

Style

조선일보

JUNE 2020
vol.206



Cartier



"LET TIME FLY. YOU MIGHT GET TO AN EXCEPTIONAL PLACE."

YIQING YIN,
HAUTE COUTURE CREATOR, WEARS THE
VACHERON CONSTANTIN EGÉRIE.


VACHERON CONSTANTIN | ONE OF NOT MANY.
GENÈVE

6월의 보석, 진주의 유희

순수와 우아함을 상징하는 진주 주얼리의 새롭고 변신. (위부터 시계 방향으로) **프렌드 배 데 앙주 브레이슬릿** 닥스 불규칙적이고 비대칭적인 독특한 형태를 띤 천연 화이트 비로크 알수 진주의 매력에 디자인에 녹인 제품. 역동적인 옐로 골드 장식과 화이트 다이아몬드의 조합을 통해 관능미를 배가했다. 가격 미정. 문의 02-514-3721 **M/G 타시카 스트리트 데 링 주얼리** 디자인에 옐라니 조라코폴라스의 감각적인 타임을 더해 모던하고 중성적인 매력을 발하는 진주 컬렉션. 옐로 골드 체인 장식이 마치 진주에 둘러싸여 있는 것 같은 디자인으로 우아하면서도 고혹적인 분위기를 자아낸다. 2백만원대. 문의 02-3461-5558 포토그래퍼 **최승혁** 에디터 **이유이**



ENERGETIC SUMMER

여름이 기다려지는 이유 중 하나는 매년 이맘쯤이면 출시 소식을 전해오는 로에베의 풀리 이미지 컬렉션 때문. 크리에이티브 디렉터 조나단 앤다슨이 유년기를 보낸 스페인의 이바자섬에서 영감을 받은 이 컬렉션에서는 친자연적인 소재와 경쾌한 패턴이 어우러진 특색 튀는 서머 아이템을 선보인다. 올해는 수련 사이를 레임치는 금붕어 패턴같이 유쾌한 패턴을 의류부터 가방, 슈즈, 액세서리 곳곳에 적용해 폭넓게 제안한다. 컬렉션 판매 수익금 일부는 교육 산업과 코로나19 확산 방지를 위해 사용할 예정이다. 로에베 스토어와 공식 온라인 사이트 Loewe.com에서 만날 수 있다. 캔버스와 라피아 소재가 어우러진 플라머메이드 프린트 벌룬 스티플 2백80만원. 문의 02-3213-2275



INSIGHT

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



OPEN YOUR HEEL

이맘때쯤 꼭 찾게 되는, 발꿈치를 드러내는 슬림백 슈즈. (위부터 시계 방향으로) **에르메스 앙주 샌들** 시원한 블루 계열로 컬러를 맞춘 염소가죽 스웨이드 슈즈 가격 미정. 문의 02-542-6622 **사벨 뎀 스킨 핑스** 지금부터 여름까지 자주 찾게 될 실용적인 샌들 가격 미정. 문의 080-200-2700, chanel.com **토즈 테이퍼드 토 슬림백** 길고 드러난 스티치와 기쁜 활이 매력적인 가죽 슈즈 93만원. 문의 02-3438-6008 포토그래퍼 **최승혁** 에디터 **장라윤**

BEAUTIFUL EARTH



자연을 모티브로 한 보태니컬 액세서리가 그 어느 때보다 빛을 발할 때다. 아틀리에 스와로브스키는 다큐멘터리 영화 제작자이자 환경보호가 수전 록펠라와 손잡고 뷰티풀 어스 컬렉션을 선보인다. 판다와 대나무 서식지에서 영감을 얻어 그린, 블루 크리스털로 찬란하게 빛나는 자연을 표현했으며 이어링, 네크리스, 브레이슬릿 등 15가지 제품으로 다채롭게 구성한다. 그중 특유의 포인트지 기술로 정교하게 세공한 판다 모티브가 돋보이는 뷰티풀 어스 by 수전 록펠라 판다 이어링 64만9천원. 문의 02-3416-4393

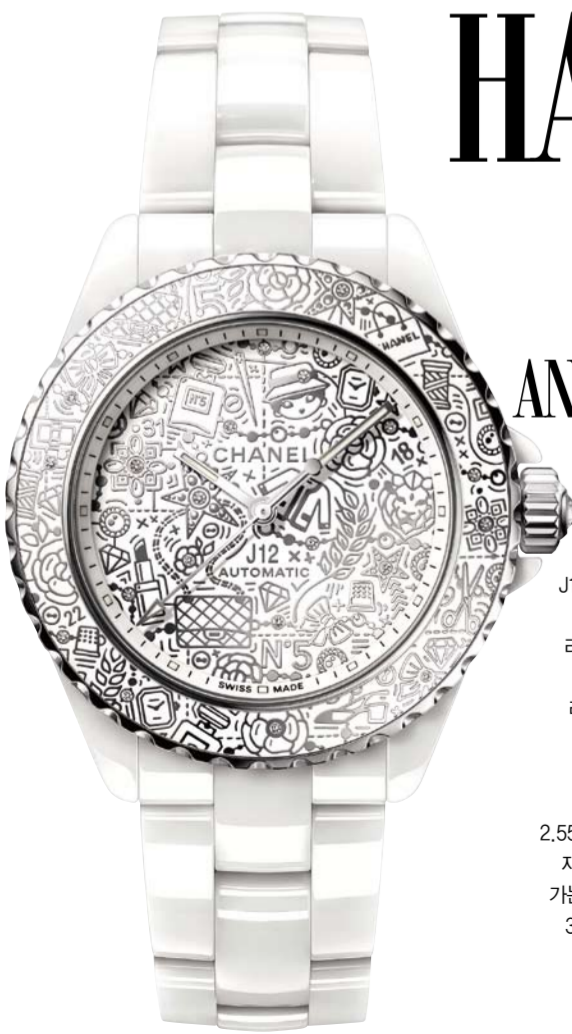
수집가의 시계



바세론 콘스탄틴은 2006년부터 워치 컬렉터를 위한 '엑셀런스 플래타인 컬렉션' 콘셉트의 리미티드 에디션 워치를 선보이고 있다. 이는 컬렉션에서 알 수 있듯 시계 전체를 진귀한 950 플래티넘 소재로 제작하는 것이 가장 큰 특징이다. 올해는 지난 2017년 화이트 골드, 핑크 골드 버전으로 처음 출시한 패트리모니 문페이즈 레트로그레이드 데이트가 950 플래티넘 소재로 재해석되며 특별한 컬렉션에 합류했다. 매뉴팩처 셀프와인딩 칼리버 2460 R31L로 구동하는 시계의 12시 방향에는 레트로그레이드 방식의 날짜창이, 6시 방향에는 문페이즈 창이 자리한다. 가격 미정. 문의 02-3446-0088

HAPPY 20th ANNIVERSARY

2000년, 세라믹 소재를 입고 세상에 처음 등장하며 워치메이킹 세계의 혁신적 아이콘으로 떠오른 샤넬 워치의 J12가 올해로 스무 살이 되었다. 이를 기념해 아주 특별한 디자인의 J12 리미티드 에디션 워치가 출시되었다. 샤넬 하우스로부터 20개의 상징과 레퍼런스를 가져와 로동 플레이트의 모티브로 제작, 다이얼과 베젤을 빼곡하게 장식했는데, 앙증맞은 일라스트로 표현한 코코 샤넬, 2.55 백, 가멜리아, N°5 향수병, 트윈드 재킷 등을 들여다보고 있다면 시간이 가는 줄도 모를 것만 같다. 케이스 지름 33mm 또는 38mm의 화이트, 블랙 세라믹 버전으로 만날 수 있다. 가격 미정. 문의 080-200-2700, chanel.com



HEALTHY & BRIGHT

미백 효과에 탄력 개선까지 잡고 싶다면 에스티 로더의 신제품 리-뉴트리브 얼티메이트 래디언트 화이트 브라이트닝 유스 크림을 눈여겨볼 것. 고귀한 원료인 화이트 투베로스가 강력한 미백 효과를 부여하는데, 여가 고유의 안티에이징 테크놀로지가 색소침착 완화에 효과적으로 작용해 피부를 투명하고 화사하게 만들어준다. 50ml 40만5천원. 문의 02-6971-3212



권성호, <아틀리에의 계절>展

여백의 미가 깃든 동양의 전통적 정서와 서양의 독특한 물성이 어우러진 작품 세계를 보여주는 미술가 권성호의 전시 <아틀리에의 계절 : Les saisons de l'atelier>가 6월 4일부터 20일까지 서울 창단동 루카 511(ABA5 아틀리에)에서 열린다. 2020 아트 조션 스테이지의 두 번째 기획전으로 작가의 삶이 가고 창작 활동을 하는 아틀리에를 옮겨 온 전시 공간에서는 1990년대에 작가의 이름을 화단에 알린 '군상 시리즈', 민화를 새로운 조형 언어로 시도하는 추상 작업 등 모두 25점을 선보인다. 특히 춘하추동을 이루는 '계절을 한지에 연필, 먹 등을 사용해 담아낸 추상 신작들은 자신만의 조형 방법을 모색해온 사유의 매력적인 소산으로 보인다. 서울 태생인 권성호는 오랫동안 피리에서 머물면서 한국의 전통적 정서를 현대적인 감각으로 풀어내는 데 집중했다. 장동원 미술평론가는 권성호의 근작에 대해 '비움의 미학, 혹은 여백의 공간으로 조율된 회화의 영토에서 연주되는 서정적 아리아'라고 표현했다. 무료 관람. 문의 02-724-7832(사전 예약 요망)



URBAN CLASSIC

데님 팬츠에 흰 티셔츠를 매치하거나 원피스 하나만 입기 좋은 계절. 어느 룩에나 두루 잘 어울리는 핸드백을 찾고 있다면 브루넬로 쿠치넬리의 모닐리 플랫 레더 솔더백을 추천한다. 브랜드의 티임프리스 감성을 담아 실용성과 우아함까지 겸비했다. 소재는 송아지가죽이며, 탈착 가능한 스트랩이 함께한다. 3백67만원. 문의 02-3448-2931



내 손을 위한 호사

손 씻기가 생활화되면서 필수 아이템으로 등극한 핸드크림. 성분도 탁월하고, 향도 좋은 데다 기분에 넣어 더나아 편리한 튜브 형태라면 더 실용적이다. (왼쪽부터) **에어린 로즈 핸드 & 바디 크림** 메그놀리아, 피오니, 핑크 로즈, 그리고 예도 품과 장미를 조합해 풍부한 수분감을 선사한다. 125ml 5만3천원대. **미스 디올 로즈 핸드크림** 장미 추출물을 함유했으며, 부드러운 텍스처로 끈적임 없이 손을 보호해주고 오래도록 향이 지속된다. 50ml 5만9천원대. **라프레리 벨루리 핸드크림** 시아버터, 콜로칼라 플라기스, 해수 등을 함유한 해양 추출물 콤플렉스가 수분을 공급하는 것은 물론 수분 손실까지 예방한다. 100ml 16만원대. **시슬리 레파라프르스 핸드크림** 우리 몸의 자연 방어 메커니즘에서 영감을 받은 활성 성분 덕분에 건조하고 손상 입은 손과 손톱을 진정·개선시키고 수분과 영양을 공급한다. 75ml 10만원. 포토그래퍼 **최승혁** 에디터 **장라윤**





끈대기 없이 깔끔한 디자인이 돋보이는 알타 토트백 45만 원에 30% 할인
조이그리이스.

빅 프레임 아서테이트 선물라스 63만 5천 원 구매.
양각주 표입 장식이 독특한 실버 아이라임 65만 5천 원 보태가 베네타.

비스코스 침과 양각주이 아우라진 파클리아 라페 백 1백70만 원대 미우미우.

에디터 아주이 아서테이트 조이그리이스

모던함을 강조한 토티는 캄스킨 에스티르라임 가락 마팅 사넬.

수심 300m 방수 기능을 제공하며, 기계식 셀프와인딩 무브먼트를 탑재한 L552로 구동하는 칼진 레전드 다이버 워치 3백10만 원 분진.

키프 스킨 트라움프 백 3백35만 원 살린느.

Selection

실용적인 소재와 감각적인 디자인으로 즐기는 청량한 초여름.
photographed by yum jung hoon, hwang in woo

투명 PVC 소재로 제작된 VLTN 로고 백 45만 원에 30% 할인
발렌타는 가락 마.

메시 소재로 실용성을 살린 시타루사 스니커즈 80만 원에 30% 할인
에디터 아주이 베네타.

다이아몬드를 피베 세팅한 화이트 골드 버클과 블루 진 스틸 케이틀의 조합이 멋진 스타일 샵스 인피니 브레이슬릿 가격 미정 프레드.

부드러운 라벤과 실크가 어우러진 라자다 스커트 2백20만 원대 로로피아나.

분진 02-310-1597
살린느 02-6979-0784
구찌 02-3452-1921
프레드 02-514-3721
샤넬 080-200-2700, chanel.com
발렌타는 가락 마니 02-2015-4652
에르메네제 질도 제나 02-518-0285
미우미우 02-3218-5331
보태가 베네타 02-3438-7682
조이그리이스 080-202-2002
로로피아나 02-546-0615
휴고보스 02-515-4088
올로 말프 로렌 02-6004-0220
디올 맨 02-3480-0104
에르메스 02-542-6622

에디터 아주이로 모인들을 추천해 주는 특별한 로렌.

송이 자갈과 소재 안티가 에스티르라임 샌들 60만 원대 에르메스.

화이트 셔츠와 완벽한 조화를 이룰 그래픽 코튼 피아유 플리츠 맨즈 1백30만 원대 디올 맨.

100% 코튼 소재로 부드러운 착용감을 자랑하는 런웨이 캔스틀 니트 웨어 93만 원 휴고보스.

white out

순백의 컬러로 즐기는 모던 코드! photographed by choi seung hyuk

(우부터 시계 방향으로) 신축성 있는 나파 가죽으로 제작한 에르메스틴 부츠 95만 원 스텐트 화이트 먼, 길이 조절 및 탈착 가능한 체인 스트랩으로 다양하게 연출 가능한 마이클로 사이즈 보이슬링 백 1백 54만 원 발렌타는 가락 마니, 소가죽으로 제작해 견고하고, 넉넉한 수납공간으로 실용성을 갖춘 미디엄 사이즈 토즈 D 소퍼 백 2백5만 원 토티, 아몬드 형태의 슬림한 실루엣이 특징인 BV 커브 샌들, 파딩 처리한 안창으로 편안한 착용감을 선사한다. 2백7만 5천 원 보태가 베네타, 리처드 세라의 조각을 현대적으로 재해석한 비바 빌레플렛 83만 원 살비트레 페리 기모, 민달 형태가 인상적인 양각주 시에라 솔더백 35만 원에 30% 할인 조이그리이스, 유연하면서도 구조적인 실루엣을 자랑하는 스몰 캄트 호스퍼리 프린트 코팅 캔버스 몰라 백 1백90만 원 바버리, 에디터 아주이

스튜어트 화이트스민 02-546-0855
발렌타는 가락 마니 02-2051-4653
토즈 02-3438-6008
보태가 베네타 02-3438-7682
살비트레 페리 기모 02-3430-7854
조이그리이스 080-202-2002
바버리 080-700-8800



아서테이트 조이그리이스



브랜드의 예술 경영 becoming cultural curators

서울 통의동에 자리한 지상 4층짜리 ‘잇 플레이스’ 대림미술관. 코로나19의 압박 속에서도 주말에는 예약이 쉽지 않은 전시가 열리고 있는데, 그 이유 중 하나는 이탈리아 럭셔리 브랜드 구찌가 지원하는 문화 예술 프로젝트라는 소문이 나서다. <이 공간, 그 장소 : 헤테로토피아>전, 아마도 대림미술관을 찾아온 적이 있다면 마스크를 쓰고 장갑을 낀 채 입장하자마자 1층 공간의 외양이 확 바뀐 걸 금세 알 수 있을 것이다. 다양한 굵조와 도록을 파는 아트숍 대신 24시간 동전 세탁소가 딱하니 들어서 있고, 분홍, 보라, 그리고 연녹색의 인어 꼬리가 세탁기의 문 밖으로 빠져나와 있는 광경을 맞닥뜨린다. 묘한 신비감과 자극을 주는 이 연출된 공간은 미국의 젊은 아티스트 올리비아 에러랑어(Olivia Erlanger)의 ‘이다, 이다, 이다’(Ida, Ida, Ida)’라는 설치 작품이다. 2018년 로스앤젤레스에서 선보인 이 작품은 다양한 사람들이 만나고 어울리는, 하지만 평소 같으면 그리 특별하지 않은 세탁소라는 공간에 난데없는 인어 꼬리를 던져놓으면서 궁극음을 자아낸다. 과연 꼬리는 기계 속으로 들어 가려는 건지, 아니면 나오는 참인지? 통 속에 가려져 있는 상반신의 모습은? 우리는 흔히 인어를 보면 ‘인어 공주’를 떠올려보고 하는데, 사실 꼬리의 색깔이나 형태만 보고 성별을 알 도리가 없다. 실제로 작가는 성(gender)이 정해지지 전, 또는 성의 구별이 없는 ‘젠더리스’의 원형으로서 인어라는 존재에 관심을 갖게 됐다고 설명한다. 그러면서 인어가 여성으로 제시될 때 볼거리는 질문으로 주목해보라고 제안한다. 이를테면 다리를 갖기 위해 목소리를 잃는 디즈니의 인어 공주 아리아엘을 둘러싼 안타까운 계약을 생각해볼 수 있겠다.

첫 작품으로만 봐도 눈치를 쫓을 수 있겠지만, 이 전시에는 밀레니얼 세대가 사랑하는 브랜드 구찌의 ‘G’를 연상시키는 콘텐츠가 전혀 없다. 2층으로 향하는 계단을 보면 쿼어 잡자나 서적의 표지가 벽을 빼곡히 뒤덮고 있는데, 이는 주류 역사에서 소외되었던 개인의 서사를 기념하는 이강승 작가의 작품 ‘표지들(쿼어)’이다. 이어서 국내 대안 예술 공간을 운영하는 여러 작가를 비롯해 작업의 시대를 관통하는 동시에 미래를 상상하고 고민해볼 수 있는 해외 아티스트들의 작품을 만나볼 수 있다(특히 인터넷의 종말 이후 세상을 다룬 세실 B. 에반스의 영상 작품 마음이 원하는 것을 강추한다). 한마디로 동시대성을 수용하고 있는 다양성을 시각예술로 풀어낸 순수한 ‘현대미술’ 전시다. 자세히 들여다보면 작가들의 사유가 흥미롭게 다가오지만, 설명을 듣지 않거나 집중하지 않으면 초보자에게는 꽤 난해하게 느껴질 수 있는 하드코어적 면모를 지니고 있다. 그래서인지 관람객의 평가가 엇갈리기도 한다(특히 브

랜드 아카이브 전시를 기대한 이들에게는 결이 전혀 다른 전시였을 터다). 하지만 많은 이들에게 전시에 대한 호오(好惡)를 떠나 구찌라는 브랜드에 대한 인식을 새롭게 할 수 있는 계기로 작용했을 것임은 분명하다. 그리고 시각적 충격이나 확장만이 아니라 지적 지평도 넓힐 수 있다는 점은 확실한 소득이 아닐까 싶다. “나 이런 거(현대미술) 정말 잘 몰라. 그런데 와 보길 잘한 것 같아.” 전시장에서 친구더러 사진을 찍어달라며 포즈를 취하는 여성 관람객의 말이 들린다. 그녀가 브랜드에 대한 충성도가 높고 열정적인 자세를 지닌 ‘슈퍼 팬’일지, 아니면 현대미술 애호가가 될 잠재력이 풍부한 문화 소비자일지는 모를 일이다.

브랜드의 ‘예술화’, 그 대열에 동참한 구찌

아마도 구찌는 슈퍼 팬을 더 많이 만들어내고 싶고, 또 그들이 감각과 의식을 겸비한 문화 소비자이기를, 적어도 그렇게 되어가기를 바랄 것이다. 그래서 브랜드가 추구하는 문화 코드를 공유하고 공감해보기를 다수의 문화 향유자들에게 권유한다. 구찌가 이번 전시에서 추구하는 바는 뭘까? 전시 큐레이터를 맡은 미리암 벤 살라의 설명을 풀이하자면 ‘다름’에 대한 수용, ‘타자성’에 대한 이해를 바탕으로 각각의 주체가 저마다 독립된 개성을 유지하면서 ‘함께 해나간다’는 것에 대해 새롭게 정의를 내려보고자 함이라고 한다. 다분히 상업적인 대중성이 어려 있는 대림미술관에 주류 미술관에서 접하기 힘든 대안 예술 공간의 콘텐츠를 모아 놓은 이유일 것이다. 이 같은 의도는 전시 제목에도 반영되어 있다. 실제 세상에는 ‘없는’ 유토피아와 구분해 우리의 현실에 ‘실재할 수 있는 유토피아적 장소’를 뜻하는 ‘헤테로토피아(eterotopia)’는 프랑스 구조주의 철학자 미셸 푸코가 제시한 개념이다. 현실 속 유토피아란 딱 부러지게 하나로 정의될 수 없고, 그 가능성이 무궁무진하지 않은가. 이번 전시가 제안하듯 편견을 허무는 다양성에 대한 담론은 주류에 비주류의 감수성, 실험적인 예술성을 기비해 새로운 트렌드로 엮어내는 구찌의 절충주의적 비전과 미학과도 맞닿는다. 유명한 아티스트를 소개하는 순수한 예술 후원이지만, 그 이면에서는 브랜드 이미지와 문화 코드를 세련되게 엮어낼 수 있는 것. 바로 현대미술 전시 같은 공간형 콘텐츠를 내세운 영리한 체험 마케팅의 장점일 것이다. 비슷한 맥락에서 구찌는 2018년에 상하이에서도 문화 예술계에서 회자된 전시 콘텐츠를 선보인 적이 있는데, 이때는 이탈리아의 재기 발랄한 아티스트 마우리치오 카텔란을 큐레이터로 삼아 ‘작품 쇼핑의 메카’로 불리던 상하이를 무대로 ‘복제’, ‘모방’을

9월 14일 04:28

키워드로 엮는 재치를 발휘했다. 모방이나 복제가 예술적 동인으로서 얼마나 중요하게 기능했는지 되짚으며 오리지널과 짝퉁을 둘러싼 도시 정체성에 대한 지적인 회포를 던진 것. 사실 럭셔리 생태계를 좀 아는 이들이라면 ‘구찌가 왜 이런 전시를?’이라는 질문조차 가지지 않을 공산이 크다. 브랜드들이 문화 예술 프로젝트에 얼마나 열성적으로 임하는지 이미 알고 있을 테니까. 물론 그중에는 여러모로 예술성을 추구하고, 창업자 가문에서 순수하게 문화 예술을 후원해온 소수의 럭셔리 브랜드도 있고, 대체로 자리 잡고 있는 ‘아트 마케팅’의 흐름을 영민하게 주도하는(혹은 마지못해 따라가고 있는) 브랜드도 있다. 어쨌거나 럭셔리 비즈니스업계 회두 중 하나는 인하우스 차원의 협업, 브랜드가 주최하는 전시, 미술상, 재단과 미술관 설립, 아트 컬렉션, 기업 차원의 아트 프로그램 펀딩 등으로 이어지는 ‘예술화’다. 여러 단계를 밟아 이제는 최상층에 위치한 브랜드로는 오랜 세월애 걸쳐 재단 미술관을 운영하고 있는 까르띠에, 프라다, LVMH, 에르메스 등을 꼽을 수 있다. 구찌, 보테가 베네타 등을 거느린 케어링 그룹의 경우에는 프랑수아 피노 회장이 LVMH의 베르나르 아르노 회장과 더불어 아트계의 수퍼 컬렉터로 꼽힌다. 그런데 아트에 ‘브랜드’가 끼어들면 곱지 않은 시선으로 바라보기도 한다. 패션 디자인은 본질적으로 상업성을 띠지만, 예술은 순수하다는 논리에서 말이다. 하지만 예술을 둘러싼 생태계는 결코 상업적인 논리에서 자유롭지 않은 편이다. 외려 럭셔리 브랜드들이 예술 후원을 할 때는 미술관이나 갤러리의 인맥이나 수익, 예산 같은 복잡한 셈법에서 상대적으로 더 자유로운 입장이라 더 계산적이고, 따라서 더 빼어난 결과물을 내놓는 경우도 많다.

다양성을 바탕으로 한 인재 양성 문화, 문화 예술계 아이콘을 만든다

사실 일부 럭셔리 브랜드들의 경쟁 우위는 비단 문화 예술 활동만이 아니라 브랜드 고유의 비즈니스 영역에서도 증명되고 있다. 프랑스의 유명 섬유업체 잡지 <저널 드 텍스타일>은 매 시즌 소매상과 도매상에 패션 브랜드의 컬렉션이 보여주는 창의성을 점수로 매겨달라고 요청하는데, 지난 10년간 럭셔리 그룹에 속한 브랜드가 받은 시즌별 평균 점수는 이른바 ‘독립 브랜드’가 받은 점수의 3배였다. 흔히 가질 수 있는 편견(?)과 달리 LVMH, 케어링, 리차몬드 같은 대형 그룹 소속 브랜드가 더 창의적이라는 것이다. 경영대 학원 인사이드(INSEAD) 교수인 앤드루 시펠로브와 프레데릭 고다르는 대개 브랜드 가치

가 지속적으로 상승하고 있는 거대한 럭셔리 그룹들의 성공 비결은 ‘인재 양성’이라고 분석한다. 대체로 문화적 경험을 가진 역량 있는 전문가를 잘 활용할 줄 아는 조직의 전략적 유연성 덕분이라는 것. 특히 브랜드를 대표하는 디자이너는 자신들의 지역 네트워크를 벗어나 세계 곳곳의 다른 디자이너와 생산자, 공급자 등과 관계를 맺고 이들에게서 새로운 아이디어를 얻는다고 강조했다. 다양한 문화에서 받은 영향은 크리에이티브 디렉터의 컬렉션에 고스란히 스며들어 브랜드를 더욱 돋보이게 만든다는 것. 지금은 고인이 된 패션계의 전설 칼 라커펠트(그는 스웨덴인 부친과 독일인 모친을 뒀으며 종종 프랑스와 이탈리아를 ‘당일치기’로 오가는 삶을 살았다)는 스스로를 ‘1인 다국적 패션 센세이션’이라 부르기도 했지 않은가. 오늘날 럭셔리 패션 하우스의 크리에이티브 디렉터는 ‘브랜드의 예술화’ 현상과 함께 문화 예술 아이콘으로서의 파워가 더 강해지고 있다. 일례로 지금 서울 하늘을 수놓고 있는 구찌의 문화 예술 감성은 5년 전 패션계에 신데렐라처럼 등장해 당시 구찌를 둘러싼 전형을 깨뜨리면서 파괴적 혁신을 주도한 알레산드로 미켈레(Alessandro Michele)에게서 비롯되었다고 해도 과언이 아니다. ‘아트를 사랑한 미켈레는 빈티지와 주변 소재에서 영감을 받는 오늘날의 동시대 미술 트렌드를 패션에도 과감히 도입했고, 구찌가 관여하는 문화 예술 프로젝트에서도 진보적이고 절충주의적 감성을 입히는 데 주도적인 역할을 해왔다. 해외에서 전시 콘텐츠를 소개할 때 그저 자금만 대는 전시가 아니기에 ‘powered by Gucci’라는 표현을 쓰기도 한다. 컬처 큐레이터 역할을 하는 셈이다. 루이 비통의 남성 컬렉션 아티스틱 디렉터 버질 아블로(Virgil Abloh)는 그 자신이 아티스티이자 가구 디자이너, 큐레이터 등으로 활약하는 전천후 크리에이터다. 건축을 전공하고 합합 스타 캐피티 웨스트의 크리에이티브 컨설턴트로 활동한 이력을 지닌 그는 비패션인 출신으로 스트리트 감성을 하이패션에 접목해 시대의 아이콘이자 젊은이들의 우상으로 주목받고 있다. 얼마 전 ‘청춘을 주제로 한 전시의 큐레이터를 담당할 그룹전 <커밍 오브 에이지(Coming of Age)>가 루이 비통 메종 서울의 전시 공간에서 열리기도 했다. 뉴욕타임스의 패션 칼럼니스트 베사 프리드먼은 버질 아블로를 가리켜 ‘밀레니얼 세대의 칼 라커펠트’ 같은 존재가 되어가고 있다는 글을 쓰기도 했다. 누가 칼 라커펠트처럼 될 수 있을지 앞날을 예단하기는 힘들지만, 확실한 건 이들 크리에이터는 이제 단순한 패션계 아이콘이 아니라 주류와 비주류가 다 같이 선망하는 ‘컬처 큐레이터’, ‘컬처 프로듀서’의 존재감을 발휘하고 있다는 사실이다. **고성연**

WWW
WATCHESANDWONDERS.COM
LET'S CONNECT

Watches & Wonders 2020

모두가 어려운 시기를 보내고 있는 이 절레 없는 상황에 대응해 디지털 행사로 진행된 '워치스 앤 원더스 제네바(Watches & Wonders Geneva)'.

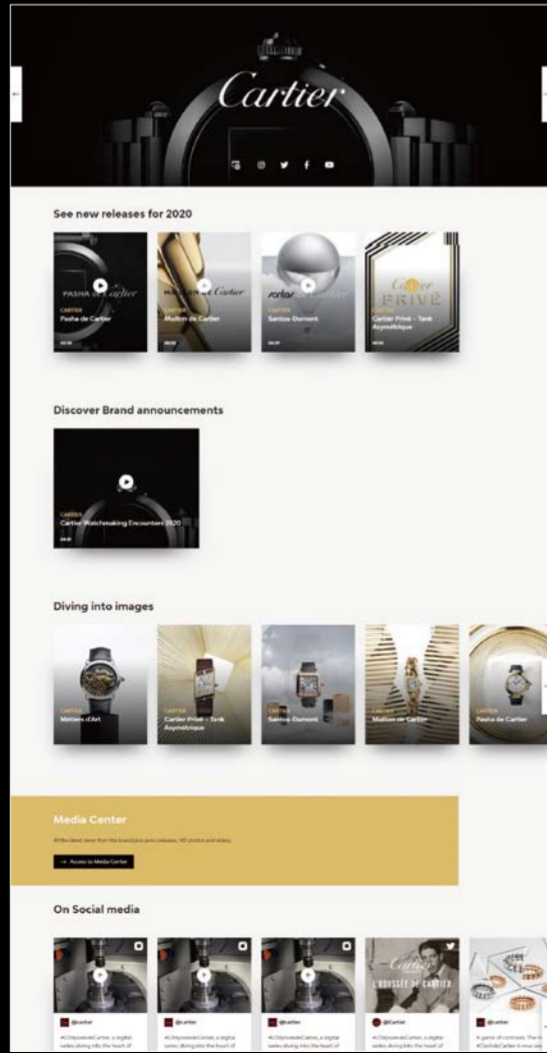
온라인 플랫폼에 접속해 세계 최고의 하이엔드 시계 신제품을 살펴보는 것은 생소하고 낯설었다. 먼저보고 착용해보던 그 시간들이 그림기도, 그러나 정보만큼은 풍성했던, 가상으로 떠나는 시계 여행. <스타일 조건일보>가 뽑은 10개 브랜드 2020 신제품 베스트를 정리했다.

시작은 어려웠다

작년 10월 고급시계재단(Foundaion de la Haute Horlogerie, 이하 FHH)으로부터 한 통의 메일이 날아왔다. 내년 4월 SHH는 제네바에서 워치스 앤 원더스 제네바(Watches & Wonders Geneva)라는 이름으로 새롭게 진행된다고. 인 더 시티(In the City) 프로그램을 통해 참여하는 총 31개매출 브랜드 17개, 독립 시계 브랜드인 카레 데 오를로저 14개 브랜드들의 아이디어와 워치메이킹 전통, 그리고 차별점까지 느낄 수 있는 프로그램도 마련하겠다고 했다. 시계워치스에 경이로움(원더스)을 더한다는 의미를 되새기며 워치메이킹에 색다른 접근과 경향까지 포함하겠다는 큰 그림을 그린 협회의 도전과 열정, 그리고 포부는 서울에서 받은 메일에도 그대로 느껴졌다. 그리고 지난 2월 말 에디터는 FHH로부터 또 하나의 메일을 받았다. 세계적으로 확산 양상을 보이고 있는 코로나19(COVID-19)로 인해 제네바 팔렉스포에서 개최할 예정이었던 워치스 앤 원더스 제네바 행사를 취소하기로 했다고그리고 그다음 날엔 바젤월드 역시 행사를 취소한다는 공지를 보내왔다. 하지만 워치 매진 모두의 의견이 같았던 것은 아니었던 듯하다. 몇몇 브랜드들이 모여 취소된 두 건의 시계 박람회를 대체할 제네바 워치 데이(Geneva Watch Days)를 개최하겠다고 발표했고, 스위스 정부가 1천명 이상의 사람들이 모이는 행사를 금지했기에 브랜드마다 다른 장소에서 신제품을 선보일 것이라는 소식이 전해졌다. 그러나 얼마 안 되어 다시 들려온, 이 행사마저 취소하겠다는 소식. 시계업계는 소위 말하는 멘붕에 빠진 듯했다. 올해는 신제품을 발표하지 않겠다고 선언한 브랜드도 있었으니까. 그리고 며칠 뒤, 워치스 앤 원더스 행사를 온라인으로 대체한다는 소식이 전해졌다. 현 상황에 대응해 행사를 디지털화한다는 것. 오프라인 행사 시작에 정일이었던 4월 25일에 맞춰 온라인 플랫폼(watchesandwonders.com)에서 300여 개 하이엔드 시계 브랜드의 신제품을 선보인다고 했고, FHH에서 엄선한 다양한 흥미로운 맞춤형 콘텐츠를 공개하겠다고 발표했다.

D-day 정오 12시(CEI)

오프닝데이 첫 영상은 FHH의 의장이자 매니징 디렉터 파비엔 루포(Fabienne Lupo)의 행사 시작을 알리는 인사말이었다. 그녀는 세계 최고의 워치메이킹 브랜드들과 함께 가장 필요한 시기에 워치스 앤 원더스의 온라인 버전을 선보이게 되어 기쁘다고 말하며, 전 세계의 시계 애호가들은 새로운 플랫폼을 통해 흥미로운 신제품을 만나고 다양한 체험을 즐길 수 있을 뿐만 아니라, 포털에 입점한 여러 브랜드 제품을 한곳에서 쉽게 볼 수 있을 것이라고 이야기했다.



워치스 앤 원더스 플랫폼은 참여한 300여 개 브랜드의 전용 페이지로 들어갈 수 있게 브랜드별로 구분해놓았는데, 여기에선 브랜드만의 특별한 세계와 2020년 신제품은 물론 그 외의 다양한 정보도 확인할 수 있었다. 까르띠에는 올해도 생각지 못한 형태와 아이디어를 결합한 제품으로 뻗은 관습에 브레이크를 걸었고, 비세론 콘스탄틴은 매종 최초로 여성용 하이 컴플리케이션 모델을 선보이며 현실 도피 욕구를 시계에 담아 무한한 상상을 펼쳐냈다. 고급 시계 제조에 대한 파격적인 해석으로 독보적인 기술과 디자인을 펼쳐 보이는 로저드부는 브랜드의 상징적인 엑스칼리버 컬렉션에 집중했다. 세상에서 제일 얇은 시계와 금세공 기술, 쟈스톤 세팅 7법 등 가장 잘하는 것에 집중한 피아제와 무브먼트뿐만 아니라 시계 전체를 감싸는 까다로운 프로세스를 통과해 '천 시간의 컨트롤' 인증을 획득한 마스터 컨트롤 컬렉션을 발표한 예저 르포르트 등 브랜드들은 자비로운 오랜 시간 준비해온 제품과 노하우를 선보이기도. 파타리오는 루미노르 세 가지 제품에 70년 보충 기간을 보장해 기술력에 대한 자부심을 드러내기도 했다. 어떻게 생각해보면 한 브랜드의 여러 신제품 프레젠테이션을 속성으로 들고, 후다닥 모여 몇몇 주요 제품을 착용하면 뒤, 다음 스케줄을 위해 재빠르게 이동하던 이제까지의 형식보다는 좀 더 차분하게 집중할 수 있기도. 손가락만 움직이면 신제품을 한 번에 볼 수 있고(상지버 브랜드 부스마다 인터랙티브가 다르듯, 사이트 형식을 통일해놓음에도 각 브랜드의 성격이 페이지에서 조금씩 드러나기도 한다), 손쉽게 브랜드관을 돌아다니며 모니터에 여러 창을 열어놓고 스펙을 비교해볼 수 있으며, 잊어버린 내용은 다시 찾아볼 수 있는 온라인 특유의 방식도 유용했다. 경영진 미디어 리빙 스트림으로 신제품을 소개하고, 공동어 만든 제품의 무드와 메이킹 영상을 일러스트해놓고 해 시간을 들여 좀 더 꼼꼼히 살펴볼 수 있어 좋기도 했다(하지만 백반 눈으로 보는 것보다 한번 만져보는 것이 훨씬 나은 건 사실, 직접 착용해보지 못하는 아쉬움은 이루 말할 수 없었다). 이 사이트는 4월 말 첫 출시된 이후 지속적으로 다양한 이벤트를 비롯해 각 분야의 전문적인 오프라인 리더들과 함께하는 유익하고 새로운 콘텐츠를 선보일 것이라고 한다. 여가엔 상품 분석, 트렌드 예측, 혁신적인 기술 개발, 제품의 디자인과 예술성 및 기법의 집중 분석, 그리고 업계 유명 인사의 비즈니스 토크와 논평도 포함된다고. 올해 여름에 전개될 두 번째 단계에서는 추가적인 제품 론칭과 함께 e-커머스 파트너십도 계획하고 있다고 하니, 어쩌면 에디터와 시계 애호가는 물론 워치메이킹업계에서도 만족할 만한 완벽한 플랫폼으로 거듭날 수도 있을 듯하다.

에디터 정영진, 이영민, 이준호



파사드 까르띠에의 매력적인 크라운

뜻밖의 만남 · Cartier ·

파사드 까르띠에 클래식 워치메이킹의 고정관념을 탈피해 한계를 뛰어넘어온 까르띠에의 시도는 이번 해엔 파사 워치를 통해 다시 한번 빛을 받았다. 원형 다이얼 안 정사각 레일 트랙이라는 대담한 그래픽 시그니처, 4개의 오버사이즈 아라비아숫자, 그리고 퀵스위치 스트랩과 독특한 크라운은 매우 모던하고 현대적이다. 크라운 아래 비밀스럽게 이니셜을 새길 수 있으며, 항자기성과 방수 기능을 갖춘 1847MC 오트매터 칼리버를 장착했다. 스틸 케이스 버전은 지름 35mm와 41mm로 선보일 예정. 이외에도 18K 핑크 골드, 18K 화이트 골드 버전, 다이아몬드 세팅 버전, 파인 주얼리 버전 등이 있다.



파사드 까르띠에 스칼레톤

파사드 까르띠에 스칼레톤 1985년 출시된 이후 켈트 워치로 자리 잡은 파사 워치. 오리지널 모델의 철학을 고스란히 간직한 채 새롭게 재해석된 이 시계의 스칼레톤 버전도 케이스 소재를 18K 화이트 골드에 다이아몬드 세팅, 18K 핑크 골드, 그리고 스틸, 세 가지로 선보인다. 그중 스틸 워치는 케이스 지름 41mm, 두께 10.45mm로, 골루드 파리 디테일로 장식한 독특한 브레이슬릿과 링크로 연결한 크라운이 디자인의 핵심. 플루티드 크라운 커버 아래 감춰진 와인딩 크라운에 블루 스파이럴 또는 사파이어를 세팅해 품격 있는 매력을 담았다. 퍼스널라이즈 인 그레이빙 서비스도 가능하며 48시간의 파워 리저브가 가능하다.

마이옹 드 까르띠에 마치 한 피스의 주얼리라도 같은, 스타일이 살아있는 워치. 마이옹 드 까르띠에, 축을 살짝 벗어나게 정렬한 체인 링크와 유려한 트루스트 라인, 볼륨감 넘치는 실루엣이 특징이다. 직사각형 링크와 육각형 다이얼의 조합, 사선의 샤프트 등으로 리듬감을 살린 것도 시선을 끄는 데 한몫한다. 케이스 사이즈는 16x17mm, 18K 옐로 골드와 18K 핑크 골드, 18K 화이트 골드 버전으로 선보이며 베젤 또는 브레이슬릿에 다이아몬드를 세팅한 버전, 쟈스톤 버전도 있다. 쿼츠 무브먼트를 탑재했다. 문의 1566-7277



마이옹 드 까르띠에

클래식하고 지적인 디자인과 최고의 기술력 · IWC ·

포르투기저 페퍼추얼 캘린더 42 그 어떤 컴플리케이션도 1980년대 전설적인 워치메이커 커트 클라우스가 개발한 페퍼추얼 캘린더처럼 IWC의 가치관을 잘 드러내지 못할 듯하다. 서로 다른 월별 일수뿐 아니라 4년에 한 번씩 2월에 하루 추가되는 윤년도 자동 인식한다. 모든 디스플레이는 서로 완벽하게 동기화되어 있으며, 하나의 크라운으로 손쉽게 조정 가능하다. 3시 방향에 날짜, 6시 방향에 월, 9시 방향에 요일을 표시하는 서브 다이얼을 디스플레이했으며, 문페이즈는 5백77.5년에 1일 정도 오차가 있다. 요일 디스플레이는 다음 윤년까지 남은 연수도 표시한다. 투명한 사파이어 글라스 백 케이스를 통해 IWC가 자체 제작한 82650 칼리버의 움직임을 확인할 수 있다. 60시간의 파워 리저브를 제공한다.



포르투기저 페퍼추얼 캘린더 42



포르투기저 요트 클럽 문 앤 타이드

포르투기저 요트 클럽 문 앤 타이드 이 모델에는 IWC에서 새로 개발한 조수 표시 기능을 최초로 적용했다. 6시 방향 서브 다이얼에서 다음 만조와 간조의 예상 시간을 확인할 수 있고, 12시 방향 더블 문페이즈 디스플레이에는 대조와 소조를 표시하는 기능도 추가해 현재 조수의 세기에 대한 정보를 얻을 수 있다. 더블 문페이즈와 타이드 디스플레이용 모듈은 자체 제작 82835 칼리버로 구동하며, 60시간의 파워 리저브가 가능하다. 지름 44.6mm 18K 레드 골드 케이스에 텍스타일 소재를 덧댄 블루 리버 스트랩을 매치했다.



포르투기저 오트매터 40

포르투기저 오트매터 40 6시 방향에 스톱 세컨즈만 배치한 아이코닉 포르투기저 디자인이 콤팩트한 18K 레드 골드 케이스 오트매터 컬렉션으로 새롭게 등장했다. 자체 제작한 82200 칼리버는 마모에 강한 세라믹 소재 펠라톤 와인딩 시스템으로 60시간의 파워 리저브를 제공하는데, 백 케이스에서 무브먼트의 움직임을 확인할 수 있다. 산토니사의 브라운 엘리게이터 레더 스트랩을 매치했다. 가장 기본적으로 심플한 것이 가장 아름답다는 말을 떠올리게 하는 시계다. 문의 02-3440-5876



에제리 문페이즈 주얼리

상상력에 기반한 새로운 하이 컴플리케이션 워치의 향연 · Vacheron-Constantin

에제리 문페이즈 주얼리 바세론 콘스탄틴이 새롭게 전개하는 '에제리(Egérie)'는 파인 워치메이킹 기술력과 오토 쿼터 스타일을 결합한 궁극의 여성 컬렉션이다. 그중 단연 돋보이는 것은 지름 37mm의 화이트 골드 케이스, 다이얼, 브레이슬릿에 총 1천3백44개의 브릴리언트 컷 다이아몬드를 파베 세팅한 에제리 문페이즈 주얼리 워치. 다이얼 중심에서 벗어난 오프 센터 형태의 문페이즈, 이와 나란히 케이스 우측 상단에 배치한 오프셋 크라운, 칼리그래프 스타일의 섬세한 숫자 인덱스 등을 통해 세계에서 가장 오래된 워치메이커의 유산을 이어나가는 매뉴팩처의 독창적 스타일과 기술적 전문성을 엿볼 수 있다.

극도의 정확성을 자랑하는 칼리버 2160은 페리페럴 로터(무브먼트의 가장자리를 회전하도록 설계한 로터)를 포함해 1백88개의 부품으로 이뤄졌음에도 두께가 5.65mm에 불과하다. 다이얼 6시 방향에는 말테 크로스 모양에서 영감을 얻은 오프워크 투르비용 캐리지가 위치해 낮은 진동수(2.5Hz)로 회전하는 투르비용의 움직임을 감상할 수 있다. 머더오브풀 다이얼과 핑크 골드 케이스, 다이아몬드 장식식으로 우아함을 강조한 워치 또는 부티크에서만 만날 수 있는 다이아몬드 폴 파베 세팅(6.5캐럿) 주얼리 워치, 총 두 가지 모델로 전개한다.

트래디셔널 투르비용 크로노그래프 트래디셔널 컬렉션에서 선보이는 또 다른 신제품. 투르비용과 모노푸셔 크로노그래프 기능을 결합한 매뉴팩처 칼리버 3200을 장착했다. 우수한 기술력을 자랑하듯 보통 다이얼 하단에 자리하



트래디셔널 투르비용 크로노그래프



트래디셔널 투르비용

는 투르비용을 12시 방향으로 옮긴 점이 독특하다. 투르비용의 새로운 캐리지 베젤 또한 눈에 띄는데, 네 번째 월의 작은 톱니바퀴 대신 러닝 세컨즈 디스플레이의 중간 휠로 구동하는 구조를 갖춰 상단 플레이트를 넓게 개방, 투르비용의 자세를 더욱 잘 감상할 수 있도록 했다. 이처럼 기계적으로는 새로운 해석을 거친 데 반해 에타주 케이스와 러그, 플루티드 케이스 백, 레일웨이 마닛서를 등 트래디셔널 컬렉션 고유의 클래식한 미학적 코드는 고스란히 유지하고 있어 매력적이다. 문의 02-3446-0088



1858 지오스피어 블루



1858 지오스피어 블루

1858 지오스피어 블루 월드 타임 컴플리케이션을 담은 몽블랑의 아이콘, 1858 지오스피어, 올해는 빙하에서 영감을 얻어 푸른색 다이얼과 대비되는 화이트 컬러 디테일이 조화를 이루는 티타늄 모델을 출시했다. 지구 모양 디스플레이는 각각 남반구와 북반구를 표현한 것으로, 다른 시간대를 한눈에 읽을 수 있다. 반구 주변에는 24개 도시의 시간을 나타내는 스케일과 낮과 밤 인디케

한발 더 진화한 미네르바의 유산 · Montblanc

이터를 더했고, 최상의 가독성을 보장하기 위해 슈퍼-루미노바 처리했다. 한편 3시와 9시 방향에는 날짜, 세컨드 타임존을 표시하는 창이 위치하며 양방향 스틸 베젤 위에는 4개의 기본 방위를 인그레이빙해 신약 탐험 정신을 담은 몽블랑 1858 컬렉션의 정체성을 드러냈다.

1858 모노푸셔 크로노그래프 1930년대의 유서 깊은 미네르바 모노푸셔 크로노그래프 칼리버 13.20을 재해석한 칼리버 MB25.12를 탑재, 중앙의 초침과 30분 단위 카운터 모두 크라운에 내장된 단일 푸셔로 조작 가능한 시계. 오리지널 미네르바 위치와 유사하게 베이지색 레일웨이 미닛 트랙을 더한 블랙 다이얼을 장착했고, 베이지색 숫자 인덱스, 상당 침탐 형태의 핸즈, 텔레미터 눈금 등이 어우러져 빈티지한 외관을 완성한다. 지름 42mm의 스틸 케이스에 스틸 브레이슬릿 또는 코냑 컬러의 송아지가죽 스트랩을 매치한 두 가지 버전으로 출시하며, 시간이 흐름에 따라 자연스럽게 변색하는 파티나 효과가 있는 브론즈 합금 케이스 & 베이지 나토 스트랩 버전의 리미티드 에디션도 선보인다.

몽블랑 헤리티지 오토매틱 레트로한 디자인과 현대적인 워치메이킹 기술의 조화로 사랑받는 헤리티지 컬렉션에 색다른 컬러의 모델을 추가했다. 새롭게 출시하는 옐로 골드 케이스의 몽블랑 헤리티지 오토매틱 워치는 섬세한 래커 기법으로 구현한 브리티시 레이싱 그린 다이얼, 이탈리아



1858 모노푸셔 크로노그래프

피렌체에 위치한 리치몬드 펠레테리아에서 제작한 그린 컬러 스푸마토 엘리게이트 스트랩이 어우러져 고급스러운 분위기를 자아낸다. 인덱스와 핸즈를 슈퍼 루미노바 처리한 것에 더해 최근 출시되는 워치에서 쉽게 찾아볼 수 없는 동형 사파이어 크리스털 글라스를 얹어 다이얼 가독성을 높인 것이 특징. 케이스는 지름 40mm의 적당한 크기로 남녀 모두 즐길 수 있고, 42시간의 파워 리저브 및 50m 생활방수 기능을 갖춘 오토매틱 인하우스 무브먼트 MB24.27가 동력을 제공한다. 문의 1670-4810



몽블랑 헤리티지 오토매틱

전통의 계승, 혁신의 추구, 고도의 전문성이 조화를 이룬다 · Jaeger-LeCoultre

담은 다이얼이 압도적인데, 작은 별 모양으로 장식한 가장 아래층의 디스크 위로 돛 구조와 별자리 지도를 새긴 디스크가 자리하고, 테두리의 태양 모양 골드 포인터는 날짜, 월, 황도 12궁을 비롯한 다이얼 플랜지(가장자리)의 24시간 눈금을 가리킨다. 한편 6시 방향의 오비탈 플라잉 투르비용은 이 모든 컴플리케이션이 고도의 정확성을 유지할 수 있게 한다. 핑크 골드 케이스 또는 화이트 골드 케이스, 두 가지 버전으로 전 세계 각 8캐럿 한정 출시한다.

마스터 컨트롤 크로노그래프 캘린더 1950년대 클래식 라운드 워치에서 영감을 얻어 1992년 출시한 마스터 컨트롤 컬렉션은 세계 전체를 감시하는 까다로운 1천 시간의 컨트롤 인증을 통과하며 자사 제품 전반의 성능과 신뢰를 높였다. 2020년 새롭게 해석한 마스터 컨트롤 컬렉션은 기능적 차별을 둔 네 가지 모델로 전개한다. 그중 크로노그래프와 트리플 캘린더 디스플레이, 문페이즈를 결합한 칼리버 758로 구동하는 마스터 컨트롤 크로노그래프 캘린더 워치는 직관적 디스플레이, 타임리스한 디자인, 실용적 기능이 매력적. 실버 선레이 다이얼 위로 크로노그래프 카운터와 문페이즈, 서브 세컨드 다이얼, 요일과 월 표시창이 균형을 이루고, 플랜지 부분에는 맥박을 측정하는 펄스 매트릭스 눈금을 더했다.

리베르스 원 레드 와인 아르데코 양식에서 영

감을 얻은 선형적 실루엣, 케이스 상단과 하단을 명확하게 구분하는 세 줄의 가드룬 장식 등 리베르스 컬렉션 고유의 정체성을 계승하는 리베르스 원은 슬림한 케이스, 다이아몬드 그레이н 세팅 등으로 우아한 아름다움을 강조한 여성 시계 라인업이다. 올해는 대담한 레드 와인 컬러가 매력적인 모델을 출시했다. 은은한 선레이 패턴의 기묘세 다이얼 위에 래커를 여러 차례 덧발라 깊이 있고 풍부한 붉은색을 완성하고, 다이아몬드를 세팅한 스틸 케이스와 숫자 인덱스 빛을 더했다. 견고한 스틸 백 케이스에는 특별한 메시지, 날짜 등을 인그레이빙할 수 있다. 칼리버 657로 구동하며 케이스 지름은 40X20mm, 문의 02-3449-5912



리베르스 원 레드 와인

파격적인 해석을 담은 하이엔드 워치 · Roger Dubuis

엑스칼리버 디아블루스 인 마키나 라틴어로 '기계장치의 악마'라는 뜻의 파격적인 제품명을 지닌 유니크 피스로 미닛 리피터와 싱클 플라잉 투르비용을 결합한 오토매틱 칼리버 RD107로 구동한다. 중세 종교음악에서 사용이 금지된 불협화음을 담은 미닛 리피터는 CarTech Micro-Melt BioDur CCM™ 코발트 크롬 소재를 사용한 스텔레톤 케이스를 통해 더욱 선명한 소리로 울려 퍼진다. 또 하나의 특징은 청각적 즐거움을 시각적으로도 누릴 수 있다는 것. 다이얼 11시 방향에 위치한 사파이어 디스크는 미닛 리피터가 활성화될 때 동시에 작동, 타중 시간의 간격을 직관적으로 표시하는 기능을 한다. 따라서 디스크에 시, 분, 쿼터 단위가 표기되어 있고, 이를 위해 소리가 울리기 전 미리 시간에 대한 정보를 저장하는 메인 필러 스프링 시스템이 함께 적용했다.

엑스칼리버 투폴드 실리카 소재로 만든 울트라 화이트 합성섬유인 무기물 복합섬유(Mineral Composite Fiber, MCF)는 일반적으로 고급 시계에 사용하지 않는 물질이다. 하지만 로저드뷔는 이 소재를 적용한 울 화이트 컬러의 그랜드 컴플리케이션 워치를 제작, 다이얼은 물론 러버 스트랩까지 발광 물질로 처리했다. 지름 45mm의 케이스에 담은 스텔레톤 더블 플라잉 투르비용 칼리버 RD01SQ는 제작에 1천 2백 시간, 제네바 품질 보증마크 기준을 획득하는데 3백60시간이 소요되었을 만큼 극도로 정밀해 시계에 오차 없는 정확성을 부여하는 동시에 화이트 스타 장식과 어우러져 미학적으로도 뛰어나다.

엑스칼리버 우리칸 2017년부터 람보르기니의 모터 스포츠 부서인 스카드라 코르세와 파트너십을 이어온 로저드뷔가 올해 협업을 통해 개발한 두 번째 칼리버 RD630으로 구동하는 강렬한 인상의 울 블랙 컬러 워치를 출시했다. 자동차의 세계에서 영감을 얻은 모델답게 시계 전반에 슈퍼카를 연상시키는 특징적인 요소가 많다. 12도로 기울어진 밸런스 휠을 장착한 칼리버 RD630의 로터는 우리칸의 바퀴 테두리 디자인을 차용했고, 칼리버 상부에는 우리칸 V10의 엔진을 상기시키는 스트러트 디자인의 브리지를 더했다. DLC 티타늄 소재의 크라운 역시 람보르기니 타이어의 휠 너트를 닮았다. 지름 45mm의 블랙 DLC 티타늄 케이스에는 블랙 알칸타라 인레이로 장식한 러버 스트랩을 매치했는데, QRS력 릴리즈 시스템을 적용해 일하는 스트랩으로 쉽게 교체 가능할 것이 특징. 문의 02-3449-5914



엑스칼리버 투폴드



마스터 그랑 트래디션 그랑 컴플리케이션

마스터 그랑 트래디션 그랑 컴플리케이션 미닛 리피터와 천체 디스플레이, 두 가지 컴플리케이션을 한데 결합한 마스터피스, 핸드 와인딩 칼리버 945는 메종이 축적해온 차입 메커니즘에 관한 기술력의 집약체로, 자체 개발한 크리스털 공이 더욱 선명하고 풍부한 소리를 낸다. 무엇보다 에저 르클트르 본사가 위치한 쥐라 산맥 발레 드 주에서 바라본 북반구의 밤하늘을



마스터 컨트롤 크로노그래프 캘린더



엑스칼리버 우리칸



엑스칼리버 디아블루스 인 마키나

타의 추종을 불허하는 국보급 독일 워치·A Lange & Söhne

오디세우스 화이트 골드 랑에운트죄네 최초의 스포츠 워치로, 활동적인 자리에서 랑에운트죄네의 클래식을 유지하고자 하는 이들을 위해 디자인했다. 조각처럼 정교하고 역동적인 느낌이 눈에 띄는데, 지름 40.5mm 화이트 골드 케이스와 그레이 다이얼의 세련된 컬러 조합이 안정적이다. 빅 데이트 날짜창과 요일창, 그리고 그레이 다이얼 위 화이트 골드 핸즈와 눈금이 새겨진 막대형 아플리케는 어두운 배

오디세우스 화이트 골드 블랙 라버 스트랩



오디세우스 화이트 골드 다크 브라운 가죽 스트랩

경에서도 탁월한 가독성을 발휘한다. 아워 마커는 아워 및 미닛 핸즈와 마찬가지로 모두 형광 처리해 어두운 곳에서도 빛을 발하며, 요일과 날짜를 조정하는 테이퍼드 버튼을 각각 크라운 위쪽과 아래쪽에 장착해 균형감을 강조했다. 날짜 메카니즘과 자동 와인딩을 조합해 이름을 부여한 매뉴팩처 칼리버 L155.1 다토크메트로 구동하며, 시간당 2만8천8백회 작동하는 진동수로 오차 범위를 최소화한다. 최대 50시간의 파워 리저브를 제공하며, 투명한 백 케이스를 통해 장인의 기술이 담긴 무브먼트의 다양한 디테일을 감상할 수 있다. 빈티지한 핸드 스티칭 장식의 가죽 또는 실용적인 블랙 라버 스트랩, 두 가지 버전으로 출시한다.

자이테베르크 미닛 리피터 기계식 컴핑 숫자 디스플레이와 테시밀 미닛 리피터를 함께 장착한 세계 유일의 타이피스크 랑에운트죄네를 대표하는 워치. 시계 조립에만 수개월이 소요되는 이 모델은 올해 딥 블루 다이얼과 화이트 골드 소재를 조합해 30피스 리미티드 에디션으로 선보인다. 클래식 컴플리케이션을 완전히 새롭게 해석한 이 제품은 15분 간격의 더블 스트라이킹 대신 10분 가격으로 시간을 알리는 스트라이킹 메카니즘을 적용해 디지털 디스플레이 방식을 논리적으로 보완했다. 10시 방향에 워치



자이테베르크 미닛 리피터

한 리피터 푸시 버튼으로 간편하게 스트라이킹 메카니즘을 작동시키면 시계는 다이얼에 표시된 대로 시간을 소리로 알리는데, 최상의 사운드 퀄리티를 위해 케이스, 공 해머, 공, 무브먼트 구조 등 관련된 모든 변수가 서로 조화를 이루도록 해 따뜻하면서도 깊은 공명으로 시간을 알린다. 골드 사통 메인 플레이트에 세팅한 총 7백71개의 부품으로 이루어진 매뉴팩처 칼리버 L043.5는 랑에운트죄네만의 예술적 시그니처인 수작업으로 장식한 밸런스 록과 동일한 모티브가 이스케이프 휠 록에도 인그레이빙되어 매력적인 앙상블을 이룬다. 블루 컬러 핸드 스티칭 가죽 스트랩을 매치해 타이피스크에 우아한 품격을 완성했다. 문의 02-6905-3326

70년 기술력에 대한 자부심·Panerai

루미노르 마리나 이탈리아 왕실 해군 특수부대에 고정밀 기기를 납품했던 파네라이는 수중 작전 시 빛이 들지 않는 곳에서도 시간을 확인할 수 있도록 트리튬 기반의 자체 발광 물질 '루미노르'를 개발했다. 이후 루미노르라는 명칭은 상징적인 파네라이 컬렉션으로 자리매김했다. 올해로 개발 70주년을 맞은 루미노르 발광 기술을 아워 마커와 핸즈의 일반적인 특징에 머무는 것에서 나아가 스트랩의 스티칭, 크라운, 브리지와 레버를 보호하는 크라운에도 적용해 혁신적인 슈퍼-루미노바™ X1을 강조했다. 미래지향적인 3D 프링팅 기법 '다이렉트 메탈 레이저 신터링(DMLS)' 기술로 제작한 티타늄 구조는 스트랩을 포함해 100g이라는 놀라운 정도로 가벼운 무게와 강한 내구성을 자랑한다. 탁월한 기계적 정확성과 성능을 보장하는 인하우스 매뉴팩처에서 개발하고 제작한 칼리버 P.9010으로 구동하며, 총 3일간의 파워 리저브와 수심 약 300m의 방수 기능을 제공한다.

루미노르 마리나



루미노르 마리나 카보테크™ 루미노르 탄생 70주년을 맞은 올해 루미노르 마리나 라인에 카보테크™, 피브라테크™ 등 다양한 질감을 적용한 모델을 선보이며 다채로운 선택권을 부여한다. 티타늄보다 가볍고 스틸인리스 스틸보다 강도가 높은 카보테크™를 적용한 버전에는 티타늄 소재 텀 버클이 달린 블랙 라버 스트랩을 추가로 제공하며, 스트랩 교체 시 사용될 수 있는 도구와 커버에 루미노르 마리나 다이얼 이미지가 아광으로 장식된 특별한 박스와 함



께 구성했다. 선레이 마감 처리한 블랙 다이얼 9시 방향에 스톱 세컨즈, 3시 방향에 날짜창을 담았으며, DLC 코팅 처리한 티타늄 소재의 12각형 스크루 백에 70년 보경 문구를 인그레이빙해 특별함을 더했다.

루미노르 마리나 피브라테크™ 고급 워치메이킹 분야 최초로 혁신적인 신소재를 적용하며 소재 과학의 한계에 도전하고 있는 파네라이의 열정을 엿볼 수 있는 제품이다. 현무암과 미네랄 첨가제를 결합한 미네랄 섬유 피브라테크™는 파네라이의 창의적 혁신을 맡고 있는 아이디어 워크숍의 최신 발명품이다. 스틸보다 60%가량 더 가볍고 강한 내구성과 부식에 강한 이 제품은 뛰어난 기계적 특성과 가벼운 무게, 충격과 부식에 강한 성질을 갖췄다. 이번 워치스 앤 윌더스에 소개한 파네라이 루미노르 마리나 에디션 세 가지는 전 세계 파네라이 부티크에서만 독점 판매하며 각각 2백70피스로 한정 제작한다. 루미노르 마리나 컬렉션 모든 제품은 품질보증 기간을 무려 70년으로 연장해 기술력에 대한 자부심을 드러냈다. 문의 02-6905-3394



루미노르 마리나 피브라테크™



피아제 알티플라노 울티메이트 칸셉

파워 워치메이킹과 하이 주얼리, 두 가지 위대한 유산·Piaget

피아제 알티플라노 울티메이트 칸셉 초박형 시계 분야에서 독보적인 명성을 유지해온 피아제는 지난 2018년 가장 얇은 기계식 워치 알티플라노 울티메이트 칸셉을 공개하며 이목을 집중시켰다. 사람들의 관심은 과연 상용화될 수 있는지 집중되었지만, 2년이 지난 올해 실현과 개발, 정비와 모든 테스트를 거쳐 알티플라노 울티메이트 칸셉을 자신 있게 내보냈다. 1유로짜리 동전과 같은 단 2mm의 두께를 자랑하는 알티플라노 울티메이트 칸셉은 무브먼트의 일부로 구성된 케이스와 일체형 와인딩 크라운, 울트라-신 크리스털, 새로운 구조의 베릴과 에너지 규제 파트 등 다면적으로 혁신을 전면에 내세운 작품이기도 하다. 메카니즘을 구동하는 전력원인 메인 스프링 베릴 또한 전체적으로 재설계했으며, 단일 세라믹 볼 베어링에 직접 장착한 베릴은 풀 와인딩 시 최대 40시간의 동력을 제공한다. 두께가 2mm에 불과하

지만 무려 1백67개의 부품을 갖추었으며 대부분의 부품은 현미경으로만 보일 정도의 사이즈로 축소해 피아제의 기술력에 다시금 놀라움을 자아내게 한다. 슬림한 두께와 실용성을 보완하기 위해 특별 앨리게이터 가죽 스트랩과 블루 발티모르 테크니컬 텍스타일 스트랩을 개발했는데, 벨벳 카프 스킨 안감을 덧대고 강인한 케블라로 보강했으며 울트라-신 코발트 핀 베클로 완성했다. 시계 케이스의 형태와 다이얼, 브레이슬릿의 종류 등을 직접 선택할 수 있는 '스티일 셀렉터'를 통해 세상에 단 하나만 존재하는 고유한 디자인을 무려 1만 가지 이상의 옵션을 통해 선택할 수 있다. 한 해에 3개에서 5개만 제작할 예정이다.

피아제 라임라이트 갈라 프레스스 1973년 출시한 피아제의 아이코닉 모델에서 영감을 받은 라임라이트 갈라는 탁월한 여성미가

돋보이는 모델이다. 올해는 아트 오브 무브먼트, 아트 오브 골드, 아트 오브 컬러, 아트 오브 라이트, 네 가지 주제로 컬렉션이 한층 더 풍성해졌다. 이 중 라임라이트 갈라 컬렉션의 상징적인 디자인을 더욱 아름답게 연출하는 아트 오브 골드는 프레스스 사파이어 그레디언트 시계로

수공 인그레이빙 골드 브레이슬릿과 20개의 다이아몬드, 22개의 블루 사파이어로 그레디언트 효과를 완성했다. 파도, 서리, 꽃 등 자연에서 영감을 얻은 생동감 넘치는 모티프를 사용해 골드 브레이슬릿을 제작하는데, 이는 오직 매종의 '레 아틀리에 드 레 스트라오디네르'에 소속된 극소수의 장인만이 수작업으로 구현할 수 있어 소장 가치가 높다. 화이트 골드 다이얼은 브레이슬릿에 적용된 것과 같은 펠릭스 데코 테크닉으로 인그레이빙해 특별함을 더했다. 데코의 광채를 극대화하기 위해 다이얼을 반투명한 블루 에나멜로 코팅한 다음 800°C가 넘는 온도에서 여러 차례 오븐에 넣어 가열하는 그랑 피 에나멜 공정을 더해 미학적 기술적 완성도를 동시에 높인다. 모든 라임라이트 갈라 워치는 개별 번호를 부여해 리미티드 에디션으로 출시한다. 문의 02-3497-1802



피아제 라임라이트 갈라 프레스스 사파이어 그레디언트



피아제 라임라이트 갈라 프레스스 핑크 골드

탁월한 기술로 구현하는 즐거운 상상력·Hermès



아쏘 레흐 드라논

아쏘 레흐 드라논 북반구와 남반구의 달을 모티브로 한 2개의 문패이즐을 동시에 보여주며 시간에 대한 에르메스만의 독특한 시각을 표현한 제품이다. 루나, 마시앙 또는 블랙 사하라 운석으로 제작한 다이얼 위에 2개의 카운터가 돌고 있고, 자계 소재의 달이 모습을 드러낸다. 12시 방향에 위치한 달은 문상가 화가로 불리는 디

미트리 리발렌고의 페가수스로 장식, 6시 방향의 북반구 달은 실제 달 표면을 그대로 묘사했다. 운석이 자계와 조화를 이루어 보는 이로 하여금 시간을 초월해 깊은 우주로 빠져들게 하는 이 매력적인 워치는 매뉴팩처 무브먼트 H1837로 구동하며 3기압 방수 기능으로 생활 방수 기능을 제공한다. 고유의 넘버와 함께 30피스 한정 판매한다.

슬림 데르메스 GMT 가느다란 선으로 표현한 케이스와 직각 형태의 러그, 필립 아펠로야가 디자인한 숫자는 클래식하면서도 현대적인 디자인에 섬세한 디테일 역할을 하며, 9.48mm 두께의 초박형 케이스로 간결함을 더욱 극대화했다. 로즈 골드로 제작한 새로운 GMT 모델은 전 세계를 자유롭게 누비는 여행자에게 이상적인 동반자가 되어줄 것. 휴 타임과 로컬 타임의 낮과 밤을 모두 확인할 수 있도록 2



아쏘 레흐 드라논

슬림 데르메스 GMT

개의 인디케이터를 장착해 듀얼 타임을 빈틈없이 표시하며, 10시 방향에 위치한 스톱 세컨즈가 현지 시간을 나타내고, 같은 방향에 위치한 푸시 버튼을 이용해 시간을 간단하게 조정할 수 있는 재미를 부여했다. 두께 2.6mm의 울트라-신 셀프와인딩 무브먼트 H1950으로 구동하며, 최대 42시간의 파워 리저브를 제공한다. 수작업 챔퍼링으로 마감한 무브먼트 브리지와 서클러 크레이닝, 코트 뒤 체네브로 마무리한 모듈은 사파이어 크리스탈을 적용한 투명한 케이스 백을 통해 감상할 수 있다.

아쏘 스키텔레 1978년 앙리 도리나가 디자인한 아쏘 워치는 고전적인 클래식함과 독특함을 동시에 담고 있는 시계다. 둥근 케이스에 장착된 비대칭 형태의 등차 모양 러그와 질주하는 말을 연상시키는 기울어진 숫자 등 매종의 고유한 유산을 이어가며 현대적인 감각으로 재해석했다. 여기에 스키텔레 무브먼트의 움직임임을 통해 한층 업그레이드된 기술을 보여주는데, 중앙으로 갈수록 투명해지는 다이얼이 스키텔레톤의 효과를 극대화한다. 오프워크로 작업한 로커와 매끄러운 선의 시침과 초침이 마치 공중에 떠 있는 듯한 착각을 불러 일으키기도. 3기압의 생활 방수를 제공하며, 시계의 케이스 및 다이얼과 마찬가지로 에르메스 시계 장인이 제작한 블랙 악어가죽 스트랩을 매치했다. 문의 02-542-6622



아쏘 스키텔레

블라기 디바스 드림 네크리스
헤리티지에서 영감을 가져온 아이코닉한 부채꼴 모티브를 새로운 스타일로 해석했다. 시트린, 페리도트, 토파즈, 투르말린 등 선동감 넘치는 블루 컬러 젤스톤이 조화를 이뤄 찬란한 아름다움을 발산한다. 8천2백만원대. 문의 02-2056-0170



부채꼴 패턴 보석 펜던트 이어링 골드 비즈로 장식한 드림 모티브에 30.17캐럿 말라카이트, 32개의 라운드 컷 다이아몬드를 세팅한 옐로 골드 이어링 2천만원대. 문의 02-6905-3322 **다이아니 벨 에포크 브라이덜릿 & 링** 화려했던 파리의 황금시대를 기념하는 컬렉션으로, 찬란한 녹색 에메랄드와 다이아몬드를 교차로 세팅한 기하학적인 디자인이 돋보인다. 0.73캐럿의 라운드 컷 다이아몬드, 1.48캐럿의 에메랄드로 장식한 화이트 골드 벨 에포크 브라이덜릿 1천3백99만원, 0.27캐럿의 라운드 컷 다이아몬드와 0.67캐럿의 에메랄드를 세팅한 화이트 골드 벨 에포크 링 7백33만원. 문의 02-515-1924

see the light

푸른빛 주얼리의 깊이를 알 수 없는 신비로움을 경험하다.
photographed by park jae yong

타사키 루이노 페리도트 링 측면을 드러낸 간결한 화이트 골드 밴드에 오묘한 녹색 페리도트를 세팅해 보석 자체의 아름다움을 감상할 수 있도록 했다. 가격 미정. 문의 02-3461-5558 **타사키 탄자나이트 솔리스트 링** 두 줄의 라운드 브릴리언트 컷 다이아몬드가 깊고 푸른빛의 쿼츠 컷 탄자나이트를 감싸고 있어 컬러 대비가 더욱 선명한 링 가격 미정. 문의 02-547-9488 **소세 조세핀 아그레드 링** 투명한 비드물을 연상시키는 이페로라이트 디자인 형태의 링 중앙에서 화사한 빛을 발한다. 총 42개의 브릴리언트 컷 다이아몬드와 화이트 골드 밴드를 장식했다. 8백만원대. 문의 02-3479-1597



타사키 페이퍼 플라워 다이아몬드 & 탄자나이트 클러스터 네크리스 오지 아프리카 탄자나이트에서 발견되는 화려한 탄자나이트의 광채를 감상할 수 있는 펜던트 네크리스. 0.91캐럿의 라운드 브릴리언트 컷 다이아몬드, 0.94캐럿의 라운드-쿠션 컷 탄자나이트를 세팅했다. 가격 미정. 문의 02-547-9488 **피에라 라일라이트 블루 워터폴 이어링** 총 3.04캐럿에 달하는 마카즈 컷 다이아몬드와 약 2.24캐럿의 블루 사파이어로 장식한 폭포에서 떨어지는 수백만 개의 물방울과 이에 반사되는 태양 빛을 표현한 화이트 골드 이어링. 가격 미정. 문의 02-3479-1802 **에디터 아베미**

아이스크림 초콜릿



“지난 20년 중 최고의 1초를 뽑으려면 2년 전 신부가 되었던 순간일 거예요.”
_ 릴리 로즈델 (배우 겸 모델)

진니 랩과 바네사 피라디 사이에서 태어난 영화계의 라이징 스타 릴리 로즈 델은 2015년 뉴욕에서 열린 파리-질조부르크 공방 컬렉션 쇼에 어머니와 참석한 것을 인연으로 샤넬 신들라스 캠페인, N5 로 L'EAU의 광고에 등장하고, 메인급 앰배서더로도 활약했다. 그녀에게 샤넬 하우스는 어린 시절부터 지금까지 언제나 특별한 기억으로 가득한 대상이다.

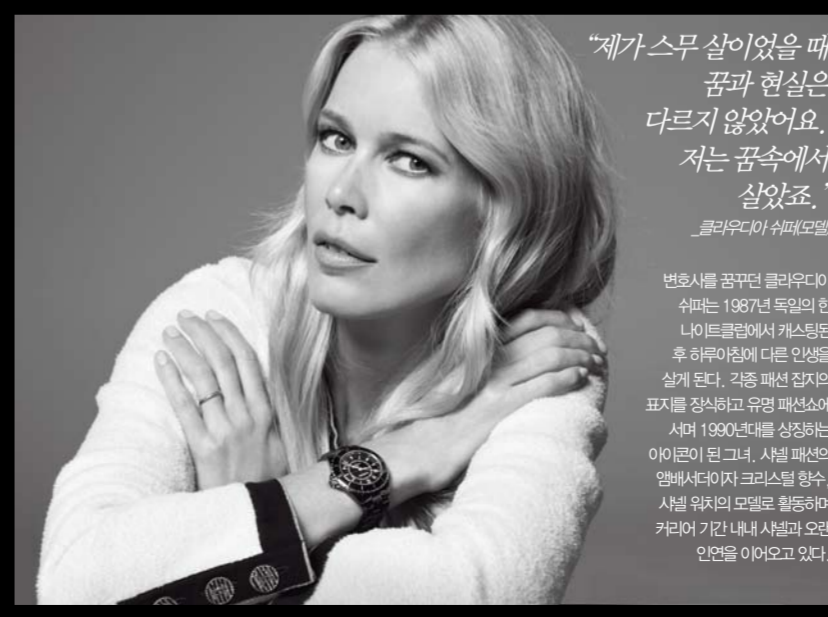
an icon turns 20

삶에 변화를 준 중요한 순간을 걸어서 빛내준 샤넬 위치의 아이콘 J12가 탄생 20주년을 맞았다. 7명의 샤넬 하우스 뮤즈, 그리고 특별한 J12 모델과 함께 지나는 20년의 의미를 찬찬히 되짚어봤다.



“20년은 서로 사랑하기에 너무 짧아요.”
_ 바네사 피라디(유저진 겸 배우)

다양한 재능을 지닌 아티스트 바네사 피라디는 14세의 어린 나이로 뮤지션 활동을 시작해 총 7개의 앨범을 발표했고, 영화계에서도 저명한 배우들과 함께 활발한 작품 활동을 펼쳤다. 1991년, 장 폴 구트가 촬영한 광고를 통해 향수 코코의 얼굴이 되며 샤넬과 인연을 맺은 그녀는 이후 하우스의 뮤즈이자 앰배서더로서 30년 이상 찬란 우정을 지속해오고 있다.



“제가 스무 살이었을 때 꿈과 현실은 다르지 않았어요. 저는 꿈속에서 살았죠.”
_ 클라우디아 슈페(모델)

변호사를 꿈꾸던 클라우디아 슈페는 1987년 독일의 한 나이트클럽에서 캐스팅된 후 하우징에 다른 인생을 살게 된다. 각종 패션 잡지의 표지를 장식하고 유럽 패션쇼에 참여 1990년대를 상징하는 아이콘이 된 그녀는, 샤넬 패션의 앰배서더이자 크리에이티브 하우스, 샤넬 위치의 모델로 활동하며 커리어 기간 내내 샤넬과 오랜 인연을 이어오고 있다.

J12, 그리고 뮤즈의 20년
2000년 처음 등장해 워치메이킹 세계에 혁명을 불러일으킨 샤넬 위치의 J12가 올해 탄생 20주년을 맞았다. 세라믹을 고급스러운 소재로 인식시키며, 남녀 모두에게 잘 어울리는 신선한 디자인 코드로 선보인 이 시계는 파격적인 모노 컬러, 혁신적인 소재의 접목, 진화하는 워치메이킹 기술을 통해 끊임없이 발전, 21세기 워치 아이콘으로 자리매김했다. 그리고 올해 스무 살을 맞이한 J12는 여전히 저마다 새로운 것을 추구한다. 2.55백, 까펠리아, N5 향수병, 트루드 재킷 등 메종 샤넬을 상징하는 20개의 모티브를 케이스에 담은 리미티드 에디션 워치가 그 결과물 중 하나. 이와 더불어 손목 위에서 함께한 오랜 시간을 기념하기 위해 샤넬 하우스는 뮤즈 7명과 함께한 특별한 광고 캠페인을 공개했다. 김고은, 클라우디아 슈페, 릴리 로즈 델, 바네사 피라디, 알리 맥그로우, 나오미 캠벨, 리우 웨이 지난 20년 동안 인생에서 미추한 결정적인 순간에 대해 진솔한 이야기를 들려준다.

J12의 영예로운 시간
J12를 처음 고안하던 당시 샤넬의 아티스틱 디렉터 자크 엘루(Jacques Helleu)는 자신이 좋아하는 경주용 자동차와 오토에서 영감을 가져와 올 블랙의 스포티한 느낌을 풍기는 디자인을 완성했다. 이를 바탕으로 2000년 블랙 컬러의 세라믹 소재 J12가 세상에 등장하고, 2003년에는 화이트 버전이 탄생해 반향을 일으켰다. 21세기를 대변하는 시계 아이콘이라는 영예를 안은 J12가 탄생 20주년을 맞은 시점. 또 하나의 기념할 만한 일이 생겼다. 제네바 시계 그랑프리(GPHG)에서 여성 시계 부문을 수상하며 해당 그랑프리에서만 벌써 여섯 번째 트로피를 안게 된 것. 제네바 시계 그랑프리는 전 세계에서 유일한 동시에 가장 권위 있는 시계 시상식으로, 워치메이킹 분야에서 가장 우수한 시계 또는 제작자에게 트로피를 수여한다. 이번 에 수상한 새 J12는 일체형 세라믹 케이스를 장착한 모델로 사피이어 크리스탈 백 케이스를 통해 케니스(Kerisis) 매뉴팩처에서 개발한 오토메틱 무브먼트, 칼리버 12.101 구동하는 모습을 살펴볼 수 있다. COSC 스위스 크로노미터 인증 기관 인증을 받은 칼리버 12.1은 70시간 이상의 파워 리저브 기능을 지원하며, 특히 무브먼트에 동력을 제공하는 오실레이션 웨이브가 특별한 장이다. 샤넬 위치의 시그니처인 그래픽적 디자인을 강조하도록 재구성, 텅스텐을 적용하고, 완벽한 원형을 가까운 모양으로 오픈워크 처리한 덕분에 더욱 우수한 리우잉 성능을 갖췄다. 한편 외관은 베젤과 크라운 크기, 다이얼 인덱스 위치와 폰트 등 10가지에 이르는 세밀한 디테일의 변화로 보다 세련된 느낌을 피한 모습이다. 그러나 J12 고유 매력적인 코드는 변함없이 그대로. 이처럼 아이코닉한 면모를 잃지 않고 시대의 요구에 따라 더 강력한 정점을 지닌 시계로 진화해온 J12, 20년이 훌쩍 지난 오랜 시간 뒤에 또 언제나 J12라는 독보적인 이름으로 존재할 것이다. 문의 080-200-2700, chanel.com 에디터 이혜미



smart protection

바쁜 일상속, 필요에 따라 매일 달리 사용하기 좋은 똑똑한 기능성 선 케어 제품.
photographed by park jae yong



우측 상단의 더블 브리지
이더리얼 542원/30ml
베디메로 문의 02-3446-
8562 쿼트 스킨 소제의 버디
클러 울라임 이더리얼, 스킨 디테일
펜 케이스와 노틸러스 멘 모두 가격
이정 예뻐요. 문의 02-542-6622.
작은 향기의 케이스가 열려 있는 동안 등
향과 루즈 에센스 림 케어 밤 3.5g 925원/15ml,
무색의 선으로 인상을 아름답게 장식해주는
루즈 에센스 유.바실 림 펜 0.4g 425원/15ml
모두 예뻐요. 문의 02-310-5174

(유뷰티 시계 발행으로) 데코르테 선 쉼터 CC SPF 50+ PA++++ #10 리밴더 비르고 2면한 피부 표현을 완할 때 유용한 제품. 화장한 피부 톤 보정, 강력한 자외선 차단 효과를 동시에 얻을 수 있다. 리트 베이지, 베이지, 라벤더, 총 세 가지 컬러로 출시되어 리밴더는 화장하면서든 은은한 핑크를 부여하고 싶은 이에게 적당하다. 35g 3만7천원. 문의 080-568-3111 에스티 로더 퍼펙티스트 프로 멀티 디펜스 UV 플루이드 SPF 45/PA++++ 하이브리드 스킨인텔리 덴스(3-in-1 Defense) 콘셉트로 3중 보충이 되어선, 유해 물질, 수분 손실로부터 피부를 지켜준다. 유분감, 끈적임이 없는 가벼운 텍스처로 부담 없이 사용할 수 있다. 30ml 6만2천원. 문의 02-6971-3212 샤넬 뷰티 수블라미지 라 프로텍티옹 UV SPF 50/PA++++ 강력한 생명을 지닌 바닐라 플라-플리아 추출물, 노화에 작용하는 각종 천연 활성 성분을 함유해 주름 생성을 막고, 피부 상층부부터 보호하는 인티메이징 기능성 자외선 차단제. 30ml 14만2천원. 문의 080-332-2700. chanel.com 샹젤리제 울트라 펜 프로텍션 SPF 45 PA++ 안티 글라이세이션 프로이머 매끄러운 피부 표현을 도와주는 페이스 프로이머 기능의 워터프루프 선크림, 콜라겐 파괴를 억제하는 카르노신 성분 함유로 다크서클, 잡티, 탄력 저하 등의 피부 손상을 예방하고, 강력한 항염 작용을 하는 체리 블러시, 레몬밤, 화이트 티 추출물로 세포 노화를 방지한다. 40ml 13만2천원. 문의 02-517-0902 란콤 UV 엑스퍼트 밀크 UV 엑스퍼트 톤업 SPF 50/PA++++ 알코올 프리에서 극한의 기류를 견디는 에센티얼 추출물, 모낭기 추출물, 프랜지 로즈 추출물 함유 피부 자극을 최소화하고 촉촉한 수분감을 부여한다. 화사하고 생기 있는 로즈 컬러가 피부를 자연스럽게 보정한다. 초미세 먼지 차단 기능까지 겸비했다. 50ml 8만2천원. 문의 080-022-3332 라보라리 셀룰라 스위스 UV 프로텍션 베일 SPF 50 피부 위에 미세한 베일을 형성해 UVA, UVB 차단은 물론 환경 오염으로부터 피부를 보호하고, 오랜 시간 지속되는 보습 효과까지 선사한다. 50ml 26만2천원. 문의 02-6380-1115 에디터 이베미

이더리얼 소제

beautiful technology

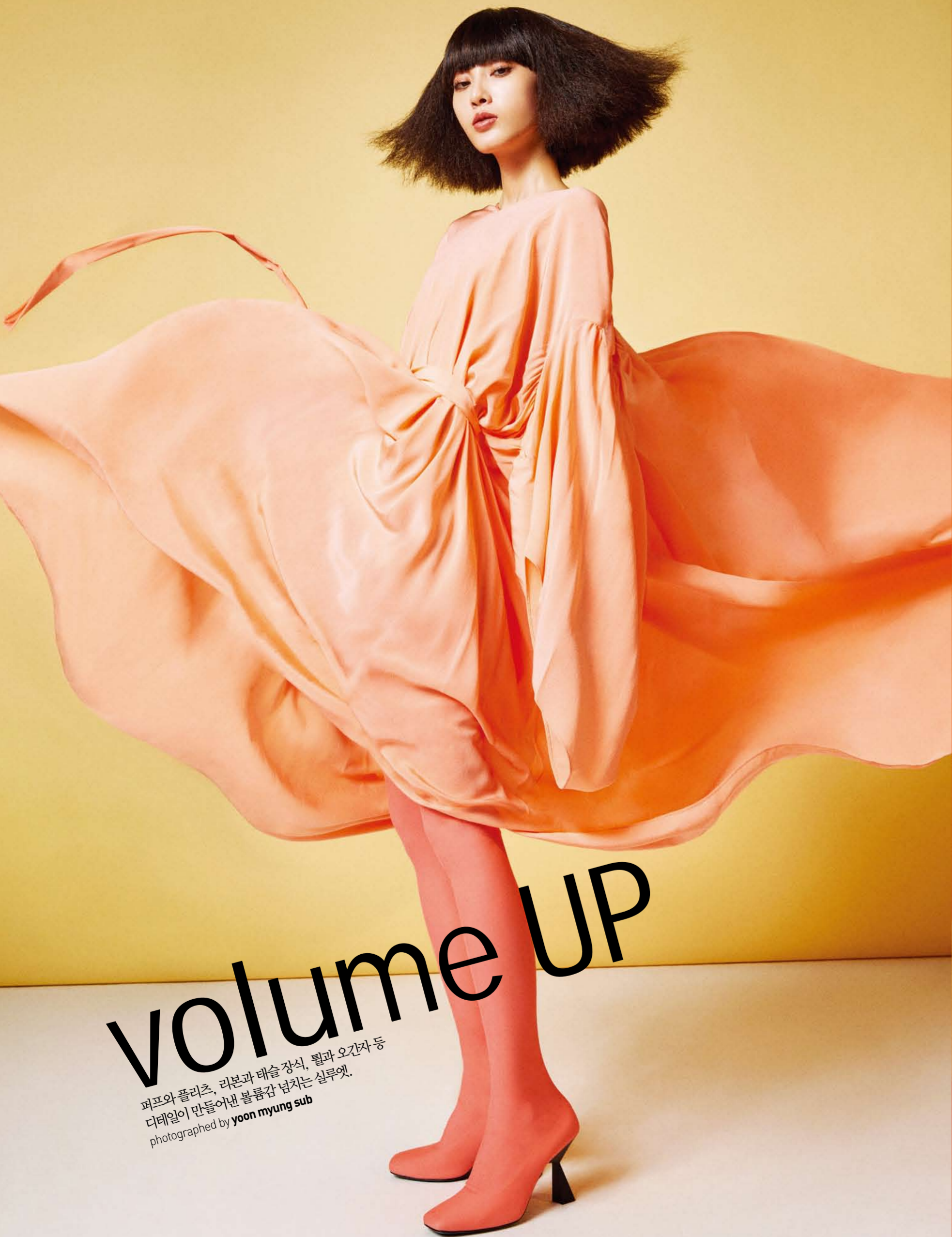
전문 클리닉에서 받던 관리를 집에서 스스로 할 수 있다면 가장 먼저 생각하게 되는 건 안전성과 효과. 홈 케어 뷰티 디바이스 전문 브랜드 실르니 주목받는 이유기도 하다. 그중에서도 지금 딱 필요한 고주파 보디 관리기, 실루엣. 바르는 제품으로는 부족함을 느꼈던 에디터가 직접 사용해봤다. photographed by park jae yong



탄탄하고 매끈한 보디라인을 위해 슬슬 옷 갈아입기 시작하는 6월. 이맘때쯤이면 통통한 몸매, 다른 몸매든 가장 신경 쓰는 것이 울퉁불퉁한 셀룰라이트. 수영복은 물론이고 민소매 셔츠나 무릎 위로 올라오는 스커트, 또는 이쁜 시즌 유행인 버뮤다팬츠를 입었을 때 인에게 보이는 엉덩이 아래, 뒤 허벅지, 팔뚝 안쪽, 옆구리 등의 셀룰라이트는 당황스럽기까지 하지만, 피부 깊숙한 곳에도 달해 세포를 자극해야 효과를 볼 수 있다는 보디 탄력과 슬리밍, 화장품 사용만으로 원하는 효과를 얻지 못한 이들이 눈을 돌린 곳은 전문 클리닉의 사술이지만, 솔직히 비용과 시간이 많이 들기에 부담스러웠던 것이 사실이다. 같은 이유로 에디터도 바르는 제품도 사용하던 뷰티 디바이스로 뛰어들기로 결정했다. 그리고 실르니 '실루엣'을 만났다.

고주파 관리를 쉽고 간편하게 실르니를 선택한 이유는 전문 병원의 의료 장비와 동일한 기술을 가정용 의료 기기에 적용해보자는 아이디어에서 시작한 브랜드이기 때문이다. 전문의를 위한 병원을 레이저 장비 회사와 가정용 미용 의료 기기 회사가 만나 탄생한 브랜드라 더욱 신뢰가 갔다. 이스라엘은 레이저 기술 분야를 비롯한 의료 장비 선진국으로 알려져 있는데, 미국, 프랑스, 독일 등 20개국 이 넘는 나라에서 판매되는 실르니의 모든 제품은 이스라엘에서 연구와 개발, 생산이 이루어진다고. 집에서 혼자 간편하게 사용할 수 있는 '실루엣'은 작은 사이즈에 동그란 모양이라 한 손에 착 들어온다. 무게도 가벼워 한 손으로 휴대품을 하며, 다른 손으로 '실루엣'을 몸에 대고 슬슬 비비고 있어도 전혀 부담이 없다. 바닥에 슬라이더 젤을 발라 관리할 부위에 가져다 대면 LED 빨간 불이 켜지며 기분 좋게 따뜻해진다. 원하는 부위에 슬슬 문질러주면 끝. 바이폴라 에너지(RF) 에너지와 LED 레드 라이트, 열에너지(HE)를 함께 사용하는 Home Tightening Technology로 고주파 에너지가 피하조직을 자극해 울퉁불퉁한 보디라인을 관리할 수 있고, 피부에 탄력을 붙여준다. 다리, 팔, 등, 목, 엉덩이 등에 사용할 수 있는데, 일주일에 두 번 부위별로 20분씩 10주간 지속적으로 사용하면 피부 탄력 향상은 물론이고 피땀결 개선에도 도움이 된다고. 에디터는 어제 하루 종일 사무실에 앉아 있었던 터라 퇴근할 때 종아리가 뭉치고 딱딱해진 느낌이 있었다. 자기 전 종아리와 허벅지를 20분간(약 40분)씩 문질러줬다. TV를 틀어놓고 보면서 하니 40분도 금세 지나갔다. 만져보니 한결 말랑해진 듯한 기분. 아침에는 확실히 가벼워진 것이 느껴졌다. 3단계(최대로 세팅해 사용했는데도 적당히 따뜻해짐) 실루엣 오게 해준다. 가장 급한 건 복부지만, 무릎 안쪽이나 허벅지의 툭 튀어나온 살 등 평소 신경 쓰이던 소소한 부분을 관리하는 데도 확실히 도움이 될 듯하다. 본격적인 데워가 시작되는 7월을 목표로 지금부터 꾸준히 시작할 예정. 울여름 좀 더 정돈된 보디라인을 원한다면 실르니 '실루엣'이 답이다. 59만원. 문의 080-246-1234 에디터 장리운

하리에서 한 번 묶어주는
실크 미디 드레스 3백1만5천원,
스퀘어 토 나하이 부츠
가격 미정 모두 **자행사**.



volume UP

퍼프와 플리츠, 리본과 태슬 장식, 필과 오간자 등
디테일이 만들어낸 볼륨감 넘치는 실루엣.
photographed by **yoon myung sub**



오프숄더 장프수트 3백40만원대
발렌티노, 메릴과 라이트
시리아어를 매치한 빅 이어링
80만원대 발렌티노 700원부터.

빅 리본 장식 드레스와 오렌지 컬러 스커트 모두 가격 미정 **미르나**. 송이자기족 클라이마스 스니커즈 1백17만원 **발렌티노 가라바니**.



실크 오간자틀 2백10만원, 재킷 2백70만원, 스커터 메탈 안경 63만5천원, GG 러닝 18K 골드 심플 이어링 4백20만원 모두 **구찌**.



안에 입은 아가테아 브로드리 양글레즈 테크니컬 후드 재킷 2백만원대, 코로닐라 데이지 자수 필 코트 4백만원대, 카프 스카과 니트를 매치하고 크리스탈로 장식한 슈즈 3백만원대 모두 **4 몽클레르 시몬 로사**.

인테인저드 플리워 드레스 가격 미정,
 송이자기족 와이드 벨트 1백58만원,
 브라스 소재 초커 1백32만원,
 가넷 스톤 네크라스 79만원, 비대칭
 이어링 3915천원, 와이어 브레이슬릿
 85만원, 튜블러 브레이슬릿
 1백26만원 모두 알렉산더 맥퀸.



코튼 폴오버 2백53만원,
 실크 오리지에 깃털과
 자수 장식을 더한 스카트,
 네크라스, 이어링, 브레이슬릿
 모두 가격 미정 샤넬.



레더 장식 드레스 1백38만원 스포트릭스, 비주 이아키프 8만3천원 울세인츠.



비스코스 실크 점프수트 5백56만원 톨 포드, 드롭 이아키프 46만원 아틀리에 스와로브스키.

화이트 블라우스를 덧입은 듯한 느낌을 살린 블랙 점프수트 4백30만원, 이아키프 85만원 모두 셀린느.

헤어 오종오
메이크업 오기영
모델 마리
아티스틱트 조소희
에디터 장라윤

자택시 02-546-2790
발렌타노 02-2015-4652
발렌타노 가문버니 02-2015-4652
알렉산더 맥퀸 02-6905-3472
4 몽클레르 시몬 로샤 02-514-0900
구찌 02-3452-1921
샤넬 080-200-2700, chanel.com
셀린느 02-549-6631
톨 포드 02-6905-3640
아틀리에 스와로브스키 02-3416-4393
스포트릭스 02-511-3935
울세인츠 070-4757-7604



(왼쪽부터 시계 방향으로) 2개의 렌즈를 이어주는 상단의 브리지를 기준으로 장식한 보잉 선글라스 38만5천원 **토즈**, 탈착 가능한 글라스 필 스트랩으로 드라미틱한 연출을 줄일 수 있는 투영 아스테이트 프레임 선글라스 1백21만5천원 **샤넬**, 끝을 둥글린 팔각형 프레임이 유니크한 오버사이즈 선글라스 63만5천원 **구찌**, 허버나 브라운 톤의 스퀘어 프레임과 그린 컬러 렌즈가 아우라진 레트로 무드 선글라스 62만5천원 **켄디**, 올리브 그린 컬러로 통일한 허브 프레임과 과장된 크기의 렌즈가 미래적인 동시에 복고적인 느낌을 준다. **GV RAY** 선글라스 가격 미정 **자형시**, 직선적이고 클래식한 스퀘어 렌즈와 구조적인 메탈 템플을 잇는 힌 지를 클래식한 CD 로고로 장식했다. 30 톤테뉴 선글라스 60만5천원 **디올**, **에디터 아케이**

토즈 02-3438-6008 **샤넬** 080-200-2700, chanel.com **구찌** 1577-1921 **켄디** 070-4340-5084 **자형시** 02-546-2790 **디올** 02-3480-0104



new shades

지루한 디자인에서 탈피해 스타일링의 재미를 느낄 수 있는 선글라스를 찾고 있다면 패션 하우스가 제안하는 다채로운 형태와 색의 아이웨어 컬렉션을 만날 차례다.
photographed by park jae yong

이 스타일은 조소미



영국식 멋 내기의 본질

우리는 패션을 통해 스스로를 뽐내고 한다. 물론 정해진 공식은 없다. 뚜렷한 삶의 방식을 고수하는 영국 사람들은 과연 어떤 방식으로 멋을 표출하고 있을까.

삼.리의 우울하고 음침한 시간이 차고 낮이 길어지기 시작했다. 여기서는 시계의 시침을 1시간 늦추는 습관적인 행동을 제외하고는 새로운 계절이 시작되었다는 것을 느끼지 못한다. 흐릿한 날씨에 오다 말다 하는 부슬비가 여전하다. 이 도시에서 계절의 변화를 맞이한 지 여러 해가 지났지만, 여전히 내에선 생소하다. 옷을 알기 위해 어떤 사명감으로부터 비롯된, 그들과 나를 비교하기 시작한 것이 오히려 내가 그들 무리에 온전히 들어갈 수 없게 만들었다, 하는 생각이 들기도. 살 아왔던 그들과 살아가는 태향을 비교하며 무언히 애슬수록 결국은 가 장자리를 서성이게 되는 것은 별수 없는 운명인가 보다. 하지만 그동안 어 에서 이들의 옷 입는 태향을 결정하는 몇 가지 특성과 습관을 발견한 것은 지루한 일상의 보상이었음은 의문의 여지가 없다. 영국인들의 멋 내기 의 본질을 단지 몇 글자로 정의하는 것은 어려운 일이다. 이들과 부대끼며, 하루하루를 살아가며, 꾸준한 관찰을 통해 그 마 작은 실마리를 찾을 수 있었으니까. 어느 날, 중년의 신사가 우 산과 서류 가방을 들고 나를 향해 걸어오고 있었다. 그는 무언가 생각 난 듯 잠시 멈춰 서서 인주에 에서 펜을 꺼냈고, 메모를 하기 위해 잡고 있던 우선 손잡이를 제치 앞주에 에 걸친 뒤 몇 자를 휘갈겨 다 시걸음을 재촉했다. 나는 그 순간 옷과 소품으로 멋을 낼 수 있는 전형 적 방식 그 이상의 어떤 분위기를 느낀 것 같다. 며칠 뒤엔 기차역 대 합실에서 한 여인에게 비슷한 감정을 느꼈는데, 열차 도착이 지전되자 지루함을 잊기 위해 투명한 코트 주에 에서 책을 꺼내 읽는 모습에서 였다. 옷을 잘 갖춰 입은 이미지로 사가 아니라 살아 있는 '움직임'에서 아름다움이 느껴진 것이다. 그들에게서 나는 영감을 옷을 활용하는 방 식과 태도였다. 다시 표현하자면, 옷을 통해 들여다 볼 수 있는 내적 세 계라고 할까. 소재와 색상, 그리고 실루엣의 조합으로 멋 내기의 첫 단 추를 채우는 우리가 그것을 입고 살아가는 방식에서 꾸미 이상의 것을 표출하게 된다는 사실은 대담이 소중한 발견이었다.

영국식 옷 입기에서 나타나는 그들의 멋은 아마도 꾸준히 자행해온 전통에서 생겨난 것 같다. 오래전부터 의복을 제대로 갖춰 입고 생활 해온 아바지의 아바지, 할아바지의 할아바지를 보여 자란, 물에 뱀 유전의 소산이라고 할까. 군복에서 사적해 스포츠나 사냥, 뱀놀이에 이르기까지 그들은 언제나 상황에 맞춰 특정한 복장과 규칙을 제해 왔고, 거부감 없이 그것을 따르는 국민성 덕분에 영국인들의 멋은 단 단하게 자리를 잡아왔다 해도 과언이 아니다.

한 연구에 따르면 영국인의 조상인 게르만족의 특성 중에는 원칙과 합리주의, 수치화, 문서화, 그리고 규범화가 있다고 한다. 다시 말하 자면 시스템을 잘 만든다는 뜻이다. 양복 재단법에서도 그 역량은 명 백히 드러나는데, 이들은 그 기준 안에서 영국적이지 않거나를 판단 한다. 영국인들은 인치(inch)로 이러한 조형을 수치화하는 데 인간 힘을 써왔다. 모든 패턴 보정은 1/8~7/8인치의 차이를 계산 인에 서 움직여야 했고, 첫 패턴에서 그 정도 분량을 남겨두는 것이 다음에 발생할 예기치 않은 오류를 합리적으로 해결해 가는 예방책이었다. 패턴과 메이킹 모두 수치화, 정형화된 프로토타입이 있으며, 그것에 서 벗어나지 않으면 되고, 영국성(Englishness)과 말아치는 대륙 또는 반도의 의복으로 분류되었다. 생각해보면 브리츠스에 왜 '플러 스 투나' 플러스 포라는 이름(우물 밑으로 22인치, 4인치 내려온 바지 라는 뜻)이 붙었는지 이해가 간다. 단순히 길이 조절뿐 아니라 주 매의 위치와 경사, 피프트 라멜의 모양 모두 그 전통적인 수치를 따 른 원형이 있고, 상황에 맞게 변주한다. 이것이 원칙을 고수하는 영

국식 옷이다. 같은 게르만 인종인 독일도 이 성향을 심본 활용한다. 시대를 거슬러 올라보면 독일은 군복으로 수트가 국제화되기 전까 지 유럽 대륙의 남성 복식 발달에 크게 기여했다. 휴고보스와 에스카 다를 비롯한 독일의 깔끔하고 반듯한 수트는 게르만 민족 특유의 칼 같은 재단법을 토대로 한다. 아쉽게도 지금의 독일은 남성 패션에서 영국과 이탈리아, 프랑스에 비해 두드러지지 않았던, 그 기초가 되는 제복 영역에 자대한 영향을 끼친 것은 간파할 수 없는 사실이다. 프랑스 양복은 영국과 시즌 간 정도라고 표현할 수 있다. 아원이 같은 영국의 'gentlemen'과 프랑스의 'gentilhomme'. 하지만 두 국가에 서 이 단어로 표현하는 이상적 남성성은 확실히 다르다. 그런 이유로 당연히 양복으로 멋을 내고자 하는 특성 또한 다르다. 영국에 비스포 크가 있다면 프랑스에는 '오트 쿠튀르'가 있다. 프랑스인들은 양복을 그 원형인 유니폼의 틀에 가두길 싫어했다. 특유의 섬세함과 상상력 으로 프랑스식 재킷을 만들었는데, 기존의 노치트 칼라 지도를 위쪽 으로 더 높여 파린진 칼라를 만들고, 남성 양복의 재킷도 곡선을 활 용해 유려하게 몸을 감싸도록 했다. 르코르뷔지에가 오래된 양복점 'ARNYS'에 주문한 포레스티에(forestière)는 프랑스식 미관을 잘 보 아주는 좋은 예다. 그는 수트 재킷과 다르게 매입 입을 수 있고, 입었을 때 편안하고 실용적인 재킷을 양복점에 주문했는데, ARNYS는 그의 의견을 반영해 만다린 칼라를 사용하고 소매 모양도 항상 제도 를 해야 하는 건축기의 생활 양식에 맞게 팔을 움직이기 쉬운 디자인 을 적용했다. 이 재킷은 우아함과 실용성 때문에 장곡들을 비롯한 문 화계 인사들에게 큰 사랑을 받았다.

한편 이탈리아는 도시마다 그들의 스타일을 다르게 펼치고 있다. 그 령게 출어인 파면들이 공교롭게도 이탈리아 북서쪽에는 큰 그늘의 아 름다운 피줄을 완성해왔는데, 엄밀히 따지면 이탈리아 옷은 영국 에서 태동한 근대적 복식의 토대 위에 미려하게 꽃피고 볼 수 있다. 그들 이 그 큰 물결을 받아들였을 때 흐름에 매몰되지 않고 오히려 자신들 의 스타일로 발전시킨 것이 이탈리아 양복이 자랑할 만한 부분이다. 앞서 말한 국가들이 옷을 통해 질서와 통일을 이야기했다면, 이탈리 아는 인간의 다양성을 이야기했다고 정의할 수 있다. 그들에게 처친 어깨와 끼친 가슴은 패드와 캔버스로 보강해야 할 결정으로 보이지 않았다. 패드를 빼서 어깨는 자연스럽게, 오히려 충분한 여유를 주어 활동성 있게 만들었고, 가벼운 옷을 만들기 위해 투명한 실사를 모두 빼버렸다. 더 나아가 각기 다른 개인의 체형을 드러내는 실루엣에 집 중하기도. 셔츠처럼 소매 솔기를 안쪽으로 꺾어 봉제하는 '스플라 카 미치'나 가슴 주머니(버브카)를 곡선으로 처리하는 그들의 양복에선 특유의 과장과 여유, 그리고 유희를 느낄 수 있다.

독일의 멋은 질서에서 나오고, 프렌치 시크는 꾸민 듯 꾸미지 않은 무 심함에서 나오며, 이탈리아의 스프레차투라(sprezzatura)는 기교를 습득한 뒤에 나오는 여유와 태연함에서 표출된다. 비슷해 보이는 수트 도 이들듯 각국의 문화적 소양과 추구하는 가치에 따라 미묘하게 갈린 다. 영국인의 멋은 독일에 가깝긴 하나, 특정한 공식으로 박제된 확립 주는 아니다. 규칙을 따르되 그것을 이슬이슬 벗어나는 팽팽한 긴장 감 속에서 순각적으로 피어는 어떤 것이라도 말하는 게 맞다. 영국 에 오면 사철 로에서는 정장을 착용해서 옷을 입어야 하지만, 그 후부 터는 완벽하게 잊어버리고 본인의 에티켓에 집중하려고 말하고 싶 다. 영국식 멋의 본질은 무리는 것이 아닌 우리-오는 것에 있기 때문 이다. 글 김동현(연년 세빌 로의한국인 태생) 에디드 by 장영윤



new adventure

최근 5년 동안 자동차 시장에서 가장 눈에 띄는 점이 있다. 스포츠카 브랜드와 럭셔리 카 브랜드에서 선보인 새로운 모델들. SUV부터 GT까지, 일상성을 확보한 모델은 기대감을 갖기에 충분하다. 브랜드 정체성 운운하던 걱정은 기우였다. 변화의 바람은 더 많은 사람에게 브랜드를 경험하게 하는 계기가 됐다.



모든 것은 포르쉐에서 시작했다. 새로운 밀레니엄이 열리고 얼마 지나지 않은 2002년의 일이었다. 포르쉐가 SUV를 선보였다. 지금까지 익숙한 이미지만, 그랜 신선했다. 아니, 충격적이었다. 몇몇은 포르쉐가 브랜드 가치를 돈과 비싼다고 비난했다. 하지만 일시적인 부정이었다. 전에 없던 새로운 것은 언제나 보이지 않는 벽을 깨야 하는 법이니까. 포르쉐의 첫 SUV인 카이엔은 그 벽을 보기 좋게 깨뜨렸다. 사람들은 인정할 수밖에 없었다. 포르쉐가 만들면 SUV든 스포츠카든, 그건 포르쉐였다. 그 점이 중요하다. 브랜드 가치는 고수할 때만 빛나는 게 아니라. 도전과 변화 속에서도 반짝였다. 무엇보다 사람들이 환호했다. 외관이 좀 어색하긴 했지만, 스포츠카 브랜드의 SUV에 매력은 있었다. 타기 편한 포르쉐, 공간 효율 좋은 포르쉐, 조금 다른 포르쉐. SUV라는 장르가 포르쉐에 한발 더 가까이 다가가는 연결 고리가 됐다. 포르쉐에 카이엔은 역전 만루 홈런이었다. 포르쉐는 분위기를 쇄신할 필요가 있었다. 수익률을 개선할 필요도 있었다. 카이엔은 돌 다 만족시켰다. 사람들에게 포르쉐를 선택하도록 하면서, 포틀러는 포르쉐 재정을 두둑하게 바꿔놓았다. 카이엔이 성공하자 포르쉐는 도전을 이어갔다. 포르쉐에는 세단 격인 4도어 쿠페와 카이엔보다 작은 SUV인 마किन을 선보였다. 둘 다 성공했다. 지금까지 두둑하면서 전통적인 포르쉐 라인업도 탄탄해졌다. 선술한 구조였다. 포르쉐의 변화는 자동차업계에는 인상을 남겼고, 비슷한 상황이 놓인 다른 브랜드를 자극했다. 기존에 SUV가 없던 브랜드가 가능성을 엿봤다. 스포츠카와 럭셔리 카 브랜드가 나타나 할 것 없이 SUV를 발표했다. SUV 전성시대라는 흐름과도 맞닿았다. 변화의 바람이 불기 시작해, 전통을 기치로 내세우던 브랜드가 전에 없던 모델을 준비했다.

SUV에 정체성을 담아

2010년대 중반, 자동차 시장의 단골 주제는 이랬다. 스포츠카 & 럭셔리 카 브랜드의 SUV는 어떤 모습일까. 걱정보다는 기대가 많았다. 포르쉐의 성공은 사람들의 생각을 바꿔놓았다. 여전히 미혹당하는 사람들이 있었지만, 소수였다. 대체로 새로운 모델, 게다가 각 브랜드 성격을 어떻게 SUV라는 장르에 녹여줄지 기대했다. 포르쉐 카이엔은 SUV지만 포르쉐였으니까. 다른 브랜드 역시 허투루 만들지 않을 테니까. 중요한 건 행태가 아니라 본질이였다. 게다가 SUV에 대한 시기도 예전과 달라졌다. 좁고 가쁜 길을 탐험하듯 달리는 자동차라는 표현은 특정 모델만의 수식였다. 대부분 도심형을 지향했다. 사람들은 SUV를 더 넓은 공간과 더 트인 시야, 더 우람한 차체를 품은 자동차로 여겼다. 새로운 패밀리의 카로서 SUV가 떠오른 셈이다. 그러니까 SUV는 새로운 차종으로 가능성이 무한했다. 굳이 들는 장르가 된 것이다. SUV가 없던 스포츠카 & 럭셔리 카 브랜드가 제대로 하나씩 발표할 정도로, 포르쉐와 경쟁하던 브랜드가 먼저 SUV를 완성했다. 재규어는 F-페이스, 마세라티는 르반떼를 선보였다. 2016년의 일이었다. 재규어가 빨리 내놓을 줄 알았다. 그름 내에 랜드로버라는 걸출한 SUV 전문 브랜드가 있으니까. 랜드로버의 사물구동 기술력에 재규어만의 디자인과 정체성을 얹었다. F-페이스를 보면 누구나도 재규어인 것을 알 수 있었다. 무엇보다 재규어는 F-페이스를 한국에서 출시할 때 트랙에서 시승 행사를 열었다. 오프로드 코스도 있었지만, 트랙 시승이 먼저였다. SUV지만 재규어의 레이스 DNA를 아꼈다는 뜻이다. 차명에도 F가 들어갔다. 재규어가 선보인 스포츠카 F-타입의 연장선이었다. F-페이스의 실내 역시 F-타입에서 적용한 요소를 대입했다. 트랙에서 물이불린 F-페이스는 SUV다면서 달리기 실력도 준수했다. 이후 고성능 모델인 F-페이스 SVR을 내놓으며 재규어의 정체성을 강조했다. 마세라티 르반떼는 GT 브랜드다운 분위기를 연출했다. GT, 즉 극도로 투어링을 장가리를 빼고 편안하게 달리는 고성능 쿠페를 뜻한다. 마세라티는 문



이 2개든, 4개든 GT다운 성능과 감성을 뽐냈다. 르반떼 역시 그 연장선에서 완성했다. 넘실거리는 파도처럼 유려한 선이 차체를 감쌌다. 덕분에 SUV안에도 든든 보이지 않았다. 포세이돈의 삼차형 엠블렘은 여전히 라디에이터 그릴에 박혀 마세라티임을 강조했다. 실내는 질 좋은 가죽을 두둑하게 둘러 마세라티 특유의 고급스러움을 더했다. 무엇보다 '소리가 어전했다. 마세라티는 배기음이 황홀하기로 유명하다. 마치 오케스트라처럼 살해에 스며들어 오는 웅장한 배기음이 가장 큰 매력이다. 르반떼 역시 소리를 놓치지 않았다. 여전히 웅장하고 풍성했다. 르반떼가 SUV인지는 중요하지 않았다. 그냥 공간 활용도 높은 마세라티였다.

웅장하거나 짜릿하거나

각종은 역시 기우였다. 재규어 F-페이스와 마세라티 르반떼가 증명했다. SUV라고 해서 브랜드 정체성이 희석되지 않았다. 오히려 SUV라는 장르에 브랜드 정체성을 어떻게 녹여는지 보는 재미가 생겼다. 브랜드 나름대로 SUV를 해석한 결과물이었으니까. 게다가 이후 등장할 SUV는 슈퍼 스포츠카 브랜드와 럭셔리 카 브랜드가 선보일 모델이었다. 전통과 고집으로 따지면 다른 브랜드가 넘볼 수 없었다. 그에 할당할 가격 또한, 브랜드 가치를 울곧게 담기 위해 총력을 기울일 게 뻔했다. 기대하는 그 이상을 기대했다. 벤틀리는 벤테이기를 선보이며 기대를 충족시켰다. 벤틀리는 롤스로이스와 함께 럭셔리 카의 양대 기둥으로 존재해왔다. 성능은 물론, 브랜드 전통에 걸맞은 고급스러운 안팎이 핵심이다. 벤테이기는 원래 벤틀리에 SUV가 있던 것처럼, 처음 봤을 때부터 벤틀리 일원처럼 보였다. 럭셔리 카 브랜드의 모델들은 모두 크고 웅장하다. 어떤 모델이든 비슷한 감흥을 선사한다. 벤테이가 역시, 아니 SUV이기에 더욱 농도 짙은 감흥을 지어냈다. 높아진 전고와 벤테이기를 더욱 웅장하게 강조했다. 매끈한 펜더 굴곡은 근육질처럼 강인해 보이면서 고유한 기품도 연출했다. 실내는 장인의 수작업으로 완성한 각종 요소로 가득했다. SUV인 만큼 공간이 커졌으니 각 요소는 한층 압도적으로 느껴졌다. 어떻게 보면 최신 모델이 전통적인 벤틀리로 보일 정도였다. 그러니까 자동차 태동기, 미처처럼 생긴 초기 자동차가 떠올랐다. 그때도 전고가 높아 공

간은 크고, 귀족들의 취향을 고려해 화려했다. 벤테이기가 그랬다. 롤스로이스는 아예 클래식 롤스로이스 형태를 소환했다. 롤스로이스 컬러는 SUV치고는 낮고, 기존 모델치고는 높았다. SUV를 롤스로이스로 해석한 결과였다. SUV라기보다는 크로스오버로 보자면, 이는 중요하지 않았다. 롤스로이스 고유한 가치를 지니면서 공간을 늘리는 데 집중했다. 역시 전고가 높아졌기에 보다 웅장했다. 핀테은 신전을 덮은 롤스로이스 라디에이터 그릴은 더욱 당당하게 자태를 뽐냈다. 원래 롤스로이스는 기를 살려 위압적인 기품을 웅변한다. 칼라리온 커진 차체를 바탕으로 고유한 느낌을 더욱 강조했다. SUV로서 정체성이 희석되는 거 아니냐는 몇 년 전 걱정이 무색했다. SUV라는 장르는 오히려 럭셔리 카 브랜드에는 더욱 정체성을 증명하는 장이 되었다. 새로운 발견이었다. 럭셔리 카 브랜드가 성공적으로 SUV를 내놓으며 관심이 람보르기니 우루스에 쏠렸다. 람보르기니 우루스는 벤테이기와 칼라리온과는 관점이 또 달랐다. 스포츠카, 아니 슈퍼 스포츠카 브랜드인 람보르기니의 SUV인 까닭이다. 고성능의 극단을 지향하는 브랜드가 빛나는 SUV에 관심이 쏠릴 수밖에 없었다. 람보르기니는 우



스포르츠카 & 럭셔리 카 브랜드의 변화는 5년 남짓 되는 기간에 일어났다. SUV를 내놓거나 GT를 선보이거나. 두 장르 모두 방향성은 같다. 브랜드 가치를 새로운 그것에 담으려는 시도다. SUV의 인기가 가뭄까지 되어 일상성을 확보한 자동차를 선보였다. 이런 변화는 스포츠카 & 럭셔리 카 브랜드의 영역을 확장했다. 더 크고 좋은, 혹은 새로운 걸 원하는 사람들의 마음을 자극한 셈이다. 결국 브랜드는 움직여야 한다는 진리를 새삼 증명했다. 글 김경훈(자동차칼럼니스트)



1 여전히 마세라티다운 요소가 돋보이는 SUV인 마세라티 르반떼. 2 롤리를 기반으로 카를 높이고 안팎을 더한 SUV 형태로 빛났다. 3 디들 람보르기니 우루스를 공격할 수밖에 없었다. 결과는 기대 이상. 람보르기니 모델 중에서 공간이 가장 크고 운전하기 편한 슈퍼 SUV로 탄생했다. 4 벤틀리 벤테이기는 호화로운 SUV의 새로운 기준을 세웠다. 우아하면서 강력하다. 5 롤스로이스 칼라리온은 SUV라기보다는 크로스오버 모델처럼 보인다. 자기만의 영역에서 유명한 롤스로이스다운 자태를 뽐낸다. 6 포르쉐 카이엔에 자극이 만든 재규어 F-페이스. 7, 8 페라리 로이아는 GT로서 더 많은 사람에게 다가갈 모델이다. 페라리 역시에 남을 만들 매력적인 디자인이 강점. 9 고집스럽게 슈퍼 스포츠카를 고집하는 맥라렌이 배려하듯 선보인 맥라렌 GT. 8 에스탄티네오 고성능 SUV를 지향한다. SUV지만 브랜드 정체성을 담은 결과다.



SUV는 아니더라도

SUV를 만들지 않은 스포츠카 & 럭셔리 카 브랜드는 아직 있다. 그중에서 맥라렌은 SUV 대신 GT라는 장르를 선보였다. 순수한 스포츠카를 지향하는 맥라렌으로선 이 정도도 큰 결심이었을까. 장거리 여행이 상징하는 일상성을 확보한 스포츠카다. 원래 GT의 용도도 그랬으니까. 맥라렌 GT는 트렁크 공간을 절묘하게 만들었다. 위로 높인 입자만 앞뒤로 깊어 이모저모 담을 수 있다. 자체적으로 골프 캐디 백과 보스턴 백, 가넷 백도 만들었다. 차체 일체감과 공간 활용도를 높였다. 물론 가격은 수천만 원대로 높다. 하지만 맥라렌 GT를 고려하는 사람에게선 전용 제품으로서 가치가 더 높다. 맥라렌 GT는 숨길 풍긋는 성능을 유지하면서도 편하게 운전할 유연성도 확보했다. 전고로 메르세데스-벤츠 C클래스만큼 높일 수 있으니 슈퍼 스포츠카로서 불편한 점을 덜어냈다. 서스펜션도 의외로 유연해 좀 조인 서서로 느껴질 정도다. 맥라렌으로선 편의성에 신경 쓴 대목이다. SUV 대신 보다 일상성을 높인 모델이다. 페라리는 새로운 GT 로이를 선보였다. 페라리를 만들겠다고 발표하기 전. 내년에 등장할 페라리 첫 SUV인 프란스카. 그보다 먼저 새로운 GT인 로미오보다 많은 사람들의 마음을 겨냥했다. 프란스카는 로미를 기반으로 만들었다. 즉 로마에서부터 페라리의 변화를 엿볼 수 있다. 우선 기존 페라리의 디스 퍼포먼스 디자인과 다르다. 매끈한 곡선과 간결한 선이 돋보인다. 슈퍼 스포츠카의 독특함보다는 매력적인 GT로 자리매김한다. 누구나 탐할 만한 외관으로 재탄을 거듭한 것이다. 실내 역시 다재 다능 디스플레이를 적극 활용했다. 새로운 모델로 페라리의 영역을 확장했다. 부드러운 페라리에게 사람들은 반응했다. 주문량이 밀려 오래 기다려야 한다. 페라리의 변화 역시 사람들에게 긍정적인 반응을 이끌었다.

IWC PORTUGIESE. THE LEGEND AMONG ICONS.



— Portugieser Perpetual Calendar.
Ref. 5033: 포르투갈 선원들의 대담한 탐험은 영원한 영광을 약속했으며, 그 영웅적인 시대가 남긴 가치 있는 유산이 바로 포르투기저 퍼페추얼 캘린더입니다. 이 제품은 시간이 흘러도 변치 않는 우아한 디자인과 함께, 펠라톤

와인딩 시스템과 7일의 파워리저브를 갖춘 오토매틱 무브먼트, 그리고 2499년까지 세팅되어 있는 날짜 디스플레이가 포함된 선구적인 기술력을 특징으로 합니다. 이 위대한 타임 피스는 그 전설적인 지위를 영원토록 유지할 것입니다.
IWC. ENGINEERING DREAMS. SINCE 1868.

고객님의 국제 품질 보증 기간을 2년에서 8년으로 연장하세요.
IWC.COM/MYIWC 에서 등록하실 수 있습니다.

Mechanical movement · Pellaton automatic winding system · IWC-manufactured 52610 calibre · 7-day power reserve with display · Perpetual calendar with displays for the date, day, month, year in four digits and perpetual Moon Phase · Anti-reflective sapphire-glass · See-through sapphire-glass back · Water-resistant 3 bar · Diameter 44.2 mm · Alligator leather strap by Santoni

갤러리아 EAST · 롯데 에비뉴엘 본점 · 롯데 에비뉴엘 월드타워 · 신세계 영등포 · 대구 신세계 · 현대 본점 · 현대 무역센터 · 현대 판교
대표전화 +82 2 3440 5876 WWW.IWC.COM/KO

IWC
SCHAFFHAUSEN