

‘슈퍼 파워’ 부르고뉴 전성시대



안상미 기자의
Why, wine

2022 리벡스 파워 100

와인하면 뭐니뭐니 해도 보르도였다. 레스토랑에 와인 리스트가 마련되기 시작하던 20년 전은 물론 10년전, 아니 팬데믹 속에서 와인과 사랑에 빠진 이들도 내 와인잔 안에는 칠레 와인이 있을지라도 마음만은 프랑스 보르도였다. 와인 행사라도 하면 보르도부터 찾아왔고, 연말 인센티브로 챙길 스스로를 위한 선물은 소위 ‘5대 샤토’로 불리는 보르도 1등급 그랑 크뤼 와인의 시음회였다.

그런데 시대가 바뀌었다. 와인잔을 처음 들기 시작하는 세대는 와인하면 부르고뉴를 떠올리게 됐다. 묵직했던 보르도 레드와인의 자리는 여러여리하고 우아한 부르고뉴가 차지했고, 찾는 이들이 많아지자 가격은 천정부지로 뛰었다. 취향에 맞든, 아니면 향후 가격 상승을 노린 재테크든 이제 와인의 대명사는 부르고뉴다.

런던 국제 와인거래소(Liv-ex·리벡스)가



프랑스 부르고뉴 전경 / 더블링비즈니스

Brand	Overall Ranking
2022	
Leroy	1
Arnoux-Lachaux	2
Leflaive	3
Armand Rousseau	4
Prieure Roch	5
Dom Perignon	6
Louis Roederer	7
de la Romanee-Conti	8
Jacques-Frederic Mugnier	9
Krug	10

와인전문잡지 드링크비즈니스와 함께 발표한 ‘2022 리벡스 파워 100’ 리스트의 상위 목록은 부르고뉴와 샤파뉴가 모두 휩쓸었다. 톱10 안에 보르도 와인은 단 하나도 없었다.

리벡스 파워 100은 매년 와인 시장에서 가장 좋은 성적을 올린 브랜드의 순위다. 가격 상승률은 물론 거래량과 함께 와이너리별로 거래되는 와인의 종류나 빈티지의 다양성까지 모두 합산한 결과다.

올해의 주인공은 단연 부르고뉴다. 1위는 물론 지역별로도 톱 10, 톱100 모두 가장 많은 비

중을 차지했다. 생산량이 많지 않기로 유명한 부르고뉴임에도 거래량이 늘고, 가격은 크게 뛰게 이유다.

2018~2019년 사이에 가격이 큰 폭으로 뛰었던 부르고뉴 와인은 팬데믹 기간 동안 다시 한번 급등했다. 2018년에는 거래된 부르고뉴 와인이 829개에 불과했다면 2022년에는 1859개로 크게 늘었다.

르로이(Leroy)는 3년 연속 1위를 기록했고 ▲2위 아르노 라쇼(Arnoux-Lachaux) ▲3위 르플레브(Leflaive) ▲4위 아르망 루소(Arm

and Rousseau) ▲5위 프리에르 로크(Prieure Roch) 등도 모두 부르고뉴 와인이다.

특히 아르노 라쇼는 이전에도 떠오르는 스타였지만 최근 수요가 폭발적으로 늘었다. 평균 가격 상승률은 487.2%지만 일부 와인은 무려 1000%나 가격이 급등했다.

보르도는 부르고뉴와 명암이 엇갈렸다.

샤또 라피트 로칠드와 샤또 무통 로칠드, 샤또 마고 등 1등급 5대 샤토라는 곳들도 모두 밀려났다. 2017년엔 보르도만 53곳으로 리벡스 파워 100 가운데 절반 이상을 차지했던 것이 이제 25곳으로 반토막이 났고, 사상 처음으로 톱10 안에 이름을 올린 곳이 하나도 없었다. 다만 샤또 라피트 로칠드는 여전히 거래액이나 거래량 기준으로는 상위권에 올랐다.

돔페리농과 루이 로드레, 크룩 등 샴페인의 인기도 두드러졌다. 팬데믹 기간 동안 가격이 가장 많이 오른게 바로 샴페인으로 부르고뉴의 후발주자를 꼽으려면 단연 샴페니다.

리벡스는 “상위 100위 안에 든 고급와인들의 가격은 올해 모두 올랐다”며 “부르고뉴 와인의 상승세는 인상적이지만 하늘 높이 날수록 공기가 희박해지는 것처럼 가격이 오를수록 구매자도 줄어들 수밖에 없어 가격 급등세가 이어지긴 힘들 것”이라고 밝혔다.

/smahn1@metroseoul.co.kr

주말은 책과 함께

총체적 브랜드 관리가 필요한 이유

기업의 주인이 바뀌거나 사라져도 브랜드는 남아 소비자들의 선택을 받는다. 손에 잡히지 않는 무형 자산인 브랜드는 시장에서 화폐 가치로 측정·거래된다. 오토밀로 유명한 웨이커의 공동 창업자 존 스튜어트는 “만약 우리 회사가 분해된다면 나는 공장과 설비를 내주더라도 브랜드를 지킬 것”이라고 했는데, 이는 브랜드의 가치가 중요하다는 사실을 보여주는 단적인 예다.

많은 경영자들이 ‘브랜드’의 중요성을 역설한다. 하지만 ‘브랜드 관리’에 대한 인식은 유명 연예인을 내세운 광고를 하거나 까칠한 언론을 상대하는 일 정도에 그치는 수준이다. ‘결국! 브랜드’는 1991년 선경그룹 홍보실에 카피라이터로 입사한 이후 줄곧 브랜드 관리와 커뮤니케이션 업무를 맡아온 SK그룹 노찬규 부사장이 브랜드 관리 방법론을 설명한 책이다. 저자는 과거 선경, 유공, 한국이동통신으로 나뉘어 있던 그룹의 사명 체계를 SK로 통합하는데 주도적 역할을 한 인물이다.

책에 따르면, 대부분의 기업은 복잡한 조직 구성과 이들 사이의 역학 관계 등으로 인해 브랜드 관리가 분절되고 단절된 상태로 추진되는 경우가 많다. 저자는 성공적인 브랜드, 또는 평판 관리를 위해서는 의사 결정이 마케팅 따로, 홍보를 비롯한 커뮤니케이션 부서 따로 진행될 것이 아니라 총체적 브랜드 관리가 이뤄져야 한다고 강조한다.

다양한 브랜드가 한 기업 안에 존재하게 되면



결국! 브랜드

노찬규 지음/조선뉴스프레스

이들을 효과적이고 효율적으로 관리해야 할 기준이 필요하다. 즉, 한 기업 내 ‘브랜드 체계’를 정비할 필요가 생기게 되는 것이다. 브랜드 체계는 다수의 브랜드를 보유한 기업이 관리 최적화를 위해 브랜드의 수평·수직적 구조를 조직화하는 것을 의미한다. 저자는 브랜드의 역할(수평)과 위계(수직) 관계를 정리하면, 기업 내 존재하는 복수의 브랜드 상호간 시너지 효과가 창출돼 브랜드 자산이 강화될 수 있다고 이야기한다. 브랜드 관리 개념부터 아이덴티티 정립, 광고, PR 등 효과적인 커뮤니케이션 방법론에 이르기까지 ‘SK맨’의 32년 현장 경험을 담은 신개념 브랜드 이론서.

236쪽, 1만5000원.

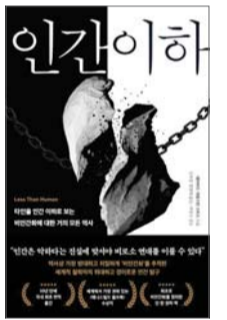
/김현정 기자 hjk1@

인간 이하

데이비드 리빙스턴 스미스 지음/김재경, 장영재 옮김/웨일북

우리는 자주 다른 사람을 ‘인간보다 못한 존재’로 취급하곤 한다. 과거 나치는 유대인을 지구상에 박멸해야 하는 기생충으로 여겼고, 제국주의 국가들은 아프리카 부족민들을 인간 동물원에 전시했다. 이런 잔혹한 행위는 오늘날에도 이어진다. “국민은 개돼지다”, “맘충, 벌레 취급받는 모성애” 등 SNS나 뉴스 헤드라인에서 우리는 동물 혹은 그보다 못한 존재로 낙인찍힌 사람들을 자주 목격한다. 이런 경험을 통해 우리는 누구나 ‘인간 이하’로 취급될 수

있다는 불편한 진실을 마주하게 된다. 세계적인 철학자이자 심리학자인 저자는 어떤 인간이 더 우월한가를 놓고 다투기 보다는 함께 인간의 민낯을 마주하고, 과거보다 나은 미래를 만들어가기 위해 노력해야 한다고 말한다. 비인간화에 대한 역사를 집대성한 책.



440쪽, 2만2000원.

마음의 병에 걸리는 아이들

미즈노 마사후미 지음/송지현 옮김/시프

사람들의 편견과 달리 정신질환은 ‘아무나 걸리지 않는 특수한 병’이 아니고, ‘마음이 약해져 생긴 병’도 아니다. 누구나 뇌의 구조나 활동에 문제가 생기면 정신질환에 걸릴 수 있다. 정신질환은 주변에 흔한데 사람들은 병원에 가길 꺼린다. 잘못된 정보로 인한 편견과 정보 부족으로 증상을 알아채지 못해서다. 저자는 “정신질환은 근성으로 고칠 수 있는 병이 아니”라고 말한다. 암을 조기에 진단받으면 몸

에 부담이 덜 가는 방식으로 치료할 수 있고 완치될 확률이 높다. 정신질환도 마찬가지다. 책은 정신질환에 대한 오해를 바로잡고, 과학적 사실에 입각한 올바른 정보를 전달한다.



160쪽, 1만4500원.

고통에 응답하지 않는 정치

김동춘 지음/세계적

출생률은 낮고 자살률과 산재율이 높은 나라는 대체로 불평등이 심각하다. 자산과 소득을 기준으로 볼 때 한국은 OECD 국가 중 미국 다음으로 불평등한 국가다. 소득 상위 0.1%가 최하위의 1000배를 벌고, 자산 상위 1%가 국가 총자산의 70%를 소유하고 있다. 한국의 불평등은 깊고 넓다. 정규직과 비정규직 노동자 사이에는 넘을 수 없는 벽이 존재한다. 정규직 안에서도 기업 규모와 업종에 따라 임금 격차가 벌어진다. 토지와 건물 소유 여부에 따른 자

산 불평등도 상당하며, 학력도 소득 격차를 벌린다. 이러한 불평등은 구성원의 삶의 질을 떨어뜨리며 사회의 존속 자체를 위협한다. 저자는 “민주주의를 내팽개친 오늘의 자본주의는 이제 국가와 민간의 부채 위에서 ‘시간 벌기’나 하면서 버티고 있다”고 지적한다. 424쪽, 2만원. /김현정 기자



비스타비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲ 특수본, 전 서울경찰청 정보부장·용산서장 등 4명 구속영장 /사진 뉴스스
▲ ‘감기약 수급동향 점검’ 복지부·식약처 등 협의체 가동

▲ 지적장애 이모 폭행치사 혐의 30대 여성에 징역 25년 선고
▲ 檢 ‘금품제공 혐의’ 조영달 前서울교육감 후보 구속기소



▲ 배우 윤정희 성년후견인 두고 딸·동생 갈등…대법 판단 받는다
▲ 이재용에 계란 던진 방송인 ‘횡설수설’…“李 보다 생활비 중요” /사진 뉴스스