한 도구와 목재를 실을 수도 있고, 오프로드용 모터사이클이나 제트스키를 실을 수도 있으며, 몇 달 치 캠핑용품과 싼고 훌쩍 여행을 떠날 수도 있는 다양한 가능성. 게다가 거대한 픽업 트럭이라면 오토 캠핑용 트레일러나 요트를 끌고 다닐 수도 있다. 꼭 실재로 그렇게 한다는 이야기가 아니라, 마음 내키면 그렇게 할 수 있는 가능성이 남자를 매료시키는 것이다. 신대륙이 발견된 이래 개척자들이 일군 미국은 누구나 모험과 도전을 꿈꾸며 살아가고, 그런 그들에게 세단은 생활의 범세계가 너무 심하게 나는 탈것이다. 연비도 중요하고 승차감도 중요하지만, 그것보다 중요한 게 낭만과 꿈이다.

미국의 남자 고등학생들은 면허를 따면 픽업 트럭을 사기 위해 아르바이트를 하는 경우도 흔하다. 부모님에게 물려받은 일제 소형차를 타면 '면허를 갖 따 어린이' 취급을 받지만, 픽업 트럭을 운전하면 비로소 한 사람 몫을 하는 남자로 인정받기 때문이다. 이 같은 예는 사실 다른 나라에서도 찾아볼 수 있다. 일본에서는 자가용이라고 하면 작은 경차를 주로 떠올린다. 일본의 경차 규격은 우리나라보다 더 작고, 배기량도 660cc로 더 적다. 일본의 좁은 도로와 우리나라에 비해 상대적으로 느린 차량 흐름 속도에서는 그 정도로도 전혀 지장이 없다. 유럽에서는 그보다 조금 큰 1.6~2L급의 해치백을 자동차의 대명사로 여긴다. 해치백이 아니면 왜건 형태의 차를 즐겨 타기 때문에 뒷좌석에서 트렁크로 이어지는 부분이 경사지며 내려오는 세단 형태 뒷모습을 찾아보기란 쉬운 일이 아니다. 해치백이나 왜건은 뒷문이 위로 열리는 것이 특징인데, 트렁크와 승차 공간이 뿔뿔이 이어진 사다리나 낭창고쳐럼 부피가 큰 짐도 실을 수 있는 것이 특징이다. 실용성을 중시하는 일본과 유럽 사람들이 이런 스타일을 좋아하는 이유도 미국 사람들이 픽업 트럭을 좋아하는 이유와 비슷하다. 좀 더 실용적인 공간을 다양하게 활용할 수 있는 가능성 때문이다. 주말 여행을 가거나, 이사를 갈 때도 짐을 싣고 내리기 편하며, 뒤 유리창이 차체 끝에 있기 때문에 좁은 도로에서 주차할 때 뒤쪽 상황을 좀 더 수월하게 판단할 수 있는 것도 이런 차들이 사랑받는 이유 중 하나다.

세단 이외의 자동차들

물론 "이제 세단을 버리고 픽업 트럭을 타시다!" 하는 황당한 주장을 하려는 건 아니다. 단지 자동차=세단이라는 고정관념에서 탈피하기 위한 준비운동으로 다른 나라의 예를 들었을 뿐이다. 우리나라에서 지금까지 일반인이 개인적으로 이용하는 자가용으로서 받아들여져온 차종은 세단과 SUV뿐이었다. 그렇다면 대안으로는 어떤 것들이 있을까? 문이 2개인 쿠페는 스타일리시한 외관과 경쾌한 달리기 성능으로 스포츠카의 대명사처럼 여겨지는 차지만, 우리나라에서는 '문이 2개여서 불편하다는' 너무나도 단순한 이유로 인기를 끌지 못하고 있다. 쿠페는 원래는 문이 2개이기 때문에 멋진 차다. 30평대 아파트에 4인 가족이 살면 평범해 보이지만, 혼자 살면 뽕가 여유로워 보이는 것과 같은 이치다. 거대한 차에 커다란 문을 2개만 달아놓고 혼자, 혹은 가끔 여자 친구와 함께 타기 위해 사용하는 건 자동차라는 물건이 발명된 이래로 주류 귀족들의 특권이자 남자들의 로망이었다. 1백 년 전, 자동차가 아직 가진 자들의 전유물이었을 때는 '쿠페=자동차'였다. 뒷좌석 전용차만 만들 것 같은 롤스로이스 나 벨리올 같은 대형 고급차 메이커들이 다양한 쿠페 모델을 선보이는 것도 그런 이유에서다. 그러나 품위를 중요시하는 우리나라에서는 너무 '노는 사람'처럼 보이기 때문에 세컨드 카를 구입하는 사람들도 꺼리는 일이 많다. 그리고 뒷좌석에 타려면 앞좌석을 접은 후 몸을

PHOTO: SHARON

이제 세단을 버리자는 황당한 주장을 하려는 것이 아니다. SUV건, 쿠페건, 왜건이건 품위 있으면서도 개성이 넘치는 자동차가 있다면 그 누구에게나 매력적이지 않을까? 단정한 슈트 차림이 무난하다는 건 누구나 다 아는 사실이지만 가끔씩 피크트 라벨의 더블 재킷으로 나만의 멋과 개성을 표현하는 것도 나쁘지 않은 것처럼, 자동차야말로 당신을 드러내는 취향이자 스타일이나가.

속이고 들어가야 하기 때문에 불편해지는 사람도 많다. 쿠페의 멋을 잘 이해하는 사람이라도 매번 뒷자리에 사람을 태울 때마다 "차값이 얼마인데 문이 2개뿐이야?" 하는 질문에 "원래는 쿠페야말로 귀족들에게 사랑받던 차고, 혼자 타는 시간이 절대적으로 많기 때문에..." 하는 식의 설명을 하는 것은 매우 귀찮은 일이다. 그다음은 왜건. 원래는 SUV가 인기를 끌기 전 미국의 사커맘 사이에서 각광을 받던 차다. 유럽에서는 지금도 그 실용성과 낭만적인 요소 때문에 인기를 끌고 있다. 그러나 우리나라에서는 영구차 같으면서 꺼리는 사람이 많다. 세단보다 구조적으로 더 비할 수밖에 없기 때문에 몇백만원을 더 주고 "집차 샀느냐"는 소리를 듣고 싶어 하는 사람은 없을 것이다. 비슷한 형태라면 차체가 더 커 보이고, 비포장도로에서도 부담이 적은 SUV를 사는 게 낫지 않는 사람이 많다. 외국에서의 경험 때문에 왜건에 호감을 갖고 있는 사람들도 몇백만원 더 비싸다는 이야기를 들으면 고개를 절레절레 흔드는 일이 많다. 1998년 기아에서 나왔던 크레도스의 왜건형 모델 피크트타운은 국산차인데도 우리나라에서 8백 대도 안 팔렸다. 이후 폭스바겐이 왜건 시장 개척을 꾀하다가 포기했고, 지금은 현대가 유럽 전략 모델인 i40를 출시하고, 볼보와 BMW가 왜건 시장을 개척하고 있다. 라이프스타일을 중시하는 사람들에게 주목을 받고 있긴 하지만, 왜건 열풍이 부는 날이 올 것 같지는 않다.

세단 왕국, 대한민국에서의 대안

그러나 자동차로 개성을 표출할 방법이란 전혀 없이 천편일률적으로 세단을 타는 우리나라 문화에 염증을 느끼는 사람도 사실은 꽤 많았다. 뽕는 것보다는 무난하게 섞여 들어가는 것을 좋아하는 우리나라 사람들의 특성상 조용조용 목소리를 낮추고 있었을 뿐이다. 누군가 지나치게 튀지 않으면서도 개성이 넘치고, 딱딱해 보이지 않으면서도 품위 있어 보이는 차를 만들어준다면 당장이라도 구입하고 싶어 하는 사람들이 여기저기에 많이 있었다. 그 계 증명된 '사건'이 바로 BMW가 2010년 출시한 변종 모델 '그란투리스모'의 대성공이다. 그란투리스모(Gran Turismo)란 '장거리를 빠르고 쾌적하게 달릴 수 있는 대배기량 스포츠카'를 뜻하는 말이다. 철도가 발달하기 이전인 17~18세기에 유럽의 귀족들이 자체들의 시야를 넓혀주기 위해 보내주는 유럽 일주 여행 '그란 투리스모'에서 따온 이름인데, 당시에는 자동차는 물론이고 철도도 없던 시절이다 보니 빠르고 쾌적하게 이동할 수 있는 품질 좋은 마차와 건강하고 지구력 좋은 말 여러 마리가 필요했다. 말 몇 마리가 끄는 마차를 타고 유럽을 얼마나 빨리 돌았는지 귀족들 사이에 화제가 되고 경쟁이 붙으면서 지금껏 '고성능 스포츠카'를 뜻하는 용어로 사용되고 있다. 그러나 BMW의 그란투리스모는 겉보기에는 전형 스포츠카답지 않다. 풍풍하고 거대한 것이 첫인상은 날렵한 말보다는 풍성한 돼지에 가깝다. 그

러다 이 차의 진가는 타보면 비로소 느낄 수 있다. 세단과 SUV의 중간 높이인 차체는 오르내리기 편하고 승차감이 단연 뛰어나다(이 차의 뒷자리는 퍼스트 클래스를 연상케 한다). 왜건처럼 처리한 뒤태 덕분에 많은 짐을 편하게 실을 수 있지만, 지붕 라인은 쿠페의 그것을 따와서 매우 스타일리시하다. 뜯어보면 풍풍하면서도 세련된 것이 마치 클래식 미녀를 보는 듯한 기분이 든다. 세단과 SUV, 쿠페와 왜건을 합친다는 발칙한 시도는 유럽과 미국뿐 아니라 우리나라에서도 대성공을 거뒀고, 특이한 차종임에도 거러에서 쉽게 볼 수 있는 차가 됐다. 세단이 편하고 좋지만, 좀 더 개성적인 차를 원하는 마음도 버릴 수 없는 욕심쟁이들을 위한 차는 이후에 엄청나게 쏟아지기 시작했다. 그중에서도 편리하고 안락한 세단과 날렵하고 스타일리시한 쿠페의 장점만을 결합한 쿠페형 세단은 지금 유행의 중심에 있다. 우선 처음으로 세단과 쿠페의 융합을 시도했던 메르세데스-벤츠의 CLS 클래스는 지난해 모델 체인지기를 거쳐 2세대 모델로 태어났다. 첫 번째 세대는 세단을 쿠페처럼 날렵하게 다듬는 데에만 치중한 나머지 도어와 유리창 면적이 작아 실내가 어둡고 좁게 느껴지는 등의 단점이 있었다. 그러나 2세대는 비례가 좀 더 좋아져서 남성적인 쿠페의 매력과 4개의 도어가 가져다주는 편리함이 잘 융합됐다. B클래스가 지나치게 보수적으로 느껴지지만 메르세데스-벤츠의 삼각별을 포기하기 어려운 사람들을 위한 훌륭한 대안이다.

아우디는 디자인의 선두 주자답게 1970년대의 직선적인 패스트백(현대 포니처럼 뒷부분이 췌기꼴로 떨어지는 스타일)을 새롭게 재해석한 디자인을 A7에서 선보이면서 센세이션을 불러일으켰다. A7은 세단과 쿠페의 이미지를 동시에 풍기면서 실루엣은 마치 클래식한 패스트백처럼 췌기꼴로 처리해 유례없는 독특한 맛을 풍긴다. 콰트로 시스템의 안정적인 주행 감각과 세련된 인테리어가 어우러지면서 패셔니스타들의 관심을 한 몸에 받고 있다. 그란투리스모를 통해 새로운 시대를 연 BMW는 좀 더 날렵한 스타일의 쿠페형 세단인 6 시리즈 그란투리스모로 굳히기에 나섰다. 이 차의 흐르는 듯한 스타일링은 보고 있으면 한숨이 나올 정도로 아름답다. 개인적인 취향 차이가 있겠지만, 문 4개 달린 차 중에서 가장 아름다운 실루엣을 자랑한다고 해도 과언이 아닐 것이다. 쿠페처럼 윈도 프레임이 없기 때문에 문을 열고 내릴 때는 매우 우아해 보이며, 나지막한 차체가 흘러가는 모습을 보면 영락없는 스포츠 쿠페다. 우리는 옷을 고를 때도 유행에 따르면서도 개성을 표출하길 원한다. 스타일에 관심이 있는 사람이라면 작은 액세서리나 다양한 옷을 조화롭게 입는 노하우가 커다란 차이를 낳는다는 걸 알고 있을 것이다. 단정하게 떨어지는 슈트 차림으로도 무난한 평가를 받을 수는 있지만, 피크트 라벨 더블 재킷을 멋지게 소화하면 품격과 센스를 동시에 표출하면서 감각 있는 사람으로 인정받을 수 있다. 세단이 감색 슈트라면, 쿠페형 세단은 피크트 라벨의 더블 재킷이다. 텍시도도 아니니 한 번쯤 시도해봐도 좋지 않을까? **S** | **클** **신동현** (레드) **부연** (검정)



태양의 축복, 론 와인

를 맑고 수려한 계곡들로 수놓인 프랑스 남동부의 론 밸리. 따사로운 햇살의 축복을 유달리 많이 누려온 이 천혜의 와인 산지에서 빛어지는 감칠맛 빼어나고 묵직하며, 강렬한 레드 와인이 요즘 유난히 사랑을 많이 받고 있다. 지난 10여 년에 걸쳐 거의 매해 뛰어난 빈티지를 거두는 행운까지 거머쥔 론 와인의 매력, 충분히 빠져들 만하다.



1, 2 일조량이 많기로 유명한 론 계곡의 와인인 포도 품종에 있어서 북부와 남부에서 다른 뚜렷한 차이를 보인다. 3 남부 론의 대표적인 포도 품종인 그르나슈, 햇볕을 듬뿍 받고 온실효과에 영감을 주는 에르미타주 지역, 중후한 장기 숙성형 와인이 일품이다. 5 2년에 한 번씩 열리는 전문인 대상 와인 박람회 론 와인 디스커버리에서는 블라인드 테이스팅이 진행된다. 6 오크 통에 담겨 숙성되는 와인, 론 계곡은 목직하고 감칠맛 나는 레드 와인으로 유명한데, 장기 숙성형 와인도 꽤 많다. 7, 8 론 북부의 주요 AOC인 콩드르외(Condrieu)와 코트 로티(Côte-Rôtie)의 아름다운 풍경. 9 2012년 상반기 '빌레 뒤 론 와인 아틀리에'에서 선보인 파프리카로 만든 라타투이를 곁들인 그릴 치킨. '한국인이 좋아하는 식재료와 론 와인의 만남'이라는 주제로 마련된 이 와인, 디너에서는 참신한 마리아주의 미학이 돋보였다. © Christophe Grilhé (1, 7, 8 사진)



“40년 전만 해도 론 밸리의 와인은 부르고뉴와 보르도의 레드 와인에 가려져 빛을 발하지 못했다. 그런데 현재 이들 세 곳은 모두 대등한 위치에 올랐으며, 단지 차이점이 있다면 론 밸리가 세 지역 중 가격 대비 최고의 가치를 지니고 있다는 것이다.”

까다로운 뉴욕커들이 출지어 수감 신청을 하게 만든다는 스타 와인 강사 케빈 즈랄리(Kevin Zraly)의 베스트셀러 <와인 바이블(Windows on the World Complete Wine Course)>의 한 대목이다. 이처럼 찬사를 받은 론(Rhône) 와인은 즈랄리의 지적처럼 프랑스 와인을 이끌어온 쌍두마차로 대접받아온 부르고뉴와 보르도의 이름값에 밀려 자국을 제외한 타 지역에서는 '저평가'되어온 게 사실이다. 하지만 요즘은 판세가 좀 달라지고 있다. 실질적으로 지불하는 가격에 비해 보다 품질 좋은 제품을 선호하는 '실속형' 소비자층이 점차 두터워지고 있는 데 따른 영향일까. 2010년부터 프랑스를 제치고 세계 최대 와인 소비국으로 떠오른 미국의 론 와인 수입은 지난 5년간 200% 이상 늘어났다. 아시아 시장에서도 괄목할 만한 성장세를 보이고 있다. 특히 한국은 2011년 한 해 동안 론 와인은 전년 대비 3.5배(hl, 헥토판터 기준)의 수입 증가율을 기록했고, 프랑스 와인(AOC급 기준) 중 2위 자리를 꿰찼다. 시장점유율로 보면 론 와인은 2010년 한 자릿수(7%)에서 2011년엔 15%로 뛰어오르는, 출중한 도약을 뽐낸 것이다. 이러한 상승 곡선을 굳이 부각시키지 않더라도, 원래 프랑스인들이 가장 즐겨 소비하는 와인의 하나라는 론 와인의 진면목은 그 배경을 살짝 들춰보 기만 해도 흥미롭다.

햇살을 가득 머금은 론 계곡이 빛어내는 천혜의 풍미 부르고뉴 지방의 아래쪽, 그러니까 프랑스 남동부에 자리 잡은 론은 이 나라에서 랑그도크 루시옹 다음으로 포도 재배 면적이 넓은 뿐만 아니라 생산량에서도 2위를 차지하고 있는 전통 깊은 와인 산지이다. 리옹(Lyon)과 아비뇽(Avignon) 사이에 흐르는 론 강을 따라 길게 펼쳐져 있는 이 지역의 포도밭은 건조한 기후와 풍부한 일조량 등 와인 재배에 유리한 '알짜' 요소들을 모두 갖추고 있다. 물 맑고 자태 고운 끝까지들이 포진하고 있기에, 론 지역에서 빛는 와인은 발레 뒤 론(Vallée du Rhône, 프랑스어로 '론 계곡'이라는 뜻) 와인으로 불리기도 한다. 론 밸리가 와인 산지로서의 물꼬를 본격적으로 트 것은 지중해와 북유럽을 잇는 통로로 론 강을 이용했던 고대 그리스인들에 이어 로마인들이 포도 재배에 열을 올리기 시작하면서부터. 무려 2천 년여 전의 얘기다. 이어 14세기엔 불안정한 로마 정국을 피해 아비뇽으로 온 교황들의 지원으로 이곳 포도원들이 괄목할 만한 성장을 이룰 수 있었다고 한다. 그 뒤로도 론 와인은 꾸준히 명성을 쌓아왔고, 1937년 '코트 뒤 론 AOC'(AOC 등급은 프랑스 정부가 와인과 농작물의 생산지를 규정하고 품질을 보장하기 위해 만든 원산지 통제 명칭)가 탄생한 것을 계기로 프리미엄 와인으로서의 입지를 구축하게 됐다. 론 와인이라 하면 레드로 통한다. 그도 그럴 것이 론 밸리에서 생산되는 전체 와인 생산량의 90%가량이 레드 와인이다. 굳이 부르고뉴 와인과의 비교하자면 감칠맛이 더 나고 묵직하며 알코올 도수도 높은, 꽤나 강력한 레드다. 이는 유난히 햇볕의 축복으로 강렬한 여름의 열기를 깊숙이 품은



ARTELIER INTER RHÔNE, ESPERANZA VINI

TIP



1 사토 보센 그랑데 레제르 코트 뒤 론 2010(Château Beauchêne, Grande Réserve Côtes du Rhône 2010) 코트 뒤 론에서 3백여 년간 와인을 생산하고 있는 사토 보센 와이너리의 대표 와인 중 하나. 그르나슈(Grenache)를 주종으로 사용하고 시라(Syrah), 생소(Cinsault), 카리낭(Carignan)을 블렌딩한 와인인 스파이시한 향과 부드러운 질감의 조화가 일품이다.

2 도멘 브뤼세레 도메인리우 지공다스 2010(Domaine Brusset Les Hauts de Montmirail Gigondas 2010) 강하고 남성적인 와인인 줄 짜인 구조감이 느껴지는 지공다스 와인. 그르나슈(Grenache), 무르베드르(Mourvèdre), 시라(Syrah)를 블렌딩했다. 짙은 자줏빛 칼라에 풍부한 과일 향과 향신료의 향을 동시에 느낄 수 있고 건조한 타닌과 긴 여운이 인상적이다.

3 이 기갈, 에르미타주 2006(E. Guigal Hermitage 2006) 론 지역의 평가로 손꼽히는 이 기갈에서 생산한 에르미타주. 100% 시라(Syrah)로 만든 북부 론 와인의 매력을 제대로 느끼보기에 좋은 와인이다. 우아한 풍미와 파워풀한 타닌이 특징이며 대부분의 요리, 치즈와 잘 어울린다.

토양 덕분에 풀이된다(햇볕을 많이 받으수록 포도에 당분이 많아지며, 그에 따라 알코올 도수도 높아지기 마련이다). 이러한 맛의 미학을 깨닫은 케빈 즈랄리는 자신의 저서 <와인 바이블>에서 “나는 소믈리에로 일할 때, 양갈비나 필레미뇽의 맛을 돋운 만한, 알코올 도수 높고 그윽한 레드 와인을 추천해달라는 청을 받은 했다. 이럴 때 가장 먼저 추천할 만한 와인은 론 와인”이라고 강조하기도 했다. 그렇다고 해서 비(非) 레드 와인 계열의 품격이 떨어지는 것은 아니다. '타벨(Tavel)'이라고 불리는 로제 와인을 예로 들면 색 같은 분홍이 장밋빛을 띠지만 다른 로제와 달리 대체로 드라이한 맛을 내는데, 나름 상당히 열렬한 애호가들을 거느리고 있다고.

극명하게 다른 색채를 지닌 북부와 남부의 와인 와인의 개성을 좌우하는 요소인 포도 품종을 논하려면, 먼저 남부와 북부의 확연한 차이를 짚고 넘어가야 하는 곳이 론 지역이다. 북쪽의 포도밭은 강가를 따라 솟은 가파른 언덕에 자리 잡고 있으며, 보다 폭넓게 펼쳐진 남쪽의 포도밭은 알프스와 중앙 산악 지대의 지맥까지 뻗어 있다. 북부는 대륙성 기후에 화강암과 편암질의 토양이고, 남부는 론 강을 따라 리옹 쪽으로 향하는 북풍 '미스트랄'이 부는 지중해성 기후와 석회암질의 토양이다. 이 때문에 포도 품종과 와인도 뚜렷한 차이를 보인다. 이는 소비자의 다양한 입맛을 충족시킬 만큼 와인의 스펙트럼이 넓다는 의미도 된다. 북부 론은 '시라(Syrah)의 왕국'으로 통할 만큼 시라를 주종으로 양조한 와인이 압도적인 지역이다. 강변에 좁게 자리한 포도밭의 지리적 특성상 북부 론의 와인 생산량은 많지 않은 편이지만, 최고의 포도밭에서는 보르도의 그랑 크뤼에 비견할 만큼 뛰어난 와인이 탄생한다. 목직한 장기 숙성형 와인을 빛어내는 명산지 에르미타주(Hermitage)와 완숙한 포도로 강력한 와인을 빛어내는 코트 로티(Côte-Rôtie)가 대표적인 예다.

시라의 위세가 절대적인 북부 론과 대조적으로 남부 론은 '블렌딩의 예술'이라 해도 좋을 만큼 다채로운 포도 품종을 거느리고 있다. 전반적으로 지중해성 기후이긴 하지만 북부에 비해 포도밭이 광활하게 펼쳐져 있기 때문에 지역별 기후가 세분화되고, 이에 따라 와인 스타일도 상당히 다양한 편이다. 또 와인 양조에서도 많은 품종을 사용한다. 총 21가지로 프랑스에서 가장 많은 품종을 사용하는 만큼 여러 가지 시도를 향한 가능성이 열려 있는, 잠재력이 풍부한 와인 산지라고 볼 수 있다. 레드 와인은 그르나슈(Grenache), 무르베드르(Mourvèdre), 시라(Syrah), 생소(Cinsault), 화이트 와인은 루산(Roussanne), 마르산(Marsanne), 클레레트(Clairette) 등이 주로 쓰이는 품종이다. 이처럼 각양각색의 매력으로 무장한 론 와인의 매력이 한국 음식과도 잘 맞아떨어진다는 평가는 새삼스러운 얘기는 아니다. 하지만 오랜 전통에 바탕을 둔 고전적인 기품을 간직하고 있으면서도 블렌딩에 따른 자유분방한 멋까지 갖춘 론 와인의 급부상은 이러한 마리아주의 미학에 공감하는 국내 애호가들이 훨씬 더 많아졌음을 말해주는 것 이리라.

한식과 절묘한 궁합을 이루는 고전적이고도 자유분방한 매력

인터론(INTER RHÔNE, 론와인생산자협회)에서 2008년부터 개최해온 '발레 뒤 론 와인 아틀리에'는 한식을 위시한 다양한 음식과의 마리아주를 통해 행복담 밥상을 탐색한다는 맥락에서 호응을 얻고 있는 식도락 캠페인이다. '음식과 와인'이라는 자칫 진부할 수 있는 주제를 독특한 시각으로 참신하게 풀어내기 위한 지속적인 노력이 돋보인다는 평가다. 지난 상반기 '한국인이 좋아하는 식재료와 론 와인의 만남'이라는 주제로 청양고추, 마늘, 미나리, 한우 등을 주

재료로 활용한 요리와 함께 매칭한 '론 와인 디너'는 이 같은 도전이 돋보이는 흥미 만점의 정찬이었다. 프렌치 레스토랑 라빌드팡에서 마련된 이 와인 디너엔 친화력이 강한 가벼운 느낌의 레드 와인인 오르가 병투와 조리조, 청양고추 등으로 간을 한 모시조개 요리의 만남으로 시작했다. 남성적인 느낌이 강한 남부 론의 와인 지공다스의 스파이시한 느낌이 마늘 특유의 강한 향을 씻어주는 듯한, 마늘 껍데를 곁들인 송아지 채장 요리, 상큼한 파프리카 향이 스며들어 있는 라타투이를 곁들인 닭고기와 시라의 개성을 잘 반영하면서도 무겁지 않은 크로즈 에르미타주의 궁합, 그리고 연근과 우엉 껍데를 더해 자연을 머금은 느낌인 연한 한우 스테이크와 최적의 상태로 숙성된 명품 에르미타주의 기막힌 조화가 인상적이었던 마지막 코스 요리까지, 그야말로 오감을 일깨운 신선한 마리아주의 향연이었다.

론 와인과 한국 음식의 어우러짐에 특별히 공을 들여온 인터론의 올리비에 르그랑(Olivier Legrand) 마케팅 총괄이 사는 “한식에는 자연의 풍미를 풍부하게 느낄 수 있는 재료가 많으므로 와인과 좋은 만남을 이룰 거라는 생각을 했다”고 말했다. 한식 마니아로 알려진 그는 “론 와인은 셀러드처럼 간단한 음식이나 순대와 족발 등 일상적인 음식과도 조화를 잘 이루지요. 와인 때문에 한식 재료의 가치가 더욱 잘 발휘될 수 있다고 봅니다”라며 한식과 론 와인의 하모니가 지닌 무궁무진한 잠재력을 거듭 강조했다. 사실 개인의 입맛에 따라 주관적일 수밖에 없으므로 와인과의 음식의 결합에는 정답이 따로 존재하지는 않는다. 물론 각각의 특성이 지어내는 맛의 조화가 때로 감탄이 절로 나올 만큼 식생활을 행복하게 해주기도 하지만 말이다. 최근 국내에서 눈여겨볼 만한 발레 뒤 론의 인기는 단지 마리아주의 장점뿐만 아니라 와인을 마시는 즐거움을 빠르고 쉽게 느낄 수 있게 하는 론 와인의 특성과 한국 시장의 역동성이 잘 맞아떨어진 데 따른 결과라고 보는 의견도 있다. 제7회 한국 소믈리에 대회 1위 수상자인 고효석 소믈리에에는 “론 와인은 한국인들의 성향이나 식생활과 잘 맞고 가격 대비 접근성이 좋다. 최근 몇 년 사이에 이기탈, Guigal, 엠 샤푸티에(M. Chapoutier) 등 론을 대표하는 와인들이 한국에서 큰 호응을 얻으며 성장했다”고 말했다.

유달리 축복받은 빈티지가 주는 풍성한 기대감

더구나 최근 론 와인의 빈티지는 축복 그 자체이므로 기대감이 무색해질 만한 여지도 별로 없어 보인다. 지난 10여 년간 론 지역, 특히 남부 지역의 발레 뒤 론 와인은 거의 매해 뛰어난 빈티지를 누려오는 행운을 거머쥐었다. 그렇다면 가장 '갯뽕' 2011년 빈티지는 어떨까? 전문가들은 론 와인의 자유분방함을 고스란히 느낄 수 있는 스타일을 맛볼 수 있을 것이란 의견을 내놓았다. 지난해 론 지역은 '여름 같은 봄 날씨와 봄 같은 여름 날씨' 등 이변적인 요소들이 계속된 기후를 맞이했고, 가을에 이르러서 매우 이상적인 날씨를 거쳤다. 포도밭들이 최적의 상태로 영그는 마지막 순간까지 기다려 수확하는 등 생산자들이 저마다의 노하우를 적용해 빛어낸 2011년 빈티지는 와인 메이커들 각자의 개성이 확연히 드러날 가능성이 높다는 것이다. 첫 테이스팅 이래, 북부 론의 시라는 섬세한 풍미에 균형이 잘 잡힌 훌륭한 빈티지가, 남부 론은 풍부한 과일 아로마에 뛰어난 보디감이 더해져 장기 보관의 잠재력을 기대해볼 만한 빈티지가 예상된다는 평가가 나왔다고도 한다. 인터론의 필리프 펠라통(Philippe Pellaton) 부회장은 “코트 뒤 론 2011년 빈티지는 잘 익은 과일 향, 신선도와 부드러운 타닌을 지니 누구나 쉽게 마실 수 있는 와인이다”라는 의견을 전했다. 론 계곡을 누빈 뒤 '해마다 빈티지를 거듭하면서 포도 송이들은 토양이 지닌 풍미를 묘사한다'고 한 어느 작가의 율조처럼 론 와인은 속살을 드러낼수록 보여줄 게 더 많은 듯하다. **SK 글 고성연** **도움말 안미영** (와인 전문가)



1953 Made in Italy

내년이면 출시 60주년을 맞는 홀스빗 로퍼는 1950년대 이탈리아의 럭셔리한 감성과 클래식함을 대변하는 구찌의 시그너처 아이템이다. 아카이브 사진 속 홀스빗 로퍼를 신은 셀러브리티의 모습은 몇십 년이 지난 지금까지도 우아하고 세련된 빛을 발한다. 은근한 멋을 드러내는 영원한 클래식 아이콘, 홀스빗 로퍼 컬렉션을 소개한다.



1 홀스빗 로퍼를 사용한 영화 배우 알렉스 블룸과 에베루 로미 슈나이더. 2 1990년의 구찌 홀스빗 로퍼 광고 비주얼. 3 1980년 영화 <크라이머 vs. 크라이머>에서 홀스빗 로퍼를 착용한 Dustin Hoffman. 4 선명한 블루 컬러가 돋보이는 홀스빗 로퍼를 매치한 0 헬리컨 로열메탈리자 기갑가라모 알칸(Lapo Elkann). 5 2012 크루즈 컬렉션에서 선보인 스타드 장식의 홀스빗 로퍼.



구찌의 상징적 마크, 홀스빗
 브랜드를 대표하는 시그너처 아이콘은 오랜 역사와 함께 세월이 흘러도 변치 않는 가치로 지속적인 사랑을 받는다. 이는 브랜드의 아이덴티티를 대변하고 아카이브를 형성하는데 중요한 역할을 한다. 90년의 오랜 역사를 지닌 이탈리아 명품 하우스 구찌에는 그들의 헤리티지이자 브랜드를 상징하는 마크인 '홀스빗(Horsebit)' 장식이 있다. 승마용 의상과 도구에서 영감을 얻어 디자인한 2개의 링과 빗장 모양이 특징인 홀스빗은 구찌 고유의 전통과 현대적 감각의 조화를 이끌어내는 아이콘으로서 끊임없는 창의성의 원천이 되어왔다. 이는 창립자 구찌오 구찌(Guccio Gucci)가 1953년 레디 스티치 핸드백에 처음 적용된 낫쇠 소재의 말 재갈 모양으로부터 시작해 그 후 다양한 사이즈와 디자인으로 가방, 구두, 의류에 적용되었고 구찌 하이 주얼리의 디테일로 사용되는 등 다양한 제품들에 활용되며 구찌 역사 속에서 오랜 시간을 함께해왔다.

영원한 클래식 아이콘, 홀스빗 로퍼
 홀스빗 디테일은 시간을 초월해 사랑받고 있는 구찌의 시그너처 아이템인 클래식 로퍼에도 가장 중요한 부분이다. 말



아르데코, 하이 주얼리로 피어나다



프랑스, 그중에서도 파리는 주얼리의 수도다. 수백 년 전부터 프랑스에서 유행하기 시작한 예술의 진조는 그림과 음악을 넘어 주얼리와 의복에까지 영향을 미쳤다. 방돔광장 22번지에서 시작한 반클리프 아펠이 파리를 대표하는 미술관인 장식미술관에서 지난 1백 년의 역사를 기념하는 전시를 개최했다.



1미려적인 콘셉트의 전시회 인테리아는 세계적인 건축가 페터릭 주앙과 산티아 무부가 맡았다. 2전사회 오프닝에 참석한 칼라가펠트. 3미스터리 세팅 기법으로 완성한 크리스탈링 클립. 4 1939년에 선보인 반클리프 아펠 루도 헤스콘 브레이슬릿. 5 1951년 작품인 지퍼 네크리스.
 법으로 지리 잡은 미스터리 세팅 (mysterious technique)을 발명하고 특허를 취득해, 모두를 놀라게 했다. 미스터리 세팅은 스톤을 지지해주는 틀 (발물임)이 전혀 보이지 않는 독창적인 세팅 기술로, 주얼리 고유의 빛을 더욱 돋보이게 하는 효과가 있다. 이번 전시에서는 미스터리 세팅 기법으로 제작된 보물링, 피오니 클립, 크리스탈링 클립 등을 만나볼 수 있다. 제2차 세계 대전 이후인 1951년, 반클리프 아펠의 2세대인 로드 아펠과 지프 아펠은 메종 최고의 마스터피서라 할 수 있는 지퍼 네크리스를 완성했다. 원저 공작 부인의 주문으로 디자인한 지퍼 네크리스는 1939년 특허를 취득해 플레티넬 소재의 네크리스로 디자인했다. 지퍼를 단양된 브레이슬릿으로 변형해 착용할 수 있는 이 독특한 디자인은 반클리프 아펠의 유서 깊은 역사와 장인 정신을 기리는 아이코닉한 예술 작품으로, 이번 전시의 메인 작품이기도 하다. 환할한 작품과 전설 같은 이야기로 가득한 이번 전시는 주얼리 브랜드의 가장 중요한 가치인 최상의 원석, 독창적인 창의성, 타협이 불가능한 완벽함의 기준은 물론 가장 기법이 되는 장인 정신까지 확실하게 느낄 수 있는 전시다. 반클리프 아펠의 이번 전시는 2013년 2월 10일까지 피리 장식미술관에서 만나볼 수 있다. 에디터 배미진

The Power of Britain

영국의 대표적인 브랜드 버버리에서 새로운 시계 컬렉션 '더 브리튼(The Britain)'을 선보였다. 영국의 엄격한 전통과 버버리의 클래식하면서도 모던한 디자인, 그리고 정교한 기술력이 더해진 이 새로운 타임피스는 기대 그 이상으로, 버버리의 혁신과 진화를 느끼기에 충분하다.

'브리튼'은 풍부한 영국의 전통과 유산, 그 모든 영감을 반영한 컬렉션이다. 오랜 기간 동안 조심스럽게 진행해온 프로 젝트로, 전통과 모던의 균형, 장인 정신을 바탕으로 한 혁신적인 디자인, 세월이 흘러도 변하지 않는 명성과 품격까지 모두 갖추었다. 우리가 처음 브리튼 컬렉션 프로젝트를 시작했을 때, 버버리의 가장 아이코닉한 존재인 트랜치코트의 디자인과 장인 정신을 바탕으로 한 타임피스를 만들고 싶었다. 브리튼 컬렉션은 우리의 전통과 모더니즘 그리고 혁신의 가치를 담은 디자인이 어우러져 우아하면서도 편안한 시계로 탄생했다. - 크리스토퍼 베일리(버버리 크리에이티브 총괄 책임자)

버버리의 상징적인 존재, 크리스토퍼 베일리가 또 하나의 멋진 프로젝트를 완성시켰다. 더욱 업그레이드된 시계 컬렉션, 더 브리튼은 그가 위에 언급한 대로, 버버리 트랜치

코트의 명성과 그 클래식한 감각을 그대로 이어받아 버버리를 사랑하는 모든 이들의 주목을 받고 있다. 버버리 트랜치코트와 이 시계의 상관관계는 컬렉션을 직접 보기 전까지는 그 누구도 상상하기 어려웠을 것이다. 그 누구에게나 사랑받지만 더불어 시대를 초월한 특별함을 갖추고 있으며, 클래식함을 잃지 않으면서도 감각적인 멋이 돋보이는 브리튼 컬렉션 시계는 부드러운 곡선의 팔각형 케이스를 기본으로 한다. 그리고 깊고 은은한 트랜치 컬러의 다이얼, 역시 트랜치 코트에서 영감을 받은 강인한 크기의 4개의 볼트와 D링 등이 브리튼 컬렉션의 디자인을 규정하고 있다. 버버리의 상징인 트랜치코트의 영혼과 브랜드의 정통성 그리고 견고하고 섬세한 장인 정신까지 엿볼 수 있는 디자인이다. 전문가들은 '그야말로 시대를 초월하는 디자인'이라고 평하고 있다. 그 밖에 충격이나 긁힘을 방지하고 오토매틱 무브먼트의 움직임을 볼 수 있는 투명한 사파이어 크리스탈 백케이스, 유니

크한 제네바 스트라이프가 각인된 오토매틱 무브먼트, 다이얼에 정교하게 새긴 버버리 로고와 2중 구조의 페이스 디자인 등은 브리튼 컬렉션이 매우 숙련된 장인에 의해 셀 수 없이 많은 단계를 거쳐 제작된 디테일의 정수임을 느끼게 해준다. 또 트랜치 컬러의 고급스러운 악어가죽 스트랩, 브

리싱과 폴리싱 처리의 적절한 조화가 돋보이는 스테인리스 스틸 브레이슬릿, 고무 처리된 독특한 질감의 악어가죽 스트랩 등도 브랜드가 지닌 고유의 럭셔리함으로 시계를 더욱 완성도 있게 만든다. 퀴즈는 물론, 파워 리저브 오토매틱, 크로노그래프 등의 하이 퀄리티 고기능성 라인으로 선보이며, 여성을 사로잡는 화려한 주얼 장식의 워치도 눈길을 끈다. 우아하지만 강렬한 이미지의 흑백으로 선보이는 브리튼 컬렉션의 광고 캠페인 역시 눈길을 끄는데, 이 캠페인은 버버리가 추구하는 많은 것들을 담고 있다. 영국의 유명 뮤지션인 릭 프라이어, 배우 가브리엘라 와인드, 아트 딜러인 헤리 스크립트야가 주인공으로 등장하는 이 캠페인은 버버리의 트랜치코트에서 영감을 받은 브리튼 컬렉션의 가치를 흑백 효과를 통해 세월을 초월하는 가치로 재해석한 것.

"그들은 광고에서 똑같은 시계와 트랜치코트를 착용하고 있지만, 전혀 다른 분위기와 라이프스타일을 추구한다. 이것이 바로 브리튼을 통해 우리가 추구하는, 시간을 초월하는 가치이다." - 크리스토퍼 베일리
 시계가 우리의 일상생활에서 절대 간과할 수 없을 만큼 큰 비중을 차지하는 요즘, 새로운 시계 컬렉션은 늘 우리의 관심과 눈길을 사로잡는다. 기능과 디자인은 물론, 브랜드의 히스토리나 상징적인 의미까지 지닌, 이야기가 가득한 버버리의 '더 브리튼'은 그 자체만으로 존재감이 돋보인다. 버버리의 트랜치코트가 그랬던 것처럼, 이 새로운 컬렉션에 우리가 더욱 관심을 갖게 되는 이유이다. 문의 02-3485-6583



1BBY1201, 오토매틱, 40시간 파워리저브, 엔터프라이즈 영국의 포켓 워치에서 영감을 받은 유연한 곡선의 케이스 백 디자인, 브리튼 차리핀 샷비 스테인리스 스틸 분침, 시침, 다크 브라운 컬러의 도출한 악어가죽 스트랩, 지름 43mm, 57립 방수(160피트/50미터) 2 BBY1203, 오토매틱, 스무스 메이트 수동 와인딩 메카니컬 3-hand 무브먼트, 무브먼트의 움직임을 볼 수 있는 투명한 크리스탈 사파이어 글라스를 사용, 브리튼 차리핀 샷비 스테인리스 스틸 분침, 시침, H형의 스테인리스 스틸 브레이슬릿, 브리튼 차리핀 링크와 폴리싱 처리된 링크의 콜베이션, 지름 43mm, 3 크로노그래프 BBY1103, 블랙 IP 도금으로 마감 처리된 스테인리스 스틸 볼트, 리크와 베젤을 완벽하게 조여준다. 고무 처리된 메트 블랙 컬러의 악어 가죽 스트랩, 57립 방수(160피트/50미터) 4 퀴즈 BBY1400, 원다 703 스무스 메이트 퀴즈 3핸드 무브먼트, 1백24개의 다이아몬드(1.1mm, full cut, VS G-H colour, 0.69 carats), 트랜치 컬러의 투톤 스티치가 된 도출한 메트 가죽 스트랩, 지름 38mm, 5 파워 리저브 오토매틱(BBY1000, 스무스 메이트 수동 와인딩 메카니컬 3-hand 무브먼트, 40시간 파워 리저브, 인피넬록 충격 보호 시스템, 57립 방수(160피트/50미터).

Take Shape

남자에게 안경은 헤어스타일만큼이나 중요한 의미를 갖는다.
레트로 무드가 느껴지는 동그란 프레임을 비롯해 시크함을 배가시키는
블랙 핑테, 가볍고 착용감이 좋으면서 트렌디해 보이는 티타늄 소재 등
지금 가장 사랑받는 안경 스타일을 모아봤다.

photographed by yum jung hoon



(오른쪽 위부터 차례대로) 과하지 않은 레오파드 무늬가 멋스러운 사각 프레임 안경. 노란 기가 도는 안색을 정돈해주는 효과가 있다. 40만원대 **지방시 by 다리 F&S**. 모던한 블랙 컬러와 디자인의 반 무테 안경은 지적 이미지를 완성해줄 뿐만 아니라 이목구비를 한층 또렷하게 만든다. 30만원대. **BCD by BCD 코리아**. 젊고 활기찬 느낌을 주는 브라운과 옐로의 투톤 컬러 안경. 은근한 결 무늬의 프레임으로 한층 고급스러워 보인다. 10만원대 **올프강프록테 by 옵티컬 W**. 가볍고 착용감이 좋은 소재로 잘 알려진 티타늄 소재의 블루 컬러 안경. 블랙 수트에 연출하면 트렌디하면서도 이지적인 룩을 완성할 수 있다. 19만5천원. **트리티 by 프로덕트 서울**. 존 레논이 즐겨 썼을 법한 레트로 무드가 느껴지는 투명 소재의 원형 프레임 안경. 자신만의 시그니처 룩을 완성하고 싶다면 시도해봐도 좋을 듯. 40만원대 **랄프라렌 by 룩스타카 코리아**. 얼굴형과 나이, 스타일을 막론하고 두루 어울릴 뿐만 아니라 모던함을 배가시키는 블랙 핑테 안경. 이번 시즌 질 샌더를 비롯해 돌체앤가버나 등 런웨이에 가장 많이 등장한 디자인이기도 하다. 40만원대 **프라다 by 룩스타카 코리아**. 각진 프레임이 미래적이면서도 독특한 느낌을 주는 브라운 컬러 안경. 휘거나 잘 부러지지 않는 아세테이트 소재를 사용했다. 30만원대 **키오 아미토 by DK**. 다리 부분에 포인트 컬러를 더한 얇은 메탈 프레임 안경. 깔끔하고 정돈된 옷차림을 선호하는 이들에게 추천한다. 19만5천원 **트리티 by 프로덕트 서울**. 에디터 **이예진**

BCD 코리아 02-543-6335 룩스타카 코리아 02-501-4436
DK 02-717-3990 다리 F&S 02-546-7764
옵티컬 W 02-514-4343 프로덕트 서울 02-790-0797

브리오니 벨벳 재킷 브리오니에서 2012 F/W 시즌을 맞아 벨벳 재킷을 선보인다. 코트 벨벳 소재의 고급스러운 광택과 우아함을 극대화한 아이템으로, 보온성이 뛰어나 환절기부터 겨울까지 활용할 수 있다. 네이비와 다크 베이지 2가지 컬러로 출시하며, 벨벳 재킷은 하얗트와 신라 호텔을 비롯해 갤러리백화점, 신세계백화점 본점에서 만날 수 있다. 문의 02-3274-6483

에르메네제일도 제냐 하이퍼포먼스 워치 에르메네제일도 제냐는 자라드 페르고와 협업해 2012 F/W '하이퍼포먼스 워치'를 출시한다. 블랙 세라믹 소재 보드에 가죽성이 뛰어난 인텍스가 돋보이는 하이퍼포먼스 크로노그래프와 최대 수심 1천 피트까지 수압을 견디는 '하이퍼포먼스 다이버' 2가지 모델을 구성했다. '하이퍼포먼스 다이버'는 블랙 알루미늄 회전식 베젤로 스포티한 감각을 더한 것이 특징이다. 문의 02-2016-5325

버버리 오차드 백 버버리의 2012 F/W 런웨이에 등장한 오차드 백이 송아지가죽 소재로 새롭게 선보인다. 빈티지 라지 백에서 영감을 받아 육각형의 부드러운 형태와 볼드한 지퍼 장식을 특징으로 하며, 다양한 소재와 컬러, 동물을 모티브로 한 장식 등으로 구성해 선택의 폭을 넓혔다. 시라 제사카 파카가든 모습이 포착되어 화제가 되기도 했다. 문의 02-3485-6583

니나리치 맨 스퀘어 백팩 니나리치 맨에서 악어와 소가죽 소재의 2가지 스퀘어 백팩을 선보인다. 악어가죽을 엠보 처리한 디자인은 클래식하면서도 포말한 룩에 제격이며, 소가죽과 나일론을 믹스한 백팩은 캐주얼하면서도 모던한 느낌을 선사한다. 가방 전면의 아웃포켓을 비롯해 내부에는 노트북 전용 포켓이 있어 편리한 수납과 실용성을 자랑한다. 문의 070-7130-2949

투미 2012 F/W 알파 브라보 트라비스 백팩 투미에서 2012 F/W 시즌을 맞아 알파 브라보 컬렉션의 '트라비스 백팩'을 선보인다. 가방 전면의 지퍼 장식과 손잡이가 눈에 띄는 독특한 디자인으로, 손잡이를 들어 열 수 있는 새로운 방식을 적용했다. 가방 뒤편에는 소지품과 IT용품을 넣을 수 있는 별도의 수납공간이 마련되어 있어 안전하게 보관할 수 있다. 그레이와 블랙 2가지 컬러로 구성했다. 문의 02-546-8864

키톤 나폴리탄 스카프 키톤에서 가을을 위한 액세서

리로 나폴리탄 스카프를 제안한다. 가장 섬세하고 부드러운 실크와 캐시미어 소재에 페이즐리, 체크 등 다양한 프린트를 접목해 베이직한 옷차림에 활기를 불어넣기에 제격이다. 문의 02-542-9953

랄프로렌 리키 백 랄프로렌의 리키 백은 클래식한 디자인과 고급 소재로 사랑받는 브랜드의 아이코닉한 제품이다. 서울 플래그십 스토어에서는 얼리게이터 소재의 메이드 투오더 서비스를 제공하는데, 자신의 취향에 맞게 사이즈, 가죽 컬러, 라이닝 등을 선택할 수 있다. 여기에 원하는 이니셜을 새길 수 있어 특별함을 더한다. 문의 02-6004-0133

MCM 레오 MCM에서 2012 F/W 컬렉션의 '레오' 백팩을 제안한다. 브랜드의 아이코닉한 비세토스 패턴 위에 골드 컬러 스티드와 레오파드 프린트를 믹스해 개성 있는 룩을 연출할 수 있다. 수납공간이 넉넉해 실용성을 높였으며, 백팩을 비롯해 쇼퍼 백 등 다양한 디자인으로 선보인다. 문의 080-079-3333

파치오티 4US 안티룸 파치오티의 캐주얼 슈즈 라인 4US에서 남성을 위한 '스니커즈 안티룸' 라인을 출시한다. 친환경적인 펠레 소재는 무게가 가볍고 착화감이 뛰어나 오래 신어도 발이 아프거나 불편하지 않다. 로 톱과 하이 톱 2가지 디자인으로 선보이며, 메탈릭한 광택이 느껴지는 버건디·우드 그린·그레이 컬러로 구성했다. 문의 02-545-8757

FASHION



브리오니

에르메네제일도 제냐

버버리

니나리치 맨

투미

랄프로렌

MCM

파치오티

키톤

SHOWROOM



브레게



JEWELRY

반클리프 아펠

파르미자니아



파르미자니아

반클리프 아펠 공방 레노베이션 파리 방돔광장에 위치한 반클리프 아펠 공방이 레노베이션 작업을 마쳤다. 이를 통해 주얼러, 세팅 장인, 연마 장인 등 다양한 전문 기술이 총동원된 주얼리 메이킹 작업과 능부신 하이 주얼리 작품이 펼쳐지는 공간으로 재탄생했다. 문의 02-3440-5660

브레게 3661BB 브레게에서 헤리티지 컬렉션 '3661BB'를 선보인다. 셀프 와인딩 무브먼트를 장착한 오토매틱 워치 3661BB는 화이트 골드 토포형 케이스와 블랙 가죽 스트랩의 매치로 세련된 멋이 느껴진다. 실버 골드 다이얼에 각인되어 있는 웨이브 패턴의 기묘한 문양과 케이스에 세팅되어 있는 56개의 다이아몬드를 통해 정교한 기술력을 엿볼 수 있다. 문의 02-3438-6218

파르미자니아 신세계 강남점 파르미자니가 새로운 컨셉트의 스튜디오형 부티크를 신세계 강남점에 오픈했다. 무사리비 컨셉트를 적용한 월 데코레이션으로 고급스러운 공간을 연출했으며, 2012년 신제품 '톤다 1950'의 대형 이미지를 통해 하이 컴플리케이션 워치의 면모를 드러냈다. 시계를 구입하는 고객에 한해 스위스에서 생산한 스위스 큐빅 와인더를 증정하는 프로모션을 진행한다. 문의 02-3479-1986

로얄 샬루트 다이아몬드 주빌리 리미티드 에디션 로얄 샬루트가 엘리자베스 2세 영국 여왕의 즉위 60주년을 기념하는 '로얄 샬루트 다이아몬드 주빌리 리미티드 에디션'을 출시했다. 최소 21년 이상 숙성된 원액을 엄선해 세심하게 블렌딩한 위스키는 짙고 푸른 빛깔의 도자기 병에 담아 왕실의 품격과 위엄을 그대로 드러낸다. 보틀의 우아한 광택을 더욱 잘 보이게 하기 위한 전용 디스플레이 박스를 함께 구성했다. 문의 02-549-3022



로얄 샬루트

LIVING

아모레퍼시픽 맨 스튜디오 젤 마스크 아모레퍼시픽의 그루밍 브랜드 맨 스튜디오에서 '젤 마스크'를 출시한다. 북분자 추출물이 지친 피부에 활력을 불어넣는 인티에이징 젤 마스크와 알로에, 매실 추출물이 외부 환경에서 자극받은 피부를 진정시키는 '수딩 젤 마스크' 2가지로 구성했다. 파라벤, 알코올, 인공색소를 함유하지 않아 민감한 피부에도 안심하고 사용할 수 있다. 문의 080-023-5454

SK-II MEN 페이스 트리트먼트 에센스 대용량 세트 출시 SK-II MEN에서 론칭 1주년을 기념해 페이스 트리트먼트 에센스를 215ml 대용량으로 선보인다. 90% 이상 함유된 피테라™ 원액이 피부결, 탄력, 광채, 표정 라인 등 다양한 피부 고민에 대응해 건강한 피부로 만든다. 11월 한 달간 대용량 구매 시 '모이스처라이징 클렌저' 정품을 한정 수량으로 증정할 예정이다. 문의 080-023-3333



SK-II MEN

BEAUTY

맨 스튜디오