

# 영혼을 달래주는 와인



안상미 기자의

Why, wine

“2012년산 샤토네프 뒤 파프입니다.” “이 와인과는 바운햄멜론 샐러드가 잘 어울리죠.”

영화 ‘파리로 가는 길’은 칸에서 파리까지의 여정을 담았다. 자동차로 7시간이면 가는 거리지만 프랑스 남동부의 정취를 즐기고, 곳곳의 먹거리와 와인을 맛보느라 여정은 장장 40시간이 넘게 걸린다.

남편과 약속한 시간에 도착하기 위해 서두르는 ‘앤’에게 ‘자크’는 말한다. “파리는 어디 가지 않아요(Paris can wait).” 이 영화의 원제이기도 하다. 그렇게 예기치 않은 1박2일 로드트립을 시작한다. 아니 푸드, 그리고 와인 여행이다.

파리가 그대로 있듯, 가는 지역마다 와인도 기다렸다는 듯이 그들을 맞이한다.

자크와 앤의 첫 테이블에는 샤토네프 뒤 파프가 올랐다. 이제 칸에서 출발한 지 얼마되지 않았기에 남부 론 지역의 와인이다. ‘교황의 새로운 성(城)’이라는 의미처럼 14세기 왕권과 교황권의 갈등으로 아비뇽으로 오게 된 교황을 위한 와인이다. 샤토네프 뒤 파프인지 알아보기도 쉽다. 교황의 와인답게 병마다 교황관과 천국과 지옥의 문을 여는 두 개의 열쇠가 새겨져 있다. 샤토네프 뒤 파프는 그르나슈를 중심으로 포도품종을 13가지까지 섞기도 한다. 앤과 자크는 폴세잔이 즐겨 그린 생

## 영화로 맛보는 와인 ④ 파리로 가는 길



영화 ‘파리로 가는 길’ 스틸 이미지.

빅투아르 산을 구경하고, 로마인들이 전성기 시절의 세력을 과시하기 위해 만든 가르 수도교를 지난다.

이제 리옹이다. 여기에서의 만찬이 음식이든 와인이든 절정이다. 파리 쪽으로 좀 더 다가갔으니 북부 론 지역의 와인이 등장한다. 도미 요리에 맞춰 화이트와인 콩드리유로 시작하며, 이어 양고기 요리에 맞춰서는 에르미타주와 꼬뜨로피를 모두 맛보기로 한다.

남부 론 와인이 여러 품종을 섞었다면 북부 론은 보통 하나의 품종으로 만든다. 콩드리유는 비오니에 품종으로 만든 화이트 와인이다. 꽃향기가 좋다. 콩드리유의 아로마인지 테이블 위의 꽃의 향기인지 앤은 프랑스는 꽃향기도 더 좋은 것 같아며 분위기는 살아난다.

에르미타주와 꼬뜨로피는 시라 품종으로 만든 레드와인이다. 묵직하고 강인한 스타일이다. 자크가 주문한 양고기, 송아지 요리와 먹기 좋다. 그런데 예상과 달리, 순서도 뒤바뀐

채 에르미타주 레드와인이 아닌 화이트와인이 앤의 잔에 따라진다. 와인처럼 자크 역시 의도하진 않았지만 앤의 마음을 상하게 한다.

위로의 수단도 역시 음식과 와인이다. 자크는 말한다. “앤, 식사하십시오. 음식은 영혼을 달래주죠.”

성 막달레나 성당이 있는 베즐레이에서 앤과 자크가 마신 마지막 와인은 도멘 다그노의 2012년 빈티지 ‘퀴베 실렉스’다. 파리쪽으로 거의 다다간 루아르 지역의 와인이다.

자크가 “그 지역의 특징인 미네랄 향이 선명하죠. 포도원 심층토가 석회질이라 이 와인에 아주 특별한 성격을 부여하죠. 아주 깊고...”라고 표현한대로 소비뇽블랑으로 만든 최상급 화이트 와인이다. 그러나 이제 앤에게 그런 설명은 필요없다. 와인을 있는 그대로 즐길 뿐이다. “52살의 여자도 38살의 남자를 만날 수 있다”며 아파트 비밀번호도 말해줄 수 있는 그런 사람이 됐기에. /smahn1@metroseoul.co.kr

# 꽃샘추위에도 설레는 ‘여름채비’ TV홈쇼핑 반팔티셔츠 매출 ‘쑥’

CJ오쇼핑, 매출 260% 초과 달성 무더위 예고에 구매 ↑, 판매 확대

꽃샘추위로 쌀쌀한 날씨 속에서도 한여름 패션 상품인 ‘반팔 티셔츠’가 인기를 끌고 있다. 예년보다 이른 봄이 찾아온 가운데, 올 여름도 무더위가 예고되면서 소비자들 사이에서 일찌감치 여름채비에 나선 것으로 풀이된다. 이에 CJ ENM 오쇼핑부문은 여름 패션 상품 론칭일을 한 달 가량 앞당기고, 반팔 티셔츠 상품을 확대 판매한다고 4일 밝혔다.

CJ오쇼핑에 따르면 지난달 26일 판매된 ‘칼라거펠트 아이코닉 티셔츠’는 방송 1시간 만에 약 2만여 세트가 판매되며 목표 대비 260%가 넘는 주문금액을 기록했다. 아침 기온이 영화로 떨어진 지난 2일에도 ‘베스트몬테인 오가닉 코튼 100% 티셔츠’가 목표보다 156% 많은 6억원의 주문금액을 냈다.

일반적으로 반팔 티셔츠는 여름이 시작되기 전인 5월 초순부터 판매되지만, 올해는 지난해보다 한 달 이상 빠른 3월부터 소비자 수요가 나타나고 있다. 이를 반영해 CJ오쇼핑은 이달부터 여름 시즌 상품을 본격적으로 판매한다. 흡수성과 통기성이 좋은 면·린넨 소재에 레터링·아트워크 등 디테일로 차별화한 단독 브랜드 상품들을 대거 선보일 예정이다.

오는 6일 판매하는 칼라거펠트 아이코닉 티셔츠는 전세계 면 생산량의 1%에 불과한 ‘수피마 코튼’ 100%로 제작됐다. 면은 섬유 길이가 길수록 고급 소재로 쓰이는데, 수피마는 일반 면보다 섬유질이 35% 이상 길어 부드러우면서도 내구성이 높다. 또 일반 면보다 색을 잘 흡수해 수년간 착용해도 색과 광택이 잘 유지된다.

CJ오쇼핑의 패션 브랜드 셀럽샵 에디션(Celebshop edition)과 에셀리아는 올해 처음으로 반팔 티셔츠 상품을 선보인다. 반팔 티셔츠가 간절기에도 인기를 끄는 등 ‘시즌리스(seasonless)’ 상품으로 떠오르고 있다는 판단에서다.

에셀리아는 6일 오후 10시30분 방송되는 ‘잇더스타일’에서 실컷 티셔츠 5종



씨이엔 티셔츠



칼라거펠트 티셔츠

/CJ ENM 오쇼핑부문

을 판매한다. 면 100% 소재에 실크처럼 보이는 가공을 더해 구김은 줄이고 광택은 더했다. 루즈한 핏에 ‘가오리’ 소매(돌면 슬리브)를 적용해 한 여름에도 옷이 들러붙지 않고 편하게 입을 수 있다. 셀럽샵 에디션도 실크처럼 잘랑거리는 ‘실컷 티셔츠’와 프렌치 린넨 100%로 만든 ‘린넨 티셔츠’를 선보인다.

씨이엔은 올해 여름 상품 비중을 전년 동기 대비 200% 이상 늘리는 동시에 론칭일도 작년보다 일주일 앞당겼다. 16종에 달하는 반팔 티셔츠에는 브랜드 시그니처 캐릭터인 ‘블랙캣’ 와펜과 ‘캣티튜드(cattitude)’ 레터링을 담았다.

CJ ENM 오쇼핑부문 관계자는 “올해 이른 더위가 예고되면서 예년보다 일찍 여름 상품 출시를 준비했다”며 “일찍이 여름채비에 나선 소비자 수요에 발맞춰 관련 상품을 대거 선보일 예정”이라고 말했다. /신원선 기자

## AGE 20's, 무료 수정화장 ‘메이크업 카페’

애경산업 AK플라자 분당점

생활뷰티기업 애경산업의 대표 화장품 브랜드 ‘AGE 20's(에이지투웨니스)’에서 봄 맛이 화사한 피부 표현을 위한 ‘Make up Cafe(메이크업 카페)’를 오픈한다.

메이크업 카페는 AK플라자 분당점 1층 피아자 360(PIAZZA 360)광장에서 오는 4월5일부터 7일까지 3일간 진행한다. 행사장 방문 시 누구나 혜택을 받을 수 있다.

AGE 20's 제품을 활용해 얼굴 클렌징부터 기초케어, 색조메이크업까지 봄에 어울리는 화사한 메이크업을 완성할 수 있으며, 타로 운세, 주사위로 숫자 20 맞추기 게임 등 다양한 이벤트를 통해 선물을 증정한다.

AGE 20's 관계자는 “꽃 놀이 등 야외활동 시 가장 신경 쓰는 것 중 하나가 메이크업인 만큼 기분 좋은 하루를 보낼 수 있도록 이 같은 행사를 기획했다”고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@



AGE 20's 메이크업 카페 오픈 /애경산업

## 유통 단신

롯데제과

### ‘꼬갈콘 달콤한 맛’ 출시

롯데제과가 4일 분홍색의 ‘꼬갈콘 달콤한 맛’ (사진)을 약 20년 만에 새롭게 선보였다.

‘꼬갈콘 달콤한 맛’은 과거 ‘꼬갈콘 III’ 시절의 색상, 꼬갈콘 특유의 흰색 띠 바탕의 빨간색 글씨체를 그대로 살려 전통성을 유지했다. 하지만 맛은 현재 트렌드에 맞춰 더욱 부드럽고 진한, 마치 캐러멜 팝콘과 같은 달콤한 맛을 냈다. /박인용 기자 parkiu7854@



SPC 웨이크백

### 한정판 ‘바비큐 치킨 썹’

SPC그룹이 운영하는 웨이크백이 봄 시즌을 맞아 ‘바비큐 치킨 썹’ 등 신제품 3종을 출시한다고 4일 밝혔다.

‘바비큐 치킨 썹’은 수비드(저온조리) 방식으로 조리해 부드럽고 육즙이 풍부한 ‘치킨 썹’에 진한 토마토 소스와 톡 쏘는 머스터드 맛의 바비큐 소스로 감칠맛을 더한 버거다. ‘치킨 썹’처럼 겉은 바삭하고 속은 부드러운 통치킨이 들어간 것도 특징이다. /박인용 기자

## 에잇세컨즈, 제이청 X 테이즈와 컬래버

셔츠·스커트·원피스 등 23개 아이템

삼성물산 패션부문의 SPA 브랜드 에잇세컨즈(8seconds)가 디자이너 브랜드 ‘제이청(J.chung)’ X ‘테이즈(T.AZE)’와 컬래버레이션을 진행한 상품을 출시한다고 4일 밝혔다.

이번 콜라보는 2018년 FW시즌을 함께한 디자이너 브랜드 ‘텔더트루쓰(T

ELL THE TRUTH)’에 이어 삼성패션 디자인펀드(sfdf) 출신 디자이너와 두 번째로 진행되는 컬래버레이션으로, 셔츠, 스커트, 원피스 등 23개 스타일의 여름 시즌 아이템을 마련했다.

캐주얼 브랜드 제이청(J.chung)은 ‘불완전함의 매력’을 컨셉으로 새로운 감성과 에티튜드를 표현하는 여성복 브랜드다. 에잇세컨즈는 두 브랜드와



/삼성물산패션부문

의 협업을 통해 디자이너의 감성을 담은 유니크한 스타일의 라인업을 완성했다. /신원선 기자

