



K-제과
해외서 승승장구
글로벌 점포 확대
니



Life

푸바오
일반공개 종료
한 달간 이송준비
L4



“외면·내면 찾는 컬러테라피... 색이 주는 힘 느껴보세요”



새벽을 여는 사람들

컬러드
김태연 대표

“색이 주는 힘은 굉장하다. 우리는 때때로 과감하고 도전적인 컬러를 활용해 자신의 삶에 혁신적인 변화를 맞이하기도 하고 무채색을 통해 본인을 감추기도 한다. 컬러를 통한 궁극적인 목표는 마음과 몸의 치료다. 일상생활 전부에 녹아있는 컬러의 저마다의 치유기능을 잘 활용해 마음과 몸의 균형과 조화를 가져올 때다.”

김태연 컬러드 대표의 말이다.

김태연 대표는 코로나19가 끝나고 엔데믹을 맞아 우울, 강박, 공황장애 등 심리적으로 어려움을 겪는 사람들이 기하급수적으로 늘어났다는 점을 컬러드의 탄생 이유로 들었다.

컬러드는 서울 강남구 논현동에 위치해 있다. 컬러드는 지하 1층에는 스튜디오와 소통 공간, 1층 컬러푸드&카페, 2층 컬러테라피 및 퍼스널 진단, 3~4층 컬러 관련 교육 및 강습공간 등 한 건물에서 색과 관련된 모든 활동을 할 수 있는 컬러테라피 멀티복합 공간으로 구성됐다.

컬러테라피는 컬러와 테라피의 합성어로 색의 에너지와 성질을 심리학에 활용해 스트레스를 완화하고 삶의 활력을 키우는 정신적인 요법이다. 최근 젊은 세대 층 사이에서 각광받고 있는 테라피 종류 중 하나다.

김태연 컬러드 대표는 이 곳을 ‘컬러 드 리밍 센터’로 부른다.

현재 공간 디자이너로 활동중인 김 대표는 “공간 디자이너로 활동하다 보니 컬러가 주는 강력한 힘을 누구보다 잘 알고 있었다. 이에 컬러 테라피를 연구했다. 컬러를 통해 경험할 수 있는 다양한 분야를 한 데 모은 공간이 컬러드다. 이 곳은 컬러테라피, 퍼스널컬러, 컬러푸드, 컬러운동 등 컬러의 A부터 Z까지 모든 것을 표현하고 경험할 수 있다”고 말했다.

김 대표는 특히 코로나19 이후 공황장애, 우울증, ADHD 등 심리적으로 고통받고 있는 사람들이 크게 늘어나고 있다는 점에 초점을 맞췄다.

김 대표는 “코로나19 이후 마음적으로 고통받고 있는 사람들이 크게 늘었다. 하지만 마음과 정신을 치료할 수 있는 도구가 없다. 그나마 아로마테라피 등이 전부다. 하지만 부담스러운 아이템인 건 사실이다. 몇 없는 장소를 찾는 등의 많은 시간과 정성을 쏟아야 하기 때문이다. 그마저도 잠깐 기분이 좋아질 뿐, 내면이 치료되는 건 아니다. 컬러드는 이같은 점을 온전히 반영했다”고 말했다.

김태연 컬러드에 방문했다면 4층부터의 경험을 추천한다.



김태연 컬러드 대표.

우선 4층에서는 어떤 컬러 솔루션과 적합한지 전문가와의 심리 상담이 진행된다.

그 다음 3층에서는 퍼스널 컬러 진단과 컬러테라피를 통한 심리를 치유한다. 이곳에서는 본인만의 내면의 색과 외면의 색을 모두 경험할 수 있다. 이를 통해 과거와 현재의 나의 심리 상태를 알게된다. 그에 따른 전문가의 심리 상담까지 진행된다. 또 심리 치료를 위한 호흡법과 자가 진단법 등의 교육도 체험할 수 있다.

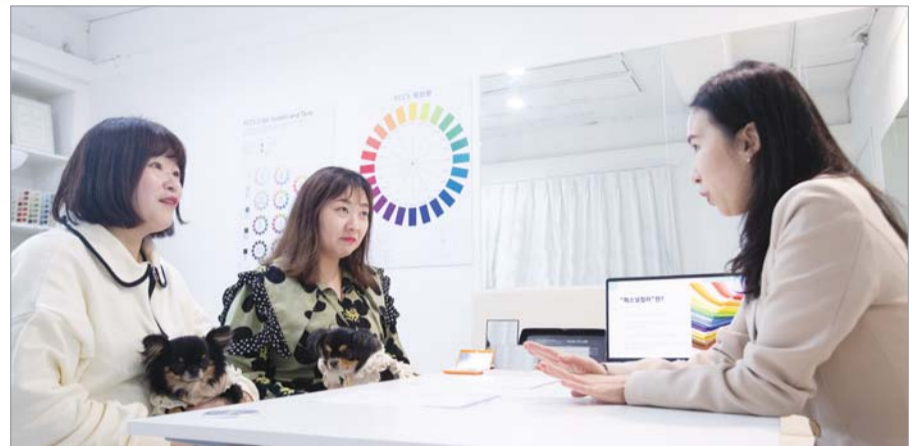
이후 1층에는 2·3·4층에서 받은 심리 치료상담을 통해 추천받은 컬러푸드를 맛 볼 수 있다. 이후 지하 1층에는 본인의 퍼스널 컬러 의상과, 포인트 메이크업, 헤어까지 풀 셋팅 된 후 프로필 촬영이 진행된다.

이처럼 전 공간에서 본인의 내면과 외면 컬러, 이를 통한 이미지 메이킹, 심리치유까지 삼박자를 고루 갖춘 곳이 컬러드다.

김태연 대표는 “컬러의 분야를 넓히는 데에만 집중하지 않았다. 건물의 모든 공간, 가구 등 하나하나 방문하는 사람들의 심리적인 치유와 안정을 위해 색과 디자인 적인 디테일한 부분까지 신경썼다. 굳이 테라피를 하지 않아도 공간에서 오는 여유롭고 안정적인 느낌을 주고 싶기 때문이다. 그래서 일까 컬러드는 누구에게나 열려 있다. 부부 상담뿐만 아니라 직장 동료 연인까지 다양한 분들이 찾아준다. 특히 최근에는 부모와 아이의 방문도 늘어나고 있다”고 말했다.

컬러를 통해 어울리는 직장도, 직장에서 맡는 역할, 대화 스킬, 표정, 자세까지 모두 컬러드의 과정을 통해 도출할 수 있다.

김 대표는 특히 지하 1층에 위치한 소통



컬러드에 방문한 고객들이 컬러진단을 위해 전문가와 상담하고 있다.



신주영·이선화(왼쪽부터) 로다컴퍼니 공동대표가 인터뷰 질문에 대답하고 있다.



컬러테라피 멀티복합공간 운영
심리치유, 퍼스널컬러, 컬러푸드 등
색 관련된 모든 것 경험할 수 있어
자존감 높이는 소통공간·스튜디오도

스타트업에 1층·지하1층 공간 제공
한국요소 담은 수제카라멜 팝업 운영

공간과 스튜디오를 컬러드의 대표 자랑 거리로 내세웠다.

김 대표는 “자신에게 가장 맞는 색을 찾아 의상에 적용하고, 이를 통해 스타일을 업그레이드하면서 자존감을 높이고 대인 관계에서 자신감 넘치는 매력적인 모습을 발산할 수 있는 공간이다. 조용하게 본인에게 집중하기 위해 찾을 수도 있다. 이 공간을 통해 불안정한 마음을 치료할 수도, 낮은 자존감을 적절하게 관리해 자신감을 찾을 수도 있다. 놀랍지 않은가. 공간에서 이 많은 심리를 경험하고 체험할 수 있다니...”라고 자신감을 내비쳤다.

뿐만 아니라 김 대표는 컬러드의 주된 목적이 공간을 통한 치유인 만큼 같은 방향성을 위해 나아가고 있는 스타트업들에게 1층과 지하1층의 공간을 팝업 스토어도 제공한다.

실제로, 기자가 방문했을 당시 1층 컬러드 카페 옆 공간에는 수제카라멜 팝업스토

어가 자리잡고 있었다. ‘팔도카라멜’은 로다컴퍼니가 우리나라 지역경제 활성화를 위해 선보인 첫 번째 프로젝트다. 입구부터 고급진 색과 한국적인 요소를 담은 총 10종의 수제 카라멜의 대형 포스터가 눈에 띄었다. 로다컴퍼니의 팔도카라멜이 컬러드의 공간과 자연스럽게 어우러졌다. 이를 통해 두 기업의 방향성이 돋보였다.

이 선화 로다컴퍼니 공동대표는 “가장 한국적인 재료에 현대적인 디저트 형태와 감성을 더해 새롭게 재 해석한 디저트다. 한국의 문화와 감, 누룽지, 복분자, 쌀, 계피 등 자연 그대로의 재료들을 통한 디저트에서 입안의 힐링을 얻어가길 바란다”고 말했다.

신주영 로다컴퍼니 공동대표는 “카라멜 대표 상사 컬러는 한국 간식색채협회와 함께 각 재료의 효능과 연상 이미지를 통해 완성했다. 또 시각 적 이미지로 민화를 차용하고 가색했다는 데에 의미가 깊다. 재료에 따른 색의 의미와 더불어 민화 역시 각 그림의 상징하는 뜻까지 3가지의 요소가 유기적으로 촘촘하게 연결됐다는 것을 제품을 통해 알 수 있다”고 전했다.

마지막으로 김태연 컬러드 대표는 “컬러드라는 공간 안에서 다채로운 색채들과의 대화, 소통을 통해 나를 알아가는 시간을 가져가길 바란다. 나의 심리 상태는 색채를 통해 표출 되기도, 위로나 영감을 받기도 한다. 회색 도시, 바쁜 현대생활 등 일상에 갇힌 본인의 내면과 외면을 자연이 주는 혹은 만들어낸 자연스러운 컬러를 통해 긍정적인 에너지를 얻어가길 바란다”고 말했다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

바스타비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲푸바오 마지막 출근길... 에버랜드 인산인해
▲두 달 만에 첫골 손흥민, “무척 기쁘다”
/사진 뉴시스

▲문체부, 문화재청 지휘 강화... 인사 등 장관에 보고
화이트데이에 웨딩시즌까지... 명품 가격 또 오른다



▲연대 의대 합격 수능 만점자 “책 많이 읽었다”
▲김하성·이정후, MLB 시범경기 맞대결 불발... 동반 결장
/사진 뉴시스