



**BURBERRY**

# Style

조선일보

MARCH 2017 vol.153

**MONT  
BLANC**



Montblanc Meisterstück Red Gold-Coated  
Classique Ballpoint Pen



GUCCI







TAYLOR AND ROMEE, 2017



# MICHAEL KORS

NEW YORK LONDON PARIS SEOUL HONG KONG MICHAELKORS.COM





표지에 등장한 제품은 몽블랑의 아이코닉한 디자인이 돋보이는 마이스터스틱 레드 골드 클래식 볼펜이다. 마이스터스틱(Meisterstück)은 '갈퀴 또는 명작'이라는 의미다. 몽블랑의 장인 정신이고 스킬이 담긴 이 볼펜의 접합에는 몽블랑 영물결이 있다. 문의 1670-4810



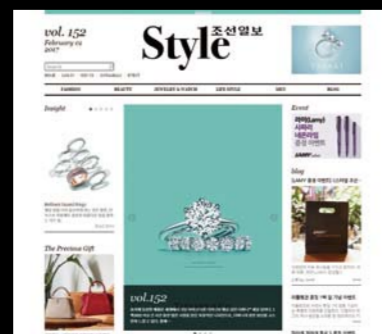
- 14 **RETURN OF THE KINGS** 내로라하는 브랜드에서 존재감이 돋보이는 프리미엄 중·대형 세단을 잇따라 선보이면서 호응을 이끌어내고 있다. 올봄 저마다의 매력으로 감성에 호소하는 프리미엄 신차를 만나보자.
- 16 **2017 S/S MOST WANTED** 패션에 대한 편타치를 보여주던 다소 비현실적인 트렌드보다는, 당장이라도 입고 싶은 실용적이고 웨어러블한 스타일이 시공받는 요즘, 일상에서 충분히 활용할 수 있는 트렌드 키워드만 모았다.
- 18 **A GREAT START** 브랜드의 가치를 고스란히 담고, 소장할 만한 장엄까지 갖춘 매력적인 가격의 워치 컬렉션.
- 20 **INDULGE IN FANTASY** 미래를 위한 특별한 부적이 되어줄 판타지 주얼리 컬렉션.
- 22 **2017 S/S NEW BAGS** 새로운 시즌을 알리는, 브랜드의 개성을 담아 출시하는 차세대 클래식 백을 살펴보자.
- 26 **PERFECT LIPS** 기존 립 제품 이상의 효과를 발휘할, 신개념 입색이 립 제품을 여자의 입술을 가장 잘 이해하고 아름답게 표현하는 메이크업 아티스트 7인이 직접 테스트해봤다.
- 28 **WHISPER OF FRAGRANCE** 봄의 시작에서 나른하지만 청량하게, 아름다운 내음이 풍겨온다. 봄을 알리는 새로운 스프링 향수 컬렉션.
- 30 **STEP BY STEP** 브랜드만의 독창성을 표현한 2017 S/S 시즌 뉴 큐티르 여성 스니커즈를 만나보자.
- 32 **LOVE SPRING** 소재, 컬러, 디자인 등을 꼼꼼히 따져 엄선한 스프링 코트 4벌.
- 34 **LOOK SO COOL** 새로운 계절, 매혹의 뉴 룩과 만나자. 빅 하우스, 빅 브랜드의 잇 스타일 제안.
- 42 **EDITOR'S PICK** 뷰티 신제품이 쏟아져 나오는 3월, (스타일 조선일보) 기자들이 직접 테스트해본 제품을 소개한다.
- 43 **REAL FEMININE** 심플하지만 한번 말으면 잊히지 않는 관능적인 강렬함을 지닌 '코코 마드모아젤'은 과거 여성에게 자유를 선사한 가브리엘 사블을 빼놓은 또 하나의 전설적 향수다.
- 44 **FIELD OF GOLD** 황금시대의 매력, 클래식한 주얼리의 환상과 세공 기법의 아름다움을 가장 완벽하게 구현한 옐로 골드 주얼리 컬렉션.
- 45 **DEFINE UNIQUE** 착용하는 것만으로도 아름다움에 대한 철학과 주얼리에 대한 감각을 드러내는, 아주 특별한 선택, 타사기.
- 46 **ANNA ZEGNA** 패션 브랜드를 넘어 사회적인 기업, 세상을 변화시키는 열정적인 이탈리아 패밀리 브랜드에서 패션 브랜드의 의미 그 자체를 상징시키고, 본질을 추구하는 패밀리의 정신을 이야기하며 뜻깊은 가고 역할을 맡고 있는 안나 제나를 이탈리아 밀라노 제나 본사에서 만났다.
- 48 **패션 하우스, 와인과 교감하다** 패션 하우스와 국제적 대기업이 소유한 와인리틀. 모기업의 자존심을 걸고 인수한 만큼 와인리틀 역시 훌륭한 수밖에 없다. 대부분의 와인리틀이 프랑스 보르도 지역에 있다는 것도 특징. 이렇듯 럭셔리 패션 하우스와 대기업이 보르도를 편애하는 이유에 대하여.

# Style 조선일보

Issue.153 March 2017

대표 | 방정오 cbang@chosun.com 이사 | 이석기 stonelee@chosun.com  
 편집장 | 김유미 ymkim@chosun.com 피처 디렉터 | 고성연 amazingk@chosun.com  
 패션 | 뷰티 디렉터 | 배미진 mjjin@chosun.com 에디터 | 권유진 yjkwon@chosun.com  
 에디터 | 이지연 easyear@chosun.com 아트 디렉터 | 이은옥 okida0820@naver.com  
 교열 | 이정현 어시스턴트 | 김수민 광고 · 마케팅 | 박영하 yhpark@chosun.com  
 김준석 adjoons@chosun.com 박승현 shpark@chosun.com 재무 | 이민희 mhlee@chosun.com  
 분해 · 재판 | 새빛 그래픽스 인쇄 | 타라티피에스 발행처 (주)스타일조선 서울시 용산구 사당로 413  
 현대 하이패션은 비즈나스센터 110호 기사 문의 02-793-5330 광고 문의 02-793-5339

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



**stylechosun.com**

(스타일 조선일보) 홈페이지는 풍성한 선물 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. 럭셔리 그 이상의 감각과 품격이 함께하는 (스타일 조선일보) 홈페이지, 지금 바로 방문해주세요. stylechosun.com

FENDI.COM





**Jewel**  
**ELEGANT TOUCH**

주얼리의 매력에 푹 빠진 사람이라면 고귀함을 은근히 표현하는 브레이슬릿에 눈을 돌릴 때다.



(위부터 시계 방향으로) 브랜드의 첫 번째 뮤즈인 조세핀 황후에게 헌정한 조세핀 핑크 드 뉴 브레이슬릿, 밤하늘에서 영롱하게 빛나는 물방울을 표현했다. 가격 미정 **소에**, 18K 핑크 골드에 그린 컬러 알라카이트를 세팅한 피아제 포세션 오픈 밴드 **6백만 원대 피아제**, 영리한 관계, 우아한 에너지를 상징하는 다이아몬드를 세팅한 인피니티 브레이슬릿, 1천만원대 **타파니**, 다른 브레이슬릿과 다르게 레이아웃할 수 있는 코트로 클래식 체인 브레이슬릿 **6백만 원대 부세르**, 그린 컬러 유색석으로 세팅한 아틀레트 브레이슬릿 가격 미정 **가르디에**, 핑크 골드 소재에 컬러가 화려한 유색 스톤을 세팅한 불가리 불가리 칼렉스 브레이슬릿 **6백만 원대 불가리**, 사랑하는 사람과 함께하는 추억을 기억하기 위해 손가락에 묶는 기능 실에서 영감을 얻은 타파니 보우 칼렉스 브레이슬릿 1천만원대 **타파니**, 에디터 **메이민**



**Fashion**  
**2017 IT COLOR**

**PANTONE®**  
**15-0343**  
**Greenery**

세계적인 색채 연구소인 **팬톤이 선정한 2017년 올해의 컬러 그라미(Granity)**. (왼쪽 위부터 시계 방향으로) 백 스톤 48만원 **프라다**, 청량한 핏과 같은 미니 레진 백, 20X15cm, 9만9500원 **모이나**, 비버리한 초록색 파우치, 25X17cm, 33만원 **스마이니스**, 미러 신들라스, 30만원대 **레이옌 by 루스티카**, 스몰 프린트 액시 트윙클 스퀘어 19만원 **클롬보 비아 델라 스피가**, 스웨이드 힐 1백30만원 **크리스찬 루부탱**, 27인치 그린 폰으로 완성한 라갈티 나백, 24X14cm, 7만6000원대 **보카키 베니**, 롱 글러브 50만원 **프라다**, 에디터 **이재민**



**Interview**  
**ART IN SCENTS**

오로지 기법과 우아한 코롱 향수에 대한 열정을 바탕으로, 아주 유니크하고 풍부한 향과 스토리를 담은 **코롱 압출류 향수인 선보이는 프랑스 크리에이티브 퍼플 하우스 '이들리'에 코롱**, 이 브랜드의 스토리를 더욱 중요하게 하는 커뮤니케이션 CEO인 크리스토퍼 세르비셀과 심비 캔디가 우리를 캘리포니아 클레망틴 나무가 늘어선 길로 인도해줄 신제품 향수를 들고 직접 한국을 찾았다.

**01 코롱이라는 조금은 다른, 이들리에 코롱만의 코롱 압출류에 대한 개념이 디스 셀스하다. 전반적으로 시트라스 계열을 베이스로 한 이유가 있나?** 솔직히 말씀드리면 크리스토퍼와 저는 어릴 때부터 코롱만 사용하고, 둘 다 시트라스 계열을 좋아해요. 풍부하고 깊은데도 지속력을 지닌, 그러면서도 시트라스의 상쾌함이 느껴지는 코롱을 찾았지만, 그런 향을 발견할 수 없었죠. 그래서 만들어낸 것이 코롱의 시트라스 향을 담고, 완벽 함유량을 높인 더 세련되고 우아한 코롱 압출류예요. 우리의 완벽 함유량은 전통적인 코롱을 훨씬 웃도는 수준입니다. 실제로 코롱 압출류의 완벽 함유량은 15~20%인 데 비해 오 드 코롱은 불과 5% 미만이지요. 코롱 압출류는 사실 완벽 함유량 측면에서 본다면 퓨어 퍼플에 가까워요. 우리의 사명은 전통적인 코롱 재료인 시트라스의 우아함과 상쾌함을 선사하면서도, 퓨어 퍼플의 깊고 풍부한 향 지속력을 동시에 갖춘 향을 만들어내는 것이에요.

**02 많은 나치 향수 브랜드 중, 이들리에 코롱만의 특별한 점은 무엇인가?** 전세계 많은 사람들이 이들리에 코롱만의 균형을 좋아합니다. 상쾌하면서도 우아한 것이 특징이지요. 또 각각의 제품은 캐리커가 뚜렷해 누구나 쉽게 구분해서 향을 고를 수 있다는 점이 매력이에요. 우리는 항상 최고의 천연 오일을 사용하고 최상의 칼리피와 최고의 함유율로 향수를 만들고 있어요. 한 가지 코롱 압출류를 만들 때, 이 미 존재하는 다른 어떤 향수보다도 독보적이고 유니크한 향을 만들어내기 위해 2~5분이라는 시간을 투자하죠. 이들리에 코롱의 고가처럼 우리가 유니크하고 우아한 느낌을 경험하기를 원하는데, 그것이 오늘날의 나치 퍼플 브랜드가 추구해야 할 옵션이라 생각해요.

**03 신제품 '캘리포니아 캘리포니아'를 탄생하게 된 스토리가 들려주세요. 영화와 사진에 대해 열정적인 우리 부부는 캘리포니아 로드 트립을 결심했고, 여행을 통해 캘리포니아를 발견하는 기쁨을 가졌습니다. 미국 영화 산업의 요원으로 불리는 도사에서 전성적인 영화의 탄생에 목격했으며, 그곳에서 영화에 대한 감각과 경험을 느낄 수 있었죠. 또 캘리포니아 나무가 늘어선 길을 따라 차를 타고 달리는 동안 그루 푸르디 계절 향의 매력에 빠져들었어요. 여행을 통해 새로운 코롱 압출류에 대한 영감을 얻어, 풍과 자유를 노래하는 캘리포니아를 만들어 보았죠. 캘리포니아를 만들어 보았죠. 캘리포니아는 경이하면서도 즐거운 코롱 압출류입니다. 분위기에 따라 다양하게 연출할 수 있어요. 겨울이나 아침에는 상쾌한 활력을 불어넣기 위해 뿌리면 좋고, 여름밤의 피치에 더 잘 어울려요. 에디터 권유진**

**INSIGHT**

편집부가 엄선한, 국내 및 해외에서 각광받는 이들의 최신 트렌드 & 주목할 만한 소스들.

**Hot Spot**  
**MAISON IN HOUSE OF DIOR**

패션 하우스 디올에서 테이블웨어부터 라이프스타일 제품까지 익스클루시브 홈 인테리어를 선보인다는 반가운 소식 바로 지난 1월 17일, 파리와 런던에 이어 아시아 최초, 전 세계 세 번째 매장이 바로 하우스 오브 디올 창립에 오픈했다. 기존 디올 카페에서 쓰던 무슈 디올 라인을 비롯해 까다롭게 선정한 최고의 장인과 아티스트, 공예가의 협업으로 완성된 다양한 카테고리의 셀렉션을 만나볼 수 있었다. 무슈 디올의 피리 자택 밀라-라-포레(Milly-la-Forêt)와 프랑스의 라 콜 누아르(La Colle Noire) 상에서 영감을 얻은 크리스탈 글라스웨어와 포슬린, 테이블웨어, 수공예 자수 라넨과 실베스트르 등을 선보였다. 또 전 세계 디올 플래그십 스토어의 건축 테마를 구상한 건축가, 피터 마린노는 본인의 유명한 카비니 칼렉스에서 착안한 3개의 브론즈 바스 시리즈를 디자인했으며, 파리의 글라스 디자이너 제레미 맥스웰 윈트르베르는 직접 입으로 유리를 부는 전통 기법을 통한 다양한 제품을 탄생시켰다. 가장 눈에 띄는 제품은 아티스트 베르니크 테랑가가 제작한 테이블 플 세트였다. 이는 디올을 상징하는 까-뉴 패턴을 입은, 디올이 가장 사랑하는 컬러인 그라미와 화이트, 핑크를 활용한 그릇으로, 이날 처음 공개하는 자리에서 각종 SNS 피드를 도배할 만큼 큰 관심을 이끌어냈다. 이외에도 아린 시젤 경험을 바탕으로 제작한 피크닉 바스부터, 주사위 놀이 바스 등 세계적 아티스트들의 흥미롭고 독창적인 작품을 만나볼 수 있었다. 디올 특유의 여성스러움과 우아함이 깃든 메조 칼렉션을 감상하고 싶다면, 청담동에 위치한 하우스 오브 디올을 방문해볼 것. 문의 02-513-0300 에디터 이재민



**Living**  
**전하이저의 명품 헤드폰 HE 1, 오디오 세계의 또 다른 혁명일까?**

오디오 도덕(德)을 추구하는 이들에게는 헤드폰의 진화도 무척이나 중요하다. 그런 맥락에서 오디오 애호가들 사이에서 화제를 불러일으키는 주목할 만한 물건이 있다. 70년 넘는 전통을 지닌 명품 헤드폰 브랜드 50대만 제작한다는 이 시스템은 한화 7천만원대(6만유로)에 이르는 가격도 놀랄지만, 1991년 9백 대 한정 판매한 진공관 앰프 결합형 헤드폰으로 평가되는 평가는 평가는 받은 오르페우스 HE 90(Orpheus HE 90)의 후계자를 표방했기에 더 관심을 끈다. 자국이 작고 통기성이 우수한 천연 가죽으로 만든 이어패드, 완벽하게 가까운 사운드를 재현하기 위한 최후의 두께(2.4mm)를 갖춘 백금 기화 진동막, 디지털 신호를 아날로그로 변환하는 첨단 DAC 칩을 장착하고 프로그래밍부에 진공관 중 최상위 제품을 8개 탑재했으며 세계적인 가장 미질 컨트롤러가 사용했다는 이탈리아 카리나 지역의 최고급 대리석을 반채대 소재로 쓰는 등 하이엔드 오디오 기기는 명칭에 걸맞은 사명을 갖췄다. 또 이제까지 헤드폰 기기에서 찾아볼 수 없었던 4Hz~100kHz의 광범위한 주파수 대역은 인간의 가청 범위를 넘어서는 것으로, 박주와 코끼리의 청력을 합쳐야 인식할 수 있는 수준이라고. 이처럼 화려한 스펙이 무색하지 않게 실제로도 소리의 표현력이 마치 하이엔드 스피커로 듣는 것처럼 빼어나다. 톤 마스터의 최신 감독은 "고음이 아주 편안하고 저음은 풍부하고 생생하게 들리면서도 인위적으로 과장된 축연이 없다면서 '이전까지의 헤드폰에서는 들리지 않았던 소리가 더 밝게 들리고' 말했다. 헤드폰 시스템의 골반관을 자처하는 HE 1에 담긴 노르웨이 향후 전하이저의 제품 라인업에 어떤 식으로 반영될지 기대를 품게 만든다. 에디터 **고성민**

**PRADA**



022.3443.2020 PRADA.COM





# for her Selection

산뜻한 봄과 함께 이제 막 사회에 첫발을 내딛는 초년생과 새내기 대학생들을 위한 센스 있는 아이템들.  
photographed by kim do hyun

재킷과 포켓 라인에 대담 소재로 포인트를 준 트윈드 스킨 재킷 1백68만원 피에르 발랑.

미디엄 사이즈의 롱 스카프를 스트로크 장한 스카프의 포인트를 활기 넘치는 봄을 연출.

직경 16mm의 앙증맞은 사이즈에 머더오브벨 다이얼과 라벤더 컬러 스트랩을 매치한 워치 1백만원대 론진.

슬더 또는 크로스 등 투웨이 백으로 연출 가능한 파스를 블루 컬러 마드라스 스포츠 카프백 20.5X16.5cm, 2백만원대 미우미우.

ASSEMBLED BY RICHARD MILLE. SWISS MADE. RICHARD MILLE. CALIBER RM 07-01. RICHARD MILLE. SWISS MADE. RICHARD MILLE. CALIBER RM 07-01.

브랜드 아이덴티티를 완성한 체인 브레이슬릿 가격 미정 샤넬.

패션계열한 포인트로 차곡차곡 포인트를 채워 40만원대 미우미우 1백40만원대 바버리.

타이틀 위에 세울 수 있도록 코팅된 스포츠용 백인 40만원대 미우미우 50만원대 루이 비통.

라본 포인트의 하이틴 코퍼 1백69만원 톰 브라운.

1980년대 패션의 뉴 룩의 특징을 담아 디자인된 루돌프 로트슈타트 1백40만원 몽블랑.

트렌치코트와 같은 개성난 질감의 촉촉한 나일론 소재 락백 27X28cm, 1백40만원대 바버리.

브랜드 로고 아이덴티티를 활용한 장식이 돋보이는 벨트 70만원대 토즈.

- 피에르 발랑 02-6905-3674
- 레트 바이티 02-546-7764
- 미우미우 02-3218-5331
- 몽블랑 1670-4810
- 발렌티노 02-543-5125
- 샤넬 02-543-8700
- 루이 비통 02-3432-1854
- 톰 브라운 02-6905-3697
- 프라다 02-3218-5331
- 토즈 02-3438-6008
- 로아베 02-6905-3470
- 바버리 080-700-8800
- 론진 02-6905-3519
- 발렌티노 02-3438-6196
- 루스티카 코라아 02-501-4436

세 가지 다른 핑크 톤으로 디자인된 카갑 70만원대 로아베.

브라운 울 카디건 1백40만원대, 플라워 패턴 셔츠 1백102만원대 모두 프라다.

# RICHARD MILLE



CALIBER RM 07-01

RICHARD MILLE BOUTIQUE  
서울시 중구 동호로 249, 신라호텔 B1 아카데미드 • 02 2230 1288

www.richardmille.com

© Didier Gourdon



단정한 이미지를 연출해줄 라운드 프레임 안경 40만원대 올리버 파플스 by 룩스타가 코리아.

부드러운 감성의 안경과 핑 톤 대안으로 클래식한 멋을 부여한 사이즈 28안경 **헤르메스**.

7번 모사본을 고치는 배틀로 장식한 토트백, 47x35cm, 2백만원대 **미도**.

네이비 체크 울 수트 재킷 2백25만원, 화이트 코트 셔츠 39만원, 도트 무늬 실크 타이 19만원대 모두 **Z제나**.

외부 소음을 완벽하게 차단해, 어느 장소에서든 최상의 사운드를 선사하는 FXC 신버는 FXC 480 588만원대 **젠하이저**.

일찍일을 모노그램 캔버스에 자연스럽게 타자한 배지 홀더 40만원대 **루이비통**.

시와 분 카운터, 3시 방향의 날짜창만 있는 심플한 스틸 브레이슬릿 워치 1백50만원대 **미도**.

크고 작은 스타드 장식이 매력적인 레더 벨트 1백50만원 **살바토레 파라디사**.

헤르메스 파리스 마그리트 **헤르메스**.

모양한 수트 팬츠에도 캐주얼한 스타드 컬러 어울릴 3백50만원 **볼 브라운**.

메시와 전통 모자과 선인장 모티프가 어울리는 스페셜 케이스 29만원대 **프라다**.

찬연 스카프와 네오프렌을 믹스 매치해 고급스러우면서도 가벼운 무게를 자랑하는 백팩, 55x37cm, 58만원대 **랑방스포츠**.

크라운 모티브 자수로 포인트를 준 블랙 컬러 1백39만원대 **크리스찬 루부탱**.

시와 분 카운터, 3시 방향의 날짜창만 있는 심플한 스틸 브레이슬릿 워치 1백50만원대 **미도**.

모양한 수트 팬츠에도 캐주얼한 스타드 컬러 어울릴 3백50만원 **볼 브라운**.

메시와 전통 모자과 선인장 모티프가 어울리는 스페셜 케이스 29만원대 **프라다**.

찬연 스카프와 네오프렌을 믹스 매치해 고급스러우면서도 가벼운 무게를 자랑하는 백팩, 55x37cm, 58만원대 **랑방스포츠**.

크라운 모티브 자수로 포인트를 준 블랙 컬러 1백39만원대 **크리스찬 루부탱**.

**for him Selection**

깔끔하고 반듯한 인상을 심어줄 아이템부터 톡톡 튀는 개성을 살릴 수 있는 패셔너블한 제품까지, 새 출발을 앞둔 프레시맨을 위한 셀렉션. *photographed by yum jung hoon*

토즈 02-3438-6008  
Z제나 02-546-6287  
룩스타가 코리아 02-501-4436  
올리버 파플스 02-3444-0077  
벨루티 02-547-1895  
에르메스 02-544-7722  
루이비통 02-3432-1854  
랑방스포츠 02-3438-6252  
프라다 02-3218-5331  
크리스찬 루부탱 02-541-8550  
볼 브라운 02-6905-3505  
랑방트 02-6137-5100  
미도 02-3149-9599  
젠하이저 1544-1699  
살바토레 파라디사 02-3430-4854

신세계백화점 강남점 6층 (남성) +82 2 3479 1649  
신세계백화점 강남점 3층 (여성) +82 2 3479 1619



LEVI DYLAN AND CLARA MCGREGOR

FAY.COM





SUV 열풍 이어 프리미엄 중·대형 세단의 향연

# Return of the Kings

올 초 미국 디트로이트 모터쇼에서는 자율 주행 기능과 세단의 귀환, 한층 덩치가 커진 SUV, 이렇게 세 가지가 올해 자동차업계의 화두로 꼽혔다. 실제로 국내 시장에서도 SUV의 인기에 가려졌던 세단이 한층 날렵하고 근사해진 모습으로 돌아왔다. 내로라하는 브랜드에서 존재감이 돋보이는 프리미엄 중·대형 세단을 잇따라 선보이면서 호응을 이끌어내고 있는 것. 올봄 저마다의 매력으로 감성에 호소하는 프리미엄 신차들을 만나보자.

자동차 세상에서 '명품'이란 단순한 '럭셔리'를 일컫지 않는다. 그저 독보적인 디자인이나 이미지를 자랑하는 고가의 제품이 아니라 기술 혁신이 뒷받침하는 뛰어난 성능과 이미지적 가치를 동시에 갖춘 브랜드만 명품이란 수식어를 누린다. 이 같은 맥락에서 하이엔드 자동차 분야의 세계적인 전문가 필립 로젠버그와 크리스토프 슈퇴르머는 '프리미엄 카(premium car)' 브랜드라고 하면 사회적 위상이나 특권 같은 질적인 가치를 받아들이는 우뇌뿐 아니라 혁신을 지향하고 스피드나 출력 같은 양적인 가치를 수용하는 좌뇌 역시 만족시켜야 한다고 설명하기도 했다. 게다가 요즘에는 단지 으스스하게 좋은 과시형 브랜드를 원하지 않는 소비자가 많다. 꼼꼼하게 가성비비를 따지면서도 자신의 라이프스타일을 반영하고 감성 코드와 맞는지 여부를 매우 중시한다.

갑수룩 까다롭고 변화무쌍해지는 소비자의 입맛에 맞추려는 자동차 브랜드들의 경쟁이 엄청나게 치열한 건 당연지사. 신차 개발, 차별화된 금융 서비스 지원, 창의적인 문화 마케팅 등 전방위적으로 총력을 펼친다. 이처럼 불꽃 튀기는 라이벌 구도에 힘입은 듯 국내 하이엔드 자동차 시장은 불황을 모르고 제법 매끄러운 성장곡선을 타고 있다. 저마다 본연의 정체성을 지키면서도 시의적절하게 새로운 카테고리에도 도전장을 내밀면서 유기적 확장을 꾀하느라 여념이 없는 프리미엄 브랜드들은 어떤 승부수를 던지고 있을까? 최근 수년간 인기를 끈 스포츠 유틸리티 차량(SUV) 시장의 강세가 살짝 주춤한 가운데 전통 강자인 중·대형 세단이 재부상할 것으로 점쳐지고 있다. 실제로 최근 친환경 요소는 기본으로 삼고, 다양한 매력을 내세운 프리미엄 세단이 쏟아지고 있다.

### 왕의 귀환은 성공할까, 대형 세단의 남다른 존재감

압도적인 오라가 느껴지는 대형 그릴과 절로 품격이 묻어나는 길고 멋스러운 차체, 편안하고 넉넉한 공간... 자동차의 '왕' 격인 대형 세단의 매력은 바로 이런 존재감이 있을 것이다. 국내 시장에서도 수입차 비중이 커지면서 차별화에 대한 수요가 높아진 데다 저유가 기조가



지 힘을 보태면서 주요 프리미엄 브랜드에서는 '얼굴마담'인 플래그십 모델을 앞다퉈 선보이는 추세다. 이미 지난해부터 현대차의 프리미엄 브랜드 제네시스가 BQ9000으로 좋은 성적을 거두고, 메르세데스-벤츠의 마이바흐 S클래스가 견재함을 과시한 점이 인상적이었던 대형 세단 시장에 특유의 혁신성이 돋보이는 BMW 뉴 7 시리즈가 창조적 리더들과의 캠페인으로 '뒷심을 발휘하면서 주목받았고, 미국 대형 세단 시장을 이끄는 양대 브랜드인 캐딜락과 링컨, 그리고 북유럽 감성을 지닌 볼보 등이 저마다 '가성비' 돋보이는 신차로 잇따라 도전장을 내밀었다.

최근 포드의 프리미엄 브랜드 링컨은 무려 14년 만에 '아메리칸 클래식'의 상징과도 같은 링컨 컨티넨탈 플래그십 모델을 새로 선보였다. 근대 건축의 거장인 프랭크 로이드 라이트(Frank Lloyd Wright)에게 '세상에서 가장 아름다운 차라는 찬사를 받았을 뿐만 아니라, 역대 대통령과 할리우드 셀럽이 애용해온 역사와 문화의 아이콘이다. 그처럼 자랑스러운 전통의 기반 위에 현대적인 세련미를 수놓은 2017 올-뉴 링컨 컨티넨탈은 링컨의 엠블럼을 재해석한 링컨 시그니처 그릴부터 차체를 타고 흐르는 측면 보디라인 같은 유려한 외관 디자인도 일품이지만, '딥 소프트(Deep Soft)' 가죽과 30가지 방향 시트 조절, 마사지 기능 등 항공기 일등석 부럽지 않은 인테리어, 그리고 레벨 울터마 오디오 시스템으로 귀를 호강시키는 사운드까지, 장점을 두루 갖췄다. 이런 매력에 시장도 화답했는지, 이 제품은 지난 1월 링컨 라인업 중 가장 많은 판매량을 기록하고 있다고. 또 다른 미국 세단의 자존심인 GM의 캐딜락 플래그십 세단 'CT 6'는 최근 5개월(8~12월) 동안 3백28대를 판매하면서 전체 캐딜락 모델의 3분의 1에 가까운 비중을 차지하는 성과를 냈다. 첨단 전자식 사륜구동 시스템을 갖췄으며 차체의 64%에 알루미늄 소재를 적용해 타사 동급 모델에 비해 가볍고도 견고한 보디 프레임은 완성한 대형 세단이다.

### 진검 승부에 나선 BMW-벤츠, 중형 세단 2강의 화려한 격돌

올봄 자동차업계에서 가장 '핫한' 이슈는 중형 세단 시장에서 벌어질 BMW와 메르세데스-벤츠의 '진검 승부'다. 지난해 SUV 시장에서는 물론 4년 만의 페이스리프트 버전으로 선보인 '더 뉴 B클래스'로 화려한 성적을 올렸던 벤츠에 맞서 BMW가 7년 만에 '풀 체인지'를 단행한 7세대 '아심작' 뉴 5 시리즈를 내놓았기 때문이다. 중형 세단 시장을 양분하는 융호상박의 대결인 만큼 지켜보는 눈이 많다. BMW 5 시리즈는 워낙 1972년 첫선을 보인 이래 전 세계적으로 7백60만 대 이상 팔릴 정도로 큰 성공을 거둔 인기 품목인 데다, 이번에 나온 뉴 5 시리즈는 전 라인업에 반자를 주황 패키지가 기본 장착됐을 뿐만 아니라 옵션 가격만 5백만원 상당의 가치를 지닌 'M 스포츠 패키지, 손으로 차량을 제어하는 '게스처 컨트롤' 등이 기본



1 포드 링컨의 대형 세단 '2017 올-뉴 링컨 컨티넨탈', 1백년 역사 기록이 있는, '아메리칸 클래식'의 상징과도 같은 플래그십 세단. 2 미국 세단의 또 다른 자존심인 캐딜락 플래그십 세단 'CT 6'. 3 뛰어난 혁신성으로 많은 크리에이티브 리더의 사랑을 받는 BMW 뉴 7 시리즈. 4 7년 만에 '풀 체인지(완전 변경)' 버전으로 찾아온 중형 세단 시장의 베스트셀러, 'BMW 뉴 5 시리즈'. 5 재규어 특유의 우아함이 묻어 있는 프리미엄 비즈니스 세단 '올 뉴 XF'. 6 지난해 돌풍을 일으킨 메르세데스-벤츠의 프리미엄 중형 세단 '더 뉴 B클래스'. 사진 속 모델은 '더 뉴 300 아방가르드 인텔리전트'. 7 브랜드 최초로 8기통 터보 엔진을 장착한 4인승 모델 페라리 GTC4루소 T. 가격이 공멸할 수 있는 캐딜락으로도 활용 가능하다는 것을 내세운다. 8 올 상반기 국내 시장에 선보일 포르쉐 스포츠 세단 '더 뉴 파라메트로'. 특유의 수려한 디자인은 물론, 한층 커진 차체와 성능으로 매력이 더욱 커졌다.



적용되는 등 한층 막강해진 '내실'을 내세우고 있어서다. 실제 공간이 넉넉했었는데 무게는 오히려 115kg가량 줄어든 점도 매력적이다. '나이트블루(Night Blue)', '코냑(Cognac)' 이 시트 컬러로, '블루스톤(Bluestone)'이 외장 컬러로 새롭게 추가되면서 '컬러 스펙트럼'도 진화했다. 신형 5시리즈에 대한 시장의 반응은 일단 뜨겁다. 올 초 사전 계약 접수를 개시한 지 불과 일주일 만에 '1천 대를 돌파하면서 기대감을 높이고 있다. 메르세데스-벤츠 코리아라고 가만 있을 리 없다. 지난해 돌풍을 일으킨 신형 B클래스에 반자를 주황 기능과 'AMG 패키지'를 기본 적용한 모델을 내놓으면서 맞불 전략을 펼치고 있다.

최근 흥미로운 현상은 수요가 다변화 흐름을 타면서 BMW나 벤츠 같은 독일 강자뿐 아니라 다양한 브랜드가 의미 있는 성장을 하고 있다는 점이다. 예컨대 영국 태생의 프리미엄 브랜드 재규어의 경우 지난해 브랜드 최초로 선보인 SUV 차량(F-페이스)으로 선전한 데다 중형 세단 시장에서도 괄목할 만한 성과를 거뒀다. 재규어 특유의 우아하고 세련된 디자인이 눈길을 잡아끄는 프리미엄 비즈니스 세단 '올 뉴 XF'의 풀 체인지 모델로 상당한 두각을 나타낸 것. 이 모델은 지난해 4월 고객 인도를 시작한 이래, 12월까지 총 1천3백28대가 판매됐다. 이는 재규어 브랜드 제품 전체 판매량 중 35%를 차지하는 높은 비중이다. 또 지난 1월에는 재규어 베스트셀링 모델 'XE'보다 많은 판매량을 기록하는 이변을 낳기도 했다. 올해 중형 세단 시장에서는 또 어떤 참신한 다크호스가 등장할지 기대된다.

### 데일리 슈퍼카의 매력, 포르쉐와 페라리의 대결

최근 프리미엄 자동차 시장에서 눈에 띄는 흐름은 '영역 파괴'다. 전 세계적으로 전통적인 프리미엄 세단 브랜드가 SUV를 내놓기도 하고, 스포츠카 브랜드가 세단 모델을 선보이는 모습을 흔히 볼 수 있다(물론 프리미엄 자동차 브랜드가 가격대를 낮춘 고성능 소형차를 내놓는 경우도 많다). 역량이 뒷받침되고 시장성만 있다면 얼마든지 기존 영역에서 벗어나 남의 텃밭에도 발을 더 적극적으로 내디딜 수 있다는 태도다. 소위 '슈퍼카'를 내놓는 스포츠카 브랜드도 마찬가지다. 고객의 다양한 라이프스타일을 반영해 실용성과 유연성을 가미한 모델을 잇따라 선보이고 있다. 얼마 전 페라리는 브랜드 최초의 8기통 터보 엔진을 장착한 4인승 모델인 'GTC4루소 T'를 국내 시장에도 출시했다. GTC4루소 시리즈는 페라리가 2011년 처음 선보인 4인승 모델 시리즈로, 이번에 선보인 신형 T는 2016 올해의 엔진상에서 '올해의 엔진 대상'을 포함해 4개 부문에 동시에 석권한 바 있는 3.0L 8기통 터보 엔진을 장착한 만큼 슈퍼카의 명성에 걸맞은 '내공'을 자랑하지만, 스포티함과 편안함을 동시에 충족하므로 출퇴근과 레저 활동에도 활용할 수 있는 다용성을 뽐낸다. 오는 5~6월에는 포르쉐의 신형 스포츠 세단이 국내 시장에 상륙할 전망이다. 이 역시 편안한 주행 역량과 강력한 스포츠카의 서킷 성능을 겸비한 4도어 데일리 슈퍼카다. 이전 모델보다 차체가 커졌음에도 포르쉐의 디자인 아이콘 911의 스타일과 연계된 특유의 '플라이 라인'을 통해 더욱 세련되고 역동적인 실루엣을 갖췄으며 한층 강력해진 '하이퍼보' 엔진을 장착했다.

### 프리미엄 SUV 바람도 멈추지 않는다

올 하반기나 내년에는 프리미엄 SUV 바람이 다시 강하게 불어올지도 모르겠다. 특히 프리미엄 세단 브랜드들이 '억 소리 나는 초고가의 대형 SUV'를 앞다퉈 선보일 예정이라 자동차 애호가들의 시선이 쏠릴 수밖에 없을 듯하다. 지난해 가을 이탈리아 하이엔드 브랜드 마세라티가 1백 년 역사상 처음으로 개발한 SUV '리브레'를 내놓고 승승장구하는 가운데, 미국 시장에서 상징적인 SUV로 통하는 캐딜락 에스칼레이드(Escalade)가 올 상반기 모습을 드러낼 예정이고, 전통과 품격을 자랑하는 영국의 세단 브랜드 벤들리와 롤스로이스도 역시 SUV를 야심 차게 준비하고 있다. 벤들리는 브랜드 사상 최초 SUV인 '벤데이거'를 지난해 부산 모터쇼에서 선보였고, 롤스로이스는 내년 출시를 목표로 최근 첫 SUV '컬리리언'의 웅장한 모습을 공개하기도 했다. 또 페라리와 함께 이탈리아 최정통 스포츠카의 양대 산맥으로 꼽히는 람보르기니 역시 브랜드 최초의 SUV '우루스'를 내년께 발표하겠다고 예고했고, 벤츠에서도 최상급 모델인 '마이바흐 SUV'를 오는 2019년 선보일 것이라 전망이 나오고 있다.

프리미엄 자동차 브랜드들의 '경계 허물기'와 '영역 파괴' 현상은 앞으로도 더 심화될 것으로 보인다. 이에 대해 오랜 세월 소중히 지켜온 정통성을 버리고 트렌드에 따른 수의 창출에만 혈안이 된 행보라고 지적하면서 곱게 보지 않는 시각도 존재하는 게 사실이다. 하지만 그런 상황에서라도 비판의 목소리를 잠재우고도 남을 만한 창조적 변화를 보여줄 브랜드가 있지 않을까. 물론 심도 있는 전략과 내공이 결여된 선행은 무리수가 될 수도 있지만, 기존 질서에서 벗어난 '이중교배'로 혁신을 빚어온 역사를 재현해낼 '실력자'도 분명 있을 터. 그 주인공이 과연 누구일지 궁금하다. **SH** **글** 고영선



# 2017 S/S Most Wanted

see now, buy now(지금 보고, 지금 산다)라는 새로운 패션 용어가 생길 만큼 이젠 쇼에서 본 제품을 그다음 날 바로 매장에서 구입하는 즉각적이고 다이렉트한 시대가 되었다. 패션에 대한 판타지를 보여주던 다소 비현실적인 트렌드보다는, 당장이라도 입고 싶은 만큼 실용적이고 웨어러블한 스타일이 사랑받는 요즘, 일상에서 충분히 활용할 수 있는 트렌드 키워드만 모았다. 스타일리시하고 현명한 쇼핑을 원한다면 이 페이지를 먼저 확인할 것.

## Trend 1. Oversize Suit

조금은 흐트러진 듯 편안하고 우아하게. 이는 울퉁 수트를 고를 때 기억해야 할 사항이다. 몸에 딱 맞지 않는다는 제복 같은 여성 수트는 잠시 잊으라는 뜻. 매 시즌 생명의 구분이 점점 더 모호해지고 있는 가운데 남성 수트는 여성스러워지고, 여성을 위한 수트는 누가 봐도 남자 옷장에서 막 꺼내 입은 듯한 오버사이즈 스타일로 등장했다. 이는 단지 생활을 뒤엎어 재미를 주기보다, 여성의 라이프스타일 전환을 이루려는 편안하면서 실용적인 스타일에 초점을 맞추고, 여성에게 보다 힘을 실어줄 수 있는 아이템이라는 점에서 주목할 만하다. 기아하게 보일 만큼 넓고 두꺼운 패드로 직지는 이룬 슬리디 자인의 오버사이즈 수트를 대거 선보인 베티멍을 필두로, 오버사이즈 수트를 메인 골드에 등장시킬 정도로 애정을 드러낸 셀러는 이베라 재킷을 무심하게 걸쳐 입은 듯한 모습이지만, 여기에 경쾌한 길이의 크롭트 팬츠와 하이웨일 매치해 한층 여성스럽고 웨어러블한 룩을 연출했다. 말바리, 폴 스미스 역시 하리 라인인 핏을 찾아볼 수 없는 클래식한 수트 디자인에 옐로, 핑크 등 신뜻한 컬러와 레트로풍 패턴을 더해 여성미를 잃지 않은 모습이다. 가장 현실적으로, 일상에서 입을 수 있는 오버사이즈 수트의 정석을 보여준 브랜드는 질 샌더. 셔츠 단추를 편안하게 풀고, 여기에 어깨 라인이 나긋하게 아래로 처진 여유 있는 실루엣의 재킷과 팬츠를 매치한 질 샌더의 수트는 많은 오피스 레이디의 마음을 흔들기에 충분하다. 단, 이런 수트를 입을 때는 실제 남성복으로 오해받지 않도록 하이힐이나 볼드한 양말 등으로 여성적 요소를 잘 넣는 것을 잊지 않도록.

## Trend 2. Chatty Tees

백 마디 말보다 강한 것이 여기에 있다. 패션계를 점령한, 강력한 메시지를 담은 슬로건 티셔츠가 바로 그것이다. 수년 전부터 정착적인 메시지나 동물 보호, 여성 인권 신장, 테러 반대 등의 메시지를 담은 패션 아이템이 등장하곤 했는데, 올해는 그 여파가 돌풍을 일으키듯 뉴욕부터 밀라노, 런던, 파리까지 4대 도시 전역에 걸쳐 디자이너들이 전하고자 하는 메시지를 티셔츠에 고스란히 담았다. 대표적으로 디올의 최초 여성 크리에이티브 디렉터인 마리아 그라치아 치우리의 'We should all be feminists'이라는 모두 페미니스트여야 한다'라는 의미심장하고도 강력한 메시지를 담은 티셔츠를 로맨틱하고 여성스러운 레이스 스커트와 매치했다. 또 작곡적인 동물 애호가인 귀족과 리얼 모피는 알제 시용하지 않는 스티븐 맥카트니는 이런 뚜렷한 브랜드의 가치관을 'No leather', 'No fur' 등의 슬로건을 담은 티셔츠로 패시비티하게 전파했다. 이 밖에 도 'Fashion is a passion'을 적은 사키의 티셔츠, 'Be your own hero', 'Silent soldier'라는 메시지를 담은 하디드 이브만 티셔츠까지, 다양한 메시지와 슬로건을 담은 디자이너 브랜드들이 조용하지만 강력하게 자신들의 목소리를 들려주고 있다. 가볍지만 그 의미는 무거운 한 장의 티셔츠가 전하는 개념 있는 액세서리도 동참해볼 것.

## Trend 3. Mixed Stripes

어렵다면 등장하는 만큼 큰 때문인지 스트라이프는 플라워 패턴만큼이나 더 이상 새로운 트렌드는 아니지만, 이번 시즌은 풍기는 예니부터 넘쳐난다. 여전히 해변의 피라솔을 연상시키는 머린풍 스트라이프부터 모던하고 그래픽적인 스트라이프까지 다양하게 등장하는데, 생동감 있는 굵기의 변화와 비비드한 컬러의 위트 있는 배치를 통해 경쾌하면서 야성적인 느낌을 더한 장이 관련 포인트다. 먼저 에이프린 모티브의 드레스를 비롯해 가장, 신발 등 머리부터 발끝까지 브랜드를 상징하는 크고 작은 줄무늬로 가득 채운 핏의 룩을 살펴보자. 설명할 필요 없이 통 줄무늬로 장식된 과하고 부담스러운 룩이 떠오르지만, 컬러와 스트라이프 굵기의 강약을 적절히 조절해 실재 모델 룩은 우아하고 여성미가 넘친다. 이와 더불어 경쾌한 컬러를 믹스해 경쾌하면서도 스포티한 스트라이프 니트 웨어를 선보인 프로엔자슬라, 오프닝 세비모니, 소니 아리갈도 눈여겨볼 것. 이 룩들이 서로 다른 굵기, 컬러의 스트라이프를 함께 매치한 스타일이라면, 고수를 위한 스타일링법으로 스트라이프와 도트, 페이즐리, 체크 등 다른 패턴을 믹스한 룩도 눈에 띈다. 프리다디는 1970년대 레트로 느낌을 기미한 체크, 지오메트릭 패턴을 스트라이프와 매치했는데, 각기 다른 패턴을 믹스했음에도 어색하지 않고 도제 광경이 스타일리시하다. 아직

Mixed Stripe\_FENDI

Mixed Stripe\_ETRO

Talking Pink!\_HERMÈS

Updated Trench\_FAY

All about Shirts\_MARNI

Updated Trench\_PRADA

## Trend 4. Talking Pink! Pink!

울퉁, 단 하나의 컬러 아이템을 추가한다면 그것은 핑크다. 핑크라는 단어만 들어도 거부반응을 보이는 사람도 이번 시즌엔 결코 거부할 수 없을 만큼 매력적인 핑크 아이템들이 가슴속 깊이 잠들어 있는 핑크에 대한 열광을 깨워줄 테니. 런웨이를 핑크빛으로 물들었다고 해도 과언이 아닐 만큼 캔디 핑크부터 베이비 핑크, 라즈베리 핑크 등 채도가 다양한 핑크 컬러를 선보였는데, 그중에서도 특유의 '공주' 이미지를 버리고 아주 시크하고 모던한 느낌으로 변신한 푸크시아 핑크에 주목할 것. 눈이 시릴 정도로 강렬한 컬러에 비해 자칫 잘못하면 유치하고 촌스러운 스트리트 룩으로 변질될 수 있지만, 오히려 이를 정제된 실루엣과 복잡하지 않은 실용하고 모던한 스타일링으로 완성해 우아하고 럭셔리한 느낌을 더한 것이 특징이다. 대표적으로 발렌티노는 몸의 곡선을 따라 유연하게 흐르는 케이프 스타일의 푸크시아 핑크 드레스로 우아한 이브닝 웨어를, 보테가 벤테라는 일상에서는 물론 휴양지에서도 멋스러움을 발산할 알고 부드러운 가죽으로 만든 허핑턴 컬러의 셔츠형 원피스를 선보여 눈길을 사로잡았다. 편안하면서도 볼륨감이 느껴지는 실루엣의 푸크시아 핑크 원피스를 화이트 슈츠와 매치해 신뜻한 룩을 완성한 에르메스도 눈여겨볼 것. 이 모든 룩의 공통점은 강렬한 컬러임에도 과해 보이지 않으면서 담장 입고 심을 만큼 우아하고 웨어러블하다는 것. 단, 여기서 주의할 점은 핑크 공주로 오해받지 않도록 액세서리나 다른 디테일을 최소화하고(메이크업도 심플하게), 스타일링 역시 군더더기 없이 간결해야 한다는 점이다.

## Trend 5. Updated Trench

트렌치코트를 구입할 예정이라면 작가는 바로 지금이다. 트렌치코트를 선보이지 않은 브랜드를 찾기가 더 어려울 정도로 소재와 컬러, 디자인이 다양한 트렌치코트가 수원을 가득 채우고 있으니 말이다. 시즌에 상관없이 항상 사랑받는 클래식한 기본 핏의 트렌치코트도 물론 예쁘지만, 울퉁엔 좀 더 스타일리한 요소를 기미한 변형된 스타일의 트렌치코트를 주목해야 한다. '트렌치코트' 하면 바로 버버리가 떠오를 만큼 클래식한 트렌치코트의 정석을 보여주던 버버리조차 이번 시즌엔 커디안 라벨이 돋보이는 오버사이즈 핏 트렌치부터 슬리브에 볼륨감 있는 퍼프 디테일이나 장식적인 디테일을 더하는 등 기존에는 볼 수 없던 새로운 스타일의 트렌치코트를 선보였으며, 마르니, 프리다, 메종 마르틴마르타, 페이, 보테가 벤테라, 사키, 발렌시아가, 핏 등도 역시 여유 있는 연출과 슬리브에 기미한 긴 오버사이즈 트렌치코트를 선보였는데, 변형된 디자인만큼이나 이를 연출하는 스타일링 역시 전형적이지 않은 것이 특징이다. 기본 트렌치코트처럼 벨트를 단정하게 여미는 것이 아닌, 아무렇게나 묶은 듯 우왕하게 연출하거나 단추 라인이 비대칭이 되도록 삐뚤게 묶어주는 식이다. 프리다에서 선보인 트렌치코트처럼 사이드 단추로 채워 코트 자체가 아예 비대칭으로 보이게 연출한 룩도 새롭고 스타일리시하다. 자, 이제 이 룩들을 참고해 벨트 묶는 방법부터 바꿔보도록.

## Trend 6. All about Shirts

그이탈로 셔츠 전성시대다. 남녀 모두에게 기본 중의 기본인 셔츠가 이토록 호시절을 누리다니! 이번 시즌엔 하나만 입어도 충분히 스타일리시하고 멋스러울 뿐만 아니라 밸런스나 아우터로 활용할 수 있는 셔츠가 가득해서, 셔츠 하나로 가볍고 풍요로운 스타일링을 즐길 수 있었다. 지난 시즌에 이어 올해도 소매가 손을 덮고 남는 롱 슬리브 셔츠가 강세인데, 마르니, MSGM, 스포트 맥스, 스티븐 맥카트니, 베티멍 등 많은 브랜드들이 긴 소매를 접어 올릴 수 있는 프렌치 컵프스를 더해 이를 보다 실용적으로 재해석했다. 이와 함께 중세 여성의 퍼프 블라우스를 떠올리게 하는, 어깨부터 소매까지 슬리브를 한껏 부풀린 셔츠(맨디, 블루마린, JW 앤더슨, 시몬 로사 등)와 기본 셔츠 실루엣을 해체한 듯 네그라인의 중심이 사이드로 엮인 비대칭 디자인, 어깨를 과감히 드러내거나 양쪽 슬리브가 다른 스타일의 셔츠도 신선하다. 무엇보다 제일 반가운 건, 때론 재킷처럼, 때론 드레스처럼 활용할 수 있는 투웨이 셔츠다. 특특하고 탄성 있는 소재에, 셔츠 칼라와 밑단 라인, 단추, 포켓 등 디테일을 견고하게 디자인해 아우터로 입어도 결코 초라해 보이지 않는 셔츠 디자인이다. 플라워 패턴의 블라우스 위에 박시한 핑크 셔츠를 아우터로 연출한 N21의 셔츠 스타일링을 참고할 것. 만약 가지고 있는 셔츠로 가장 간단하고 쉽게 이번 시즌 셔츠 트렌드를 시도해보고 싶다면? 단추를 엇갈려 끼우는 것만으로도 트렌드 물결에 동참할 수 있을 것.

## Trend 7. Romantic Wave

로맨틱한 여성미를 마음껏 발산할 수 있는 시즌. 섬세하고 여성스러운 러플 디테일이 발바람과 함께 우아하게 나뭇가람 준비를 마쳤다. 이번 시즌 러플은 특유의 여성성을 강조하려고 걸심이라도 한 듯 리본, 레이스, 시몬 등과 함께 인형 옷같이 러플러하고 소녀스러운 느낌으로 사랑스러움을 한껏 드러낸 버전과, 이와는 조금 다르게 여성스럽지 만 보다 모던하면서 정제된 느낌으로 재해석한 러플로 양분화된 것이 특징이다. 전자는 콜로에와 펜디가 대표적. 컬러미치 베이비 핑크, 라벤다, 옐로 등 달콤한 캔디 컬러를 사용한 이 두 브랜드의 시몬 원피스는 그이탈로 여성을 광량 아이템이다. 이런 여성스러운 러플 디자인이 부담스럽다면 러플을 부분적으로 사용하거나 모던하게 표현한 후자의 디자인을 선택할 것. 스커트 끝자락에 와이드한 러플을 더한 페롤럼 스커트를 하이브리드 정제와 매치해 스포티하면서 세련된 룩을 완성한 페라기모의 룩을 참고한다면 이해하기 쉬울 것이다. 에디터 권유진

Romantic Wave\_CHLOE

Romantic Wave\_SALVATORE FERRAGAMO

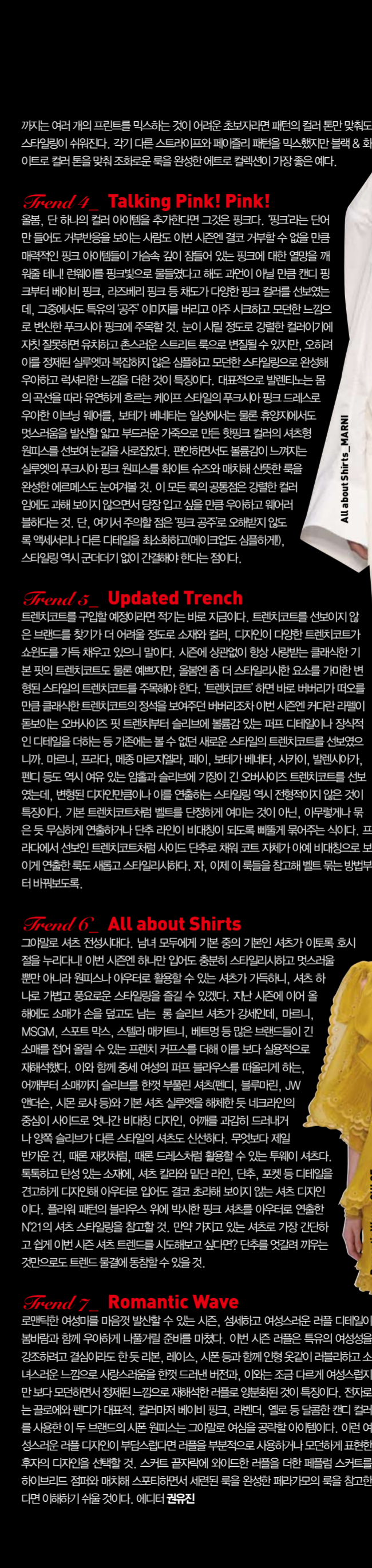


Oversize Suit\_JIL SANDER

Chatty Tees\_STELLA MCCARTNEY

Oversize Suit\_CELINE

Chatty Tees\_DIOR



All about Shirts\_M21

Romantic Wave\_SALVATORE FERRAGAMO



(왼쪽부터) 바세론 콘스탄틴 오버시즈 가장 고전적인 시계 브랜드로 인정받는 바세론 콘스탄틴에서 매장을 방문하지 않아도 사용자 스스로 교체 가능한 스트랩을 갖춘 오버시즈(Overseas) 모델을 출시해 시계업계를 놀라게 했다. 브랜드를 상징하는 알티 로고를 표현한 41mm 스테인리스 스틸 케이스 위치의 가격이 2천만원대라는 사실도 브랜드 가치를 생각했을 때 합리적이라는 평. 스틸과 라바, 레더 등 세 가지 소재 스트랩을 모두 구성한 가격이다. 재치바 홀마크 인증을 받은 인하우스 칼라버 5100을 장착했기에 더욱 만족스럽다. 문의 02-3446-0088 **오데마 피게 로열 오크** 시계 메이커라면 한 번쯤 구매를 고려해보면, 브랜드를 상징하는 로열 오크(Royal Oak) 칼렉션, 스테인리스 스틸로 만든 최초의 하이엔드 스포츠 워치라는 상징적인 의미만으로도 소장 가치가 높다. 시계 배경에 최초로 옥타곤 형태 케이스를 도입했고, 오직 8개의 스크류만으로 케이스를 고정했음에도 그 어떤 충격에도 부러지지 않는 완성도를 갖추었기에 글래스의 반영에 올랐다. 오토매틱 칼라버 3120을 장착한 오데마 피게를 원하는 남성들이 꼭 봐야 할 만한 라인업이다. 2천3백만원대. 문의 02-3449-5917 **다이아리는 모두 스미스**. 문의 02-310-1708



# a great Start

하이엔드 워치 브랜드에는 접근 불가능한 제품만 있을 것이라 생각하면 오산이다. 브랜드의 가치를 고스란히 담고, 소장할 만한 장점까지 갖춘 매력적인 가격의 워치 컬렉션을 소개한다. *photographed by park gun zoo*

(왼쪽부터) **블랑팡 발리비에 울트라 슬림** 기계식 시계의 매력을 한껏 느낄 수 있는 핸드와인딩 무브먼트 워치에 입문하기 적합한 블랑팡 발리비에 울트라 슬림 워치. 최초의 럭셔리 브랜드로 시계 역사에서 독보적인 위치를 차지하고 있는 브랜드의 메인 칼렉션, 그중에서도 칼렉션들의 사랑을 받는 핸드와인딩 워치이기에도 소장 가치가 더욱 높다. 6시 방향의 스몰 세컨즈, 9시 방향의 파워 리저브 디스플레이, 3시 방향의 타이틀 창까지, 시계 고유의 가치를 다이얼에 고스란히 담았다. 거기에 블랑팡의 클래식한 매력을 부각하는 정원형 스틸 케이스에 칼라버 1105를 탑재했다. 1천만원대. 문의 02-6905-3367 **에거 르몽트르 마스터 울트라 싼 스몰 세컨즈** 칼라버 886를 장착한, 가장 심플하고 시계다운 시계를 원하는 남성들에게 추천할 만한 워치. 새틴 같은 광택이 느껴지는 다이얼에 대한 6시 방향의 스몰 세컨즈 창이 모던함을 극대화한다. 군더더기 없는 디자인에 기마한 엘리제티어 스트랩, 다이얼과 핸즈, 인덱스까지 심플함의 극치다. 9백만원대. 문의 02-3905-3998 **피아제 폴로 S 워치** 골드와 플라티넘 소재뿐만 아니라 출시했던 피아제가 매력적인 가격의 스틸 소재 폴로 S(Polo S) 칼렉션을 선보였다. 스틸로 정교한 쿠션형 케이스와 부드러운 라인업이 이어지는 브레이슬릿을 완성하고, 현대적인 디자인에 기묘세 패턴으로 미묘한 심버 다이얼을 더해 클래식한까지 느낄 수 있도록 고안했다. 자체 제작 1110P 기계식 셀프와인딩 무브먼트를 장착해 브랜드 가치를 고스란히 경험할 수 있다. 1천3백만원대. 문의 02-540-2287 **다이아리는 모두 에르메스**. 문의 02-544-7722 **에디터 베이진, 권유진**



KARLIE KLOSS



#GirlsBrilliant

THE VALENTINE'S DAY COLLECTION  
DISCOVER MORE AT SWAROVSKI.COM



# indulge in Fantasy

매혹적인 주얼리에는 고대부터 전해져 내려오는 특별한 상징과 의미심장한 이야기가 담겨 있다.  
 미래를 위한 특별한 부적이 되어줄 판타지 주얼리 컬렉션. *photographed by park gun zoo*

기원에 유포된 세계 방황으로 행운의 상징인 고슴도치를 일체적으로 표현한 **부채론 한스 헤지 호그 핑크 골드 브레이슬릿**, 주얼리를 통해 좋은 기운을 얻고자 하는 컬렉터에게 부채론의 애니멀 컬렉션은 오래도록 수침의 대상이 되었다. 귀한 리본도 루비 2개로 고슴도치의 눈을 표현했다. 5천만원대. 백조에게 영감을 표현한 **사피리스 스완 핑 블랙 사피이어 2천만원대**. 대담하고 입체적인 실루엣, 신비로운 선인장의 형태에서 영감을 받은 **카르미에 라페스 드 카르미에 황과 네크리스**. 긴안된 생명을 상징하는 선인장의 에너지를 담은 주얼리로, 고전적인 옐로 다이아몬드로 형태를 완성한 후 선인장 꽃 형태를 다이아몬드로 표현했다. 네크리스 2.24캐럿원대, 링 1.38캐럿원대, 18K 화이트 골드에 1백79개의 브릴리언트 컷 다이아몬드로 처리하고, 중앙에 0.27캐럿 다이아몬드를 더해 화려하게 완성한 **피아제 로즈 링**. 정하는 사랑과 열정, 기쁨을 상징한다. 2천만원대. 2백37캐럿파리를 대표해온 황실 주얼리 하우스, 수메가 선반에는 하이 주얼리 컬렉션 **쇼에 조세핀 황도드 뒤 맨던 트**, 오프워치 기법과 필무로 기법을 사용해 다이아몬드가 마치 공중에 떠 있는 듯 표현해 더욱 드라마틱하다. 귀족 미장, 권능적이고 도도하며 강렬한 매력을 지닌 **팬더 드 카르미에 맨더 드 카르미에 칼렉션 황과 네크리스**. 옐로 골드에 블랙 레커로 팬더 윤곽을 표현했다. 링 2.34캐럿원대, 네크리스 3.38캐럿원대, 작은 부채 형태가 연속적으로 이어져 화려하고 기묘한 매력을 조화하는 **불가리 디비스 드림 칼렉션 브레이슬릿 5백만원대**. 행운을 상징하는 별 모티브에 두인된 진주를 더한, 예술적 영감이 가득 담긴 **타사키 어브스트랙 스타 하이 주얼리 네크리스 3천만원대**. 애너티 베이진

카르미에 1566-7277 부채론 070-7500-7282 피아제 02-540-2237 쇼에 02-3442-3159 타사키 02-310-1854  
 불가리 02-2056-0171



DOSAN FLAGSHIP STORE HOTEL SHILLA ARCADE  
 SHINSEGAE MAIN GANGNAM CENTUM CITY  
 HYUNDAI MAIN COEX MOKDONG BUSAN DAEGU ULSAN  
 LOTTE AVENUE AVENUE WORLD TOWER  
 GALLERIA LUXURY HALL EAST AK PLAZA BUNDANG STORE  
 T 070-7130-9206 WWW.COLOMBOVIADELLASPIGA.COM

**COLOMBO**  
 1955  
 VIA DELLA SPIGA  
 MADE IN ITALY



**Unique pattern**

(왼쪽부터) 송이까지죽을 격자 형태로 엮어 독특한 패턴을 구현했다. 기법 앙업을 펼 수 있어 다양한 스타일로 연출 가능한 모나키 백, 35X30cm, 2백95만3천원 **아. 테스토니**, 아일랜드 인리스트레이터이자 건축가 니콜 피르(Nigel Peake)의 작품 '어블넛'에를 브랜드 시그니처 백인 로스탈스 위에 붙여냈다. 화려한 컬러의 패턴을 입힌 로스탈스 백, 23X20cm 1천만원대 **에르메스**, 세계의 토속 민족에서 영감을 받아 수작업으로 완성한, 강렬한 컬러 패턴이 돋보이는 에스프레소네이드 그래픽 백, 29X21cm, 3백27만원 **프라다**, 세 가지 컬러를 꼬아 만든 체인 스트랩과 탈착 가능한 메달 스트랩을 함께 제공해 두 가지 연출이 가능한 더 브로세 백, 메달 폭스 헤드가 강인한 인상을 지어낸다. 23X14cm, 4백만원대 **구찌**.



스탈리니스트 유원정  
아사미토 이세영, 김수민  
프랜차이즈 by 민소, 박지영, 김민정

# 2017 S/S new bags

새로운 시즌을 알리는, 브랜드의 개성을 담아 출시하는 차세대 클래식 백을 살펴보자. 기존 모델에 조금씩 업그레이드된 요소를 가미하거나 완전히 새로운 디자인으로 출시한 2017 S/S 신상 백 중 당신의 취향은? *photographed by park gun zoo*

스탈리니스트 유원정  
아사미토 이세영, 김수민  
프랜차이즈 by 민소, 박지영, 김민정



**Decorative touch**

(왼쪽부터) 기방 테두리를 따라 더한 웨이브 패턴이 돋보이며, 2개가 이어진 컬러풀한 스티드 장식 장갑처럼 포인트를 준 캔디 백, 26X18cm, 4백38만원 **인사귀**, 모티브 백 스트랩 1백79만원, 모두 **렌다**. 브랜드 이니셜인 KARL을 골드 메달 장식으로 표현한 앙증맞은 사이존의 칼 시그니처 솔더백, 23X16cm, 52만2천원대 **칼 라가렛트**. 블랙과 화이트의 컬러 볼륨감이 돋보이며, 볼트와 골드 스티드와 포인트를 준 사티 스티머 PM 백, 27X21cm, 5백만원대 **루이비통**.

스탈리니스트 유원정  
아사미토 이세영, 김수민  
프랜차이즈 by 민소, 박지영, 김민정



# FABIANA FILIPPI

fabianafilippi.com

Hyundai / Main 02) 3438 6294 / COEX 02) 3467 8582 / Mokdong 02) 2163 1238 / Daegu 053) 245 2214 / Ulsan 052) 228 0252 / Pangyo 031) 5170 1238  
Shinsegae / Gangnam 02) 3479 6287 / Gyeonggi 031) 695 1684 / Daegu 053) 661 6361 **Galleria** / East 02) 6905 3626 / Timeworld 042) 720 6287  
**AK Plaza** / Bundang 031) 8023 2217 **Lotte** / Avenuel World Tower 02) 3213 2305



**Spring color**

(왼쪽부터) 정교한 레이저 카팅 기법이 돋보이며 내부에 가죽 파우치를 더해 실용성을 높인 스피어 백, 23X17.5cm, 2백55만원 **살바토레 페라기모**, 사다리꼴의 간결한 세이프에 장식을 최소화해 고급스러운 악아기죽을 돋보이게 한 디오네 백, 25X17cm, 1천3백만원대 **롤랜드 비아 델라 스피가**, 기법을 잡지 않고 자연스럽게 열고 닫히는 스타일을 참고해, 내부 수납공간을 아코디언 형태로 디자인했으며 사랑스러운 파스텔 톤 컬러로 포인트를 준 브리암 매직 백, 28.5X22cm, 1천만원대 **델보**.



그레이트 브리튼 퍼블릭 카비 20만원, 그린 컬러 퍼블릭 카비 24만원, 모두 **이탈리아어미에**를 열었다.

**Brownish tone**

(왼쪽부터) 브랜드를 상징하는 매듭 모양의 노트(knot) 버클이 달린, 부드러운 카프로 가죽 시트지 백, 24X15cm, 5백20만원대 **보테가 베네타**, 블랙과 브라운 컬러의 부드러운 투톤 컬러가 매력적인 슬론 에디터 백, 21X15cm, 65만원 **마이클코이스**, 가방 옆면을 펼 수 있어 다양한 형태로 즐길 수 있는 트라이폴드 백, 브랜드 특유의 심플함과 모던함이 돋보인다. 37X27cm, 3백65만원 **셀린노**, 에디터 **이자언**

아, 테스토니 02-554-4310 에르메스 02-542-6622 프라다 02-3215-5331 구찌 1577-1921 펜디 02-2056-9023 칼 라가펠트 02-3443-2016 루이 비통 02-3432-1854 보테가 베네타 02-515-5840 마이클코이스 02-3479-1852 셀린노 02-540-0486 살바토레 페라기모 02-3430-4854 롤랜드 비아 델라 스피가 070-7130-9206 델보 02-3449-5316 헨스크 070-7475-4254 이따라 02-749-2002 런베뉴 070-7529-9342



그레이트, 오버지 쿠션 모두-가죽 미장 및 원 by 헨스크, 투톤 쿠션 1,2인칭엔 **로이**, 로이 by 헨스크.



www.thehandsome.com

**LÄTT** BY T



# perfect Lips

여기 모인 제품들은 평범하고 단순한 립 아이템이 아니다. 기존 립 제품 이상의 효과를 발휘할, 신개념 일석이조 립 제품을 여자의 입술을 가장 잘 이해하고 아름답게 표현하는 메이크업 아티스트 7인이 직접 테스트해보았다.  
photographed by park gun zoo



(왼쪽 아래부터 시계 방향으로) 랩팜과 틴트가 하나로, 바비 브라운 엑스트라 립 틴트, 랩팜과 립 틴트를 합쳐 쉽고 간편하게 보습력과 예쁜 컬러감을 모두 얻을 수 있는 제품이에요. 텍스처가 쫄쫄하고 가벼워 입술에 미치 않은 보습감을 섞어 주는 느낌이 들어 만족스러워요. 충분한 보습감을 주면서 본인의 입술 색채를 컬러를 자연스럽게 표현하기 때문에 내추럴한 메이크업이나 맨 얼굴에 대입해도 간편하게 바르기에 좋아요(2.3g 4인분용). "by 메이크업 아티스트 공해원 문의 02-3440-2781

립스틱 바르듯 손쉬운 각질 케어, 디올 아워트 슈가 스크럽 '이 립 스크럽은 세안 할 때 함께 사용해야 했던 기존 스크럽 제품과 달리, 립팜에 오토티들한 스크럽 비즈를 함유해 립스틱 바르듯 손쉽게 입술 각질을 케어할 수 있다는 것이 가장 큰 장점이에요. 단독으로 사용해도 효과를 볼 수 있지만, 보다 확실하게 케어하기 위해서는 먼저 고보습 립팜을 바른 후 잠시 두었다가 이 제품으로 입술을 물려해 각질을 밀어내세요. 그런 다음 물티슈로 닦아내면 입술이 금세 보들보들해져요(3.5g 4인분용). "by 메이크업 아티스트 손대식 문의 02-3438-9537

반짝이는 마자락 터치, 샤넬 루주 코코 톱 코트 '립스틱 마...아마도 반가워할 만한 제품이에요. 글로시한 광택감이 돋보이는 립 톱 코트, 전 단계에 바른 립스틱의 컬러를 한층 살리면서 입술에 볼륨감을 더해주고, 서로 다른 매력을 지닌 세 가지 컬러로 구성된 정도 매력적이에요. 이중 개안적으로 마음에 드는 컬러 컬러의 77% 컬러는 착안성이 다소 부담스러울 수 있지만, 레드 계열 립스틱을 바른 후 덧번트먼트 더운된 깊이감 있는 레드 립을 표현할 수 있어 의외로 활용도가 높답니다(15.5g 4인분용). "by 정성물 인스피레이션 메이크업 원장 손주희 문의 080-332-2700

에센스 오일 성분으로 립스틱에 대한 편견을 깨줄, 에스티 로더 퓨어 컬러 엔비 오일 립스틱 '에센스 오일 성분을 함유한 아주 부드러운 크림 텍스처로, 입술에 영양 크림을 바른 듯 촉촉하게 해줄 뿐만 아니라 눈에 보이는 색상 그대로 발색 되어 보습과 컬러감을 동시에 만족시켜요. 메이크업은 편견으로 립스틱 재빨리를 알려하던 여성들도 이 제품만큼 특별한 메이크업 립 없이도 쉽게 바를 수 있어요. 총 12가지 컬러를 선보이는데, 이중 대용량 메이크업으로 가장 무난하고 예쁘게 바를 수 있는 컬러로 꼽힌 색상의 210 러쉬 플라쉬를 추천해요(3.4g 4인분용). "by 메이크업 아티스트 김지현 문의 02-3440-2772

립 슬리핑 마스크의 놀라운 보습 효과, 라네즈 투톤 립 립 바 '라네즈의 베스트 셀러인 슬리핑 마스크 성분을 립 제품에 담았다고 해서 더욱 호기심이 가는 제품이에요. V자로 커튼한 텍스처로 입술을 예쁘게 물들일 틴트와 립 슬리핑 마스크 성분의 립팜이 함께 어우러져 있죠. 그냥 발라도 충분히 촉촉하고 예쁜지만 입술 각질이 심하게 일어나는다면 먼저 립팜 부분을 입술에 꼭 누르듯 발라 눈에 띄는 각질을 제거한 후, 스팀 타월을 이용해 입술을 살짝 문질러 입술을 촉촉하게 정돈해주세요. 그런 다음, 틴트 텍스처를 입술 안쪽에 닿게 전체적으로 바르면 마자 립 중양에 꽃잎이 물든 것처럼 자연스럽고 생기 있는 그라데이션 립 메이크업을 완성할 수 있어요(2g 2인분용). "by 김희란 유채재프 리틀리안 원장 문의 080-023-5454

부드러운 입술 각질 케어, 프래쉬 슈가 립 트리트먼트 퍼핑링 워드 '프래쉬의 베스트셀러 립팜인 슈가 립 트리트먼트에 첫출처인 생인 부드러운 미세 모돌 장력 해 각질 케어와 영양 공급을 동시에 해결하는 똑똑한 제품이에요. 제품 0.5인분용을 가볍게 둘러면 립팜이 스며 나오는데, 이때 입술을 부드럽게 마사지해주면서 립팜을 바른 것 처럼 각질이 제거되고 하루 종일 촉촉함을 유지할 수 있어요. 음식을 먹거나 양치질을 하고 난 후에도 입술이 매끄럽고 건강한 광채를 유지하는 것을 보니 단순히 겉으로 보이는 입술 각질만 잡는 것이 아닌, 입술 속까지 제대로 관리한 듯한 느낌을 받았어요(3ml 3인분용). "by 메이크업 아티스트 박재원 문의 080-822-9500

오로지 입술을 위한 립 전용 오일, 클라린스 인스턴트 라이드 립 캠프트 오일 '립 전용 오일답게 입술 위에 바르는 즉시 반짝이는 광택감이 표현돼 놀라웠어요. 특별한 쉐 오일 타입의 텍스처로, 점성이 약간 있으면서도 번들거림 없이 바를수록 색이 매끈하게 반짝이는 립 표현을 완성해줍니다. 각질이 들뜬 건조한 입술 상태에 소량만 발라도 부드럽게 녹아들고, 즉각적인 플러밍 효과로 입술을 도톰하게 만들어주는 정도 매력적이지요. 이 제품을 바를 땀 광채 피부 표현보다는 피뫼겔을 최대한 매트하게 정리한 후 입술에만 글로시하게 포인트를 취 마무리하는 것을 권합니다(7ml 2인분용). "by 유현중 메르시 메이크업 원장 유현중 문의 080-542-9052 메디터 권유진, 이지연

# Mercedes-Benz Club.

Blue, eau de toilette.



수업문의 : 02-3440-2781 | www.mercedes-benz.com | 080-3833-5454

Mercedes-Benz





# Whisper of fragrance

봄의 시작에서 나른하지만 청량하게,  
아름다운 내음이 풍겨온다. 봄을 알리는  
새로운 스프링 향수 컬렉션.  
photographed by park gun zoo



(기운데 유티터 시계 방향) **톰 포드 뷰티 베르 드 플뢰르** 아이리스와 하이산스, 고귀한 향료를 사용한 톰 포드의 여성 향수. 여기에 네롤리, 베르가모트, 바질로 이어지는 신뜻한 향기가 오래도록 사용해도 잡리지 않는 매력적인 향조를 선사한다. 신뜻한 향기와 깊은 우디 향조가 균형이 있게 어우러져 럭셔리 향수의 가치를 충분히 느낄 수 있다. 50ml 27만원. 문의 02-3440-2750

**에르메스 갈로 데르메스** 최고의 조향사들이 자신이 추구하는 최고의 향을 선보이는 에르메스 향수. 동물과 식물, 남성과 여성, 이 상반된 두 요소의 조화를 이끌어내는 데서 영감을 받은 조향사 크리스티안 니아젤의 작품이다. 장미와 사모라, 마르멜로 열매의 향기가 담긴 심플한 향기가 특징이다. 50ml 34만원대. 문의 02-310-5174

**코코 미드오아젤 오 드 베르망 필스 스프레이** 이 발랄함이 느껴지는 오렌지 향기를 심플한 트레블 케이스에 담아낸 선보이는 사랑스러운 제품. 3개의 리필까지 함께 구성해 핸드백 속에, 사무실에 두고 다양한 장소에서 사용할 수 있다. 파슬리와 베티베르 향의 순수한 느낌까지 담았다. 7.5mLx3, 11만8천원. 문의 080-332-2700

**보테가 베네타 오 셴슈엘** 우아한 보틀 속 핑크빛 우디는 생동감 넘치는 여성스러운 향기가 특징이다. 향기에 까다로운 감각을 지닌 보테가 베네타의 크리에이티브 디렉터 토마스 미야이가 하우스의 시크너리 오 드 파퓸의 뒤를 잇는 정음의 향기로 선보인 오 셴슈엘. 복숭아 향에 대한 재스민과 가드니아의 플로럴 부케가 은근한 매력을 드러낸다. 최고급 원료만 사용하는 보테가 베네타의 향수이기에 기대감이 더욱 크다. 50ml 14만5천원. 문의 02-6924-6572

**랑방 모던 프린세스** 여성스러운 향기로 오랫동안 사랑받은 랑방칼렉션 향수의 새로운 버전. 마치 드레스를 입은 듯 관능적인 곡선 보틀에 최고의 향수 성분인 삼백 재스민을 담았다. 여성주의 극적인 바닐라 오기드와 화이트 머스크가 여성스러운 매력을 극대화한다. 60ml 8만5천원. 문의 080-800-8809

**베네통 유니티드 드림** 전 세계 모든 인류가 각자의 환경에서 살아야지만, 자신만의 꿈을 지니고 있다는 메시지를 담은 향수. 총 네 가지 버전의 향수 컬렉션을 선보이는데, 사진 속 제품은 그중 'love yourself'라는 긍정 메시지를 전한다. 사랑스러운 플로럴 향기로, 자신을 사랑하는 여성을 위한 향수이다. 50ml 5만3천원. 문의 02-3443-1805

**조 알론 런던 볼륨조바리 세트** 영국의 지성인들에게서 영감을 받은, 브랜드 아이덴티티를 고스란히 담은 향수. 총 다섯 가지 버전으로 출시했는데, 사진 속 제품은 그중 위스키 앤 시타우드 코롱. 독특한 위스키 향과 장미, 시타우드 향기를 더해 유쾌한 향취를 풍긴다. 30ml 9만4천원. 문의 02-3440-2750

**르 라보 네롤리 36** 필리피가 뛰어난 향기, 신뜻한 진행으로 럭셔리 향수의 대명사가 된 뉴욕 태생 르 라보의 신제품 향수. 봄을 알리는 오렌지 플로럴, 화사한 플로럴 부케, 진취를 북돋아줄 머스크와 네롤리까지 주된 주성분은 핸드메이드 제품이기 에 프레시함만큼은 타의 추종을 불허한다. 50ml 23만5천원. 문의 02-3440-2591  
에디터 **배미진**



수분이 피부를 꽃피우다  
모이스처 리포솜

DECORTÉ  
MOISTURE LIPOSOME  
Hydration Renewing Serum  
Sérum Restructurant Hydratant  
COSME DECORTE

# DECORTÉ



(맨 위부터 아래로) 프린트를 기이한 실크 패브릭을 한 장 한 장 꼬아 만든 스니커즈 1백만원대 **에르메스**, 주얼 장식으로 완성한 브랜드의 시그니처, 사각형 버클과 안티크한 비즈 장식이 잘 어울린 대님 소재 슬림은 2백60만원대 **로저 비비에**, 글리터리한 골드 색상과 태슬 장식으로 포인트를 준 레이스업 슈즈 89만원 **토즈**, 대님 위에 시그니처인 나비 자수를 놓은 스니커즈 1백28만원 **발렌티노**, 형형색색의 가죽 패치에 쓰인 타이포그래피가 돋보이는 스니커즈 1백만원대 **디올**, 화이트 바탕에 플라워 모티프를 더해 경쾌한 분위기를 전하는 라비 슬 클리퍼 1백49만원 **프라다**, 오렌지과 핑크 색상을 매치해 시선을 사로잡는 벨트드 장식 슬림은 70만원대 **미우미우**, 에디터 **이지연**

**에르메스** 02-544-7722 **로저 비비에** 02-6905-3370 **토즈** 02-3438-6008 **발렌티노** 02-543-5125 **디올** 02-3480-0104 **프라다** 02-3218-5331 **미우미우** 02-3218-5331



스타일링: 유현영, 이나영, 김수민

*Step by step*

하이패션의 우아함과 스트리트 패션의 위트를 담아, 브랜드만의 독창성을 표현한 2017 S/S 시즌 뉴 쿠티르 여성 스니커즈를 만나보자.  
photographed by park gun zoo



지금껏 본 적 없던 럭셔리

마침내 14년 만에  
본 적도, 경험한 적도, 느껴본 적도 없던  
럭셔리 대형세단의 귀환

그래서 유일한  
There's nothing like it

ALL NEW  
**LINCOLN CONTINENTAL**

신사 02)3444-1300	대치 02)3442-2300	서초 02)535-3800	방배 02)6929-3000	송파 02)6928-3000	노원 02)6226-1000
마포 02)6420-1000	미아 02)6355-1000	강서 02)2063-6300	동대문 02)2246-2100	영등포 02)6941-3000	구리 03)8034-1000
의정부 03)1822-1000	일산 03)913-2200	분당 03)7174-2004	수원 03)1221-7600	평촌 03)425-2212	인천 032)832-0001
강릉 033)646-2300	월주 033)762-0040	대전 042)823-2000	천안 041)562-0007	광주 062)515-1010	전주 063)273-0005
부산영 051)758-0075	부산해운 051)741-5114	대구 053)766-2000	포항 054)285-8899	울산 052)261-3388	청원 055)715-5000
제주 064)759-9888					

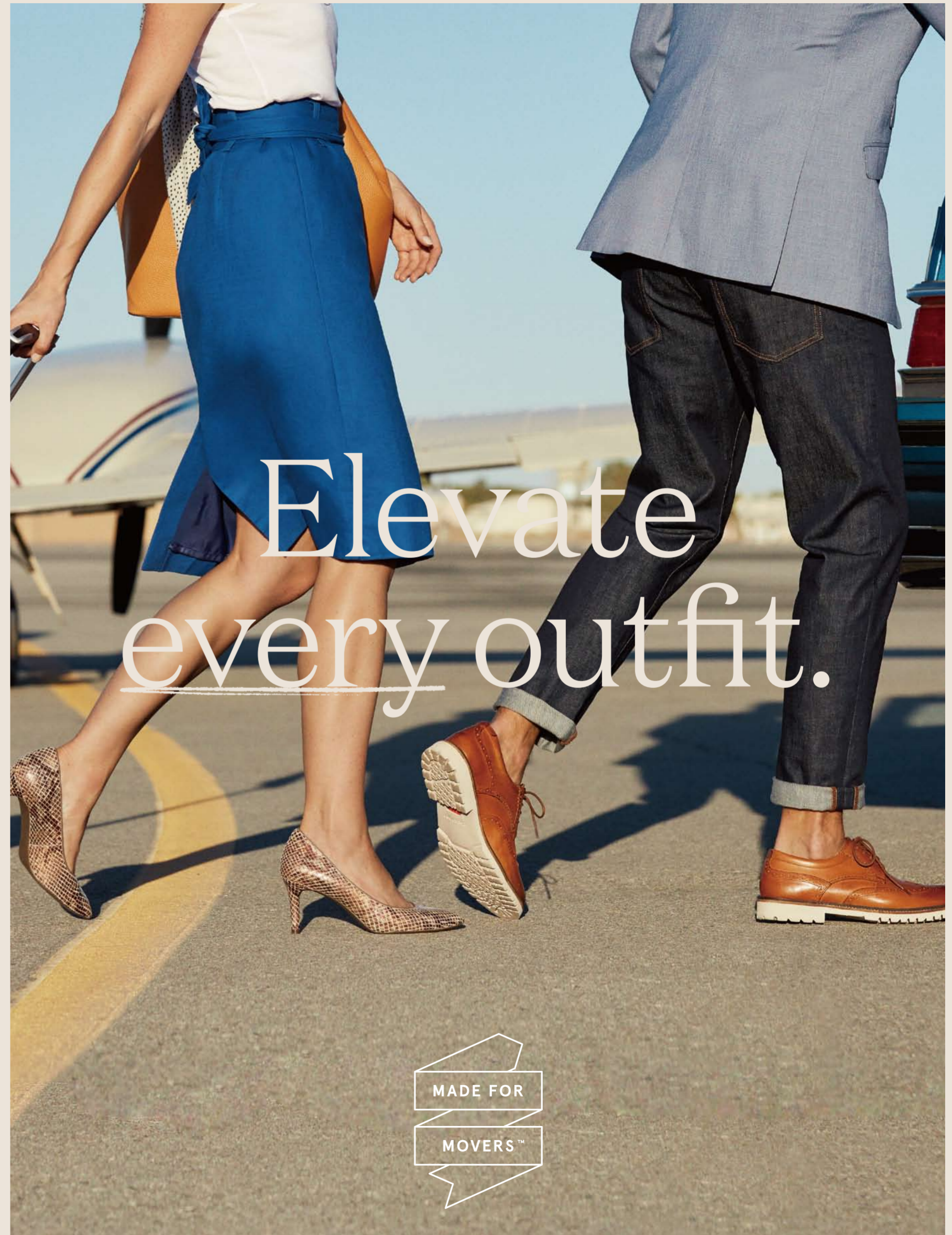
정부공인 표준연비 및 등급 ▶ Lincoln Town-Continental 3.0 AWD 20인치 타이타늄 배기량(cc) 2,966 공차중량(kg) 2,145 차장(mm) 4,765 도상연비(km/l) 7.5 도심연비(km/l) 6.3 고속도로연비(km/l) 9.8 5등급 복합 CO<sub>2</sub> 배출량(g/km) 231  
\* 위 연비는 표준모드에 의한 연비로서 도로상태, 운전행위, 차량적재, 정비상태 및 화기온도에 따라 상주행연비와 차이가 있습니다 \* 링컨 고객센터 1800-6003 info@lincoln.com 긴급출동서비스 090-300-3673



lincoln-korea.com



ROCKPORT®



Elevate  
every outfit.

MADE FOR  
MOVERS™

©The Rockport Company, LLC. All rights reserved. rockportkorea.com



**Couture lace coat**

이보다 더 화려할 수 있을까라는 표현이 저절로 나올 정도로 주변까지 환하게 만드는 매력에 자닌 플라워 패턴의 레이스 코트. 오트 쿠튀르라 부를 만큼 완성도가 뛰어난 디자이너 브랜드인 만큼 가까이서 보면 섬세한 자수와 레이스 디테일에 감탄하게 된다. 그만큼 가격대 역시 놀랍지만 이 정도면 대를 물릴 수 있는 이트피스다. 7백10만원 **자갈바티스타 빌리**, 문의 02-6906-3357



**Elegant wool coat**

패션 피플들이 꼽은 가장 입고 싶은 코트 리스트에는 늘 막스마라가 빠지지 않는다. 1975년만 해도 전 세계적으로 3천5천여 명이 판매됐다고 하니 막스마라 하면 코트가 떠오르는 건 불운술이다. 이이코닉한 캐시미어 라인보다 합리적인 가격대로 선보이는 이 렉 스타일의 스프링 울 코트는 막스마라 코트에 입문하기 좋은 엔트리 제품이다. 1백98만원 **막스마라**, 문의 02-3467-8326

Love spring

아직까지는 쌀쌀한 기운이 감도는 지금, 겨우내 지겹도록 입은 무거운 겨울 코트는 넣어두고 몸을 보드랍고 따스하게 감싸는 가볍고 산뜻한 스프링 코트를 구입할 때다. 소재, 컬러, 디자인 등을 꼼꼼히 따져 엄선한 스프링 코트 4벌, *photographed by park gun zoo*



**Classic trench coat**

바버리의 DNA를 느낄 수 있는 트렌치코트 스타일의 캐시미어 코트. 인체를 실려줄 장맛비 핑크 컬러가 여성을 사로잡는다. 이탈리아산 캐시미어를 사용해 피부에 닿는 촉감이 부드러운 것은 물론, 착용감이 가벼운 데 반해 보온성이 매우 뛰어나다. 벨트로 묶어 연출하는 렉 스타일 코트로 우아한 라인을 연출해준다. 소재가 무게감 있게 떨어지기 때문에 벨트를 여치지 않고 오픈해 입어도 충분히 멋스럽다. 3백40만원 **바버리**, 문의 080-700-8800



**Ultimate cashmere coat**

캐시미어 중 가장 상위라 할 수 있는 로로 피아니의 100% 캐시미어 코트. 잘 만든 코트가 비로 이면 것아리고 생각될 정도로 손끝에서 매끄럽게 느껴지는 차원이 다른 부드러운 촉감과 고급스러운 윤기, 컬러 등 모든 면에서 완벽하다. 앙가주어로 트라민체 럭셔리함을 강조했으며 허리 벨트는 탈착할 수 있어 더욱 실용적이다. 6백98만원 **로로피아나**, 문의 02-546-0615 에디터 권유진

스타일링: 유영정 어시스턴트: 이영



# Look so Cool

새로운 계절, 매혹의 뉴 룩과 만나다. 빅 하우스, 빅 브랜드의 잇 스타일 제안.  
*photographed by ahn yeon hoo*



(왼쪽부터 순서대로) 시퀀으로 멀티컬러 패턴을 완성한 롱과 스커트 모두 가격 미정 **마리나**, 푸크시아 핑크 레더 드레스 가격 미정 **에르메스**, 진주로 포인트를 준 패턴 셔츠 2백98만원, 핑크 1백54만원 모두 **구찌**, 핑크 트렌치코트 4백50만원, 오렌지와 핑크 컬러가 화사한 느낌을 주는 플리워 패턴 셔츠 1백40만원, 아가일 패턴 니트 롱 1백70만원 모두 **마이클코어스 컬렉션**.



뷔스티에 디테일이 돋보이는 재킷, 네이비 컬러 하이웨이스트 팬츠 모두 가격 미정 **스텔라 매카트니**, 수채화를 연상시키는 패턴이 아름다운 화이트 토트백 8백만원대 **일보**, 주얼 장식의 스트랩을 2백60만원대 **로저 비비에**, 심플한 골드 이어링 23만8천원 **아이노**, 볼드한 골드 링 72만원 **스위르보스키**.



(왼쪽) 레이스와 도트를 기미한 화이트 톱툼, 화이트 브라톱, 화이트 팬츠 모두 가격 미정 다음.  
 (오른쪽) 레터링 장식을 다한 초커, 자수를 놓은 스킨 칼라 톱툼 드레스, 니트 소재 브라톱, 브리프 모두 가격 미정 다음.



(왼쪽) 글직한 스트라이프 패턴을 다한 오버사이즈 카디건 3백35만원, 하이넥 블라우스 2백30만원, 동물과 플라워 패턴을 이어 붙인 플라츠스커트 2백3만원, 보 디테일 레드 힐 1백23만원 모두 구찌, 진주와 스타드로 이루어진 이어링 10만8천원 **켄달콜름**, (오른쪽) 블루 컬러의 패턴 셔츠, 페더 장식 레드 브라톱, 미니스커트, 볼드한 주얼 네크리스 모두 가격 미정 프라다. 이어링 12만8천원 **켄달콜름**, 시퀸 보 디테일 펌프스 2백4만원 구찌.







(왼쪽) 라이트 블루 셔츠 랩 드레스, 니트를 사용한 블랙 앵글부츠 모두 가격 미정  
**버버리**, (가운데) 풍성한 러플을 더한 화이트 코튼 톱과 드레스 모두 가격 미정  
**버버리**, (오른쪽) 오픈 디테일의 케이프, 니트를 두른 듯한 자지 드레스, 블랙 앵글부츠 모두 가격 미정 **버버리**.

(왼쪽) 강임 체크 코트 4백20만원, 니트 소재 네이비 크롭트 톱 1백40만원, 체크 스카트 1백20만원, 화이트 플리워 장식을 가미한 스트랩 힐 가격 미정 모두 **마이클코어스 컬렉션**, (오른쪽) 화이트 칼라 포인트 더블 코트 드레스 4백50만원, 화이트 스트랩 슈즈 1백28만원 모두 **마이클코어스 컬렉션**.



(왼쪽) 강임 체크 코트 4백20만원, 니트 소재 네이비 크롭트 톱 1백40만원, 체크 스카트 1백20만원, 화이트 플리워 장식을 가미한 스트랩 힐 가격 미정 모두 **마이클코어스 컬렉션**, (오른쪽) 화이트 칼라 포인트 더블 코트 드레스 4백50만원, 화이트 스트랩 슈즈 1백28만원 모두 **마이클코어스 컬렉션**.





(왼쪽) 짙은 그린 컬러가 고급스러운 레더 소재를 가려 미정 **에르메스**, 골드 이어링 23만8천원 **아이노**, 화이트 소츠 1백10만원 **마이클코어스 컬렉션**, (오른쪽) 강렬한 패턴이 돋보이는 슬리브리스 톱, 체크 패턴 베스트, 레이스 에이프런 팬츠 모두 가격 미정 **루이 비통**.

(왼쪽) 핑크 플라워 모티브를 수놓은 메탈릭한 쇼트 드레스 3백24만원, 스트라이프 레이스업 부츠 1백28만원 모두 **렌디**, (오른쪽) 라이트 그린 크롭트 니트 톱 81만원, 비록크롬 플라워 패턴을 다룬 미니드레스 2백59만원, 임브로이더리 니트 부츠 1백44만원 모두 **렌디**.

헤어 **강현진**  
메이크업 **최시노**  
모델 **곽지영**(에스팀),  
**이승미**, **하나영**(YG K+)  
**김아현**(프라운세)  
스타일리스트 **채한석**

- 디올 02-513-0300
- 스텔라 매카트니 02-6905-3680
- 델보 02-3449-5316
- 로저 비비에 02-6905-3370
- 아이노 070-8128-3506
- 스외로브스키 1661-9060
- 마이클코어스 컬렉션 02-546-6090
- 마르니 02-6905-3665
- 에르메스 02-544-7722
- 구찌 1577-1921
- 잠마일루스 070-8779-5090
- 프라다 02-3442-1830
- 루이 비통 02-3432-1854
- 버버리 080-700-8800
- 렌디 02-2056-9022





# editor's Pick

뷰티 신제품이 쏟아져 나오는 3월, <스타일 조선일보> 기자들이 직접 테스트해본 제품들을 소개한다. *photographed by yum jung hoon*

(왼쪽 위부터 시계 방향으로) **클라린스 하이dra-에센셜 바이-페이즈 세럼** 오일과 수분으로 이루어진, 마치 토너 같은 워터리한 질감으로 매일 아침 저녁 스킨케어의 가장 첫 번째 단계에 사용하길 추천한다. 마다가스카르 섬에서 자라는, 생명의 원천인 불리는 칼리코에서 추출한 성분을 사용해, 피부 속부터 수분을 풍부하게 채워준다. 30ml 8만1천원. 문의 080-542-9052 *\_by 에디터 이지연*

**조르지오 아르마니 파워 패브릭 파운데이션 SPF 25 PA++** 파운데이션의 갈자 다른 부드러운 발림성과 메이크업 커버력을 자랑한다. 손등에 덮었을 땀 약간 뿜어 리프트 제형이지만, 얼굴에 톡톡 바르면 가볍지만 쫀득하고 균일하게 퍼 달라진다. 또 은은한 광채가 묻어나 피부 결질을 자연스럽게 부드럽게 커버해준다. 30ml 8만3천원. 문의 080-022-3332 *\_by 에디터 이지연*

**베네파트 단델리온 트윈들** 향긋한 복숭아 향, 소녀의 발그레한 두 볼을 연상시키는 시원스러운 피치 컬러로 '국민 블러셔'라는 애칭이 있는 단델리온. 여가 에 은은하게 반짝이는 삼색인 핑크 핑클 화이트 단델리온 트윈들을 세트로 선 보인다. 은은하고 화사한 살갗 빛 펄 피우더로, 아미, 쿠티, 광채를 더한 가법체 풀어주는 것만으로도 생기 있는 피부 톤을 완성할 수 있다. 3g 4만2천원. 문의 080-001-2363 *\_by 에디터 권유진*

**이모레파리엔 안티에이징 컬러 컨트올 쿠션 그린티 블러빙 클렌저** 최고의 K-뷰티 제품인 이모레파리엔의 쿠션과 향기로 그린티 씨드 림본으로 구성된, 볼을 위한 클렌저. 미백과 주름 개선 효과를 모두 담은 촉촉한 쿠션 제품과 끈적임 없이 바로 흡수되는 녹차 추출물을 함유한 림본으로 이루어져 선홍으로도 훌륭하다. 쿠션 15gX2+림본 4g 8만7천원. 문의 080-020-5757 *\_by 에디터 배미진*

**달랑 스티플스킨 플러스 멀티 코렉티브 디버전 세럼 마스크** 사용감과 향기, 텍스처 모두 면에서 완벽하다. 주름 개선 인종을 받았기에 더욱 믿을 만하다. 탄력파 리프팅, 주름 완화제 효과적인 마스크로, 일주일당 2~3번 사용하길 한 해도 충분한 효과를 얻을 수 있다. 57년설 필요 없이 피부에 흡수시켜는 제품이라 사용하기도 편하다. 50ml 22만원. 문의 02-3440-2706 *\_by 에디터 배미진*

**이슬 피슬리 씨드 안티 옥시던트 페이스 하이드레이팅 크림** 고가의 제품이라 생각했을 정도로 프리미엄 텍스처를 선보이는 이슬의 안티에이징 크림. 피어싱은 심플하지만 안에 담긴 내용물의 자력은 놀라울 정도. 지금까지 이슬이 캐주얼한 브랜드라고만 생각했던 사람이라면 리치한 텍스처와 뛰어난 보습감, 즉각적인 피부 개선 효과를 느낄 수 있는 제품이다. 가장하에서 절대 우위를 지닌 제품이기에 강력하게 추천한다. 60ml 9만5천원. 문의 1800-1987 *\_by 에디터 배미진*

**에트로 멘로즈 오 데 퍼플** 수많은 정미 향이 존재하지만, 이 향수는 밤에 피는 유혹적인 장미를 연상시키는 아주 깊고 강렬한 타카시 로즈의 향이 매력적이다. 남성과 여성 모두를 위한 중성적인 오리엔탈 플로럴 향으로, 타카시 로즈에 베르가모트, 파슬리, 베티베르, 레드, 드라이 우드를 혼합해 부드러운에서도 스모키한 향이 풍겨온다. 100ml 16만9천원. 문의 02-3443-1805 *\_by 에디터 권유진*

**나스 밸런 메트 림 펜슬 워터 인스텐션** 열 가지 새로운 색으로 출시한 밸런 메트 림 펜슬 중 가장 눈길을 끄는 인트리징 컬러. 다크한 로즈 핑크 색상으로 입술 본연의 색을 정돈해주면서도, 자연스러운 생기와 우아한 분위기를 연출해준다. 매트하지만 질감이 부드러운 입술펜 아이라 치크, 아이섀도우도 다양하게 활용할 수 있는 것도 장점 2.4g 3만7천원. 문의 02-6905-3747 *\_by 에디터 이지연*

**모로칸오일 뷰어 아르간 오일** 얼굴과 보디, 쿠티를까지 전천후로 사용할 수 있는 순도 100% 고품질 아르간 오일. 어떤 제품인 오리지널이 가장 뛰어난듯, 세계적으로 아르간 오일 신명을 일으킨 브랜드인 만큼 제품 퀄리티는 믿을 만하다. 한 잘기에 손과 발, 모발용 집중 케어 제품으로 활용하는 것도 좋은 방법. 50ml 5만6천원. 문의 1666-5125 *\_by 에디터 배미진*

**아베다 몰라타 워딩 마스크** 강화 기루를 정마수에 개어 신부의 얼굴과 몸에 발라 결혼식 날 가장 아름다워 보이도록 하는 인도 전통 결혼식에서 영감을 받아 탄생시킨 97% 자연 유래 성분인 나이트 전용 스페셜 마스크. 매일 밤 얼굴, 목, 데콜테까지 발라 마사지를하면 다음 날 아침 숙면을 취한 듯 말랐고 뽀얀 피부를 만날 수 있다. 50ml 8만5천원. 문의 02-3440-2905 *\_by 에디터 권유진*

**결랑 에티오피안 해피 클로우** 화사한 봄기운을 만끽하고 싶다면 결랑의 구슬 피부 더 피부에 은은한 광채를 더해보길, 진주의 영롱한 광채에서 영감을 받은, 다양한 색의 구슬이 얼굴의 노란 기를 잡고주고, 피부 톤을 한층 밝게 해줄 뿐만 아니라, 은은하게 빛나는 필감이 시마링 효과까지 발휘해 자연스러운 광채 피부를 연출해준다. 30g 11만원. 문의 080-343-9500 *\_by 에디터 이지연*

**아디션 스프링 컬렉션 블러워 에센셜스** 스웨덴 화가 힐마 아프 클린트의 작품에서 영감을 받은 풍부한 색채로 스프링 컬렉션을 선보이는 아디션. 각각의 색과 배경 밸런스를 계산해, 색이 발라도 탁하지 않고 자연스럽게 발색되는 것이 특징. 또 세 가지 컬러를 구매하는 고객에겐 리미티드 에디션 케이스를 증정한다고 하니 서두를 것. 1g 2만5천원(1개 기준). 문의 080-568-3111 *\_by 에디터 이지연*

**파지오겔 데일리 다렌스 리플러니싱 나이트 크림** 환경기에 접어들면서 피부 컨디션이 들쭉날쭉해지고 트라클이 올라온다면 자기 전 이 제품을 듬뿍 발라볼 것. 항산화 성분인 비타민 E와 각종 보습 성분이 도상 속 유해 물질 때문에 받은 자극을 진정시키고, 피부의 수분 손실을 막아준다. 민감성 피부용으로 출시되나 안심하고 사용해도 된다. 40ml 3만9천원. 문의 080-901-4100 *\_by 에디터 권유진*



# real Feminine

보석같이 빛나는 투명한 옥각형 보틀 안에는 자유롭고 대담하며 동시에 우아하고 관능적인 매력을 지닌 한 여성의 삶과 사랑, 그리고 그녀가 꿈꿔온 아름다움에 대한 끝없는 열망이 오롯이 담겨 있다. 코끝을 장난스럽게 톡 쓰는 산뜻한 시트러스 향을 시작으로 관능적이고 파스한 파츨리와 베티베르의 깊고 풍부한 마지막 터치까지, 심플하지만 한번 맡으면 잊히지 않는 관능적인 경쾌함을 지닌 '코코 마드모아젤'은 과거 여성에게 자유를 선사한 가브리엘 샤넬을 빼놓은 또 하나의 전설적 향수다. *photographed by park gun zoo*

## 대담하고 자유로운 여성의 정수

투명한 보틀 속에 아름다운 향과 스토리, 긴 여사를 모두 담아 오로지 향만으로 브랜드의 가치를 이야기하는 것. 이는 그 어떤 방식보다 우아하고 세련된 화법이자 향수의 역사를 주도해온 샤넬이 지닌 강력한 힘일 것이다. 부동의 상징인 N5부터 코코 샤넬, 코코 마드모아젤, 알루리, 상스까지, 샤넬이 창조한 모든 향수는 단순히 뿌리는 향수라는 개념을 넘어 나 자신을 표현하는 향기로운 수단이자 샤넬을 대표하는 아이콘으로 수십 년간 사랑받아왔다. 무엇보다 이들이 남다른 점을 뻔하게 예측할 수 있는 전형적인 여성 향수가 아니라는 것, 그리고 뿌리는 행위 자체마저 우아하고 세련된 경험으로 만들어주는 샤넬의 특별함에 있다. 특히 샤넬의 향수 라인업 중 이런 DNA를 잘 반영하면서 가브리엘 샤넬의 모든 면을 담은 향수를 꼽으라면 2001년 샤넬의 조향사 자코 플뤼가 탄생시킨 '코코 마드모아젤 오 드 페르페'를 들 수 있다. 1984년 가브리엘 샤넬의 비로코와 동양적인 추황에서 영감을 받아 탄생한 오리엔탈 계열의 코코 샤넬을 보다 가볍고 현대적으로 재해석한 이 향수에는 가브리엘 샤넬의 대담한 성격을 연상시켜서 새롭고 세련된 원형을 과감하게 대해 샤넬만의 독보적인 향을 담았다. 자코 플뤼는 순수하고 관능적이며 새로운 향을 만들기 위해 기존 코코 샤넬의 핵심은 그대로 간직하되, 파츨리를 보다 가볍고 순수하게 정제해 더욱 부드럽고 럭셔리하게 표현했다. 여가 때 파스한 베티베르와 맑고 청초한 정미, 깊고 풍부한 발미, 화이트 머스크 등을 조합했고, 그 결과 시대를 초월하면서 모던하고 세련된 오리엔탈 프러시 계열의 코코 마드모아젤이 탄생했다.

## 가장 마드모아젤적인 향수, 코코 마드모아젤

샤넬 N5가 미니멀한 블랙 드레스에 트윈드 재킷을 걸친 우아하고 세련된 여성을 떠올리게 한다면, 투명한 핑크빛 보틀에서부터 프레스한 생가 나프자는 코코 마드모아젤은 남자 친구 옷감에서 꺼낸 화이트 셔츠를 무심하게 입은, 장난스러우면서도 예뻐 보이는 자유롭고 관능적인 여성의 모습이 떠오른다. 그만큼 피부에 닿는 순간 느껴지는 상쾌함, 그리고 이 신선함 속에 존재하는 성세한 우디, 플로럴 향이 관능적이고 세시하게 다가온다. 뿌리자마자 나프자는 프레스하고 발랄한 오렌지 향도 매력적이지만, 뒤로 갈수록 은은하게 풍기는 깨끗하고 여성스러운 잔향이 부드러운 케사미어 니트처럼 편안하고 부드러운 것이 특징이다. 이런 코코 마드모아젤의 향을 언제 어디서나 즐길 수 있도록 샤넬은 올 3월, 새로운 리미티드 트라블 에디션으로 '코코 마드모아젤 오 드 페르페 펄스 스프레이'를 선보인다. 고급스러운 스웨이드 가죽 케이스에 담긴 모던한 화이트 & 골드 보틀만으로도 지갑을 열게 만들 이 제품은, 작은 클라켓에도 꼭 넣을 수 있을 만큼 콤팩트한 디자인을 지향해 여행가에서도, 특별한 데이트 장소에서도 쉽고 간편하게 사용할 수 있다. 7.5ml 리필용 향수 37개를 함께 구성해 실용적인 것은 물론이다. 또 다른 내가 되길 싶은 특별한 순간을 위한 진정한 여성 향수, 코코 마드모아젤. 자, 이제 이 특별한 스프레이를 우아하게 꺼내 들어 향기로운 터전을 더할 때다. 코코 마드모아젤 오 드 페르페 50ml 14만9천원, 100ml 21만4천원, 코코 마드모아젤 오 드 페르페 펄스 스프레이 7.5ml X3개입 11만8천원. 문의 080-332-2700 *\_by 에디터 권유진*





# field of Gold

골드의 가장 온전한 컬러,  
고유의 아름다움을 가장 아름답게  
드러내는 옐로 골드. 황금시대의 매력,  
클래식한 주얼리의 환상과  
세공 기법의 아름다움을  
가장 완전하게 구현한  
옐로 골드 주얼리 컬렉션.  
*photographed by  
park gun zoo*



(왼쪽 위부터 아래로) 여성스러운 허트 모양 꽃잎 모티브의 앙증맞은 **반클리프 아펠 프라블 컬렉션 네크리스** 2백만원대, 세계적으로 오랜 세월 사랑받은 티파니의 클래식한 **티파니 펠리시티 오픈 허트 펜던트**의 옐로 골드 버전 1백80만원대, 옐로 골드 태깅에서 받은 영감을 취리한 부채 모티브를 표현한 **불가리 디바스 드림 컬렉션 네크리스** 4백만원대, 손으로 그린 듯한 허트 모티브가 사랑스러운 **티파니 팔로 마 파카스 러빙 허트 브레이슬릿** 80만원대, 뱀의 비늘을 주얼리로 형상화한 **부세른 세렌 보헤옐로 골드 스톱워치**, 길게 늘어뜨리는 디자인의 네크리스로, 클래식한 옐로 골드의 기복을 고스란히 느낄 수 있다. 1천만원대, "LOVE" 영문 캘리그래피를 골드로 사랑스럽게 표현한 **티파니 팔로마 파카스 러빙 브레이슬릿** 1백만원대, 불가리 더블 로고 장식이 매력적인 옐로 골드 소재 **불가리 비제르윈 브레이슬릿** 7백만원대, (가운데 목걸이 왼쪽에 위치한 브레이슬릿 왼쪽부터) 파리 방돔 광장의 그래픽적인 모티브를 브랜드 아이덴티티 상아 모던하게 완성한 **부세른 퀴트로 블루 드 파르 옐로 방돔 브레이슬릿** 7백만원대, 트랜디한 주얼리의 대명사가 된 **티파니 T조이어 브레이슬릿** 2백만원대, 정미가사에서 영감을 받은 옐로 골드 **타사키 손지(thorns) 브레이슬릿** 2백40만원대, (가운데 목걸이 오른쪽에 위치한 링 왼쪽부터) 사각 형태를 디자인 모티브로 활용된 **부세른 퀴트로 블루 드 파르 골드 링** 2백만원대, 귀토로 링에 사용하는 네 가지 모티브 중 파브릭의 유연성을 골드로 재현한 그로그레인(grograin) 모티브로 현대적인 매력을 담은 **부세른 퀴트로 그로그레인 옐로 골드 링** 2백만원대, 다이아몬드를 세팅해 더더 리미티한 아름다움을 표현한 **불가리 비제르윈 옐로 골드 링** 9백만원대, 에디터 배미진

티파니 02-547-9488 카르띠에 1566-7277 부세른 070-7500-7282 타사키 02-310-1854 불가리 02-2056-0171 반클리프 아펠 00798-852-16123

## TASAKI refined rebellion

전통적인 주얼리 디자인의 법칙에서 벗어나 진주와 유색석을 파격적으로 접목한 타사키의 리파인드 라벨리온 컬렉션. 진주 표면을 커칭해 원석을 더한 혁신은 타사키의 크리에이티브 디렉터 타쿠 파니치갈의 아이디어다.

리파인드 라벨리온 컬렉션은 아코아 진주에 핑크빛 로돌라이트 가넷 혹은 블랙 스파셀을 세팅한 링과 이어링, 남양 흑진주에 로돌라이트 가넷을 세팅한 링과 이어링으로 구성되어 있다. 반지 양 끝에 진주를 세팅하고, 그 위에 인체적인 파라이드 형태인 리파인드 라벨리온 커칭으로 세공한 원석을 더해 유니크하게 완성했다. 리파인드 라벨리온 이어링은 진주가 깎여 입을 향하게, 혹은 반향을 바꾸어 유색석이 입을 향하게 착용할 수 있는 리버서블 디자인으로, 활용도가 뛰어나다. 모두 **타사키**.



# define Unique

진주와 유색석, 다이아몬드의 과감한 조합이 상상할 수 없었던 주얼리의 신세계를 펼친다. 단지 착용하는 것만으로도 아름다움에 대한 철학과 주얼리에 대한 감각을 드러내는, 아주 특별한 선택. 타사키.  
*photographed by park gun zoo*

## TASAKI balance solo

진주가 나란히 늘어선, 타사키를 대표하는 시그니처 컬렉션인 밸런스 디자인에 최상급 다이아몬드를 더해 더 드라마틱한 무드로 완성한 밸런스 솔로 컬렉션.

(왼쪽부터) 18K 화이트 골드로 정교하게 만든 직선 비에 실루엣 내러트는 진주와 타사키 다이아몬드가 아름답게 빛나는 밸런스 솔로 이어링, 우아한 존재감을 드러내는 밸런스 솔로 네크리스, 가로로 길게 이어진 직선 기둥 위에 균형감이 느껴지는 진주와 다이아몬드의 배치가 시적인 운율을 만들어내는 밸런스 솔로 링 모두 **타사키**. 문의 02-3461-5558 에디터 배미진



© sponsored by TASAKI





interview

이탈리아를 대표하는 패밀리 브랜드의 아트 활동과 사회 공헌 실천자

# Anna Zegna

“사회에 공헌한다는 것은 희생이 아닌 기쁨입니다”라고 이야기하는 따뜻한 표정, 깊은 눈빛의 안나 제나는, 제냐 가문의 상징이기도 하다. 세계 최고의 남성복 브랜드 에르메네지오 제나라는 브랜드를 더욱 풍성하게 만드는 아트, 그리고 브랜드와는 완전히 분리되어 사회적 가치를 추구하는 제냐 재단 활동까지, 이 모든 일에서 중요한 역할을 맡고 있는 패밀리의 유일한 여성이기도 하다. 패션 브랜드를 넘어 사회적인 기업, 세상을 변화시키는 열정적인 이탈리아 패밀리 브랜드에서 패션 브랜드의 의미 그 자체를 신장시키고, 본질을 추구하는 패밀리 정신을 이어가며 뜻깊은 가교 역할을 맡고 있는 안나 제냐를 이탈리아 밀라노 제냐 본사에서 만났다.



**Q 1984년 이미 에르메네지오 제냐 그룹의 광고와 기업 홍보 부문 수장으로 시작해, 그룹이 지속적으로 진행한 예술 후원과 자선사업 프로젝트를 이끌고 있다. 이를 통해 패션 브랜드의 도덕과 비즈니스, 미학이 함께하는 회사를 만들고자 한 창업주 에르메네지오 제냐의 비전을 이야기하고 있다고 생각한다. 안나 제냐로서 어떤 역할로, 어떤 분위기에서 일하고 있는지?** 브랜드에서 무엇보다 다양한 일을 한다는 데 만족한다. 또 제냐는 가문에서 자란 게 행운이라고 생각해요. 저희 할아버지는 그 시대에 누구도 보지 못하는 비전을 볼 수 있는 사람이었어요. 저희 아버지와 삼촌들 모두가 할아버지의 트레이드마크인 마인드를 유지하면서도 각자 세대에 맞는 일을 전개해 2017년 현재에도 맞는 사업을 할 수 있게 되었어요. 이런 패밀리 브랜드는 이탈리아의 장점 중 하나라고 말할 수 있죠. 패밀리의 전통을 유지하려는 DNA가 이탈리아 사람들의 피 속에 흐르거든요. 이탈리아뿐 아니라 아시아에도 그런 마인드가 있지 않나요? 당장 브랜드에서 나의 역할을 이야기하기보다는 우리 패밀리 사람들이 모두 자신이 가장 잘할 수 있는 일을 찾아서 한다는 것이 중요해요. 저의 남자 형제 중에 오케스트라 지휘자가 있는데, 우리는 모두가 각각의 악기라고 생각해요. 가장 아름다운 심포니를 연주하기 위해서는 각각의 악기가 하모니를 맞춰야 하겠죠. 우리 제냐 그룹이 하모니가 잘 맞는 그룹이지 않을까요. 각자 모두 다른 모습을 하고 있지만, 하모니를 맞추며 하나를 이루지요. 누군가는 아트를 생각하고, 누군가는 스타일을 생각하고, 우리는 그런 점에서 매우 강력한 에너지를 지니고 있어요.

**Q 설립자의 가족이 이어오는 패밀리 브랜드는 이제 점점 구해지고 있다. 콘셉트와 기획으로 운영되는 브랜드가 많은 이 시대에 패밀리 브랜드의 강점은 무엇이었?** 불행하게도 1백 년이 넘는 역사를 지닌 브랜드는 많지만, 지금까지 가족 경영을 유지한 패밀리 브랜드는 너무 적어요. 그리고 첫 브랜드의 아이덴티티를 유지하는 브랜드는 더욱 드물죠. 오늘 저녁에 크리에이티브 디렉터 알렉산드로 사토리의 새로운 컬렉션을 선보일 텐데(인터뷰는 2017 F/W 컬렉션을 보기 전에 진행했다), 우리는 컨템퍼러리하면서도 제냐의 브랜드 아이덴티티를 유지하는 데 집중했죠. 기대하셔도 좋아요. 사실 패밀리 비즈니스가 아니라면 모든 것을 통합하

기 어려워요. 이번 컬렉션 역시 패션만 이야기하는 것이 아니라 1백 년간의 역사를 함축해서 보여주려고 해요. 오랜 브랜드 스토리를 가지고 있다는 것이 매우 중요하기 때문에, 이러한 유구한 제냐의 스토리에 모던함을 더해 보여주는 것, 이번 2017 F/W 컬렉션은 이 모든 것을 보여주는 자리이기도 하죠.

**Q 에르메네지오 제냐 그룹의 이미지 어드바이저로서 예술 활동과 관련된 일을 많이 하고 있다. 제냐에서 아트는 어떤 역할을 하는지?** 저는 아트와 관련된 활동을 적극적으로 펼치고 있어요. 물론 그 이전에 패션 브랜드이니 디자인 팀이 가장 먼저 원단을 디자인하거나 의상을 디자인하는 것이 기본인데, 제냐는 이 부분에서도 조금 다릅니다. 이탈리아어로는 ‘arte minore’라고 하는데, 텍스타일 혹은 디자인 요소를 레노베이션할 때 항상 문화와 예술에서 받은 영감을 활용한다는 의미예요. 예를 들어 이번 패션쇼 로케이션 장소에서 독일의 설치미술가 안젤름 키퍼(Anselm Kiefer)의 ‘Seven Heavenly Palaces’라는 아트 작품을 볼 수 있어요. 이번 컬렉션 디자인은 이 예술 작품에서 영감을 받아 시작했어요. 패션 자체에만 머무는 것이 아니라 아트와 접목했을 때 새롭기 때문이죠. 이 과정은 매우 자연스러운 행위입니다. 이렇게 다양한 요소를 더해 새로운 것을 창출해내는 것이 이탈리아 사람들의 특징인 듯해요. 한 분야에 머물러 있기보다는 다른 분야까지 확장해가는 거죠. 제냐의 본류인 트리베로(Trivero)에 가보신 적 있죠? 그곳에서도 역시 저희 할아버지 때부터 이미 많은 아티스트와 콜라베이션해온 것을 알 수 있어요. 물론 지금까지도 계속 이어져오고 있고, 많은 아티스트, 포토그래퍼, 조각가, 화가 등 손끝으로 크리에이티브한 일을 하는 모든 분야 작가들과 항상 가깝게 지내며 제냐의 DNA에 접목했었어요. 이곳(제냐 밀라노 본사)에 들어올 때 입구에 큰 사과 모양의 아트 작품을 보셨나요? 미켈란젤로 피스토레토(Michelangelo Pistoletto)의 작품이에요. 20년 전부터 콜라베이션해왔지만, 실은 그의 아버지가 저희 할아버지와 이미 함께 작업을 한 적이 있죠. 트리베로에 과거의 작품도 여전히 전시되어 있어요. 이렇듯 오랜 전통과 세대를 잇는 스토리까지 가치가 크다고 생각해요. 이러한 아트에서 영감을 받아 이탈리아 런던, 파리, 뉴욕, 두바이, 일본 매장도 모두 아

© sponsored by ZEGNA



1 순수 원료와 자연스럽게 융합되는 현대 기술을 표현한 안젤름 키퍼의 작품은 일라신드로 사토리의 새로운 미학을 녹여내기에 완벽한 배경이 되었다. 2 에르메네지오 제냐에서 예술과 사회 공헌 활동을 통해 이탈리아 브랜드의 가치를 드높이고 있는 안나 제냐. 3 오아시 제냐는 100km²에 이르는 산악 지역을 자연 그대로 보존한 친환경 생태 공원을 구축했다. 4 지난 2007년 세계적인 설치미술가 다니엘 부렌(Daniel Buren)은 트리베로 지역에 위치한 라니초 제냐 건물에 색색의 풍향계를 설치했다. 트리베로 지역에 예술 작품을 설치하는 제냐 재단 활동의 일환이다. 5 제냐 본사에 설치한 미켈란젤로 피스토레토의 사과 형태 작품, 세대를 뛰어넘는 콜라베이션이다. 6 에르메네지오 제냐는 이탈리아의 산 파트리냐노 공동체와 협업으로 완성된 독특한 오브제 ‘비코(BICO)’ 컬렉션을 지난 2015년 밀라노 가구박람회 기간 동안 밀라노 에르메네지오 제냐 글로벌 스토어 내부에 전시했다. 7 제냐 재단은 이탈리아 내셔널 트러스트와 함께 지난 2016년 잔제네 국립공원 내에 있는 폰타 메스코 지역의 그린하 캠페인에 참여하기도 했다.



트와 접목해서 오픈했어요. 그런데 또 재미있는 건 아티스트들이 제냐에서 디자인한 옷의 원단과 디테일에서 영감을 받아 작품을 만들기도 한다는 사실이죠. 가장 최근에 런던에 있는 매장은 윌리엄 켄트리지(William Kentridge) 작품으로 꾸며서 오픈했어요. 제냐의 고향인 트리베로에서 받은 영감을 반영했죠. 주로 카펫 같은 작품을 소재로 작품 활동을 펼치는 작가가기에 원단을 생산하는 제냐의 아이덴티티와도 일맥상통해요. 이러한 서로의 연결 고리를 항상 흥미롭게 생각하고 있어요.

**Q 이탈리아환경기금(FAI: Fondo per l'Ambiente Italiano)의 디렉터와 유로파 노스트라(Europa Nostra)의 의원직까지 겸한다고 알고 있다. 제냐의 사회 공헌 활동은 매우 구체적이고 실천적이다. 최근 주목하는 이슈가 있는지.** 제냐의 재단 활동과 구호 활동은 지금 활동하는 제냐 그룹과는 독립적으로 분리되어 있습니다. 사회 공헌을 하는 제냐 패밀리와 제냐 재단(Fondazione Zegna)이 분리되어 있다는 의미예요. 사회 공헌은 할아버지 때부터 시작된 것인데, 사람들의 삶의 질을 향상시키기 위한 것이었어요. 가장 대표적인 트리베로의 개척 활동은 할아버지가, 오아시 제냐(Oasi Zegna, 오아시스라는 의미로 제냐에서 추진하고 있는 환경보호 프로젝트의 이름이다)는 할머니 때 시작했기에 집안 대대로 내려오는 활동이라 할 수 있죠. 본래 제냐의 사회 공헌 활동은 전 세계적으로 지속되었는데, 최근 이탈리아 이전 이후로 최대한 이탈리아를 중심으로 활동을 펼쳐나가고 있어요. 지진 이후에는 이탈리아를 위한 사회 활동이 필요로움이 아닌 생존을 위해 꼭 필요한 일이 되고 있죠. 전 세계 많은 사람들이 이탈리아 문화유산을 보기 위해 중부 지역을 찾았는데, 지진으로 많은 유산이 손상되었어요. 최근에는 이러한 것들을 복구하는 데 포커스를 맞추어 구체적인 활동을 이어나가고 있습니다.

**Q 어린이와 청소년을 위한 프로그램도 지원한다고 들었다. 제냐의 사회 공헌 활동이 남다른 점은 단순히 재화를 돕는 것이 아닌, 삶을 연장하는 데 초점을 맞춘다는 것이예요. 과거에는 돈이나 자원을 제공하는 직접적인 방법이었었는데, 지금은 독립적으로 삶을 유지할 수 있는 본질적인 지원을 제공하려고 해요. 일이 없어 사회를 떠날 수밖에 없는 젊은이들을 위해 일자리를 찾도록 돕기도 해요. 그런데 단순히 일자리 제공에 그치는 것이 아니라, 근본적으로 기술을 이어받아 독립적으로 새로운 것을 창출하고 자발적인 삶을 살아가게 하는 것이 목적이죠. 이 인터뷰를 하기 바로 직전에 아그나(Agona, 제냐 그룹에서 전개하는 여성복 브랜드) 프리컬렉션 프레젠테이션을 준비하고 있는데, 이 프레젠테이션에서 중요하게 소개한 내용이 어린이 마약 중독자를 재활시키는 재단 활동에 관한 이야기였어요. 이탈리아의**

‘산 파트리냐노(San Patrignano)’라는 커뮤니티가 있는데, 이곳에서 마약에 중독된 젊은 이들이 마약에서 벗어날 수 있게 함께 돕고 있어요. 2012년부터 제냐 재단에서 이 단체에 텍스타일 핸드메이드 기술을 전수하고 있죠. 그때만 해도 10여 명이 불과했지만, 지금은 총 40여 명이 활동하고 있어요. 이들은 아노나의 옷에 사용하는 재료를 생산하는 역할을 맡고 있는데, 새로운 일을 배워나가는 과정에서 새 생명을 얻죠. 자존감을 잃고 밖에 나오지 않으려고 했던 아이들이 3~4년간 이러한 과정을 겪고 사회로 나아간다는 것은 기적과도 같은 일이에요. 이번 프레젠테이션에서 그들이 완성한 스카프, 캐시미어, 카펫 등 아노나를 통해 판매할 작품을 전시했어요. 이 프로젝트는 정말 의미가 깊다고 생각해요. 제냐의 문화와 스토리, 그리고 사회적 요소를 더한 작품이 탄생했고, 그 가치는 말로 표현할 수 없을 정도죠. 단순히 예쁜 작품이어서가 아니라 그들이 다시 태어나듯, 새로운 인생을 살 수 있게 의미를 준 작품들이기 때문이에요. 처음 이 커뮤니티의 젊은이들은 생기를 찾아볼 수 없는 모습이었어요. 자신감이 떨어져 있었죠. 하지만 작품을 작업하는 과정에서 자기 자신을 사랑하게 되었어요. 결국 이들에게 일자리를 주고, 경제적인 지원을 한다는 사실이 중요한 것이 아니라, 자신의 삶을 되찾도록 지원하는 데 포커스를 맞추는 것이 중요해요. 지난 1월에 2명의 젊은이가 커뮤니티에서 나와 일을 찾고 일반인과 같은 생활을 하게 되었어요. 마치 겨울에 죽은 듯 보인 꽃이 봄에 살아나 활짝 피는 모습과 같아요. 이 모든 모습을 보는 것이 정말 큰 감동이에요.

**Q 다른 기업의 자선 활동과 달리 구체적으로 지원하기 어려운 부분까지 세심하게 들여다보는 느낌인데?** 다른 기업과 차이가 있다면, 단순한 후원이 아닌, ‘인생의 변화를 준다’는 것이예요. 지금의 삶에서 나아가, 성장한 이후의 삶까지 근본적인 변화를 만들고, 삶의 가치를 만들어 주는 것이 우리가 추구하는 것이죠. 사회 공헌 활동의 중심이 되는 제냐 재단은 이러한 활동을 통해 돌아오는 이득이나 관심을 전혀 바라지 않아요. 우리에게 돌아오는 것은 제로라고 생각하고 이 활동을 이어나가고 있습니다. 그리고 이러한 적극적인 활동은 희생이 아닌 기쁨이에요. 현대사회는 ‘give & take’ 경향이 강하지만, 우리는 ‘머리가 아닌 마음으로’ 이러한 활동을 이어나가기로 했어요. 다 같이 좀 더 나은 삶을 살기 원하는 순수한 목적에서 활동을 펼치고 있는 것이죠. 지금 이 인터뷰도 일종의 콜라베이션이라고 생각해요. 제가 여러 활동을 하고, 에디터가 그 이야기를 많은 사람들에게 나누어주는 것, 이것이 바로 훌륭한 콜라베이션 아닐까요? 또 제가 여자에게 이러한 활동을 할 수 있기도 해요. 물론 마초적인 여성도 있었지만, 여성에게는 따뜻하고 부드러운 부분이 있었어요. 이러한 성향이 보다 부드럽게 세상을 바꾸어나갈 수 있다고 생각합니다. 에디터 베이징 밀라노 현지 취재

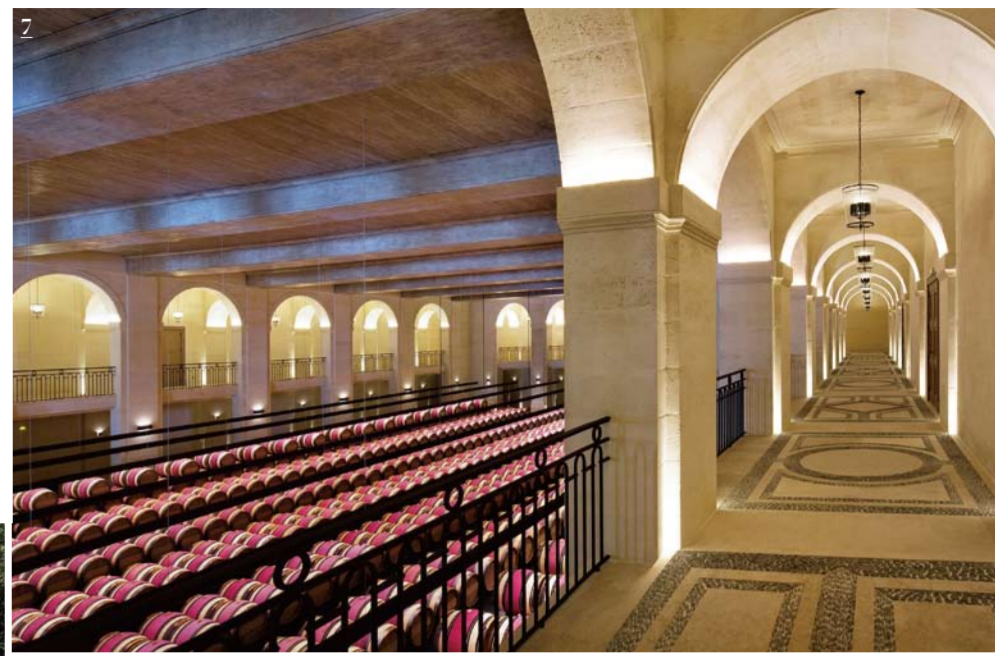


# 패션 하우스, 와인과 교감하다

패션 하우스와 국제적 대기업이 소유한 와인너들, 모기업의 자존심을 걸고 인수한 만큼 와인너 역시 훌륭한 수밖에 없다. 대부분의 와인너가 프랑스 보르도 지역에 있다는 것도 특징. 럭셔리 패션 하우스와 대기업이 보르도를 편애하는 이유에 대하여.



1 LVMH는 처음부터 샹파뉴 지역의 샴페인 하우스를 가지고 있는 회사로 출발했기에, 보르도에 명품 레드 와인 사토 슈발 블랑(Chateau Cheval Blanc)도 소유하고 있다는 것은 더욱 특별하게 느껴진다. 2 페라카모 가문은 와인너뿐 아니라 숙박 시설과 뮤지엄, 레스토랑, 스파도 운영한다. 3 사토 로잔-세글라와 사토 가농은 모기업인 샤넬과 마찬가지로 시간이 오래 걸리더라도 훌륭한 와인을 만드는 것을 목표로 한다. 4 샤넬이 보르도에 소유하고 있는 와인너에서 생산하는 사토 로잔-세글라. 5, 7 보르도에 는 대기업의 와인너도 많다. 부이그 텔레콤은 사토 몽로즈를 운영하고 있다. 6 프랑스 5대 사토 중 하나인 사토 라피트 로실드의 소유주는 로실드 은행이다. 8 일 보로의 와인은 고기는 아니지만, 이곳에서 경매하는 액티비티는 페라카모 브랜드처럼 우아하다. 9 부이그 텔레콤이 소유한 사토 몽로즈. 10 LVMH를 상징하는 샴페인, 돔 페리뇽. 11 로실드 은행이 운영하는 사토 라피트 로실드의 와인 카루아 데 리피트. 라피트 로실드의 와인들은 상단에 5개의 화살 문양이 그려져 있다.



패션 하우스 샤넬, 케어링 그룹, LVMH의 특별한 공통점을 아는지? 바로 프랑스 보르도에 와인너를 소유했다는 것이다. 구찌를 소유한 케어링 그룹은 사토 라투르(Chateau Latour)를, 루이 비통을 소유한 LVMH는 사토 슈발 블랑(Chateau Cheval Blanc)을 가지고 있다. 샤넬은 사토 로잔-세글라(Chateau Rauzan-Ségla)와 사토 가농(Chateau Canon)을 소유하고 있는데, 모두 애호가들이 좋아하는 우아한 와인너이다. 샤넬 소유 와인너의 와인메이커 니콜라 오드베르(Nicolas Audebert)는 2015년 여름을 시작으로 보르도 마고의 사토 로잔-세글라와 생테밀리옹의 사토 가농을 운영하고 있다. 그는 와인을 만드는 데 샤넬과 공통점이 있다는 것이 흥미롭다고 말한다. “두 와인너는 샤넬과 동일한 철학과 가치를 추구하며, 완벽한 품질을 지향합니다. 당장 내일 출시할 제품을 빠르게 만드는 것이 아니라, 시간이 오래 걸리더라도 품질 좋은 제품을 만드는 샤넬처럼 와인 역시 시간과 투자가 필요하지요.” 샤넬을 상징하는 N°5 오 드 퍼퓸과 핸드백이 트렌드에 흔들리지 않고 오랫동안 변함없이 유지되고 있는 것처럼, 이 두 와인너는 1백 년 전부터 사용한 방식 그대로 와인을 생산하고 있다. 해외 출장을 자주 가는 니콜라 오드베르는 와인 애호가와 직접 만나 이야기를 나눠야 한다고 생각한다. 와인은 비즈니스가 아니라 공유하는 것이기 때문이다. 농학자이자 와인 양조화자이며 와인메이커로서 탄탄한 경력을 갖춘 니콜라 오드베르는 LVMH의 모엣 샹동(Moët & Chandon)과 뵈브 클리코 뽕사르맹(Veuve Clicquot Ponsardin)에서 샴페인 커리어를 쌓기도 했다. 패션 하우스와 오랜 인연을 가지고 있는 셈이다. LVMH는 샹파뉴 지역에 많은 샴페인 하우스를 거느린 회사로 출발했기에, 보르도에 사토 슈발 블랑을 소유하고 있다는 것은 조금 특별하다. 사토 슈발 블랑은 보르도 생테밀리옹 북서쪽에 위치하는데, 이곳은 바로 인근에 사토 페트뤼스가 있을 정도로 명망이다. 건축계의 노벨상이라 불리는 프리츠크(Pritzker)상 수상자인 크리스티앙 드 포르장파르크(Christian de Portzamparc)가 와인너를 디자인했는데, 콘크리트로 만든 부드러운 곡선의 셀러가 인상적이다. LVMH는 달콤한 스위트 와인의 최고봉 사토 디캤(Chateau d'Yquem)을 소유하고 있기도 하다. 사토 디캤은 보르도 소테른에 위치하며, 잘 숙성된 빈티지는 트러플 향기가 나는 매력적인 와인이다.

## 럭셔리 패션 하우스, 보르도를 편애하다

보르도에는 패션 하우스뿐 아니라 대기업이 소유한 명품 와인너도 많다. AXA 그룹은 사

토 피송-롱그빌 비롱(Chateau Pichon-Longueville), 로실드 은행은 사토 라피트 로실드(Chateau Lafite Rothschild), 부이그 텔레콤은 사토 몽로즈(Chateau Montrose)를 가지고 있다. 크레디 아그리콜 그룹은 사토 그랑 뤼 피카스(Chateau Grand Puy Ducasse), 룩셈부르크 왕가는 사토 오 브리옹(Chateau Haut Brion)을 운영 중이다. 그렇다면 그들이 왜 보르도 지역을 선택했는지 궁금하지 않을 수 없다. 보르도에서 생산하는 와인은 오래 두고 마시는 와인이다. 프랑스에서는 부르고뉴 와인은 자신의 돈을 주고 사 먹어야 하지만, 보르도 와인은 할아버지가 손주를 위해 사놓은 것을 마신다는 이야기가 있다. 물론 부르고뉴에도 고가 와인의 대명사 도멘 드 라 로마네 콩티 같은 올드 빈티지 와인이 있지만, 보르도의 오랜 전통을 따라올 수 없음을 강조하는 내용이다. 또 보르도는 부르고뉴에 비해 포도밭 면적이 넓고, 와인메이커가 오픈 마인드인 편이다. 보르도에는 프랑스인뿐 아니라 영국인, 네덜란드인, 일본인도 와인너를 소유하고 있다. 가장 중요한 사실은 와인너를 소유한다는 것이 명예로운 일이라는 점일 테다. 이는 우리나라 관점에서 보면 쉽사리 이해되지 않는 개념이기도 하다. 유럽에서는 예로부터 왕족과 귀족계급만이 와인너를 소유했고, 이러한 전통은 현대까지 계승되어 와인너를 운영한다는 것은 여전히 명예로운 일로 여겨진다. 저 명인사로서 와인너를 소유하는 것은 너무나 당연한 일이며, 소유한 와인너가 그의 품격을 대변하는 것이다.

케어링 그룹의 사토 라투르는 수 세기에 걸쳐 사랑받는 프랑스 와인의 5대 사토(사토 라투르, 사토 마고, 사토 라피트 로실드, 사토 오 브리옹, 사토 무통 로실드) 중 하나다. 2012년에는 케어링 그룹의 수장인 프랑수아 피노(François Pinault)가 사토 라투르의 대표로서 프랑스 정부가 수여하는 올해의 레지옹 도뇌르(Legion d'Honneur) 훈장의 그랑 오퍼시에(Grand Officier) 부문을 수상했다. 흥미로운 것은 케어링 그룹은 경매 회사 크리스티(Christie's)도 가지고 있다는 점이다. 크리스티에서 올드 빈티지 와인도 중요한 경매 품목인데, 모기업이 명품



와인너를 가지고 있으니 기업 이미지가 상승할 뿐 아니라 비즈니스에도 유리할 수밖에 없다. 패션 하우스의 명품과 보르도 와인은 여러모로 비슷한 점이 많다. 오랜 시간 변치 않는 가치와 더불어 존경받는 전통을 지녔다는 점이 그것이다. 그렇다고 와인 이익이 높은 투자 산업이기 때문에 패션 하우스와 대기업이 와인너를 소유한다고 간주하는 것은 조금한 결론이다. 와인업계에서 우스갯소리로 전해지는 이야기가 있는데, 와인으로 백만장자가 되는 방법은 먼저 천만장자가 되어 와인너를 운영해 돈을 날리면 자동으로 백만장자가 될 수 있다는 것이다.

## 와인은 사교의 꽃이다

프랑스의 외무부 장관이자 사토 오 브리옹의 주인이던 샤를-모리스 드 탈레랑(Charles-Maurice de Talleyrand)은 외교에도 보르도 와인의 매력을 충동원한 것으로 유명하다. “폐하께서 믿으실지 모르겠으나 저는 훈령보다 냄비가 더 필요합니다.” 19세기 초, 나폴레옹이 러시아 원정에서 패한 후 유럽 대표들이 오스트리아에 모여 평화조약을 맺었다. 영국 수상, 오스트리아 공작, 러시아 황제 등과 프랑스 외무부 장관 탈레랑이 참석했는데, 그는 1년여의 협약 기간 동안 끊임없이 사토 오 브리옹을 서빙했다. 결국 프랑스에 유리하게 협약이 진행되어, 프랑스가 가장 많은 이익을 챙겼다고 한다. 이것이 바로 보르도 5대 사토 와인으로 여전히 명망을 과시하고 있는 사토 오 브리옹의 힘일 것이다. 이처럼 좋은 와인은 사교의 꽃이다. 훌륭한 와인너를 가진 오너 주위에 사람들이 몰리는 것은 인지상정이다. 보르도 5대 사토 와인 중 하나인 사토 라피트 로실드의 오너인 로실드의 파티도 마찬가지였다. 1868년 제임스 로실드가 인수한 후 사토 라피트 로실드라는 현재의 이름을 완성했으며, 현 소유주는 가문의 5대손 에릭 드 로실드(Eric de Rothschild) 남작이다. 당시 제임스 로실드가 와인너를 인수한 후 매일 밤 파티를 열었는데, 파티의 최고 명사들이 이 아름다운 파티에 참석하기 위해 그에게 잘 보이려고 노력했다고 한다. 패션 하우스의 아트 마케팅과 와인너 운영은 비슷한 것 같지만 차이가 있다. 현대미술을 중심으로 한 아트 마케팅은 과시적 측면이 강하지만, 와인너 운영은 비파시적이며 정서적인 부분이 크다. 그 유명한 사토 무통 로실드의 아트 레이블과 뮤지엄 운영은 대중에게 큰 감동을 주지만, 실제 와인 애호가에게는 중요한 부분이 아니다. 오히려 로실드 가문에서 사토 무통 로실드가 오래된 양조장을 뮤지엄으로 개조한 것에 화를 났다는 뒷이야기도 전해진다.

## 소유에서 경험으로, 상품에서 서비스로

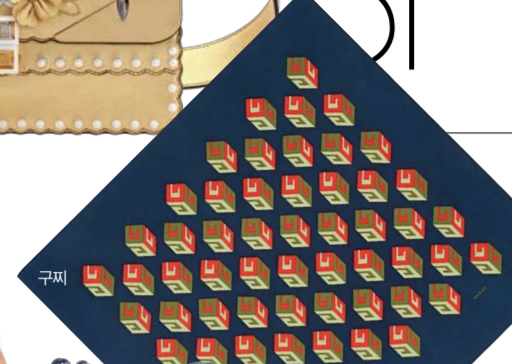
패션 하우스 살바토레 페라카모와 토즈는 이탈리아에 와인너를 소유하고 있다. 1985년 토스카나에서 사냥을 하던 중, 살바토레 페라카모의 큰아들이자 최고경영자 페루초 페라카모(Ferruccio Ferragamo)는 일 보로(Il Borro) 지방에 매료되었다. 페라카모는 1993년 제2차 세계대전 때 부분적으로 파손된 중세풍 작은 마을과 본 저택을 포함한 일 보로 지역 전체를 구매하기로 결정했다. 일 보로는 1천 년의 역사를 자랑하며, 토스카나를 형성하는데 기여한 파치(Pazzi) 가문과 메디치 토르나퀸치&사보이(Medici Tornaquinci&Savoia) 가문이 소유했던 곳이기도 하다. 페라카모 가문은 와인너 일 보로뿐 아니라 숙박 시설과 뮤지엄, 레스토랑, 스파도 운영한다. 일 보로의 와인 고기는 아니지만, 이곳에서 경매하는 액티비티는 페라카모 브랜드와 동등하게 우아하다. 와인너를 구입한 1993년부터 페루초 페라카모와 포도주 양조화학자 니콜로 다플리토(Nicolo D'Afflitto)가 와인을 생산하기 시작했다. 와인 저장고 위에는 미술 갤러리를 만들고, 와인에 대한 시각과 문화적 해석에 기초한 예술품을 전시했다. 토즈 그룹의 CEO 스테파노 신치니(Stefano Sincini)가 운영하는 롱고&신치니(Longo & Sincini) 와인 그룹에서도 와인을 만든다. 피아니로시(Pianirossi)는 스테파노 신치니 회장이 1999년 토스카나에 설립한 와인너이다. 연간 3천8백 병만 생산하는 부티크 와인이며, 아직 잠재력이 덜 알려진 몬테풀차르 포도 품종을 카베르네 소비뇽이나 프티 베르도 같은 보르도 품종과 함께 블렌딩했다는 점이 매력적이다(www.cavistes.co.kr). 최근 트렌드 분석에 의하면 현대인은 럭셔리 패션 아이템을 소유하는 것보다 감성적 경험을 하는 데 관심을 갖는다. 핸드백을 구입하는 것보다 와인을 마시는 행위에서 더 큰 행복을 느끼는 사람이 증가하고 있는 것이다. 이처럼 패션 하우스가 소유보다 경험으로, 전통 상품에서 서비스업으로 발전 방향이 변하고 있음은 와인너 소유와 상관관계가 밀접함이 분명해 보인다. 와인은 무엇을 마시느냐보다 누구와 마시는지가 더 중요하다. 와인을 마신다는 것은 대화를 나누며 시간을 함께한다는 것이다. 누군가가 마시는 와인을 보면 그의 취향과 사회적 지위까지 가늠할 수 있기도 하다. 와인은 메시지를 전달하고, 추억을 만들며, 또 다른 만남을 기다리게 하는 강한 힘이 있다. 그래서 어느 정도 사회적 명망을 얻은 CEO는 자신을 상징하는 와인을 갖고 싶어 하는 것이 아닐까? 패션 하우스의 와인너라는 브랜드 정체성과 분리될 수 없기에 더욱 호기심을 불러일으킨다. **IS** 글 이소영(《사실 미술에 중독되다》, 《서울, 그 카페를 따라》 저자)



# SHOWROOM



멘디



구찌

레트 바이티

프리다

바버리

마이클코어스

클롬보 비아 델라 스피가

랑방스포츠

리코트



**클롬보 비아 델라 스피가 디오네** 클롬보 비아 델라 스피가는 브랜드의 새로운 아이콘 백이 될 디오네를 출시한다. 고대 그리스 신화에서 영감을 받아 디자인한 백으로, 아래로 갈수록 살짝 넓어지는 간결한 사다리꼴 보디, 최상급 악어가죽의 광택, 그리고 정교한 플로럴 패턴 자수가 고급스러운 분위기를 낸다. 럭셔리한 데일리 백이 되자 디오네는 전국 167개의 클롬보 매장에서 판매한다. 문의 070-7130-9200

**펜디 캔아이** 펜디는 구조감과 여성스러운 스타드 장식 잠금장치가 완벽한 조화를 이루는 가방 캔아이이를 소개한다. 2017 S/S 컬렉션을 통해 레굴러 사이즈로 출시한 이 백은 단단한 형태감과 화려한 옆면 디자인이 특징이다. 스켈링 모양으로 테두리를 꾸민 단색 가죽 바깥을 시작으로, 꽃 무늬, 가죽 꽃, 스타드 이블리크, 금사 장식 등 다양한 디테일을 기하에 다채롭게 선보인다. 문의 02-2056-9023

**파비아나 필리피 2017 S/S 시티 룩** 파비아나 필리피는 다가오는 봄여름을 맞아 모던하면서도 고급스러운 시티 룩을 제안한다. 2016 S/S 컬렉션 아이템으로 선보인 트윈치코트는 이번 시즌 메인 컬러인 카키와 함께 웨이스트 라인에 로프 스트링을 더해 보다 편안하고 캐주얼한 룩을 완성한다. 이와 함께 데일리 라인 디테일이 매력적인 화이트 블라우스를 매치하면 모던하면서도 시크한 스타일을 연출할 수 있다. 파비아나 필리피의 S/S 아이템으로 유아하면서도 매력적인 데일리 룩을 즐겨볼 것. 문의 02-6905-3626

**리코트 마살 윈** 리코트는 클래식한 디자인과 우수한 착용감을 겸비한 남성용 슈즈를 소개한다. 문의 02-6479-1619

살 윈 팁을 출시한다. 천연 소가죽을 사용해 은은하면서도 옛스러운 광택이 돋보이는 캐주얼화로, 미드솔 부분에 가죽을 덧대 스타일로 포인트를 준 것이 특징이다. 부드러운 곡선, 윈 팁 등 고급스러우면서도 젊은 감각이 돋보이는 디자인으로, 클래식한 슈트는 물론, 데일리 아웃룩, 세미 캐주얼 스타일 등 어느 차림에 매치해도 두루 잘 어울린다. 브라운과 블랙 2가지 컬러로 선보인다. 문의 02-6137-5100

**프리다 플렉시 리본 백** 프리다는 2017 S/S 컬렉션을 통해 새로운 가방 컬렉션 '플렉시 리본 백' 컬렉션을 선보인다. 대각선으로 지른 긴 가죽 리본을 두 겹으로 겹친 디테일이 여성스러운 매력을 선사하며, 대조적인 리본 컬러가 모던한 느낌을 자아낸다. 탈착 가능한 스트랩을 활용해 클러치 혹은 숄더백으로 연출 가능해 실용성 또한 높다. 총 4가지 버전으로 출시한다. 문의 02-3218-5331

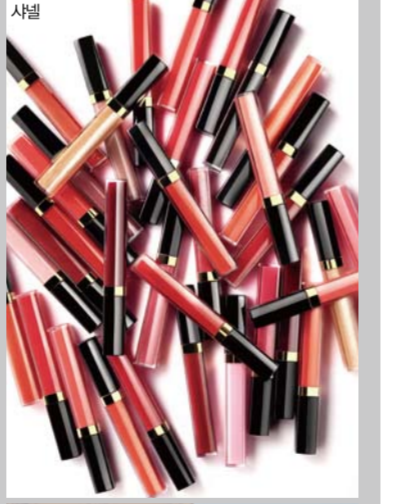
**구찌 2017 S/S 여성 스카프 컬렉션** 구찌는 2017 S/S 여성 컬렉션을 수놓은, 프린트를 활용한 새로운 스카프 라인을 소개한다. 브랜드의 독보적인 유틸리티와 무드를 만날 수 있는 스카프는 실크 퉈 소재를 사용했다. 브랜드 로고와 큐보어 이루어진 GG 월페이퍼 패턴은 물론, 기하학 형태를 입체적으로 표현한 패턴, 샌드보리스 코출신 일러스트레이터 제이디 피카기 타로 카드 이미지에서 영감을 받아 제작한 패턴 등 다채로운 디자인으로 선보인다. 문의 1577-1921

**페이 2017 S/S 여성 컬렉션** 페이는 1970년대의 낭만주의와 밀리터리 무드를 담은 2017 S/S 여성 컬렉션을 선보인다. 세련미가 느껴지는 이번 컬렉션은 하나의 아이템을 활용한 다양한 스타일로 연출할 수 있는 의상이 눈에 띈다. 슈퍼 워셔드 코튼으로 만든 필드 재킷, 린제에서 영감을 받아 완성한 실크 소재 오버사이즈 코트, 오렌지, 블루, 밀리터리 그린, 샌드 등 풍부한 색채가 돋보이는 드레스 등 다채로운 아이템을 만나볼 수 있다. 문의 02-6479-1619

**데코르테 선 헬터 멀티 프로텍션** 데코르테는 촉촉하고 산뜻하게 마무리되는 자외선 차단제 '선 헬터 멀티 프로텍션 SPF 50+/PA++++'을 출시한다. 자외선 UVA와 UVB를 모두 차단해주는 것은 물론, 높은 자외선 차단 지수가 특징이다. 또 대가오염, 실내·외 온도 차, 건조 등 도시에서 느낄 수 있는 다양한 피부 스트레스 요인으로부터 피부 보호해준다. 보습 성분을 함유해 수분이 날아가는 듯한 느낌을 선사하는 이 제품은 전국 데코르테 백화점 매장 및 온라인몰에서 판매한다. 문의 080-568-3111

**샤넬 루주 코코 글로스** 샤넬은 달콤한 사탕을 떠올리게 하는 컬러가 매력적인 립글로스 '루주 코코 글로스'를 새롭게 선보인다. 글로스 크리에이티브 메이크업 & 컬러 디자인 루지아 피카기 탄생시킨 이 제품은 끈적임 없이 입술에 녹아드는 가벼운 텍스처가 특징이다. 젤처럼 탱글탱글하고 반짝이는 광택을 더해주며, 샤넬의 특별한 코쿠 애플리케이션을 내장해 손쉽게 바를 수 있는 것 또한 장점이다. 문의 080-332-2700

**에트로 멘로즈** 에트로의 중심적인 장미 향초가 매력적인 남성용 향수 '멘로즈'를 출시한다. 시프레 우디 계열의 멘로즈는 섬세하면서도 진중한 감성을 지닌 남성을 위해 정미를 은은하고 고급스럽게 재해석한 향수다. 영국을 대표하는 터키시 로즈의 달콤함과 깊은 우디 노트의 조화로 완성한 풍부한 향초가산비로온 분유가 함유되어 있다. 남성은 물론, 여성에게도 잘 어울려 겨울 향수로 활용하기에 제격이다. 문의 02-3443-1805



BEAUTY

## JEWEL & WATCH

**리처드 밀 RM 50-03** 리처드 밀은 브랜드에서 개발한 차세대 스플릿 세컨드 메카니즘을 적용한 워치 피스 RM 50-03을 소개한다. 8개의 칼럼으로 구성된 휠을 장착한 기존 리처드 밀 크로노그래프와 다르게 6개의 칼럼으로 이루어진 휠을 장착한 것이 특징. 정확한 움직임과 뛰어난 내구성을 선사한다. 또 하이테크 소재를 사용하고 대다수의 부품을 스텝레트 구조화해 단 7g에 불과한 가벼운 중량을 자랑한다. 문의 02-2230-1288

**그라프 카리아 컬렉션** 그라프는 생동감 넘치는 꽃잎의 실루엣이 시선을 사로잡는 주얼리 컬렉션 '카리아 컬렉션'을 소개한다. 5개의 길고 가느다란 꽃잎이 활짝 피어난 카리아 꽃의 모습을 다이아몬드, 루비, 에메랄드, 사파이어 등 장인의 수작업으로 완성한 페어 세팅과 마이크즈 컷 보석으로 섬세하게 표현했다. 네크리스, 이어링, 그리고 브레이슬릿으로 선보인다. 문의 02-2256-6810

**몽블랑 타임워커 컬렉션** 몽블랑은 모터 스포츠의 정신, 가치, 그리고 아름다움을 재현한 새로운 워치 컬렉션 '타임워커 컬렉션'을 선보인다. 2017 국제고급시계협회를 통해 선보인 타임워커 컬렉션은 클래식 카 라인을 연상시키는 세련 차리 케이스, 엔진을 닮은 유레시 영감을 받은 반투명 유리 케이스 백 등 디자인적 요소로 모터 스포츠를 표현했다. 몽블랑 타임워커 크로노그래프 UTC를 포함한 5가지 워치



피스로 구성된다. 문의 1670-4810

**까르띠에 저스트 앵 글루 컬렉션** 까르띠에는 브랜드를 대표하는 주얼리 컬렉션 '저스트 앵 글루 컬렉션'의 새로운 아이템을 선보인다. 저스트 앵 글루 컬렉션은 못 모티브를 강렬하면서도 시크한 에너지를 발산하는 주얼리로 탄생시킨 컬렉션. 곡감한 느낌으로 목선을 장식하는 저스트 앵 글루 토크 네크리스와 오버사이즈 브레이슬릿을 추가로 출시해 컬렉션을 더욱 풍성하게 채울 예정이다. 4월부터 전국 까르띠에 부티크에서 만나볼 수 있다. 문의 1566-7277

**반클리프 아펠 오토메이트 페 웡딘** 반클리프 아펠은 브랜드 장인의 예술적 기교로 완성한 엑스트라오디너리 오토메이트 페 웡딘을 선보인다. 2017 국제고급시계협회를 기념해 첫선을 보인 제품으로, 반클리프 아펠의 뛰어난 주얼리와 워치메이킹 기술의 결합을 여실히 보여준다. 문의 00798-852-16123

**스와로브스키 미녀와 야수 리미티드 에디션** 스와로브스키는 2017년 기대작으로 꼽히는 영화 '미녀와 야수'와 협업해 완성한 컬렉션 '미녀와 야수 리미티드 에디션 2017'을 공개했다. 영화의 명장면 중 하나인, 미녀와 야수가 춤추는 모습을 스와로브스키만의 포인트이자 기법을 사용해 2백88시간의 수작업으로 표현, 5만7천3백55개의 크리스탈을 새긴 조각상으로 탄생시켰다. 전



세계 2백50개 한정점으로 선보이며, 영화 주인공인 벨 크리스탈 조각상, 장미 크리스탈 조각상도 함께 출시한다. 문의 1661-9060

**링컨 레벨 올디마 오디오 시스템** 링컨은 자동차 업계 최초로 하이엔드 오디오 브랜드 레벨의 레벨 올디마 오디오 시스템을 차함에 적용했다. 레벨은 오디오 전문가에게 가장 우수한 홈 시어터 오디오 기업으로 평가받는 세계적 명품 기업 하만(Harman)의 프리미엄 라우트 스피커 브랜드다. 링컨 차량 실내 구조에 맞춰 최적의 위치에 레벨 올디마 오디오 시스템의 19개 스피커를 장착했으며, 랩톱 로직 사운드 음향 기술로 스테레오, 객석, 무대 뒤 등 3가지 버전의 청취 모드를 제공한다. 문의 1600-6003



LIFESTYLE



**Sleeping in Paradise**  
나에게 딱 맞는 최적의 매트리스를 찾고 싶는가? 그렇다면 천연 소재와 첨단 과학의 결합으로 궁극의 숙면을 제공하는 프리미엄 매트리스, 에이스 헤리츠를 직접 경험할 수 있는 새로운 공간 '에이스 헤리츠 슬립 센터'를 방문해보자. 당신의 아침이 달라질 것이다.

양질의 라이프스타일을 위해 갖춰야 할 필수 요소로 손꼽히는 것 중 하나인 숙면이다. 어떤 매트리스를 선택하느냐에 따라 삶의 질이 좌우되는 만큼 엄격한 기준을 적용해 구매해야 하는 품목이 바로 침대다. 개인의 수면 자세와 습관, 건강 상태, 연령, 체중, 체온 등 다양한 요소를 고려해 매트리스를 선택하는 것은 중요하다. 에이스헤리츠는 '최고의 야수'를 만들어낸다는 모토를 바탕으로 제품을 생산하는 침대 전문 브랜드답게 최적의 침대를 구매하고자 하는 소비자를 위한 '나만의 침대 서비스'를 고안했다. 바로 '침대 과학'이라는 혁신적인 접근법인 프리미엄 매트리스, '에이스 헤리츠'를 직접 경험할 수 있는 수면 체험 센터 '에이스 헤리츠 슬립 센터'를 설립한 것. 이곳은 에이스헤리츠 제품 생산에 대한 '나만의 열정과 끊임없는 기술 개발'로 완성한 프리미엄 매트리스 에이스 헤리츠를 구매하고 있는데, 이는 100% 메모리 울 매트, 천연 양모, 말 털, 오가닉 코튼 원단 등 천연 소재, 3차원 특수 소재, 안정적으로 인해 골격을 받쳐주는 하이브리드 Z 스프링 등을 적용해 안락한 수면 환경을 제공한다. 에이스 헤리츠 서울점, 대전점, 그리고 대구에서 만나볼 수 있는 에이스 헤리츠 슬립 센터는 독립된 공간에서 2시간 동안의 수면 체험을 바탕으로 물의 골격을 유연하게 유지해주는 탄력성, 소재의 촉감, 신장에 알맞은 매트리스 사이즈, 소음, 흔들림 현상 등 고객이 보다 세심하게 따져보고 제품을 선택할 수 있도록 돕는다. 에이스 헤리츠 슬립 센터 서울점의 경우, 1인 1실을 원칙으로 오전 10시, 오후 1시, 그리고 오후 3시 중 원하는 시간대를 선택하는 예약제로 운영한다. 총 3가지 유형의 방 중 자신에게 맞는 방을 선택하고 전문가와 상담해 제품을 선정할 수 있다. 이렇듯 포근한 수면 체험이 가능한 이 곳은 체험이 끝난 후 세팅도 교체해 청결한 환경을 유지할 뿐만 아니라, 개인이 원하는 음향을 들을 수 있는 블루투스, 수면에 좋은 음로, 체험 후 마무리를 정돈할 수 있는 헤어리이어 비치 등 고객의 편안한 휴식과 쾌적한 체험 환경을 위해 세심하게 배려했다. 에이스헤리츠 관계자는 "서비스를 이용하고자 하는 여자가 꾸준히 늘고 있다. 실제 수면을 통해 제품을 체험하는 것은 물론, 자신에게 적합한 매트리스를 고르는 법에 대한 조언까지 받을 수 있어 이용자의 만족도가 높다"며 슬립 센터를 경험한 이들의 리뷰와 만족도 체크를 통해 고객에게 최상의 서비스를 제공하도록 최선을 다할 것이라고 밝혔다. 건강한 삶을 위해서는 최상의 수면 환경을 조성하는 것이 무엇보다 중요하다. 완벽한 수면 밸런스를 위해 자신에게 맞는 최적의 매트리스를 경험해보고 싶다면 에이스 헤리츠 슬립 센터의 문을 두드려보자. 문의 1670-0117

1 에이스헤리츠가 운영하는 에이스 헤리츠 슬립 센터. 2시간의 수면으로 프리미엄 매트리스 에이스 헤리츠의 장점을 느껴볼 수 있는 특별한 체험 서비스 공간이다. 2 전문가의 상담을 통해 매트리스 구매 조언은 물론, 방문객에게 보다 안락한 서비스를 제공한다. 3 고급스러우면서도 편안한 분위기가 감도는 에이스 헤리츠 슬립 센터의 인테리어.

## FASHION