

기해년엔 황금돼지 한 잔



안상미 기자의

Why, wine



이탈리아의 한 엔지니어가 가업을 이어받아 최고의 와인을 만들기 시작했다. 이탈리아 와인 산지로 이름난 토스카나 끼안티 지역에서다. 전통 품종인 산지오베제로 유명한 곳이지만 엔지니어는 새로운 도전을 한다. 슈퍼투스칸 와인을 만들기 위해 국제 품종인 카베네 소비뇽을 심은 것. 슈퍼투스칸은 말 그대로 토스카나에서 만들어진 품질이 탁월한(super) 와인을 말한다.

몇 년을 기다린 끝에 첫 포도를 수확하려던 엔지니어는 그만 아연실색하고 만다. 전날 밤 야생 멧돼지들이 내려와 와인을 만들어야 할 포도를 모두 먹어 치우면서 그간의 노력은 물거품이 됐다.

화가 난 엔지니어는 멧돼지 사냥에 나섰다. 그 중 일부는 이들의 식탁에 올랐다. 그런데 이게 웬일인가. 카베네 소비뇽 품종의 포도를 실컷 먹은 멧돼지 고기가 너무나 맛있었다. 특별한 맛에 엔지니어는 이 포도로 와인을 만들면 최고가 될 것이라 확신을 갖게 됐다.

그렇게 '카스텔로 디 퀘르체토 치날레'가 탄생했다. 멧돼지 습격사건 1년 뒤 1986년에 첫 빈티지가 나오자 특별했던 고기 맛처럼 와인에도 좋은 반응이 쏟아졌다. 와인러 입장에서 성공을 안겨준 행운의 돼지인 셈이다. 그래서 와인 이름도 멧돼지로 짓고, 와인 라벨에도 멧돼지를 그려 넣었다. 이탈리아어로 멧돼지는 '칭갈레'다. 와인 이름 '치날레'는 멧돼지를 말하는 토스카나 방언이다.

와인 라벨에 그려진 멧돼지도 한 종류



(왼쪽부터) 캄포 디 사소 인솔리오 델 칭갈레, 카스텔로 디 퀘르체토 치날레, 사소레갈레 로쏘 마렘마 토스카나, 사소레갈레 베르멘티노.

가 아니다. 역동성 있는 멧돼지 드로잉이 모두 6가지다. 6본입 케이스에는 각각 다른 6개의 멧돼지 라벨이 붙어있다.

연간 약 만 병 정도 생산되는 멧돼지 와인은 카베네 소비뇽과 멀랏을 9대 1로 섞었다. 달콤하게 잘 익은 윤택한 검은 체리와 열매과일의 느낌이 허안으로 미끄러지듯 흐른다. 담배향과 흙 내음, 감초 풍미도 느낄 수 있다.

와인은 힘있고, 농도도 짙지만 신세계의 카베네 소비뇽에 비해 덜 직선적이다. 시간이 흐름에 따라 복잡하고 오묘한 맛이 조화를 이루며 20년 이상의 장기 숙성도 가능하다.

'캄포 디 사소 인솔리오 델 칭갈레' 역시 멧돼지 한 마리가 와인 라벨에 그려져 있다. 칭갈레는 멧돼지, 인솔리오는 멧돼지들이 떼를 지어 뒹굴며 장난치고 목욕하는 습지란 뜻이다.

캄포 디 사소 인솔리오 델 칭갈레도 국제 품종으로 만들어졌다. 시라와 카베네 프랑, 멀랏을 각각 30% 안팎으로 섞었다. 감칠 맛 나는 과일적 풍미와 매끄러운 면감의 탄닌이 입안을 맴돌다가 예

스프레스와 같은 여운으로 마무리된다. 사소레갈레 와인러에서 만든 레드와 화이트와인엔 모두 황금돼지 얼굴이 라벨을 빛낸다. 토스카나의 새로운 와인산지인 마렘마를 느껴볼 수 있는 와인이다.

레드와인인 '사소레갈레 로쏘 마렘마 토스카나'는 전통 품종인 산지오베제와 국제 품종인 카베네 소비뇽을 절반 가량씩 섞었다. 부드러움과 동시에 입안을 쪼여주는 탄닌과 긴 여운이 인상적이다.

화이트와인인 '사소레갈레 베르멘티노'는 전통 품종인 베르멘티노로만 만들어졌으며, 레몬, 감귤, 복숭아 등의 향과 함께 지중해 허브의 향도 느껴볼 수 있다.

풍요와 풍요가 만났다. 기해년(己亥年) 황금돼지 얘기다. 올해 와인셀러에는 금빛 돼지와인으로 복을 한가득 담아 놔도 좋겠다.



자료 협조



반얀트리 클럽 앤 스파 서울이 '행복 패키지'를 선보인다.

/반얀트리 클럽 앤 스파 서울

“명절엔 힐링이 제격”

호텔, 특급 패키지로 설 겨냥

가족·연인 등 다양한 고객층 대상
풍성한 즐길거리·혜택 서비스 확대

특급호텔들이 '설 특수'를 겨냥해 알찬 패키지를 선보인다. 주말을 포함해 긴 연휴가 생기는 만큼 '호캉스'를 즐기는 이들도 늘어날 전망이다.

17일 업계에 따르면 국내 특급호텔들은 가족, 연인, 싱글 등 다양한 고객층을 대상으로 한 패키지를 선보인다. 문화 체험과의 결합이나, 합리적인 가격대 등의 강점으로 고객 취향을 겨냥하고 있다.

앞서 호텔업계는 설 선물 세트로 명절 연휴 맞이 준비에 본격 착수했다. 고가부터 저가까지, 고객의 취향을 고려한 다채로운 상품은 물론, 명절 음식 케이터링 등 서비스를 확대했다.

이번 설에는 즐길거리와 혜택이 한층 풍성해졌다. 가족 단위 고객의 경우, 접근성이 좋고 체험이 연계된 패키지를 추천한다.

그랜드 하얏트 서울이 진행하는 '2019 설날'이 대표적이다. 온 가족 맞춤형 패키지로, 아이스링크 무료입장 및 스케이트 대여, 아이스링크 스낵바 핫 초콜릿 이용권 등이 포함됐다. 또, 남산골 한옥마을로 가는 무료 셔틀버스를 운영해 겨울맞이 전통체험 행사를 즐길 수 있다.

반얀트리 클럽 앤 스파 서울의 '행복 패키지'의 경우, 아이스링크 입장권과 조식, 석식을 포함한 식사 등 풍성한 혜택이 담겨있다. 남산 전경을 바라보며 스파를 즐길 수 있는 객실 1박과 설 특선 저녁 메뉴 등을 만나볼 수 있다.

명절에 충분한 휴식을 취하고 싶은 이

들을 위한 힐링 패키지도 있다.

컨싱턴호텔 여의도가 선보이는 '설 연휴의도' 패키지에는 헬로판다 힐링 키트 1세트가 포함돼 있다. 해당 키트에는 매직 디톡스 힐링 풋 패치, 온열 아이 마스크, 글로시 글러브스와 수딩 샴스, 맘스 핸드 힐링 온팩 등 5종이 포함돼 있다.

쉐라톤 서울 디큐브시티 호텔은 '쉐라톤 설' 패키지를 선보인다. 쉐라톤 호텔 로고가 자수로 새겨진 담요를 선물로 증정하며, 힐링에 최적화된 하루를 즐길 수 있도록 편안한 투숙을 제공한다.

특별한 분위기에서 연휴를 즐기고 싶다면 서울신라호텔, 서울웨스틴조선호텔의 패키지를 주목해보자.

먼저, 서울신라호텔의 '홀리데이 와이너리'는 '홀리데이 와이너리' 프로모션이 포함된 패키지다. 홀리데이 와이너리는 유명 인사들의 결혼식으로 유명한 서울신라호텔의 대연회장 다이내스티에서 열린다. 올해는 낭만적인 프랑스를 모티브로해 이국적 분위기를 물씬 느낄 수 있다. 또, 상송 공원에 10여 종의 와인, 마리아주 안주가 준비된다.

서울웨스틴조선호텔의 '버블리 홀리데이' 패키지는 황금돼지해를 기념해 황금빛 풍선들로 장식한 버블리 와인 살롱 라운지를 만나볼 수 있다. 디저트, 와인, 재즈 뮤직에 타로 마스터를 통한 신년 운세까지 확인해볼 수 있다.

합리적인 가격대에 고객 맞춤형 DIY 패키지를 준비한 곳도 있다. 노보텔 엠베서더 서울 독산이다. 이 패키지를 이용하면 엑스트라 베드, 프리미어 라운지 이용권, 조식뷔페 등 선택 옵션을 취함에 따라 추가할 수 있다. /김민서 기자 min0812@

빈폴스포츠, 중고등학교 입학생 위한 '뉴비' 백팩

스포티한 감성·소프트한 디자인 감각
메쉬 포켓 등으로 자기만의 개성 표현

삼성물산 패션부문의 빈폴스포츠는 중고등학교 입학생들을 위한 신학기 가방 '뉴비(New Beanpoleport)' 백팩을 출시했다고 17일 밝혔다. '뉴비'는 신입생, 초보자를 의미하며, 중고등학교 입학생도 포함된다.

빈폴스포츠가 새롭게 선보인 '뉴비' 백팩은 스포티한 감성에 라운드 형태의 소프트한 디자인으로 제작됐다. 트렌디한 실루엣에 세련된 디자인이 접목된 것이 특징이다. 블랙, 핑크, 아이보리, 그레이 등 색상으로 출시됐다.

빈폴스포츠는 성장기 아이들의 자세를 바로잡을 수 있도록 가방의 무게는 1kg 이하로 낮추고, 가방이 등쪽에 밀착될 수 있도록 인체공학적 곡선형 어깨 벨트를 적용했다.

또한, '뉴비'들이 자기 표현이 강한 세대인 점을 감안해 백팩 앞쪽에 메쉬(Mesh) 포켓을 달아 인형, 장난감, 참등을 넣을 수 있게 했다. 로고 프린트가 된 사이드 스트랩에는 카드지갑 등을 연결해 본인

만의 개성을 표현할 수 있다.

아울러 백팩 뒤쪽 하단에 시크릿 포켓을 더하고, 어깨와 등쪽 부분에는 에어 메쉬 소재를 적용해 착용감과 통기성을 확보했다.

빈폴스포츠는 지난해 8월 활동성과 실용성을 추구하는 기능성웨어로 변신한 이후, 브랜드 아이덴티티에 스포티한 감성을 더한 라인을 지속적으로 선보이고 있다. 백팩의 경우, 지난해 동기 대비 60% 이상 신장하며 호조세를 보이고 있다.

특히, 브랜드 모델 트와이스를 앞세

워 젊은 스타일과 스포티즘 감성을 선보이고 있다. '뉴비' 백팩도 트와이스의 애칭을 더해 '트등이' 백팩으로 잘 알려져 있다.

이용선 빈폴스포츠 팀장은 "자신만의 개성을 중시하며 컨셉이 충만한 아이템이 시장에서 인기를 끌고 있다"며 "스포츠한 감성과 트와이스의 긍정적인 이미지가 시너지를 내고 있으며, 디자인 뿐 아니라 본인만의 컨셉트를 추구할 수 있는 '뉴비' 백팩에 대한 소비자 관여도가 지속적으로 높아질 것"이라고 말했다.

/김민서 기자



전자랜드 '파워센터 세종점' 신규 오픈

전자랜드는 세종특별자치시 나성동에 총 280여평 규모의 '파워센터 세종점'을 17일 오픈했다. 올해 가전 양판업계 첫 신규매장이다.

파워센터 세종점은 세종시 1호 매장인 점을 감안해 시내 주요 생활권 고객들이 방문하기 좋은 나성동을 매장 입지로 선정했다. 전자랜드는 파워센터 세종점을 시작으로 올해 매장 출점 및 리뉴얼에 적극적으로 나선다는 계획이다.

신규 매장은 오프라인 매장의 장점을 살려 체험 중심의 프리미엄 매장으로 구성됐으며 총 2개층이다. 고객이 목적에 따라 효율적으로 둘러볼 수 있도록 IT존, TV존, 계절가전존, 건강가전존, 주방가전존 등으로 구성했다.

전자랜드는 고객들의 쇼핑 편의 강화를 위해 디스플레이 방식을 업그레이드했다. '행사상품존'을 운영해 기존에 분산돼 있던 행사상품들을 한눈에 볼 수 있게 준비했다. 또, 최근 고객들이 모바일과 IT 기기에 관심이 많은 점을 반영해



전자랜드가 세종시에 '파워센터 세종점'을 신규 오픈했다. /전자랜드

관련 취급 품목을 늘리면서 'IT존'의 면적도 기존 매장 대비 확대했다.

집에 가전제품을 설치했을 때의 인테리어 분위기를 고려해볼 수 있도록 실제로 가정에서 사용하는 집기들을 활용해 매장을 꾸몄다. '삼성전자 8K 체험존'의 경우, 방문 고객들이 뛰어난 화질을 직접 경험해볼 수 있도록 했다.

전자랜드 파워센터 세종점은 오픈 축하 화환을 쏟아붓기로 대신 받는다. 쌓은 불우이웃에게 기부할 예정이다. /김민서 기자