

“샴페인, 특별한 날만?... 어느 순간에도 어울리게!”



안상미 기자의
Why, wine

인터뷰 佛 볼레로 샴페인 하우스 프랑크 볼레로 회장

“자신만의 볼레로 순간을 만드세요.” 샴페인은 왕들의 와인이자 와인의 왕이다. 그래서 축하나 파티같이 특별한 날에만 선택을 받았다.

생각을 뒤집어보자. 샴페인을 일상으로 들고 오면 삶의 순간순간이 특별해질 수 있다.

프랑스 볼레로(Vollereaux) 샴페인 하우스의 프랑크 볼레로 회장은 인터뷰를 통해 “샴페인에 규칙같은 것은 없다. 자신만의 좋은 마리아주(와인과 음식과의 궁합)를 찾아내고, 다양한 경험을 통해 자신만의 샴페인 순간을 만들어가면 된다”고 강조했다.

볼레로 샴페인 하우스는 1805년에 설립됐다.

1차 세계대전 이후 가문의 이름을 건 샴페인 사업을 시작했다. 215년의 긴 역사 속에서 현재 6대째 가족 경영을 유지하며 정통 샴페인 양조 방법을 고수하는 곳으로 유명하다.

프랑크 회장이 바로 6대 최고경영자(CEO)다.

200년의 시간이 흘러도 변치 않는 게 있다. 바로 볼레로 스타일, 어느 순간이나 잘 어울려 다가가기 쉬운 샴페인이다.

그는 “우리는 균형감이 좋으면서 접근성이 뛰어난 샴페인을 생산한다”며 “대부분의 다른 샴페인 생산자들이 복합미를 추구할 때 우리는 섬세함과 발달함, 우아함을 추구한다. 포도밭의 50%를 샤프도네로 심은 덕분에 우리만의 볼레로 스타일을 얻을 수 있다”고 전했다.

물론 변한 것도 있다.

프랑크 회장 부모님이나 이전 세대들은 샴페인을 식사 마지막 코스로 디저트와 함께 마셨다. 때문에 당도가 높은 달콤한 샴페인이 인기가 많았다.

요즘은 샴페인을 최대한 달지 않고 드라이하게 마시는 추세다. 볼레로 역시 당도가 낮은 샴페인을 만드는 데 주력하고 있다.



프랑스 볼레로(Vollereaux) 샴페인 하우스의 프랑크 볼레로 회장이 지난 19일 한국을 방문해 질문에 답하고 있다. /인터뷰

프랑크 회장은 지난주 한국을 방문했다. 한국인들의 입맛에 맞춘 전통 프랑스 샴페인 골든블랑의 생산자가 바로 볼레로다. 원하는 스타일의 샴페인을 제조할 파트너를 찾던 인터리커와 한국 내 유통을 원했던 볼레로의 마음이 통했다.

샴페인 협회의 규정상 15개월 이상만

숙성하면 되지만 골든블랑은 36개월 이상의 숙성을 거친다. 풍부하고 섬세한 버블이 오래도록 지속되며, 풍미는 진하고 깊다. ‘골든블랑 5스타’는 프랑스 샴페인협회에서 공식 라이선스(MA-4626-27-00329)를 발급받은 우리나라 최초의 샴페인 브랜드이기도 하다.

볼레로는 골든블랑을 한국인의 입맛

에 맞추기 위해 도사주를 기존 샴페인들과 좀 다르게 했다. 도사주는 효모 찌꺼기를 제거한 이후에 와인과 당분의 혼합물을 추가하는 과정을 말한다. 와인을 채우는 것 뿐만 아니라 당분을 통해 샴페인 특유의 높은 산도와 균형을 맞추는 등 하우스 스타일을 결정지을 수 있다. 골든블랑은 드라이함을 유지하는 선에서 당도를 최대한 높여 마시기 편하게 했다. 골든블랑 역시 볼레로 원칙을 고수한 셈이다.

프랑크 회장은 “대부분의 샴페인은 식전주로 소비되지만 여러 다양한 음식들과도 쉽게 어울릴 수 있다”며 “개인적으로는 ‘볼레로 귀베 마가렛’을 가리비와 함께 먹는 것을 좋아한다”고 말했다.

이번에 한국에선 한우구이를 맛봤다. 그는 “코리안 BBQ가 유명하다는 것은 알고 있었지만 이렇게 맛있을 줄은 몰랐다”며 “특히 양념갈비와 샴페인의 조화는 매우 훌륭했다”고 밝혔다.

누구나 자신만의 마리아주, 샴페인 순간이 있다. 자신만의 볼레로 순간, 자신만의 골든블랑 순간을 만드는 것. 샴페인 하우스 오너가 전수하는 샴페인을 잘 즐기는 팁이다. smahn1@metroseoul.co.kr

주말은 책과 함께

기술의 발전과 의사결정 장애

지난 23일 역대 연봉을 받게 해준다는 제목에 혹해 책을 사려고 온라인 서점에 들어갔다. ‘바로 구매’ 버튼을 누르려던 중 정보보다 44% 싼 ‘최상’ 상태의 중고책을 발견했다. 배송비를 아끼기 위해 판매자가 내놓은 약 170권의 중고책들을 훑어봤다.

움베르트 에코의 팬인가 싶을 정도로 그의 책이 많았다. ‘기호와 현대 예술’에서부터 시작해 ‘중세의 미와 예술’, ‘소설의 숲으로 여섯 발자국’, ‘무엇을 믿을 것인가’, ‘움베르트 에코의 문학 강의’까지 품질 및 절판된 책을 전부 보유하고 있었다. 심지어 ‘누구를 위하여 종은 울리나 묻지 마시다’는 더는 나오지 않는 책임에도 가격이 무려 2000원으로 저렴했다.

눈이 뒤집혀 이책 저책 답다 보니 총 결제 예상 금액이 원래 사려던 책 가격의 약 4.5배인 7만 1500원이 됐다. ‘그래, 많이 샀으니 그럴 수 있어.’ 심호흡을 한 뒤 마음을 가다듬고 다음 단계로 넘어갔다. 그런데 이게 웬걸 해당 판매자가 무조건 유료 배송이라는 조건을 걸어 뒤 배송비가 3000원이 더 든다. 짜증이 하나 인터넷 창을 꺼버렸다. ‘움베르트 에코의 책을 장바구니에 넣을까 말까’, ‘평소 읽고 싶었던 책을 사야 하나 절판된 도서를 먼저 집어가는가’ 등 이런저런 고민을 하며 쓴 한 시간이 순식간에 날아가 버렸다.

눈부신 기술의 발전으로 구매자의 선택지가 수백, 수천배로 늘어나면서 쇼핑은 고역이 됐다. 옛날엔 물건을 사는 행위가 마냥 즐거웠던 것만 같은데 이제는 ‘쇼핑’이라는 두 글자만 떠올려도 머



열두 발자국
정재승 지음/어크로스

리가 지끈지끈 두통이인다. 뇌과학자인 카이스트 정재승 교수는 그의 저서 ‘열두 발자국’에서 “정보의 양은 많아졌지만 의미 있는 정보가 뭔지 몰라 오히려 의사결정이 어려워졌다”며 ‘선택의 패러독스’라는 현상을 설명한다. 많은 선택지가 되레 만족스러운 의사결정을 방해한다는 것이다.

컬럼비아대학교와 스탠퍼드대학교 연구진은 캘리포니아 멘로파크에 있는 식품점 가게에서 시간마다 진열을 바꿔가며 한 번은 6종류의 잼을, 다음에는 24종류의 잼을 판매했는데 구매율은 전자가 10배 더 높았다고 한다. 저자는 “선택지가 많으면 자신의 선택에 대한 불신이 높아지고 선택하지 않은 것에 대한 미련이 커지기 때문에 구매로 쉽게 이어지지 않는다”며 “처음에는 새로운 선택지를 발견할 때마다 좋은 감정이 커지지만 물건의 수가 늘어날수록 나쁜 감정이 커져 어느 숫자를 넘어가면 만족도가 현저히 떨어진다”고 말한다.

400쪽, 1만6800원 / 김현정 기자 hjk1@metroseoul.co.kr

헌책방 기담 수집가

윤성근 지음/프시케의숲

세상에는 다양한 수집가들이 존재한다. 누구는 카세트테이프를 사 모으고, 어떤 이는 영화 포스터를 수집한다. 맛집을 찾아 블로그에 박제해 놓는 사람들도 많다. 왜 이런 행동을 하는 걸까. 물건에 삶이 깃들었기 때문이다. 10년 넘게 헌책방을 운영해온 저자는 시중에 절판된 책을 손님에게 찾아주



면서 이런 말을 한다. “수수료는 그 책을 찾는 이유와 책에 얽힌 삶의 이야기를 들려주는 것으로 대신하면 됩니다”라고. 의뢰인들은 저마다의 사연을 털어놓았다. 저자는 그중 29편을 추려 책에 담았다. 다종다양한 사람들이 풀어낸 별의별 이야기들.

320쪽, 1만5000원

지속가능한 나이들

정희원 지음/두리반

사람들은 누구나 노화와 노쇠를 피하고 싶어 한다. 노년내과 의사인 저자는 고령 인구가 급증하는 사회에서는 ‘나이들’이라는 주제가 반드시 공론화돼야 한다고 강조한다. 책은 우선 생물학적 노화가 어떻게 노년의 모습을 만드는지 알려주고, 노화의 결과인 노년기 질병이 가진 특징을 설명한다. 젊은이들은 사나흘이면 퇴원할 수 있는 담낭 절제 수술을 한 할머니가 체력과 근력 부족으로 수술 이후 몇 주가 지났는데도 퇴원하지 못하는 사례를 들며 저자는 다중이환, 근감소증 같은 노년기 질병에 관심이 부족하면 간단한 문제로 인해 큰 고통을 겪을 수 있음을 경고한다. 노년내과 의사가 제안하는 지혜로운 노후 준비법이 궁금하다면 일독을 권한다.



284쪽, 1만6000원

취향의 경제

유승호 지음/따비

21세기는 취향을 추구하는 개인이 자유로운 공동체를 형성하며 새로운 기회를 만들어 가는 ‘취향의 시대’다. 책은 취향과 관련한 경제적 활동이 새로운 가치 창출의 중심이 됐다고 이야기한다. 인터넷과 스마트폰, 유튜브 등 대중자아 기술은 개인이 자신의 취향을 콘텐츠로 만들 수 있는 인프라를 제공했다. 누구나 자신만의 브랜드를 만들 수 있게 된 구조는 문화와 경제 자본의 상호 전환을 가속화했다. 저자는 “강고한 경제 자본의 불평등 구조 속에서 경제력은 빈약하지만 개인의 욕망과 인정을 추구하는 취향인의 등장과 이들의 인정 욕구가 새로운 문화자본을 만들어 내는 데 성공했다”고 분석한다. 책은 콘텐츠 중심의 취향경제가 사회적 불평등을 완화할 방안을 제시한다. 320쪽, 1만8000원 / 김현정 기자



비스타비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲ 전직 대장동 개발 추진위원장 소환... ‘윗선’ 조준하는 검찰
▲ ‘불법집회’ 양경수 민주노총 위원장 석방 1심 집행유예 / 사진 뉴스스

▲ 5·18 당시 대통령 행적공개... “전두환 ‘5·18 언급’은 발견안돼”
▲ “놓치지 마세요”...백신 미접종자 사전예약 29일 재개



▲ 요소수 사태 이어 이번엔 화물연대 파업...시멘트 공급 차질 속출 / 사진 뉴스스
▲ ‘화성 입양아 살해’ 30대 양부 징역 22년 선고...양모는 징역 6년