

‘제임스 본드’를 마시다



(47) 다우 토니 포트

향긋한 과일 풍미에 구조감이 뚜렷하다. 단맛이 강한 포트와인이지만 마무리에서 느껴지는 드라이한 뒷맛으로 홀쭉홀쭉 계속 마셔도 질리지 않게 깔끔하다. 깊은 색감과 같이 농축미가 있지만 들이대지는 않는다. 다우의 숙성 토니 포트다.

까맣고 딱 맞아 떨어지지만 기품있는 수트. 거친 액션에 어우러지는 젠틀한 매너, 미션 완수를 위한 집중력. 그렇다. 007시리즈의 제임스 본드와 닮았다.

다우를 전 세계 프리미엄급 포트 시장에서 차지하는 점유율이 30%에 달하는 점을 감안하면 역대 제임스 본드들이 세계적인 명성을 얻은 것까지도 비슷하다.

포트 와인 '다우'의 아시아 수출 담당 조지 누네스(Jorge Nunes)은 지난 30일 한국을 방문해 "얼마 전 숙성 토니 포트를 놓고 브레인 스토밍을 하는 과정에서 많은 이들의 공감을 얻었던 연상이 바로 '제임스 본드'였다"며 "와인 메이커가 5세대로 넘어오면서 숙성 포트 와인의 스타일부터 포도 재배 환경이나 소통 방식까지 다우에도 변화의 바람이 불고 있다"고 설명했다.

포트는 포르투갈의 주정강화 와인을 말한다. 발효 중간에 알코올 도수가 높



(왼쪽부터)다우 10년 숙성 토니 포트, 다우 20년 숙성 토니 포트, 다우 30년 숙성 토니 포트 /나라셀라

은 브랜드를 첨가해 잔류 당분 높고, 알콜 함량이 17~21%로 높다.

포트의 탄생은 영국과 프랑스의 100년 전쟁 당시였다. 영국은 프랑스 와인의 수입을 전면 중단하고 대신 포르투갈 와인을 들여오지만 와인이 변질되는 문제가 자주 발생했다. 이를 해결하기 위해 와인에 브랜드를 첨가해 보존성을 높였던 것이 바로 포트다. 리즈본에 이어 두 번째로 큰 미항 오포트(Opporto)에서 주로 와인을 실어 나르면서 포트라는 이름이 붙었다.

브랜드 첨가로 보관성은 물론 맛과 향이 배가 되면서 지금의 포트 와인을 생산되기 시작했다. 특히 숙성 토니 포트는 긴 시간 배럴에서 공기, 나무와의 접촉을 통해 점진적인 변화를 겪게 된다.

'다우 10년 숙성 토니 포트'는 다우의 5세대 등장에 따른 변화를 직접적으로 느낄 수 있다. 과거 10년 숙성 토니 포트와 비교하면 더 진해진 색감과 과

일 풍미가 뚜렷하다. 탄닌의 구조감도 강화됐다. 다우 숙성 포트의 전매특허라고 할 수 있는 길고 드라이한 뒷맛은 그대로다.

세계적인 와인 평론가 제임스 서클링은 새롭게 바뀐 다우의 10년 숙성 토니 포트를 맛보고는 "프리미엄 포트로서 다우에 기대하고 있던 긍정적인 변화"라며 호평한 것으로 전해졌다.

'다우 20년 숙성 토니 포트'는 숙성 토니 포트의 완벽한 예로 꼽힌다. 10년과 비교하면 맛과 향이 확실한 단계 업그레이드 됐다.

조지는 "10년 숙성 토니 포트를 10년 더 보관한다고 20년 숙성 토니 포트가 되는 것이 아니라 포도 자체부터 더 좋은 것을 쓴다"며 "복합적인 과일 풍미에 집중도와 구조감은 물론 우아한 균형감이 뛰어나다"고 강조했다.

단맛에 말린 과일이나 과일 케이크, 바닐라 아이스크림 등 디저트 와인으로 많이 마시지만 살짝 차가운 온도면 식전주로도 훌륭하다. 알콜 도수가 높다보니 오픈 후 한 달까지도 보관하며 먹을 수 있다.

'다우 30년 숙성 토니 포트'는 잘 그을린 오크통에서 30년간 숙성 과정을 거치면서 부드러운 과일의 맛이 더해졌다. 장기간의 오크 숙성을 통해서만 발현되는 복잡한 아로마의 층이 그대로 전해진다. 뒷맛이 길게 지속되며 거의 코냑에 가까운 풍미다. 다크 초콜릿, 호두 혹은 말린 과일과 잘 어울리며, 그 자체로도 훌륭한 맛이다.

/smahn1@metroseoul.co.kr



자료 협조

편의점도 코세페!... '역대급 할인'

(코리아세일페스타)

수능·빼빼로데이 등 대목잡기 나서 GS25 파격상품 111종 '하나더데이' CU 1+1 등 '덤 증정품' 30% 확대 세븐일레븐 뉴트로 콘셉트 빼빼로 이마트24 카드+통신사 중복 할인

편의점들이 11월 대목 맞이에 나선다. 빼빼로데이와 대학수학능력시험, 코리아세일페스타 등을 앞두고 대규모 할인 행사를 선보인다.

31일 편의점 업계에 따르면 GS25는 11월 한 달간 역대 최대 규모의 행사인 '하나더데이'를 진행한다. 1400여종의 정기 행사 상품과 전년 대비 2.2배 늘어난 111종의 파격상품, 5종의 제휴 할인 행사, 모바일 앱을 통한 기부 행사가 준비됐다.

GS25 측은 '코리아세일페스타' 등 11월에 열리는 국내·외 쇼핑 행사에 적극 동참하는 취지를 담아 '하나더데이' 행사를 선보이게 됐다고 설명했다.

CU도 코리아세일페스타를 맞아 11월 11일부터 17일까지 역대 최대 규모의 '블랙위크데이' 행사를 실시한다.

이번 행사에서는 1000개 상품을 대상으로 1+1, 2+1 덤을 증정한다. 일반적인 +1 행사보다 대상 상품 수가 약 30% 확대됐다. 특히, 고객 혜택 강화를 위해 행사 기간 동안 1+1 행사 상품 수를 평소의 2배 수준인 250개로 확대했다.

+1 행사 대상 상품은 커피, 안주, 스낵, 과일 등 식품류에서부터 핫팩, 속옷, 건전지, 화장품 등 생활용품에 이르기까지 매우 다양하다.

CU는 행사 기간 동안 오키오, BC카드와 함께 배달서비스 가격 할인 이벤트를 전개하고, 멤버십 애플리케이션인 포켓CU를 통한 온라인 이벤트를 실시한다.

이마트24는 11월 1일부터 12일까지



모델이 GS25의 역대 최대 행사인 '하나더데이' 안내문을 들고 포즈를 취하고 있다. /GS리테일

'스윗데이' 행사를 진행한다. 1만 원권, 5만 원권 현금 다발을 형상화 한 돈뭉치 패키지와 대형 골드바 패키지 등 재치있는 상품을 다양하게 준비했다.

기획상품 외에도 이마트24 아이미P L상품(웨이퍼롤 2종, 통쿠키 2종, 봉지쿠키 3종), 토블론, 밀가 등 유명 초콜릿 브랜드 제품, 다양한 사이즈의 캐릭터 인형 16종을 포함해 총 120종의 상품을 할인된 가격으로 구입할 수 있다.

행사 기간 동안에는 카드사별 할인 프로모션이 진행된다. 카드 할인 시 K T 멤버십 중복 할인도 적용 가능하다.

세븐일레븐은 빼빼로데이와 대학수학능력시험을 겨냥한 행사를 진행한다.

이번에는 뉴트로 콘셉트의 '바른생활빼빼', '따지말고빼빼' 등 총 2종의 이색 상품을 출시하고, 친환경 포장재를 적용한 상품을 선보인다. 수험생을 위한 선물로는 합격 응원 메시지를 담은 빼빼로 수능기획팩(3종)과 '보여줘 너의 수학능력' 등 언어유희로 재미를 더한 찹쌀떡 2종을 판매한다.

미니스톱은 빼빼로데이를 맞아 주요 제품 할인과 반값할인 등 다양한 행사를 전개한다. 또 결제수단에 따라 50% 할인 혜택을 제공한다. /김민서 기자

“기능+디자인 운동복 찾다가 직접 만들었죠”

인터뷰 | 이수연 '에슬래저 패션' 잭시믹스 대표

“기능에만 충실한 기존 스포츠전문 브랜드 제품 속에서 디자인까지 고려한 운동복을 찾기가 쉽지 않았습니다. 그래서 '스스로 입고 싶은 운동복'을 만들겠다고 결심했습니다.”

운동복과 일상복의 경계가 사라진 시대다. 일과 삶의 균형을 추구하는 사회적 분위기 속에서 '에슬래저룩' 열풍은 점차 거세지고 있다.

특히, '레깅스'는 해외에 이어 국내에서도 주목 받는 품목 중 하나다. 몸에 딱 붙는 운동복으로, 편안하면서도 개성을 살릴 수 있다는 점에서 주목 받는다.

강민준 대표와 함께 브랜드엑스코퍼레이션을 이끌고 있는 이수연 대표는 '입고 싶은 레깅스'를 앞세워 에슬래저 패션 브랜드 잭시믹스의 고속 성장을 이룬 일등공신이다.

지난 4월 한국투자파트너스, KTB네트웍, IMM인베스트먼트, 로그인베스트먼트로부터 250억 원의 투자를 유치하며 패션·유통업계 유니콘으로 주목 받은 브랜드엑스코퍼레이션은 올해 3분기 마감 매출 실적만 전년 동기 대비 290%의 성장을 이뤘다. 이대로라면 연

말에는 300% 이상 성장을 기록할 것으로 기대된다.

이수연 대표는 가파른 성장을 이룬 첫 번째 비결에 대해 "판매자가 아닌 소비자의 입장에서 생각하고 있다는 점이 주효했다"며 "과연 나라면 정가를 주고 이 옷을 살 것인가'를 항상 생각하면서 제품을 제작한다"고 말했다.

그는 평범한 회사원에서 한 브랜드의 대표로 오른 독특한 이력을 가지고 있다. 평소 다양한 운동을 즐기고 있기에 소비자들의 니즈를 정확히 파악해 제품의 완성도를 높일 수 있었다.

이 대표는 "오래 전부터 정말 많은 레깅스를 입어봤다. 낡신타는 레깅스는 불편하고, 편안한 레깅스는 디자인이 부족했다. 이런 단점을 보완하고 싶었다"고 말했다.

"운동복은 착용감이 가장 중요합니다. 특히, 레깅스는 몸에 밀착되기 때문에 속옷과도 같습니다. 그래서 단순히 입어봤을 때와 운동 시의 착용감은 다르기 마련입니다. 운동을 하는 순간 들뜸이나 흘러내림 같은 불편함이 느껴질 수 있기 때문에 여러 번의 수정 작업을 거쳐 최대한



“내가 산다”는 생각으로 제작 SNS 적극 활용해 2040 저격 자체개발로 독자적 소재 보유 해외 진출 등 오프라인 확대

이수연 잭시믹스 대표

제품을 보완하고 있습니다.”

트렌드를 잘 빠르게 파악하고, 주고객층을 겨냥한 적절한 마케팅을 펼친 점도 성장에 주효했다. 유명 인플루언서이기도 한 그는 SNS를 기반으로 효과적인 마케팅을 펼친 것이 잭시믹스만의 차별점이라고 꼽았다.

이 대표는 "워라밸 열풍으로 현대인들이 운동복을 많이 찾게 된 시점에 SNS를 적극 활용한 마케팅으로 주 고객층인 2040 여성 고객들에게 제품을 홍보했다"고 말했다.

소재 개발도 빼놓을 수 없다. 올해 3월 출시한 프리미엄 라인 '블랙라벨 하

이플렉시 레깅스'는 독자적인 원사 비율로 자체 편직해 움직임 때 편안하고 세탁 변형이 거의 없다.

국내 대표 레깅스 브랜드로 자리매김한 잭시믹스는 온라인 중심 체제를 유지하면서 오프라인 진출에 보다 적극적으로 나선다. 현재 운영 중인 지점은 잭시믹스 핏 스토어인 가로수길점과 홍대점, 롯데몰 수지점 등 3곳이다. 내년 상반기에는 남성 라인을 새롭게 선보인다. 해외 진출에도 속도를 낸다. 현재는 중국, 일본, 대만, 호주, 우크라이나, 홍콩 등에 수출을 진행 중이다.

/김민서 기자 min0812@

신라스테이-비비고 '한식 쿠킹 클래스'

신라스테이가 CJ제일제당과 손잡고 한식 알리기에 나섰다.

신라스테이는 신라스테이에 투숙하는 외국인 고객을 대상으로 CJ제일제당의 '비비고' 쿠킹 클래스에 참여할 수 있는 '스테이 위드 비비고(STAY with bi bigo)' 패키지를 출시했다고 31일 밝혔다.

패키지를 이용하는 외국인들은 쿠킹 클래스에 참여해 한식을 직접 만들고, 맛보는 특별한 경험을 할 수 있다.

쿠킹 클래스는 전문 강사의 진행으로 시연, 실습, 시식의 순서로 운영된다.

전 과정은 모두 영어로 진행되며 비비고 제품을 활용한 떡만둣국, 떡갈비, 잡채 등을 직접 만들고 맛볼 수 있다.

쿠킹 클래스는 '스테이 위드 비비고' 패키지나 '2019 코리아세일페스타' 기간 내 신라스테이에 투숙한 외국인 중 선착순으로 참여자를 모집한다. 패키지 이용기간은 11월 1일부터 22일까지다. /김민서 기자