

Style

조선일보

APRIL 2013 vol.92

front
STORY
뉴 미니멀리즘,
감성과 손잡다

**RALPH
LAUREN**
Black Label

SEOUL FLAGSHIP

HYUNDAI APGUJEONG MAIN

SHINSEGAE GANGNAM

RALPHLAUREN.COM



TIFFANY & Co.
NEW YORK SINCE 1837

서울 갤러리아 EAST 롯데백화점 본점 롯데백화점 잠실점 신세계백화점 본점 신관 신세계백화점 강남점 신세계백화점 영등포점 현대백화점 압구정본점 현대백화점 무역센터점 현대백화점 신촌점
경기 AK 플라자 분당점 인천 신세계백화점 인천점 대구 현대백화점 대구점 부산 롯데백화점 부산본점 신세계백화점 센텀시티
TIFFANY.KR



A SPORTING LIFE!



16

44



표지에 등장한 이미지는 알프 로렌 블랭크 라벨을 대표하는 안소니 수트다. 0.1밀리가 장신의 손길로 제작하는 완성도 높은 안소니 수트는 모던하고 심플한 멋이 깃들여온 고품격 수트. 도시적이고 세련된 감성을 전한다. 문의 02-6004-0136



25



12

Style 조선일보

Issue.92 April 2013



stylechosun.com

대표 | 방정오 cbang@chosun.com 이사 | 이석기 stonelee@chosun.com
 편집장 | 김유미 ymkim@chosun.com 피처 디렉터 | 고성연 amazingk@chosun.com
 패션 - 뷰티 에디터 | 배미진 mjjin@chosun.com 권유진 yjkwon@chosun.com
 이메일 | yejin.lee@chosun.com 아트 디렉터 | 이은숙 okida@chosun.com 교열 | 이정현
 광고 - 마케팅 | 박영하 yhpark@chosun.com 김준석 adjoons@chosun.com
 조통일 ci@chosun.com 재무 | 이민희 mhlee@chosun.com 분해 - 재판 | ING PROCESS
 인쇄 | 타리타피에스 발행처 (주)스타일조선 서울시 용산구 한남동 805 현대 하이패러온 비즈니스센터 110호
 기사 문의 02-793-5330 광고 문의 02-793-5529

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

〈스타일 조선일보〉 홈페이지는 풍성한 선물 이벤트를, 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

- 14 **뉴 미니멀리즘, 감성과 손잡다** 올 S/S 시즌 전 세계를 강타할, 거부할 수 없는 매력의 세계, 바로 2013년식 뉴 미니멀리즘이다.
- 16 **술잔의 끝에 담긴 존재의 이유** 지난 호 게재된 와인 글라스의 미학에 이어 증류주와 맥주 등 애주가들의 사랑을 듬뿍 받는 각종 술을 담은 소중한 잔의 끝에 둘러싼 이야기 2탄을 소개한다.
- 18 **FACE TIME** 잘 만든 시계는 마치 사람과 같이 인상이 각기 다르고, 저마다의 얼굴이 있다. 브랜드를 대표하는 워치 페이스 컬렉션.
- 20 **BLOOMING GARDEN** 다양한 색채의 수채화 물감으로 터치한 듯 투명하고 생동감 넘치는 플라워 프린트의 향연.
- 22 **GEM FOREST** 자연의 생명력은 아주 오랫동안 주얼리의 영감이 되어 영원히 끝나지 않을, 고귀한 가치를 드러낸다.
- 24 **THE GREAT GATSBY** 20세기 미국 문학 최고의 걸작이라 불리는 〈위대한 개츠비〉와 세기의 디자이너 미우치아 프라다가 만났다.
- 25 **MOST LOVED** 견고함과 부드러움이 공존하는 배우 하석진이 따뜻한 불날을 전한다.
- 32 **JUST BE WITH ME** 럽방의 DNA를 담은 앨범 앨범의 첫 번째 향수, 럽방 ME 오드 퍼퓸을 소개한다. **THE BEST, THE HIGHEST** 기록적인 성장을 이룩하면 M/C 최고의 컬렉션이 올해 포르투갈 크로노그래프 클래식 모델로 새롭게 선보인다.
- 33 **SUNDAY BRUNCH WITH FOOD SHOWCASE** 집에서 분위기 있게 브런치를 즐길 수 있는 방법이 있다. 냉장실이 2개인, 전제 없던 냉장고 상성 지벨 '푸드쇼케이스'가 있다면 한끼로운 집안도 활기 넘치는 불날들이 장소로 변신한다.
- 38 **BB FOR MEN** 남성 BB크림이 단점을 벗고 새로워졌다. 가벼운 텍스처로 발림성을 높였을 뿐만 아니라 화장된 티가 나지 않게 피부 톤을 보정해주고, 미세한 주름까지 매워준다.
- 39 **THE WHITE LIGHT** 국내 시장에 입성해 가파른 성장세를 기록하고 있는 입생로망의 스킨케어 라인. 그중에서도 포에버 라이트 크리에이티브 세럼은 지금까지 만나보지 못한 특별한 화이트닝 기술로 완성한 과학적 성취다.
- 40 **NEW PROTECTION** 기초 스킨케어 제품이라 생각해도 될 만큼 발림성이 뛰어나고 물기 어린 윤기 있는 피부를 완성해주는 2013년 신제품 자외선 차단제를 소개한다.
- 41 **THE BEST OF BEST** 독자적인 성분과 혁신적인 기술력을 바탕으로 코스메틱 시장의 리딩 브랜드로 손꼽히는 SK-II. 1997년부터 2013년까지 1천 개의 글로벌 어워드를 석권하는 쾌거를 이루며 소비자와 미디어의 변함없는 신뢰를 증명해 보였다.
- 42 **BRIGHTEN SKIN MIRROR** 피부 속부터 빛나는 건강한 투명함, 생기 넘치는 피부 톤에 집중한 고차원적인 브라이팅 케어를 위한 클리닉의 브라이팅 차분.
- 44 **지상 최대 야외 미술관 SHEFFIELD** 오스트레일리아 남쪽에 자리한 태즈메이니아 섬의 크레이틀 산 국립공원 인근에 자리한 셰필드(Sheffield)만큼 아늑한 농촌 마을도 드물다.
- 46 **BE TRANSPARENT!** 플라스틱, 비닐 등 캐주얼하게만 느껴졌던 합성 소재가 이번 시즌 하이 패션에 당당하게 등장했다.



Ω
OMEGA
 PRESENTS

Ladymatic

STARRING
NICOLE KIDMAN

청담 부티크 02 511 5797 • 신세계 강남점 02 3479 6025 • 롯데 잠실점 02 2143 7266 • 롯데 에비뉴점 02 2118 6212 • 현대 무역센터점 02 3467 8632
 현대 목동점 02 2163 1283 • AK플라자 분당점 031 708 5520 • 현대 대구점 053 245 2249 • 현대 부산점 051 667 0417

www.omegawatches.com

Jewel THE MYSTIQUE OF GREEN

맑고 투명한 라이트 그린부터 그윽함을 지닌 딥 그린까지 오로지 자연에서 얻은 그린으로 완성한 주얼리 컬렉션.

(오른쪽 윗부터 시계 방향으로) 볼드한 유색 스톤을 과감하게 사용한 파세이드 컷 퍼넬티지 칼라일 컬렉션 링 1천원대부터 **볼가리**, 그린 컬러 쿼츠를 대담하게 세팅하고 주변을 유색석으로 감싼 인클러지 링 4백원대 **타사키**, 나무에 열리는 다양한 컬러의 과일을 소재로 한 유니크한 디자인의 레르 링 1백20만원대 **루시예**, 그린 컬러 유색석을 메인 스톤으로 세팅한 솔리드 링 가격 미정 **타사키**, 바이올렛 컬러 스톤과 매치해 그린 컬러를 더욱 아름답게 표현한 퍼넬티지 칼라일 컬렉션 아이링 1천원대부터 **볼가리**, 화려한 유색석의 인클러지 감싼 스퀘어 형태 그린 쿼츠가 돋보이는 인클러지 네크리스 4백원대부터 **타사키**, 프루츠 칼라일에서 영감을 받아 그린 페리도트를 세팅한 유색링 디자인의 코랄 링 1백90만원대 **루시예**, 옐로 골드 밴드에 그린 컬러 말라카이트를 세팅한 반지 컬렉션 링 가격 미정 **빈클라프 아겐**, 에디터 **배미진**



Fashion 셀러브리티 마케팅 전성시대

셀러브리티를 활용한 패션 마케팅이 진화하고 있다. 셀러브리티와 패션이 밀접한 관계를 맺는 것은 어제오늘의 일이 아니지만 다양한 매스미디어와 소셜 네트워크의 비약적인 발달로 패션 마켓 전반에 직접적인 영향력을 행사하는 것만은 분명하다. 이를테면 공황 패션이 인스타그램과 페이스북을 통해 실시간으로 퍼지고, 모 배우가 드라마에 들고 나온 백이 완성이 되는가 하면, 잊힐 뻔한 아이템이 셀러브리티 파피라치 컷에 포착되면서 브랜드가 기대하는 것보다 훨씬 빨리 퍼져나간다. 브랜드의 매출과 성패를 전 셀러브리티의 효과 때문인지 브랜드에서는 그들의 이미지와 개성을 이용한 마케팅에 적극적으로 뛰어들었다. 단순히 스타의 이름으로 판매에 열을 올리는 게 아니라, 디자인부터 홍보에 이르기까지 전 과정에 직접 개입시키고 나아가 이름을 내세운 브랜드를 론칭하는 단계로 발전한 것이다. 일찍이 해외에서 활발하게 시작한 셀러브리티 영입은 빅토리아 베컴, 시에나 밀러, 올슨 자매 등이 대표적이지만, 이들은 패션 워크에서 컬렉션을 차려낼 만큼 확실한 브랜드 아이덴티티를 구축했다. 국내에서는 SPA 브랜드 LAP이 공효진의 개성 넘치는 스타일을 담은 'LAP by 공효진' 라인을 론칭해 다른 SPA 브랜드와 차별화하는 데 성공했으며, 세계적인 톱 모델 강수현은 셀렉트 슝 라피레드와 손잡고 프리미엄 라인을 선보일 예정이다. 특히 패션에 일가견이 있는 배우 고소영은 금자 자신의 이름을 내건 브랜드까지 만들어 국내 셀러브리티 디자인 시대대의 포문을 활짝 열었다. 소비자들에게 쉽게 다가가고, 또 그들의 지갑을 열게 하는 확실한 구애 포인트로 작용하는 셀러브리티 디자인 브랜드와 컬래버레이션 컬렉션, 셀러브리티들의 스타일, 과감한 홍보와 마케팅 그리고 온라인이나 SNS를 통한 놀랄만큼 스피디한 전파까지 맞물려 기하급수적으로 셀러브리티들의 전성시대가 될 수 있는 열풍이 패션계에선 단기간 쉽게 가라앉지 않을 것으로 예상된다. 에디터 **이예진**



LAP by 공효진



고소영

INSIGHT

편집부가엄선한, 국내 및 해외에서 각광받는 이들의 최신 트렌드 & 주목할 만한 소식들.

Car 불바람에 실려온 이트 카 열풍

지난 3월 말 자동차 업계를 달궜던 서울모터쇼의 개최를 계기로 다시 이트 카 바람이 불고 있다. 현대자동차는 해외 디자이너와, 미니(MINI)를 앞세운 BMW그룹은 국내 아티스트와의 협업을 바탕으로 기존 모델에 '새 옷'을 입힌 이트 카를 각각 선보였다. 사실 아티스트와의 컬래버레이션은 이미 흔해진 마케팅 전략이지만 장영한 거울이나 잠실 한 발상과의 만남이라면, 그것도 전시 효과가 큰 자동차 분야에라면 여전히 신선을 끌기 마련이다. 아티스트 고유의 개성을 살리면서도 브랜드가 지향하는 스타일에 맞추는, 만만찮은 과제를 해결해야 하지만 말이다. 현대차는 한화그룹, 현대카드 등과 작업했던 산업디자이너 카림 라시드와 손잡고 중형차 i40 이트 카를 내놓았다. 현대차그룹은 지난해 하반기에는 자량한 그래픽디자이너 스테판 사그리아스터의 손길에 달린, 흑백의 타이포그래피가 근사한 쏘울 이트 카가 차로 주목받았다. i40 이트 카의 경우, '디자인과 테크놀로지의 만남'이라는 주제 아래 차림이 달릴 때의 느낌을 표현하고자 삼각형, 무지개 등을 활용한 외관 디자인이 돋보였다. 더불어 올해 서울모터쇼에는 프리미엄 소형차 브랜드 미니가 팝 아티스트 김일동 작가와 함께 진행한 이트 카 프로젝트 '백·학·학·우·우·우'가 공개됐다. SACI(Sport Activity Coupe) 모델인 미니 컨트리맨 이트 카에 팝 아트의 영감을 수놓은 합작품으로, 흰색 바탕에 인상적, 특이한 디자인이 현대에서 생생한 제작 과정을 보여줘 인기를 끌었다는 후문이다. 에디터 **고성연**



i40 이트 카

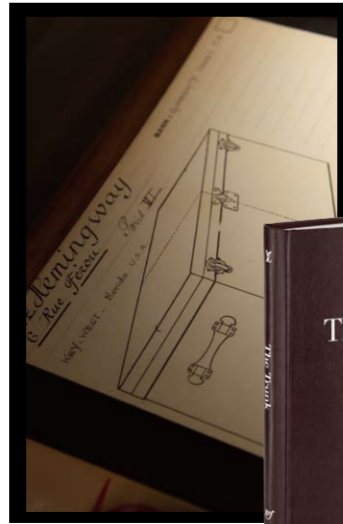
미니 컨트리맨 이트 카

Beauty 다시, 립글로스!

벨벳 텍스처의 매트한 립스틱이 선풍적인 인기를 끌면서 잠시 잊혔던 립글로스가 울 물 다시 돌아왔다. 립스틱 못지않은 생생한 컬러와 크리стал처럼 더욱 반짝이는 광택은 화려한 볼빨 메이크업을 완성하기에 충분하다. 립스틱은 질투 바르면 입술 기질이 부각되는 단점이 있는 반면 립글로스는 입술의 각질을 정제하고 촉촉하고 매끄러운 립 메이크업을 연출해주어 더욱 간편하게 사용할 수 있을 것. 봄날에 어울릴 촉촉하고 선명한 컬러의 립글로스를 소개한다. (왼쪽부터 차례대로) **방뿔 글로스 인 리브**는 서로 다른 27개의 폴리머를 믹스해 컬러 피그먼트와 은은한 핏 입자가 더욱 반짝일 수 있도록 개발한 립글로스. 최초로 양면 애플리케이션을 적용해 포물라가 정렬하면서 도톰하게 발리는 것이 특징이다(6ml 가격 미정). **컬러 맥시 사인 글로스**는 마치 편입감을 연상케 하는 매혹적인 20가지 컬러로 선보인다. 끈적이지 않는 텍스처는 매끈하게 발리고, 오일 성분을 함유해 입술의 수분이 날아가지 않도록 꼭 입자주어 촉촉한 립 메이크업을 완성한다(7.5ml 3만8천원). **에스티 로더 퓨어 컬러 시어 리시 글로스**는 젤리와 같은 워터 타입으로 소량만 발라도 화려한 반짝임과 풍부한 수분력을 자랑한다. 얇은 막을 형성하는 코-폴리머를 함유해 입술에 쿠션 효과를 주어 도톰하고 볼륨감 있게 연출한다(6ml 3만6천원). **샤넬 레브르 팡미안트**는 생동감 넘치면서 사랑스러운 피치와 라즈베리 톤의 3가지 컬러로 출시된다. 은은한 핏 입자가 유려할같이 반짝이는 입술을 연출한다(5.5g 3만7천원). **디올 어딕티브 글로스**는 디올 드레스에서 영감을 받은 우아하고 여성스러운 4가지 컬러를 선보이는데, 하일루멘신을 함유한 젤 트리트리트 포물라가 뛰어난 보습력과 플러밍 효과를 선사한다(6.5ml 3만9천원). **인생로망 루주 뿌리 꾸뛰르 베르니 아 레브르**는 끈적임이 없는 가벼운 질감으로 한 번 바른 립 틴트, 두 번 바른 립글로스, 세 번 바른 립스틱 질감을 연출할 수 있어 일상실용의 효과를 볼 수 있다(6ml 3만9천원). 에디터 **권유진**

Book 트렁크를 담은 책, 루이 비통 <The Trunk: Short Stories>

'여행 예술의 수호자'를 자처한 루이 비통이 11명의 프랑스 작가와 손잡고 '트렁크'를 공통 소재로 한 다인용 이야기를 엮은 단편소설 모음집 <The Trunk: Short Stories>를 출간했다. 이 책에는 루브르 박물관의 피라미드가 하이더만 완성되지 못할 뻔했던 에미스도, 한국의 제주 테드베어박물관에 소장된 세계 최고가(18만3천5백50달러)의 루이 비통 곰 인형에 얽힌 이야기, 리츠 칼튼 호텔에 서 발견된 트렁크 속 대문호 헤밍웨이의 원고들 둘러싼 일화 등 다채로운 단편들이 담겨 있다. 이 소설들의 근간은 루이 비통 창업자의 손자이자 열혈 수집가였던 가스통-루이 비통이 모아놓은 옛 사진, 신문 스크랩, 서신 등 각종 여행 관련 문서들. 참여 작가들은 트렁크에 얽힌 여행담, 범죄, 마법 등 폭넓은 스펙트럼을 지닌 이 풍성한 여행 이야기들을 실재로 만났다. 이들은 한 명씩 에르메의 루이 비통 자택에 초대받아 헤밍웨이, 프랑스의 극작가 겸 배우 사샤 기트리, 모나리자의 추적이 스며들어 있는 가족과 목재, 빛바랜 종이, 흐릿한 사진을 접하고는 창조적 영감을 받았다고, 가족으로 재탄생 이 사적의 한정판(356페이지)은 루이 비통 매장과 웹사이트(louisvuitton.com)에서만 판매된다. 영어판, 프랑스어판, 일어판이 있다. 에디터 **고성연**



PRADA

Dane DeHaan
London, November 2012

+822 3443 2323 prada.com



생활방수가 가능한
바람막이 스타일의 등산
재킷 14만7천원 밀레.

통기성이 우수한 에어 메쉬를
사용해 무게가 가벼운 트레일
워킹화 19만5천원 밀레.

선명한 그린 컬러의
선글라스 30만원대
레이벤 by
록스타카 코리아.

로프 모티프의
브레이슬릿 1만8천원
노스페이스.

캠핑 시 유용하게 사용할 수 있는
레더맨스칼렛 툴 6만원 한강사.

스타일미스트 유량정
에어터 필러인

for her Selection

문득 바라본 산기슭엔 어느새 푸른 잎과 꽃이 만개했다. 햇살이 따뜻하고 상큼한
봄바람이 부는 지금이 산행을 하기에 가장 좋은 시기. 선명하고 화사한 컬러는
물론 다양한 기능까지 갖춘 아웃도어 아이템. *photographed by kim do hyun*

형광 그린 컬러가 감각적인 지갑
13만5천원 베자 by 비이커.

보냉·보온락이
뛰어난 울템 1만5천원
노스페이스.

경량형의 강도가 우수한 카본 소재를
사용한 언더테일 등산스틱 세트 2만원대 코오롱스포츠

선명한 블루와 오렌지 배색이 눈에 띄는 점퍼 1백58만원
준야와타나베 by 10 코스모 코모.

스포츠하면서도
우아함을 원하는
여성들 위해
디자인한 플트 33
워치 3백만원대
브라이틀링.

오렌지 열로 열면가
신축한 모자
5만5천원 에이글.

통기성이 우수하고 쿠션이
뛰어난 착용감을 자랑하는 카본
등산화 18만7천원 네파.

- 밀레 02-3153-3143
- 네파 02-555-0490
- 록스타카 코리아 02-501-4436
- 노스페이스 02-940-1367
- 코오롱 스포츠 02-3677-8518
- 비이커 02-540-1270
- 몽벨 02-514-8882
- 에이글 02-940-1164
- 10 코스모 코모 02-3018-1010
- 한강사 02-752-4641
- 브라이틀링 02-3448-1230

전반에너지를
축적하는 5.88리터 용량
7리터용량 냄불.

브라운의 아우솔과 쿠션이
뛰어난 착용감을 자랑하는 카본
등산화 18만7천원 네파.





for him Selection

등산이 인기를 끄는 건 자연이 주는 아름다움과 산행을 통해 얻는 성취감 때문이다. 산행을 즐기는 액티브한 남성을 위한 등산 아이템. *photographed by hong sung eun*

전설적인 디자이너 워치의 디자인을 그대로 적용한 씨미스터 울루프르프 1천만원대 오메가.

시원한 블루 컬러 시안렌즈를 통해 맑은 모자 안경의 편안함을 노스페이스.

어두운 산속에서 빛을 밝혀줄 헤드라이트 8만원 노스페이스.

안티 쇼크 시스템을 적용해 장시간의 산행에도 손목에 무리가 가지 않는 기본 안티 쇼크 5만5천원 벨레.

가죽과 코튼을 믹스한 캐주얼 벨트 25만원 풀데기르송 존아와타나베 by 10 포르스 코모.

통기성이 뛰어난 블루 컬러의 등산 장갑 4만3천원 몽벨.

신축성과 내구성이 우수한 나일론 스팬 소재를 사용해 활동성과 경량성을 극대화한 팬츠 18만5천원 코오롱 스포츠.

핸디 사이즈의 휴대용 스틸 물통 가격 미정 코오롱 스포츠.

보잉 스타일이 멋스러운 선글라스 브스팩스 by 옵티컬 W 10만원대.

단거리 산행에 적합한 영롱길 프리미엄 라인인 24L 배낭. 42X27cm, 12만8천원 밀레.

울타이 블루스가 감각적인 시안스 렌즈를 탑재한 자이로렌즈 by 존스바.

100% 방수에 투습성. 경량성이 뛰어난 고어텍스 소재를 사용한 재킷 42만원 코오롱 스포츠.

- 오메가 02-511-5797
- 밀레 02-3153-3143
- 에이글 02-940-1164
- 옵티컬 W 02-522-4343
- 몽벨 02-514-8882
- 한강사 02-752-4641
- 주노세과 02-515-3151
- 노스페이스 02-940-1367
- 10 포르스 코모 02-3018-1010
- 코오롱 스포츠 02-3677-8518

스타일링 유한영
에디터 최유진



LOEWE

MADRID 1846

Dari F&S Tel. 02 513 2389 WWW.LOEWE.COM

뉴 미니멀리즘, 감성과 손잡다

추억과 향수를 불러일으키는 복고 스타일

복고풍 레트로는 언제나 스타일에 좋은 영감을 준다. 재작년에 영화 <싸니>, 걸 그룹 티아라의 '몰리 폴리가 맞물러 디스코 스타일이 트렌드의 중심에 서기도 했고, 지난해에는 영화 <건축학개론>, 드라마 <응답하라 1997>의 성공에 따라 대대적인 1990년대 복고 바람이 불기도 했다. 더불어 어린 추억의 노래, 전람회 등의 기억의 습작까지 가세해, 사람들의 서정성과 향수에 불을 지폈다. 추억은 기업에는 훌륭한 마케팅 포인트 역할을 하고, 소비자에게는 거역하지 못하고 지갑을 열 수밖에 없도록 하는 구매 포인트가 된다. 특히 패션 관련 제품을 구입할 때 사람들은 이성적인 계산보다 감성의 소리에 더 귀 기울인다는 연구 결과도 있다. 이 때문에 1980년대에 20대 황금기를 보냈던 사람들이 40대가 된 21세기 초반(당시 386세대라고 불렀다)에 디스코 문화의 프로듀서이자 소비자가 되었고, 디스코 열풍은 1980년대 스타일을 유행의 중심에 서게 했다. 커다란 안경, 반다나, 워싱 청바지, 체크무늬 셔츠, 그리고 맨투맨 셔츠와 파워 슈트, 과장된 실루엣, 레이어드, 맥스 매치 스타일링 등이 그것이다. 그러나 쉽게 수그러들지 않을 것 같았던 이 유행도 이제 새로운 유행에 바통을 넘겨주게 되었다. 1990년대에 X세대로 불리던 젊은이들이 40대가 된 지금, 1990년대 복고로 트렌드의 주연이 바뀐 것. 1990년대도 어느새 저만치 물러난 추억의 시대가 되었기 때문이다. 디스코 열풍에 이어 1990년대 스타일 화두가 된 이유이다.

1990년대와 미니멀리즘

패션계 역사에서 1990년대는 그야말로 미니멀리즘의 시대였다. 왜 미니멀리즘이어야만 했을까? 그것은 패션의 진화와 변화 과정으로 설명된다. 한동안 긴 치마가 유행하다가 미니스커트가 돌아오는 것과 같은 이치다. 사람들이 1980년대에 유행했던 과장된 실루엣과 화려한 색상, 장식적인 옷에 싫증을 느끼고 지쳐 있을 때쯤 등장한, 단순하고 슬림한 미니멀리즘은 새로운 그 자체였다. 1980년대에 대학 시절을 보낸 필자에게는 별명이 '뽕순이인 친구가 있었다. 그때 누구나 큼직한 어깨 패드를 엮은 재킷을 입고 다녔는데, 그 친구는 심지어 맨투맨 티셔츠 안에까지 패드를 넣어 입었다. 어깨가 넓을수록 얼굴이 작아 보였고, 패드의 사이즈만큼 자존심도 부풀어 오른 시절이었다. 지금 각광받는 앙상한 쇠골이나 팔박지, 식스팩보다 더 큰 자존심이었다. 그러나 그 박시(boxy)하고 화려한 스타일에는 맹점이 있었다. 무게중심이 맞지 않아 가벼운 듯 보이게 한다는 것, 프로포션이 좋지 않아 키가 작아 보인다는 사실이었다. 그때 왜 전신 거울을 보지 않았는지 뒤늦은 후회가 밀려올 때쯤, 이를 해결해준 스타일이 바로 미니멀리즘 패션이었다. 어깨 패드가 점점 줄어들고 바지통과 스커트는 슬림해져서 전체적으로 호리호리한 스타일이 각광받기 시작했고, 사람들은 특정한 부분을 강조하기보다 전체적으로 슬림한 룩을 즐기게 되었다. 칼빈 클라인, 도나 카란, 질 샌더, 헬무트 랭, 프라다 등은 미니멀리즘을 세련되고 도시적으로 표현해 1990년대 가장 뜨거운 인기 디자이너로 급부상했다.

뉴 미니멀리즘의 서막이 열린다

2000년대 들어 패션은 빠르게 변화를 거듭하고 있다. 유행은 10년 주기로 변화한다는 게 통설이었는데, 지금은 시즌마다 새로운 스타일이 등장한다고 해도 과언이 아닐 정도로 여러 스타일이 서로 각축을 벌이는 시대가 되었다. 미니와 맥시가 동시에 등장하고, 통바지와 스קי니 진이 함께 런웨이와 거리를 누른다. 그런데 몇 년 전부터 새로운 조짐이 감지되기 시작했다. 새로운 디자인을 모색하던 디자이너들이 라인을 간소화하면서 미니멀리즘의 세계를 노크하기 시작한 것이다. 그들의 디자인은 1990년대식의 단순한 미니멀이러기보다는 저마다의 개성과 테일러링에 공을 들인 것이었다. 오버사이즈 원피스나 재킷을 선보이는데 하면, 자연스러운 주름으로 디테일을 살리기도 하고, 바로크적인 요소로 장식성을 더하기도 했다. 어떤 디자이너들은 컬러에 힘을 실어 핑크색이나 원색의 강렬함에 도전하거나, 이국적인 에스닉 패턴을 시도하기도 했다. 소재에 대한 새로운 시도 또한 돋보인다. 하늘거리는 투명한 소재와 다소 뽀뽀하고 두꺼운 가죽을 덧대어 이어 붙인다거나 천 조각을 종이접기 하듯 모양을 내 붙이고, 여러 가지 색상의 천을 콜라주하듯 이어 붙이는 등 다양한 아트 앤드 크래프트 기법이 동원되었다. 재미있는 점은 이런 시도를 하기 위해 디자인은 더욱 간결해진다는 것. 이것이 바로 장식을 최대한 배제하려고 했던 1990년대의 미니멀리즘과 차별화되는 2013년식 뉴 미니멀리즘이다. 이는 미니멀리즘에 로맨틱시즘을 첨가해 의상에 감성을 불어넣은 것이 특징으로 정교한 테일러링과 섬세한 디테일로 고급스러움을 더하고, 여기에 로맨틱한 요소를 버무린 스타일이다. 복잡한 패션에는 금세 피로감을 느끼고, 너무 단순한 디자인에는 싫증을 내는 게 패셔니스타들의 기본 생리인 점을 감안하면 심플함과 정교함이 어우러진 뉴 미니멀리즘이야말로 사람들의 번덕스러운 마음을 사로잡을 탁월한 대안이라고 할 수 있다.

친환경주의와 착한 디자인을 지향하던 디자이너들이 드디어 그 해법을 찾은 듯 보인다. 단순하고 간결한 룩으로 정의되는 미니멀리즘에 내추럴함과 정교한 테일러링, 로맨틱함이 가미되었다. 올 S/S 시즌 전 세계를 강타할, 거부할 수 없는 매력의 세계, 바로 2013년식 뉴 미니멀리즘이다.

단순한 정교함, 그 패러독스한 패션의 신세계

디자이너들이 새로운 스타일을 선보이는 2013 S/S 파리·뉴욕·밀라노 컬렉션은 그야말로 뉴 미니멀리즘의 전성시대와 같았다. 발렌시아가, 지방시, 디올, 생 로랑 파리, 발렌티노, 스틸라 매카트니, 랭방, 구찌, 프라다 등 셀 수 없이 많은 컬렉션에서는 장식을 배제한 심플하고 정갈한 룩들을 앞다투어 선보였고, 향수를 불러일으키는 다양한 복고풍과 시적인 감수성, 창의성이 돋보이는 의상이 넘쳐났다. 입체적이고 건축적인 발렌시아가 본연의 디자인 세계로 돌아간 니콜라스 게스키에르는 간소화한 라인에 새로운 소재를 실험하듯 앙쪽 주름을 잡은 트위드, 나뭇잎 모양 실리콘 조각을 대입해 그만의 스타일을 완성했다. 발랑을 재정의하고 있는 신에 올리비에 루스테인은 발랑을 위한 세 번째 쇼에서 1990년대 초반의 과장된 스타일과 미니멀한 라인을 기본으로 진주와 자수 장식, 알골 수공예품, 플라스틱 뼈대를 이용한 수공예 드레스로 패션계의 우려를 종식시켰다. 그런가 하면 1960년 대 최고의 디자이너 브랜드 중 하나인 지방시를 책임지고 있는 라카르도 티시는 1960년대식 미니멀리즘의 새로운 대안을 제시했다. 슬림하고 날씬해 보이는 튜닉 스타일에 넘실대는 러플로 여성스러움을 더했고, 자카드, 시폰, 실크 크레이프 등 새로운 소재에 메탈릭 장식으로 모던함과 순수함을 표현했다. 또 1990년대 미니멀리즘의 유행을 선도했던 프라다는 이번 시즌 재퍼니즘과 손잡았다. 레트로풍의 심플한 라인은 단순하게 디자인한 뱃팻 모티브, 세련을 접어 만든 입체 재단 등으로 스포티와 엘레강스를 적절히 믹스한 룩을 선보여 역시 미니멀리즘의 여왕임을 입증했다. 비틀스의 멤버 폴 매카트니의 딸, 스틸라 매카트니는 메시 소재, 프린트 시폰 등 가벼운 시스루 룩을 적절히 믹스 매치한 경쾌한 스타일을 선보였다. 이를 통해 투명하고 맑으며, 유연한 소재와 넉넉한 실루엣, 스포티한 느낌까지, 그야말로 경쾌한 미니멀리즘의 새 패러다임을 제시했다. 발렌티노의 치우리와 피차올리 역시 극도로 절제된 심플한 드레스를 패셔닝 기법(두 천 사이를 새발프기로 연결한 스티치 기법)으로 디자인해 미니멀리즘의 단조로움에 쿨투르 감성을 더했다.

새로운 패션, 달라진 라이프스타일

단순한 실루엣에 섬세한 감성을 녹여낸 이런 현상은 올 봄여름 패션계뿐만이 아니라 라이프 스타일까지 점령하고 대세로 자리매김할 기세다. 독특한 디자인과 감각적인 색상으로 스타일을 강조했던 거구 회사들은 자연주의를 바탕으로 기존의 장식적인 요소를 배제하고, 나무 가죽 등 천연 소재와 질감으로 안락하면서도 자연 친화적인 맛을 강조하고 있다. 예코 감성과 절제된 라인, 내추럴한 색감과 안정된 악센트 컬러가 적절히 조화되어 모던함과 심플함, 고급스러움까지 갖춘 북유럽풍 가구들은 가장 각광받는 아이템이 되었다. 변신 로봇처럼 유기적으로 변형 가능한 기능적인 고가 가구부터 DIY를 내세워 가격 경쟁력까지 갖춘 패 착한 가격의 소품까지, 선택의 폭도 다양하다. 헤어스타일과 메이크업에도 변화의 바람이 불었다. 무심한 듯하지만 자연스러움을 강조한 헤어스타일이나 자칫 창백해 보일 수 있는, 한 듯 한 듯한 투명 메이크업이 대세로 자리 잡을 전망이다. 메이크업을 깨끗이 지우는 데 초점을 둔 클렌징 제품은 기계로 문지르거나, 솔을 이용하고 때론 거품 분사 방식 등을 이용, 실크 다양한 제품이 러시를 이루고, 주름을 지우개처럼 퍼준다는 링클 크레이미 날개 돌린 듯이 팔린다. 곱광, 윤광, 풀광을 만들어준다는 피부 톤 개선 파운데이션 역시 팡팡 피부 표현을 내세우며 그 어느 때보다 다양한 제품을 선보이고 있다. 헤어 제품 역시 마찬가지. 왁스나 헤어 젤 등 형태를 잡아주는 제품에 이어 머릿결 자체를 아름답게 가꾸어주는 에센스 제품이 나 헤어 팩, 그리고 윤기를 더해주는 에센스 스프레이가 인기다. 얼마 전까지 블랙, 핑크, 레드 등 감각적이고 화려한 모던 시크에 주안점을 두던 가전제품이나 실크대 등 주방 가구 역시 다시 화이트 컬러의 순수함과 심플함으로 화귀하고 있다. 말 그대로 화이트 가전의 복귀인 셈. 달라진 점이라면 단조로움을 피하기 위해 독특한 소재의 특징을 살리거나 펠이나 다이아몬드 느낌 등 수공예적 디테일로 고급스러움을 추구했다는 것. 이와 더불어 인테리어용품, 개인용 소형 가전제품, 컴퓨터, 자동차, 심지어는 애완용품까지 뉴 미니멀리즘의 흐름에 동참하고 있다. 1990년대 스타일의 대표 주자인 미니멀리즘에 추억을 덧입히고, 21세기식 세련미와 실용성을 가미한 뉴 미니멀리즘은 예코 과학과 맞물려 거부할 수 없는 새로운 시대의 트렌드가 되고 있다. 이제 화려하고 글래머러스한 여성이 아니라 차려입지 않은 듯 고급스럽고 품격 있어 보이는 여성, 대놓고 나 비싼 거야라고 으스대는 대신 은근한 멋이 녹아 있어 볼수록, 쓸수록 애착이 가는 제품에 마음이 간다. 이는 시대가 요구하는 아름다움에 대한 기준이 서서히 변하고 있음을 말해준다. '힐링과 착한 소비가 화두인 요즘, 장식을 배제하고 고급스럽고 자연 친화적인 소재, 과장되지 않은 슬림한 라인, 번쩍거리거나 요란하지 않은 차분한 톤, 안락한 느낌을 주는 내추럴한 색상, 아웃도어를 겸할 수 있는 실용성, 여기에 한 듯 한 듯 생기 넘치는 메이크업까지, 뉴 미니멀리즘은 오늘날의 현상을 대표하는 시대적 흐름으로 당분간 우리 곁을 지킬 것이다. **신 조영숙** (뉴 크로아) 패션 디렉터, 패션 칼럼니스트, 스타일리스트

MINIMALISM

letter of
n the subject
you write
men in to us.
fill out the
lon.

above regard,

술잔의 '꿀'에 담긴 존재의 이유



지난해 하반기 미식 여행담을 책으로 엮어낸 한 저자는 위스키를 등근 코냑 잔에 따라 마시곤 한다고 했다. 풍성한 툴립 잔이 위스키의 풍미를 머금고 있어 더 풍요워지는 느낌을 받기 때문이란단다. 세상의 모든 술잔에는 저마다 그렇게 생긴 나름의 이유가 있지만, 중요한 건 역시 마시는 이의 주관일 것이다. 칵테일 잔에 맥주를 따라 마신다 해도, 맛나고 행복하면 그만이다. 그렇다고 해서 술잔이 품고 있는 과학과 철학을 굳이 지나칠 이유도 없지 않을까. 아는 만큼 더 즐거울 수도 있으니 말이다. 지난 호 게재된 '와인 글라스의 미학'에 이어 증류주와 맥주 등 애주가들의 사랑을 듬뿍 받는 각종 술을 담는 소중한 잔의 '꿀'에 둘러싼 이야기 2탄을 소개한다.

지난 2월 중순 독일 프랑크푸르트에서 열린 세계 최대 규모의 소비재 박람회 '2013 암비엔테(Ambiente)'에 자리를 잡은 작은 부스 하나. 비록 대체로 온 품목의 향연이 벌어지지 않는 않지만, 자못 흥미로운 광경이 펼쳐져 관람객들의 발길을 멈추게 했다. 테이블 위에서 손잡이가 없고 밑이 평평한 투명한 유리 텀블러들이 재주라도 부리듯 제자리에서 뱅글뱅글 돌아가고 있었던 것이다. 비어 있든지 술이 채워져 있든지 상관없이 손으로 살짝 회전시키기만 하면 빙 돌도록 고안된 '로테이팅 글라스(Rotating Glass)'라고 했다. 몸체에 나선과 물방울 모양이 장식돼 있어 잔이 회전함에 따라 이 무늬들이 마치 위아래로 춤추는 것처럼 역동적으로 움직인다. 러시아에서 디자인, 독일에서 제작이 이뤄진다는 이 '슈투스(Stox)'라는 브랜드의 잔은 2009년 세계적인 디자인 상인 레드닷 디자인 어워드를 획득했으며, 이미 특허도 쫓았다. '돌돌 굴러는 재미가 쏠쏠한 이 제품 라인에 호텔, 레스토랑 등을 겨냥한다는 설명에 고개가 끄덕여졌다.

술잔의 대체로운 변화

언뜻 보기에는 평범한 유리잔이라도 이처럼 꾸준한 변화의 궤적을 그린다. '술잔의 진화를 뒷받침하는 증거의 조각들이 끊임없이 솟아나는 건 어쩌다 술이라는 존재가 인류에게 주는 의미의 무게를 알려주는 게 아닐까 싶다. 오죽하면 "좋은 술이 없는 곳에 좋은 삶이란 없다"라는 예찬론(벤저민 프랭클린)까지 나왔을까(물론 그는 "술이 나쁜 게 아니라 과음이 죄"라며 '넘침의 해악을 지적하는 걸 잊지 않았다). 그렇다면 좋은 술이란 뭘까. 최근 세계 곳곳의 다양한 술을 주제로 한 여행담을 담은 <스피릿 로드>라는 책을 낸 탁재형 PD는 '이야기가 풍부한 게 좋은 술'이라고 했다. 좋은 술일수록 풍부한 이야기와 목직할 울림으로 마시는 이에게 말을 걸어온다는 것이다. 이러한 탁목은 술의 짙은 울림에도 나름 적용되는 것 같다. 술맛을 극대화하는 기능과 디자인을 갖추었으면서도 뭉개 애깃거리로 보태줄 매력까지 지니고 있던 잔의 존재 이유는 넘치도록 강력하리라. 사실 투명도와 굴절도가 뛰어난 크리스털 유리는 17세기 후반에 들어서야 본격적으로 제작이 가능해졌으므로 술잔을 둘러싼 기술의 비약적인 발달은 그리 오래된 것은 아니다. 그러나 그 이전에는 이후에든 술잔에 대한 인간의 관심은 꽤나 컸던 것 같다. 문명이 발달하기 전, 소의 뿔로 만든 그릇이 흔했을 때는 밀이 뾰족해 내려놓지 못하고 들고 있어야 하는, 요즘 시각으로 보면 신기한 생김새의 술잔을 사용했다고 한다. 그러다가 석기, 목기, 자기, 금속 등 다양한 소재가 사용되면서 술잔은 기능적으로, 미학적으로 많은 발전을 해오고 있다. (이종기 교수의 술 이야기)라는 책에는 조선시대 실학자 이익의 글을 인용해 대대로 내려오던 크고 작은 다섯 종류의 술잔을 언급하며 "사람들은 예로부터 술잔에 관해 흥미가 많았던 것 같다"는 대목이 실려 있다. 개성이 워낙 다채롭고 다루기 까다로운 와인을 담는 잔의 세계만큼 섬세한 차이가 있는 것은 아닐지라도 이처럼 동양의 전통주나 맥주 같은 양조주, 위스키, 브랜드 등 증류주의 영역에도 술잔의 철학은 엄연히 존재한다. 술의 종류나 도수(알코올 농도), 기후 등에 따라 잔의 꿀이 빛어지고, 진화하고, 그에 따른 스토리가 엮어지는 것이다.

우아하게 매혹적인 브라운 스피릿의 세계

알코올 발효란 효모가 당을 섭취해 이산화탄소와 물로 분해되는 현상을 말한

다. 포도를 천연 발효시켜 숙성하는 와인과 샴페인, 곡물을 발효시켜 만드는 맥주, 막걸리 등을 양조주 또는 발효주라고 부른다. 그리고 흔히 스피릿(spirit)이라고 일컬어지는 증류주는 이러한 발효주에 열을 가해 증류함으로써 얻어지는 결과물이다. 그런데 발효주를 끓여 증기를 모으는 증류법으로 알코올 농도를 획기적으로 높일 수 있는 기술을 인류 최초로 습득한 건 아이로니컬하게도 현재는 술 문화가 그다지 자유스럽지 않은 이랍의 연구술사들이다. 알코올이란 단어 자체도 아랍의 단어를 어원으로 한다고, 사람들은 증류를 거쳐 얻은 고농도의 술을 신비스럽게 생각해 정신, 영혼, 참뜻이란 의미를 지닌 '스피릿'이라 부르게 됐다고 전해진다. 이 중에서도 브랜디와 위스키는 그 색상이 때문에 '브라운 스피릿(Brown Spirit)'이라고 부른다. 와인이나 사과주를 증류해 숙성시킨 게 브랜디, 곡물을 발효시킨 양조주를 증류해 얻은 술을 나무통에 넣어 오랫동안 숙성시킨 게 위스키이다. 한국인이 특히 오랫동안 사랑해온 브라운 스피릿의 대표 주자, 위스키를 마시는 데는 까다로운 규칙이 없다. 작은 잔에 따라 그대로 '스트레이트'로 마시거나 얼음을 넣어 '온더록'으로 마시거나 그냥 물에 타서 들어키기도 하므로 잔도 그에 따라 다양하게 사용된다. 블렌디드 위스키의 대명사인 발렌타인의 경우엔 지난해 발렌타인 17 밀트더프 에디션 론칭을 기념해 위스키에 미세한 워터를 첨가해 마시는 음용법을 제안하면서, 이에 맞는 아트 글라스를 특별히 제작하기도 했다. 유리공예 전문가인 홍성환 작가가 입으로 불어 만든 이 위스키 잔은 술을 따르는 에그 글라스(위), 얼음이나 물을 따르는 플라워 글라스(아래)가 하나의 세트 구조로 되어 있다. 먼저 에그 잔의 위스키를 맛본 뒤 남은 술을 플라워 잔에 다시 부어 이번엔 물이나 얼음과 함께 마시는 재미를 선사하는 것이다.

잔 테두리에 자리한 '휘어짐의 미학'

이처럼 새로운 음용 스타일도 생겨나고 있지만, 만약 극대화된 '향의 가치'를 만끽하고 싶다면 많은 전문가들이 권유하는 잔이 있다. 입구가 일자로 벌어져 있지 않고, 위스키 향이 제대로 퍼지는 시간을 주어 그 맛을 깨우고 잘 전달할 수 있도록 툴립 모양을 띤 세리 코파타나 노징 글라스이다. 또 맥켈란과 같은 싱글 몰트위스키는 영국 글라스 전문 브랜드 글렌캐린(Glencairn)의 꽃송이 모양 크리스털 전용 잔을 강력히 추천한다. 프리미엄 글라스 브랜드 리델(Riedel)이나 글렌캐린의 싱글 몰트 전용 글라스는 향을 잘 끌어낼 수 있는 곡선의 몸통에, 바깥쪽으로 약간 휘 잔 입구의 림(rim) 디자인을 덧대 액체가 단맛에 민감한 혀끝에 직접 부어지도록 과학적으로 고안된 것이다. 또 '술의 제왕'이라고도 칭해지는 코냑 같은 우아한 브랜드 종류도 특유의 원숙한 향을 풍성하게 발산할 수 있는 전용 글라스를 추구한다. 브랜디 전용 잔은 꽃 모양이긴 하지만 농도 짙은 향이 밖으로 빠져나가지 않고 글라스 안에서 서서히 휘감아 돌도록, 대개 와인 잔보다 입구가 더 좁고 배도 '똥선형'으로 더 통통하게 생겼다. (양주 이야기)의 저자 김준철 씨는 브랜디를 마실 때 두 손으로 글라스를 감싸듯이 잡으면서 충분히 향을 음미한 다음, 조심스럽게 입에 넣고 굴러듯이 맛보라고 조언한다.

화끈한 화이트 스피릿의 열정을 담은 잔

최근 국내 시장에서도 인기가 대단히 높은 보드카, 럼, 진, 테킬라 등은 증류주 중에서도 물처럼 투명한 무색을 띠기에 화이트 스피릿으로 불리기도 한다. 사실 이들 사츠는 칵테일의 베이스로 애용되기 때문에 전용 글라스를 논하는 게 별 의미가 없는 증류주이긴 하다. 하지만 이탈리아산 소주나 고향주로 여겨질 수 있는 그라파(Grappa)와 같은 화이트 스피릿은 생김새가 특별한 전용 잔을 많이 사용하는 품목이다. 달콤한 테다 소화 작용이 뛰어나다고 해 식후주로 자주 애용되는 이 술은 포도가 주원료인 브랜드의 일종으로 볼 수도 있지만, 실상은 와인용 포도즙을 짜고 남은 찌꺼기를 발효시킨 뒤, 그것을 증류해 얻는다고. 대개 숙성 과정을 거치지 않기 때문에 그 색이 투명하다. 그라파 글라스는 보통 입구는 살짝 바깥으로 휘어 있고 몸통이 좁고 긴데, 이는 공기와 접하는 면이 좁기 때문에 마시는 사람은 불같은 아로마가 아니라 여름 초원을 연상시키는 플로럴 아로마를 느끼게 하도록 디자인된 것이다. 리델의 국내 수입사인 대유라이프의 마케팅팀 최희정 팀장은 그라파 전용 잔 디자인에 대해 "술이 혀끝으로 아주 가늘게 흘러 들어와 증류주의 과실 풍미와 미세한 성

분을 두드러지게 한다"며 "알코올의 향은 나중에 강하게 느껴지지만 따뜻하게 목을 감싸 주며 다른 아로마들과 조화를 이뤄 상쾌한 뒷맛을 남긴다"라고 설명했다. 보드카 중에서도 최근 국내 시장에 공식 입성한 러시아산 프리미엄 보드카 벨루가(Beluga)와 같은 경우에는 전용 '얗 잔을 선보이고 있다. 일반 보드카와 달리 오크 통 숙성 과정을 거친 제품이기 때문에 그 특유의 깊은 풍미를 느끼기 위해서는 스트레이트 잔으로 마셔야 한다는 주장과 함께, 프리미엄 이미지에 어울리는 세련된 전용 잔을 내놓은 것이다. 후해와 키스피해산 캐비어를 뜻하는 브랜드명 '벨루기'를 상징하는 장식과 로고를 근사하게 장식한 잔의 독특한 디자인이 시선을 잡아끈다.

술잔은 과학과 미학의 복합체?

그렇다면 세계인들이 사랑하는 '일상의 술'로 통하는 맥주는 어떨까. 흔히 맥주와 동등주처럼 도수가 낮고 양이 많은 술에는 큰 잔을 사용한다는 진부한 상식과 맥주에는 해당 브랜드 로고를 새긴 전용 잔이 흔히 제공된다는 뻔한 사실 말고도, 남다른 비결이 있을까. 기네스와 같은 흑맥주의 경우, 그 특유의 곡선미가 돋보이는 전용 파인트 잔은 이미 꽤 널리 알려져 있다. 이 잔의 옆면이 굴곡져 있는 이유는 글라스 내부의 높은 밀도에 의해 이상적인 대류 흐름이 만들어지고, 이에 따라 우유 거품처럼 부드러운 베이시색 크리미 헤드 생성되기 때문이다. "아일랜드 리베릭대학 연구진의 연구 결과 일자 모양의 잔을 사용하면 이러한 현상이 나타나지 않는다"는 게 관계자들의 설명이다. 기네스를 수입하는 디아지오코리아에서 지난해 선보인 아일랜드 에일(al) 맥주 스미스윅(Smithwick's)에도 특별한 전용 잔이 따라 붙는다. 글라스 안 바닥에 레이지로 타공을 새겼는데, 이는 거품이 순환할 수 있는 작은 공기구멍과 같은 도우미 역할을 한다고. 프리미엄 맥주 시장의 인기가 식을 줄 모르고 있기 때문일까. 최근 들어 부쩍 맥주 회사에서 특별한 내공이 담긴 전용 잔을 앞다퉈 선보이는 모양새다. 하이네켄은 얼마 전 가장 이상적인 맛을 이끌어내도록 맥주를 따를 수 있다는 전용 잔을 내놓았다. 이 잔에 새겨진 타원형 곡선의 수평선에 맞춰 생맥주를 따르면 가장 이상적인 45도 각도를 유지할 수 있다는 주장이다. 또 하이네켄의 트레이드마크인 레드 스타의 어깨에 거품이 수평으로 자리 잡을 때가 가장 부드럽고 맛있는, 이상적인 양의 거품이 생긴 때라는 설명도 곁들였다.

자연의 정서가 깃든 전통주 술잔의 진화

서양과 달리 동양의 술잔은 전통적으로 대부분 도자기제로 만들어진 것도 그럴 만한 이유가 있다. 우리나라 일본의 청주나 중국의 황주 등 쌀을 원료로 한 술은 50~60°C로 데워서 마시므로 아무래도 도자기 잔과 잘 어울리는 것이다. 투박한 듯하지만 정감 가는 질감과 소박한 디자인의 막걸리 잔도 '서민'의 술이라는 정서와 공감이 잘 맞는다. 이러한 정서의 철학을 더욱 발전시켜 자연을 벗 삼아 풍류를 즐겼던 우리 민족과 어울리는 전통주 술잔 디자인의 진화를 꾀하는 시도도 흥미롭다. 예컨대, 안쪽의 비스듬한 경사로 술을 따르던 다양한 종류의 달을 연상케 하는 인상적인 모습이 연출되는 막걸리 잔 '호월배' 세트는 전통의 미학을 따르되 반짝이는 아이디어를 한 줄 얹은 대표적인 예라고 볼 수 있다. 2010년 전국 막걸리 잔 공모전 최우수작인 이 막걸리 잔 세트는 달의 정취를 노래한 이태백의 시에서 모티브를 얻은 작품으로, 막걸리의 불투명한 하얀색이 마치 밝은 달처럼 보이도록 잔 안쪽을 블록하게 디자인했다. 술을 채웠을 때는 보름달이지만, 마실수록 점차 초승달로 변해가는 달의 형상을 재미있게 표현했다. 술을 사랑했던 이태백과 지주 비교되는 인물로 고려시대의 주신으로 불리는 이규보의 시 '화류'는 이 글의 끝맺음에 아주 적절한 도우미인 것 같다. 이 명사야말로 만물이 기지개를 켜는 이 아름다운 소생의 계절에 애주가들에게 죄책감 없이 술잔을 들게 할 만한 '최고의 평계'가 되지 않을까. **SI** 에디터 고영연

하늘이 나로 하여금 / 술을 마시지 않게 하려면 / 꽃과 버들이 피지 말도록 하여라. / 화류가 꽃
다울 때 마시지 못하면 / 봄은 나를 버릴지언정 / 나는 못 버릴겠네. / 술잔을 들고 봄을 환
상할 때 / 봄은 더욱 좋다. - 이규보 '화류' 중에서





올리스 나르덴 마린 크롬 이터널 메카닉 크롬 이터널에서 확실한 성취를 이룬 브랜드인 만큼 기록성이 높고, 남성다운 페이스가 특징이다. 45mm에 달하는 볼드한 케이스, 2바늘 씩은 크라운을 더욱 극대화한다. 1천5백만원대.



카르띠에 탱크 솔로 스틸 워치 절제된 직사각형의 프레임 안에 우백색 다이얼, 블랙 로마자 인덱스의 강렬함이 돋보이는 카르띠에의 시그니처 디자인. 클래식한 다이얼 디자인 덕분에 다양한 소재의 스트랩에 모두 잘 어울린다. 3백만원대.

face Time

잘 만든 시계는 마치 사람과 같이 인상이 각기 다르고, 저마다의 얼굴이 있다. 남성미를 드러내는 강직한 디자인과 클래식하면서 유려한 곡선으로 섬세한 매력을 자아내는, 브랜드를 대표하는 워치 페이스 컬렉션. *photographed by yum jung hoon*

파르미지아니 1577-1921 카르띠에 1566-7277
 브레게 02-3438-6218 올리스 나르덴 02-2192-9628
 에르메스 02-3448-0728 예거 르플레르 02-3440-5522
 오메가 02-511-5797 블랑팡 02-3438-6268



브레게 클래식 7337 문레이조 오스틀 세컨드 이브라함 루이 브레게의 첫 번째 시계에서 영감을 받은 워치. 섬세한 기묘세 페넨과 문패이즈, 원들이 미묘하게 맞물리는 비대칭 구조를 우아하게 표현한 브레게의 전형적인 디자인이다. 4천만원대.



예거 르플레르 그랑 라베르스 캘린더 비올이 이상적인 새로운 긴 직사각형 다이얼에 다양한 인디케이터가 조화를 이루고 있다. 밤하늘을 나타내는 깊은 푸른색 다이얼이 인상적인 문패이즈 다이얼, 출중한 기묘세 장식이 아름답다. 2천7백만원대.



오메가 씨마스터 플래닛 오션 세라 골드 마치 견고한 건축물처럼 강직한 남성미가 느껴지는, 오메가를 대표하는 플래닛 오션 워치. 정원형의 모터보트 반박도며 단정하면서도 강인한, 완성도 높은 이미지를 선사한다. 3천7백만원대.



파르미지아니 칼마그리프 파르미지아니에서 스케이퍼 형태, 투너 웨이프 워치 컬렉션은 시간을 재는 최소 단위를 의미하는 칼마(Kalpa)라는 단어 이름이 시작된다. 다이얼 안에서 3개의 원이 맞물리며 균형을 선사한다. 3천만원대.



블랑팡 발루에 컴플리트 캘린더 케이스 인쪽에 인장적으로 자리 잡은 우백색 다이얼 위에 복잡한 기능들을 근대화 없이 심플하게 담았다. 동 형태 다이얼 위의 유려하고 섬세한 초침과 문침 덕분에 어느 방향에서든 세련미를 잃지 않는다. 3천만원대.



에르메스 아쓰 타임 서스펜디드 정원형 케이스를 사선으로 나누고, 유려한 이탤리칸으로 시간을 표시하는 기묘 있는 다이얼, 가볍게 떠 있는 시침과 분침, 심플한 바늘이 표시하는 날짜 창은 조화는 우아함 그 자체다. 2천4백만원대. 에디터 배미진

BOSS 0510/S www.hugoboss.com



BOSS
 HUGO BOSS
 eyewear

blooming Garden

다양한 색채의 수채화 물감으로 터치한 듯 투명하고 생동감 넘치는 플라워 프린트의 향연, *photographed by yum jung hoon*

(가운데 위부터 시계 방향으로) 다이아몬드 버클 장식의 화이트 컬러 클러치, 14X31cm, 20만원대 **테드 베이커**, 진한 녹색 바탕의 플라워 파우치, 17X21cm, 99만8천원 **필프 로렌 컬렉션**, 꽃무늬를 수놓은 파브릭 펌프스 67만원 **스텔라 마키트니 by 마이분**, 빨간색 꽃송이로 가득 찬 풍성한 스카프 46만원 **마크 제이콥스**, 볼드한 체인 형태의 플라스틱 네크리스 3백만원대 **프라다**, 도트와 줄무늬, 플라워 프린트가 섞인 실크 스카프와 북주머니 형태의 화려한 꽃잎 프린트 백 각각 40만원대, 2백10만원대 모두 **루이 비통**, 앙증맞은 사이즈의 꽃과 나뭇잎으로 장식한 클래식 클러치백, 14X23.5cm, 55만원 **레드 발렌타노**, 플라워 참 장식 키 링 겸 USB 36만원 **프라다**, 파란색 꽃송이와 구슬을 엮은 볼드한 네크리스 85만원 **랑방**, 붓으로 그린 듯한 꽃무늬가 인상적인 원피스, 치마 속에 풍성한 페티코트가 들어 있어 볼륨감 있는 향연이 완성된다. 44만6천원 **테드 베이커**, 아름다운 높이 이오프트 펌프스 85만원 **구찌**, 입체적인 플라워 장식의 쿠튀르급 벨름 모두 4백만원대 **사펠**, 에디터 **이예진**

필프 로렌 컬렉션 02-545-8200 **테드 베이커** 02-310-5112 **마이분** 02-6947-1270 **마크 제이콥스** 02-3446-8883 **루이 비통** 02-3432-1854 **레드 발렌타노** 02-3479-1436 **프라다** 02-3218-5331 **구찌** 1577-1921 **사펠** 02-546-0228 **랑방** 02-6905-3582



재료는 신선하게 인케이스

푸드는 찾기 쉽게 쇼케이스



두 개의 냉장실, 인케이스와 쇼케이스 그리고 혁신적인 콤비 메탈 디자인까지 이것이 전에 없던 냉장고, 지펠 푸드쇼케이스

먹고, 살고, 사랑하고 **삼성지펠** **푸드쇼케이스**



Gem forest

지저귀는 새, 피어나는 꽃, 자연의 생명력을 한껏 품고 있는 곤충과 나비들은 아주 오랫동안 주얼리의 영감이 되어 영원히 끝나지 않을, 고귀한 가치를 드러낸다. *photographed by yum jung hoon*



(가운데 위부터 시계 방향으로) 막 날아오를 듯한 나비의 아름다운 모습을 머뭇거리며 표현한 버터플라이 브로치, 가격 미정 반팔리프 아 펠, 관능적인 나츠를 모티브로 화이트 골드에 다이아몬드를 세팅한 캐세스 드 오가네 컬렉션 다이아몬드 네크리스, 6천원대 캐브피에, 라운드 브릴리언트 다이아몬드를 파베 세팅한 잠자리 브로치, 1천원대 티파니, 화이트 골드 네크리스에 마치 자수를 놓은 듯 다이아몬드를 심세하게 세팅해 만개한 꽃을 표현한 캐브피에 브로치, 5천원대 45만원 사벨 화인 주얼리, 이탈리아로 뻗을 의미하는 세르펜티 컬렉션, 벨의 비늘 모양을 형상화해 유연하게 움직이는 브레이슬릿이다. 5천원대 불가리, 우아한 사무라 링크 골드에 다이아몬드를 세팅해 장미 숲을 표현한 화려한 서플로루이드 로즈 네크리스, 가격 미정 타사키, 옐로 컬러의 최상급 천연 옐로 펄 26.4캐럿을 중앙에 세팅한 꽃 모티브 마가렛 브로치 가격 미정 부세론, 러브 버드 모티브의 캐브피에 나뭇잎만 컬렉션 브레이슬릿, 사랑과 파트너십을 표현하는 이름 다은 의미를 지닌 주얼리다. 가격 미정 캐브피에, 컬러와 카빙이 모두 다른 다양한 스톤을 매치해 화려한 에디션과 인 에디션 컬렉션 링, 2천만 원대 불가리, 바이올렛 컬러 차보라이트를 조각해 완성한 캐세스 드 오가네 파르 캐브피에 컬렉션, 러시아의 바이칼 호수 근처에서 발견한 원석이다. 5천원대 캐브피에, 오픈 워크 기법으로 캐브피에를 표현한 캐브피에 브로치 주얼리 워치, 꽃송이를 열린 시계를 알리는 다 이얼을 확인할 수 있다. 가격 미정 사벨 화인 주얼리, 부귀와 장수를 상징하는 가목이를 형상화한 티플 링, 옐로 골드에 붙든 타이거 아이를 조각해 가목이 등감정을 표현했다. 2천만 원대 부세론, 에디터 배어린

불가리 02-2056-0172 타사키 02-3461-5558 사벨 화인 주얼리 02-3442-0962 티파니 02-547-9488 반팔리프 아 펠 02-3440-5660 캐브피에 1566-7277 부세론 02-543-6523



inpres X C's

핀을 향해 하늘 높이 날아가는 아름다운 샷! 나도 모르게 우월감이 느껴집니다.

야마하의 "사이언스 테크놀로지"는 세계 항상 놀라움의 대상입니다.

the great Gatsby

20세기 미국 문학 최고의 걸작이라 불리는 <위대한 개츠비>와 세기의 디자이너 미우치아 프라다가 만났다. 이탈리아를 넘어서, 패션 그 자체를 상징하는 프라다가 사치스럽고 방탕했던 20세기 미국 상류 사회의 절정을 섬세하고 아름다운 드레스로 수놓았다.

프라다를 입은 위대한 개츠비

영원히 변주되는 세기의 테마가 있다. F. 스콧 피츠제럴드의 소설 <위대한 개츠비> 역시 영원히 끝나지 않을 것만 같았던 화려한 시절의 이야기를 노래한다. 국내에서는 1970년대 로버트 레드퍼드와 미아 페로가 주연한 <위대한 개츠비>가 추억 속에 각인되어 있지만, 이제 현대 시대를 반영한 새로운 개츠비가 필요한 순간이 왔다. 바즈 루어만 감독이 메가폰을 잡고 레오나르도 디카프리오가 연기하는 개츠비는 어떨까. 여기에 미우치아 프라다가 의상을 디자인한다면? 마치 꿈같이 느껴지는 이야기지만, 오는 5월 개봉하는 2013년판 <위대한 개츠비>는 이 모든 신화를 현실화했다. 그 까다로운 미우치아 프라다가 이 영화의 의상을 만든 결정적 이유는 바즈 루어만 감독과의 인연 때문이다. 프라다는 이미 17년 전인 1996년 레오나르도 디카프리오 주연의 영화, 현대판 <로미오와 줄리엣>에서 처음으로 바즈 루어만 감독과 성공적으로 콜라베이션했고, 바즈 루어만 감독은 2012년 뉴욕 메트로폴리탄 박물관에서 열린 미우치아 프라다와 엘자 스키아파렐리의 <불가능한 대화> 전시회에서 전시를 총괄하는 크리에이티브 컨설턴트로 활약하기도 했다. 이러한 감독과의 인연으로 미우치아 프라다는 유명한 커스텀 디자이너인 캐서린 마틴과 콜라베이션해 미우미우와 프라다의 각테일 드레스, 이브닝 드레스 40여 벌을 비스포크 컬렉션(맞춤 제작)으로 선보이게 된 것이다.

과거의 모든 아름다운 판타지를 담다

영화에서 선보이는 모든 의상은 최근 20여 년 동안 프라다와 미우미우의 런웨이 룩에서 영감을 받아 만든 것으로 디자이너의 지난 세월을 재해석한 새로운 아카이브라 할 수 있다. 영화 속에서 의상은 굉장히 중요한 역할을 하는데, 이는 미국의 재즈 시대(Jazz Age)라 불리는 독특한 시대적 배경을 표현하기 위한 결정적 장치이기 때문이다. 원작자인 F. 스콧 피츠제럴드가 정의한 재즈 시대는 1920년대 경제성장에 따라 유례 없는 번영을 누린 미국 사회, 황금만능주의가 팽배한 대신 도덕성이 결여된 백만장자들이 넘치는 사치스러운 사회상을 반영하는 중요한 미장센이기 때문이다. 여자 주인공인 제이(캐리 멀리건)가 착용한 수많은 드레스는 그 시절 호사스러움을 그대로 반영한다. 1920년대의 향수를 풍기면서, 흐르는 듯한 실루엣이 몸을 조이지는 않지만 슬림해 보이는 젊은 여성들의 의상을 선보인다. 빛나는 실크 가운데 크리스털과 시퀸 임브로더리 장식, 벨벳, 모피, 칠링이는 술 장식까지, 더할 수 있는 모든 것을 장식한 화려한 의상부터 동화같이 화려한 개츠비의 저택에 어울리는 화려한 드레스들이 실세 없이 등장한다. "특권층을 갈망하는 계층과 부유한 롱아일랜드의 아이비리그 룩, 그리고 유려피어 글래머 스타일의 양분화된 스타일이 공존하며 세련미와 퇴폐적인 매력 넘치는 것을 표현했습니다"라고 영화의 전체 커스텀을 디자인한 캐서린 마틴은 이야기한다. 바즈 루어만 감독과 미우치아 프라다는 역사 속에 숨겨진 매력적인 요소들을 찾아 현대적으로 재해석하는 것을 즐기는데, 이러한 공통의 관심사가 영화 <위대한 개츠비>를 만나 성공적인 결과를 이끌어낸 것이다. 에디터 **배미진**



5 6



1, 5, 6 미우치아 프라다가 직접 디자인한 의상을 입고 있는 영화의 장면들.
2 벨벳 소재 드레스, 시퀸 장식과 글라스톤 소재의 프린트로 장식했다.
3 여주인공 캐리 멀리건을 위해 디자인한 드레스의 스케치로, 시대적 배경을 재해석해 연출했다. 작은 메달 링으로 짜인 그물에 크리스털 드롭을 상투리에 스타일로 장식했다. 4가는 목을 돋보이게 하는 울타릭 드레스, 블랙 실크와 풀을 섬세하게 사용해 영화의 주요 장면인 파티의 화려한 분위기를 표현하는 결정적 역할을 하는 드레스다.

스타일링: 00000000

Most Loved

건고함과 부드러움이 공존하는 배우 하석진이 따뜻한 봄날을 전한다.
photographed by kim hyung sik

레드 컬러 셔츠,
네이비 팬츠 모두 **디올 옴므**.
메달 워치 **태그호이어**.

화이트 스카프, 프린트 셔츠와
재킷, 팬츠, 블랙 슈즈
모두 에르메네집도 제나.



스트라이프 블루종과
팬츠 모두 쿠르드.





그린 컬러 피케 셔츠,
실크 스카프, 화이트 팬츠 모두
구찌. 그린 컬러 토트백 콜롬보
비어 델라스피가, 화이트
다이얼 워치 태그호이어.



연한 민트 컬러 셔츠,
그린 도트 패턴 타이 모두
버버리 프로섬. 레드 컬러 라빈
슈트 브리오니. 버건디 컬러
슈즈 가르마나 by 유니페어.

글리터링한 셔츠, 블랙 타이,
블랙 팬츠 모두 **바버리 프로섬**,
그린 컬러 브리프 케이스 **쿠론**.



코랄트 블루 메시 셔츠,
네이비 패턴 스카프, 브라운 팬츠
모두 **Z 제나**, 블랙 라바 스트랩
워치 **에르메네갈도 제나**,
슈즈 **벨루티**.

구찌 1577-1921
에르메네갈도 제나 02-2240-6521
콜롬보 바이 엘라스피가
070-7130-9200
Z 제나 02-546-6587
브리오니 02-6905-3760
다울 올드 02-518-0270
바버리 프로섬 02-3485-6583
태그홀이어 02-548-6020
쿠드 02-3443-9406
유니버서 02-542-0370
쿠론 02-3677-9406
란스미어 02-542-4177
벨루티 02-3446-1895



스타일 디렉터 **김우리**
어시스턴트 **최성호**
헤어&메이크업 **김환**
에디터 **배미진**

* 본 화보에 나온 제품의 상세한
가격 정보는 (스타일 조선훈보)
홈페이지에서 확인하실 수 있습니다.
www.stylechosun.com

Just be with me

엘버 엘바즈를 추종하고 랑방을 사랑하는 우아하고 당찬 여성이라면 반가워할 만한 소식이 있다. 바로 랑방의 DNA를 담은 엘버 엘바즈의 첫 번째 향수, '랑방 ME 오드 퍼퓸'이 출시된 것. 관능적이고 생기 넘치는 내(ME) 자신을 위한 'ME'를 소개한다.

엘버 엘바즈가 창조한 진정한 여성 향수

"남성의 눈을 의식한 여성 드레스는 디자인하지 않는다. 여성 본인 스스로를 사랑하게 만드는 드레스를 디자인할 뿐". 이는 프랑스를 대표하는 패션 하우스 랑방을 이끌고 있는 크리에이티브 디렉터 엘버 엘바즈가 언급한 그의 디자인 철학이다. 그만큼 능동적이면서 관능적인 동시에 당차고 사랑스러운 여성의 모습을 추구하는 랑방은 브랜드의 DNA와 엘버 엘바즈의 철학을 담은 그의 첫 번째 향수, 'ME 오드 퍼퓸'을 선보인다. 랑방의 쿠투르 아이템을 사랑하는 모든 여성에게 헌정하는 이 향수는 향은 물론 보틀과 박스 패키지, 세세한 장식까지 브랜드의 여성상을 완벽히 재현한 듯 세련되고 재기 발랄하면서 관능적이다. ME 오드 퍼퓸은 나답게, 내(ME)가 되자라는 신조답게 자기 스스로를 소중하게 생각하는 개성 있는 당찬 여성에게서 영감을 받아 탄생했다. 패션 디자이너 엘버 엘바즈와 향수 디자이너 도미티유 메르티에가 만나 탄생시킨 향수 이상의 것, 즉 패션과 향수의 세계를 블렌딩한 결정체다.

랑방의 DNA를 담은 'ME 오드 퍼퓸'

ME 오드 퍼퓸은 화사하게 민발한 플라워의 생기발랄함을 갖춘 플로럴 계열 향수다. 만다린과 블루베리의 달콤한 과일 향을 시작으로, 미들 노트로 갈수록 튜베로즈와 로즈 압솔류의 여성스럽고 우아한 향취를, 마지막으로 리커리스블랙우드와 샌달우드가 전하는 부드럽고 관능적인 향을 느낄

수 있다. "중독성 있고 우아한 특색을 지닌 관능적인 향을 원했습니다. 더불어 랑방의 상징적인 컬러인 블루를 표현하기 위해 스파클링한 블루베리 액센트를 조합했습니다"라고 향수 디자이너 도미티유 메르티에는 설명한다. 랑방의 시그니처 컬러인 블루를 처음으로 향수 패키지에 접목한 것 또한 주목할 만하다. 마치 예쁘게 포장한 선물처럼 블루 박스에는 골드 리본 일러스트를, 보틀에는 골드 체인과 블루 크리스털 장식을 더해 스스로에게 'ME'를 선물 받는 듯한 느낌을 표현했다. 보틀은 클래식함과 모던한 요소가 공존하는 독창적인 디자인으로, 랑방의 쿠투르 작품에서 볼 수 있는 요소들을 곳곳에 반영했다. 검은색 캔에는 잔느 랑방이 사랑하는 디자인이 새겨져 있고, 부드럽게 처리한 모서리의 사각 형태는 유행의 중심에 있는 보틀의 힘을 표현했다. 또 목직인 글라스는 신념과 자신감, 그리고 변치 않는 매력을 연상시킨다. 블루 톤의 크리스털과 순금 체인 장식의 부드러운 터치와 패션과 향수의 유대를 표현하고 있다. 황홀하고 관능적이며 하이 패션 그 자체인 ME 오드 퍼퓸. 이는 우아하고 스타일리시한 파리시엔의 감각을 보여주면서 대담하고 독창적이며 새로운 시그니처 향기의 탄생을 상징한다. 30ml 6만5천원, 50ml 9만3천원. 문의 080-800-8809 에디터 권유진



1 우아하고 관능적이며 당찬한 여성을 모티브로 한 랑방의 DNA를 그대로 느낄 수 있는 광고 속 랑방 우인. 2 엘버 엘바즈가 직접 디자인하고 제작한 그의 첫 번째 향수, 랑방 ME 오드 퍼퓸. 3 패션 하우스 랑방을 이끌고 있는 크리에이티브 디렉터 엘버 엘바즈.

sunday brunch with Food Showcase

집에서도 분위기 있게 브런치를 즐길 수 있는 방법이 있다. 신선한 재료로 마련한 홈메이드 푸드, 가족의 기분 좋은 참여, 밝은 햇살이 도와준다면 말이다. 냉장실이 2개인, 전에 없던 냉장고 삼성 자펠 푸드쇼케이스가 있다면 한가로운 일요일 온 가족이 함께 브런치를 준비하며 즐거운 시간을 보낼 수 있다.

photographed by lim taee joon



The Best, the Highest

지금 가장 뜨거운 브랜드를 꼽으라면 IWC, 그중에서도 대표 제품을 이야기한다면 무엇보다 포르투기즈 컬렉션이다. 남자들의 마음을 완전히 사로잡아 기록적인 성장을 이루어낸 IWC 최고의 컬렉션이 올해 포르투기즈 크로노그래프 클래식 모델로 새롭게 선보인다.

국내에서 많은 남성들에게 뜨거운 사랑을 받고 있는 IWC, 정식 명칭은 IWC 샤프하우젠(IWC Schaffhausen)으로 1868년 창립해 완벽한 기술력을 추구하며 그 명성을 지속하고 있다. 1백40년이 넘는 역사를 지탱하는 것은 '프로부스 스카프시아(Probus Scafusia)'라는 슬로건으로 샤프하우젠으로부터 전해온 정교하고 신뢰할 수 있는 장인들의 시계 제조 기술을 의미한다. IWC의 모든 시계에 새겨져 있는 프로부스 스카프시아 마크는 최고가 아니면 만들지 않겠다는 자부심과 책임감을 상징하는 IWC의 약속. 수많은 기술적 성과와 성장, 세계적인 명성이 이를 증명한다. 이러한 견고한 철학과 투철한 자부심 아래 역사적인 시계들이 탄생했는데 그중 가장 대표적인 것이 바로 포르투기즈 컬렉션(Portuguese Collection)이다. 정밀 공학이 만들어낸 최고의 걸작이라 칭송받는 이 시계는 지난 70여 년 동안 기계식 시계의 역사에서 랜드마크 역할을 충실히 하고 있는 컬렉션으로 1939년 처음 발표된 이래 유행을 따르지 않고 IWC만의 색깔을 고집한 디자인이다. 포르투기즈 컬렉션은 1930년대 세계 업계에서 일하고 있던 2명의 포르투갈인 사업가가 샤프하우젠에 위치한 IWC의 매뉴팩처를 방문해

머린 크로노미터(항해용 정밀 시계)의 정확성을 갖춘 손목시계 제작을 의뢰한 것이 계기가 되었다. 1939년, 화중시계의 얇은 무브먼트를 손목에 올린 빅 다이얼 위치의 시초, 최초의 포르투기즈가 등장한 것이다. 이후 포르투기즈 컬렉션은 최상의 컴플리케이션 모델들을 추가하면서 IWC의 대표 모델로 성장해왔고, 그중 많은 사랑을 받은 것이 바로 포르투기즈 크로노그래프다. 클래식함과 스포티함이 어우러진 디자인에 현대적인 기술력을 더한 IWC의 베스트셀러로 남성은 물론, 빅 다이얼 위치를 선호하는 여성들에게도 많은 사랑을 받는 독보적인 모델이다.

올해 포르투기즈 크로노그래프가 클래식한 버전으로 새롭게 선보이는데, 기존 컬렉션이 지닌 클래식한 디자인에 몇 가지 섬세한 터치를 가미해 더욱 매력적이다. 아라비아숫자 인덱스와 레일 웨이 트랙 스타일의 챔터 링, 날렵하게 디자인한 핸즈의 고전적인 디자인이 눈길을 끈다. 12시 방향에 위치한 12시간 카운터 창은 경과된 시간과 분을 2개의 핸즈로 보여주는 특별한 기능을 선보인다. 백케이스의 사파이어 글라스를 통해 볼 수 있는 자사 무브먼트 칼리버 89361의 로터는 제네바 고유의 스트라이프 문양인 코트 드 쥐네브(Côtes de Genève)를 새겨 넣어 신뢰감을 더한다. 포르투기즈 크로노그래프 클래식은 실버 컬러가 도는 다이얼 혹은 어두운 그레이 컬러의 다이얼에 18K 레드 골드, 스테인리스 스틸 케이스 등 총 네 가지 모델로 선보인다. 문의 02-2639-1950 에디터 배미진



1 세련된 선택은 포르투기즈 크로노그래프 클래식 광고 비주얼은 IWC 고유의 느낌을 그대로 담고 있다. 2 18K 레드 골드 케이스에 어두운 그레이 컬러 다이얼을 매치한 독특한 느낌의 디자인. 화이트 다이얼도 선택할 수 있다. 3 스틸 케이스에 화이트 다이얼을 매치한 디자인. 역시 같은 케이스에 그레이 컬러 다이얼을 매치한 디자인도 출시했다.

인테리어는 삼성 자펠 푸드쇼케이스를 소개하는 이 공간. 패션 쇼룸과 레스토랑을 겸용하는 이 공간은 현대적이고 감각적인 분위기를 연출하고 있다.

우리가 원하던 타임리스 디자인

모던한 화이트 컬러의 주방을 더욱 세련되게 만들어줄 투톤 콤팩트 메탈 디자인을 본 순간, 양하는 선택을 망설임 필요가 없었다. 냉동실과 냉장실의 도어 컬러를 투톤으로 처리한 삼성 자립 푸드스케이프는 내가 원하던 미니멀한 타임리스 디자인이다. 특히 신선하게 보관해야 하는 식재료는 인케이스, 자주 먹는 푸드를 보관하는 쇼케이스로 공간을 분리한 냉장고라는 점도 마음에 들었다. 가족 구성원의 니즈를 충족시키는 맞춤형 냉장고는 워런까지 맞닿아 부부에게 다같이 유용한 기능으로 가득했다.



이오펀드 식탁 위 오렌지 컬러 볼, 화이트 컬러 냄비는 모두 **크루제** 제품. 인케이스 가장 위의 스틸 바구니, 싱크대 위의 알레씨 모가 포트는 모두 **더플레이스** 제품. 싱크대 위 스틸 냄비와 조리 도구는 모두 **휘슬러** 제품.

이제는 쇼케이스 패밀리 존

드링크, 소스, 간식 등 자주 먹는 푸드를 찾기 쉽게 보관하는 쇼케이스는 아빠가 자주 사용하는 공간. 6개의 케이스로 구분한 쇼케이스는 달걀, 치즈, 소스 등을 보관할 수 있도록 마련한 쿠킹 존, 드링크, 스낵, 손질한 과일 등을 정리할 수 있는 아빠의 단골 킨 패밀리 존, 그리고 우유, 요거트, 쿠키 등을 사람에 보관할 수 있도록 한 키즈 존으로 나뉜다. 냉장실 문 전체를 열지 않고도 쇼케이스 도어만 열면 자주 먹는 음식을 손쉽게 보관하고 찾을 수 있다.



준비만으로도 소풍 같은 하루

인케이스에서 꺼낸 채소와 과일, 쇼케이스에서 꺼낸 치즈와 드레싱을 혼합해 샌드위치와 샌드위치를 만들었다. 그저 신선한 재료를 꺼내 가족과 함께 준비하는 것만으로도 주말은 즐거운 날들이 장사가 될 수도 있고, 분위기 좋은 카페가 될 수도 있다.



아이를 위한 맞춤 공간, 키즈 존

냉장실 도어에 있는 2개의 손잡이 중 아이의 눈높이에 맞는 아래쪽 손잡이를 닿기 쇼케이스가 열린다. 그리고 역시 아이의 눈높이에 맞는 낮은 곳에 키즈 존이 자리한다. 사람 형태로 구성된 키즈 존에는 아이가 즐겨 먹는 우유와 요거트, 간식 등을 보관했다. 엄마, 아빠가 분주하게 브런치를 준비하는 동안 레오는 알아서 자신의 간식가득을 챙긴다. 특히 상성 자제만의 메탈 콜링 기술을 적용한 '푸드스케이프'는 도어를 자주 여는아도 냉기를 머금어 내부를 차갑고 신선하게 유지할 수 있는 기능도 갖추었다.

재료는 인케이스!

과일, 채소, 달, 육류 등 식재료를 신선하게 보관하는 인케이스(INCASE)는 양미가 즐겨 쓰는 공간이다. 하우스 브런치를 위해 오전에 준비한 타르트를 꺼내고 각종 과일을 준비하는 엄마, 인케이스에서 꺼낸 신선한 재료들이 어떤 메뉴로 변신할지 지켜보자.



주말의 하우스 브런치 타임

신선한 재료로 마련한 샌드, 샌드위치, 홈메이드 요거트와 드링크로 레오 가족의 즐거운 주말이 시작됐다. 가족 모두가 푸드스케이프와 함께 마련한 주말의 볼맞이 브런치 타임은 아이와 잊지않을 즐거운 시간이 됐다.



창가에 걸린 컬러풀한 깃발 장식은 **필리핀**. 아빠가 입은 화이트 반소매 셔츠와 레오(어드만) 오렌지 컬러 니트 톱, 팬츠 모두 가격 미정 **Z** 제너. 엄마가 입은 플라워 프린트 원피스 가격 미정 **보타가 베너**. 아이가 입은 스트라이프 톱 **앤원데 세인트 제임스**, 옐로 컬러 데님 팬츠 **앤드찬원 겹키즈**.



my premium Lifestyle

'2개의 냉장실'이라는 발상의 전환으로 사용자의 편의와 공간 활용을 극대화한 냉장고가 등장했다. 6개의 케이스로 구분된 맞춤형 수납공간 '쇼케이스'를 갖춘 '삼성 지펠 푸드쇼케이스 FS9000'이 그 주인공이다.



2개의 냉장실, 인케이스 & 쇼케이스

'삼성 지펠 푸드쇼케이스 FS9000'은 1개의 냉장실을 '인케이스'와 '쇼케이스'라는 2개의 냉장실로 나누었다. 자세히 들여다보면 하나의 냉장실 문에 인케이스를 열 수 있는 상부 손잡이와 쇼케이스를 여는 하부 손잡이를 따로 둔 것을 알 수 있다. 상부 손잡이를 당기면 사용 빈도가 낮고 부피가 큰 식재료를 보관한 인케이스 냉장실이 열리고, 하부 손잡이를 당기면 자주 먹는 음식과 드링크류를 보관할 수 있는 쇼케이스 냉장실이 열리는 방식. 인팩으로 구분된 2개의 냉장실은 재료의 신선함을 유지하는 것은 물론 가족의 편의까지 고려한 혁신적인 구성이다.

새로운 라이프스타일을 고려한 냉장고

맞벌이 가정이 늘면서 주방에서 아내와 아이들의 역할도 달라지고 있다. 엄마에게만 의존하던 주방의 라이프스타일이 변화하고 있다는 것. '삼성 지펠 푸드쇼케이스'는 변화된 라이프스타일을 반영해 가족 모두가 편리하게 음식을 분리, 보관할 수 있고 쉽게 찾을 수 있도록 수납공간을 분할했다. 하나의 냉장실에 2개의 보관 공간을 두어 엄마가 주로 사용하는 식재료는 인케이스로, 아내와 아이들이 즐겨 찾는 간식과 드링크류는 쇼케이스로 분리할 수 있게 했다. 냉장고 앞에서 원하는 재료를 찾기 위해 더 이상 헤맬 필요가 없다.

인케이스와 쇼케이스의 역할 분담

냉장실 안쪽에 자리한 인케이스에는 육류나 생선, 과일, 채소와 같은 식재료를 보관한다. 쇼케이스의 활용도 덕분에 인케이스에 보관한 재료는 늘 신선하고 촉촉한 상태를 유지할 수 있다. 쇼케이스 도어를 열면 음료뿐 아니라 간단한 반찬이나 샐러드, 아이들 간식, 우유, 소스 등 자주 먹는 음식을 손쉽게 찾을 수 있다. 6개의 케이스가 깔끔하게 공간을 분리한 쇼케이스는 사용자에 따라 엄마를 위한 쿠키 존, 온 가족을 위한 패밀리 존, 아이를 위한 키즈 존으로 나뉜다. 특히 아이의 눈높이와 어른의 키 등 사용자의 체형을 고려한 공간 구성이 눈에 띄는 배려다.

아이디어 이상의 기능

공간 구성만으로도 '혁신'을 표현하는 '푸드쇼케이스'는 삼성 지펠 고유의 독립 냉각 기술과 '메탈 쿨링 커버'를 적용해 기능 면에서도 완벽함을 놓치지 않았다. 쇼케이스를 자주 여닫아도 내부는 차갑고 신선하게 유지되며, 냉장실의 찜맛살에는 음식별 최적의 온도로 보관할 수 있다. 또 냉장실의 세균을 99.9% 제거해주는 '이온살균 청정기+' 기능으로 위생성도 강화했다.

양보할 수 없던 프리미엄 디자인

'삼성 지펠 푸드쇼케이스 FS9000'은 두 가지 컬러의 메탈을 사용한 콤팩트 디자인으로 획일화된 냉장고 도어의 고정관념을 깨는 동시에 고급스러운 스타일도 놓치지 않았다. 패턴과 색상 변화로만 냉장고의 외관을 표현했던 기존 방식과 달리 냉장실과 냉동실 전체의 컬러를 분리하는 동시에 조화를 시킨 덕분에 시간이 흘러도 질리지 않는 품격과 트렌디한 맛을 충족시킨다. 이번에 선보인 '지펠 푸드쇼케이스 FS9000'은 834L 3층, 856L 3층이 있고, 판매 가격은 3백70만~4백40만원이다. 문의 02-2255-0114

www.stylechosun.com

럭셔리 그 이상의 감각과 품격이 함께하는 <스타일 조선일보>의 홈페이지. 지금 바로, 새로운 온라인 미디어를 경험해보시기 바랍니다.

New Start!
<스타일 조선일보>의 홈페이지가 새롭게 개편되었습니다.

- * 깔끔하고 보기 편안한 구성
- * 품격 있는 라이프스타일을 제안하는 풍성한 콘텐츠
- * 실질적인 쇼핑에 도움을 주는 풍부한 정보
- * 하이 퀄리티의 다양한 선물 이벤트
- * <스타일 조선일보> 과월호 다시 보기 서비스



Event

- 1 <스타일 조선일보>와 MCM이 함께하는 상급한 캔디 백 스타일링 이벤트
독일 명품 브랜드 MCM이 봄을 담은 상급한 캔디 백 론칭을 기념해 <스타일 조선일보>와 함께 스타일링 이벤트를 진행합니다. 블로그와 홈페이지에 올린 에디터와 스타일리스트의 캔디 백 스타일링을 보고, 제품에 대한 기대감과 느낌을 댓글로 남겨주세요. 화사한 멜로와 코랄 컬러의 캔디 백을 각각 독자 2분에게 선물로 드립니다!
응모 기간 2013년 4월 8일(월)~2013년 5월 6일(월)
- 2 이탈리아 유기능 브랜드 오엠(OM)과 함께하는 릴레이 이벤트
이탈리아 유기능 브랜드 오엠(OM)을 아시나요? <스타일 조선일보> 에디터가 오엠의 대표 화장품 6세트를 직접 사용해보고 3주간 블로그를 통해 생생한 후기를 전달합니다. 사용 후기 포스팅에 댓글을 남겨주시면 6분을 선정해 오엠 화장품을 선물로 드립니다.
응모 기간 2013년 4월 17일(수)~4월 26일(금)
- 3 <스타일 조선일보> 92호 기사에 댓글을 남기시면 르크루제를 선물로 드립니다!
<스타일 조선일보> 홈페이지에 회원 가입 후 4월 17일 발행하는 92호 기사에 댓글을 남겨주시는 독자 4분을 추첨해 르크루제 냄비 2개와 그릴 2개를 선물로 드립니다.
응모 기간 2013년 4월 17일(수)~5월 19일(일)

응모할 곳

<스타일 조선일보> 홈페이지
www.stylechosun.com

<스타일 조선일보> 블로그
blog.naver.com/stylechosun



BB for men

(왼쪽 윗부터 시계 방향으로) 리리코스 올드 마린 비비 SPF 33/PA+++ 미백, 주름 개선, 자외선 차단에 효과적인 3중 기능성 제품. 남성의 피부 가장 자연스럽게 밝힐 수 있는 블루 컬러를 배합해 자연스러운 피부 톤으로 표현해준다. 달아오른 피부를 진정시키고 활력을 더하는 비타민과 미네랄, 해조류 추출물을 함유하여, 극도로 미세한 실크 파우더가 오우만 되면 과잉 분비되는 피지를 잡아준다. 50ml 425천원, 문의 080-023-5454

다카지르트 포맨 액티브 비비 블록 강력한 자외선 차단과 유분 조절 기능을 내세운 BB크림. 티트리 오일과 미치현 추출물, 비타민 E 유도체 등의 성분이 산화 스트레스와 각종 유해 환경으로부터 피부를 보호하고 자극받은 피부를 다독여준다. 가볍고 밀리지 않는 텍스처와 수시로 덧바르면 기운이 활력이 많은 날에 특히 유용하다. 50ml 2219천원, 문의 1544-6453

헤라 셀 프로텍션 에센스 인 비비 강력한 피지 컨트롤과 피부부의 유분기과 번들거림을 빠르게 잡아주는 BB크림. 모공 커버 폼 플렉스가 여드름이나 트러블 등 피부 요철을 커버해 부드러운 인색을 만드는 데 도움을 준다. 발림성이 좋은 리퀴드 플루이드 타입이며, 밝은 피부 톤과 아두로 피부 톤을 위해 두 가지 색상으로 선보인다. 50ml 3215천원, 문의 080-023-3332

클리닉 UV 플러스 퍼펙팅 크림 하이 프로텍션 비비크림 불규칙한 피부 톤을 즉각적으로 정돈해주는 동시에 자외선과 공해, 유해 환경으로부터 피부를 3중으로 보호하는 BB크림. 블랙라틴트 세라 추출물과 칸넬루프 엘론의 강력한 항산화 효과로 피부 노화의 시간을 늦춘다. 아시아 여성을 타겟으로 한 피부부를 자연스럽게 케어하는 효과 덕분에 남성에게도 추천한다. 30ml 5219천원, 문의 080-542-9052

남성 BB크림이 단점을 벗고 새로워졌다. 가벼운 텍스처로 발림성을 높였을 뿐만 아니라 화장한 티가 나지 않는 자연스러운 피부 톤 보정에 미세한 주름까지 페워주어 로션만 바르던 남성들까지 사로잡고 있다. *photographed by yum jung hoon*

비오렘 올드 앤티어징 B.B SPF 50 BB크림을 썼더니 윗가구를 뒤집어 쓴 듯 하얗게 들뜨고 번들거림이 심했다는 남성들의 반응을 토대로 텍스처 개선에 가장 큰 공을 들여 완성했다. 가볍고 실크한 로션 텍스처로 밀착력을 높인 것은 물론 SPF 50의 강력한 자외선 차단으로 칙칙나 피부 트러블이 올라오는 것을 막는다. 30ml 4218천원, 문의 080-022-3332

라세즈 올드 선 BB SPF 40 PA++ 넓은 모공과 눈에 띄는 잔주름을 메워주고 피지 흡수 파우더가 유분기를 잡아주는 남성 전용 BB크림. 브랜드의 독자적인 남성 피부 맞춤 워터인 '워터 비 워터'의 강력한 수분 충전을 통해 힘을 잃은 피부에 생기를 더한다. 미백 기능성 제형이라 꾸준히 사용하면 피부 톤이 한 단계 밝아지는 효과도 얻을 수 있다. 50ml 2215천원, 문의 080-023-5454

꽃을 든 남자 씨어 에이지 액티브 맨즈 밤 SPF 30/PA++ 피부에 닿는 순간 컬러 캡슐이 터져 자연스럽고 생기 있는 피부 톤으로 보정해주는 신개념 맨즈 밤. 피부의 유수분 밸런스를 조절하는 것은 물론 진여임 없는 보습보충한 미루기가 특징이다. 펩톡 이슬수, 산수유, 황개 나무, 인삼, 마카, 윌트캐리 등 에너지를 북돋아주는 여섯 가지 성분이 피부에 즉각적인 수분과 영양을 공급한다. 50ml 2219천원, 문의 02-515-1682 에디터 **이재민**

the white Light

완벽하게 새로운, 최첨단 기술로 완성한 마법의 빛을 담은 화이트닝 세럼을 만나보고 싶지 않은가. 국내 시장에 입성해 가파른 성장세를 기록하고 있는 입생로랑의 스킨케어 라인, 그중에서도 포에버 라이트 크리에이터 세럼은 지금까지 만나보지 못한 특별한 화이트닝 기술로 완성한 과학적 성취다. *photographed by park gun zoo*

피부 속에서 우러나는 속광, 글리칸액티브 WT™

피부 본연의 밝은 빛을 표현한다는 것은 최근 스킨케어 트렌드 최대의 화두다. 하지만 메이크업이나 작은 트릭으로 한두 시간 정도 피부를 밝게 하는 것만으로는 요즘 여성들의 마음을 움직이기에는 역부족이다. 피부 스스로 빛날 수 있도록 피부 안에서부터 케어하고, 꾸준히 지속될 수 있도록 유지하는 것이 중요하다. 이처럼 안티에이징에서 수분 케어까지 모든 화장품의 목적이 피부 스스로 빛나게 하는 것이기에, 다양한 광채를 표현하는 스킨케어 제품이 실 새 없이 등장하는 것. 그중에서도 피부 속에서부터 빛나는 피부, 즉 속광이라는 키워드를 들고 나타난 입생로랑의 포에버 라이트 크리에이터 세럼은 지금 가장 많은 이들이 주목하는 화이트닝 에센스다. 입생로랑의 화장품이 국내에 첫선을 보였을 때 많은 이들이 메이크업 제품만을 떠올렸지만, 대중에게 이미지를 확실하게 각인시킨 보라색 안티에이징 세럼, 포에버 유스 크리에이터가 확고히 자리 잡았기에 이와 같은 원리로 만든 화이트닝 에센스, 포에버 라이트 크리에이터 세럼에 거는 기대도 크다. 안티에이징 세럼의 가장 핵심 성분인 글리칸액티브™를 근간으로 한 화이트닝 성분을 사용하기 때문이다. 지난해 입생로랑이 처음 국내 시장에 진출할 무렵, 파리의 로레알 본사를 방문해 무려 17여 년간 글리칸 액티브를 연구한 박사님을 인터뷰할 기회가 있었다. 이를 통해 글리칸이 굉장히 진보적인 성분이라는 것을 확인할 수 있었다. 입생로랑에는 피부 생물학 분야에 전문성을 갖추고 있는, 각 분야별 전문가로 구성된 입생로랑 사이언스팀이 있는데, 오로지 화장품의 발전을 위해 다양한 학문을 연구하고 발전시킨다. 그중에서도 핵심 연구인 글리코바이올로지는 MIT가 선정한, 미래를 변화시키는 혁신적인 10대 신과학 중 하나로 줄기세포의 발견만큼이나 대단한 과학적 성취다. 글리코바이올로지에 대한 연구는 1백여 년간 계속되어왔는데, 의학 분야에서만 사용되다가 입생로랑이 속한 로레알 그룹이 투자를 거듭하며 화장품의 성분으로 활용하게 된 것. 화장품을 위한 연구와 과학에 얼마나 많은 노력과 자원이 필요한지 알 수 있게 하는 대목이다. 또 이를 위해 글리코바이올로지 부문의 세계적인 권위자, 피터 H. 시버거 교수와 공동 연구를 했다는 것도 주목할 만한 점이다. 시버거 박사는 20개가 넘는 특허와 2백50개 이상의 사이언스 전문 기사를 기고하는 권위 있는 글리코바이올로지 전문가이기에 스킨케어에 대한 입생로랑의 투자가 어느 정도인지 알 수 있다. 글리코바이올로지 연구의 핵심은 바로 피부 속에 존재하는 글리칸이다. 피부 활성을 위한 커뮤니케이션을 담당하는 글리칸은 나이가 들수록 감소해 피부가 노화하는 데 영향을 준다. 입생로랑은 이에 착안해 세 가지 글리칸 복합체인 글리칸액티브™를 완성했고, 여기에 피부가 빛나도록 돕는 화이트닝 성분을 더한 글리칸액티브 WT™까지 포에버 라이트 크리에이터 세럼에 담아 선보이게 된 것이다.

마법의 빛 한 방울, 포에버 라이트 크리에이터 세럼

단순한 과학적 성취를 넘어 입생로랑은 빛에 대해 특별한 노하우를 지니고 있는 브랜드다. 이미 수십 년 전 하이라이터이자 컨실러인 '뚜쉬 에끌라 메직펜'을 통해 얼굴의 어떤 부분에 빛을 터치해야 여성이 아름답게 변화할 수 있는지에 대한 명확한 답을 제시했고, 그 답은 수십 년이 지난 지금까지도 많은 여성들에게 사랑받아 여전히 '뚜쉬 에끌라 메직펜'은 스테디셀러로 자리 잡고 있다. 이러한 빛에 대한 노하우가 마법의 빛 한 방울을 담은 포에버 라이트 크리에이터 세럼에 그대로 이어지고 있는 것. 다크 스팟, 광채뿐 아니라 피부결과 탄력까지 개선하는 4-in-1 멀티 광채 세럼으로, 외부 자극으로 불어진 피부를 진정시키고, 피부를 거칠게 하고 노란기가 올라오게 하는 불필요한 각질을 제거해 화사하고 맑은 피부로 바꿔준다. 또 색소침착의 원인인 멜라닌의 생성과 이동을 억제하고, 이미 생성된 다크 스팟의 크기를 줄이는 효과를 갖았기에 메디 효과의 화이트닝 세럼으로 불린다. 입생로랑의 화이트닝 스킨케어, 포에버 라이트 크리에이터 세럼은 새로운 콘셉트, 새로운 성분의 화이트닝 제품을 찾기 어려운 요즘 많은 여성들에게 좋은 해답이 되어줄 것이다. 입생로랑 포에버 라이트 크리에이터 세럼은 신세계백화점 강남점, 갤러리아백화점, 롯데백화점 잠실점 매장에서 만나 볼 수 있다. 30ml 15만 원대, 문의 080-347-0089 에디터 **배미연**



new Protection

올해 새롭게 선보이는 자외선 차단제의 특징은 가볍고 촉촉하다는 것. 기초 스킨케어 제품이라 생각해도 될 만큼 발림성이 뛰어나고 물기 어린 윤기 있는 피부를 완성해주는 2013년 신제품 자외선 차단제를 소개한다. *photographed by park gun zoo*



(오른쪽 위부터 시계 방향으로) 설화수 섁백 크림 SPF 47 PA+++ 피부의 밝기, 피부 톤, 투명도를 개선해주는 백화시설효, 백상사포닌, 백상당귀추로 구성된 세 가지 한방 성분으로 만든 자정삼백단TM이 함유되어 있어 자외선을 막는 것은 물론, 화이트닝 효과도 갖추었다. 미치 스킨케어 제품처럼 부드럽게 발리고 빠르게 스며들어 시간이 지나도 끈적이지 않는다. 40ml 7만5천원. 문의 080-023-5454

샤넬 UV 예방샤넬 컴플리트 데일리 UV프로텍션 안티-폴루션 SPF 30 PA++ 가벼운 핑크빛 텍스처는 부담스럽지 않을 정도로 밀도가 적당해 쉽게 지워지지 않고 오래도록 자외선 차단 기능을 유지한다. 자외선과 활성산소, 도시 오염으로부터 피부를 지켜주는 효과가 뛰어나다. 30ml 6만5천원. 문의 080-332-2700

랑콤 UV 엑스퍼트 GN-실드TM SPF 50 PA+++ BB 컴플리트 뛰어난 자외선 차단 테크놀로지 기술을 갖춘 로레알 그룹의 핵심 브랜드인 랑콤의 자외선 차단제는 기어 필수품이라고 할 만큼 많은 여성들의 사랑을 받았다. 이제는 완벽한 자외선 차단 기능을 넘어 가볍고, 오래 지속되는 텍스처에까지 많은 공을 들여 지속적으로 뛰어오르고 가벼운 신축한 제품을 완성했다. BB크림 전용 제품이다. 30ml 6만5천원. 문의 080-022-3332

수에쉬라 UV 아미 SPF 50 PA+++ 가볍게 물기가 아닐 정도로 촉촉하게 발리는 자외선 차단제. 얼굴에 가벼운 윤기를 연출해준다. 플루이드 타입의 신축한 질감으로 소량으로도 얼굴 전체에 펴 바를 수 있다. 이중 필터로 자외선을 강력하게 차단해 효과도 뛰어나다. 40ml 5만9천원. 문의 080-022-3332

조르지오 아르마니 루미네센스 브라이트 UV 프로텍팅 플루이드 SPF 50 PA+++ 한직 메이트업 아티스트들이 최초로 꼽은 파운데이션을 만드는 브랜드답게 텍스처 해-민클은 확실하다. 여기에 로레알 그룹의 자외선 차단 기술력, 향수에 일가견이 있는 아르마니의 노하우까지 더해졌으니 완성도를 기대해도 좋다. 가볍고 촉촉한 텍스처가 특징. 30ml 6만7천원. 문의 080-022-3332

입성스립 캠퍼스 시크릿 글든 힐 BB 베이스 SPF 50 PA+++ 여성스럽고 우아한 패키지에 부드럽고 촉촉한 텍스처가 담긴 BB크림 겸용 자외선 차단제. 소량으로도 얼굴 전체를 화사하게 커버할 수 있다. 텍스처를 덮어낸 살짝 아두워 보이진 얼굴에 비르면 핑핑하 버릴 수 있다. 이중 필터로 자외선을 강력하게 차단해 효과도 뛰어나다. 40ml 5만9천원. 문의 080-347-0089

키엘 울트라 라이트 데일리 UV 디펜스 SPF 50 PA+++ 촉촉함을 강조한 워터 베이스 자외선 차단제. 미국 FDA 승인을 받은 엑소셀 SX와 XLOI UVAs와 UVB 모두를 강력하게 차단해준다. 오일, 인공 향, 인공색소를 함유하지 않아 피부 자극이 적다. 비타민 C 생분을 함유하는 것도 눈은 염수를 주는 이유다. 30ml 4만4천원. 문의 080-022-3332

비비 브라운 SPF 50 PA+++ 프로텍티브 페이스 베이스 자외선 차단 지수가 높은 데 비해 텍스처는 가벼운 편이다. 비르자이저 바로 보충분송하게 스미드는 타입으로 여러 번 덧바르기에 적합하다. 끈적이는 자외선 차단제를 끼우는 여성들에게 추천한다. 피부 톤을 고르게 하는 보정 기능을 갖춰 더욱 매력적이다. 50ml 7만원. 문의 02-3440-2781 에디터 이재민

The Best of best

독자적인 성분과 혁신적인 기술력을 바탕으로 코즈메틱 시장의 리더 브랜드로 손꼽히는 SK-II. 1997년부터 2013년까지 1천 개의 글로벌 어워드를 석권하는 쾌거를 이루며 소비자와 미디어의 변함없는 신뢰를 증명해 보였다. 글로벌 어워드에서 선택받은 5개의 베스트 제품과 그 성원에 보답하기 위해 준비한 특별 프로모션도 주목할 것. *photographed by park gun zoo*



(왼쪽부터 차례대로) 다크 스폿을 케어하는 화이트닝 스팟 스페셜리스트, 광채 에센스 셀루미네이션 에센스 EX, 미라클 워터 피터라 에센스, 탄력을 끌어올리고 건조함을 잡아주는 스템파워 크림, 남성 스킨케어의 새로운 기준을 제시한 MEN 페이스 트리트먼트 에센스.

1천 개의 글로벌 어워드를 수상한 SK-II

매달 신제품이 쏟아지는 코즈메틱 시장에서 몇 개의 대표 제품으로 인지를 다지기는 쉬운 일이 아니다. 한번 써본 이들은 다시 찾을 수밖에 없는 확실한 제품력과 입소문이 바탕이 되어야 하기 때문이다. SK-II는 1980년 피터라 에센스를 시작으로 화이트닝, 안티에이징, 남성용 라인 등 전 제품에 걸쳐 혁신을 지속해왔다. 계절과 트렌드에 따라 새로운 제품을 개발하는 것이 아니라 아름다운 피부를 원하는 여성들의 정확한 니즈를 토대로 최신 테크놀로지와 브랜드의 독자 성분을 접목해 시그니처 제품을 만드는 데 심혈을 기울인 것이다. 1997년부터 2013년까지 전 세계 1천 개의 어워드를 수상했다는 결과가 SK-II의 탁월한 효능과 제품의 혁신성을 증명한다. 한국은 물론 일본, 홍콩, 싱가포르, 중국 등 아시아를 비롯해 미국, 호주, 영국, 프랑스 등 총 14개국의 주요 글로벌 미디어와 뷰티 스페셜리스트, 소비자들이 직접 뽑았기에 그 의미를 더한다. 글로벌 어워드에서 인정받은 5개의 베스트 제품을 설명하는 데는 '피터라TM' 성분을 빼놓을 수 없다. 나이 든 주조사의 아기같이 부드러운 손에서 영감을 받아 연구를 시작해 효모 발효 과정에서 SK-II만의 발효액인 피터라TM를 발견하는 데 성공했다. 이후 수만 번의 시행착오와 연구를 거쳐 피터라TM 원액을 90% 이상 사용한 페이스 트리트먼트 에센스를 개발하기에 이른 것. 당시 피터라 성분의 발견과 이를 화장품에 최초로 응용했다는 사실은 코즈메틱 업계에서 매우 획기적인 일이었다. 일본에서 출시하자마자 고가의 가격에도 특별한 효모의 성분과 효능 덕분에 여성들의 열광적인 지지를 얻었다는 사실만 봐도 알 수 있다. 지금까지 단일 품목으로는 가장 오랫동안 많은 어워드를 수상한 제품이기도 하다. SK-II의 모든 제품에 필수적으로 들어 있는 피터라TM는 화이트닝 에센스를 비롯해 안티에이징 크림 등 맑고 투명한 피부를 원하는 수백만 명의 여성에게 기적의 순간을 경험케 했다. 이어 2011년 8월 세계 최초로 한국에서 론칭한 SK-II MEN은 지금까지 한국, 중국, 홍콩, 대만에서 50만 번 이상 판매되는 등 폭발적인 성장세를 보이며 맨즈 코즈메틱 시장에서도 입지를 굳건히 다졌다.

SK-II 글로벌 어워드 Top 5

- 맑고 투명한 피부로의 변화, 피터라TM의 기적 SK-II 피터라 에센스.** 전 세계 1백26개 어워드 수상 나이든 주조사의 아기같이 부드럽고 온 손에서 영감을 받아 1975년부터 5년간의 연구 끝에 완성한 에센스. 피부 조차과 아주 유사한 세포 구조의 피터라TM성분을 90% 이상 함유해 피부의 건강한 리듬을 되살리도록 돕는다. 출시 당시의 용기 디자인과 가격, 효능은 30년이 지난 지금까지 변함없이 유지되어 SK-II의 가치를 뒷받침하는 증거가 되어주고 있다. 얼굴빛이 칙칙할 때 수시로 발라주면 좋고, 차갑게 보편한 후 화장술에 적셔 얼굴에 올려놓으면 뾰루지나 트러블을 빠르게 진정시켜도 돕는다.
- 남성 스킨케어의 새로운 기준, SK-II MEN 페이스 트리트먼트 에센스.** 출시 1년 만에 전 세계 18개 어워드 수상 출시와 동시에 품질, 전 세계 50만명* 판매 등의 진기록을 세웠으며, 다수의 뷰티 어워드를 석권하는 등 놀라운 성과를 일고 있는 SK-II MEN 페이스 트리트먼트 에센스. SK-II의 특별한 성분인 피터라TM가 맑고 생기 넘치는 남성의 피부로 가득차. 남성 전용 클링 에디션 성분을 함유해 사용 이후에도 끈적이지나 번들거림 없이 오랜 시간 상쾌한 느낌을 선사한다. *(2011년 10월부터 2012년 12월까지 한국, 중국, 홍콩, 타이완 시장에서의 판매량 기준)
- 속부터 빛나는 광채 피부의 시대를 연 광채 에센스, SK-II 셀루미네이션 에센스 EX.** 전 세계 1백12개 어워드 수상 피부 톤, 피로감, 잡티를 동시에 케어하는 광채 에센스. 광채 파운데이션을 바른 듯 자신감 있는 맨 얼굴로 거듭나도록 돕는다. SK-II만의 혁신적인 테크놀로지 복합 성분인 '오라 픽셀 브라이트 콕테일'이 피부 톤을 균일하게 정돈해주고, 푸석한 피부에 윤기를 돌게 한다. 기미, 주근깨 등 잡티가 많은 부위에 2~3번 덧발라 흡수시키면 효과적이다.
- 10년간 전 세계 1백33개 화이트닝 어워드 수상의 영광, SK-II 화이트닝 스팟 스페셜리스트** 피부 표면의 잡티는 물론 눈에 보이지 않는 잠재된 스폿 케어까지 도와주는 에센스. 스폿 형성 과정에 관한 10년 이상의 연구를 통해 얼굴에 보이는 스폿 위에는 눈으로 볼 수 없는 5배나 더 많은 하이드로퀴논이 있다는 것을 토대로 완성했다. 디 멜라노 P3CTM를 비롯해 호르몬 성분인 팔팔 추출물, 피터라TM가 미래에 생길 수 있는 스폿 생성 자체를 예방한다는 혁신적인 결과물이다.
- 멀티 동안 크림 SK-II 스템파워 크림.** 전 세계 1백10개 어워드 수상 SK-II만의 획기적인 '스템파워 콤플렉스'가 피부 탄력을 끌어올려 보다 어린 피부로 경험케 한다는 동안 크림. 피부 속부터 차오르는 탄력과 촉촉한 윤기, 모공 등 피부 노화 증상의 케어를 돕는다. 생크림처럼 부드러운 텍스처는 발림성이 좋아 빠르게 흡수된다. 에디터 이재민

전 세계 1천 개 어워드 수상 축하 특별 프로모션

1 글로벌 어워드 Best 5 제품 구매 고객, 페이스 트리트먼트 에센스(215ml), MEN 페이스 트리트먼트 에센스(215ml), 화이트닝 스팟 스페셜리스트(60ml), 셀루미네이션 에센스(50ml), 스템파워 크림(80g) 중 1종 구매 시 : 페이스 트리트먼트 에센스 75ml 정품 증정

2 SK-II 제품 구매 전 고객(파파와 케이스류 제외), 미니 샘플 4종 증정(페이스 트리트먼트 에센스 10ml, 화이트닝 스팟 스페셜리스트 0.7ml, 스템파워 크림 2.5g, 셀루미네이션 데이 서치 UV 4.2g/ 1인 1개, 한정 수량)

3 페이스 트리트먼트 에센스 330ml 구매 고객, 국내 최초로 선보이는 피터라 립스틱과 더불어 스템파워 크림 샘플, 화이트닝 마스크 등으로 구성된 스페셜 기프트 세트 증정(SK-II 피터라 립스틱, 페이스 트리트먼트 클렌징 오일 34ml, 페이스 트리트먼트 에센스 30ml, 스템파워 크림 15g, 화이트닝 스폿 리마이닝 마스크 1장/ 한정 수량)

■ 증정 기간 2013년 4월 26일~5월 26일 ■ 증정 장소 백화점에 입점된 전국 SK-II 매장

Brighten skin mirror

그동안 화이트닝 케어라고 하면 단지 깨끗하고 고른 피부 톤에만 신경 썼다면, 이제 피부 속부터 빛나는 건강한 투명함, 생기 넘치는 피부 톤에 집중한 고차원적인 브라이팅 케어에 주목해야 한다. 거울을 가까이 들여다보아도 깨끗하고 투명하게 빛나는 피부를 위한 클라린스의 브라이팅 처방. *photographed by park gun zoo*



피부 본연의 '피부 거울'을 되살린다

지금, 거울을 들여다보자. 당신의 '피부 거울'은 깨끗한가? 다소 생소한 개념이지만 우리 피부 속엔 '피부 거울'이 존재한다는 사실을 알고 있는지. 쉽게 설명하면 피부층은 마치 수백만 개의 미세한 거울 파도 같아서 서로 빛을 반사하며 광채를 뽐어내는 것. 하지만 이 피부 거울은 스트레스, 과로, 환경 공해 등으로 자극을 받으면 어느새 칙칙해지고 광채를 잃게 된다. 만약 피부가 윤기 없이 푸석하고 어둡다면 칙칙해진 피부 거울을 닦아내 피부 본연의 광채를 되살리는 것이 중요하다. 즉 피부 거울이 얼마나 빛을 잘 흡수하고 반사하는지가 피부 광채를 살리기 위한 핵심 과제인 것이다. 클라린스 연구팀은 이처럼 피부 속 3개의 층이 마치 수백만 개의 미세한 거울처럼 서로 반사해 피부 표면에 빛을 발산한다는 사실을 최초로 발견, 이를 활성화해 피부의 빛을 살리는 '화이트 플러스 토탈 루미네센트' 라인을 출시한다. 이는 피부 속 각 층의 작은 피부 거울들이 본연의 기능을 되찾을 수 있도록 도와주어 피부 속에서도 빛나는 듯 건강하고 생기 넘치는 피부를 완성하는 신개념 브라이팅 라인. 트랜스-루미네센트 복합체[®]가 핵심 성분으로, 풍부한 수분력을 지닌 히알루론산이 피부 표면을 촉촉하고 투명하게 하고, 샌드스프리 추출물이 피부 속을 케어해 균일하고 깨끗한 피부 톤을, 징코 빌로바 추출물이 피부 깊은 곳부터 생기 넘치는 피부 광채를 선사한다.

특히 부드럽고 촉촉한 '인센티브 브라이팅 세럼'은 바르는 즉시 피부 속 깊숙이 흡수되어 집중적인 브라이팅 효과를 발휘한다. 점성이 느껴지는 투명한 질감은 끈적임 없이 물기를 머금은 듯 촉촉하고 산뜻하게 흡수되는 것이 특징. 수분이 가득한 반면 유분기가 느껴지지 않아 피지 분비가 많아지는 봄여름에 사용하면 더욱 좋다. 건조하거나 자극적인 다른 화이트닝 제품과는 달리 시간이 지나도 피부가 건조해지지 않으며 자극 없이 피부를 편안하게 가꿔준다. 은은하고 고급스러운 플로럴 향 역시 클라린스만의 독보적인 기술력을 보여주는 대목. 아침과 저녁, 손에 적당량 덜어 체온으로 데운 뒤 얼굴과 데콜레 라인에 살짝 누르듯 발라도 좋다. 보다 풍부한 보습력을 느끼고 싶다면 브라이팅 하이드레이팅 에멀전을, 잡티가 고민이라면 올 스팟 브라이팅 코렉터를 함께 사용해보자. 4주 이상 바르면 노랑그 칙칙했던 피부 톤이 장밋빛을 머금은 듯 화사한 광채 피부로 재탄생할 것이다. 30ml 10만5천원, 50ml 13만5천원.

현대 여성을 위한 맞춤 BB크림, 도심 속 유해 환경으로부터 피부를 보호하다

트렌드를 넘어 이제 하나의 필수품으로 자리 잡은 BB크림. 자극이 없으면서 내 피부에 꼭 맞는 맞춤 BB크림을 찾고 있다면 결점은 감추고, 피부 광채를 살리는 '클라린스 UV 플러스 퍼펙팅 크림 하이 프로텍션 BB크림 SPF 40'에 주목하자. 이는 바쁘게 생활하는 현대 여성을 위해 탄생한 맞춤형 BB크림으로, 도심 속 유해 환경으로부터 피부를 안전하게 보호하는 것은 물론 피부가 칙칙하고 노란 아시아 여성의 피부 고민을 단번에 해결한다. 화이트 플러스 토탈 루미네센트로 피부 속을 케어했다면 하이 프로텍션 BB크림으로 피부를 보호해 맑고 투명한 피부 톤으로 가꿔보자. 핵심 성분으로 유기농 블랙커런트 새싹 추출물을 함유해 자극받은 피부를 빠르게 진정시키고, 캔틸루프 멜론 추출물이 피부 산화를 예방해 주름 개선 효과를 선사한다. 강력한 UV 차단 효과로 피부에 잡티가 생기는 것을 미연에 방지한다는 점과 파라벤·실리콘·오일 프리인 100% 미네랄 성분으로 이루어진 필터를 통해 자극을 최소화한 것도 눈여겨볼 만하다. 부드럽고 크림이한 제형으로 바르는 즉시 피부에 착 밀착되고, 보습 크림을 바른 듯 피부를 편안하고 촉촉하게 가꿔주어 피부가 건조하고 민감한 사람도 만족하고 사용할 수 있을 것. 아시아 여성의 피부 톤과 꼭 맞는 정교한 컬러 개발에 주력, 소량만 발라도 피부 톤을 고르게 잡아주고 잡티를 자연스럽게 커버한다. 본연의 피부가 좋은 듯 자연스러운 광택을 더해 아시아 여성이 선호하는 '물광', '윤광' 피부를 연출할 수 있다는 점도 장점. 다크닝 현상이 없고 컬러 또한 피부와 자연스럽게 믹스되어 남자가 사용해도 무방하다. 30ml 5만9천원, 50ml 7만1천원. 문의 080-542-9052 **에디터 권유진**



지상 최대 야외 미술관

Sheffield

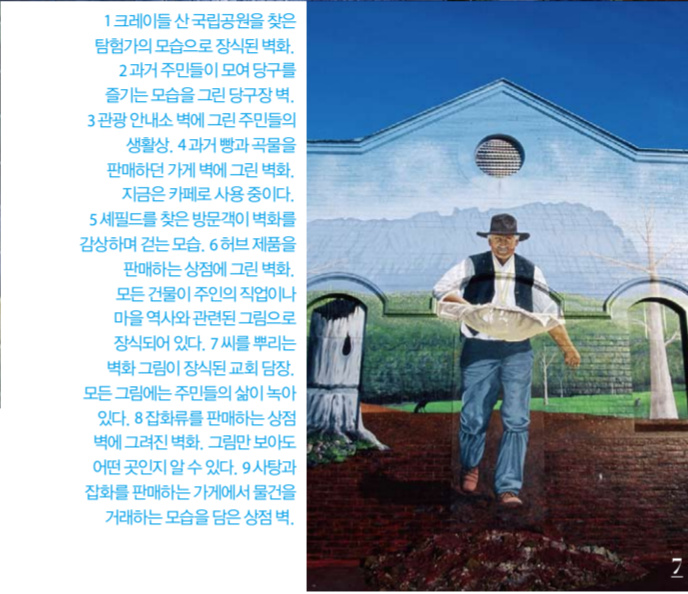
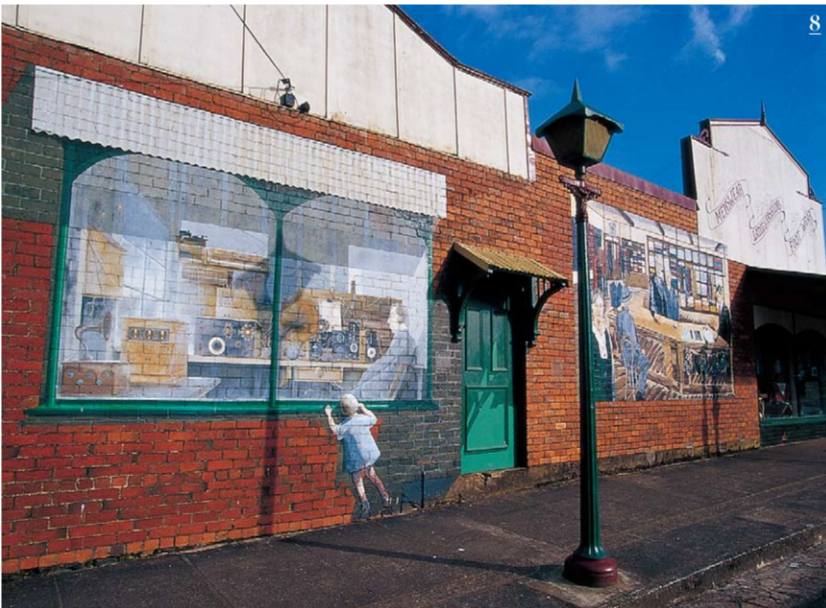
세상에는 흥미로운 마을이 너무 많아 그 숫자조차 헤아릴 수 없을 정도다. 어떤 마을은 소설과 영화의 무대로 유명하고, 어떤 곳은 매력적인 풍경으로 많은 이들을 불러 모은다. 저마다 다른 개성과 환경을 무기 삼아 방문객을 유혹하지만 오스트레일리아 남쪽에 자리한 태즈메이니아 섬의 크레이들 산 국립공원 인근에 자리한 셰필드(Sheffield)만큼 이색적인 농촌 마을도 드물다.

2백여 호에 이르는 농가와 상점으로 이루어진 셰필드 마을이 지구촌 가족들에게서 주목받는 이유는 어디에서도 쉽게 접할 수 없는 벽화 때문이다. 마을 전체가 벽화로 장식된 셰필드는 지상에서 가장 큰 미술관이다. 이 거대한 야외 미술관은 정부와 유명 미술관에서 만든 것이 아니라 주민들의 변칙적인 아이디어와 실천으로 완성한 것으로, 벽화가 마을을 어떻게 변화시킬 수 있는지 잘 보여주는 진정한 문화 공간이다. 남부 오스트레일리아의 거점 도시이자 낭만적인 분위기를 간직한 멜버른 항구에서 호화 유람선 '스피릿 오브 태즈메이니아'를 타고 망망대해를 10시간 남짓 이동하면 태즈메이니아(Tasmania) 섬의 북쪽 관문에 해당하는 항구도시 데번포트를 접하게 된다. 시드니와 멜버른처럼 높은 빌딩도, 화려한 쇼핑몰도 없는 아담한 데번포트에서 자동차를 타고 크레이들 산 국립공원을 향해 1시간 남짓 이동하다 보면 사방이 산으로 둘러싸인 분지에 터를 잡은 정겨운 농촌 마을 셰필드와 마주할 수 있다.

셰필드 마을의 역사는 고작 1백50년에 불과하다. 영국 중북부 셰필드 지역에서 이주해 온 이민자들이 다수 정착하면서 자연스럽게 셰필드란 지명으로 불리게 되었다. 태즈메이니아 하면 태초의 자연경관과 생태계가 고스란히 보존된 이미지와 에버리지니(오스트레일리아 원주민) 문화를 생각하기 쉬우나 셰필드는 좀 다르다. 주민이라고 해봤자 6백 명에 불과한 농촌 마을 셰필드는 주변에 흩어져 있는 마을과는 다르게 마을 전체가 온통 벽화로 장식되어 있는 이색적인 곳이다. 아니, 예술 마을이란 표현이 더 적절하다. 산골짜기에 자리한 마을이 거대한 미술관으로 탄생하게 된 데는 복합적인 요소가 작용했다. 그중 대표적인 것이 대규모의 농장이거나

특정 농산물을 생산하지 않고서는 살아남기 어렵다는 현실을 인식한 주민이 다른 마을과 차별화 작업에 착수하면서 시작되었다. 목축업과 농사로 생계를 유지하던 주민들은 보다 풍요로운 삶과 문화적인 갈망을 충족시키기 위해 수십 차례 회의의 끝에 자신들의 터전을 벽화로 꾸미기로 결정했다. 그림에 재능이 있는 주민이 밑그림을 그려주면 다른 주민들이 모여 벽화를 마무리하는 방법으로 건물의 벽을 그림 마당으로 바꿔나갔다. 이런 작업은 처음 마을 밖에 벽화를 장식한 이후 약 60년 동안이나 계속되었고, 지금도 수시로 밑그림을 그리고 새로운 벽화를 완성해나가고 있다. 지속적인 작업은 셰필드를 세계적인 명소로 만드는 기반이 되었고, 그 결과 풍요로운 마을로 거듭나게 되었다.

주민이 온통 산으로 둘러싸인 마을에 그려진 벽화는 줄잡아 90여 점에 달한다. 건물의 크기에 따라 다르지만 일반적으로 폭 2~3m 길이 5~6m에 이르고, 폭 3~4m에 길이 10~30m에 달하는 거대한 벽화도 수십 점에 달한다. 벽화의 크기만큼이나 내용도 다양하다. 영국에서 이주해 온 이민자들이 오스트레일리아와 태즈메이니아를 개척하던 당시의 모습을 그려놓는 벽화는 필두로 주민의 직업과 건물 용도를 한눈에 알 수 있는 내용까지 무척 다채롭다. 광장이나 타운 홀 같은 공공 기관의 성격이 강한 장소와 건물에는 국가적인 주요 행사와 사건을 벽화로 표현해놓았다. 타운 홀 벽면에는 영국에서 이주해 온 이민자들이 모여 토론을 펼치는 장면이 그려져 있고, 주변 넓은 벽에는 태즈메이니아의 주요 공공사업인, 댐을 건설하거나 도로를 개설하는 과정을 담아낸 벽화로 장식되어 있다. 신작료와 골목을 따라 늘어난 농가와 상점에 그린 벽화는 국가적인 행사보다는 지금



1 크레이들 산 국립공원을 찾은 탐험가의 모습으로 장식된 벽화, 2 과거 주민들이 모여 당구를 즐기는 모습을 그린 당구장 벽, 3 관광 안내소 벽에 그린 주민들의 생활상, 4 과거 빵과 곡물을 판매하던 가게 벽에 그린 벽화, 지금은 카페로 사용 중이다, 5 셰필드를 찾은 방문객이 벽화를 감상하며 걷는 모습, 6 허브 재료를 판매하는 상점에 그린 벽화, 모든 건물이 주민의 직업이나 마을 역사와 관련된 그림으로 장식되어 있다, 7 새를 뿌리는 벽화 그림이 장식된 교회 담장, 모든 그림에는 주민들의 삶이 녹아 있다, 8 집회장을 판매하는 상점 벽에 그려진 벽화, 그림만 보아도 어떤 곳인지 알 수 있다, 9 사랑과 집회를 판매하는 가게에서 물건을 거래하는 모습을 담은 상점 벽.



히 개인적인 내용을 담고 있다. 마을 입구에 터를 잡고 있는 건물의 경우 과거 역마차가 쉬어 가던 장소로, 우편물과 사람들이 역마차에 타고 있는 벽화로 장식되어 있다. 그리고 말굽과 농기구를 제작해 판매하던 대장간에는 마차에 관련된 용품과 농기구를 제작해 판매하던 대장간에는 마차에서 만들어 판매했던 물건 등이 벽면에 그려져 있어 누구나 건물의 용도를 짐작할 수 있다. 셰필드 마을에 조성된 건물마다 흥미로운 벽화가 그려져 있지만 유독 눈에 띄는 곳은 옛날 교회와 숙박 시설로 사용하던 건물, 그리고 거대한 자연을 묘사한 농가이다. 마을에 자리한 건물 중 제일 규모가 큰 옛 교회 터에 그려진 벽화는 그 어떤 그림보다 돋보인다. 폭 4m에 길이가 40m가 넘는 벽면에 그려진 벽화는 셰필드가 어떤 마을인지 잘 보여주는 상징적인 벽화다. 벽면 중앙에 그려진 커다란 그림은 씨를 뿌리는 농부 그림으로, 그 크기가 10m가 넘는다. 농부가 새로 개간한 밭에 씨를 뿌리고 있는 장면을 형상화한 벽화는 당시 주민들이 어떤 삶을 살았는지 잘 보여준다. 셰필드 마을에 그려놓은 벽화들은 유명한 미술관이나 박물관에 보관되어 있는 수준 높은 유명 작가가 그림과 비교할 수는 없지만 그 나름대로 독특한 매력을 지니고 있다. 거대한 벽화임에도 어느 것 하나 처지지 않을 정도로 뛰어난 색채와 세련된 표현 기법은 말할 것도 없고, 섬세함에서도 결코 뒤지지 않는다. 이런 벽화들은 소를 키우고 채소를 가꾸는 주민들이 직접 그린 벽화라는 사실에 의구심을 품을 정도로 아름다운 벽화들이다.

셰필드 벽화를 이야기하지만 절대로 빼놓을 수 없는 것이 자

※ 클 · 사진 이형준(여행가, <유럽동화마을> 저자)

가는 길 인천 → 멜버른 직항편 이용(10시간 소요) • 멜버른 → 데번포트(Devonport)까지 항공과 배편으로 이동(항공 1시간 소요, 배편 10시간 소요) • 데번포트 공항 혹은 항구에서 렌터카 이용, 셰필드 마을로 이동(40~60분 소요)
숙박 셰필드 마을의 주민은 6백여 명에 불과하지만 매년 10만 명 이상이 찾고 있어 마을에는 자연 속에 자리한 숙소를 중심으로 주변에 호텔, B&B, 대어음 주점 등 다양한 숙박 시설을 운영하고 있다. ❶ Silver Ridge Retreat 셰필드 마을 북쪽 롤랜드 산 아래에 자리한 뛰어난 자연경관을 배경으로 세운 로지로, 송마부터 누나는 기본이고 수영까지 다양한 레저를 즐길 수 있는 다목적 숙박 시설이다. 요금은 2인 1실 기준으로 65~1백60호주 달러. www.sridge.com.au ❷ Sheffield Cabins 셰필드 마을에 자리한 이따금 숙박 시설로 호텔과 산장을 결합한 곳. 전자렌지 등이 갖춰져 있어 가족 단위로 머물기 좋은 숙소다. 2인 1실 기준으로 95~1백5호주달러. www.sheffieldcabins.com.au ❸ Hurfield Farm Cottage 셰필드 마을의 1백년 전통을 자랑하는 농가를 활용한 단독 형태의 숙박 시설로 여유롭고 편안하게 즐길 수 있다. 2인 기준 1백10~1백40호주달러. www.farmstaytasmania.com/cottage ❹ Fudge'n Good Coffee 마을에 자리한 민박으로 고품스러운 기구와 정성 가득한 음식을 제공한다. 체크인이 되어 나고 친절한 숙소다. 2인 1실 기준 1백20~1백40호주달러. www.sheffieldbandb.com
먹을거리 셰필드에는 아담한 레스토랑과 카페 10여 곳을 비롯해 각 숙박 시설에서 음식을 제공하고 있다. ❶ Naomi's Kitchen 셰필드의 대표적인 레스토랑으로, 신선한 아채 샐러드부터 유기농 밀을 이용한 빵을 기본으로 치즈 요리, 스테이크 요리를 제공하는 레스토랑이다. naomiskitchen.com.au/contact-us.html ❷ Fudge'n Good Coffee 셰필드 벽화 거리로 위치한 카페로 유기농 커피와 차를 비롯해 신선한 재료로 만든 케이크 등을 즐길 수 있는 곳. fudgengoodcoffee.com 셰필드 마을에는 각종 음식을 선택해 즐길 수 있는 셰필드 호텔(Sheffield Hotel) 레스토랑과 티 룸 토피어리(Tea Room Topiary) 등이 있다.
쇼핑 연중 많은 방문객이 찾는 셰필드지만 쇼핑 소품들이나 대표 상품은 없다. 마을 상점에서 판매하는 치즈와 목공품이 인기다.
레저 자연경관이 뛰어난 셰필드에서 즐길 수 있는 레저는 승마, 낚시, 트레킹, 골프, 보트 투어 등이 있다. 레저에 필요한 예약과 정보 서비스는 마을에 자리한 관광 안내소와 각 숙소에서 제공한다.
주요 명소 셰필드 마을 인근에는 오스트레일리아를 대표하는 명신이자 자연보호 구역인 크레이들 산 국립공원이 있다. www.parks.tas.gov.au/index.aspx?base=3297
기타 정보 여행 정보 www.tourism.tas.gov.au

Be transparent!

플라스틱, 비닐 등 캐주얼하게만 느껴졌던 합성 소재가 이번 시즌 하이 패션에 당당하게 입성했다. 무엇을 넣느냐, 입느냐, 신느냐에 따라 전혀 다른 매력을 드러낼 수 있는 투명 패션 아이템으로 쿨하게 이 계절을 만끽하라. *photographed by park gun zoo*



(왼쪽 위부터 시계 방향으로) 인체적인 물리학적 구조로 고급스럽게 완성한 턱받이 형태의 플라스틱 니크로스 가격 미정 **샤넬**. 다양한 연으로 카팅한 볼드한 반지 38만원 **미네타니 by 10 코르소 꼬모**. 깔끔한 내은 컬러의 주얼 장식이 돋보이는 투명 스텔라, 15x19cm, 1백18만원 **슈룩 by 10 코르소 꼬모**. 존재감 있는 자물쇠 장식과 반듯한 사각 형태의 클라키편, 13x10cm, 2백10만원 **바버리 프로셀**. 두껍고 견고한 비닐에 파이프 소재를 트라밍해 색다른 매력을 가미한 블레이크 백, 38x20cm, 4백20만원 **바버리 프로셀**. 볼록을 연상시키는 장식과 블랙 로고가 멋스러운 체인 클라스티 백, 15x10cm, 1천만원대 **샤넬**. 투명한 굽과 베이지 컬러 패브릭이 세련된 조화를 이룬 스트랩 슈즈 가격 미정 **스텔라 매카트니**. 윗면 있는 프라운의 투명 선글라스 28만원 **타테오시안 by BCD 코리아**. 파이프 소재의 입코와 레드 컬러 뒤축으로 포인트를 준 플랫폼 슈즈 80만원대 **크리스찬 루부탱**. 섬세한 자수 프린트와 인체적 인공고를 다룬 투명 뱀구 3백만원대 **샤넬**. 에디터 **이예진**

BCD 코리아 070-8249-7987 크리스찬 루부탱 02-6905-3795 10 코르소 꼬모 02-3018-1010 바버리 프로셀 02-3485-6536 스텔라 매카트니 02-6905-3680 샤넬 02-546-0228

FASHION

아노나 스트라이프 패턴 실크 드레스 아노나가 환절기부터 초여름까지 입을 수 있는 스트라이프 패턴의 실크 드레스를 제안한다. 고급스러운 소재와 군더더기 없는 테일러링을 바탕으로 아이보리에서 그레이 톤에 이르는 세련된 컬러와 그래픽적인 스트라이프 패턴의 변주를 통해 한층 모던해졌다. 현대백화점 임규정 본점에서 만날 수 있다. 문의 02-3438-6070

미우미우 패션 필름 미우미우에서 다섯 번째 패션 필름 <더 도어>를 소개한다. 이번 필름은 감독 아바 두베네이(Ava Duvernay)가 다뤘었으며, 여성이 도약하는 순간과 삶의 변화에 대한 상징적인 스토리를 담았다. 미우미우의 필름은 여성의 시각에서 바라본 일상이나 패션에 대한 아이디어를 스토리텔링이라는 방식을 통해 표현해왔다. <http://youtu.be/CNM0ha87eU0>

구찌 플로라 캠페인 구찌는 샬롯 카사라와 구찌의 대표 아이콘을 선보이는 'Forever Now' 캠페인의 세 번째 광고를 선보인다. 머트 알라스와 마카스 피고트가 촬영한 새로운 이미지는 플로라 아이콘이 대변하는 여성스러움의 유산에 대해 이야기한다. 플로라는 구찌의 오랜 헤리티지와 자연의 아름다움을 담아 시간을 초월해 사랑받는 아이콘이다. 문의 1577-1921

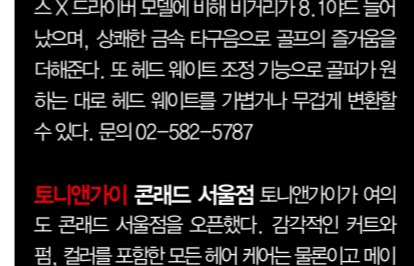
다리 F&S 스와로브스키 아이웨어 다리 F&S에서 스와로브스키 아이웨어의 '에메이징 선글라스'를 제안한다. 2011년부터 스와로브스키 아이웨어에서 시작한 클린 컷 콘셉트의 에메이징 선글라스가 올해 더욱 화려하고 세련된 디자인으로 새롭게 선보인다. 블랙, 핑크, 옐로우 등 총 3가지 컬러로 선보이며 전국 백화점과 인경점에서 만날 수 있다. 문의 02-513-2389

랄프 로렌 빌폴드 지갑 랄프 로렌에서 5월을 위한 선물로 빌폴드 지갑을 추천한다. 최고급 송아지 가죽에 1개의 지퍼 포켓과 2개의 슬라이드 포켓, 그리고 6개의 카드 슬롯으로 구성되어 있다. 그린, 레드, 탠저린, 블랙, 골드 등 배색하면서 세련된 컬러가 특징. 문의 02-545-8200

에르메스 옐도 백 에르메스가 옐도 백을 선보인다. 심플한 사각형에 마구 제작 전통 7법인 새들 스타일을 더해 클래식하면서도 모던한 맛을 강조했다. 스트랩과 가방이 연결되는 부분을 가죽으로 이음 처리해 견고함을 실었으며, 외부에 지퍼 디테일을 장식한 포켓 외에도 수납공간이 여러 개로 나누어져 있어 실용적이다. 매신저 백 스타일의 옐도 리포터와 토트 핸들이 있는 옐도 소핑 27지 스타일로 선보인다. 문의 02-542-6622



LIFESTYLE



SHOWROOM

인생로망 오렌지 꾸뛰르 컬렉션 인생로망에서 뷰티 크리에이티브 디렉터 로이드 시몬스가 구상한 '오렌지 꾸뛰르 컬렉션'을 선보인다. 이 컬렉션은 생동감 넘치는 187가지 오렌지 컬러를 담은 리워드 루주 베르니 아레브르와 랑스틱 '루주 꾸뛰르', 네일 레커 라 라코 꾸뛰르로 이루어졌다. 문의 080-347-0089

클라린스 더블 세럼 정보 사이트 클라린스에서 지난 10월 론칭 이후 브랜드의 인기에이징 베스트셀러로 등극한 더블 세럼을 50ml 정보 사이트로 출시한다. 유분과 수분으로 분리된 혁신적인 2가지 텍스처가 57가지 필수 기능인 수분, 영양, 산소 공급, 피부 보호, 재생 등 피부에 필요한 57가지 필수 기능을 채워 폭 저고 일어난 듯 탄력 있고 건강하게 기뻐준다. 문의 080-542-9052

SK-II 1천 개 어워드 수상 기념, 베스트 5 특별 이벤트 SK-II는 1997년 첫 에센스 제품 수상 이후 전

제품 라인에 걸쳐 1천 개의 글로벌 어워드를 수상했다. SK-II에서는 고객들의 아낌없는 성원에 감사의 마음을 전하고 이를 축하하기 위해 다채로운 기획 세트 구성과 미니 샘플을 증정하는 등 풍성한 이벤트를 마련했다. 4월 26일부터 5월 26일까지 전국 백화점에 입점한 SK-II 매장에서 진행한다. 문의 080-023-3333



크업, 네일, 페디큐어와 웨딩까지 아우르는 토탈 뷰티 케어 서비스를 선보이며 독립적인 서비스를 제공하기 위해 VIP룸을 별도로 마련해 운영하고 있다. 해외 바 이어와 다국적 기업 인원의 출입이 빈번한 6성급 호텔에 특성에 맞춰 영어로 프리토킹이 가능한 스타일의 스트로 팀을 운영하고 있다. 문의 02-6137-7180

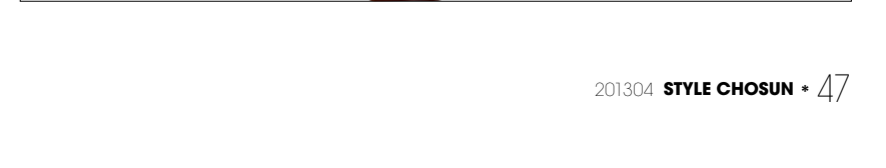
현대자동차 PYL 카림 라시드와 칼라베이션 현대자동차가 카림 라시드와 칼라베이션에 탄생시킨 작품을 서울모터스에서 공개한다. 라이프스타일 브랜드 PYL(Premium Younique Lifestyle)을 연 개한 140 마일 카와 손목시계, 가방, 여행용 캐리어, 텀블러 등 총 47가지 브랜드 컬렉션도 함께 선보인다. '싱플', '모던', '크리에이티브' 등을 모티브로 제작한 이번 스페셜 컬렉션과 이벤트 등을 통해 다양한 즐거움을 전달할 예정이다. 문의 02-2016-3834

삼성전자 자펠 푸드스케이프 FS9000 삼성전자의 자펠 푸드스케이프 FS9000은 냉동실은 1개의 냉장실을 인게이스와 스케이프로 나누어 편의성과 공간 활용성을 극대화했다. 독립 냉각 기술과 메탈 클링 커버 스케이프를 자주 열고 닫아도 내부를 차갑고 신선하게 유지하며, 냉장실에는 선반과 벽면의 세균을 99.9% 제거해주는 '이온살균 청정기'를 장착했다. 문의 02-2255-0114

IWC 포르투기즈 크로노그래프 클래식 IWC에서 포르투기즈 컬렉션의 신제품 포르투기즈 크로노그래프 클래식을 선보인다. 아반티시타 인민스와 레일 웨이 트랙 스타일의 캘러리, 첨단 기술력이 완벽한 조합을 이루었으며, 12시 방향 서브 다이얼의 12시간 카운터 창이 특징이다. 또 사자의 기술력으로 생산한 칼리버 89361 크로노그래프 무브먼트를 탑재했다. 문의 02-2639-1950

티파니 영화 <위대한 개츠비> 컬렉션 론칭 티파니가 워너 브러더스와 비즈마크 프로덕션의 파터너십을 통해 영화 <위대한 개츠비>를 위한 파인 주얼리 컬렉션을 제작했다. 이번 컬렉션은 영화의 배경이 된 1920년대 미국 재즈 시대의 열정과 화려함에서 영감을 받아 탄생했다. 주얼리뿐만 아니라 도자기, 스텔링 실버 식기, 장신구로 내부를 장식했으며, 컬렉션의 일부는 오는 5월 1일부터 현대백화점 임규정 본점을 통해 선보일 예정이다. 문의 02-2015-7325

오메가 2014 소치 동계올림픽 픽 초대 이벤트 올림픽 공식 타임키퍼로 1932년부터 25회 올림픽에 참



BEAUTY

JEWEL

IWC PORTUGUESE. ENGINEERED FOR NAVIGATORS.



Portuguese Perpetual Calendar.

Ref. 5023: IWC가 신념처럼 굽히지 않는 한 가지는 바로 보다 나은 것을 향한 열망입니다. 여기 그 훌륭한 예시인 펠라톤 와인딩 시스템과 7일간의 파워 리저브를 자랑하는 IWC 자체 제작의 세계에서 가장 큰 오토매틱 무브먼트가 있습니다. 게다가 퍼페추얼 캘린더 기능은 윤년을 포함한 정확한 날짜와 문페이즈.

그리고 디지털 방식의 네 자리 연도를 2499년까지 보여줍니다. 한 마디로 미래를 담고 있는 시계인거죠.

IWC. ENGINEERED FOR MEN

Mechanical IWC-manufactured movement, Pellaton automatic winding system, 7-day power reserve with display, Perpetual calendar (figure), Perpetual



moon phase display, Antireflective sapphire glass, Sapphire-glass back cover, Water-resistant 3 bar, 18 ct red gold

신세계백화점 영등포점 1F 02 2639 1950 에비뉴엘 2F 02 3789 5555 현대백화점 무역센터점 2F 02 3467 8462 현대백화점 본점 2F 02 3449 5920

갤러리아 EAST 갤러리아 타임월드 롯데 부산 롯데 분당 롯데 잠실 신세계 강남 신세계 본점 신세계 센텀 현대 대구 현대 목동

IWC의 최신 버전 카탈로그나 추가 정보를 알고 싶으시면 무료전화 00798 8521 6501이나 infokorea@iwc.com으로 문의하시기 바랍니다.

IWC Schaffhausen, Switzerland. www.iwc.com/korea

IWC
SCHAFFHAUSEN