



Escale Time Zone.

LOUIS VUITTON

Style

조선일보

JUNE 2016 vol.142



cartier.co.kr

*Garance necklace, Étourdissant Cartier Haute Joaillerie collection
A creation composed of two exceptional cushion-shaped rubies from Mozambique,
5.27 carats and 5.02 carats respectively, twenty-six round and oval-shaped rubies
from Burma totalling 8.44 carats and brilliant-cut diamonds.*

Cartier

OMEGA



Seamaster
AQUA TERRA LADIES

Ω
OMEGA

청담 부티크 · 신세계 강남점 · 롯데 잠실점 · 현대 무역센터점 · 현대 목동점 · 현대 판교점 · 현대 대구점 · 현대 부산점

Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme since 1906



Zip necklace
transformable into a bracelet,
coloured sapphires and diamonds.



56

14



표지에 등장한 이마지는 세계적인 주얼리 하우스인 카르티에의 에퐁르다쌍 가랑파에 하이 주얼리 컬렉션 중 가랑스(Garance) 네크리스드, 리비에라 해인의 다채로운 컬러 팔레트에서 영감을 받은, 가랑파에의 독창적인 상상력을 다룬 새로운 하이 주얼리 컬렉션. 다이아몬드와 사파이어, 에메랄드, 루비를 비롯해 옐로우 다이아몬드, 가넷, 크리스탈, 이즈 등을 고유의 독특한 방식으로 담았다. 문의 1566-7277



22



10

- 14 **GALERIE PERROTIN IN SEOUL** 세계적인 화랑 페로탱 갤러리 (Galerie Perrotin)의 설립자 엠마누엘 페로탱의 철학.
- 16 **MECHANICAL BEAUTY** 전통적인 가치와 기술적인 정교함에 디자인까지 겸비한 여성용 기계식 워치.
- 18 **HIS FIRST WATCH** 브랜드의 가치, 성능, 가격을 모두 만족시키는, 당신을 위한 첫 번째 워치, 엔트리 컬렉션.
- 20 **SET UP POUCH** 울인원 제품은 물론, 여름철 에센셜 아이템까지. 모든 그루밍 케어를 끝낼 수 있도록 고심해서 골랐다.
- 22 **FAR AND AWAY** 그 어디서든 6월의 뜨거운 태양을 피할 수는 없다. 빅 패션 하우스들의 히트 서머 룩 컬렉션.
- 30 **LEADING LIFESTYLE INNOVATION** BMW가 혁신적 리더들의 이야기를 담은 'Progressive 7' 캠페인을 시작했다.
- 32 **FUTURE LUXURY** 제2회 콘데나스트 럭셔리 컨퍼런스에 〈스타일 조선일보〉가 함께했다.
- 33 **ENDLESS CHALLENGE** 마커스 랭거스 스와로브스키 회장을 만나 크리스탈 스톤의 미래에 대해 물었다.
- 34 **IT HAUTE COUTURE** 갤러리@백화점 명품관 이스트(EAST)에 아시아 최대 단독 부티크를 오픈한 자입버티스타 발리.
- 36 **UNLOCK THE POSSIBILITIES** 1880년대 빈티지 열쇠에서 영감을 받아 탄생한 티파니 키 컬렉션과 여배우 김효진의 조우.
- 42 **THE ART OF TRANSFORMATION** 눈신 하이 주얼리의 향연. 티파니, 뉴욕, 그리고 블루 북 2016.
- 44 **THE ART & SCIENCE OF GEMS** 지난 4월, 싱가포르에서 열린 빈블리프 아메의 특별한 전시회.
- 45 **REFINED OPTICS** 당신의 스타일 자수를 놓여줄 새로운 레인 컬렉션을 소개한다.
- 46 **CULTURE OF PEARL** 사람과 자연이 만들어내는 단 하나의 마스터피스, 타사키의 진주가 태어나는 그 아름다운 여정.
- 48 **BAG TO BACK** 그녀의 뒷모습이 심상치 않다. 데일리 룩에 반전의 재미와 스타일리한 포인트가 되어줄 백팩의 화려한 귀환.
- 50 **MATCH POINT** 울여름, 별다른 메이크업 없이도 얼굴에 포인트를 줄 수 있는 선글라스와 립스틱의 컬러 매치법에 주목하라.
- 51 **THE PEAK OF ENERGY** 강력한 오라를 뽐내는데 돔 페리뇽 P2 1998 빈티지를 소개한다.
- 52 **NEW FACES** 국내 뷰티 브랜드뿐 아니라 글로벌 뷰티 하우스까지 뛰어들며 쿼터 팩트 시대의 제2막이 열렸다.
- 53 **SECRET OF SAHARA** 선인장의 힘을 담은 허슬리의 수분 루틴 케어에 주목한다면 울여름 수분 충전은 문제없다.
- 54 **SUPER PROTECTION** 자외선 차단과 함께 더욱 특별한 기능을 더한 선 케어 제품을 모았다.
- 56 **세기의 거장들과 축제를 만끽하는 방법** 벌써 절반이 훌쩍 지나간 2016년을 보다 흥미롭게 보내게 해줄 축제를 소개한다.

Style 조선일보

Issue.142 June 2016

대표 | 방정오 cbang@chosun.com 이사 | 이석기 stonelee@chosun.com
 편집장 | 김유미 ymkim@chosun.com 피처 디렉터 | 고성연 amazingk@chosun.com
 패션 - 뷰티 디렉터 | 배미진 mijin@chosun.com 에디터 | 권유진 yjkwon@chosun.com
 에디터 | 이지연 easyear@chosun.com 아트 디렉터 | 이은옥 okida0820@naver.com
 교열 | 이정현 어시스턴트 | 김수민 광고 · 마케팅 | 박영하 yhpark@chosun.com
 김준석 adjoons@chosun.com 박승현 shpark@chosun.com 재무 | 이민희 mhlee@chosun.com
 분해 · 재판 | 새빛 그래픽스 인쇄 | 타라티피에스 발행처 (주)스타일조선 서울시 용산구 서빙고로 413
 현대 하이패리는 비즈나스센터 110호 기사 문의 02-793-5330 광고 문의 02-793-5529

매월 첫째 주 수요일에 발행하며 서울 강남구, 서초구, 송파구, 목동, 여의도, 한남동, 동부이촌동, 평창동, 성북동, 경기도 성남 분당구, 부산 해운대구, 수영구, 동래구, 남구, 연제구, 대구 수성구의 조선일보 구독자에게 배달됩니다.
 ※ 3·4·9·10월은 첫째, 셋째 주 수요일에 각주로 두 번 발행됩니다.
 ※ 수요일이 공휴일인 경우 발행일이 변경될 수 있습니다. ※ 스페셜 에디션은 일로 발행됩니다.



stylechosun.com

〈스타일 조선일보〉 홈페이지는 풍성한 선물 이벤트, 실질적인 정보의 리서치 브랜드 갤러리, 품격 있는 라이프스타일을 제안하고 지원하는 다양한 콘텐츠를 준비하고 여러분을 기다리고 있습니다. 또 과월호를 언제 어디서나 온라인으로 구독할 수 있는 'E-magazine'이 여러분과 〈스타일 조선일보〉를 더욱 가깝게 만들어드립니다. 리서치 그 이상의 감각과 품격이 함께하는 〈스타일 조선일보〉 홈페이지, 지금 바로 방문해주세요. stylechosun.com

RICHARD MILLE



CALIBER RM 07-01

서울시 중구 동호로 249, 신라호텔 지하 1층 • 02) 2230 1288

www.richardmille.com

© Didier Gourdon

에스닉한 패턴과 프린트를 더한 리피아 소재 토트백, 23X28cm, 22만9천원대 베르나스.

8월에는 플로어로 이루어진 모든 자매를 앵클 스트랩 액세서리를 준비합니다 by 10 코르소.

멜로 컬러 패턴을 마치 리본 띠를 두른 듯 질레 유니크함을 더한 리피아 햇 가격 미정 플바우어 by 이마벨리아.

플라워 패턴으로 장식한 선글라스 40만원대 플채린기바나 by 루스타카 코리아.

7월엔 리피아 토트백이 토트백이 아니라 1백만엔대 앵클 스트랩 액세서리입니다.

강력한 스트라이프 패턴의 스완수트 18만7천원 엠포리오 아르마니.

상큼한 레몬 모티브가 달린 드림 이어링 99만원 플채린기바나.

리조트 룩에 포인트를 줄 수 있는 꽃 모티브 네크리스 가격 미정 마르니.

보가진 해도 시원한 리피아를 만든 보가진 들링 1백만엔대 앵클 스트랩 액세서리.

고유의 트윈드 패턴을 한층 캐주얼하게 풀어낸 프린팅이 돋보이는 캐리어, 35X45cm, 가격 미정 샤넬.

샤넬의 유창한 스타일링을 이해할, 갈수면 에디션 컬렉션, 아저런 어스톤트 이베링, 갈수면 에디션 컬렉션, 아저런

분홍빛 플라밍고를 콘셉트로 한 로제 샴페인, 750ml, 9만원대 모엣 & 상동.

꽃잎 패턴의 리피아 패치가 달린 카드 지갑 52만원대 로제 비비에.

아자수 염색 연상케 하는 비림(비) 자수를 넣은 일미스 1백79만 원 드리스 반 노트.

중형부터 빅 사이즈까지 세련된 핑클 6만2천원대 스와르코비.

베르나스 02-6905-3635
 이마벨리아 02-6905-3964
 루스타카 코리아 02-501-4436
 10 코르소 02-3018-1010
 엠바르니 02-3479-1537
 엠포리오 아르마니 02-540-1115
 엘본다스타일 블랙 02-6905-3740
 마르니 02-3479-6013
 플채린기바나 02-3444-0077
 에르메스 02-544-7722
 로제 비비에 02-6905-3370
 모엣 & 상동 02-2188-5100
 드리스 반 노트 02-3479-1796
 스와르코비 1661-9060
 샤넬 02-543-8700

for her Selection

바닷바람이 술술 불어오는 해변에 누워 삼매인 한잔! 이 지상 낙원에서의 시간을 더욱 스타일리시하고 아름답게 만들어줄 리조트 웨어 컬렉션. *photographed by yum jung hoon*





interview_ with Emmanuel Perrotin

galerie perrotin in Seoul

단색화 열풍이 뜨겁다지만 여전히 아트 경영에서는 갈 길이 먼 한국 미술계에 여러모로 주목할 만한 '손님'이 찾아왔다. 파리에 본점을 둔 세계적인 회화인 페로탱 갤러리(Galerie Perrotin)가 홍콩, 뉴욕에 이어 지난 4월 말 서울에 갤러리를 연 것이다. 한국을 비롯한 아시아 미술 시장의 잠재력을 꾸준히 눈여겨봤다는 이 갤러리의 설립자 엠마누엘 페로탱은 40대 후반에 불과하지만 이미 아트 딜러이자 경영자로서 자신만의 '브랜드'를 구축한 입지전적인 인물이다. 아트 경영에 대한 그만의 철학을 들어보자.

'Happy Birthday, Galerie Perrotin!'

지난 2013년 가을, 프랑스 북부 도시 릴이 자랑하는 비영리 문화 단체 릴3000은 'Happy Birthday, Galerie Perrotin'이라는 문구를 내세우면서 81명의 내로라하는 글로벌 아티스트를 아우르는 현대미술전을 개최한다고 알렸다. 1989년 파리에서 출발한 세계적인 회화 갤러리 페로탱(Galerie Perrotin)의 탄생 25주년을 기념하는 전시였다. 그동안 페로탱과 인연을 맺어온 아티스트들의 작품을 6,000㎡에 이르는 넓은 공간에 펼쳐놓은 것이다. 일개 상업 회화의 창조적 여정을 공공성이 강한 전시 공간에서 집중 조명할 이유는 무엇일까? 비록 파리가 예술과 문화를 이끄는 글로벌 허브라는 타이틀을 뉴욕에 넘겨줬지만 여전히 국제적인 명성과 안목을 뽐내는 프랑스 갤러리가 존재한다는 자부심이 그 촉매제가 아니었을까 싶다. "본인의 생일 파티를 스스로 마련하는 건 슬픈 일이지요. 그래서 친절하게도 우리를 릴에 초대했을 때 도저히 그 근사한 제안을 뿌리칠 수 없었습니다." 페로탱 갤러리 설립자 엠마누엘 페로탱(Emmanuel Perrotin)은 당시 릴3000의 제안에 이렇게 화답했다. 유머 감각이 넘치고 사교적인지라 유난히 미디어의 주목을 받는 데 익숙한, 그래서 노련한 그다운 대답이다. 엠마누엘 페로탱은 한 세대에 가까운 긴 세월을 아트 딜러로 활약해왔지만 아직 40대 후반이다(1968년생). 열여섯 살에 갤러리에서 조수로 일하기 시작했고, 학교를 중퇴하고는 스포팅 살에 자신의 아파트에 갤러리를 열면서 줄곧 한곳만 보고 달려온 자수성가형 CEO다. 현대미술계의 기린아이이자 가장 몸값이 비싼 작가로 유명한 영국 아티스트 데이미언 허스트의 해외 첫 개인전(1991년)을 개최한 이력을 필두로 그는 거침없이 질주했다. 파리를 기지로 삼아 자신의 이름을 딴 갤러리 페로탱을 국제적으로 도약시킨 그는 2012년 홍콩에 직영 갤러리를 열었고, 이듬해에는 뉴욕에도 진출했다. 그리고 2016년 봄, 서울에 중지를 틀었다. 국립현대미술관, 대림미술관 등 미술관과 갤러리가 밀집한 종로구 팔판동에 터를 잡은 갤러리 페로탱 서울의 아담한 전시 공간에서 그를 만났다.

서울을 네 번째 거점으로 택한 이유, '가능성'

사실 갤러리 페로탱의 한국 진출에 대한 반응은 엇갈렸다. 드디어 서울도 아트 시장에서 국제도시 대접을 받는다며 반기는 반응도 있었지만, 우리의 목소리도 있었다. 진정한 교류를 모색하는 차원이 아니라 그저 막강한 외국 브랜드가 먹잇감을 노리고 한국에 불췌 밀고 들어오는 것 아니냐는 지적이 불거진 것이다. 최근 한국 미술 시장은 단색화 열풍 덕에 활기를 띠고 있다. 하지만 경제 회수와 소수 갤러리만 승승장구할 뿐 업계 전반을 이루는 성장엔 안이라는 시각이 지배적이다. 더구나 글로벌 차원에서는 갈 길이 멀다. 상황이 이렇다 보니 경쟁을 해야 하는 국내 갤러리들 입장에서는 탄탄한 시스템과 네트워크를 갖춘 글로벌 강호에 경계의 날을 세울 만도 하다. 엠마누엘 페로탱은 이런 해석을 거둬달라고 당부했다. "한국 시장을 눈여겨본 건 이미 4~5년이나 됐습니다. 급작스러운 결정은 아닌 거죠. 홍콩에 있는 우리 직원들이 귀땀을 흘렸는데, 그걸 계기로 꾸준히 지켜보다가 단색화 작가들에



사진 제공 Galerie Perrotin



6



10

1, 4, 9 갤러리 페로탱 서울에서 열린 첫 번째 전시(4월 28일~5월 28일)의 주인공은 프랑스 출신 아티스트 로랑 그라스였다. 시간과 공간, 감각과 지성의 개념을 넘나들어 회화, 영상, 조각 등 다양한 매체를 활용하는 작가로 شنا받고자 하며, 도전적인 면서도 미래적인 매력이다. 4번 사진은 작가 본인. 사진 Keith Park © Laurent Grasso / ADAGP, Paris & SACK, Seoul, 2016. 2, 3 서울 종로구 팔판동에 들어선 갤러리 페로탱 서울. 아담한 전시 공간과 더불어 자체 제작한 '에디션 작품과 도록, 서적 등 출판물도 판매한다. 5 로랑 그라스의 작품 'Studies into the Past'. Oil on wood, 28x30cm 6 메인 파리에서 열리는 아트 페어 FIAC 2015에 참가한 갤러리 페로탱의 부스. 7 프랑스 대통령 개인 집무실을 촬영해 권력의 미학적 상층에 대해 담은 로랑 그라스의 신작 영상 'Elysée'. 8 로랑 그라스의 작품 'Studies into the Past'. Oil on oak wood, 21x27x5cm 10 갤러리 페로탱 설립이자 대표 엠마누엘 페로탱. 사진 Karl Lagerfeld



8



9



게도 관심을 갖게 됐고요." 실제로 갤러리 페로탱은 2014년부터 단색화 진영을 이끄는 박서보, 고 정창섭 작가의 개인전을 파리와 뉴욕에서 개최해오고 있다. 이미 한국 갤러리들이 꾸준히 소개해온 페로탱 소속 작가들을 둘러싼 '중복' 이슈도 논쟁거리로 꼽힌다. 그중에는 프랑스 출신 아티스트인 자비에 베이앙(Xavier Veilhan), 장-미셸 오토니엘(Jean-Michel Othoniel)처럼 한국에서 인지도가 꽤 높은 스타 작가도 있다(유명 작가들은 국가나 지역마다 소속 갤러리를 달리하는 경우도 많다). 그는 "지나친 걱정이라며 손사래를 쳤다. "이미 작가들이 잘되고 있는 상황에서 굳이 제가 끼어들 이유는 없어요. 한국 갤러리들이 잘해줬죠. 게다가 페로탱 작가 포트폴리오를 보면 알겠지만 한국에 새롭게 소개할 흥미로운 작가도 많아요. 페로탱에 소속된 작가가 50명 가까이 되는 걸요." 창조적 다양성을 추구하는 아트 딜러답게 그는 자신의 취향이 다분히 '절충적(eclectic)'이라면서 기회가 되면 단색파로 분류되는 거장 말고도 새로운 한국 작가들을 해외 무대에 소개하고 싶다고 덧붙혔다.

대단한 '작가 사랑'을 바탕으로 쌓은 인맥

실제로 페로탱 소속 작가 명단을 훑어보면 꽤나 다채롭고 흥미롭다. 앞서 언급한 베이앙과 오토니엘을 위시해 마우리치오 카텔란(Maurizio Cattelan), 무라카미 다카시(Murakami Takashi), 파올라 피비(Paula Pivi), 헤르만 바스(Herman Bas), JR, 엘름그린 & 드라그셋(Elmgreen & Dragset), 파하드 모시리(Farhad Moshiri) 등 현대미술을 아는 이라면 귀를 쫑긋할 만한 작가들이 눈에 들어온다. 이 중 페로탱이 아시아 작가들에 별 관심이 없던 시기인 1990년대 초 유럽에 알려진 일본 작가 무라카미 다카시와 파격적인 작품 세계로 유명한 이탈리아 행위 예술가이자 조각가 마우리치오 카텔란은 그와 20년 넘게 인연을 지속해오고 있다. 그가 별다른 밀천도 없이 미술계에 뛰어들었을 때부터 다져온 '우정이다. "계게 성공 비결이 무엇인지 묻는 사람이 많은데, 일단은 작가를 최우선으로 하는 자세라고 생각합니다. 돈에 초점을 맞추지 않고 작가들이 원하는 걸 실현하도록 지원하는 거죠. 1990년대에는 제작을 지원하는 갤러리는 거의 없었는데, 저는 좋아하는 아티스트가 있으면 서슴치 않고 행동으로 옮겼어요." 그는 단지 잘 팔린다는 이유로 아티스트를 선택하는 갤러리는 쉽게 잊힌다는 소신을 갖고 있다. 많은 이들이 가치 상승을 기대하고 '투자' 목적으로 작품을 사지만 그런 경우에는 후회로 이어지는 일이 많고, 그저 그 작품이 품고 있는 메시지가 의미가 마음에 들어 산다면 나중에 한숨지을 일이 없다는, 어쩌면 단순한 진리다. '데이미언 허스트나 바스키아의 작품을 몇백, 몇천 달러에 거래하던 시절도 있었어요. 그들의 가치가 그렇게 올라갈 것이라고 누가 짐작이 나 했겠어요. 그저 좋아서 사고파는 거죠." 이처럼 아트에 대한 애정이 유난히 뜨거운 그의

기에 작가들과 스스럼없이 어울리면서 후원자이자 친구가 될 수 있었을 것이다. 일례로 마우리치오 카텔란이 1990년 자신의 사진집 '진정한 토끼, 에로탱(Errotin le Vrai Lapin)'을 만들 때 엠마누엘에게 분홍색 토끼 의상을 입혀 외설적인 동작으로 뛰어달라고 부탁하기도 했는데, 덕분에 그는 아트 딜러가 아니라 '모델'로 전 세계적인 유명세를 타기도 했다. 또 다른 이탈리아 출신 아티스트 파올라 피비가 자신의 사진 작품을 위해 가짜 카푸치노가 담긴 잔 5천 개와 살아 있는 표범이 필요하다고 했을 때도 그는 그저 눈만 깜빡거리고 있지는 않았다.

아트 경영의 정수는 시스템과 창의성

물론 애정과 열정만 쏟는다고 일이 잘될 리는 없다. 더구나 아트 비즈니스는 길으로는 화려하지만 속은 텅 비기 쉬운 '외화내만'형이자 잘되는 곳만 잘되는 '빈익빈 부익부' 성향이 큰 사업이다. 아트 경영의 허허실실을 파헤친 한 경제학자는 전 세계 주요 갤러리를 대상으로 조사한 결과, 수익성 있는 블루칩 작가를 보유한 곳은 소수에 불과해 절반이 넘는 갤러리가 간신히 버티고 있고, 30%는 적자에 허덕이고 있다고 진단하기도 했다. 대부분의 갤러리가 제대로 된 전략과 비즈니스 모델을 갖추지는 커녕 기본적인 조직 관리나 순발력 있는 대응에 취약한 면모를 보이는 등 전반적인 경영 마인드가 현저히 부족하기 때문이다. 엠마누엘 페로탱도 "아트 경영은 6개월만 손을 떼도 망가져버리기 십상인 '까다로운 비즈니스인데도 정착 많은 갤러리들이 경영이라는 단어를 낮춰본다"면서 장기적으로 내다볼 수 있는 전략적 비전부터 고객·작가 관리, 마케팅, PR에 이르기까지 단단한 시스템을 갖추나가야 할 필요성을 강조했다. 그리고 시스템을 잘 가동시키는 데는 무엇보다 '창의성'이 요구된다고 그는 설명한다. 그런 역량은 위기가 닥쳤을 때 드러나는 법. 2008년 미국발 금융 위기가 지구촌을 휩쓸었을 때 그는 창조적인 리더십의 본보기가 됐다. 당시 모든 갤러리가 처참할 정도의 판매 상황에 발발 났었고, 그 역시 6백만달러 규모의 매출이 취소되는 등 위기에 직면했지만 위축되지 않고 투자를 계속했다. 베르사유 궁전을 예술의 무대로 삼은 그자비에 베이앙의 대형 프로젝트도 이 기간에 탄생했다. 또 2009년 스위스에서 열리는 세계 최대 아트 페어인 아트 바젤에서 할라우드 스타인 퍼렐 윌리엄스와 무라카미 다카시의 협업 프로젝트를 발표해 세간의 이목을 끌리게 만드는 기지를 발휘하기도 했다. 이렇듯 역동적이고 창의적인 행보를 보여온 그가 서울 갤러리의 개관전을 장식할 주인공으로 선정된 작가는 프랑스 출신의 작가 로랑 그라스(Laurent Grasso). 시간과 공간의 경계를 넘나드는 독특한 방식으로 초자연적인 현상부터 정치 권력, 집단 공포 같은 다양한 주제를 다루면서 영상, 조각, 회화, 사진 등 다양한 작업을 하는 이 범상치 않은 작가는 아마도 최근 한국에서 전시를 개최한 아티스트들 중 가장 우아하면서도 지적인 호기심을 불러일으키는 작품 세계를 지닌 듯하다. [N]에디터 고연연

(왼쪽 아래부터 시계 방향) 브레이크 미인 컬렉션 8828 다소 남성적인 크로노그래프 기능을 적용했으며 다이아몬드와 여성스러운 다이얼 장식이 우아하고 고급스러운 분위기를 풍기는 워치. 6시 방향에는 스몰 세컨드, 3시와 9시 방향에는 30분과 12시간 토탈리미터를 장착해 기능적으로도 완벽함을 갖추었다. 화이트 라버 스트랩에 골드 케이스, 자개 다이얼의 매력은 화려하면서도 이색적이라 더욱 눈길을 끈다. 4천8백60만원, 문의 02-6905-3571

블랑팡 레이디스 워치 슬림 1956년 세계에서 가장 작은 원형 오토매틱 워치를 선보여 센세이션을 일으킨 레이디스 컬렉션의 누 모넬, 다이아몬드와 루비 세팅, 리그 부빙의 하트 모양 침 장식 등에 화려한 주얼 워치로 보이지만, 40시간 파워 리저브가 가능한 셀프 와인딩 무브먼트를 탑재해 내심 또한 다재다. 2천8백만원대, 문의 02-6905-3367

가르미에 골레 드 가르미에 주얼리 워치 프랑스로 열쇠를 뜻하는 골레(Gole)라는 이름이 궁극적인 크라운을 주목해야 한다. 골레의 크라운은 원형이 아닌 사각 형태로, 크라운을 뺀 으면 열쇠가 시계에 갖힌 형태를 띤다. 3단 조절 크라운은 와인딩, 데이트, 시간 조정 순으로 되어 있으며 가르미에의 새로운 인하우스 무브먼트 1947 MC를 탑재해 효율적으로 동력을 저장하는 것이 특징이다. 3천8백20만원대, 문의 1566-7277

몽블랑 보헤미안 문예인 6시 방향의 디스플레이를 통해 매달 달라지는 보름달의 이빨을 표시해주는 문예인 워치로, 로맨틱한 감성을 풍기고 있는 여성을 자극하기 때문이다. 너무 작지도, 크지도 않은 36mm 사이즈라 어느 여성에게나 연출하기 쉽다. 몽블랑 하우스 무브먼트를 탑재했고, 다이아몬드 인테그로 워치를 기미해 실용적인 오토매틱 워치로 손색이 없다. 5백만원대, 문의 02-2118-6053

오메가드 빌 프레스티지 듀드를 위한 파인 주얼리와 장엄한 타임 카펫 기술의 완벽한 매치를 자랑하는 오메가의 워치 컬렉션. 오메가의 주얼리 듀드를 컬렉션에서 영감을 받은 돌반을 모양의 이름대로 브이슬라이 룬보이는 여성 시계로, 베젤과 인테그로에 다이아몬드를 세팅한 마더오브밀 다이얼과 함께 브랜드의 대표 무브먼트 중 하나인 코-엑시엄 칼리버 2500을 탑재해 오랫동안 두고두고 사용할 수 있는 타임리스 아티팩으로 추천할 만하다. 3천5백만원대, 문의 02-511-5797

불가리 불가리 불가리 레이디 깊은 녹음에 물든 대자연의 연상시키는 다크 그린빛의 인피리얼 제이 드 스톤과 그린 알카티 스톤의 조화가 돋보이는 워치. 불가리의 베스텔라 불가리 불가리 워치로, 33mm 화이트 골드 케이스에 베젤을 따라 다이아몬드를 피베 세팅하고 핑크 투르퀸으로 크라운을 장식해 화려함과 여성스러움을 기린 제품. 3천1백만원대, 문의 02-2056-0171 에디터 권유진

AQ
MELIORITY



mechanical Beauty

반짝이는 것이 전부 보석은 아니듯, 화려함만으로는 더 이상 현대 여성들의 다양한 욕구를 충족시킬 수 없다. 전통적인 가치와 기술적인 정교함, 여기에 까다로운 심미안을 만족시키는 디자인까지 겸비한 여성용 기계식 워치. *photographed by park gun zoo*



7일의 피부 골든 타임을 사로잡다
AQ 밀리오리티 W 컨센트레이션 세럼

피부는 28일을 주기로 다시 태어납니다. 그 중 피부의 생명력을 좌우하는 골든 타임 7일 24시간 농축된 데이&나이트 케어로 새롭게 태어나는 피부를 느껴보세요.

COSME DECORTE

현대백화점 압구정본점 02-3439-6118 무역센터점(2F) 02-3467-8471 천호점 02-2225-8989 중동점 032-623-2151 판교점 031-5170-3194 신세계백화점 명동본점 02-310-5062 강남점(2F) 02-3479-6050 AK PLAZA 분당점 031-703-3478 롯데백화점 본점(B1) 02-772-3157 잠실점 02-2143-7976 온라인 쇼핑몰 Lotte.com/mall,shinsegae.com/Hmall.com/akmall.com/Lotteimall.com/cjmall.com/GSshop.com/ellotte.com 고객상담 080-568-3111

안젤리나 키 데이인의 블랙 드레스, 베이자와 블랙 컬러 앵글 슈즈 모두 루이비통.

FAR and AWAY

캘리포니아의 황량한 사막, 베벌리힐스의 업타운 스트리트, 그리고 초여름의 싱그러운 신록. 그 어디서든 6월의 뜨거운 태양을 피할 수는 없다. 빅 패션 하우스들의 히트 서머 룩 컬렉션. *photographed by jung ji eun*





호프 플러터 디프 드레스,
아너로 입은 실크 슬립 드레스 모두
브루넬로 쿠치넬리, 볼드한 골드
이어링 앙드, 블랙 스틸레토 힐 디플.



블랙 & 레드 스트라이프 코트
플렉스 스틸레토 힐 모두 타일.

블루 컬러 블루종 재킷,
스트라이프 와이드 팬츠,
주얼 장식 블랙 레더 벨트,
도트 패턴 스카프 모두 토즈.



블랙 깃이웃 니트 톱, 플라워
패턴 스카프, 화이트 벨트,
블랙 & 화이트 패턴 스타일레토 힐
모두 마이클 마이클 코어스.



멀티컬러 패턴
미니드레스 버바리.



플워츠 디테일의 핑크 미니드레스
렌디. 진주 장식의 골드 체인
드레스 이어링 타니 by 미네타니.

헤어: 에이브러렌 제니 오
모델: 박세라
스타일리스트: 채원정

- 루이 비통 02-3432-1854
- 브루넬로 쿠차첼리 02-3443-2931
- 왕보 070-8733-2237
- 리틀 02-3480-0104
- 렌디 02-2056-9022
- 타니 by 미네타니 02-3443-4164
- 마이클 마이클 코어스 02-546-6090
- 버바리 02-3485-6536
- 토즈 02-3438-6008

leading lifestyle Innovation

프리미엄 브랜드 BMW의 7 시리즈는 현실에 안주하지 않고 혁신적 생각과 철학을 보여준 모델이다. 6세대 뉴 7 시리즈를 통해 플래그십 세단 세그먼트에 변화의 바람을 불러일으키고 있는 BMW가 혁신적 리더들의 이야기를 담은 'Progressive 7' 캠페인을 시작했다. 그 첫 번째 주자로 선정된 이는 배우 최민식. 한청된 범주에 머물지도, 한곳에 안주하려 들지도 않는다. 그럼에도 흔들리지 않는 존재감으로 부드러운 카리스마를 뽐어낸다. BMW 뉴 7 시리즈와 그가 교차하는 건 이런 지점이다. 매 순간 한계를 넘어서는 도전을 두려워하지 않는 자세로 끊임없이 변화할 때 더 행복하다는 배우 최민식을 만나봤다.

어떤 브랜드의 이미지를 잘 보여주려면 본인이 그 제품에 애정을 갖고 있어야 한다. 실제 직접 사용하기까지 한다면 두말할 나위 없다. 그런 면에서 최민식은 BMW의 이야기를 하는데 적합하며 BMW와 잘 어울리는 인물이라 할 수 있다. 실제로 예전부터 BMW와 인연이 깊었던 그는 2002년에 5 시리즈 모델을 '애마'로 들인 이후 꾸준히 BMW 차를 타고 있다. "BMW 코리아에서 7 시리즈의 이야기를 할 수 있는 혁신적 리더로 저를 선택했다는 사실이 너무 기쁘고 반가웠어요. BMW를 경험해본 오토로서 7 시리즈가 말하는 럭셔리 본질이 무엇인지 고민해봤는데, 브랜드 DNA가 하나로 집약된 모습이 아닐까 싶어요."

'혁신'이라는 교집합, BMW 뉴 7 시리즈와 배우 최민식이 만나다

뉴 7 시리즈는 BMW의 기술과 철학이 담긴 '모던 럭셔리'의 정수라 할 수 있다. 최민식이 말하는 BMW 뉴 7 시리즈 모던 럭셔리의 초점은 '혁신'이다. 1977년 처음 세상에 등장한 이후 세대가 바뀔 때마다 진보된 모습을 선보이며 품격 있는 스타일과 안락함, 특유의 다이내믹한 주행 성능, 첨단 기능까지, 가히 BMW 기술과 철학의 결정체로 혁신적인 변화를 시도했기 때문이다. 그리고 그 혁신의 역사는 매 순간 눈부셨다.

그렇다면 이번에 새롭게 출시된 6세대 뉴 7 시리즈는 또 어떤 혁신을 보여주었을까. 최민식은 가장 먼저 뉴 7 시리즈의 진보된 조명 기술을 꼽았다. "가장 마음에 드는 부분은 레이저 라이트예요. BMW i8이 나올 때 처음 이 기능을 적용한 걸로 알고 있는데, 국내 출시된 럭셔리 세단 세그먼트 중엔 뉴 7 시리즈가 가장 먼저 장착되었어요. BMW 셀렉티브 빔 기술을 탑재한 레이저 라이트 덕분에 어두운 밤에도 반대편 차선의 맞은편에서 오는 차량이나 앞차 운전자가 과도하게 눈부시지 않아요. 또 시속 60km/h 이상으로 주행할 때도 하이빔 어시스턴스 버튼만 누르면, 전방에 차량이 없을 경우 기존 600m 거리의 넓은 범위까지 일반 LED 헤드라이트보다 2배나 더 밝고 선명한 시야를 확보해주죠. 차 앞을 지나가는 사람뿐 아니라 운전자와 탑승자 모두를 보호해주는 헤드라이트에서 부드러운 카리스마가 느껴지는데, 배우로서 놓치지 말아야 할, 어찌 보면 가장 중요한 부분과 같다고 생각해요."

최민식은 그간 BMW 7 시리즈를 타며 느낀 점과 뉴 7 시리즈의 혁신적 목소리를 함께 표현할 수 있게 된 점에 대해 더 많은 이야기를 전하고 싶어 했다. 특유의 부드러운 눈빛으로 또 다른 혁신적 변화인 iDrive 조작 시스템 모니터에 적용된 터치 패널 스크린을 언급했다. "가장 놀라운 건 처음으로 도입된 BMW 제스처 컨트롤이에요. 운전자의 제스처를 직관적으로 감지해버거든요. 간단한 손동작을 통해 다양한 인포테인먼트 기능을 제어할 수 있는 거죠. 특히 자신만의 특정 제스처를 입력해 상황에 따라 원하는 기능을 선택하는 등 손가락 하나로도 내가 원하는 주행 환경 컨트롤이 가능하다는 것은 단순히 기술의 혁신이라기만 설명하기엔 부족해요. 드라이빙의 즐거움을 위한 브랜드의 노력과 고민, 그 본질이 느껴졌습니다."

끝없는 창조적 도전, '본질'에 충실하라!

BMW는 최민식을 두고 '혁신'이라는 단어가 잘 어울리는 배우라고 말한다. <올드보이>, <파이런>, <명량> 등으로 이어지는 그의 대표작 필모그래피를 보면 그가 얼마나 새로운 역할에 몰입하는지 알 수 있다. 그런 그의 갈등은 늘 혁신적인 도전으로 이어졌고, 관객들은 늘 그의 그런 모습에 환호했다. BMW 역시 그런 점에 깊은 인상을 받았고, BMW 7 시리즈가 지닌 혁신의 목소리를 잘 전달할 수 있을 것으로 기대한다고 전했다.



1 Progressive 7 캠페인의 첫 번째 리더로 선정된 배우 최민식과 BMW 뉴 7 시리즈. 2 손동작만으로 인포테인먼트를 제어하는 BMW 뉴 7 시리즈 제스처 컨트롤. 3 BMW 뉴 7 시리즈에 탑재된 레이저 라이트.

그는 또 혁신적 사고를 위해선 '본질'이 중요하다고 강조한다. 그가 말하는 본질이란 '마음에서 비롯된다. "내가 경험한 일에 대한 기억, 느낌 같은 것들이죠. 사물도 마찬가지예요. 그 물건이 지닌 오라가 사물의 본질이라고 생각합니다. 그런 점에서 나는 많은 사물을 소유하고자 하진 않지만, 내가 소유하는 것 하나하나가 나와 즐거운 경험을 함께 교감하고, 그 덕분에 행복의 오라를 지닐 수 있었으면 좋겠어요. 그리고 BMW 7 시리즈가 저에게 그런 존재라 할 수 있죠." 드라이빙을 즐기는 그는 뉴 7 시리즈를 타고 인친 영종도의 BMW 드라이빙 센터에서 짜릿한 경험도 하고 싶다고 말했다. 카본 코어 차체 구조로 이전 모델보다 130kg 나 가볍고 무게중심이 낮으면서도 강하며 안전한 이 럭셔리한 드라이빙 머신으로 그만의 다이내믹함과 안락함을 경험하는 일은 더없이 즐거운 것이라 기대하는 듯했다.

뉴 7 시리즈처럼 부드러운 카리스마를 지닌 이 50대 중견 배우는 지금 이 순간도 유쾌한 변화를 꿈꾸며 도전 중이다. 현재 촬영 중인 영화 <특별시민>을 통해 우리 곁에 또 한 번 새로운 모습을 선보일 그의 미래가 여전히 궁금한 것은 이 때문이다. **글 이영주**

지문 제어를 BMW 코리아





future Luxury Endless challenge

누군가는 말한다. 이제 럭셔리는 어디에서나 볼 수 있고, 누구에게나 공급된다고. 과연 이 말이 진실일까? 여기, 세계 30여 개국의 럭셔리업계 CEO와 크리에이티브 디렉터, 패션 관계자들이 모여 미래의 럭셔리에 대해 논한 제2회 콘데나스트 럭셔리 컨퍼런스에 그 해답이 있었다. 그 현장에 <스타일 조선일보>가 함께했다. *photographed by koo eun mi*



1 스위로브스키 아시아 멤버 나디아 스와로브스키와 케빈원 그룹의 최고 책임자이자 국제 협력 책임자 마리 클레르다우가 럭셔리 부문이 지속가능한 성장을 위한 브랜드의 지평선에 대해 논의하고 있다. 2 디지털 플랫폼이 기회의 플랫폼이라 전하는 인스타그램 패션 파트너십 총책임자 에바 헨과 발망의 크리에이티브 디렉터 올리비에 루스테인. 3 아틀리에 스와로브스키의 2016 FW 컬렉션 피스. 4 나디아 스와로브스키는 이번 럭셔리 컨퍼런스를 후원하는 동시에 미래의 글로벌 럭셔리 산업에서 한국의 주도적인 역할을 기대하며, 아티스트 이원호, 패션 디자이너 이기진과 박승진 등 한국 작가 5명과 함께 워크숍을 주제로 전시회를 열었다.

실재하는 럭셔리의 정수, 제2회 콘데나스트 럭셔리 컨퍼런스

우리는 소셜 네트워크를 통해 매일 수많은 유명 인사와 관계를 맺고 있다. 그렇다면 그들을 눈앞에서 만날 수 있는가? 아니다. 그들은 특정 분야에서 범접할 수 없는 슈퍼스타이기도 하고, 현실의 인맥으로는 전혀 도달할 수 없는 곳에 있는 지위 높은 인물이기도 하다. 세계적인 미디어 그룹 콘데나스트 인터내셔널에서 주관하는 럭셔리 비즈니스 포럼, 콘데나스트 인터내셔널 럭셔리 컨퍼런스에서는 이 모든 게 실현된다. 우리가 이 기회가 아니면 만날 수 없는 발망, 베르사체, 코치, 조르지오 아르마니 등 글로벌 패션 하우스의 리더들이 모두 한자리에 모였다. 과거 럭셔리 비즈니스의 세계가 은밀하고 사적이며 정보를 감추기에만 급급했다면, 이제는 SNS 시대를 맞아 지금까지 비밀로, 구전으로 전승되어오던 럭셔리의 모든 것이 데이터화되어 대중에게까지 공개되고 있다. 이렇게 대단한 리더들이 모이게 된 이유 또한 더 큰 꿈을 꾸기 위해서는 서로 '공유'해야 한다는 공감대가 형성되었기 때문이 아닐까? 그렇기에 사람들은 이 실제적인 정보가 오가는 장을 바로 앞에서 생생하게 보고, 체험하기 위해 5백만원을 호가하는 금액이라도 티켓을 구입해 이 컨퍼런스에 참여하는 것이고, 이는 우리가 이 컨퍼런스를 주목해야 하는 이유이기도 하다.

글로벌로 진출할 수 있는 기회의 플랫폼, 소셜 미디어

이번 컨퍼런스의 시작을 알린 첫 번째 스피커이자, 많은 이들의 기대를 모은 발망의 크리에이티브 디렉터 올리비에 루스테인은 이렇게 말했다. '럭셔리 미래는 바로 민주주의에 있어요. 기존 럭셔리가 특정 사회 지위를 뽐내기 위한 것이었다면, 이제 럭셔리라는 이 시대 소통의 플랫폼인 소셜 미디어를 통해 모든 사람들과 연결되고, 소비자들과 직접 만나야 합니다. SNS를 멀리해온 전통적 럭셔리 하우스들이 지금은 너나 할 것 없이 소셜 미디어에 뛰어드는 것도 바로 이 때문이죠.' 그의 말대로 오늘날 럭셔리의 정의는 변화하고 있다. 밀레니엄 세대의 달라진 소비 패턴과 라이프스타일의 변화, 현대사회의 새로운 소통의 장이 된 디지털 플랫폼 등 많은 변화 때문에 '모든 사람을 위한 럭셔리'가 과연 진정한 럭셔리아닌가는 물음은 공감 받지 못하고, 소수 상류층과 특권층의 전유물로 존재해온 '럭셔리'의 본질 또한 더 이상 지속되지 않을 것으로 예측되기 때문. 지난 4월 20~21일 양일에 걸쳐 서울에서 열린 콘데나스트 인터내셔널 럭셔리 컨퍼런스의 주제를 '미래의 럭셔리'라 잡은 것도 바로 이런 이유에서다. 그리고 이 주제를 논하기 위해 럭셔리 산업의 정수에 있는 이들이 이번 컨퍼런스의 스피커로 참여했다. 그렇다면 럭셔리업계 유명 인사들이 파파라 누욕, 밀라노 등 주요 패션 도시가 아닌 대한민국 서울에 모인 이유는 무엇일까? 이번 행사를 주관한 <보그> 인터내셔널 에디터 수지 맨키스는 "서울을 떠올리면 건축가 자하 하디드가 설계한 DDP가 떠오릅니다. 마치 지구에 거대한 우주선이 떨어진 것 같은 느낌이지. 그녀가 미래를 위한 비전을 바로 이곳, 서울에서 본 것이 아닐까요? 서울은 전통과 모던이 함께 어우러진 곳으로, 패션 거점이 되기 위해 노력하는 도시입니다. 그리고 누구나 알 듯이 한국은 IT 강국으로서 초고속 인터넷을 기반으로 디지털 미디어를 세계 어느 나라보다 활발하게 활용하는 국가입니다. 그 때문에 럭셔리계의 소셜 미디어 파워가 점점 강해지고 있는 이 시점에서 서울이 미래의 럭셔리를 논하기

에 가장 적합한 도시라 할 수 있죠"라며 콘데나스트가 두 번째 럭셔리 컨퍼런스 개최지로 서울을 택한 이유에 대해 밝혔다. 더불어 삼성물산 CEO 이서현과 MCM 김성주 회장 등 10여 명이 넘는 한국인이 이번 컨퍼런스의 스피커로 참여한 것은 아시아 전역을 넘어 유럽에까지 영향을 미치는 K파워가 미래의 글로벌 럭셔리 산업에서 주도적인 역할을 할 것임을 짐작케 하는 대목이었다.

럭셔리의 민주화를 선언하다

미래의 럭셔리라는 주제를 가지고 다양한 분야 사람들이 스피치를 하는 것은 바로 '공유'를 위해서다. 이번 컨퍼런스에서 스피커들이 가장 많이 사용한 단어가 역시 '공유'였다. 네덜란드 레이크스 뮤지엄 관장 팀 페이버스는 "유구한 역사를 지닌 레이크스 뮤지엄은 2013년에 리모델링을 거쳐 다시 문을 열었습니다. 그와 함께 예술을 경험하는 방법도 완전히 바뀌었죠. 구굴과 공동 개발한 레이크스 스튜디오 온라인 사이트를 열어, 소수에게만 작품을 개방하는 것이 아니라 어디에서든, 누구나 우리의 소장품을 볼 수 있게 했습니다"라며 럭셔리가 소수 상류층과 엘리트의 전유물이던 시대의 종언을 고했다. 이제 거리 어디에서나 럭셔리를 볼 수 있으며 누구에게나 공급된다는 의미이기도 하다. 특유의 위트 있는 디자인으로 주목받고 있는 영국 디자이너 브랜드 안야 힌드미치 역시 "럭셔리업계에서 가장 큰 비중을 차지하는 패션 자체가 배타적인 것에서 포용적인 것, 민주적이고 대중적인 것으로 옮겨가고 있다"라고 말했다. 이들 모두가 말했듯 특정 지위나 계층에 한정되던 럭셔리가 개인의 취향과 개성을 나타내는 기준으로 변모했다. 다양한 디지털 플랫폼을 통해 진입 장벽이 낮아졌고, 이에 따라 누구나 포용할 수 있는 개념이 되었다는 뜻이다. 즉 럭셔리는 '소유'에서 '존재'로 변화했고, '공유'라는 새로운 개념을 더한 또 다른 경험인 된 것이다. 이는 소수만이 아니라 원하는 사람은 누구나 원하는 방식으로 즐기는 경험이 럭셔리라 될 수 있고, 나를 표현하는 개성 자체가 럭셔리가 될 수 있다는 것을 의미한다. 더 나아가 럭셔리를 향유하는 방법이 바뀜에 따라 단순히 명품을 소유하는 것이 아니라 가족과 함께하는 시간, 여행, 외식 같은 경험을 사는 슈퍼-하이엔드 럭셔리아는 새로운 개념이 제시되었다. 럭셔리의 가치를 결정하는 데 기업의 사회적 책임 역시 중요한 역할을 한다. 이번 컨퍼런스에서 수지 맨키스가 가장 중요하게 생각한 주제도 바로 이런 것이었다. 스와로브스키의 기업 커뮤니케이션 및 디자인 서비스 부문 총책임자 나디아 스와로브스키는 스와로브스키에서 운영하는 워터 스쿨 프로그램을 하나의 예로 제시하며, 기업들이 올바른 일을 실천수범해 사회에 긍정적인 영향을 끼치는 것의 중요성을 강조했다. 이틀간 개최된 컨퍼런스를 통해 느낀 것은 럭셔리 비즈니스는 많은 변화를 겪었고, 지금은 진화가 아닌 혁명이 필요한 때라는 사실이다. 그리고 '기회의 플랫폼'인 디지털 세계의 문이 활짝 열린 만큼 이러한 환경을 기반으로 디지털 정보를 물리적 형태로 만들어야 한다. 바로 지금 말이다. 끝으로 이번 연설 중 가장 인상 깊었던 "별을 보고 항해하라. 지나가는 배의 불을 보고 항해하면 안 된다"라는 <아이어드>의 컨설팅 디렉터 소피 해코프트의 말이 이 글을 마친다. **에디터 이진연**



1 크리스탈계의 선구자로서 스와로브스키의 1백20여 년 역사를 한눈에 보여주는 작품으로, 건축가 겸 콜라주가 스와로브스키 크리스탈을 사용해 설계한 조형 기구. ©Gilbert McCarragher 2 마리 키트란두와 협업한 작품. ©Erik Madigan Heck Trunk Archive 3 예술가 안드레 엘라가 디자인한 크리스탈 돔. ©Swarovski 4 스와로브스키 크리스탈과 협업한 아티스트 이원호의 설치미술. 5 스와로브스키 크리스탈로 장식한 은 유류 토트 부 헬트. 6 스와로브스키 크리스탈 공식 마크.



2 크리스탈계의 선구자로서 스와로브스키의 1백20여 년 역사를 한눈에 보여주는 작품으로, 건축가 겸 콜라주가 스와로브스키 크리스탈을 사용해 설계한 조형 기구. ©Gilbert McCarragher 2 마리 키트란두와 협업한 작품. ©Erik Madigan Heck Trunk Archive 3 예술가 안드레 엘라가 디자인한 크리스탈 돔. ©Swarovski 4 스와로브스키 크리스탈과 협업한 아티스트 이원호의 설치미술. 5 스와로브스키 크리스탈로 장식한 은 유류 토트 부 헬트. 6 스와로브스키 크리스탈 공식 마크.



3 아틀리에 스와로브스키의 2016 FW 컬렉션 피스. 4 나디아 스와로브스키는 이번 럭셔리 컨퍼런스를 후원하는 동시에 미래의 글로벌 럭셔리 산업에서 한국의 주도적인 역할을 기대하며, 아티스트 이원호, 패션 디자이너 이기진과 박승진 등 한국 작가 5명과 함께 워크숍을 주제로 전시회를 열었다.

인터뷰. 마커스 랭거스 스와로브스키

“우리는 과거의 업적을 발판 삼아 크리스탈 영역의 선구자가 될 것입니다.”

지난 2013년에 매년 스와로브스키 그룹에서 주최하는 <월드 주얼리 패시(World Jewelry Facets)> 전시를 위해 서울을 방문한 적이 있다. 이번이 두 번째 방문인가? 2013년 <월드 주얼리 패시>를 주관하기 위해 한국을 방문했죠. 하지만 3년이 지난 지금 서울은 그때와는 또 다른 느낌입니다. 세계적인 건축가 자하 하디드가 설계한 DDP도 생겼고, 아시아를 대표하는 패션 도시로서의 면모를 완벽히 갖춘 듯 보이네요. 물론 이전에도 서울이 얼마나 세련되고 창조적인 도시였는지 모르지만, 지금은 전세계가 주목하는 도시로, 또 더욱 발전될 가능성이 많은 도시로 느껴집니다. 전 이미 한국의 빅 팬이 되어버린 것 같네요. 자, 현재에 이어 서울에서 열린 두 번째 콘데나스트 인터내셔널 럭셔리 컨퍼런스를 후원한다고 들었다. 어떤 의미를 두고 이번 결정을 내렸나? 스와로브스키는 비단 주얼리만 취급하는 것이 아닙니다. 우리는 기업 대 기업으로 일하고 있고, 그런 업무를 맡은 것이 제가 속한 B2B 산업 분야입니다. 그 때문에 우리 클라이언트는 매우 다양한 필드에 분포되어 있었고, 패션은 물론, 주얼리, 건축, 전자 기기 같은 창조적인 분야에 많았죠. 우리가 럭셔리 컨퍼런스를 후원함으로써 많은 분야 사람들이 한자리에 모일 수 있다는 것 또한 의미 있는 일이고, 각자 본인의 일을 공헌한다는 것 자체가 서로에게 매우 중요한 영감을 주고받을 수 있는 광장한 기회가 아닐까 싶네요. 미래에는 비로 이러한 상호 교류가 중요하다고 생각하기 때문에 두 번에 걸쳐 콘데나스트 인터내셔널 럭셔리 컨퍼런스를 후원하게 되었습니다. 또 스와로브스키가 다양한 사람들을 모을 수 있는 브랜드라는 자부심도 가지고 있었고요. 다른 분야 사람들을 만나고, 그들의 이야기를 듣는다는 건 오직 이곳에서만 가능한 일이기 때문이죠. **대개 사람들은 '크리스탈'을 '스와로브스키'라 부를 정도로 크리스탈 제작에서 단연 독보적인 브랜드. 그럼에도 스와로브스키 브랜드 하면 알면(전문) 스와 로고의 주얼리 제품만 알고 있는 경우가 많다. 소재 사업부가 불리는 B2B 비즈니스에 어떠한 일을 하고 있는가?** 말씀하신 것처럼 보통 스와로브스키 하면 주얼리 제품만 떠올리는데, 사실 스와로브스키의 크리스탈은 패션, 전자 기기, 엔터테인먼트에도 사용됩니다. 한국 기업들 예로 들면, 먼저 MCM에서 스와로브스키 크리스탈로 디자인하여 출시한 에디션이 있었죠. 이 제품은 한국을 넘어 중국뿐 아니라 전 세계적으로 영향을 미친 디자인이 아니었나 싶습니다. 스와로브스키의 크리스탈을 사용해 코리아의 예저를 표현했던 김성주 회장이 이 자리를 빌려 감사의 말을 전하고 싶네요. 또 LG의 2006년부터 방장교와 예전, 세탁기, TV에 이르기까지 다양한 전자 제품에 크리스탈을 장식해 이들을 다들 알고 있습니다. 삼성 모바일과도 아시아, 미국, 유럽 시장을 타겟으로 크리스탈로 디자인한 배터리 커버 등을 지속적으로 선보였었고, 얼마 전에는 일본에 대해왔는데, 신을 모시는 신사와 관련해 조형과 조각상, 커튼 등에도 스와로브스키의 크리스탈이 함께할 수 있다는 무궁무진한 가능성을 보고 돌아왔습니다. **'스와로브스키 크리스탈(Crystals from Swarovski)'이라는 명칭으로 특수 제작한 공식 마크를 제작했다고 들었다. 이 마크는 어떤 것인가?** 다이아몬드가 품질 보증서가 있듯, 스와로브스키 크리스탈에 대한 정품 인증서라고 보면 됩니다. 중세에 문서의 진위를 확인하던 seal(서)에서 영감을 받아 만든 공식 마크는 스와로브스키 크리스탈의 오랜 장인 정신, 해리타지, 고품질과 훌륭한 디자인을 표현합니다. 일종의 '프라이밍'의 의미를 부여한 것이지요. 그리고 이 seal은 스와로브스키 크리스탈 브랜드 프로그램의 일환으로, 향후 맺을 파트너 브랜드 제품에는 '크리스탈 프롬 스와로브스키' (Crystals from Swarovski) 공식 마크를 사용할 수 있습니다. 스티커 옆면에 기재된 16자리 코드를 스와로브스키 크리스탈 웹사이트(www.crystals-from-swarovski.com)에 입력하면 이것이 정품인지 확인할 수 있습니다. **스와로브스키의 크리스탈은 다른 크리스탈 제품에 비해 가격이 높은 편이다. 스와로브스키의 크리스탈이 특별한 이유는?** 스와로브스키의 크리스탈은 '모어 스피클'이라는 자부심이 있습니다. 이미 블라인드 테스트를 거쳐더라도 사람들은 많은 크리스탈 중 스와로브스키의 것을 찾을 수 있을 겁니다. 한눈에도 다른 것과는 비교할 수 없을 정도로 극도의 정제가 특징이니까요. 대체로 열, 모양, 크기로 제정하는 스와로브스키 크리스탈은 무늬 크리스탈인 에벤스 크리스탈을 기준으로 생산하여 디자이너들에게 영감을 주기도 합니다. 또 디자이너와 콜라베이션해서 다양한 크리스탈을 디자인하기도 하죠. 장 폴 고티에와 협업해 디자인한 카툰(Kaput) 팬시 스톤이 바로 그 예입니다. 스와로브스키의 크리스탈이 특별한 것은 바로 1백20년간 쌓아온 경험과 기술을 기반으로 한 최고의 품질과 광채, 정밀한 컷팅, 균일한 색상, 그리고 무엇보다 크리스탈에 장구한 시간 동안 쌓아온 열정이 깃들여 있기 때문이죠.

반짝임의 상징을 넘어 크리스탈 그 자체가 된 스와로브스키. 럭셔리 컨퍼런스를 후원하기 위해 한국을 방문한 마커스 랭거스 스와로브스키 회장을 만나 크리스탈 스톤의 미래에 대해 물었다. 최상의 퀄리티로 크리스탈 영역의 선구자 자리를 유지하기 위해 최선을 다하는 그에게서 엿본 주얼리 크리스탈 스톤의 밝은 미래에 대해. *photographed by koo eun mi*

크리스탈에 대한 끊임없는 탐구

사람들은 대개 스와로브스키 하면 스와 로고의 주얼리 제품을 떠올린다. 하지만 스와로브스키는 생각보다 다양한 분야에서 크리스탈의 아름다움을 알리고 있다. 그리고 처음으로 크리스탈을 패션에 집착한 마커스 랭거스 스와로브스키가 이를 진두지휘하고 있다. 그는 스와로브스키의 미래 산업이라 불리는 B2B 비즈니스를 전담하는, 스와로브스키 그룹의 창립자 다니엘 스와로브스키의 증손자다. 사실 이미 오래전부터 샤넬과 디올, 장 폴 고티에, 비비안 웨스트우드 등 글로벌 패션 하우스들과 밀접한 관계를 맺어온 스와로브스키는 현재 전 세계에서 새롭게 떠오르는 신에 디자이너는 물론 다양한 분야의 브랜드와의 협업을 통해 그 범위를 넓혀가고 있다. 이번 컨퍼런스에 스피커로 참여한 스와로브스키 이사회 멤버, 나디아 스와로브스키가 이번 행사에 대한 후원과 함께 보여준 아티스트들과의 콜라베이션 전시회도 그중 하나다. 이번만 아니라 인테리어 디자인과 조명, 보석 장식을 더한 신발, 심지어 전자 기기에 이르기까지 모든 부문에서 크리스탈의 반짝임은 매력을 입혀 창조성의 한계를 시험했다. 반짝임에 대한 사람들의 욕망은 끝이 없다는 걸 증명이라도 하듯, 크리스탈 시장은 계속해서 큰 성장세를 보이며 그 영역이 확대되고 있다. 이에 마커스 회장은 좀 더 통합되고 강력한 브랜드 시스템을 구축하기 위해 특별한 방법을 고안해냈다. 바로 크리스탈에 다이아몬드나 고가 보석처럼 정품임을 증명하는 공식 마크를 부착해, 퀄리티를 보장한 것. 이로써 스와로브스키 크리스탈은 크리스탈계 '프리미엄' 등급을 보유하며 그 가치를 더욱 인정받게 되었다. '스와로브스키' 크리스탈(Crystals from Swarovski)이라는 명칭으로 특수 제작한 공식 마크는 스와로브스키 크리스탈을 사용해 만든 제품이 정품임을 구매자가 바로 알 수 있도록 하며, 정품 크리스탈로 장식한 아이템 고유의 가치와 매력을 아낀다. **에디터 이진연**

인터뷰. 마커스 랭거스 스와로브스키

“우리는 과거의 업적을 발판 삼아 크리스탈 영역의 선구자가 될 것입니다.”

지난 2013년에 매년 스와로브스키 그룹에서 주최하는 <월드 주얼리 패시(World Jewelry Facets)> 전시를 위해 서울을 방문한 적이 있다. 이번이 두 번째 방문인가? 2013년 <월드 주얼리 패시>를 주관하기 위해 한국을 방문했죠. 하지만 3년이 지난 지금 서울은 그때와는 또 다른 느낌입니다. 세계적인 건축가 자하 하디드가 설계한 DDP도 생겼고, 아시아를 대표하는 패션 도시로서의 면모를 완벽히 갖춘 듯 보이네요. 물론 이전에도 서울이 얼마나 세련되고 창조적인 도시였는지 모르지만, 지금은 전세계가 주목하는 도시로, 또 더욱 발전될 가능성이 많은 도시로 느껴집니다. 전 이미 한국의 빅 팬이 되어버린 것 같네요. 자, 현재에 이어 서울에서 열린 두 번째 콘데나스트 인터내셔널 럭셔리 컨퍼런스를 후원한다고 들었다. 어떤 의미를 두고 이번 결정을 내렸나? 스와로브스키는 비단 주얼리만 취급하는 것이 아닙니다. 우리는 기업 대 기업으로 일하고 있고, 그런 업무를 맡은 것이 제가 속한 B2B 산업 분야입니다. 그 때문에 우리 클라이언트는 매우 다양한 필드에 분포되어 있었고, 패션은 물론, 주얼리, 건축, 전자 기기 같은 창조적인 분야에 많았죠. 우리가 럭셔리 컨퍼런스를 후원함으로써 많은 분야 사람들이 한자리에 모일 수 있다는 것 또한 의미 있는 일이고, 각자 본인의 일을 공헌한다는 것 자체가 서로에게 매우 중요한 영감을 주고받을 수 있는 광장한 기회가 아닐까 싶네요. 미래에는 비로 이러한 상호 교류가 중요하다고 생각하기 때문에 두 번에 걸쳐 콘데나스트 인터내셔널 럭셔리 컨퍼런스를 후원하게 되었습니다. 또 스와로브스키가 다양한 사람들을 모을 수 있는 브랜드라는 자부심도 가지고 있었고요. 다른 분야 사람들을 만나고, 그들의 이야기를 듣는다는 건 오직 이곳에서만 가능한 일이기 때문이죠. **대개 사람들은 '크리스탈'을 '스와로브스키'라 부를 정도로 크리스탈 제작에서 단연 독보적인 브랜드. 그럼에도 스와로브스키 브랜드 하면 알면(전문) 스와 로고의 주얼리 제품만 알고 있는 경우가 많다. 소재 사업부가 불리는 B2B 비즈니스에 어떠한 일을 하고 있는가?** 말씀하신 것처럼 보통 스와로브스키 하면 주얼리 제품만 떠올리는데, 사실 스와로브스키의 크리스탈은 패션, 전자 기기, 엔터테인먼트에도 사용됩니다. 한국 기업들 예로 들면, 먼저 MCM에서 스와로브스키 크리스탈로 디자인하여 출시한 에디션이 있었죠. 이 제품은 한국을 넘어 중국뿐 아니라 전 세계적으로 영향을 미친 디자인이 아니었나 싶습니다. 스와로브스키의 크리스탈을 사용해 코리아의 예저를 표현했던 김성주 회장이 이 자리를 빌려 감사의 말을 전하고 싶네요. 또 LG의 2006년부터 방장교와 예전, 세탁기, TV에 이르기까지 다양한 전자 제품에 크리스탈을 장식해 이들을 다들 알고 있습니다. 삼성 모바일과도 아시아, 미국, 유럽 시장을 타겟으로 크리스탈로 디자인한 배터리 커버 등을 지속적으로 선보였었고, 얼마 전에는 일본에 대해왔는데, 신을 모시는 신사와 관련해 조형과 조각상, 커튼 등에도 스와로브스키의 크리스탈이 함께할 수 있다는 무궁무진한 가능성을 보고 돌아왔습니다. **'스와로브스키 크리스탈(Crystals from Swarovski)'이라는 명칭으로 특수 제작한 공식 마크를 제작했다고 들었다. 이 마크는 어떤 것인가?** 다이아몬드가 품질 보증서가 있듯, 스와로브스키 크리스탈에 대한 정품 인증서라고 보면 됩니다. 중세에 문서의 진위를 확인하던 seal(서)에서 영감을 받아 만든 공식 마크는 스와로브스키 크리스탈의 오랜 장인 정신, 해리타지, 고품질과 훌륭한 디자인을 표현합니다. 일종의 '프라이밍'의 의미를 부여한 것이지요. 그리고 이 seal은 스와로브스키 크리스탈 브랜드 프로그램의 일환으로, 향후 맺을 파트너 브랜드 제품에는 '크리스탈 프롬 스와로브스키' (Crystals from Swarovski) 공식 마크를 사용할 수 있습니다. 스티커 옆면에 기재된 16자리 코드를 스와로브스키 크리스탈 웹사이트(www.crystals-from-swarovski.com)에 입력하면 이것이 정품인지 확인할 수 있습니다. **스와로브스키의 크리스탈은 다른 크리스탈 제품에 비해 가격이 높은 편이다. 스와로브스키의 크리스탈이 특별한 이유는?** 스와로브스키의 크리스탈은 '모어 스피클'이라는 자부심이 있습니다. 이미 블라인드 테스트를 거쳐더라도 사람들은 많은 크리스탈 중 스와로브스키의 것을 찾을 수 있을 겁니다. 한눈에도 다른 것과는 비교할 수 없을 정도로 극도의 정제가 특징이니까요. 대체로 열, 모양, 크기로 제정하는 스와로브스키 크리스탈은 무늬 크리스탈인 에벤스 크리스탈을 기준으로 생산하여 디자이너들에게 영감을 주기도 합니다. 또 디자이너와 콜라베이션해서 다양한 크리스탈을 디자인하기도 하죠. 장 폴 고티에와 협업해 디자인한 카툰(Kaput) 팬시 스톤이 바로 그 예입니다. 스와로브스키의 크리스탈이 특별한 것은 바로 1백20년간 쌓아온 경험과 기술을 기반으로 한 최고의 품질과 광채, 정밀한 컷팅, 균일한 색상, 그리고 무엇보다 크리스탈에 장구한 시간 동안 쌓아온 열정이 깃들여 있기 때문이죠.

인터뷰. 마커스 랭거스 스와로브스키

“우리는 과거의 업적을 발판 삼아 크리스탈 영역의 선구자가 될 것입니다.”

지난 2013년에 매년 스와로브스키 그룹에서 주최하는 <월드 주얼리 패시(World Jewelry Facets)> 전시를 위해 서울을 방문한 적이 있다. 이번이 두 번째 방문인가? 2013년 <월드 주얼리 패시>를 주관하기 위해 한국을 방문했죠. 하지만 3년이 지난 지금 서울은 그때와는 또 다른 느낌입니다. 세계적인 건축가 자하 하디드가 설계한 DDP도 생겼고, 아시아를 대표하는 패션 도시로서의 면모를 완벽히 갖춘 듯 보이네요. 물론 이전에도 서울이 얼마나 세련되고 창조적인 도시였는지 모르지만, 지금은 전세계가 주목하는 도시로, 또 더욱 발전될 가능성이 많은 도시로 느껴집니다. 전 이미 한국의 빅 팬이 되어버린 것 같네요. 자, 현재에 이어 서울에서 열린 두 번째 콘데나스트 인터내셔널 럭셔리 컨퍼런스를 후원한다고 들었다. 어떤 의미를 두고 이번 결정을 내렸나? 스와로브스키는 비단 주얼리만 취급하는 것이 아닙니다. 우리는 기업 대 기업으로 일하고 있고, 그런 업무를 맡은 것이 제가 속한 B2B 산업 분야입니다. 그 때문에 우리 클라이언트는 매우 다양한 필드에 분포되어 있었고, 패션은 물론, 주얼리, 건축, 전자 기기 같은 창조적인 분야에 많았죠. 우리가 럭셔리 컨퍼런스를 후원함으로써 많은 분야 사람들이 한자리에 모일 수 있다는 것 또한 의미 있는 일이고, 각자 본인의 일을 공헌한다는 것 자체가 서로에게 매우 중요한 영감을 주고받을 수 있는 광장한 기회가 아닐까 싶네요. 미래에는 비로 이러한 상호 교류가 중요하다고 생각하기 때문에 두 번에 걸쳐 콘데나스트 인터내셔널 럭셔리 컨퍼런스를 후원하게 되었습니다. 또 스와로브스키가 다양한 사람들을 모을 수 있는 브랜드라는 자부심도 가지고 있었고요. 다른 분야 사람들을 만나고, 그들의 이야기를 듣는다는 건 오직 이곳에서만 가능한 일이기 때문이죠. **대개 사람들은 '크리스탈'을 '스와로브스키'라 부를 정도로 크리스탈 제작에서 단연 독보적인 브랜드. 그럼에도 스와로브스키 브랜드 하면 알면(전문) 스와 로고의 주얼리 제품만 알고 있는 경우가 많다. 소재 사업부가 불리는 B2B 비즈니스에 어떠한 일을 하고 있는가?** 말씀하신 것처럼 보통 스와로브스키 하면 주얼리 제품만 떠올리는데, 사실 스와로브스키의 크리스탈은 패션, 전자 기기, 엔터테인먼트에도 사용됩니다. 한국 기업들 예로 들면, 먼저 MCM에서 스와로브스키 크리스탈로 디자인하여 출시한 에디션이 있었죠. 이 제품은 한국을 넘어 중국뿐 아니라 전 세계적으로 영향을 미친 디자인이 아니었나 싶습니다. 스와로브스키의 크리스탈을 사용해 코리아의 예저를 표현했던 김성주 회장이 이 자리를 빌려 감사의 말을 전하고 싶네요. 또 LG의 2006년부터 방장교와 예전, 세탁기, TV에 이르기까지 다양한 전자 제품에 크리스탈을 장식해 이들을 다들 알고 있습니다. 삼성 모바일과도 아시아, 미국, 유럽 시장을 타겟으로 크리스탈로 디자인한 배터리 커버 등을 지속적으로 선보였었고, 얼마 전에는 일본에 대해왔는데, 신을 모시는 신사와 관련해 조형과 조각상, 커튼 등에도 스와로브스키의 크리스탈이 함께할 수 있다는 무궁무진한 가능성을 보고 돌아왔습니다. **'스와로브스키 크리스탈(Crystals from Swarovski)'이라는 명칭으로 특수 제작한 공식 마크를 제작했다고 들었다. 이 마크는 어떤 것인가?** 다이아몬드가 품질 보증서가 있듯, 스와로브스키 크리스탈에 대한 정품 인증서라고 보면 됩니다. 중세에 문서의 진위를 확인하던 seal(서)에서 영감을 받아 만든 공식 마크는 스와로브스키 크리스탈의 오랜 장인 정신, 해리타지, 고품질과 훌륭한 디자인을 표현합니다. 일종의 '프라이밍'의 의미를 부여한 것이지요. 그리고 이 seal은 스와로브스키 크리스탈 브랜드 프로그램의 일환으로, 향후 맺을 파트너 브랜드 제품에는 '크리스탈 프롬 스와로브스키' (Crystals from Swarovski) 공식 마크를 사용할 수 있습니다. 스티커 옆면에 기재된 16자리 코드를 스와로브스키 크리스탈 웹사이트(www.crystals-from-swarovski.com)에 입력하면 이것이 정품인지 확인할 수 있습니다. **스와로브스키의 크리스탈은 다른 크리스탈 제품에 비해 가격이 높은 편이다. 스와로브스키의 크리스탈이 특별한 이유는?** 스와로브스키의 크리스탈은 '모어 스피클'이라는 자부심이 있습니다. 이미 블라인드 테스트를 거쳐더라도 사람들은 많은 크리스탈 중 스와로브스키의 것을 찾을 수 있을 겁니다. 한눈에도 다른 것과는 비교할 수 없을 정도로 극도의 정제가 특징이니까요. 대체로 열, 모양, 크기로 제정하는 스와로브스키 크리스탈은 무늬 크리스탈인 에벤스 크리스탈을 기준으로 생산하여 디자이너들에게 영감을 주기도 합니다. 또 디자이너와 콜라베이션해서 다양한 크리스탈을 디자인하기도 하죠. 장 폴 고티에와 협업해 디자인한 카툰(Kaput) 팬시 스톤이 바로 그 예입니다. 스와로브스키의 크리스탈이 특별한 것은 바로 1백20년간 쌓아온 경험과 기술을 기반으로 한 최고의 품질과 광채, 정밀한 컷팅, 균일한 색상, 그리고 무엇보다 크리스탈에 장구한 시간 동안 쌓아온 열정이 깃들여 있기 때문이죠.



it haute Couture



2 스스로를 당당하게 오트 쿠튀르라 부를 만큼 완성도가 뛰어난 디자이너의 브랜드를 기성복으로 만나볼 수 있다면, 패션을 숭배하는 이들은 설렘과 흥분으로 가득 찰 것이다. 지난 5월 13일 갤러리아백화점 명품관 이스트(EAST)에 아시아 최대 단독 부티크를 오픈한 지암바티스타 발리(Giambattista Valli). 그 환상적인 패션의 세계를 만나보자.

파리와 이탈리아 감성을 갖춘 지암바티스타 발리

파리를 베이스로 활동하기 시작했지만 이탈리아 감성을 타고난 최고의 디자이너 지암바티스타 발리(Giambattista Valli). 아시아 최대 규모의 단독 매장을 서울에 오픈한 것은 지금 서울만큼 패션에 대한 열기가 대단한 곳이 없기 때문이다. 지난 10월 국내에 론칭한 후 우아하고 세련된 실루엣으로 여배우들의 사랑을 듬뿍 받았으며, 이에 힘입어 상당한 규모의 단독 부티크에서 보다 다양한 디자인을 선보이게 된 것.

사실 지암바티스타 발리는 쉽게 매장을 오픈하는 브랜드가 아니다. 서울 매장 역시 지암바티스타 발리의 첫 쇼인숍(shop-in-shop)으로 파리, 이탈리아 다음으로 세 번째 오픈한 공식 부티크다. 게다가 오픈 행사에서는 지암바티스타 발리가 직접 셀렉트한 다양한 쿠튀르 드레스를 매장에 전시했기에 더욱 특별하다. 매장을 가득 채운 환상적인 의상들은 바라보는 것만으로도 황홀경에 빠지게 한다. 도대체 이 브랜드, 이 디자이너가 누구이기애 매장 오픈만으로도 패션계가 술렁이는 걸까? 여성의 아름다움을 현대적인 우아함으로 완벽하게 표현하는 지암바티스타 발리는 로마의 교황 가문 출신 귀족으로 태어났다.

이탈리아의 거장 미켈란젤로 안토니오니 감독의 영화들, 그리고 이브 생 로랑의 수채화와 레네 그뤼오의 패션 일러스트, 프렌치 패션에 영향을 받아 패션 스킴에 진화했는데, 1986년에 이탈리아 디자인 사립대학교 (Istituto Europeo del Design of Rome)에 입학하며 패션 디자이너로서의 행보를 시작했다. 파리 유명 하우

스 브랜드에서 다양한 경력을 쌓은 그는 2005년 3월 파리에서의 첫 쇼를 통해 '지암바티스타 발리' 브랜드를 탄생시켰다. 시작부터 자신의 이름을 화려하게 알린 것. 2010년 12월에는 17세기 작곡가 장-바티스트 륄리(Jean-Baptiste Lully)가 살던 파리의 역사적인 건물에 본사를 세우고 부아시 당글레가(Rue Boissy d'Anglas)에 첫 레디투웨어 컬렉션, 퍼와 액세서리로 가득 찬 역사적인 순간을 남겼다. 레디투웨어 컬렉션을 선보인 지 6년째 되던 2011년 7월, 지암바티스타 발리는 오트 쿠튀르 컬렉션을 처음으로 선보였다. 지암바티스타 발리의 철학과 비전을 담은 이 컬렉션은 럭셔리리의 현대적 해석과 전 세계 클라이언트들이 원하는 여성의 우아함을 새롭게 제시했고, 지금의 유명세를 가져다주었다. 지암바티스타 발리는 현재 전 세계 41개국, 2백45개 이상의 매장에서 판매되고 있으며, 세계적으로 유명한 젊은 여성들은 그의 옷을 입으면서 팬을 자처하고 있다. 그들 중에는 페넬로페 크루즈, 세라 제시가 파커, 제시가 비엘, 나탈리 포트먼, 다이앤 크루저, 할리 베리, 조 셀라나, 줄리안 무어, 브룩 실즈 같은 할리우드 스타와 요르단의 라이나 왕비, 모나코의 타티아나 산토 도밍고 공주와 같은 로열패밀리가 있다. 디자이너의 이름을 그대로 사용한 브랜드의 가치는 상상을 초월한다. 디자이너의 명성에 걸맞은 지위를 유지하기가 어렵고, 흐름이 빠른 패션계에서 살아남기는 더욱 힘들기 때문이다. 하지만 지암바티스타 발리는 새로운 쿠튀르의 아이콘으로서, 가장 완성도 높은 옷으로 세계를 사로잡았다. 이제 그 아름다운 옷들을 국내에서 만나볼 수 있게 되었다. 더 이상 망설일 이유 없이 아름다운 옷이 가득한 지암바티스타 발리 부티크를 방문해보길 권한다. 문의 02-6905-3357 에디터 배미진



1, 2 지난 5월 13일 압구정동 갤러리아백화점 명품관 이스트에 입점한 지암바티스타 발리 부티크. 아시아 최대 규모로 오트 쿠튀르부터 레디투웨어까지 다양한 디자인을 만나볼 수 있다. 3 로마에서 태어나 파리에 활동하며 국제적인 감각으로 독보적인 활동을 이어가고 있는 디자이너 지암바티스타 발리. 4 부티크 오픈 행사에 지암바티스타 발리의 의상을 입고 참석한 여배우 김희애.



세련된 플리워 모티프는 모든 여배우들이 지암바티스타 발리의 디자인을 사랑하는 이유다.



오트 쿠튀르의 완성도를 구현하는 디자이너가 선보이는 레디투웨어는 다른 브랜드와 비교할 수 없는 품격을 갖추었다.



일련적인 퍼 브랜드에서 보기 어려운 유니크한 디자인의 하이엔드 퍼 컬렉션을 만나볼 수 있다.



구조적인 면셔도 시트린, 디자이너 특유의 개성적이고 과감한 스타일링이 그대로 반영되었다.



심플하면서도 구조적인, 여성스러운 실루엣의 드레스는 지암바티스타 발리의 장이다.



과감한 플리워 패턴도 최고의 디자이너를 만-면 모던하게 완성한다.

로즈 골드에 다이아몬드를 세팅한 크라운 키 펜던트, 플라타늄에 다이아몬드를 세팅한 노트 키 펜던트, 원형 모티브의 페달 키 펜던트, 모두 오벌 링과 세팅과 매치했다. 라운드 다이아몬드를 세팅하게 세팅한 메트로 파이브로우 링과 밴글, 로즈 골드에 다이아몬드를 세팅한 메트로 밴글 모두 **티파니**, 심플한 텍시도 새킷과 화이트 드레스 모두 **브라이드앤유**.



Unlock the Possibilities

아름다운 미래와 꿈을 향한 문을 여는 열쇠인 티파니 키 컬렉션이 오직 한국을 위한 리미티드 에디션으로 선보인다. 1880년대 빈티지 열쇠에서 영감을 받아 탄생한 티파니 키 컬렉션과 여배우 김효진의 조우. *photographed by ahn joo young*



오직 한국을 위해 한정판으로 출시한 세 가지 키 펜던트 중 그린 컬러 차보라이트를 세팅한 인벤트 드래곤플라이 키 펜던트, 지금 가장 인기 높은 Tiffany T 다이아몬드 스마일 미니 펜던트를 레이아웃했다. 다이아몬드를 세팅한 메트로 이어링과 심플한 디자인의 메트로 파이브로우 링, 타원형 케이스가 아름다운 리테일 워치 모두 **티파니**, 블랙 컬러의 오프숄더 레이스 원피스 **블레앤가바나**.

선명한 2개의 컬러 스톤을 세팅한 키 컬렉션이 만나 더욱 특별한 스타일을 완성했다. 인첸트 프림로즈 키 펜던트, 인첸트 드래곤플라이 키 펜던트, 원형 모티브의 사클렛 컬렉션 이어링, 메트로 링 모두 **티파니**, 오버사이즈 화이트 셔츠 **지암바티스타 발리**.

빈티지한 느낌의 빅토리아 키 펜던트와 작은 사이즈의 크라운 키 펜던트를 오벌 링크 체인에 함께 레이아웃했다. 다이아몬드를 우아하게 세팅한 사클렛 컬렉션 이어링, 옐로 다이아몬드를 세팅한 오벌 링, 브랜드의 시그니처인 잔 술람버제 식스틴 스톤 링, 로즈 골드에 다이아몬드를 세팅한 각테일 워치 모두 **티파니**, 더블 버튼 롱 드레스 **셀린노**.





블루 사파이어를 세팅한 한국 한정판 키 컬렉션 네크리스. 어떤 디자인의 네크리스와 레이어드해도 멋스럽다. 체인에 다이아몬드를 세팅한 DBY 네크리스, 신중한 블루 컬러의 탄자나이트 솔리스트 이어링 모두 티파니, 스킨 컬러의 랩 원피스 발양.



체인이 길이에 따라 다양한 매력을 담고 있는 키 컬렉션. 핑크 사파이어를 세팅한 한국 한정판 인텐트 프림로즈 키 펜던트와 Tiffany T 다이아몬드 스마일 펜던트를 매치했다. Tiffany T 다이아몬드 이어링, 쓰리 로우 메트로 밴글, 플래티넘에 다이아몬드를 심플하게 세팅한 메트로 링 모두 티파니, 매시한 블랙 재킷 울체엔가버나, 블랙 팬츠 에스까다, 문의 02-547-9488

헤어 정은구
메이크업 김활란
스타일리스트 김영미
네일리스트 박은경
에디터 배미진, 권유진

the art of Transformation

뉴욕을 대표하는 럭셔리 하우스 티파니에 대한 기대감, 그 이상을 눈으로 확인할 수 있는 시간. 바로 티파니의 블루 북이 뉴욕에서 공개되는 순간이다. 찬란하다라는 표현으로는 부족한, 눈부신 하이주얼리의 향연. 하이주얼리만이 지닌 열정적인 화려함과 드라마틱한 철학이 투영된 티파니의 주얼리들은 1백79년이라는 긴 역사 속에서 가치를 더해온 브랜드의 존재감을 여실히 증명한다. 빛나는 아름다움, 티파니, 뉴욕, 그리고 블루 북 2016.

2016 변화의 예술, 티파니의 또 하나의 레전드가 되다

이 세상에 티파니 블루만큼 여자의 마음을 설레게 하는 컬러가 또 있을까. 매년 티파니가 발표하는 이 티파니 블루 컬러의 작은 책 안에는 티파니가 매년 새롭게 선보이는 최상의 하이주얼리 컬렉션이 담겨 있다. 펼쳐는 순간 그 아름다움에 매혹되는 티파니의 명성 높은 블루 북(Blue Book)은 1백79년 역사의 티파니가 매년 선보이는 하이주얼리 컬렉션으로, 1845년부터 발간되어 VIP 고객의 자택으로 배송되었다. 이는 최초의 메인 카탈로그로 역사에 기록되었으며 고객과 긴밀하게 커뮤니케이션을 하고자 했던 창시자 찰스 루이스 티파니(Charles Lewis Tiffany, 1812~1902)의 철학을 담고 있다. 초창기 에디션에서는 티파니가 재탄생시킨 프랑스와 스페인 왕실 보석을 확인할 수 있으며 19세기 후반부터 20세기 초에 걸쳐 전 세계적으로 개최된 주요 만국박람회에서 상을 휩쓴 아름다움 티파니 주얼리 작품도 만나볼 수 있었다. 이후 창립자의 아들이자 이르 누보 운동의 선구자 루이 콤포트 티파니(Louis Comfort Tiffany, 1848~1933)가 블루 북 에디션을 더욱 다채롭고 화려하게 변신시켰다.

지난 4월, 뉴욕에서 공개된 2016년판 블루 북 컬렉션은 '변화의 예술(The Art of Transformation)'에서 영감을 얻은, 아름다움과 탁월함에 대한 티파니의 독보적인 유산을 다시 한 번 입증했다. 티파니의 명석하고 아름다운 디자인 디렉터 프란체스카 엠피테아트로프(Francesca Amfitheatrof)는 최상의 다이아몬드와 컬러풀한 젤스톤을 활용해 자연의 아름다움, 그 찬란한 세계와 비범함을 발산하는 순간의 감동을 담았다. 그녀는 "이번 컬렉션을 통해 무한한 자연 세계로 떠나는 여정을 보여주고자 했다. 또 자연의 마법을 통해 지상의 수많은 신비로운 것들이 창조되는 현상을 보여주고자 했다"라고 말했다. 티파니의 마스터 스톤 커터와 세터는 줄기를 따라 라운드 다이아몬드를 정교하게 세팅해 스퀘어 컷과 페어 셰이프 스톤을 감싼 넓은 표면의 신축성 있는 브레이슬릿을 탄생시켰다. 세상에 존재하는 귀한 보물 중에서도 가장 높은 가치를 지니는 것으로 손꼽히는 티파니의 다이아몬드는 이번 블루 북 컬렉션에서도 그 진가를 발휘했다. 환상적인 컬러의 팬시 컬러 다이아몬드 역시 보는 이들을 매혹시킨다. 태양 빛을 머금은 듯한 티파니의 옐로 다이아몬드는 다양한 컷과 컬러의 다이아몬드와 어울려 물론 물결 속의 섬처럼, 때론 웅장한 울타리 안의 성처럼 아름다움을 과시한다. 이외에도 탄자나이트, 투르말린, 아라미린 등 강렬한 컬러의 젤스톤은 다양한 스펙트럼을 발해 탄성을 자아낼 수밖에 없게 만든다. 이번 컬렉션에서 특별히 눈길을 끈 또 하나의 컬렉션은 생명체에서 영감을 얻은 작품들이었다. 다이아몬드, 사파이어, 그리고 차보라이트로 3개의 불가사리를 표현해낸 스타피시 트리오키프, 거대한 바로크 진주를 중심으로 다이아몬드를 빨판처럼 세팅한 문어 브로치, 그린 투르말린이 상징화한 상상 속 물고기를 고정시킨 에메랄드 컷 탄자나이트 이어링 등은 주얼리와 자연에 대한 경의심과 감동을 동시에 느끼게 해주었다. 티파니의 독보적인 디자인 헤리티지와 조화를 이루며 이번 2016 블루 북을 화려하게 수놓은 하이주얼리 컬렉션은 자연에 대한 오마주에 인간의 상상력과 정인 정신을 더해 티파니의 존재감을 다시 한 번 깨닫게 해주었다. 1백79년이라는 긴 역사를 이어온 최상의 럭셔리 하우스로서 더욱 화려한 모습을 자랑할 티파니의 헤리티지와 미래는 끝없이 펼쳐질 것이다.



1 D컬러 F등급의 40.22캐럿 에메랄드 컷 다이아몬드 드롭을 총 35캐럿의 미스드 컷 다이아몬드와 플라티넘에 세팅한 네크리스. 2 쿠션 컷 탄자나이트, 총 13.04캐럿의 그린 투르말린과 다이아몬드로 이루어진 플래티넘 피시 이어링 세트. 3, 4 블루 & 그린 투르말린, 탄자나이트 등 맨스런 젤스톤으로 만든 파워풀한 네크리스. 공기, 땅, 물, 불을 상징하는 활기찬 컬러가 인상적이다. 5, 6 티파니™ 세팅 탄생 1백30주년을 기념해 티파니 장인들은 이 아이코닉한 반지에 최상의 D컬러, F등급의 8.55캐럿 다이아몬드를, 플라티넘 밴드에는 다이아몬드를 정교하게 패배 세팅했다. 7 27.08캐럿의 핑크 스피넬과 페어 셰이프 투르말린, 라운드 브릴리언트 컷 다이아몬드가 어우러진 볼드한 링. 8, 9 양치석, 일사, 그리고 꽃을 연상시키는 넓은 등고선 형태의 브레이슬릿은 1960년대 티파니 아카이브 스키에서 영감을 얻어 1천8백 개가 넘는 다이아몬드로 무려 1천 시간이 넘는 수작업을 통해 탄생했다. 10 1930~40년대 티파니 아카이브 주얼리 디자인에서 영감을 얻은 탄생시킨 이 매력적인 브로치는 건축학적 대칭이 두드러진다. 루블라이트와 핑크 투르말린 비드를 집중적으로 선타에 세팅했으며 맞춤 제작한 비켓 컷 다이아몬드를 칼날 같은 형태의 플라티넘에 일체적, 기하학적으로 세팅했다. 11 미스드 컷 다이아몬드를 정교하게 세팅한 이 네크리스는 리듬감 넘치는 해안가의 형상을 표현했다. 장인들은 수작업을 통해 다이아몬드로 서로 다른 파도를 묘사했으며 역동적인 별뿔과 일몰의 움직임을 담았다. 12 티파니 장인들은 옐로 다이아몬드를 화이트 다이아몬드와 결합해 18캐럿 골드와 플라티넘 소재의 카본과 아이링으로 탄생시켰다. 13 1880년대 아카이브 스키에서 영감을 얻어 탄생시킨 잔주조 문양의 나선형 디자인. 정중적으로 가지는 라운드와 비켓 컷 다이아몬드를 커브는 표면을 따라 총총히 세팅했다. 14 2016 티파니 블루 북 컬렉션은 티파니 CT60™을 포함한 양면의 화려한 타임즈를 선보였다. 각각의 작품은 1백69년 역사의 티파니 시계 마스터의 장인 정예에 따라 세심하게 디자인했다. 15 웅장한 분위기의 2016 티파니 블루 북 이미지. 상쾌한 판타지로 호기심을 자극한다.



1 버드 클립 혹은 펜던트(1971~1972), 골드, 에메랄드, 사파이어, 옐로와 화이트 다이아몬드, 그리고 폴란드 출신의 유명 오페라 가수 가나 왈스카(Ganna Walska)가 소장하고 있던 96.62캐럿 브리울레트 컷 옐로 다이아몬드를 사용했다. 2 스매시 발레리나 클립(1941), 성서인 발레리나 클립은 1940년대 미국에서 만들어진 성공을 기뻐했다. 조각된 덴트는 페이 세트의 다이아몬드 얼굴에 루비와 에메랄드로 만든 머리 장식과 부채로 장식했다. 3 아르 데코 브레이슬릿, 1925년에 탄생한 아르 데코 브레이슬릿은 폴레네트 소재 스퀘어, 리운드, 그리고 마조 컷 다이아몬드를 사용했다. 4 부케 클립(1940), 골드, 사파이어, 루비, 다이아몬드로 만든 반클리프 아펠 컬렉션. 5 배스-빠우, 1938년 특허를 받은 배스-빠우는 반클리프 아펠이 창조한 변형 가능한 피스의 대표적인 작품 중 하나이다. 6 브레이슬릿으로 변형 가능한 지프 네크리스(1954), 반클리프 아펠의 가장 뛰어난 이방기드 작품으로 꼽히며 최고의 디자인과 독창성이 조화를 이루는 마스터피스다. 7 파오니 클립(1937), 플래티넘, 골드, 마스터 세팅 루비, 다이아몬드로 이루어졌다. 이집트의 파오니 공주의 소장품이었다.

우아함과 독창성의 주얼리 하우스, 반클리프 아펠
반클리프 아펠에 영감을 주는 것은 사랑이라는 창조적 에너지이다. 반클리프 아펠의 역사가 세상에 돌도 없는 러브 스토리에서 시작되었기 때문이다. 1895년 보석 딜러 가문의 딸 에스텔 아펠이 다이아몬드 브로커이자 보석공 가문의 아들 알프레드 반클리프와 결혼하면서 상상을 초월한 위대한 매종의 명성이 시작되었다. 1906년, 부부는 파리 방돔 광장에 최초의 반클리프 아펠 부티크를 오픈했다. 그 후 반클리프 아펠의 명성은 1925년 파리에서 개최된 국제 행사 현대 장식미술·산업미술 국제박람회에 참가하면서 더 높아졌고, 그들의 자녀들과 전설적인 크리에이티브 디렉터들을 거쳐 그 규모는 더욱 커져갔다. 첫 반세기 동안 반클리프 아펠은 매종의 시그니처가 될 기술을 개발했는데, 메탈이 보이지 않게 스톤을 세팅해 그 진귀함을 더욱 극대화하는 미스터리 세팅 기술(1933년 특허 출원), 독창적인 고급 케이스 미노디에르 또는 지퍼 패스너에서 영감을 받은 혁신적인 지프 네크리스가 반클리프 아펠을 대표하는 기술이다. 반클리프 아펠 제품의 우아함과 독창성, 그리고 가장 진귀한 프레셔스 스톤의 활용은 왕족, 귀족 가문, 영화인, 그리고 안목이 뛰어난 전 세계 고객들의 마음을 사로잡았다. 1백 년이 넘게 드라마틱한 여정을 걸어온 반클리프 아펠에 있어 다이아몬드를 비롯한 다양한 보석은 로맨틱한 스토리와 상상력을 담고 있을 뿐만 아니라 그 시대의 문화를 대변하기도 하고, 다양한 실험을 거쳐 새로운 스톤이 조합을 창조해낸 과학이기도 했다. 반클리프 아펠이 좀 더 본질적으로 하이 주얼리를 재조명하고자 하는 이 노력과 열정이 바로 <더 아트 앤드 사이언스 오브 젬(Van Cleef & Arpels: The Art and Science of Gems)>을 기획하게 만들었다.

반클리프 아펠, 지구의 신비로움과 만나
"이 전시는 정교하면서도 아름다운 주얼리를 창조하는 데 필요한 미학적 기술, 그리고 미네랄과 스톤이 형성되는 과정에 담긴 지구의 프로세스를 탐구하는 특별한 전시입니다. 이번 전시에서는 예술, 공예, 역사, 그리고 지구과학이 매우 유니크하게 조화를 이룹니다. 여러분은 명석 깊은 곳에서부터 진화를 통해 지구 표면에 드러나는 미네랄의 역사적 기원을 따라 특별한 여행을 하게 됩니다. 동시에 이러한 희귀 예술을 예술 작품으로 탄생시키는 반클리프 아펠 장인들의 놀라운 장인 정신을 경험하게 될 것입니다." - *오너 하거(Honor Harger, 싱가포르 아트 사이언스 뮤지엄 관장)*

이 특별하고 유니크한 전시를 위해 전문성을 반영하는 반클리프 아펠의 컬렉션과 개인 컬렉터들이 소장한 4백 점의 작품, 그리고 반클리프 아펠이 설립한 최초의 주얼리 스쿨인 레콜 반클리프 아펠이 초청한, 세계적으로 유명한 프랑스 파리 국립자연사박물관의 과학 유물이 선정한 김토를 통해 선정됐다. 반클리프 아펠 주얼리의 영감의 원천인 자연을 모티브로 한 주얼리는 전시장 내에서도 여전히 우아하고 생동감 있는 자세를 뽐냈다. 날갯짓 하는 나비, 화려한 모란이 꽃피는 순간, 섬세한 날개의 잠자리와 잉고 등 보는 이들의 눈을 사로잡는 다양한 동식물 주얼리는 전시장이 아닌 아름다운 정원에 와 있는 것처럼 느낄 만큼 환상적이었다. 파고다, 드래곤 파고다 등 아시아풍 모티브에 대한 관심도 반클리프 아펠의 주얼리를 통해 고스란히 표현되어 색다른 감성을 오감으로 느낄 수 있게 했다. 반클리프 아펠은 한 시대를 대표하는 예술 작품에서 영감을 받기도 했는데, 미니멀리즘, 모더니스트, 추상화, 옵아트 등 이방기드한 예술에 대한 오마주를 독창적이고 다이내믹하게 주얼리로 표현해냈다. 그 밖에도 1910년대부터 꾸준히 선보인 백이나 시가렛 케이스, 펜치 홀더, 가죽 제품 등 실용적인 아이템도 전시해 반클리프 아펠이 일상 속 물건조차 예술 작품으로 승화시킬 수 있는 창의적인 매종임을 새삼 깨닫게 했다. 한편 이 전시회를 더욱 특별하게 만든 것은 프랑스 국립자연사박물관이 엄선해 선보인 진귀한 원석과 미네랄이었다. 지구과학을 기본으로, 그 광물이 언제 어떻게 형성되었으며 어떻게 사랑받는 주얼리로 재탄생하는지를 아주 새로운 시각으로 유추해볼 수 있는 특별한 경험이었다. 가장 높은 곳에서 가장 감각적인 안목으로 사랑받는 하이 주얼리가 지구 가장 깊은 곳에서 놀라운 여정을 거쳐 찬란한 빛으로 인류를 매혹시켜왔다는 사실 자체가 아주 드라마틱하게 느껴졌다. 히스토토리, 우아함, 독창성, 장인 정신, 이 모든 것을 갖춘 주얼리 하우스로서 그들이 갖고 있는 보석에 대한 애정이 고스란히 표현된 특별한 전시회. 반클리프 아펠의 빛나는 가치와 미래가 더욱 궁금해질 수밖에 없게 만든다.



the art & science of Gems

전설적인 명성을 지닌 반클리프 아펠에서 귀하고 흥미로운 전시회를 기획했다. 지난 4월, 싱가포르에서 열린 <더 아트 앤드 사이언스 오브 젬(Van Cleef & Arpels: The Art and Science of Gems)>은 주얼리는 물론 깊숙이 묻혀 있던 스톤들까지 만날 수 있는 특별한 경험이었다.

Refined optics

선글라스 하면 가장 먼저 떠오르는 단어는 바로 레이벤(Ray-Ban)일 것이다. 80여 년이 넘는 세월 동안 이어온 클래식한 디자인은 물론, 오랜 역사를 대변하는 탄탄한 기술력이 뒷받침되었기 때문. 당신의 스타일 지수를 높여줄 새로운 레이벤 컬렉션을 소개한다. *photographed by park gun zoo*



(맨 위와 왼쪽 아래) **레이벤 스타일리쉬 컬렉션** 전 세계 레이벤 팬들에게 절대적인 지지를 받고 있는 스타디얼러 모델인 클립 마스터에서 영감을 얻어 디자인한 스타일리쉬 컬렉션. 매우 얇으면서도 가벼운 착용감을 자랑하는 플랫 메탈 템플을 적용해 한층 젊고 감각적인 느낌을 준다. 지와선과 적외선을 효과적으로 막아주는 울티컬 렌즈를 사용했으며 컬러는 기본적인 블랙, 그린 렌즈를 포함해 핑크와 블루 미러 렌즈까지 총 다섯 가지 색상으로 선보인다. 24만8천원대.

(오른쪽 아래 두 제품) **레이벤 개조비 컬렉션** 1980년대에 선보인 개조비 컬렉션을 그대로 재현했다. 아세테이트와 골든 메탈 더블 브리지를 결합한 둥근 핀투스 형태의 프레임에 미러 렌즈를 더해 반트위퍼에서도 독특한 분위기를 자아낸다. 카메라, 현미경에 사용하는 울티컬 렌즈를 적용한 블랙 컬러 렌즈와 그린, 블루 미러 렌즈 색상으로 출시하며, 콧대 가늠은 아시아의 얼굴에 맞춘 아시안 핏으로 제공한다. 22만원대. 문의 02-501-4436 에디터 **이지연**

Culture of pearl

자연의 신비로운 결정체인 진주. 이 귀중한 보석을 유니크한 자신만의 감성으로 세심하게 선보이는 브랜드가 있다. 바로 타사키다. 사람과 자연이 만들어내는 단 하나의 마스터피스, 진주가 태어나는 그 아름다움의 여정을 소개한다. *photographed by park gun zoo*



올해 새롭게 선보이는 밸런스 노트 컬렉션. 기존 밸런스 컬렉션의 수평 라인을 마치 음표처럼 표현했다. 다양한 크기의 진주 리듬감 있게 배치되어 있다.

자사 진주 양식장을 소유한 유일한 기업, 타사키

섬세하고 세련된 진주와 다이아몬드의 아이콘 타사키(TASAKI). 고귀한 하이 주얼리를 선보이는 브랜드로, 클래식한 아이템부터 디자인이 타운 파니치걸의 유니크한 피스를 선보이며 세계적인 명성을 얻은 브랜드다. 1954년 창업한 이래 진주 양식부터 최고 품질의 진주 선별, 가공, 디자인, 판매에 이르는 전 과정을 아우르는 장인 정신으로 아름답고 고귀한 디자인을 선보였다. 일본은 진주 종주국이라 할 수 있을 정도로 진주 양식 연구에 노력을 기울인다. 율을 내거나 모양을 바꾸지 않아도 자연 그대로의 완벽한 모습을 띤 진주의 가치는 유일하기에 독보적이다. 20세기 초반, 세계대전 이후 독자적인 연구소를 설치하고 진주 연구에 매진한 타사키는 1970년 세계 최초로 마베 진주 양식에 성공해 독보적인 위치를 차지하게 되었다. 멸종 위기에 처한 품종을 되살려 일본을 상징하는 아름다움으로 끌어올린 타사키의 스토리는 새로운 아름다움을 일구어낸 개척자의 상징이 된 것은 물론, 세계적으로 높은 가치를 인정받고 있고, 이가치는 여전히 유효하다. 이렇듯 타사키는 진주에 관련된 특별한 노하우를 보유하고 있으며 진주는 살아 있는 것이라는 모토를 내세우는 자사 양식장을 소유한 유일한 기업이기도 하다. 사람과 조개가 만들어내는 이 기적의 보석을 위해 최고의 환경 속에서 숙련된 장인들이 선별과 가공을 담당한다.

이코야 진주부터 흑진주까지

하나하나 모두 다른 스토리를 지닌 진주에게 종류도 다양한데, 타사키에서 가장 순수하고 아름다운 진주로 여기는 것은 바로 이코야 진주다. 일본에서는 와다마(일본 진주)라고 불리며 세계적으로 사랑받은 이코야 진주의 모태는 일본산이 많은 편. 수온 15~25℃의 파도가 잔잔한 후미진 만에 생식해 여러 겹으로 쌓인 진주층이 미묘한 색상을 띠며 아름답고 우아한 광택이 나는 것이 특징. 색상은

실버, 골드, 크림, 핑크, 그린, 블루 등이 있고, 모양은 둥근 것이 대부분이며, 6~8mm가 표준 사이즈다. 마베 진주 역시 독보적인 아름다움을 갖추었는데, 지름 10~20mm의 볼륨감 있는 반원형 진주로 윤기가 흐르고 무지갯빛이 도는 것이 특징이다. 워낙 희소한 진주였기에 1970년대 타사키에서 인공 채취법을 개발하기 이전에는 희소성이 높아 '환상의 진주'라 불리기도 했다. 이외에도 남양 백진주, 남양 흑진주, 담수 진주, 바르크 진주 등 다양한 진주로 다채로운 디자인을 시도하는 타사키는 좋은 소재로 특별한 디자인을 선보이기에 더 매력적이다. 클래식하게 여겨졌던 진주를 새롭게 해석하기 위해 이미 1962년 디자인실을 설치했고, 이를 넘어 2009년에는 패션 디자이너인 타쿠 파니치걸을 크리에이티브 디렉터로 영입해 진주는 물론 주얼리업계 전반에 유니크한 디자인으로 한 획을 긋게 되었다. 이 디자인적인 영감이 올해 새로운 제품이 반영되었는데, 오랫동안 사랑받아 타사키의 상징이 된 밸런스의 새로운 버전, 밸런스 노트(Balance Note)가 바로 그것. 균형미 넘치는 밸런스 시리즈의 시그니처 디자인인 직선 바를 변형한 생동감 넘치는 밸런스 노트의 디자인은, 바를 따라 마치 음표처럼 다양한 크기의 진주와 다이아몬드를 배치해 새로운 아름다움을 창조했다. 진주가 만들어내는 기본 좋은 멜로디와 다이아몬드의 반짝임이 자아내는 경쾌하고 매혹적인 리듬은 자유로우면서도 희망적인 무드까지 조성한다. 클래식과 새로움의 만남, 오랜 역사와 도전적인 디자인의 조화가 황홀경을 이루는 타사키의 가치, 새로운 컬렉션인 밸런스 노트가 어우러진 타사키의 노래에 귀를 기울여보면 어떨까. **에디터 배미진**



1, 5 사이트에 다이아몬드를 세팅한 밸런스 다이아몬드 패배 링. 2 크기가 거의 유사한 5개의 진주를 찾아 세팅하는 디자인은 오직 타사키에게 가능하다. 3 올해 첫선을 보인 밸런스 노트 네크리스. 4 진주와 다이아몬드의 비대칭적인 아름다움이 눈을 사로잡는다. 타사키는 다이아몬드 분야에서도 독보적인 위치를 차지하고 있다. 6 타사키의 크리에이티브 디렉터 타쿠 파니치걸. 7, 9 다이아몬드와 진주가 어우러진 아름다운 주얼리는 타사키의 전매특허다. 8 타사키가 현재 위치한 타사키양식장. 10 생명체인 진주는 하나하나 자신만의 개성을 지니고 있다. 사카이 타사키양식장에서 채취한 아름다운 진주들. 11 도쿄 강가에 위치한 타사키 플래그십 스토어.

(왼쪽부터 차례대로) 사일스로운 파스텔 핑크 컬러와 리본 매듭 클로저가 여성스러운 소가죽 샌드백, 토트백으로 활용해도 예쁘다. 30X28cm, 79만5천원 **랑방칼렉션**. 랩프 로린의 베스트셀러 백인 리키 백의 백백 버전으로, 클래식한 디자인과 견고한 가죽 소재, 골드 버클 장식이 눈에 띈다. 캐주얼 혹은 물론 포멀한 오피스룩에도 멋스럽게 매치할 수 있다. 26X31cm, 2백70만원대 **랑프 로린 칼렉션**. 백백도 미니 사이즈가 대세다. 앙증맞은 크기의 LV 로고 미니 백백, 16X19cm, 1백90만원대 **루이 비통**. 구찌를 상징하는 GG 로고에 화려하게 안개한 플라워 프린트를 매치해 여성스러우면서 유니크한 디자인으로 완성한 GG 수프림 백백, 패드를 넣은 도톰한 어깨 스트랩이 편안한 착용감을 선사한다. 27X35cm, 1백93만원 **구찌**.



Bag to back

그녀의 뒷모습이 심상치 않다.
데일리 룩에 반전의 재미와 스타일리시한
포인트가 되어줄 백백의 화려한 귀환.
photographed by park gun zoo

스타일리스트 유광영
어시스턴트 이예영, 김수민
스타일링 에이전시 02-3785-0880

(왼쪽부터 차례대로) 1990년대에 열풍을 일으킨 이후 지금까지 큰 사랑을 받고 있는 프라다의 상징적인 백백 디자인에 비단벨기주를 사용해 럭셔리함을 한껏 자아내는 나일론 백백, 30X28cm, 2백만원대 **프라다**. 여성스럽고 신중한 패이즐리 패턴이 돋보이는 백백. 수납공간이 부족해 여행 가방으로도 제격이다. 45X29cm, 1백15만원 **에버로**. 이번 시즌 바버리 칼렉션 런웨이에서 하늘하늘한 롱 슬리 드레스를 입은 모델이 매치했던 바로 그 백백. 나일론 소재에 가죽 디테일을 더한 디자인으로, 끈을 길게 해 즉 늘어뜨려 착용하면 더욱 시크하고 멋스럽다. 23X26cm, 1백50만원 **바버리**. 아디티 **권유진**

랑방칼렉션 031-5170-2260 랩프 로린 칼렉션 02-545-8200 루이 비통 02-3432-1864 구찌 1577-1921 프라다 02-3442-1830 에버로 02-511-2573 바버리 02-4019-7691



200여 개의 상으로 증명된 발렌타인 200년의 가치

Ballantine's®

수년간 200여 개의 상으로 증명된 발렌타인의 변함없는 가치

2002년부터 지금까지 발렌타인은 국제적인 권위를 자랑하는 국제주류대전(International Spirits Challenge), 스카치 위스키 마스터즈(The Scotch Whisky Masters), 국제주류품평회(International Wine & Spirit Competition) 등 다양한 국제 대회에서 약 200여 개의 상을 받아 그 가치를 인정받아 왔다. 이 국제주류대회에서는 위스키 브랜드에 대한 정보 없이 오로지 잔에 담긴 원액의 맛과 향만으로 평가해 최고 품질의 위스키를 가려낸다. 발렌타인이 각종 세계 대회에서 수년에 걸쳐 200여 개의 상을 수상한 사실은 브랜드를 떠나 위스키 원액만으로 최고의 스카치 위스키임을 증명한 것이다.

200여 년을 이어 온 명성, 그 완벽한 블렌딩

발렌타인에 있어 '블렌딩'이란 단순히 위스키를 정해진 비율에 의해 섞는 것만은 아니다. 발렌타인 마스터 블렌더는 수많은 위스키 원액의 숙성 과정을 지켜보고 그 맛의 변화 과정을 기억하며 최상의 블렌딩 비율을 찾아낸다. 블렌딩에 조금의 오차만 생겨도 전혀 다른 위스키가 될 수 있기 때문에 기술을 넘어 예술의 경지에 가까운 블렌딩 과정이 필요하며, 200년 전에 블렌딩된 발렌타인과 현재 블렌딩한 발렌타인이 동일한 맛과 향을 낼 수 있도록 하는 것이 마스터 블렌더의 역할이라 할 수 있다. 발렌타인 고유의 우아한 품미, 부드러운 목넘김과 완벽하게 균형 잡힌 스타일은 200여 년간 그 품질과 가치를 지켜온 5명의 마스터 블렌더에 의해 만들어졌다. 지금 당신이 발렌타인 한 잔을 마추하고 있다면 그것은 전 세계의 전문가들이 오랫동안 입을 모아 찬사를 마지 않았던 완벽한 블렌딩의 결정체, 그 자체를 마시는 것이다.



- 2010 IWSC Gold Ballantine's 21 YO
- 2010 ISC Gold Ballantine's 17 YO
- 2011 IWSC Gold(Best in Class) Ballantine's 17 YO
- 2012 ISC Gold Ballantine's 30 YO
- 2012 IWSC Gold Ballantine's 17 YO
- 2013 ISC Gold Ballantine's 17, 30 YO
- 2013 HK IWSC Gold Ballantine's 17, 21 YO
- 2014 TSWM Master Ballantine's 30 YO
- 2014 IWSC Hong Kong Gold Ballantine's 17, 21, 30 YO
- 2015 ISC BIC-Gold-Trophy Ballantine's 17, 30 YO
- 2015 IWSC Gold Ballantine's 30 YO

“우아한 품미
아름답고 섬세한 바디감과
완벽한 균형감으로
끝없이 이어지는 긴 여운”
- 2015 IWSC 심사위원 평가에서 -



DRINK RESPONSIBLY 자나신 음주는 건강이나 간임을 일으키며, 운전이나 작업 중 사고 발생률을 높입니다.



Retro boeing + Nude beige lip color
 (왼쪽 위부터 시계 방향으로) 카키 컬러 렌즈를 적용한 보잉 선글라스 43만5천원 **지형시 by 사필로**, 골드와 실버, 투톤 컬러의 미러 렌즈가 돋보이는 선글라스 가격 미정 **크리스찬 디올**, 블랙 렌즈의 보잉 스타일 선글라스 52만5천원 **생 로랑**, 텍스처가 촉촉한 베이지 핑크 색상의 루주베르 구두르, 3.8g, 4인2천원대 **입생로랑**, 골드 파우더를 함유한 베이지 nude 베이지 톤의 AQMW 아트 데 클리르, 3.8g, 6만8천원대 **코스메 데코르테**.



Unique & see-through + Coral lip color
 (왼쪽부터 시계 방향으로) 독특한 패턴의 옐로 핑크 프레임 선글라스 19만원대, 투명한 핑크 프레임 선글라스 19만원대 모두 **립 by 메인코트**, 크리스탈로 장식한 동그란 프레임의 선글라스 40만원대 **미우미우 by 루스티카 코리아**, 각테일처럼 흔들려 사용하는 코랄 색상의 주시 웨이퍼, 6.5ml, 3만3천원대 **랑콤**, 레드 오렌지 색상의 루주 아 레브르 립스틱, 4.5g, 5만5천원대 **글레드보 보베**, 코랄 컬러 레브르 생디앙 립글로스, 5.5g, 4만원대 **사펠**.



the peak of Energy

‘우아함의 끝판왕’으로 불리는 샴페인. 그중에서도 특정 연도산 최상급 포도로만 빚어내는 프레스티지 빈티지 샴페인(vintage champagne)의 대명사 돔 페리뇽(Dom Pérignon). 매년 재창조된다는 표현이 잘 어울리는 이 매혹적인 샴페인 브랜드에서 아주 특별한 빈티지를 선보였다. 부드럽지만 강렬하고, 날카로우면서도 섬세한 매력을 품은 ‘돔 페리뇽 P2 1998’이다. 극한의 기후를 극복해내며 역설적인 매력을 담은 돔 페리뇽 1998 빈티지의 에너지가 분출되기 시작되는 2차 절정기를 맞이했다는 의미에서 ‘P2’라는 타이틀을 달았다. 유난히 애호가를 많이 거느린 브랜드이긴 하지만 샴페인에 별 관심이 없던 이들조차도 팬으로 만들법한 강력한 오라를 뿜어내는 돔 페리뇽 P2 1998 빈티지를 소개한다.



빈티지 샴페인은 많은 이들에게 묘한 매력을 불러일으키는 단어다. 특정한 해의 토양이 자란 포미는 머금은 포도송이들이 빚어내는 개성을 오롯이 느낄 수 있기 때문이다. 해마다 나오는 게 아니라 작황이 좋은 연도에만 탄생하는 터라 그 값어치는 더욱 높다. 그래서 연신이 재벌 또는 최소한 빈티지 샴페인은 크리스타나 스텔라 같은 내로라하는 이트 경제 환경에 모습을 드러내기도 한다. 대표적인 예로, 현대미술의 아이콘인 앤디 워홀은 자신의 일가에 20명의 친구들과 돔 페리뇽 2천 병을 사서 2000년까지 창고에 저장해둔 뒤, 말레니움이 시작될 때 그 술들을 마시며부리는 말을 남겼을 정도다. 아쉽게도 워홀은 2000년이 되기 전에 세상을 떠났지만, 그가 행복을 느꼈던 근원은 숙성을 향한 기다림 속에서 태어날 출중한 샴페인을 친구들과 나누는 기대감 그 자체였을 것이다. 그런 특별한 기대감을 선사할 수 있는 빈티지 샴페인 ‘돔 페리뇽 P2 1998’이 최근 한국 시장에 선보였다.



절정의 에너지를 선사하는 돔 페리뇽 P2 1998

돔 페리뇽은 세 차례의 숙성을 거쳐 풍부하고도 섬세한 은빛 광물 향이 나는 특유의 독창성이 거의 완전하게 드러난다고 여쭙는다. 각각의 숙성은 절정이라는 뜻의 ‘플레니튜드(plénitudes)’의 앞 글자를 붙여 P1, P2, P3라 부른다. P1은 최소 7년, P2는 최소 12년, P3는 최소 20년 이상의 기간이 필요하다. 이번에 아쉽게 선보인 ‘돔 페리뇽 P2 1998’은 2차 절정기를 맞이한 샴페인으로, 1998년산 포도를 수확해 ‘양곡 숙성’이라 불리는 기와 인양기까지 합쳐 16년0란 시간에 걸쳐 창조됐다. 왜 굳이 숙성을 내놓을까? 그 이유는 돔 페리뇽이 그저 일차적인 개성을 그리지 않고 몇 차례 연속적인 도약을 통해 확장하는데, 그때마다 다른 감성의 세계를 발전시키기 때문이라고 한다. ‘P1의 목표는 조화(harmony)로 잡는다면 P2의 감성은 에너지(energy)라는 단어로 표현할 수 있습니다. 이 에너지는 서로 대립되는 요소로 빛어진 긴장감 속에서 생겨납니다. 그래서 P2는 그 어느 때보다 강렬한 에리함과 정밀성을 뽐내죠. 깨뜨리지 않으면서도 세심하게 깎아내고, 강하지만 부드러운, 역설적인 매력을 품은 와인입니다.’ 돔 페리뇽의 와인메이커 뱀상 사프롱의 설명이다.

강하지만 부드러운 역설적인 개성, 궁극의 미각 경험을 선사하다

이 특별한 빈티지 샴페인이 이처럼 긴장감 어린 개성을 지니게 된 이유는 1998년 극한의 기후를 겪은 해였기 때문이다. 당시 8월에는 이례적으로 고온이 지속된 데다 9월의 첫 2주 동안에는 날씨가 유난히 흐렸고, 비도 자주 오는 비름에 수확을 연기하기로 결정했는데, 그 이후로는 언제 그랬는 듯 기암하게 좋은 날씨가 찾아왔다. 변화무쌍한 날씨를 인식으로 돌피려 후 맞이하게 된 가격의 빈티지라는 것이다. 이 같은 인고의 산물인 P2는 샴페인 애호가들이 아닐지라도 빈하게 만들곤 하는 빼어난 매력을 품고 있다. 실제로 서울 청담동의 한 레스토랑에서 개최된 ‘P2 런칭’은 이 매혹적인 빈티지 샴페인의 다층적인 매력을 느낄 수 있는 자리였다. 일단 향은 강렬한 생기가 넘친다. 금빛이 감도는 액체가 담긴 잔을 둘러싸고 20년 가까운 세월이 무색하게 신선하고 활력 넘치는 부케가 펼쳐진다. 그러다가 크림처럼 부드러우면서도 밀도 있는 풍미가 압연을 감싼다. 진한 아로마가 풍부하고 긴 여운을 남기는데, 특 쓰느 스모크 향이 균형을 잡아주는 느낌이다. 미스피의 곱한도 빼놓을 수 없는 미덕이다. 예컨대 캐비어를 곁들인 킹 크랩 살에 오렌지 소스를 얹은 요리는 특유의 광물성을 돋보이게 하고, 커리 소스와 관자를 채운 닭 가슴살 요리는 복합적인 특성으로 가득한 에너지에 날개를 달아주는 듯하다. 하지만 P2든, P1이든 샴페인의 코르크 마개를 따기에 언제나 적어지는 확고하게 못 박을 수 없을 것 같다. 한 저렴한 와인 애호가이자 주정학자인 인간 이트 와인 이트 세상에 태어나 최상의 모습을 보여주는 것이 단 한순간은 아니기에, 와인용 시를 하는 척도 와인을 마시는 사람에 따라 달라질 수 있고 개봉하는 시가마다 다른 매력을 발산할 수도 있는 법이니 말이다. 앤디 워홀처럼 어떤 순간을 위해 고이 간주해두는 애호가도 있고, 곧바로 뜻밖의 청춘기의 기쁨을 누리는 애호가도 있지 않겠나. 다만 돔 페리뇽의 P2라는 개념은 그 ‘행복한 고인의 장’이 마침내 열릴 수 있다는 사실을 알려주는 지표 같은 ‘도우미’ 역할을 훌륭히 해낸다. 에디터 **고성연**

돔 페리뇽 P2 1998 시음 노트

향 강렬하고 풍만하며 활기찬 노트가 곱함을 지극한다. 몰랭두나무, 오렌지 색상의 과실류, 구운 아몬드에 바다 내음을 더해 후각을 자극하며, 연한 오드 향도 느껴지며 향출현을 선사한다. 풍미 1998년 빈티지의 특징인 크림처럼 부드럽고 끈적한 풍미가 예리하면서도 모든 것을 감싸 안고, 진한 이로 마가 밀려와 오랜 여운을 남기며, 통렬하고 에너지가 넘치는 스모크 향의 파시가 전체적인 균형을 완성한다. 서울과 수도권 지역의 주요 백화점 및 호텔 등에서 판매 중이다. **가격 60만원 후반대**. 1차 절정기를 맞이한 돔 페리뇽 2006 빈티지는 30만원대. **제품 문의 02-2188-5100**

match Point

올여름, 별다른 메이크업 없이도 얼굴에 포인트를 줄 수 있는 선글라스와 립스틱의 컬러 매치법에 주목하라.
photographed by park gun zoo

Futuristic blue mirror + Pink lip color
 (왼 위부터 시계 방향으로) 블루 메탈 프레임과 블루 미러 렌즈가 미래 지향적인 느낌을 지어내는 선글라스 가격 미정 **크리스찬 디올**, 하늘색과 투명한 블루가 어우러진 유니크한 프레임의 선글라스 29만6천원 **카렌 워커 by 유틸리티디올유**, 은은한 파스텔 핑크 컬러의 벨벳 매트 립 펜슬, 2.2g, 3만6천원대, 평한 팜 핑크 컬러의 스킨 립스틱, 2.4g, 3만6천원 모두 **나스**, 촉촉한 핑크 코랄 색상의 아드트 밀크티트 376, 5.5ml, 4만1천원대 **디올**.



Classic back + Red lip color
 (왼 위부터 시계 방향으로) 오프 화이트 블랙 스카어 프레임 선글라스 45만원 **구찌 by 사필로**, 볼드한 블랙 블랙 스카어 선글라스 42만원 **살린노 by 사필로**, 광택감이 뛰어난 레드 색상의 올드라 시인 립글로스, 7ml, 5만5천원 **폴 포드 뷰티**, 선명한 빨간색이 돋보이는 입술루 루즈 데미안선, 4.2ml, 4만원대 **랑콤**, 에디터 **베이지진**, **이지엔**

크리스찬 디올 02-3480-0104
 유틸리티디올유 02-522-4343
 립 by 메인코트 070-8849-0847
 루스티카 코리아 02-601-4436
 생 로랑 02-3438-7628
 사필로 02-514-9006
 나스 02-6905-3747
 디올 080-342-9500
 입생로랑 080-347-0089
 코스메 데코르테 080-568-3111
 돔 페리뇽 02-3440-2696
 랑콤 080-022-3332
 글레드보 보베 080-564-7700
 사펠 080-332-2700



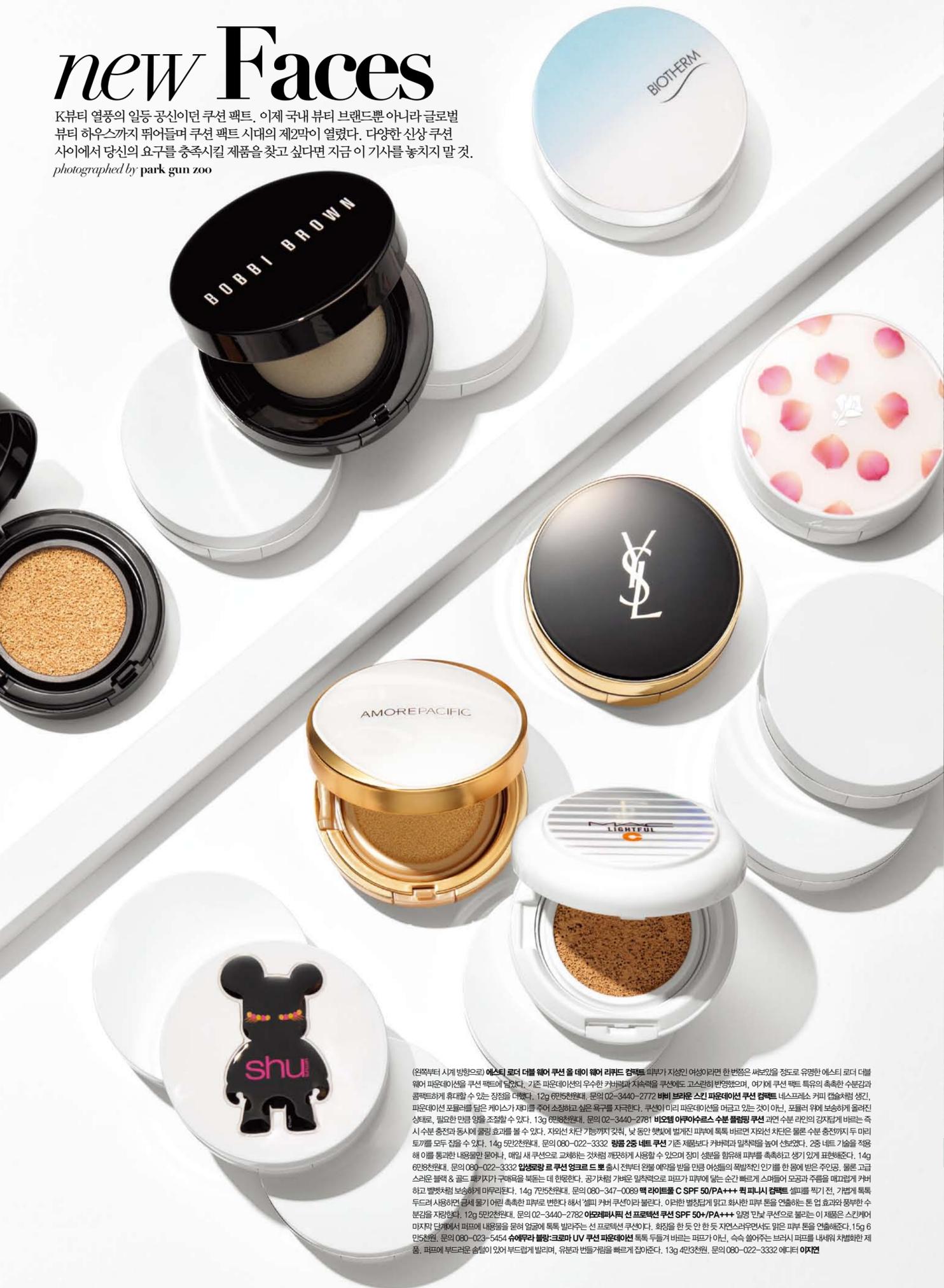
1, 2 돔 페리뇽 P2 1998은 16년0란 시간을 거쳐 에너지 절정에 이른 아주 특별한 빈티지 샴페인이다. 3 돔 페리뇽은 한국 고객과의 소통을 위해 서울 강남의 갤러리101 백화점 명품관 웨스트(West)에서 지난 4월 26일부터 3주간 돔 페리뇽 P2 1998 팝업 스토어를 열었다. 4 서울 청담동 소재의 돔 페리뇽 P2 런칭 행사장. 5 P2 1998 한국 론칭을 기념해 서울을 찾은 돔 페리뇽의 와인메이커 뱀상 사프롱. 6, 7 행사장에서 선보인 돔 페리뇽 푸드 페어링 메뉴. P2 1998과 함께 서빙된 앤드 소스 소의 관자를 채운 닭 가슴살 요리. 1차 절정기인 P1을 맞이한 2006 빈티지와 짝을 이룬 7번째 정령(jambon)과 부드러운 감자 무스 요리.



new Faces

K뷰티 열풍의 일등 공신이던 쿠션 팩트, 이제 국내 뷰티 브랜드뿐 아니라 글로벌 뷰티 하우스까지 뛰어들며 쿠션 팩트 시대의 제2막이 열렸다. 다양한 신상 쿠션 사이에서 당신의 요구를 충족시킬 제품을 찾고 싶다면 지금 이 기사를 놓치지 말 것.

photographed by park gun zoo



(왼쪽부터 시계 방향으로) **에스티 로더 더블 웨이 쿠션 올 데이 웨이 리프트 컴팩트** 피부가 지성인 여성이라면 한 번쯤은 써보았을 정도로 유명한 에스티 로더 더블 웨이 파운데이션을 쿠션 팩트에 담았다. 기존 파운데이션의 우수한 커버력과 지속력을 쿠션에도 고스란히 반영했으며, 여기에 쿠션 팩트 특유의 촉촉한 수분감과 콤팩트하게 휴대할 수 있는 장점을 더했다. 12g 6만5천원대. 문의 02-3440-2772 **비비 브라운 스킨 파운데이션 쿠션 컴팩트** 내스프레스 커미 컴플렉스 생크, 파운데이션 포뮬러를 담은 케이스가 자피를 주어 소징하고 심은 욕구를 자극한다. 쿠션이 미리 파운데이션을 머금고 있는 것이 아닌, 포뮬러 위에 보습하게 줄러진 상태로, 필요한 만큼 양을 조절할 수 있다. 13g 8만8천원대. 문의 02-3440-2781 **비오셀 아쿠아스쿠스 수분 울림핑 쿠션** 과민 수분 라인의 강자답게 버리는 즉시 수분 충전과 동시에 콜링 효과를 볼 수 있다. 자외선 차단 7등급까지 갖춰, 낮 동안 햇빛에 발개진 피부에 톡톡 바르면 자외선 차단은 물론 수분 충전까지 두 마리 토끼를 모두 잡을 수 있다. 14g 5만2천원대. 문의 080-022-3332 **랑콤 2중 네트 쿠션** 기존 제품보다 커버력과 밀착력을 높여 선보였다. 2중 네트 기술을 적용해 이를 통과한 내용물만 문어, 매일 세 쿠션으로 교체하는 것처럼 깨끗하게 사용할 수 있으며 진피 성분을 함유해 피부를 촉촉하고 생기 있게 표현해준다. 14g 6만8천원대. 문의 080-022-3332 **입생로랑 로 쿠션 앙크르 드 보** 출시 전부터 완월 예약을 받을 만큼 여성들의 폭발적인 인기를 한 몸에 받은 주인공. 물론 고급스러운 블랙 & 골드 패키지가 구매욕을 북돋는 데 한몫한다. 광자점 거버는 밀착력으로 피파가 피부에 닿는 순간 빠르게 스며들어 모공과 주름을 매끄럽게 커버하고 벨벳처럼 보습하게 마무리한다. 14g 7만5천원대. 문의 080-347-0089 **맥 리이트볼 C SPF 50+/PA+++ 빅 파니시 컴팩트** 섀플을 찍기 전, 가볍게 톡톡 두드려 사용하면 금세 물기 어린 촉촉한 피부로 변한다 해서 '셀피 카버 쿠션'이라 불린다. 이러한 별칭답게 맑고 화사한 피부 톤을 연출하는 톤 업 효과와 풍부한 수분감을 자랑한다. 12g 5만2천원대. 문의 02-3440-2782 **이모페시픽 선 프로텍션 쿠션 SPF 50+/PA+++** 일명 '만날 쿠션'으로 불리는 이 제품은 스킨케어 마지막 단계에서 파프에 내용물을 문혀 얼굴에 톡톡 발라주는 선 프로텍션 쿠션이다. 화장을 한 듯 안 한 듯 자연스러우면서도 맑은 피부 톤을 연출해준다. 15g 6만5천원. 문의 080-023-5454 **슈에무라 벨랑크로아 UV 쿠션 파운데이션** 톡톡 두들겨 버리는 파프가 아닌, 속속 떨어지는 브러시 파프를 내세워 차별화한 제품. 파프에 부드러운 스펀지가 있어 부드럽게 밀리며, 유분과 반들거움을 빠르게 잡아준다. 13g 4만3천원. 문의 080-022-3332 **에디터 이자엔**

사하라 선인장 시드 오일의 강력한 힘, 혁신리

최근 가장 많이 받은 질문이었다. '혁신리(Huxley)라는 뷰티 브랜드를 알고 있는 것. 요즘 SNS에서 열풍이 분 코즈메틱이라는 멘트와 함께 말이다. 발음부터 생소한 이 브랜드를 인스타그램이나 페이스북에 검색해보면 많은 이들의 관심과 사랑을 증명하듯 수천 건에 달하는 게시물과 사용 후기를 쉽게 찾을 수 있다. '혁신리 나게 좋다'는 유머와 함께 '만족스럽다', '촉촉하다', '순하다'라는 리뷰가 공명적이고, 이런 제품 특성 때문인지 여성뿐만 아니라 남성 사용자도 광장히 많은 점도 눈에 띈다. 문장한 지 얼마 되지 않은 신규 화장품 브랜드가 이 정도의 인지도를 확보하고 큰 사랑을 받는 비결은 무엇일까? 혁신리의 철학과 브랜드 스토리를 들어보면 이에 대해 명확히 알 수 있다. 군더더기 없이 미 니달한 패키지에서 눈치챘겠지만 혁신리는 과학적이고 혁신적인 기술을 내세우는 브랜드는 아니다. 하지만 가장 좋은 제품을 진심으로 알린다는 브랜드 모두 이래, 현대사상에 포화된 정보력으로 진실이 흐려지고 있는 현상을 예견한 영국의 소설가이자 비평가 올더스 헉슬리(Aldous Huxley)의 이름을 따서 브랜드명을 지었고, 불필요한 것은 모두 덜어내고 피부에 가장 필요한 배아식 코즈메틱만을 선보인다. 오로지 품질력으로 승부하고자 하는 것. 모든 제품에는 혁신리의 자부심이자, 주목해야 할 놀라운 성분이 함유되어 있다. 바로 지구상에서 가장 덥고 건조한 사하라 사막에서 자라는 사하라 선인장 시드 오일이 그것이다. 모로코 왕실과 베르베르족 여인들이 1천 년 동안 피부 미용을 위해 애용 한 사하라 선인장 시드 오일은 1백만 개의 씨앗을 36시간 동안 오로지 수작업으로 압출해야만 1L를 얻을 수 있는 귀한 성분. 이는 극한 환경에서 스스로 자신의 몸을 보호하는 피토키미칼을 풍부하게 함유해 95%의 수분을 유지하는 것은 물론, 풍부한 리놀렌산은 물론 올리브 오일보다 무려 4배 이상 많은 비타민 E를 담고 있다. 혁신리는 이 고귀한 성분을 더욱 안전하고 효과적으로 피부에 전달할 수 있도록 에코서트 유기농 인증 마크를 획득한 성분만 사용했다고 하니, 어떤 피부 타입이건 안심하고 바를 수 있는 착한 화장품이라는 사실에 이견이 없을 것이다.

자외선과 무더위를 이기는 수분 가득한 피부

숨이 탁 막힐 정도로 후덥지근한 요즘 같은 날씨에는 30분 정도 선풍을 다녀온 것만으로도 피부가 발갛게 달아오르고 바싹바싹 마르고 한다. 살라하고 해서 안전할까? 사무실, 카페, 차 안에서 쬐는 에어컨 바람은 피부를 건조하게 만드는 주요인. 소중한 피부를 지키며 울여름을 무사히 보내려면, 수분력이 풍부하고 자극받은 피부를 빠르게 진정시켜 줄 코즈메틱으로 똑똑하게 관리해야 한다. 피부가 예민한 사람도, 끈직하고 리치한 타인의 코즈메틱을 싫어하는 남성도 만족할 수 있는 순하고 촉촉한 화장품을 찾고 있다면 혁신리의 수분 듀오에 주목할 것. 에디터가 한 달째 사용 중인 이 에센스와 크림은 여름철에 이만한 화장품이 없다는 생각이 들 정도로 촉촉하고 피부 속까지 채워주는 수분력이 돋보이는 제품들이다. 특히 투명한 제형이 주는 청량한 첫인상처럼 촉촉한 혁신리 에센스 크림 워터는 마치 냉장고에 넣어둔 것처럼 차갑고 시원한 쿨링 효과가 단연 으뜸. 묽은 젤 타입으로 피부에 문지르면 물기가 눈에 보일 정도로 촉촉하고, 끈적임 없이 산뜻하게 흡수된다. 유기농 사하라 선인장 시드 오일과 함께 피부의 수분 보유력을 높여 줄 천연 보습 인자 N.M.F와 항산화 성분인 항산화베리 콤플렉스, 쿨링 효과의 페퍼먼트, 면역 기능을 강화하는 마테 잎 성분을 풍부하게 담았으니 효과는 두말할 필요 없다. 이와 함께 쓰면 효과가 배가되는 '혁신리 크림 프레시 앤 모어'는 산뜻한 젤 타입의 포뮬러로 수분감이 뛰어나고 마치 오일팩을 써온 듯 매끄럽고 부드럽게 마무리되는 점이 인상적이다. 오후가 되어도 피부가 메마르지 않고 촉촉함이 지속적으로 느껴져 만족스러웠으며, 특히 장시간 야외 활동으로 피부가 달아올랐을 때 수분 팩을 하듯 듬뿍 바르고 휴식을 취하니 피부가 빠르게 회복되는 것을 눈으로 확인할 수 있었다. 더불어 풀잎 향처럼 은은하고 산뜻한 향이 기분까지 상쾌하게 하니, 울여름 수분 케어는 선인장의 힘을 담은 혁신리의 수분 듀오에 맡기자. 혁신리 에센스 크림 워터 30ml 4만3천원, 혁신리 크림 프레시 앤 모어 50ml 3만5천원. 문의 070-7123-0077 **에디터 배미진, 권유진**

secret of Sahara

지구상에서 가장 무덥고 수분이라고는 찾아볼 수 없이 메마르고 척박한 사막에서 최대 95%의 수분을 유지하며 생존하는 선인장. 그 마법과도 같은 선인장의 힘을 담은 혁신리의 수분 루틴 케어에 주목한다면 울여름 수분 충전은 문제없다. photographed by park gun zoo

SPECIAL EVENT COUPON

〈스타일 조선일보〉와 혁신리가 함께하는 쿠폰 이벤트

본 쿠폰을 지참하고 립스 매장을 방문하는 독자분들께 사막같이 무더운 여름날, 자외선으로 예민해진 피부를 위한 필수 아이템 '혁신리 워너 파우치 수분 케어 3종'을 증정합니다.

◆ 증정품 혁신리 워너 파우치 수분 케어 3종(혁신리 토너 엑스트랙트 및 10ml, 혁신리 에센스 크림 워터 3ml, 혁신리 크림 프레시 앤 모어 7ml) ◆ 문의 070-7123-0077

◆ 기간 2016년 6월 3일(금)~12일(일) ◆ 증정매장 립스 이수정·서민점·안일점·잠실캐슬점·강남점·선릉점·가로수점·신촌점·대교중앙점·판교중앙점

* 증정품은 한정수량으로 조기 소진될 수 있으며, 1인 1회 선착순으로 증정합니다.



super Protection

자외선 차단과 함께 더욱 특별한 기능을 더한 선 케어 제품을 모았다. 실내 유해 환경으로부터 자극받는 피부를 보호해주는 것은 물론, 미세 먼지와 디지털 기기에서 방출되는 블루 라이트까지 막아주는 2016년형 자외선 차단제. *photographed by park gun zoo*

(왼쪽부터 시계 방향으로) 라프라이리 블루라 스위스 UV 프로텍션 베일 SPF 50 자외선 차단 효과뿐만 아니라 스킨케어 효과까지 겸비한 라프라이리 자외선 차단제. 고기능 만큼 진중하고 효과적인 생분해를 담았다. 물리적, 화학적 UV 필터로 UVA와 UVB를 완벽히 차단하고, 스위스 알프스 고산대 자생식물인 노블 에델바이스 추출물을 함유해 거친 외부 환경으로부터 피부를 강력하게 보호한다. 독자적인 스마트 크리스탈 화이트 시스템으로 멜라닌 생성을 억제하고 피부 투명도를 높여 칙칙하지 않고 고른 피부 톤을 연출한다. 50ml 24만원. 문의 080-511-6626

샤넬 UV 에센셜 멀티 프로텍션 데일리 디펜드 SPF 50 PA+++ 화이트닝 케어의 권위자답게 독보적인 화이트닝 테크놀로지를 고스란히 담은 제품. 피부 스트레스를 다스리는 타르를 함유한 추출물이 포함된 장부 단백질(SPPR)을 활성하여 피부 본연의 보호 작용을 돕는다. 매일 사용할 때마다 피부가 외부 공격으로부터 스스로를 보호할 수 있도록 강력한 장벽을 형성해 색소침착과 광노화 현상을 막아준다. 30ml 7만원. 문의 080-332-2700

조르지오 아르마니 마이스트로 UV 스킨 디펜스 프라이머 SPF 50 PA+++ 식물성 오일과 비티민 E 생분이 피부 컨디션을 최상으로 끌어올리고 피부에 보이지 않는 투명 장벽을 세워 자외선과 더불어 미세 먼지, 황사 등 외부 유해 요소를 완벽하게 차단한다. 텍스처가 매우 가벼워 바른는 즉시 피부에 밀착되고 유분을 빠르게 흡수해, 매끈하고 투명한 피부를 완성한다. 파운데이션을 바르기 전에

프라이머 용도로 사용하면 한층 더 건강한 피부를 연출할 수 있다. 30ml 7만6천원. 문의 080-022-3332

디올 프레스티지 화이트 블레이크스 UV 프로텍션 블레이크쉬 밤 SPF 50+ PA+++ 우리가 매일 접하는 스마트폰에서 방출되는 블루라이트가 피부 색소침착을 유발하는 것을 알고 있는가? 이 제품은 자외선은 물론 디지털 기기에서 발생하는 인공 광선을 2중으로 차단한다. 또 컬러 피그먼트를 포함해 선 스킨케어 라인 필라도 자외선을 차단하는 동시에 피부 톤을 자연스럽고 매끈하게 보정할 수 있다. 30ml 14만원. 문의 02-3438-9337

코스메 데코르테 선 엘티 에이지 SPF 50+ PA+++ 한결 가벼워진 신시미 메이크업 연출 시, 수분 크림 대신 사용해도 좋은 만큼 촉촉한 질 타입의 텍스처로 은은한 윤광 효과까지 선사한다. 수분 베이스 포뮬러가 피부에 신뜻하게 흡수되어 끈적임 없이 사용할 수 있으며, 더운 날씨에도 땀이나 피지 등의 노폐물에 묻지 않아 깔끔한 인상을 유지해준다. 35g 4만2천원. 문의 080-568-3111

랑콤 UV 엑스퍼트 XL 섀드 SPF 50 PA+++ 최근 미세 먼지 특보가 자주 발생하는 만큼 외부 유해 환경으로부터 피부를 지켜주는 선 제품을 선택하는 것이 좋다. 이 제품은 대외 오염 물질이 피부에 달라붙지 않게 하는 비축적 효과를 더했으며, 자외선 필터 2가지를 추가해 피부를 친숙하게 만들고 탄성을 떨어뜨리는 장파 UVA까지 차단한다. 30ml 5만1천원. 문의 080-022-3332 *에디터 이재현*



editor's Pick

〈스타일 조진일보〉가 제안하는, 뜨거운 태양 아래에서 반짝이는 스킨을 연출해줄 서머 에센셜 아이템. *photographed by yum jung hoon*

디올 스킨 누드 에어 서머 글로우 파우더 시미 펠과 쿠머 컬러의 피그먼트가 아우러져 기본 메이크업만 마친 후, 브러시를 이용해 피부에 속속 퍼 바른다면 태양 빛에 반짝이는 피부를 연출할 수 있다. 얼얼한 아이라이프를 완화는 신체 부위 어디에나 바를 수 있다. 10g 8만1천원. 문의 080-342-9500. *by 에디터 이재현*

나스 립 케어 두 닷 디스토프 인입에 코팅을 한 듯 끈적임 없이 촉촉한 입술로 연출해준다. 립스틱의 선명한 발색력과 글로우의 광택감, 그리고 높은 지속력과 발색력으로 타투 효과를 선사한다. 무엇보다도 콘스탄틴 카카-이사의 알라스트가 그려진 패키지가 소장 욕구를 자극한다. 6ml 3만9천원. 문의 02-6905-3747. *by 에디터 이재현*

베네피트 더 포어세셔널 변들거리는 T존, 유난히 모공이 도드라지는 볼 안쪽, 주름이 신경 쓰이는 입가에 특별 비로만 얹고 싶다면 수분 보충력이 생기 모공과 주름을 깊숙하게 가라앉힌다. 스코너에 마무리 단계에 비로만 메이크업 지속력을 높여줄 뿐 아니라 도자기 피부를 연출할 수 있다. 22ml 4만4천원. 문의 080-001-2363. *by 에디터 이재현*

앳킨슨 러브 인 아이들니스 글세 사탕에 빠진 것만 같은 순백롭고 로맨틱한 향을 품은 블로컬 향수. 세이노피아의 (사람의 모양에서 영감을 받았다. 우아한 향수 스텔라 비올렛 여교도 매혹적인 우디 시프레 드라이 노트가 만나 여성스럽고 관능적이며 파우더리한 꽃 향을 완성했다. 100ml 19만원. 문의 080-800-8809. *by 에디터 권유진*

래즈 썬머 블레이크스 마린블로이 아이세도우 팔레트 립스와 블림블림을 챙겨 해변으로 떠날 때, 심은 총들을 불러오라는 서머 아이세도우 팔레트, 보라색이 에델라드, 상아색 순결 핑크, 썬머 세라피 등 여행자의 상상력을 가득 채워줄 여섯 가지 색조를 담았다. 특히 선명한 블루와 핫 핑크 컬러 세대는 라이너 브러시로 눈꼬리에 포인트를 주면 부당스럽지 않으면서 톡톡 튀는 서머 룩을 완성할 수 있다. 1.7gX6 4만원. 문의 080-023-5454. *by 에디터 권유진*

토 토포 뷰티 네롤리 포르토포노 바디 모이스처라이저 여름과 가장 잘 어울리는 향이 나는 갈갈 계열의 흰 꽃 네롤리를 원료로 했다. 지중해의 코빌트빛 바다를 담은 패키지에서 연상되듯 시원한 바람을 담은 청량감 넘치는 향이 매력적. 촉촉하면서도 리치한 텍스처로 단 한 번의 타피로도 충분한 보습감을 느낄 수 있다. 150ml 9만5천원. 문의 02-3440-2636. *by 에디터 이재현*

바비 브라운 이스트 스틱 볼, 입술 등 다양하게 활용할 수 있는 멀티 제품. 크레마스처럼 한 번의 가벼운 타피로도 선명하게 발색되며, 파우더와 메이크업이 마무리는 사용감이 돋보인다. 맨슬 타임으로 립 라인을 정교하게 살리기 애용했다. 5.6g 3만6천원. 문의 02-3440-2781. *by 어시스턴트 김수빈*

오엠 인릭트 오일 필름 전문 관리실에서 보다 마시트하는 것을 좋아하는데, 그때마다 이 오일 필름을 챙겨 갈 만큼 선풍, 효과, 향 등 모든 면에서 만족하며 사용하고 있다. 특히 셀룰라이트가 집중된 팔과 허벅지를 매끈하고 탄력 있게 만드는 데 특화된 효과를 보았으니 꾸준히 사용할 수밖에 이 오일에 함유된 스위트 이탄트, 레몬 껍질, 진저 등이 피부 속 노폐물을 제거하고 순환을 도와 부기 완화에도 뛰어나다. 200ml 11만9천원. 문의 02-517-5513. *by 에디터 권유진*

셀라수 샬라텍 동양적인 소재인 백옥 성분을 담아 피부 정화 기능을 구현한 슬리밍 팩. 바르는 느낌도 부드럽고, 슬리밍 팩임에도 끈적임이 덜하다. 슬리밍 팩에게 백다나무와 허브를 첨가해 속면에도 도움이 되기에 강력 추천. 씻어내는 것이 불편이나 일게 퍼 바르고 잠들어도 좋다. 80ml 8만5천원. 문의 080-023-5454. *by 에디터 배미진*

아이스프리 마이퓨션 두 가지 다른 타입의 팩, 12가지 쿠션 베이스, 그리고 무려 1백 가지 디퍼의 케이스로 개인의 취향에 딱 맞는 쿠션 팩을 손에 넣을 수 있다. 그중 통쾌 커버 쿠션은 파운데이션 못지않은 뛰어난 커버력과 지속력을 갖췄다. 특히 쿠션 팩 특유의 변들거리는 듯한 피부 표현을 개러된 사람에게 강력 추천한다. 14g 2만2천원. 문의 080-380-0114. *by 어시스턴트 김수빈*

더 하스토리 오브 후브 한유 보팩 보팩이라는 제품명에서도 짐작할 수 있듯이 프리미엄 한유 라미에서 선택한 천연 고농축 앵굴이다. 양가 가득한 5월에서 9월 사이 에 채취한 30년 이상 된 천연 산삼의 진초 성분을 한 형태로 만든 산삼전초한유를 함유해 피부의 소실된 기력을 빠르게 회복시킨다. 놀라울 만큼 고가의 앵굴이지만 피부 보약이라고 생각하면 된다. 피부 체력이 튼튼해지는 것을 물론 경험할 수 있을 것. 40ml 1백만원. 문의 080-023-7007. *by 에디터 권유진*

학슬리 크림 프레스시 앤 모어 여름철 가장 많이 찾는 켈리엔의 수분 크림. 그것으로서는 부족한 느낌이 든다면 '학슬리 크림 프레스시 앤 모어'가 대안이 될 것. 텍스처는 신뜻하지만 묵직한 수분감으로 유수분 밸런스를 맞춰주는 것은 물론 붉게 달아오른 얼굴을 진정시키는 효과까지 겸했다. 자기 전 슬리밍 팩을 바른듯 얼굴에 듬뿍 얹으면 다음 날 촉촉한 피부를 경험할 수 있다. 50ml 3만5천원. 문의 070-7123-0077. *by 어시스턴트 김수빈*

로라 메르시에 오 프레스시 바베나 인퓨전 켈리엔 바디 모이스처라이저 흡수력과 수딩 효과를 높이기 위해 특별히 제작한 하이브리드 켈리엔의 바디 크림. 피부에 묻으면 시원하고 촉촉하게 스며들면서 마무리같은 오일막을 씌운 듯 매끄럽다. 향수도 함께 출시하는 컬렉션답게 프레시한 바베나 향이 오래, 그리고 은은하게 지속된다. 225g 6만4천원. 문의 02-514-5167. *by 에디터 권유진*



세기의 거장들과 축제를 만끽하는 방법

벌써 절반이 훌쩍 지나간 2016년을 보다 흥미롭게 보내게 해줄 축제를 소개한다. 특히 올해는 한국과 프랑스 수교 1백30주년을 기념하는 행사가 연말까지 우리나라에서 열릴 예정이며, 국내외 거장들의 기념일을 맞아 다채로운 전시와 행사가 열리고 있다. 특히 탄생 1백 주년을 맞은 미술가 이중섭·변월룡·유영국 전시와 셰익스피어 서거 4백 주기, 모차르트 탄생 2백60주년 기념 행사를 절대 놓치지 마시라.



한불 수교 1백30주년을 축하하다

1886년, 한국과 프랑스가 한불우호통상조약을 맺으며 공식 외교 관계를 수립한 지 1백30년이 지났다. 지난해에는 이를 축하하는 행사가 프랑스를 중심으로 열렸고, 올해는 우리나라에서 열리고 있다. 고리타분한 정치적 행사를 떠올리면 곤란하다. 한국과 프랑스는 마치 자국의 자존심이라도 건 듯 엄청난 예산을 투자해 다채로운 분야의 1백여 개 행사를 개최하고 있다. 먼저 디네 앙 블랑(Dîner en Blanc)과 룩테르콘서트홀 개관 페스티벌을 소개한다. 디네 앙 블랑이라는 단어는 처음 들어도 모두가 흰색 옷을 입고 야외에서 대규모로 식사하는 환상적인 사진은 한 번쯤 해외 뉴스에서 본 적이 있을 것이다. 디네 앙 블랑은 1988년 프랑수아 파스키에가 파리에서 처음 연 팝업 피크닉으로, 이미 세계 65개 도시에서 10만 명이상이 참가한 바 있다. 우리나라에서는 한불 수교 1백30주년을 기념하기 위해 이번엔 처음 열리는데, 서울에서는 6월 11일, 부산에서는 9월 3일에 각각 열린다. 초대받은 게스트만 참석하는 시크릿 파티이며, 게스트의 의상과 소품이 모두 화이트 컬러라는 것이 재미있다. 행사 장소는 현장에 도착할 때까지 비밀이라는 사실 또한 흥미롭다. 프랑스 고유의 피크닉 문화를 체험할 수 있는 좋은 기회가 될 것. seoul.dinerenblanc.info

오는 가을 개관할, 우리나라에서 가장 높은 건물에 위치한 롯데콘서트홀에서 개최하는 페스티벌 역시 주목할 만하다. 새로 오픈하는 콘서트홀이 어떨지 궁금하기도 하거니와, 프랑스를 대표하는 음악가들의 첫 번째 내한 공연을 볼 수 있다는 것이 매력적이다. 10월 15일에는 윌리엄 크리스트와 기악, 보컬 앙상블 레자르 플로리상의 고음악(바로크 음악 이전의 음악) 공연이 열린다. 10월 26일에는 얼마 전 타계한 피에르 볼레즈가 창단한 현대음악 앙상블 앙테르콩탱포앵의 한국 첫 내한 공연이 열린다. 피에르 볼레즈의 메모리얼제가 하이 라이트가 될 것 같다. 11월 22일에는 액상프로방스 페스티벌에서 초연해 극찬받은, 독일 가곡의 거장 마티아스 괴르네와 미술가 윌리엄 켈트리지의 영상이 조화를 이루는 <겨울나그네>를 선보인다. 한국과 프랑스의 문화 교류 축제에서 미술과 공연 역시 빼놓을 수 없다. 국립현대미술관 서울관의 <예코 시스템: 질 바비에>전과 DDP의 <장 폴 고티에> 전시가 인기를 모으고 있다. 질 바비에의 직접 한국을 찾아 자신의 얼굴을 이용한 워트 있는 조형물과 프랑스어 사전에서 영감을 얻은 다채로운 작품을 선보였다. 질 바비에는 수학자 존 콘웨이의 '생명 게임'을 자신의 작품 세계에 응용해, 새로운 생태계를 만들고 작품을 창조하고 있다(7월 31일까지). 패션 디자이너 장 폴 고티에가 뷰티 살롱을 운영하던 할머니에게 영향을 받아 만든 콘 브라(Con Bra)를 입은 닥터 베이 인형부터 오토 쿠튀르 한복까지 2백20점의 작품을 선보이고 있다(6월 30일까지). www.annefrancecorée.kr

셰익스피어, 영국 문학 축제의 장이 펼쳐진다

윌리엄 셰익스피어(William Shakespeare) 탄생 4백50주년인 2014년에 이어 셰익스피어 서거 4백 주기를 맞은 올해도 그를 되살리려는 움직임이 곳곳에서 포착되고 있다. 주요 공연이 하반기에 몰려 있는데, 서울시극단의 감광보 연출가가 <헨리 4세-왕자와 폴 스타프>에 이어 <햄릿> 등 2편의 셰익스피어 작품 연출을 맡았다는 점이 주목할 만하다. <햄릿>을 2016년 한국 배경으로 새롭게 구성한 <햄릿>은 재벌 2세로 다시 태어난 햄릿이 자신의 신념과 사랑을 지키려 애쓰는 모습을 보여줄 예정이다(세종 M시어터, 9월 30일부터 10월 16일까지). <햄릿>은 셰익스피어의 가장 인기 있는 레퍼토리답게 또 다른 공연으로도 선보일 예정이다. <연극열전 6-햄릿>은 소년 햄릿과 성인 햄릿의 심리가 교차되는 구조로, 한 남자의 복수가 만들어내는 비극에 초점을 맞춘다. 셰익스피어가 설정한 4백 년 전 덴마크 왕국을 배경으로 한 것이 아니라 2016년 가상의 시공간에서 벌어지는 왕실 비극으로 재탄생시켰다고 하니 궁금하지 않을 수 없다(충무아트홀, 8월 2일부터 10월 16일까지).

<타이거 릴리스 & 덴마크 리퍼블릭 시어터 음악극-햄릿>은 영국의 컬트 밴드 타이거 릴리스와 덴마크의 리퍼블릭 시어터가 새로운 음악극을 만들어내는 형식이다. 보컬리스트 마틴 자크가 셰익스피어의 대사와 어우러진 노래와 내레이션으로 극을 이끄는 데, 에크라베릭, 인형극 등 여러 시각적 요소가 가장 새로운 햄릿을 만들어냈다는 호평 일색이다. 특히 오웬리아가 바다에 빠져 죽는 장면은 지금까지의 <햄릿> 중 가장 아름다운 장면이라는 찬사를 받은 바 있다(LG아트센터, 10월 12일부터 14일까지).

마지막으로 셰익스피어를 발레로도 만날 수 있어 반갑다. 발레는 음악과 이야기, 춤까지 감상할 수 있는 매력적인 장르이기에 더욱 추천하고 싶다. 국립발레단은 <말괄량이 길들이기>를(예술의전당, 6월 23일부터 26일까지), 유니버설발레단은 <로미오와 줄리엣>을 선보인다(예술의전당, 10월 22일부터 29일까지). <말괄량이 길들이기>는 안무가 존 프랑코가 강수진 예술감독의 취임을 축하하며 아시아 관객을 내준 작품이라 아시아에서는 오로지 국립발레단에서만 공연할 수 있다. 작품은 클래식하지만 발레단 무용수들은 주먹질, 발길질 등 과장된 동작과 익살스러운 표정 연기까지 소화해내며 발레의 새로운 면을 보여준다. www.kballet.org 셰익스피어 발레 스페셜 갈라쇼 <햄릿>, <로미오와 줄리엣>, <한여름 밤의 꿈> 등의 하이라이트 장면을 해설과 함께 감상할 수 있는 갈라 공연이다(세종 M시어터, 10월 28일부터 30일까지). 곤이어 제임스 전이 안무한 모던 창작 발레 <한여름 밤의 꿈>이 공연된다. 요정이 잘못 전달한 사랑의 묘약으로 벌어지는 세 커플의 유쾌한 사랑의 에피소드를 담았다(세종 M시어터, 11월 11일부터 13일까지). sejongpac.or.kr

셰익스피어와 세르반테스는 한 번도 만난 적이 없었다

올해는 또한 (제인 에어)로 유명한 샬럿 브론테(Charlotte Bronte) 탄생 2백 주년, <피터 래빗>의 작가 비어트릭스 포터(Beatrix Potter) 탄생 1백50주년, <찰리와 초콜릿 공장>의 저자 로알드 달(Roald Dahl) 탄생 1백 주년이기도 하다. 셰익스피어뿐 아니라 이렇듯 세계적으로 많은 독자를 거느리고 있는 영국 문학의 저력이 부럽다. <둔키호테>로 알려진 스페인의 거장 미겔 데 세르반테스(Miguel de Cervantes)와 셰익스피어는 공교롭게도 둘 다 서거 4백 주기를 맞았으며, 기일마저 4월 23일로 같다. 동시대를 품었지만 살아생전 두 사람이 만났다는 기록은 없다. 올해 영국과 스페인을 방문하는 여행자들은 이들의 생전 흔적을 탐방하는 프로그램과 현지 공연을 감상할 수 있을 것. 두 작가의 특별한 생일을 맞아 출판사에서도 특별 에디션을 선보였다. 민음사에서는 <세계를 향한 의지: 셰익스피어는 어떻게 셰익스피어가 됐는가>를 펴내 그의 인간적인 모습에 포커스를 맞췄고, 열린책들에서 출간한 <둔키호테를 읽다>는 안영옥 고려대 스페인어문화과 교수가 <둔키호테>를 원역한 이후 세르반테스의 삶과 그가 숨겨놓은 메시지를 파헤치는 형식이다. 민음사에서 출간한 <제인 에어>는 한국영미문학연구회에서 수십 종의 번역본 중 가장 훌륭한 판본으로 선정된 유희호의 번역으로 소장 가치를 높인다. 로알드 달의 <단독 비행>은 살림프렌즈에서 그의 탄생 1백 주년을 맞아 <로알드 달의 위대한 단독 비행>으로 새롭게 선보였는데, 아프리카 파견 근무와 제2차 세계대전에 참전하며 만난 세상을 풍자적으로 보여주는 자전적 소설이다.

한국의 미술 거장 탄생 1백 주년, 이중섭·변월룡·유영국

우리나라 거장들의 기념일을 축하하는 행사도 대거 대거하고 있다. 미술가 변월룡과 이중섭, 유영국의 탄생 1백 주년을 축하하는 전시가 차례로 열리는 것. 국립현대미술관 덕수궁관에서 러시아에서 활동했던 변월룡 작가의 전시가 이어 국민 화가로 불리는 이중섭의 전시가 6월 3일부터 10월 3일까지 개최된다. 황소와 '통영 풍경' 등으로 알려진 이중섭은 우리나라 사람들이 가장 좋아하는 미술가 중 한 명으로, 미국 뉴욕 현대미술관이 소장한 작품 등 1백80여 점의 대표작을 한자리에서 만날 수 있어 기대를 모은다. 10월 21일부터는 국립현대미술관 덕수궁관에서 한국 근대 추상화의 선구자 유영국 작가의 회고전이 열린다. 그는 모던아트협회는 전위적인 미술 단체를 이끌기도 했다. 하지만 곧 단체 활동을 그만두고 2002년 타계할 때까지 전업 작가로 살면서 작업실에서 그림을 그렸다. 처음 작품을 판매한 것이 만 70세 때인 1976년이었다고 하니, 얼마나 척박하고 치열한 삶을 살았는지 짐작할 수 있을 것. 그의 대표작은 산을 소재로 한 연작인데, 점, 선, 면,

색채 등 조형의 기본 원리에 탐닉한 그의 작품 세계를 볼 수 있다. 압도적인 크기와 분량의 산 작품은 자연과 우주에 대한 경배의 시간을 제공할 것으로 보인다. www.mnca.go.kr 비디오 아트의 창시자로 불리는 백남준의 서거 10주기 기념 행사도 이어지고 있다. 백남준 아트센터에서는 7월 3일까지 백남준 서거 10주기 추모 특별전 <다중시간-Wrap Around the Time>이 열린다. 11명의 국내외 기획자가 미술가를 선정해 백남준의 작품에서 영감을 받은 작품을 선보이는 형식이라 재미있다. 기획자들이 큐레이터뿐 아니라 과학자, 미디어 비평가, 언어학자, 기계 비평가, 소설가 등 분야가 다양한 만큼 선정된 미술가와 작품도 흥미롭다. 예를 들어 과학자 김대식은 아티스트 빠키(Vakki)를 추천해, 백남준의 TV 부채, '로봇 K-456'에서 영감을 얻은 3채널 비디오의 키네틱 설치 작품 '마인드 바디 프로블럼'을 함께 선보였다. 올해 하반기에 백남준아트센터와 간송미술문화재단이 공동 기획해 간송미술관 백남준의 예술 세계를 연결하는 획기적인 전시를 선보일 예정이다(DDP 배움터 디자인박물관). <http://njp.ggcf.kr> 서울시립미술관 서소문본관에서는 백남준 서거 10주기 추모전과 천정자 서거 1주기 추모전이 6월 14일부터 각각 열린다. 오는 7월 20일은 백남준의 탄생일인데, 이를 기념해 창신동에 위치한 백남준 생가를 개조해 백남준기념관을 선보이며 심포지엄과 플릭서스 퍼포먼스를 개최할 계획이다. sema.seoul.go.kr 우리나라를 대표하는 거장들의 뜻깊은 전시가 이어지니 반갑지 않을 수 없다.

마지막으로 모차르트 탄생 2백60주년 관련 공연을 소개한다. 세종문화회관에서는 2016 세종 챔버 시리즈 '오마주 투 모차르트(Homage to Mozart)'를 무대에 올린다. 세종문화회관이 선정한 '올해의 아티스트(Artist in Residence)' 지휘자 임현정이 1년 동안 4회에 걸쳐 모차르트의 악기별 협주곡을 선사한다. 피아니스트 김태형(6월 25일), 바이올리니스트 김보소라(10월 30일), 피아니스트 선우예진(11월 19일) 등 세계를 무대로 활동하는 젊은 클래식 아티스트들의 경쾌하면서도 우아한 연주를 기대해보자. 6월 10일부터 공연되는 뮤지컬 <모차르트>의 귀환도 모차르트 탄생 2백60주년과 무관하지는 않을 것이다. www.emkmusical.com 클래식 애호가라면 프랑스 작곡가 앙리 디티외(Henri Dutilleux)와 아르헨티나의 거장 알베르토 히나스테라(Alberto Ginastera)도 탄생 1백 주년을 맞았다는 것을 기억해두자. 남은 2016년을 보다 우아하고 풍성하게 보내고 싶다면 관심 가는 행사를 다이어리에 기록해두면 어떻게? 마침 시간을 내 행사에 참석할 수 있다면, 오랫동안 정성스럽게 준비한 거장들의 생일 파티를 만끽하고 아름다운 추억도 만들 수 있으니 금상첨화일 것 같다. **글 이소연**(사진 미술에 종주하다), <서울, 그 키를 찾아라> 저자

SHOWROOM



반클리프 아펠



스와로브스키 크리스탈

까르띠에

옴포리오 아르마니 스위스 메이드 워치

몽블랑



리처드 윌

반클리프 아펠 부통 도르 컬렉션 반클리프 아펠은 다채로운 컬러와 원형 모티브 원석의 조화가 풍부한 볼륨감을 선사하는 부통 도르 컬렉션을 선보인다. 핑크 골드, 머디오브펠, 그리고 카닐리언의 조화가 여성스러운 바진과 옐로 골드, 블랙 컬러의 오닉스, 그리고 크로아소 레이아웃을 매치한 바진 등 2가지 세트로 구성된다. 문의 00798-852-16123

스와로브스키 크리스탈 브로치 스와로브스키 크리스탈은 여름을 맞아 화려한 컬러감과 눈부신 광채가 돋보이는 브로치를 추천한다. 옷차림에 포인트를 더하기 좋은 이 브로치는 크리에이트 유어 스타일 웹사이트(www.create-your-style.kr)를 통해 구매 가능하다. 제품을 구매하는 고객에게는 6월 17일 DIY 강습을 체험할 수 있는 기회를 제공한다. 문의 02-6930-9976

까르띠에 아틀레트 드 까르띠에 네크리스 까르띠에는 각각의 원석에 특별한 의미를 담은 주얼리 컬렉션 '아틀레트 드 까르띠에'의 네크리스를 소개한다. 자개, 오닉스, 핑크 오팔, 스페이크 우드 등 다양한 원석 팬던트에 공장의 기운을 담은 컬렉션으로, 라피드 라줄리와 말라카이트 바진 네크리스를 XS 사이즈로도 새롭게 선보여 선택의 폭을 넓혔다. 문의 1566-7277

옴포리오 아르마니 스위스 메이드 워치 실버 & 블루 워치 옴포리오 아르마니 스위스 메이드 워치는 실버와 블루 컬러의 조화가 우아한 실버 & 블루 워치를 출시한다. 42mm 케이스 사이즈의 심플한 멋이 돋보이는 남성용 워치와 블루 컬러 머디오브펠 다이얼, 다이아몬드 세팅한 인덱스가 눈길을 사로잡는 여성용 워치를 함께 선보인다. 문의 02-3440-6500

몽블랑 스타 로만 스몰 세컨드 카르페 디엠 스페

셀 에디션 몽블랑은 간결한 디자인이 클래식한 멋을 지니는 '스타 로만 스몰 세컨드 카르페 디엠 스페' 에디션을 선보인다. 초침 디스플레이를 하단에 배치해 컴플리케이션 요소를 가미한 것이 특징이다. 원형 유광 스테인리스 스틸 케이스, 기요세 패턴의 실버 화이트 다이얼 등 몽블랑의 대표적인 디자인 요소와 오메타워치와인팅 방식의 무브먼트를 통해 스위스 파인 워치메이킹 전통과 브랜드의 정수를 드러낸다. 문의 1670-4810

오메가 씨마스터 아쿠아 테라 '평창 2018' 리미티드 에디션 오메가는 다가오는 2018 평창동계 올림픽을 기념한 남성용 시계 '씨마스터 아쿠아 테라 평창 2018 리미티드 에디션'을 출시한다. 블루 PVD 다이얼 위 미니 트랙에 오메가의 57지 컬러를 사용한 'PYEONGCHANG 2018' 문구를 새겨 넣어 특별함을 더했다. 문의 02-511-5797

리처드 윌 보वाल 데 생 바스 리처드 윌은 올해 일곱 번째 개최하는 오토 대회 '보वाल 데 생 바스'의 공식 파트너로 참여했다. 아름다운 구스타비아 만에서 4일간 진행된 이 대회에서 미국산 맥시 오토인 프로테우스(Proteus)가 승리를 거두며 마무리되었다. 우승을 거머쥔 선원들에게는 리처드 윌의 시계 PM 60-01 크로노그래프 레퍼를 부상으로 증정했다. 문의 02-2230-1288

JEWEL

FASHION

신세계백화점 글로벌 신세계 신세계백화점은 쇼핑의 메카인 명동에 위치한 신세계백화점 본점 리뉴얼 작업을 통해 서울의 첫 면세점을 공개하며 '글로벌 신세계'로서 재도약을 시도한다. 신관 8층부터 12층까지 총 5개 층으로 구성되었으며 럭셔리 패션 브랜드, 하이 주얼리, 코스메틱, 전통 수공예품 등 다채로운 콘텐츠로 채웠다. 문의 1661-8778

브루넬로 쿠차렐리 글래디에이터 샌들 브루넬로 쿠차렐리는 다양한 폭에 활용하기 좋은 글래디에이터 샌들을 출시한다. 부드러운 터지감을 자랑하는 카프 스킨 밴드와 모달의 장식을 가미한 것이 특징으로, 매트함과 반짝임의 대조가 감각적이면서도 우아한 매력을 자아낸다. 문의 02-3448-2931

알렉산더 맥퀸 스킨 프린트 시리즈 알렉산더 맥퀸은 브랜드의 상징인 스킨 프린트와 2016 S/S 시즌 메인 테마인 세일러 프린트가 완벽하게 조화를 이루는 패셔너블 아이템을 선보인다. 패턴 프린트가 멋스러운 리지 스킨 티셔츠를 선보이며 실버 주얼리 브랜드로서의 출발을 알렸다. 한국의 디자인과 태국의 주얼리 제작 기술을 결합해 고품질의 주얼리를 합리적인 가격에 선보인다. 문의 02-501-4436



브루넬로 쿠차렐리

루이 비통 드라이빙 슈즈 루이 비통은 출시 10주년을 기념해 다채로운 컬러로 선보이는 드라이빙 슈즈를 소개한다. 편안한 착용감과 유연성이 특징인 튜블라 구조의 드라이빙 슈즈는 장인의 수작업으로 제작된다. 질감을 살린 송아지 가죽, 패이먼트, 타이거 가죽 등 다채로운 소재로 선보인다. 문의 02-6905-3633

레이벤 클럽라운드 컬렉션 레이벤은 아이코닉한 라운드 모형을 모던하게 재해석한 '클럽라운드 컬렉션'을 새롭게 출시한다. 메탈 소재의 브리지와 아세테이트 브로의 조화가 클래식하면서도 세련된 느낌을 준다. 블랙, 브라운 등 선호도 높은 컬러는 물론 핑크, 실버, 그린 등 미려 렌즈를 사용해 트렌디한 느낌을 부각한 버전도 함께 선보인다. 문의 02-6905-3357

벨론바인 2016 S/S 주얼리 컬렉션 벨론바인은 체인을 엮는 기법과 천연 단추 진주를 모티브로 한 2016 S/S 주얼리 컬렉션을 선보이며 실버 주얼리 브랜드로서의 출발을 알렸다. 한국의 디자인과 태국의 주얼리 제작 기술을 결합해 고품질의 주얼리를 합리적인 가격에

소개한다. 공식 온라인몰(www.balloonvine.co.kr)을 통해 만나볼 수 있다. 문의 070-8845-5248

지암바티스타 발리 글러디에이터 샌들 지암바티스타 발리는 글러디에이터 샌들이 돋보이는 글래디에이터 샌들을 선보인다. 얇은 가죽 스트랩으로 이루어진 이 샌들은 플랫폼 솔에 반짝이는 글러디 장식을 더해 스타일에 확실한 포인트를 더해준다. 실버, 핑크, 그린 등 다채로운 컬러로 출시된다. 문의 02-6905-3357

벨론바인 2016 S/S 주얼리 컬렉션 벨론바인은 체인을 엮는 기법과 천연 단추 진주를 모티브로 한 2016 S/S 주얼리 컬렉션을 선보이며 실버 주얼리 브랜드로서의 출발을 알렸다. 한국의 디자인과 태국의 주얼리 제작 기술을 결합해 고품질의 주얼리를 합리적인 가격에



레이벤

벨론바인

알렉산더 맥퀸

지암바티스타 발리



메르세데스-벤츠 메르세데스-벤츠는 브랜드 엠블럼이 돋보이는 보물이 매력적인 남성용 향수 맨을 선보인다. 아르마틱 우디 프루티 계열의 향수로, 배와 제라늄 향취로 청량감을 선사하며 이어지는 부드러운 시더 향과 세련된 우디 향의 조화로 마무리된다. 문의 02-3443-1805

코스메 데코르테 AQ 밀리오리테 리페어 포밍 워시 키트 코스메 데코르테는 영양 공급 효과가 뛰어난 클렌징 라인인 'AQ 밀리오리테 리페어 포밍 워시 키트'를 출시한다. 엄선한 21종의 미용 성분으로 축축한 세안을 도와주는 'AQ 밀리오리테 리페어 포밍 워시(200ml)'와 노폐물 제거에 뛰어난 'AQ 밀리오리

보건샵 세라미올 소름 오픈 보건샵은 창담점에 이어 세라미올에 두 번째 소름을 오픈했다. 서울 방배동에 위치한 2호점 소름에서는 간결한 디자인과 실용성을 겸비한 스칸디나비안 스타일의 맞춤형 가구 컬렉션을 선보인다. 소름을 방문한 고객을 위한 야외 테라스를 마련해 더욱 쾌적한 쇼핑 환경을 제공한다. 문의 02-5355-9393

로얄 샬루트 빌 앤버그 리미티드 에디션 로얄 샬루트는 영국 가죽 장인이자 디자이너인 빌 앤버그와의 협업으로 탄생한 '빌 앤버그 리미티드 에디션'을 출시한다. 최고급 가죽과 튼튼한 캔버스 천을 사용해 견고한 것은 물론 고급스러운 느낌을 자아내는 토트백을 제공하며 기존 로얄 샬루트 21년산과 동일한 가격으로 구매 가능하다. 문의 02-3466-5700



보건샵

녹사커피 아이 테라스 오픈 녹사커피는 다가오는 여름을 맞아 진행한 리뉴얼을 통해 선한 바람을 만끽하기 좋은 야외 테라스를 오픈한다. 다채로운 컬러의 가구와 소품으로 완성한 북유럽풍 인테리어가 시선을 사로잡으며, 이탈리아산 최고급 원두를 추출한 커피와 함께 도심 속의 여유로운 휴식을 즐길 수 있다. 문의 02-749-7495

BMW 뉴 7 시리즈 BMW는 기술과 철학이 집약된 최고급 세단 '뉴 7 시리즈'를 소개한다. 선명한 시야를 확보해주는 레이저 라이트와 터치 패널 스크린, 제스처 컨트롤 기능을 추가한 아이드라이브(Drive)로 진정한 혁신을 보여준다. 또 BMW는 끝없는 도전 정신을 표현해줄 광고 모델로 배우 최민석을 발탁해 눈길을 끌었다. 문의 080-269-5005



녹사커피



BMW

LIFESTYLE



LEO PROJECT

다섯 곳의 각기 다른 디자인 스튜디오가 재해석한 레오 클램프 슈즈는 어떻게? 여기 건축가 줄리오 카펠리니(Giulio Cappellini)가 기획한 'Looking at Tod's Leo' 프로젝트를 통해 그 모습이 공개되었다.

토스는 아이코닉한 고미노 드라이빙 슈즈에 새로운 시그니처 장식을 더한 레오 클램프 슈즈를 선보였다. 바로 고미노 슈즈의 어퍼 부분에 메탈 디테일을 더한 것이 그것이다. 단단하고 기하학적인 형태로 전통적인 금속 구조 7개 요소를 재조합한 다섯 개 일반적인 레오 슈즈다. 하지만 토스는 기존 레오 클램프 장식에 변화를 주기 위해 새로운 프로젝트를 기획했다. 그 첫 번째 주자는 바로 건축가 줄리오 카펠리니(Giulio Cappellini)로, 그가 기획한 'Looking at Tod's Leo' 프로젝트를 통해 다섯 가지 버전의 레오 클램프 리미티드 에디션이 탄생했다. 줄리오 카펠리니는 "이번 프로젝트는 세라미올과 대리석, 가죽, 금속, 목재 등 총 다섯 가지 소재를 사용해 작업했습니다. 브랜드 고유한 장인 정신과 소재의 특성을 강조하기 위해서였죠. 이번 프로젝트는 예로부터 의복에 대한 지속적인 발전에 주의를 기울여온 토스 그룹의 문화 예술 분야에서의 역할을 다시 한 번 상기시켰습니다"라고 이번 프로젝트에 대해 설명했다. 각 프로젝트는 디자이너마다 제품에 대한 독특한 접근 방식을 담아 리미티드 에디션으로 소개해 예정이며, 세계 최대의 가구 박람회인 2016 밀라노 국제가구박람회 기간을 중심으로 이 5개 버전의 리미티드 에디션을 순차적으로 공개했다. 또 수익금 일부는 장애 아동과 그 가족이 정상적인 사회생활을 할 수 있도록 지원하는 이탈리아 출신으로 그들은 각기 자신들이 잘 다루는 소재를 가지고 레오 클램프 장식을 재해석해 선보였다. 언저, 프란체스카 안자베카와 혼 알리아가 2009년 공동 설립한 안자베카와 + 와이 스튜디오는 마블 프로젝트를, 이탈리아 건축 매거진 (카사 다 아비타레(Casa da Abitare))에서 재능 있는 이탈리아 디자이너 15 명이 설립한 미스트-오(Mist-O) 스튜디오는 세라미올 소재로 프로젝트에 참여했다. 또 가죽을 잘 다루기로 정평이 난 스튜디오 자발리토는 그들의 주류가인 레더를 가지고 레오 클램프 장식을 완성했고, 마지막으로 크리에이티브 스튜디오 7랩은 우드 소재를 가지고 이번 프로젝트에 뛰어 들었다. 이렇게 탄생한 다섯 가지 스타일의 리미티드 에디션은 2016 밀라노 트리엔날레 국제 전시회 기간 동안 비아 델라 스피가에 위치한 토스 부티크와 온라인 스토어(www.tods.com)를 통해 한정 수량으로 판매된다. 문의 02-3438-6008 에디터 이지연

1 건축가 줄리오 카펠리니의 'Looking at Tod's Leo' 프로젝트를 통해 선보인 다섯 가지 스타일의 리미티드 에디션. 2 미스트-오 스튜디오가 선보인 세라미올 소재의 레오 클램프. 3 우드 소재로 제작한 세라미올의 레오 클램프. 4 드림 스캐터 버전.