

Style

조선일보

SPRING 2019





www.chanel.com Customer Care Center 080-332-2700

CHANEL

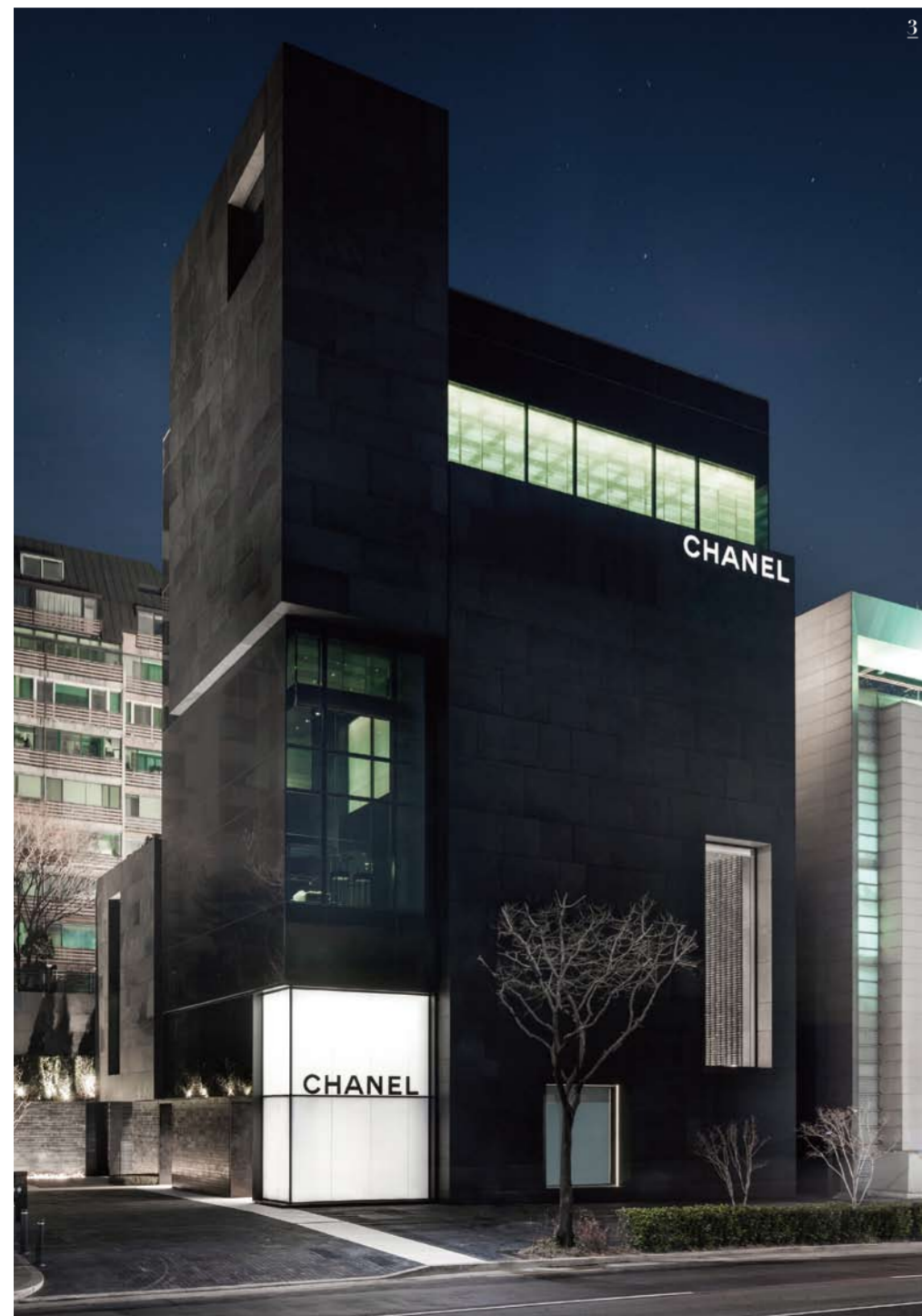


www.chanel.com Customer Care Center 080-332-2700

CHANEL

the kingdom of CHANEL

샤넬의 거대한 왕국이 서울에 들어섰다. 이곳엔 샤넬의 과거 그리고 현재, 미래의 모습이 함축되어 있다. 예술과 패션을 담은 샤넬의 서울 플래그십 부티크로 당신을 초대한다.



1, 8, 9 레디투웨어가 위치한 3층. 독립된 공간을 마련하여 프라이빗한 쇼핑이 가능하다. 2 파블로 레이노스(Pablo Reinoso)의 작품 '숨쉬는 단색의 벽(Breathing Monochrom Wall)'. 3 청담동에 위치한 모던하고 미래학적인 서울 플래그십 부티크 외관. 4, 10 1층에서 시즈널 핸드백, 스몰 레더 제품, 워치와 하이 주얼리 그리고 화인 주얼리를 선보인다. 5 목재 거울, LED, 폴리우레탄, 이크릴 물감을 사용한 이블의 2008년 작품 '무제'가 계단을 따라 이어지며 3층으로 안내한다. 6, 7 천장이 높고 넓은 구조의 2층엔 슈즈 전용 살롱과 다양한 액세서리를 진열했다. 11 이우환의 대표작인 (관인 시리즈)의 선형 목탄 작품을 전시한 계단



가침없는 창조성, 노하우, 뛰어난 소재를 담다

청담동에 또 하나의 상징적인 장소가 될 플래그십 부티크가 모습을 드러냈다. 2019년 3월 22일 샤넬의 첫 번째 플래그십 부티크의 문이 열린 것이다. 새로이 등지를 튼 총 7층의 서울 플래그십 부티크에는 레디투웨어, 핸드백, 슈즈, 커스텀 주얼리, 아이웨어 및 선별된 향수를 선보이며, 워치와 하이 주얼리 그리고 화인 주얼리를 위한 독립적인 공간이 마련되어 있다. 1층에서 3층은 쇼핑을 위한 공간, 5층과 6층, 테라스는 특별 행사 및 전시회를 위한 전용 공간이다. 한마디로 샤넬의 모든 것이 총망라되어 있는 곳. 샤넬의 비전을 실현시킨 이번 프로젝트는 뉴욕을 중심으로 활동하고 있는 건축가이자, 샤넬과의 인연이 깊은 피터 마리노(Peter Marino)가 맡았다. 그는 서울 플래그십 부티크를 위해 샤넬의 세 가지 코드를 꺼내 들었다. 거침없는 창조성, 노하우, 뛰어난 소재. 이 세 가지 요소는 건축적인 구조, 외관, 실내 디자인에 유기적으로 녹아 들어 완벽한 조화를 이루었다. 그리고 지금까지 그려왔듯이 샤넬의 매력과 시대를 초월한 현대성을 보여주었다.

예술과 패션, 그리고 편안함

플래그십 스토어는 샤넬을 상징하는 색에서 시작한다. 용암석과 글라스 소재로 이루어진 외관은 전면이 샤넬의 블랙이다. 밖에서 볼 때는 불투명하지만 자연광이 검은색 외부 유리를 통해 들어와 낮의 햇살이 매장 내부를 가득 채운다. 외관의 검은 용암석이 내부로 자연스럽게 입구까지 연결되다 점차 회색 석재로 변하면서 외부에서 내부로 동선이 이어진다. 부티크 바닥 전체에 사용한 단단하고 묵직한 석조 소재는 견고한 샤넬 왕국을 떠올리게 한다. 부티크 안은 모던하고 위엄 있는 외관과 다르게 우아하고 친밀감이 넘친다. 가브리엘 샤넬의 파리 아파트를 서울에 옮겨 놓은 듯, 정확히 가브리엘 샤넬이 추구하는 것들로 채워졌다. 검은 색, 흰색, 옅고 부드러운 아이보리. 이 간결하고 세련된 색으로 이루어진 공간 속에서 제품은 더욱 돋보이고 가브리엘 샤넬이 고른 듯 '샤넬다운' 현대 미술 작품들이 미적 감각을 드러낸다. 실제로 피터 마리노가 직접 선별한 현대 예술가의 작품 31점은 건물과 마치 한 몸인 것처럼 적절적소에 자리잡았다. 매장으로 들어서면 청담 부티크를 위해 특별히 의뢰한 작품, 파블로 레이노스(Pablo Reinoso)의 '숨쉬는 단색의 벽'이 고객을 맞이한다. 팬 모터를 단 검정색 패브릭 쿠션 25개를 일렬로 배열한

작품은 팬의 움직임에 따라 숨을 쉬듯 부풀었다 가라앉기를 반복한다. 이는 추상 색면화처럼 단순하지만 거대한으로 보는 이를 압도하는 오라를 지녔다. 공간 건너편에는 금박 처리한 진주 비즈를 목재 위에 설치한 파올라 피비(Paola Pivi)의 작품 '무제'가 걸려있다. 서울 부티크를 위해 특별히 제작한 이 두 작품은 대담한 3D 형태로 작품을 둘러싼 패션 제품들과 어울리도록 재료와 질감을 강조했다. 이를 통해 피터 마리노가 뛰어난 소재에 집중해온 샤넬의 정신을 어떻게 구현했는지 알 수 있다. 1층뿐 아니라 부티크 모든 층에서 코너를 돌 때마다 생각지도 못한 예술 작품을 마주한다. 그 어느 도시와 다르게 서울만의 정체성을 부각시키는 유명한 한국 예술가인 이블, 강익준, 이우환 등의 작품들이 바로 그것이다. 이우환의 대표작인 라인 시리즈의 선형 목탄 작품을 포함하여 한국 예술가들의 미의 세계는 샤넬의 정신과 강력한 조화를 이루어 서울 속 샤넬을 완성한다.

개방형 레이아웃인 부티크는 고객의 시선이 한 공간에서 다른 공간으로 자연스럽게 흘러가도록 이끈다. 그 속에 제품을 스며들 듯 말끔하게 전시하여 편안한 쇼핑이 이루어지도록 배려했다. 1층은 시즈널 핸드백, 스몰 레더 제품과 워치, 하이 주얼리(high jewelry), 화인 주얼리(fine jewelry)를 선보이는데, 가브리엘 샤넬의 아파트를 떠올리게 하는 코로만텔 병풍이 쳐진 특별한 룸이 바로 옆에 있어 마음에 드는 하이 주얼리를 독립된 공간에서 편안하게 착용해 볼 수 있다. 빛나는 흰색의 석조 계단을 따라 2층으로 올라가면 슈즈 전용 살롱과 보다 다양한 액세서리와 핸드백을 진열한 공간이 나타난다. 2층은 넓고 높아 웅장함이 느껴진다. 3층까지 연결된 압축 성형한 레코드 벽인 독일 작가 그레고르 힐데브란트(Gregor Hildebrandt)의 작품 '사운드 배리어'가 그러한 분위기를 고조시킨다. 그가 그린 가브리엘 샤넬의 초상화가 이 공간을 내려다 보며 예술적인 온도를 높인다. 또한 목재, 거울, LED, 폴리우레탄, 이크릴 물감을 사용한 한국의 아티스트 이블의 2008년 작품 '무제'가 계단을 따라 이어지며 3층으로 안내한다. 3층은 레디투웨어전용 공간. 의상과 어울리는 핸드백과 슈즈를 매치해 토털 룩을 제시한다. 편안하게 휴식을 취하며 쇼핑을 할 수 있도록 독립적인 여러 개의 공간으로 구성한 점이 특징이다. 프랑스 인테리외 디자이너 장 미셸 프랭크(Jean-Michel Frank)의 테이블, 크리스토퍼 콤(Christopher Côme)의 유명작 '아



니스 라이트' 등 커스텀 쇼파와 엄선한 엔틱 가구를 꾸며져 마치 고급스러운 파리 아파트의 응접실에 와 있는 듯한 기분을 들게 한다. 또한 바다에 깔린 뉴트럴한 톤의 천연 소재 카펫이 공간에 따뜻함을 불어넣는다. 3층 곳곳에도 예술 작품이 전시되어 있다. 앙드레 & 미셸 힐레(Andrée & Michel Hirlet)의 유약 바른 석조 조각, 나무에 혼합 매체를 사용한 강익중의 '작은 산들, 2013 (Small Mountains, 2013)', 알루미 늬에 오일 젯소로 그린 이드리스 칸(Idris Khan)의 '파크, 2014 (Park, 2014)' 등, 이 작품들 역시 다양한 소재와 질감을 강조한 것으로 공간을 더욱 풍성하게 만든다. 3층에는 프라이빗한 넓은 피팅 룸도 있어 마치 집에서 옷을 입어보는 것 같은 편안함을 누릴 수 있다. 그누구의 방해도 받지 않고 캐나다 추상 미술가 아그네스 마틴(Agnès Martin)의 석판 작품과 레미 마르코비치(Rémy Markowitsch)가 강송지(canson paper)에 잉크로 그린 흑백 추상화를 감상하면서 옷을 입어 볼 수 있다는 것, 멋지지 않은가! 4층의 프라이빗 리셉션 룸에도 선별된 큐레이터 컬렉션이 계속된다. 피터 마리노(Peter Marino)의 브론즈 박스 조각, 앤드류 로드(Andrew Lord)의 브론즈 조각, 네드 베나(Ned Vena)의 선형 회화를 이곳에서 만날 수 있다. 새로운 샤넬 플래그십 서울을 찾는 고객들은 샤넬의 제품을 만나는 동시에 특별한 서비스를 누리고 샤넬의 고급스러움, 우아함, 현대성을 대표하는 하우스의 정수를 탐색하는 경험을 하게 될 것이다.





뉴욕을 근거지로 활동하며 전 세계에 브랜드 고유의 헤리티지와 아이덴티티를 반영한 아름다운 공간을 창조하는 건축가 피터 마리노. 그런 이유로 패션계가 가장 사랑하는 건축가이기도 한 그는 오랜 시간 샤넬과 함께 협업하며 창조성, 하이패션, 장인 정신 등 전설의 하우스가 추구하는 가치를 고급스러운 소재와 과감한 상상력을 동원해 조화로운 방식으로 보여준다. 최근 파리 강봉가 19번지, 뉴욕 57번가, 그리고 런던 샤넬 플래그십 스토어 디자인을 맡은 데 이어 지난 3월 22일 오픈한 서울의 첫 플래그십 부티크 디자인 역시 하나부터 열까지 모두 그의 손을 거쳤다. 짙은 블랙 컬러의 대담한 외관과 가브리엘 샤넬의 파리 아파트를 연상케 하는 우아하고 친근한 분위기의 실내, 그리고 각종 아트피스까지. 하우스를 관통하는 코드가 완벽하게 녹아든 공간에서 이제 오감으로 샤넬을 경험할 수 있게 되었다. 이 모든 것을 가능하도록 설계한 피터 마리노와 서면을 통해 짧은 이야기를 나눴다.



1 지난 3월에 오픈한 샤넬의 서울 플래그십 부티크 2 유약을 바른 석조 조각, 나무에 혼합 매체를 사용한 강요중의 작은 신들(2013) 3 서울 샤넬 플래그십 부티크 디자인을 담당한 건축가이자 인테리어 디자이너 피터 마리노. 4 공간과 강렬한 조화를 이루는 이우환 작가의 작품. 5 넓고 높은 공간의 특징을 살려 작업한 그레고르 힐데бран트의 작품 시온의 배리어. 6 최근 피터 마리노가 작업한 파리 강봉가 19번지 샤넬 부티크. 2016년 1월 공사에 착수한 뒤 3년에 걸쳐 완공한 것으로 각각 생토노레, 뒤마, 강봉가에 위치한 역사적인 건물 3개를 복원 및 변형해 한체의 모습처럼 하나의 건물로 완성했다. 특별한 이야기를 담고 있는 인물은 은밀하고 아늑한 느낌으로, 가브리엘 샤넬의 아파트에 있던 여러 장식품과 그에 영감을 얻은 가구 및 고대미술품, 현대미술품으로 가득 차 있다. 7 1966년 처음 문을 연 뒤 피터 마리노의 작업으로 2018년 11월 리뉴얼 오픈한 뉴욕 57번가 샤넬 플래그십 부티크. 총 6층 규모로 리모델링 공간은 3~5층에 위치하며 샤넬을 상징하는 트루아에서 영감을 얻어 화이트 컬러의 프리트 글라스 패널에 얹은 블랙 메탈 그리드로 프레임을 얹은 그래픽적인 파사드가 특징이다.

when two Icons Meet

interview 01_ Peter Marino

뿌리 깊은 유산을 가장 현대적인 모습으로 재해석한 피터 마리노의 건축물은 분명 기능적인 건물 그 이상의 의미를 지니고 있다. 샤넬의 존재 가치와 스토리를 응축해 살아 숨 쉬는 공간, 서울의 첫 샤넬 플래그십 부티크가 탄생했다. 이를 기념하며 <스타일 조선일보>가 그에게 직접 소개를 부탁했다.



Style Chosun(이하 S) 도시, 지역의 특성에 따라 매번 다른 스타일의 건축물을 짓는 당신에게 이제 서울은 꽤 친숙한 곳 일 거라 생각된다. 이 도시가 좋아하는 특별한 영감이나 에너지가 있는가? **Peter Marino(이하 P)** 그간 서울에서 진행한 다양한 프로젝트 때문에 이곳을 여러 번 방문했다. 그중 내가 작업한 3개의 건축물이 압구정로에 있다. 내게 서울은 꽤 거친 인상을 지닌 최첨단 도시다. 동시에 로맨틱한 모습도 지니고 있다. 아름다운 산을 배경으로 하고 있고 녹지가 많다. 이러한 맥락에서 도시가 지닌 다채로운 느낌을 샤넬 서울 플래그십 부티크에서도 이어가고 싶었다. 원래 자리에 있던 건물을 완전히 철거하고 전혀 다른 방식으로 이장소를 사용한 것 역시 그런 이유 때문이다. 의도적으로 건물을 부지 한쪽에 배치해 조경과 하늘의 풍경을 함께 즐길 수 있도록 했다.

S 샤넬의 첫 서울 플래그십 부티크가 오픈할 것이라는 소식이 들려온 후 몇 년간 많은 이들이 무척 기다려왔고, 걸리물은 기대 이상이다. 이 공간을 디자인한 이로서 직접 소개를 부탁한다 **P** 앞서 설명했듯 건물을 부지 한쪽으로 몰아 배치해 밖에서 봤을 때 부티크가 평면적으로 느껴지지 않고 3차원 입체적인 물체처럼 보이도록 의도했다. 덕분에 거리를 통해 풍경을 감상할 수 있고 추가적인 조경도 가능했다. 뿐만 아니라 샤넬 서울 플래그십 부티크는 브랜드의 첫 번째 올 블랙 컬러 건물로, 강렬한 외관이 압구정로를 향해 드라마틱한 얼굴을 드러낸다. 대조를 이루는 거친 용암석과 매끄러운 유리를 함께 사용해 서울의 럭셔리하고 우아한 모습과 도시적이면서도 가공하지 않은 거친 모습을 동시에 투영하고자 했다. 그리고 이러한 외장재는 건물 내부에도 사용했다. 1층에서도 용암석을 찾아볼 수 있으며 각 층마다 고급스러운 스톤 소재를 사용했다. 내부의 자재, 마감, 예술 작품 등을 통해 한국, 특히 서울의 특징적인 모습을 담고자 했다.

S 늘 당신이 작업한 건물 곳곳에서 완벽한 조화를 이루는 예술 작품을 보는 것 또한 큰 즐거움이다. 이번 플래그십 부티크에서도 뛰어난 작가들의 작품을 다수 만나볼 수 있었다. 독자들에게 소개해준다면 **P** 플래그십 부티크 전체에 12개국 출신의 아티스트 22명이 만든 총 31점의 작품을 건

시켰으며, 이 중 4점은 오직 샤넬 서울 플래그십 부티크만을 위해 특별히 제작을 부탁한 것이다. 한국 작가로는 강익중, 이우환, 이불 등이 참여했으며, 건물에 사용한 다양한 소재를 예술 작품에서도 찾아볼 수 있다. 천장을 없애 층고를 2배로 높인 2층에 자리한 작품은 그레고르 힐데бран트(Gregor Hildebrandt)에게 의뢰한 것으로, 압축한 레코드 판과 금속 바로 만들었다. 빛을 비추면 물의 잔물결 이미지가 나타나는 알루미늄 보드 위 투명 필름은 왕 닌더(Wang Ningde)의 작품이다. 그 밖에 앙드레 & 미셸 히를레(André et Michel Hirle)의 유약을 바른 사기그릇, 앤드루 로드(Andrew Lord)의 청동 조각, 파올라 피비(Paola Pivi)에게 의뢰한 작품인 나무 위 끝도 필 비즈 등이 있다. 특히 샤넬 로고가 찍힌 베개에 팬을 넣어 바람을 넣었다 하며 움직이는 파블로 레이노스(Pablo Reinos)의 '숨쉬는 단색의 벽(Breathing Monochrom Wall)'은 오직 플래그십 부티크만을 위해 만든 살아 숨쉬는 작품이다.

S 당신은 건축가인 동시에 예술가이기도 하다. 샤넬 같은 대형 글로벌 브랜드와 작업할 때 그들의 헤리티지와 미학을 존중하면서 당신만의 창의성을 보여주는 작업을 해야 한다. 물론 지금까지 진행한 작업을 보면 충분히 이해가 가지만, 어떻게 호흡을 맞추는지 설명해줄 수 있을까? **P** 모든 매장은 외부에서 접근하는 순간 즉각적으로 샤넬임을 알아볼 수 있어야 한다. 매번 반복되는 공식이 있다는 뜻이 아니다. 브랜드의 DNA로 가득찬 공간을 계속해서 만들 수 있도록 하는 특정한 시각적 요소와 핵심 소재(언어)가 있다는 의미다. 가브리엘 샤넬과 나는 이를 표현하기 위해 럭셔리한 소재를 사용한다는 점에서 디자인 모더니스트다. 깔끔한 선, 비율, 질감과 컬러의 감각적인 조화를 통해 브랜드의 진화 방식에 어울리는 풍부한 표현을 할 수 있다. 코코 샤넬은 매우 현대적이며 시대를 초월한 디자인을 선보였기에 현대적인 건축물과 인테리어로 이를 표현하는 데 큰 어려움을 느끼지 않는다.

S 2019년이나 가까운 시일 내에 진행하는 다른 프로젝트는 무엇인가? **P** 전 세계에서 현재 리테일, 주택, 호스피탈리티, 문화 프로젝트 등 40개 이상의 프로젝트를 진행 중으로 곧 흥미로운 일로 또 만날 수 있을 것이라 생각한다. 에디터 이예미



BY THE SEA

바람, 햇살, 모래, 파도, 물결.
 낭만적이고 자유로운 해변의 풍경을
 연상시키는 샤넬의 2019 S/S
 컬렉션과 이를 입은 여인의 초상.
photographed by ryu hyung won



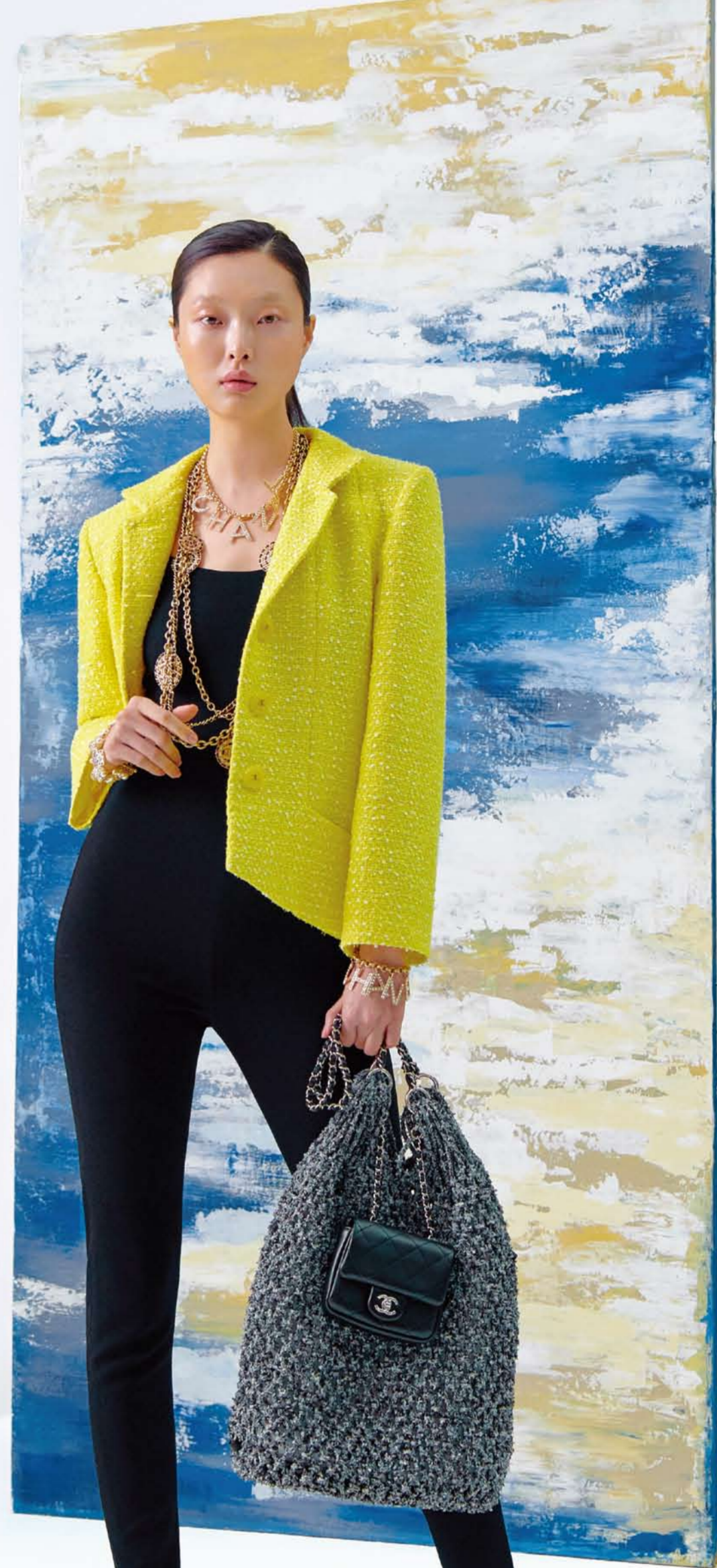
그래픽적인 파란색 프린트가 멋스러운
 블라우스와 그 위에 베스트처럼 걸친
 미니드레스, 워셔스 데님 팬츠, 카라관
 펠 장식의 트위드 플랩 체인백,
 아이코닉한 체인 스트랩으로 포인트를
 준 트위드 샌들, 다채로운 컬러의
 글라스 장식 드롭 이어링, 램 스킨 소재
 벨트와 체인 벨트 모두 **샤넬**.



오버사이즈 핏의 판타지 트위드 소재 재킷,
 아이코닉한 판타지 트위드 소재 화이트 베스트,
 드레스처럼 블랙 펠 소재 드레스, 볼드한 미니멀
 로고 벨트, 황금 레이드한 체인 벨트, 메릴라
 스트라스 소재의 드롭형 이어링, 램 스킨 소재
 플랩 체인백, 베이지 컬러 물 모두 **샤넬**.



화사한 컬러와 장식적 디테일이 돋보이는 트루드 재킷과 스카트, 카다만 칼라를 더한 코튼 트릴 소재 화이트 셔츠, 카프 스킨 소재 비치볼 핸드백, 칼라풀한 프린트를 입힌 메시 소재로 엮을 낸 카프 스킨 슬링백, 오른쪽 손목에 착용한 로고 장식 램 스킨 브레이슬릿, 왼쪽 손목에 착용한 투명한 글라스 밴글 모두 **샤넬**.



옐로 컬러 펀치지 트루드 소재 재킷, 스트레치 크레이프 소재 점프 수트, 크리스탈 장식 로고 네크라스, 메탈과 램 스킨 소재 롱 네크라스, 양쪽 손목에 착용한 메탈 밴글과 브레이슬릿, 칸만에 미니 백을 더한 크로세 쇼퍼 백, 발등에 PVC 소재를 매치한 램스킨 소재 물 모두 **샤넬**.

문의 080-200-2700

헤어 **이혜미**
 메이크업 **완영미**
 모델 **김성희**
 세트 스타일링 **최서윤(Da:rak)**
 어시스턴트 **심현**
 에디터 **이혜미**



Style Chosun(이하 S) 한국 시장에서 샤넬이 다져온 독자적인 위치와 독특한 관계를 생각해 볼 때 플래그십 부티크를 아주 오랫동안 기다려온 이들이 많다. 한국 진출 몇 년 만에 오픈한 단독 매장인가? 브랜드로서도 소감이 남다른 것 같다 **Bruno Pavlovsky(이하 B)** 우선 플래그십 부티크를 오픈하게 되어 진심으로 기쁘다. 1991년 샤넬 코리아를 설립하고 1997년 갤러리백화점에 첫 매장을 열었다. 처음에는 백화점을 중심으로 한국 고객들과 네트워크를 형성하며 역동적인 결과를 낳았고, 그간 주요 행사도 많이 치렀지만 이제 브랜드가 지닌 최상의 것을 가장 잘 옮겨놓을 궁극적인 공간이 필요해졌다. 하지만 새로운 건물을 짓는다는 게 워낙 복잡한 프로젝트이다 보니 준비하는 데 오랜 시간이 걸렸다. 결과적으로 우리가 한국 고객에게 선보이고 싶었던 것은 샤넬이라는 브랜드의 경험, 즉 궁극의 럭셔리를 경험하게 하는 것이었다.

S 본 매체와 진행한 지난 인터뷰에서 샤넬 플래그십 부티크 창담은 그 어떤 곳보다 아름답고 샤넬스러운 스토어가 될 거라 예견한 바 있다. 단독 매장에 대해 직접 소개를 부탁한다. 샤넬의 창의적인 DNA가 어떤 방식으로 녹아들었는지 궁금하다. 다른 도시의 플래그십 부티크와 차별화된 점이냐 고객들에게 소개하고 싶은 사소한 부분까지도 **B** 어느 샤넬 부티크와 다르다는 표현을 쓰고 싶지는 않고, 특별한 에너지를 불러일으킨다고 말하고 싶다. 피터 마리노가 어떤 플래그십 부티크를 설계하고 작업하는 동안 생각한 것은 한국 고객에게 '최고의 샤넬을 전달할 수 있는 존재감을 갖춘 공간'이었다. 따라서 고객들이 뉴욕, 파리, 런던 플래그십 부티크에 가더라도 일관되게 느낄 수 있는 브랜드의 정수는 동일하게 반영했다. 다만 어느 곳을 가든 그 도시에 있다는 느낌을 받는 것이 중요하다. 그래서 뉴욕 매장은 좀 더 현대적인 면모를 강조하고, 파리 매장은 파리지엔의 아파트 같은 분위기를 살렸으며 이곳 서울 매장은 고풍스러우면서도 강렬한 임팩트를 염두에 두었다. 우리는 플래그십 부티크의 각 층을 통해 한국 고객이 오늘날 샤넬의 실루엣과 스타일을 좀 더 깊이 이해하는 기회를 갖길 바랐고, 층마다 제품을 카테고리별로 나누지 않고 함께 디스플레이해 브랜드를 좀 더 통합적으로 볼 수 있도록 했다. 이 공간은 단순한 부티크 이상의 의미를 지닌다. 특별한 경험을 선사하고자 서비스를 강화했고, 디테일한 부분까지 깊은 관심을 기울여 한국 고객에게 최고를 제시하고자 했다.

S 이 순간을 함께했다면 좋았을 사람이 떠오른다. 패션계는 물론이고 샤넬에도 큰 상사이자 슬픔이었을 것이다. 한 인터뷰에서 당신이 샤넬의 모든 것을 칼 라거펠트에게 배었다고 언급한 것을 보고 그가 당신에게 비즈니스 파트너 이상의 의미일 것이라 생각했다. 오랜 시간 함께한 칼 라거펠트를 추억하며 당신에게, 그리고 브랜드에 그가 어떤 사람이었는지 말해줄 수 있을까? **B** 뉴욕과 30년간 함께 일을 하면 뭔가 특별한 일이 생기게 마련이다. 그는 절대 단순한 비즈니스 파트너가 아니었다. 우리는 잘 통했고, 개인적으로 그에게 많이 배웠다. 그의 비전, 그리고 항상 최고의 가치를 여기고 미래를 창조해내는 그의 능력 등을 배웠다. 칼에게 배운 또 다른 교훈은 거듭해서 성공적인 컬렉션을 선보여야 한다는 것이었다. 끝이란 없다. 매년 새로운 컬렉션을 발표할 때마다 모든 에너지를 쏟아부어야만 한다. 이전 컬렉션에서 성공

interview 02_ Bruno Pavlovsky

the art of an Endless Creation

지난 3월 28일 샤넬과 퍼렐 윌리엄스가 협업해 완성한 캡슐 컬렉션을 공개하던 날 이른 오전부터 이 특별한 제품을 만나기 위해 새로 오픈한 플래그십 부티크를 찾은 고객들로 들쭉인 건물 4층에서 패션 사업부를 이끄는 브루노 파블로브스키 회장을 만나 샤넬의 과거, 현재, 미래에 관한 이야기를 나눴다.



1 샤넬 패션 사업부 브루노 파블로브스키 회장. 2 모던한 아름다움을 느낄 수 있는 건물의 파사드. 3-5 샤넬 플래그십 부티크 서울 1층 전경. 6 레디투웨어 전용 공간으로 이어 어울리는 시즈널 핸드백과 슈즈, 액세서리 등을 함께 만나볼 수 있는 부티크 3층. 7 전용 슈즈 상층을 비롯해 더욱 다양한 핸드백과 액세서리 컬렉션을 갖춘 부티크 2층 공간. 8 오는 2020년 파리 19구의 오베르빌리의 잠정 지역에 위치한 25,000㎡ 크기의 구역에 짓게 될 새로운 광장 건물. 이를 통해 샤넬이 지금까지 보여온 창조성에 대한 열정을 공고히 다지는 한편 모든 광범위에 상층에 새로운 관계를 맺고 나차지 효과를 발휘할 것으로 기대하고 있다.

했다고 해서 늘 다음번을 보장받는 것은 아니니까. 매년 다음을 예측하며 새로워져야 하고, 때로는 20년 후를 내다보아야 할 때도 있다. 우리는 결코 뒤돌아보지 않았고 내일을 위해 무엇을 해야 할지 고민했다. 그와 동시에 성공해야만 했다. 1년에 총 10개의 컬렉션을 선보이는 샤넬의 레디투웨어와 쿼터 컬렉션을 통해 늘 강한 인상을 남겨야 하는데, 같은 강렬한 컬렉션을 만들 줄 아는 사람이었다. 그리고 그 임팩트를 세상 모든 곳에 전파하기 위해 우리는 동료들과 함께 세계 여러 나라를 다녔다. 우리가 칼에게 배운 것은 컬렉션이라는 스토리의 시작이 강렬해야 한다는 것, 그리고 그 강렬한 임팩트가 온 세계에 전달되도록 잘 조율해야 한다는 점이었다. 쇼가 좋았다고 해서 어느 부티크에서나 똑같은 에너지가 느껴지는 것은 아니기 때문이다. 우리는 쇼의 에너지를 부티크까지 고스란히 옮겨놓도록 훈련받았다. 그것이 브랜드의 성공이며, 같은 그 성공이 어디에서나 적용될 수 있도록 많은 것을 비평하는 사람이다.

S 샤넬은 곧 칼 라거펠트이고, 칼 라거펠트는 샤넬이라 해도 과언이 아닐 만큼 서로를 수식하는 대명사 같은 존재이기도 했다. 그가 떠난 자리를 버지니 비아르가 훌륭하게 채워갈 것이라 믿지만, 브랜드 입장에서 일종의 세대교체를 겪는 것이 결코 쉽지 않은 과정이라고 생각한다 **B** 글썄, 우선 같은 칼이고 샤넬은 샤넬이었다고 생각한다. 나에게 샤넬의 창립자는 2명이다. 한편에 마드무아젤 샤넬이 있다면 다른 한편에는 칼이 있다. 지난 30년간 우리는 칼이 마드무아젤 샤넬을 바라보는 것을 지켜왔다. 지금 당장, 이것이 누구의 디자인이냐고 묻는다면 마드무아젤 샤넬인지 칼인지 정답을 맞추기 어려운 예가 실제로 아주 많다. 그저 샤넬일 뿐인 것이다. 그 점이 아주 중요하다고 생각한다. 우리는 이제 버지니 비아르와 함께 샤넬의 이야기, 즉 전설을 계속 써내려갈 것이다. 내게는 그 점이 중요하다. 같은 펜디와 자신의 브랜드 칼 라거펠트, 사진 촬영 등 여러 분야에서 성공을 거두었지만, 특히 샤넬에 대한 공헌은 놀라웠고 특별했다. 하지만 이제 칼 없어도 재능 있는 디자이너 버지니 비아르와 함께 우리 길을 계속해서 걸어갈 것이다. 물론 상황은 늘 변하고, 리스크를 감수하지 않고서는 변화에 대응할 수 없다. 우리는 칼의 건강 상태에 대해 꽤 오래전부터 알고 있었고, 다음 행보를 준비해야 한다는 것도 잘 알고 있었다. '그 일을 가장 잘해낼 사람은 누구일까?' 생각했을 때 칼 옆에서 30년 동안 함께 일해왔고, 매일 샤넬과 호흡했던 버지니를 떠올렸다. 물론 그녀가 같은 이야기에서 샤넬의 전설을 써 내려가는 와중에 세세한 부분에서 우리가 도와줄 일이 생길 것이다. 과연 우리가 성공을 이어갈 수 있을까? 나도 모른다. 하지만 우리를 다음 단계로 데려다줄 좋은 결정을 내렸다고 믿는다.

S 그녀에게서 어떤 샤넬을 보기를 기대하는가? 샤넬에 입일 그녀의 색이 궁금하다 **B** 버지니는 칼의 작업을 이어가며 여성스러운 터치를 더하지 않을까 예상된다. 자신만의 개성이 강하지만 동시에 브랜드에 녹아들 줄 아는 사람이다. 그녀는 샤넬을 아주 잘 이해하고 있고, 나에게도 그 점이 가장 중요하다. 개인적으로 브랜드를 위해서가 아니라 자기 자신을 위해 디자인하는 디자이너를 좋아하지 않고, 샤넬을 위해서도 좋은 선택이 아니라고 생각한다. 그런데 사실 브랜드를 위해 자기 자신을 녹아들게 할 줄 아는 디자이너가 그리 많지 않다. 버지니의 경우 자신만의 세계를 갖고 있으면서도 샤넬이라는 브랜드를 깊이 사랑하고 이해한다는 점이 특별하다. 그녀는 브랜드에 새로움을 불어넣을 수 있을 것이다. 마치 칼이 그랬던 것처럼, 특정 이름을 언급하지 않았지만, 요즘 몇몇 유명 디자이너들이 브랜드가 아니라 자기 자신을 위해 디자인하고 있다. 그들은 그렇게 해도 되는 권한을 갖고 있다고 믿는 것 같다. 샤넬은 그렇지 않다. 샤넬은 유구한 이야기와 다양한 가치, 미래를 향한 강력한 비전을 갖고 있다. 우리는 이를 구현해줄 사람, 브랜드를 아끼는 마음으로 계속해서 그렇게 해줄 사람을 필요로 한다.

S 브랜드가 지닌 유산과 시대를 앞서가는 창의성 사이에서 균형을 찾는 것은 모든 브랜드가 해결해나가야 할 난제다. 대중은 이에 매우 정확히 반응해 어느 한쪽으로 치우친 브랜드는 외면하고 만다. 신기하게도 샤넬은 거대한 역사와 규모에도 그 중간 지점에서 완벽한 균형을 오래도록 유지하고 있다. 비결이 있는가? **B** 다른 무엇보다 우리가 가장 전념하는 부분은 창작(creation)이다. 매달 부티크를 통해 고객에게 새로움을 제안해야 한다. 그것이 브랜드의 DNA다. 샤넬은 제품을 생산한다. 마드무아젤 샤넬도, 칼도, 고객에게 최고의 제품을 내놓고자 했다. 최고의 제품이란 무엇일까? 당연히 강렬한 디자인이다. 칼, 그리고 지금은 버지니가 디자이너로서 그런 제품을 만들 수 있다. 디자이너의 아이디어를 제품으로 완성하려면 탄탄한 노하우가 필요하다. 그러한 노하우는 꾸준히 계승, 발전, 보전해야 한다. 마지막 포인트는 소재다. 최고의 소재를 써야 한다. 최고의 소재라 함은 최고의 품질과 내구성을 뜻한다. 제품은 이 모든 것의 합이며 브랜드의 가치를 보여준다. 샤넬은 창조에 모든 것을 바치는 브랜드인데, 컬렉션마다 최고의 제품을 고객에게 제안하고자 노력한다. 결국 우리의 충성스러운 패션 고객들, 즉 레디투웨어팬들이 실제로 브랜드에서 많은 제품을 구입하지는 못할지라도 매일 옷을 고를 때마다 샤넬을 생각하게 된다는 점이 중요하다. 1년에 열 번 선보이는 다양한 컬렉션의 결과물로 우리는 무언가를 제안할 수 있어야 한다. 그것은 창조적이고 재미있어야 하며 그 모든 에너지는 부티크에서 찾아볼 수 있어야 한다. 샤넬에는 한 가지 모토가 있다. '원 부티크, 원 스토어'. 이 창조적인 에너지를 부티크 단계에서 발휘하는 데 있어 모두가 책임자라는 뜻이다. 우리에게 2백 개의 부티크가 있고, 오늘날 고객을 매혹시키기 위해 무엇을 해야 할지 고민하는 2백 명의 부티크 매니저가 존재한다. 그들을 매일 고민하게 만드는 이 영원한 숙제가 차이를 만들며, 그것이 곧 우리 브랜드의 비결이다.

S 오는 2020년 또 하나의 대형 프로젝트를 앞두고 있다고 들었다. 샤넬의 모든 광범을 한데 아우르는 전용 공간을 파리에 오픈한다는 소식 말이다. 오직 샤넬이기에 가능한 일이라는 생각이 들었다. 어떻게 시작된 일인지 소개해줄 수 있을까? **B** 아까 언급한 창작, 노하우, 소재와 관련한 프로젝트다. 모든 광범에 어떻게 강력한 에너지를 전달할지, 혹은 시너지 효과를 불러일으킬지 고민했다. 15년 전 이미 한 곳을 정해 전용 공간을 마련했는데, 당시 6,000㎡의 면적으로 충분하다고 생각했지만 결코 그렇지 않았다. 해서 건물을 짓기로 결정했고, 파리에 25,000㎡ 규모의 건물을 마련하는 데만 2년의 시간이 소요되었다. 이제 우리가 열게 될 이 상징적인 장소를 통해 파리에서 가장 오래된 노하우가 만나 브랜드를 위해 유니크한 피스를 만드는 일이 이뤄지는 거다. 노하우에 관련된 모든 사람을 위한 하나의 장이 열리는 셈이다. 더불어 요즘 많은 수의 젊고 재능 있는 사람들이 광범 분야에 뛰어들고 있다고 들었다. 미래를 위한 더욱 의미 깊은 일이 될 것이다.

S 샤넬을 대변하는 키워드는 무엇이라 생각하는가? **B** 나에게 샤넬은 창조다. 샤넬이 창조의 브랜드이기 때문에 우리 또한 트렌드와 미래의 영역에 발을 담그게 된다. 그리고 우리의 일과 제품을 혁신, 즉 새로움과 통합시켜야 한다. 혁신이란 창조 욕구를 채우는 것이다. 따라서 매해 선보이는 수많은 컬렉션을 통해 고객들이 샤넬에서 특별함을 발견하는지 확인하는 것이 중요하다. 혁신은 오래된 것과 새로운 테크닉을 통합하는 방식이며 창조의 과정 속에서 새로운 접근법을 시도하게 된다. 과거만 바라본다면 어느 날 갑자기 우리가 많은 고객을 더 이상 매혹시키지 못하는 일이 벌어질지도 모른다. 계속 고객의 흥미를 자극하려면 우리는 늘 미래를 바라보고, 고객이 무엇을 필요로 하고 원하는지 이해해야 한다. 에디터 이예미

on the Beach

순백색의 모래와 출렁이는 파도, 따사로운 햇빛과 갈매기 소리. 당장이라도 달려가고 싶은 지중해 어느 해변에서 만난 샤넬 백과 슈즈 그리고 액세서리들. *photographed by park jae yong*



(위부터 시계방향으로) 손잡이와 체인이 함께 있어 다양한 연출이 가능한 카프스킨 플랩백, 비녀를 연출시키는 원형 세이프의 카프스킨 백, 두 개의 백을 동시에 들어 자유롭게 스타일링 할 수 있는 렉스킨 플랩백 화이트와 옐로 버전 모두 샤넬.



렉스킨과 스트라스 소재를 조합한 로고 브로치, 샤넬 알파벳을 하나씩 분리해 만든 알파벳 브로치 모두 샤넬.



메탈에 글라스 소재를 더해 만든 캔디컬러 후프 이어링, 샤넬 로고 알파벳 브레이슬릿 모두 샤넬.



실크와 코튼, 라틴 소재로 만든 파라솔 브로치, 양중맞은 해변 표지판 브로치, 레진과 글라스를 이용해 마스크와 스노클을 형상화한 브로치 모두 샤넬.



메탈에 레진 소재로 컬러를 입힌 파라솔 모양 브로치, 서머 트루드 재킷에 포인트로 착용할 로고 사각 브로치, 샤넬 알파벳 메탈 이어링 모두 샤넬.



(위부터 시계방향으로) 샤넬 알파벳을 장식한 랩스킨 뿔, 짐과 그로그링 소재를 매치한 모자, PVC로 시뮬한 느낌을 준 레드 컬러 랩스킨 뿔, 샤넬 알파벳을 장식한 트윈드 뿔, 블루 컬러 랩스킨 뿔 모두 샤넬, 에디터 정미연

CHANEL Pharrell PARTY

happy, happy Chanel-Pharrell

퍼렐 윌리엄스가 서울에 왔다. 샤넬의 서울 플래그십 부티크 오프닝에 맞춰 Chanel-Pharrell 캡슐 컬렉션을 서울에서 최초로 공개했기 때문이다. 론칭을 기념하는 파티에선 샤넬이 사랑하는 셀러브리티들이 퍼렐의 공연을 즐기며 샤넬의 밤을 만끽했다.



자난 3월 28일 저녁, 성수동 대림초교 앞은 패션과 음악을 사랑하는 이들로 북적였다. 우아하고 럭셔리한 레이디리아크 룩의 여자들과 쿨한 스트리트 룩으로 전위적인 모습의 사람들이 무리 지어 있었다. 어울리지 않을 것 같은 두 부류를 이어준 것은 샤넬의 새로운 프로젝트 Chanel-Pharrell 캡슐 컬렉션. 투박한 장고 안에서 샤넬의 로고는 보다 세련되게 빛났고, 하이 럭셔리와 심세함이 비주류의 열정을 품으면서 만들어내는 신선한 분위기가 흘러나왔다.

샤넬이 사랑하는 뮤지션, 퍼렐 윌리엄스
샤넬과 퍼렐 윌리엄스의 인연은 각박하다. 퍼렐은 파리 질주부르크 공방 컬렉션에 맞춰 칼라거펠트가 직접 제작 감독한 단편영화 《환생(Reincarnation)》에 출연했고, 광고 캠페인에도 모습을 드러냈다. 칼라거펠트는 그를 보고 단번에 새로운 재킷을 디자인하며 영화에 출연하길 것을 요청할 정도로 그를 특별히 아꼈다. 영화에서 퍼렐은 이 영화를 위해 자신이 직접 작사, 작곡한 사운드 트랙 'CC The World'를 함께 부르며 영버로 분한 모델 카라 델리비노와 함께 일조를 준다. 브랜드 최초의 남성 7형 모델이기도 했으며 2017년 7브러질의 정상을 보여주던 4명의 뮤즈 중 하나로 꼽히기도 했다. 퍼렐은 이집트를 테마로 한 지난 공방 컬렉션 런웨이에도 올라 18세에 요절한 비운의 왕 투탕카멘이 되어 왕관을 했다. 아디다스 오리지널스의 퍼렐 윌리엄스가 샤넬과 함께 디자인하고 콜라보에서 판매된 '아디다스 오리지널스 NMD 류먼 레이스 스니커즈 21'을 선보이기도 했다. 하지만 이번 컬렉션은 보다 특별하다. 샤넬에서 특정 아티스트와 함께 선보이는 최초의 컬렉션이기 때문이다. 게다가 처음이자 마지막일 수 있기 때문에 더욱더 놓칠 수 없는 컬렉션이다.

럭셔리, 스트리트 팝을 품다
Chanel-Pharrell 캡슐 컬렉션은 장난기 있으면서도 세련된 퍼렐을 담았다. 파랑, 빨강, 노랑, 주황, 보라, 초록 등 무지개를 연상시키는 밝고 경쾌한 색은 경쾌한 리듬의 퍼렐 노래를 연상시킨다. 그는 색과 음을 하나로 만드는 능력이 있으며, 그의 음악은 젊고 낙천적이고 긍정적인 무드가 가득하다. 스톤과 진주로 장식한 샤넬의 목걸이를 착용한 퍼렐의 모습에는 전더의 경계는 사라지고 오직 그 사대를 상징하는 아름다움만 남아 있다. 이번 컬렉션은 그 모습 그대로 색색의 스톤과 스와로브스키로 장식해 화려함의 극치를 보여주는 커스텀 주얼리, 그가 평소 즐겨 입는 컬러풀한 맨투맨 셔츠, 데님 팬츠와 쇼츠, 롱 로브 등을 선보이며 하이패션이라는 높은 벽을 뛰어넘는 멋진 스타일에 대한 유연함을 보여준다. 테디 타일 소재의 버킷 햇, 스웨이드 힐 팩, 플루도 착용한 색색의 로퍼는 쿨한 스트리트 무드를 전한다. 그러나 무엇보다 자유로운 예술가의 면모를 드러낸 것은 샤넬과 퍼렐의 레터링을 활용한 그 래피티다. 윌리 왕가의 것처럼 동그란 선글라스에는 샤넬과 퍼렐의 이름을 샤넬의 고유 폰트로 새겨 넣었고 자수와 그라피티로 재 탄생한 더블 C, N5 로고와 직접 손으로 그려진 사인과 글을 스위트셔츠, 오버사이즈 쇼퍼 백, 화이트 스니커즈에 입혔다. 대담하고 자유로운 Chanel-Pharrell 캡슐 컬렉션은 서울에서 3월 28일 상공개한 후 4월 5일부터 전 세계 일부 샤넬 부티크에서 판매한다. 플래그십 부티크 오프닝과 Chanel-Pharrell 캡슐 컬렉션 론칭을 기념하는 파티에는 캡슐 컬렉션의 주인공인 퍼렐이 아내 앨런 라시안과 참석했다. 그의 공연을 보기 위해 한국의 내로라하는 패션 인사들이 모였고, 샤넬이 사랑하는 셀러브리티 수주, 제시, 김고은, 이종욱, 아이린, 장려원, 윤아, 박서준, 이제훈, 고아성, 수현, 이연희, 박재범이 함께했다. 초대된 사람들은 상상으로 모였고, 퍼렐의 노래처럼 '해피 해피'한 분위기 속에서 제나가 공연을 시작했다. 뒤이어 무대에 오른 퍼렐은 메들리처럼 그의 히트곡을 열창했고, 고인이 된 칼 라거펠트에게 감사의 마음을 전하는 멘트로 사람들을 감동시켰다. 이후 모델 수주와 안무의 디제이머가 이어졌고, DJ 플라스크 키즈의 공연도 진행되었다. 서울에서 펼쳐진 샤넬의 밤은 그렇게 늦은 시간까지 뜨거웠다.



1, 6, 8 관객을 열광하게 만들었던 제-나, 퍼렐 윌리엄스의 공연. 특히 퍼렐 윌리엄스는 자신이 함께 한 컬렉션을 축하하기 위해 모인 이들 앞에서 고인이 된 칼라거펠트에게 보내는 고마움의 멘트로 감동을 전했다. 2, 3, 4, 7 샤넬과 국내 톱스타들의 친분을 낮과 밤 모두 뜨거웠다. Chanel-Pharrell 캡슐 컬렉션 론칭을 기념하는 파티를 찾는 박재범, 수주, 이제훈 그리고 김고은, 늦은 시간까지 함께 축하하고 즐기는 모습이었다. 5 안무의 디제이머로 더욱 뜨거워진 샤넬의 밤.



STYLING: JESSICA KIM | MAKEUP: SUNGHO LEE | HAIR: JIN | PHOTO: JIN | CHANEL: JESSICA KIM | PHARRELL: JESSICA KIM | CHANEL-PhARRELL: JESSICA KIM | CHANEL-PhARRELL: JESSICA KIM | CHANEL-PhARRELL: JESSICA KIM



www.chanel.com - Customer Care Center 0800-332-2700

CHANEL

#CHANELHANDBAGSTORIES