



와인 스펙테이터 2020년 100대 와인에서 1위를 차지한 마르케스 데 무리에타, 카스틸로 이가이 그랑 리제르바 에스페시알 등 10위권 와인.

구대륙 vs 신대륙, 당신의 선택은



안상미 기자
Why, wine

<86> 와인스펙테이터 제임스서클링 1위 와인

와인을 신대륙과 구대륙으로 나뉘보자. 그간 신대륙은 '가성비'였고, 구대륙은 '가심비'였다.

와인의 세계에서 구대륙(Old world)이란 와인 생산에 있어 오랜 역사를 가진 곳이다. 와인 중추국 프랑스를 비롯해 이탈리아, 스페인 등 유럽 국가들이다. 전통이 있고, 유명세를 탄 와인들이 많다. 그만큼 가격이 비싸지만 마음의 만족은 커지는 가성비(價心比)가 좋다.

신대륙(New world)은 비교적 와인 생산 역사가 짧은 나라들이다. 미국을 비롯해 칠레 등 남미와 호주 등을 말한다. 역사는 길어야 몇 백년이지만 신대륙 기후의 장점에 적극적인 신기술로 구대륙 와인에 버금가는, 때론 뛰어넘는 와인을 내놓고 있다. 가격 대비의 가성비로 보면 신대륙이 최고다.

세계적인 와인 전문지 와인 스펙테이터와 와인평론가 제임스 서클링이 최고로 평가한 와인도 각각 구대륙과 신대륙으로 갈렸다.

와인 스펙테이터가 지난해 말 선정한 '2020년 100대 와인' 1위는 스페인



와인평론가 제임스 서클링이 지난해 말 2020년 최고의 와인으로 꼽은 아르헨티나 와인 '파타고니아 트리엔타 이 도스(Chacra Pinot Noir Patagonia Treinta y Dos) 2018'

(제임스 서클링 사이트)

의 '마르케스 데 무리에타, 카스틸로 이가이 그랑 리제르바 에스페시알(Boegas Marques de Murrieta Rioja Castillo Ygay Gran Reserva Especial 2010)'이다.

스페인의 와인 산지로 유명한 리오하에서도 대표 와이너리 마르케스 데 무리에타가 만든다. 카스틸로 이가이는 포도 재배가 좋은 해에만 만들어지며, 10년 이상 숙성시켜 나온다. 2010년은 리오하에서 최고로 꼽히는 해다. 유명한 와이너리, 긴 숙성기간, 최고의 빈티지답게 가격은 해외 현지에서도 140달러 안팎이다. 우리나라 국내 가격은 현지가의 최소 2배 이상이라고 보면 된다.

전체 100대 와인의 생산지로 보면 구대륙과 신대륙의 비중이 비슷했다. 구

대륙에서는 프랑스(20)와 이탈리아(19), 스페인(9) 와인이, 신대륙에서는 미국(29)과 아르헨티나(4), 뉴질랜드(4), 남아공(3), 호주(3), 칠레(2) 와인이 선택을 받았다.

제임스 서클링의 톱100 와인 가운데 1위는 신대륙 가운데서도 후발주자인 아르헨티나다. 보데가 차크라 와이너리가 피노노아로 만든 '파타고니아 트리엔타 이 도스(Chacra Pinot Noir Patagonia Treinta y Dos) 2018'이다.

이 와인은 아르헨티나에서도 사막지역인 파타고니아에서, 재배하기 어렵다는 피노노아를, 내추럴 와인 방식으로 만들었다. 그런데 누가 만들었는지를 보면 의문이 풀린다. 보데가 차크라는 이탈리아 슈퍼투스칸의 원조라고 불리는 '사시카이아'의 일원이 세운 와이너리다.

와인 레이블 위쪽에는 해당 와인이 전체 생산된 와인 가운데 몇 번째 병인지 써져 있다. 제임스 서클링은 405번째 병을 시음했다. 2018 빈티지는 유난히 생산량이 작았다. 제임스 서클링은 2018 빈티지를 찾을 수 없다면 2016, 2017 빈티지를 대안으로 추천했다.

전체 100대 와인의 생산지로 보면 와인 스펙테이터와 마찬가지로 구대륙과 신대륙의 비중이 비슷했다. 신대륙에서는 호주(19)와 미국(11), 아르헨티나(9), 칠레(6) 와인이, 구대륙에서는 이탈리아(20)와 프랑스(12), 스페인(2) 와인이 선택을 받았다.

/smahn1@metroseoul.co.kr

AI 전문가 영입, 플랫폼 구축 코스맥스 "디지털로 대전환"

디지털 본부 신설, 맞춤 화장품 생산 온·오프 연계한 '옴니채널'도 준비

화장품 연구·개발·생산(ODM) 업체 코스맥스가 지난해 코로나19로 기세가 꺾이긴 했지만 많은 성과를 거둔 것을 바탕으로 영업환경을 점차 개선할 것으로 보인다.

최근 증권업계는 코스맥스의 지난 4분기 실적을 예상치보다 하회한 매출액 3766억원, 영업이익 137억원으로 전망했으나 올해 브랜드들의 마케팅이 정상화되면 신규 제품 출시가 늘어나고, 미국과 중국 시장에서 매출 성장세를 이룰 것이라고 분석했다.

이 코스맥스가 90년대부터 이어온 R&D 역량을 기반으로, 온라인 전담팀을 꾸려 변화하는 시대에 대응하고 인공지능(AI)을 통해 축적한 데이터를 효율적으로 관리했기 때문이라는 분석이다. 이 덕분에 코스맥스는 현재 600여 개 브랜드와 협업하고 있으며 주요 고객사로는 로레알, 존슨앤드존슨, LG생활건강 등 굵직한 글로벌 뷰티 기업들이 많다.

코스맥스는 이에 그치지 않고 올해도 초격차를 위한 주춧돌을 세운다. 혁신개발, 플랫폼 구축 등을 기반으로 해서 '디지털 코스맥스'로의 대전환을 추진하는 것.

먼저 화장품 개발 과정을 디지털로 연결, 글로벌 고객사와 인플루언서까지 사로잡는 플랫폼 '엔드 투 엔드'를 구축할 계획이다. 엔드 투 엔드란 '처음부터 끝까지'라는 뜻으로, 고객사와 처음 아이디어를 발전시키는 과정부터

제품이 생산돼 나오기까지 전 과정을 디지털로 진행할 수 있도록 한 플랫폼이다.

또한, 사장이 직접 디지털사업본부를 신설해 개발 노하우에 AI, 빅데이터 등 ICT 기술을 접목한다. 소비층을 세분화해 최적의 상품을 빠르게 개발하고, 디지털 기술로 맞춤형 화장품을 선사하는 생산 체계를 만들기 위함이다. 코스맥스는 해당 본부의 조직 구성 및 형태를 갖추는 중이다.

온·오프라인을 연계한 '옴니채널'도 준비하고 있다. 코스맥스는 14일 "고객을 중심으로 오프라인과 온라인의 채널이 유기적으로 결합해 소비자 중심의 쇼핑 경험 제공하는데 초점이 맞추고 있다"고 설명했다.

이러한 새 전략들은 코스맥스 설립희 사장과 이병만 대표이사를 중심으로 돌아간다. 코스맥스는 지난 12일 융합산업 분야에 역량이 뛰어난 설립희 전 현대차 부사장을 신임 사장으로 영입한 바 있다.

신임 설 사장은 컴퓨터공학 석사와 전기공학 박사 학위를 취득한 뒤 통신사 정보기술원, 산업통상자원부 전략기획단, 현대차그룹 미래혁신기술센터를 거쳤으며 AI, 사물인터넷(IoT), 클라우드, 모바일 등에 있어서 전문가로 평가 받는다.

이병만 대표는 이경수 전 코스맥스 그룹 회장의 장남으로, 상하이교통대학교 E-MBA과정을 마친 뒤 중국에서 생산본부 경력을 쌓다가 코스맥스차이나 마케팅본부장, 해외마케팅 본부 총괄을 맡은 바 있다.

/원은 기자 silverbeauty@

CJ CGV 청소년 온라인 교원 연수 '두근두근 영화학교' 오픈

CJ CGV가 전국의 중등교사를 대상으로 청소년 교육에서의 영화의 교육적 가치와 효과를 소개하는 프로그램을 준비했다.

CJ CGV는 한국과학창의재단과 함께 '영화로 배우는 직업과 사회-두근두근 영화학교' 교원 연수를 14일 진행, 이를 토대로 학교에서도 영화 매개의 다양한 교육을 진행할 수 있도록 '두근두근 영화학교' 온라인 홈페이지를 오픈했다.

'두근두근 영화학교'는 청소년들이 영화를 통해 다양한 직업과 사회적 이슈에 대해 탐구해 볼 수 있는 CJ CGV의 교육 기부 프로그램이다.

CJ CGV는 '두근두근 영화학교' 온라인 홈페이지를 오픈했다. 홈페이지에는 영화 교육에 활용할 수 있는 교사가이드와 학생 워크시트가 제공되며, 교사라면 누구든지 다문분야 사용 가능하다. 영화 '갯마을'을 비롯해 '배심원들', '빌리 엘리어트', '윈다' 등 다양한 영화별 교육 자료가 있다. /신원선 기자 tree6834@

CJ제일제당 '컴플라이언스 경영시스템' 인증

컴플라이언스 체계 확립 노력 인정

CJ제일제당이 국내 기업으로는 최초로 국제 표준인 '컴플라이언스 경영시스템' 인증을 받았다고 14일 밝혔다.

컴플라이언스는 법령과 기업윤리를 준수함으로써 잠재된 위험요소를 사전에 방지하고, 발생 가능한 손실을 최소화해 회사와 임직원을 보호하는 활동이다. '컴플라이언스 경영시스템'은 국

제표준화기구(ISO)가 제정한 국제 표준 규격으로, 다양한 법적 리스크가 잠재된 글로벌 시장에서 기업의 준법경영 여부를 검증하는 기준이다.

CJ제일제당은 지난 2018년 컴플라이언스 전담조직을 구성하고, 매년 준법경영위원회를 개최하는 등 컴플라이언스 체계의 확립과 운영을 위한 노력을 지속하고 있는점이 높은 평가를 받았다.

/조효정 기자

정관장 "이번 설엔 면역력 선물하세요"

정관장이 신축년 새해를 맞아 1월15일부터 2월14일까지 '올 설에는 면역력 선물하세요' 행사를 진행한다.

이번 행사 '올 설엔 면역력을 선물하세요, 지켜주고 싶은 그 마음 담아'라는 콘셉트로 구성됐다.

KGC인삼공사는 올해 비대면 트렌드에 따라 선물을 미리 구매하고자 하

는 소비자들을 위해 1월15일부터 21일까지 '얼리버드 행사'를 진행한다. 더불어 ▲감사예편 ▲여유보편 ▲감사온편 ▲홍삼톤골드 ▲홍삼톤 ▲홍삼톤청 등 얼리버드 6종 구매 시와 정관장 직영 온라인몰 '정관장몰' 신규가입 및 제품구매 시 다양한 구매혜택을 제공한다. /조효정 기자



스타벅스 최초 장애인 고용 증진 및 인식개선을 위한 스타벅스 '서울대치과병원점의 장애인과 비장애인 파트너들.

스타벅스, 장애인 인식개선 매장 '성황'

직원 절반 장애인 고용... 호응

전 세계 스타벅스 최초의 장애인 인식 개선 매장인 서울대치과병원점이 성황리에 영업을 이어가고 있다.

14일 스타벅스커피코리아에 따르면 전 세계 스타벅스 최초로 장애인 편의 시설을 강화한 포괄적 디자인을 적용해 지난달 문을 연 서울대치과병원점이 장애인 인식 개선에 대해 긍정적인 호응을 받으며 오픈 한 달을 맞았다.

서울대치과병원점은 서울대학교치과병원 부설 장애인치과병원 중앙장애인구강진료센터에 위치한 매장이다. 스타벅스가 한국장애인고용공단, 서울대학교치과병원과 협력해 장애인 고용 증진과 장애인 인식개선을 통한 사회

적 가치 실현의 의미를 담은 매장이다. 총 12명의 파트너 중 다양한 직급에서 장애인 파트너가 6명이 근무하며 편견 없는 채용에도 앞장서고 있다.

스타벅스는 매장 콘셉트 개발 단계에서부터 매장 디자인, 제반 환경, 운영 테스트 등 현재 스타벅스에서 근무 중인 장애인 파트너들의 의견을 반영했다. 색약이 있는 분들을 위해 출입문에서 시작해 메뉴를 주문하고 음료를 받아 가는 동선의 바닥 색을 다르게 표현해서 혼돈이 되지 않도록 하는 등 매장 곳곳에 장애인 편의 시설을 반영했다.

아울러 코로나19 상황에서 최선을 다하고 있는 병원 의료진과 관계자로부터 큰 호응을 함께 받고 있다.

/조효정 기자 princess@