정상에 서다 '슈퍼투스칸'

안상미 기자의 Why, wine

(왼쪽부터)비세르노, 치날레, 라 마싸, 세떼 퐁티 오레노

올해 와인스펙테이터(WS)가 꼽은 최고의 와인은 바로 이탈리아의 '테누타 산 귀도 사시까이아 2015'였다. 이른바 '슈퍼투스칸'의 원조로 불리는 와인이다. 지난 3년간 1위 독주를 달리던 미국 나파밸리 와인을 꺾고 슈퍼투스칸이 정상에 올랐다.

슈퍼투스칸은 말 그대로 이태리 중서부의 토스카나(Toscana)에서 만들어진 품질이 탁월한(super) 와인을 일컫는다.

그런데 뭔가 이상하다. 세계 최고의 와인으로 꼽혔는데 등급이 최고인 DOCG(Denominazione di Origine Controllata e Garantita·원산지 통제 보증)가 아닌 DOC(Denominazione di Origine Controllata·원산지 통제)로 기재되어 있다.

이탈리아 와인 등급은 가장 아래부터 VdT-IGT-DOC-DOCG로 나뉜다. IGT(Indicazione di Geografica Tipica)는 특정 지역에서 만든 와인이며, VdT(Vino da Tavola)는 테이블와인으로 가장 아래 단계다.

사시까이아가 처음 만들어졌을 때는 DOC도 아닌 VdT 등급이었다. 산지오베제 같은 이탈리아 토착 품종으로만 만들어야 DOCG, DOC 등급을 받을 수 있었지만 사시까이아는 커버네 소비뇽을 주로 썼기 때문이었다. 국제적으로 널리 쓰이는 커버네 소비뇽, 멀롯 등의 품종 등을 쓰면 품질과는 상관없이 IGT나 VdT 등급으로 떨어지지만 전통보다는 품질에 승부를 건 와인이 바로 슈퍼투스칸인 셈이다.

고품질을 위해 국제품종을 선택했던 수퍼투스칸 바람은 토스카나 서편 해안가로부터 시작해 동쪽의 내륙지역으로 불어간 것에서 그치지 않고, 멀게는 북부의 피에몬테까지 불어가 이후 이탈리아 와인업계 전체에 근대화와 고품질의 추구라는 화두를 던지는 계기가 됐다. 품질 하나로 이탈리아 와인의 명성을 뛰어넘으면서 슈퍼투스칸 와인에는 볼게리DOC와 토스카나IGT라는 새로운 등급과 규정이 주어지기도 했다.

'비세르노'는 오르넬라이아, 마세토를 잇는 차세대 슈퍼투스칸으로 꼽힌다. 세계적인 와인메이커인 미셸 롤랑이 함께해 풍부한 과일 향과 농도감 있는 스타일이다. 연간 2만 병만 소량으로 생산한다.

'치날레'는 이탈리아어로 야생 멧돼지를 뜻한다. 커버네 쇼비뇽 90%에 멀롯 10%를 섞어 20년 이상 장기 숙성도 가능한 힘이 느껴지지만 신세계 카버네 소비뇽처럼 과하지 않다.

'라 마싸'는 이탈리아 토종품종인 산지오베제를 중심으로 해서 이탈리아 와인의 매력을 최대한 살려낸 슈퍼투스칸이다. 산지오베제 70%와 멀롯 20%를 섞어 집중력과 섬세함을 동시에 갖췄다.

'세떼 퐁티 오레노'는 멀롯 50%에 카버네 소비뇽 40%, 쁘띠 베르도 10%로 만들어졌다. 초콜렛 느낌과 함께 잘 익은 베리류의 풍미로 스테이크나 숙성된 치즈와 잘 어울린다.

자료 협조 NARA CELLAR

소확행·영미·평냉… 2019년, 단어에 담다

소확행, 현타, 평냉 등 올해 라이프 트렌드와 주요 이슈를 반영한 유행어가 인기를 끈 것으로 나타났다.

13일 인크루트가 두잇서베이와 공동으로 성인남녀 2917명을 대상으로 '2018 유행어 설문조사'를 벌인 결과에 따르면, 올해 최고의 유행어는 '소확행'이 뽑혔다. 설문은 올해 가장 많이 회자된 유행어라고 생각하는 유행어 1개를 단일 선택하게 했다.

소확행(28.8%)은 '소소하지만 확실한 행복'을 줄인 말로 지난해 인기를 끈 '욜로'(YOLO: 한번뿐인 인생 최대한 즐겁게)와 연결되는 유행어다. 올해는 상대적으로 여유와 소박함의 무드가 강세로 일상에서의 작지만 진정한 행복을 추구하는 라이프 트렌드가 주도했다.

갑분싸(18.5%)는 '갑자기 분위기 싸늘해짐'의 준말로, 몇 해 전 인터넷 방송에서 유래했지만 올해 방송과 여러 매체에서 사용되고 '갑분○(명사 대체)' 등으로 변환되며 널리 쓰였다.

이어 타인과 매우 잘 어울리는 사람을 뜻하는 '인싸(Insider)'(16.0%), 평창동계올림픽 컬링팀 선전으로 국내외 큰 주목을 받은 '영미~'(12.6%), 알지 않아도 되는 과한 정보를 전하는 사람이나 상황을 빗대 쓰는 'TMI(Too much information)'(9.5%), 연초 가상화폐와 연말 주식 폭락에도 투자자들이 가치반등을 바라며 자주 사용했던 '존버(비속어가 포함된 XXX 버틴다)'(6.1%), 현실자각타임을 일컫는 '현타'(2.6%) 순으로 나타났다.

올해는 특히 남북정상회담 개최로 대중의 주목을 받은 평양냉면을 줄여 쓴 '평냉'(1.7%), 컬링팀 경기모습에서 유래한 '엄근진(엄격, 근엄, 진지)'(1.4%) 등도 유행어 순위에 들었다.

한편 지난해 같은 조사에서 유행어 1위는 '스튜핏, 그뤠잇'이었고, 이밖에 '욜로', '이거 실화냐', '나야나', '다스는 누구 껍니까?' 등이 주목을 받은바 있다.

/한용수 기자 hys@

트렌드·주요이슈 담은 올해 유행어

미샤, 명동 '메가스토어'로 상권 부활 기대

에이블씨엔씨가 운영하는 화장품 브랜드 미샤는 서울 명동에 '미샤 메가 스토어'를 오픈했다고 13일 밝혔다.

'미샤 메가 스토어'는 2개층으로 구성됐으며, 총 300㎡ 규모다. 1층에는 미샤의 전 제품을 만날 수 있는 공간이 테마별로 마련됐다. 다양한 메이크업 룩을 스크린을 통해 제안 받고 직접 시연해 볼 수 있는 '룩 앤 미' 존이 준비됐다.

2층은 사용자들이 직접 뷰티 콘텐츠를 제작할 수 있는 스튜디오와 휴식을 취할 수 있는 힐링 공간, 제품에 고객이 원하는 각인을 새겨주는 서비스 공간, 편안한 쇼핑을 위한 개인 라커 등이 들어섰다.

특히 스튜디오는 유튜브, 인스타그램 등 SNS 콘텐츠를 제작할 때 색감, 음향 등을 전문 스튜디오 수준으로 완성할 수 있는 공간으로 누구나 사용할 수 있다.

명동 미샤 메가 스토어는 지난 4월 미샤가 강남에 선보인 첫 플래그십 스토어 '갤러리 M'을 이전한 것이다.

명동에 위치한 미샤 메가 스토어 전경./에이블씨엔씨

에이블씨엔씨 유효영 마케팅부문 전무는 "내년에는 외국인 관광객의 증가 등으로 명동 상권이 다시 부활할 것으로 기대된다"며 "미샤 메가 스토어는 국내는 물론 해외 고객 모두에게 새로운 미샤를 홍보하고 글로벌 브랜드로서의 재도약을 알리는 발판이 될 것"이라고 말했다.

/김민서 기자 min0812@

올 한해 도서 키워드는?

'러브마이셀프'… 책에서 위안받는다

G마켓·옥션 트렌드 조사

설레어함 등 프로모션도 다양

전자상거래기업 이베이코리아가 운영하는 G마켓과 옥션이 2018년 도서 트렌드로 책을 통해 스스로를 치유하고 자존감을 높이려는 '러브 마이셀프(Love Myself)'를 꼽았다.

올 1월부터 11월까지 G마켓(G마켓 글로벌샵 포함)과 옥션 전체 도서 카테고리 거래액은 전년 동기 대비 약 20% 성장했고, 판매 부수는 760만 여건에 달했다. 단행본 중에서는 문학 카테고리가 전년대비 약 13% 성장했고 그 중에서도 공감, 관계, 대화, 위로 등을 다룬 에세이가 강세를 보였다.

판매 건수 기준 인기 에세이로 ▲완벽하게 사랑하는 너에게 ▲모든 순간이 너였다 ▲곰돌이 푸, 행복한 일은 매일 있어 ▲무례한 사람에게 웃으며 대처하는 법 ▲죽고 싶지만 떡볶이는 먹고 싶어 등이 선정돼 일상에서의 경험과 감정을 쉽고 솔직하게 풀어내 공감을 이끌어낸 도서들이 주목 받았다. 또한 감성적인 디자인과 귀여운 캐릭터가 전하는 위로를 테마로 한 도서들이 SNS를 통해 화제를 모으기도 했다.

도서 구매 성별로는 여성 구매자가 63%를 차지해 남성에 비해 우위를 보였으며, 30-40대 여성 구매자가 전체 여성 구매자 중 약 58%로 과반을 넘었다.

남녀 합산한 연령대별 구매 비중은 40대(47%), 30대(34%), 20대(7%) 순이었다. 20대는 주문 건수 기준 수험서와 자격증 도서가 가장 높은 비중(16%)을 차지해 취업 준비가 화두임을 입증했으며, 음반/DVD, 문학이 그 뒤를 이었다. 30대와 40대는 모두 문학(15%) 구매 비중이 가장 높았고, 수험서/자격증, 청소년, 외국어(합산 10%) 등도 구매가 많아 육아와 교육에 대한 관심이 높은 것으로 분석됐다. 올해 전체 유아동 도서 매출은 전년대비 35% 성장했다.

설레어함 크리스마스 에디션 /이베이코리아

이밖에 올해 BTS 등 K-pop의 전세계적인 선전으로 G마켓 글로벌샵을 중심으로 관련 음반, DVD 카테고리가 크게 성장했다. DVD/비디오 거래액은 G마켓(글로벌샵 포함)과 옥션 합산 기준 전년대비 97%, 음반은 44% 상승했다. K-pop 스타들이 표지 모델로 다수 등장한 잡지 카테고리는 전년 대비 단행본 중 가장 큰 폭인 51% 성장했다. 또한 옥션에서 매년 만화 마니아들을 위해 진행하는 기획전인 '만화쇼' 등의 영향으로 만화 카테고리도 지난 해와 비교해 상승세를 보였다.

이베이코리아는 올 해 문화체육관광부가 지정한 '책의 해'를 맞아 다양한 도서 프로모션들을 선보였으며, 12월에도 진행 중이다. 오는 22일까지 '설레어함 크리스마스 에디션'을 선보인다. 설레어함은 고객 취향에 맞춰 헌책방 사장님이 직접 책을 추천해주는 도서 큐레이션 서비스다. 이번 에디션은 G마켓과 옥션, G9에서 선착순 1000명에게 헌책 3권과 스마트톡, 연말 감사 카드 등으로 구성된 설레어함 박스를 1만 5천원에 판매한다. 또한 뉴욕타임즈 베스트셀러 1위 선정 도서인 '원칙'(저자: 레이 달리오) 한 권을 각 99그램 4권으로 나눈 '99그램 에디션'도 선보이고 있다. 99그램 에디션은 이베이코리아가 기획, 책 한 권을 99그램 단위의 여러 권으로 나눈 특별판으로, 얇고 가벼워 언제 어디서든 읽을 수 있고 감각적인 디자인 표지로 올 한 해 큰 인기를 모았다. 올 한 해 총 10종을 한정수량 론칭했고, 그 중 6종은 이미 완판됐다.

12월에 진행 중인 도서 프로모션에 대한 자세한 내용은 G마켓과 옥션에서 각각 '설레어함', '99그램'을 검색하면 된다.

이베이코리아 김선희 도서사업팀장은 "G마켓과 옥션은 유아동/교육 도서의 주요 구매채널일 뿐만 아니라, 올해에는 문학/인문/자기계발 분야에서도 두각을 나타내며 경쟁력을 입증했다"라며 "내년에도 참신한 기획과 서비스로 보다 더 많은 고객들에게 즐거운 독서 문화를 전파하겠다"라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@

CGV 4DX·스크린X 아시아 진출 확대

CGV의 오감체험특별관 '4DX'와 다면상영특별관 '스크린X'가 아시아 시장 진출에 박차를 가한다. CJ CGV 자회사 CJ 4DPLEX는 지난 10일 홍콩에서 열린 '2018 시네아시아'에서 파키스탄 극장사업자 '시네팩스'와 신규 파트너십을 체결했다고 13일 밝혔다. '2018 시네아시아'는 지난 10일부터 13일까지 홍콩에서 열린 아시아 최대 규모의 영화 전시회다.

CJ 4DPLEX는 이번 파트너십으로 미진출 지역이었던 파키스탄에 최초로 4DX를 선보이게 됐다. 시네팩스는 2019년까지 파키스탄 2개 극장에 4DX를 오픈할 계획이다. 4DX 1호점은 파키스탄 북동부 라호르 지역에 위치한 파키스탄 최대 멀티플렉스 '패키지 몰' 극장에 선보인다. 이어서 2호점은 파키스탄 남부도시 카라치 내 '오션 타워 몰'에 열릴 예정이다. 이로써 4DX는 파키스탄을 비롯한 말레이시아, 캄보디아, 태국, 인도네시아, 인도, 베트남, 필리핀 등 아시아 14개국으로 진출을 확장한다.

CJ 4DPLEX는 '2018 시네아시아'를 통해 지난 12일 말레이시아 1위 극장사업자 '골든 스크린 시네마'와도 4DX 추가 오픈 계약을 체결했다. 골든 스크린 시네마는 말레이시아에 36개 극장, 344개 스크린을 보유한 현지 최대 극장사업자다. 말레이시아 외에 베트남에도 14개 극장, 89개 스크린을 운영하고 있다.

골든 스크린 시네마는 2019년까지 말레이시아 프탈링자야, 조호르바루, 푸트라자야 지역에 3개의 4DX관을 선보일 계획이다.

/신원선 기자