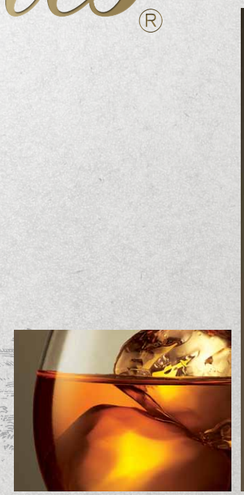
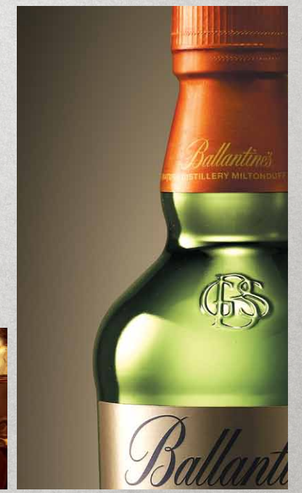
Ballantine's

LEAVE AN IMPRESSION

Ballantine's®

4th. vol. Ballantine's Magazine





Ballantine's 17 Miltonduff Launch Event

발렌타인 17 밀튼더프 에디션 런칭

Undiscovered Style of Scotland

발렌타인 17, 새로운 스타일을 입다

세상이 사랑하는 브랜드에는 뭔가 특별한 것이 있다
발렌타인 & 조 말론 런던

발렌타인을 통해 만나는 고품격 네트워킹의 장
발렌타인 멤버십 클럽

Column for Golfers

골프 클럽의 선택 요령 / 발렌타인 챔피언십의 5가지 특별함

Ballantine's & Women

Ballantine's®

LEAVE AN IMPRESSION

George Ballantine's Entrepreneurial Spirit

발렌타인 40년에 담아낸 조지 발렌타인의 오랜 열망 그리고 기업가 정신

발렌타인의 창시자이자 첫 번째 마스터 블렌더인
'조지 발렌타인(George Ballantine)'은 기업가 정신(Entrepreneurship)의
표본으로 많은 사람들에게 회자되며 무한한 영감을 주고 있다.
최상의 블렌드를 만들겠다는 조지 발렌타인의 오랜 꿈은
미래를 보는 눈과 장인정신, 혁신지향적 사고, 그리고 무엇보다도
오랜 인내의 세월을 통해 마침내 현실로 이루어졌다.

VISIONARY 200여 년의 열망과 40년의 기다림이 빚어내는 100병의 가치

지난 2012년 3월, 발렌타인의 역사에 새로운 획을 그을 진귀한 위스키가 탄생했다. 최고의 원액을 빚어 최상의 위스키를 만들고자 했던 창립자 조지 발렌타인의 정신이 반영된 위스키, 발렌타인 40년이 바로 그것이다. 조지 발렌타인은 다가올 미래를 내다보는 눈을 가지고 있었던 선지자이자, 고연산 블렌디드 위스키의 가능성을 미리 내다보고 상품화시킨 선구자다. 이러한 조지 발렌타인이 품었던 오랜 열망이 있다면 그것은 브랜드의 유산을 이어갈 독특하고 훌륭하며 아주 특별한 위스키를 만들어 내는 것이었다. 발렌타인 40년은 이러한 조지 발렌타인의 꿈과 열정을 이어받은 마스터 블렌더들을 통해 마침내 세상의 빛을 볼 수 있었다. 매년 단 100병만 생산되는 발렌타인 40년의 가치를 감히 수치로 환산할 수 없는 것은 이 위스키가 조지 발렌타인의 혜안과 새로운 위스키에 대한 열망이 아니었다면 시도해 볼 생각조차 하지 못했을 명작이기 때문이다.

CRAFTSMAN 명장의 직관과 경험으로 탄생한 고품격 위스키의 정수

40년이라는 세월 동안 원액의 약 80%가 증발하며, 모든 생산 과정이 수작업으로 이루어진다는 사실만 보더라도 최고연산의 위스키를 매년 선보인다는 것은 발렌타인만의 노하우와 기술, 그리고 그것을 뛰어넘는 장인정신이 없이는 불가능한 일이라는 것을 알 수 있다. 발렌타인 40년은 시대를 초월하여 발렌타인 고유의 스타일을 일관성 있게 지켜오고 있는 마스터 블렌더들의 장인정신이 최상의 원료들과 블렌딩되어 오랜 세월을 거쳐 숙성된 깊고 풍부한 맛으로, 최상의 품질과 가치를 자랑한다. 5대 마스터 블렌더 샌디 히슬롭은 맛과 향, 컬러의 섬세한 조합에 대한 세심한 주의와 시간의 가치를 뛰어넘는 블렌딩 끝에 선대의 염원이 집결된 이 작품을 마침내 완성시켰다.

PIONEER 무엇과도 비교할 수 없는 새로운 패러다임을 제시

항상 색다른 사고를 지향하고 새로운 패러다임을 차별화된 마케팅에 적용하면서 프레스티지 블렌디드 위스키 시장을 개척해 온 발렌타인의 기업가 정신이 발렌타인 40년에 녹아 있다는 것은 사실 보틀만 봐도 느낄 수 있는 부분이다. 영국 최고의 세공장인 리차드 폭스의 손길이 닿은 발렌타인 40년의 보틀은 모두 수작업으로 제작되어 이 특별한 위스키의 품격과 가치를 더욱 높여준다.
마개, 칼라, 인증 문장, 라벨, 베이스 컵 등 다섯 곳에 순도 90% 이상의 은 장식이 디자인되었으며, 각각의 장식에는 700년 전통의 런던 에세이 오피스(London Assay Office)의 인증 각인이 새겨져 있다. 발렌타인의 역사성, 장인정신, 혁신성을 대변하며 발렌타인 위스키의 모든 라벨에 표시되어 있는 발렌타인 문장(Ballantine's Crest) 역시 리차드 폭스의 손길에 의해 현대적으로 재해석되었다. 1부터 100까지의 고유 번호 또한 새겨져 있어 확연하게 다른 발렌타인만의 특별함을 빛내준다.

새로운 트렌드를 개척한다는 것

이 달부터 〈아레나〉와 발렌타인은 남다른 기업가 정신을 가진 사람들을 인터뷰하기로 했다. 그 첫 번째는 개척자 정신으로 똘똘 뭉친 '땡스북스' 이기섭 대표와 그가 속한 디자인 그룹 진달래의 멤버들이다.

Guest Editor 이승률 **Editor** 박지호

디자인 그룹 '진달래' 멤버들
(왼쪽부터)
조현(s/o project 대표)
김수정(서울대학교 미술대학 디자인학부 부교수)
박희성
(이노이즈인터랙티브 공동대표)
이기섭(땡스북스 대표)
김경선(서울대학교 미술대학 시각디자인과 교수) 김두섭(눈 디자인 대표 · 홍익대학교 겸임교수)
김재홍(정보만화가 · 일러스트레이터)
최준석(그래픽디자이너 · 수원대학교 교수)
이관용
(그래픽디자이너 · sputnik 대표)

영화 〈유브 갓 메일〉에서 여주인공 메그 라이언은 어머니로부터 물려받은 작은 서점을 지키기 위해 안간힘을 쓴다. 자신뿐 아니라 동네 사람들의 추억이 깃든 명소이기 때문이다. 메그 라이언은 이곳에서 책을 팔기보단 아이들에게 동화책을 읽어주는 일이 더 잦다.
이른바 동네 서점이다. 작은 서점들은 치열한 '돈벌이 현장'에서 한 걸음 비켜나 있는 경우가 많다. 꽤 긴 시간 이런저런 책을 뒤적여도 주인은 눈치를 주지 않는다. 원하는 책을 말하면 구해주기도 한다. 세련되진 않았지만 언제 찾아가도 편안하다. 그런데 이런 서점들이 사라지고 있다. 한국서점조합연합회에 따르면 1994년 5천1백여 개에 이르던 동네 서점 수는 가파른 하향곡선을 그리며 현재 1천여 개로 줄어들었다. 그 사이를 채운 건 몸집을 불린 대형 서점들이다. 세련되었지만 편안함이 없다.
이기섭 대표가 운영하는 '땡스북스'는 작지만 세련되고 편안한 서점이다. '고마워, 책들아!'라는 뜻의 이름부터가 그렇다. 서점이라고 해서 책만 팔지는 않는다. 차를 마시고, 음악을 듣고, 그림을 보는 일종의 문화공간으로 서점을 꾸몄다. 미술 전시회 등이 열리기도 한다. 국내 최초의 시도다. 이런 공간을 꾸미기까지는 지인들의 도움이 절대적으로 컸다. 홍익대학교에서 미술을 전공한 이기섭은 '시각문화 실험 집단' 진달래의 멤버다. 1994년 기존과 전혀 다른 방식의 전시회를 열어보자는 뜻으로 미술 전공자들이 모여 만든 그룹으로 포스터, 설치, 만화, 영상 등 여러 경계를 넘나드는 작업을 시도해왔다. 40대가 된 요즘도 마찬가지다. 그들은 항상 새로운 것을 추구한다. 틀을 깬 디자인 서적 〈진달래 도큐먼트〉를 만드는 것 또한 그들이다.
그야말로 '개척자 정신'으로 똘똘 뭉친 이기섭 대표와 진달래 멤버들을 만났다. 만나서 발렌타인을 함께 마셨다. 새로운 트렌드를 이끄는 그들과 이 술만큼 잘 어울리는 술도 없을 테니까.

우선 '땡스북스' 얘기를 안 할 수 없다. 홈페이지에 '동네 서점의 롤모델을 지향한다'고 적은 것이 인상적인데.

그게 궁극적인 목표다. 잘 자리 잡으면 좋은 모델이 될 수 있겠다 싶었다. 사실 생각지도 않게 서점을 내게 된 데는 서점들이 지나치게 대형화되는데 대한 안타까움이 제일 컸다. 해외여행할 때 동네 구석구석 누비는 걸 좋아하는데, 일본이나 유럽에서 만난 작고 개성 있는 서점들이 참 부러웠다.

그럼 그 부러움이 시작이었나.

아니다. 내가 디자인 컨설팅을 해주던 건물 주인이 1층에 있던 갤러리 카페를 정리하면서 뭘 하면 좋을까 조언을 구하길래 서점을 해보라 권하고 기획도 했다. 그런데 임대료 싸게 줄 좀 색다른 전시회를 열어보자는 취지였다. 그런데 학연에 얽매이고 싶지 않더라. 지인들을 끌어들이니 자연스레 다양한 사람들이 모였고, 어느새 18년이 됐다.

모여서 어떤 것들을 하나.

초기엔 포스터 작업을 많이 했다. 포스터는 다양한 창작 분야를 아우를 수 있는 매체다.

사라진 동네 서점의 꿈을 오롯이 되살려가고 있는 곳이 하나 있다. 이기섭 대표가 운영하는 '땡스북스'. 그러니까 '고마워, 책들아!'란 곳이다. 이런공간을 꾸미기까지는 지인들의 도움이 절대적으로 컸다.

테니 직접 해보라고 하더라. 한참 망설이다 애써 구상해놓은 계획이 사라지는 게 아쉬워서 시작했다.

진달래 멤버들이 만류하진 않았나.

사실 개업식도 안 했다. 그땐 이렇게까지 잘될 줄 '정말' 몰랐다. 그리고 친구들은 항상 나를 믿어주는 편이다. 대부분 대학교수들인데, 요즘엔 학생들한테 꼭 '땡스북스'에서 책 사라고 홍보해준다더라. 하하.

그러고 보니 진달래는 어떻게 시작된 모임인가.

홍익대학교 선 · 후배들의 모임으로 시작했다. 동시에 복제를 전제로 하기 때문에 폭넓은 소통도 가능하다. 함께 전시회를 하기도 하고, 그동안 작업한 포스터와 작품을 한데 모아 책도 만들었다. 최근엔 그 책을 전시도 한다. 그러나 가장 많이 하게 되는 건 역시 술 마시는 일이다. 하하.

혹시 그 술이 발렌타인은 아닌가.

발렌타인은 직접 마시기보단 선물용으로 구입할 때가 많다. 선물용으로 발렌타인만 한 술도 없지 않나. 개인적으로 발렌타인을 좋아한다. 특히 차별화된 마케팅이 마음에 든다. 최근엔 골프와의 스폰서십으로 한층 더 고급스러워졌다. 그리고 무엇보다 '술의 미학'을 아는 사람이라면 좋아할 수밖에 없는 술이다. 오늘 처음으로 식사와 함께 발렌타인을 마셔봤는데, 기대 이상이다. 너무 잘 어울린다.

그렇다면 혹시 발렌타인과 '땡스북스'를 연관 지을 수 있을까.

글쎄. 뭔가 새로운 것을 시작했다는 점을 들 수 있겠다. 비록 발렌타인이 세계 최초의 위스키는 아니지만, 몰트위스키와 그레인위스키를 이상적으로 블렌딩하는 기술을 획기적으로 개발해 새로운 방향을 제시했다고 들었다. 서점에 새로운 방향을 제시했다 평가받는 '땡스북스'와 공통점이라 할 수 있겠지. 그런 점에선 '땡스북스'보다는 진달래와 더 큰 연관성이 있겠다.

어떤 공통점을 말하는 건가.

누누이 얘기했지만, 진달래는 일종의 실험적인 집단이다. 우리 스스로 '시각문화 실험 집단'이라 부를 정도다. 새로운 시대의 부름에 답하고 의미가 충실한 시각예술을 세상에 선보이겠다는 당찬 포부로 결성됐다. 이게 바로 발렌타인과 일맥상통하는 부분이라 말하고 싶다.

Ballantine's Pioneer

1853년 조지 발렌타인은 몰트위스키와 그레인위스키를 이상적으로 혼합시킨 블렌디드 위스키를 만들어내는 획기적인 기술을 개발해 상품화하는 데 성공했다. 이는 프리스티지 블렌디드 위스키 시장의 새 장을 연 획대의 사건이었다. 또한 조지 발렌타인은 자신의 이름을 위스키 라벨에 표기하는 등 차별화된 요소를 적용해 독자적인 위스키 브랜드로서 입지를 구축해 나갔다. 최근에는 위스키 업계 최초로 골프와 스폰서십을 맺어 다시 한 번 명실상부 세계 최고급 위스키임을 각인시켰다.

PHOTOGRAPHY 이상엽

* 위 기사는 매거진 아레나 2012년 10월호에서 발췌한 내용입니다.

미래를 내다보는 기업가 정신

경영 컨설팅 그룹 디씨전을 이끌고 있는 제원우 대표를 만났다. 만나서 조지 발렌타인의 기업가 정신과 맞닿아 있는 그의 경영 철학에 대해 들었다.

Guest Editor 이승률

(왼쪽부터) 최순욱(내과 전문의), 이혜진(메디컬 커리어 연구소 소장), 김창식(창피부과 원장), 고상원(마케시안 대표이사), 제원우(디씨전 대표이사), 유은주(디씨전 브랜드 매니저), 고재호(디씨전 컨설턴트), 장원식(공인회계사), 김재홍(드림성형외과 그룹 본부장), 안근용(KPMG 삼정회계법인 시니어 컨설턴트).

지난달 〈아레나〉를 꼼꼼하게 정독한 독자라면 모르지 않을 터다. 〈아레나〉와 세계 최고의 위스키 브랜드 발렌타인은 기업가 정신이 남다른 경영인을 찾아 인터뷰를 진행하기로 했다. 첫 번째 주인공은 대형 서점들의 치열한 '돈벌이 현장' 속에서도 혁신적이면서도 편안한 서점 '땡스북스'를 오픈한 이기섭 대표다. '개척자 정신'으로 대표되는 그의 경영 철학은 연산 높은 몰트위스키와 그레인위스키를 이상적으로 혼합시킨 블렌디드 위스키의 선구자, 발렌타인의 기업가 정신과 묘하게 닮았다.

〈아레나〉의 남다른 심미안으로 찾아낸 두 번째 주인공, 바로 경영 컨설팅 그룹 '디씨전'을 이끄는 제원우 대표다. 그는 헬스 케어 분야의 경영 컨설팅을 담당한다. 쉽게 말하자면 경영에 어려움을 겪거나 새로 오픈하는 병원, 혹은 제약회사 등에 조언자 역할을 한다. '디씨전'은 8년이란 짧은 기간 동안 대한민국을 대표하는 헬스 케어 경영 컨설팅 기업으로 우뚝 성장했다. 이름만 들어도 누구나 알 만한 병원과 제약회사들이 그의 '촌철살인 조언'에 귀를 기울인다. '성공의 키워드'는 다름 아닌 미래에 대한 고찰에서 나온다고 했다. 그를 만났다. 만나서 발렌타인을 함께 마셨다. 9인의 든든한 조력자가 함께해줬다. 소중한 사람들과 발렌타인이 어우러졌으니, 유쾌한 사담이 오간 것은 당연지사다.

오늘 모인 사람들의 관계가 궁금하다.

제원우 헬스 케어 분야의 경영 컨설팅은 이제 막 시작하는 단계다. 지난 8년간 이 시장을 개척하며 안식처가 되어준 지인들이다. 솔직히 말하면 오늘 서로 초면인 사람들도 있을 거다. 그러나 내가 보증하는 사람들이다. 이 자리를 통해 모두 '친구'가 되었으면 좋겠다.

고상원 맞다. 제원우 대표는 사람들과의 네트워킹을 매우 중시한다. 흔히 사회에서 친구를 만들기 어렵다고 하는데, 제 대표의 생각은 좀 달라 보인다.

제원우 대표는 어떤 파트너인가?

최순욱 '은사'라고 할 수 있다. 벌써 10년도 넘은 얘기인데, 개인적인 친분으로 알게 된 제원우 대표의 권유로 의대에 진학했다. 그리고 어느덧 내과 전문의 자리까지 왔다.

이혜진 그건 나 역시 마찬가지다. 막연히 병원 컨설턴트를 꿈꾸던 20대 시절, 제원우 대표의 디씨전에서 연구원 활동을 하며 일을 배웠다. 처음 그를 만났을 때는 작은 의원의 스태프에 불과했지만 이제는 병원 컨설팅 회사의 대표가 되었다. 제원우 대표는 선견지명으로 미래를 준비하는 발렌타인의 기업가 정신처럼 눈앞의 이익만을 쫓는 장사꾼이 아닌 먼 미래를 내다보고 '투자'하고 '가치'를 추구하는 경영자다.

김창식 '기본'에 충실한 그의 컨설팅을 듣다 보면 묵직한 힘이 생긴 적이 여러 번 있다.

김재홍 솔직히 나는 그 점이 조금 불편하기도 했다. 타협보다는 기본과 정통을 지나치리만큼 추구하는 그의 경영 방식 탓이다. 그것이 '고집'으로 느껴져 껄끄럽기까지 했으니. 그러나 그 고집 덕에 사업 방향이 잡히고, 앞으로 나아가자 곧 그를 이해하게 됐다. 이제와 말하자면 초면엔 좀 부담스러운 '예술가 스타일'(?!)이다.

유은주 조지 발렌타인만큼이나 제원우 대표의 고집도 대단하다. 다양한 클라이언트와 프로젝트를 진행하며 고집스러울 만큼 고민을 한다. 한 번은 제 대표의 주도하에 프로젝트를 준비했는데, 첫 번째 인터뷰에서 2시간 가까이 쉴 틈도 없이 설명하며 고객을 자신의 편으로 만들더라.

짧게나마 발렌타인의 역사에 대해 이야기를 나누고 테이스팅하는 시간을 가졌다. 어땠나?

최순욱 단순히 값이 비싸다고 해서 '명품'이 아니라는 진리를 다시 한 번 깨달았다. 17년, 21년, 30년을 내다보고 위스키 블렌딩을 한 발렌타인의 기업가 정신을 듣고 위스키를 마시니 더 깊은 향이 느껴지는 듯하다. 사실 그동안 위스키를 독주로만 알았는데, 와인처럼 아로마가 다양하다는 사실에 신선한 충격을 받았다.

고상원 개인적으로 역사와 전통을 중요하게 생각한다. 발렌타인의 역사를 통해 내가 알던 것보다 훨씬 더 '위대한 술'이라는 인식을 하게 됐다. 그래서 자연스레 훨씬 더 애정이 가더라. 저녁식사와 함께하니 생각보다 궁합이 좋았다. 좋은 팁이다.

고재호 마치 커피처럼 블렌딩해 맛과 향을 유지한다는 부분이 흥미롭다. 높은 연산을 최초로 도입했다는 점에서 미래를 내다본 선구자 정신에 큰 가치를 느낀다.

PHOTOGRAPHY 김태용 STYLIST 송수경 ASSISTANT 박홍 HAIR 정주연 MAKE-UP 석민희

제원우 그러고 보니 역사에 남을 만한 위대한 제품은 역시 그냥, 혹은 우연히 탄생하는 것이 아니다. 괜스레 나 자신을 돌아보게 된다.

평소 발렌타인을 즐기는 편인가.

장원식 선물용으로 많이 구입한다. 사실 발렌타인만큼 좋은 선물도 없다. 워낙 지명도가 높기도 하고.

고상원 개인적으로 의미가 있는 술이다. 돌이켜보면 사회생활을 하며 처음 접한 위스키가 바로 발렌타인 17년이다. 위스키의 대표 브랜드이면서 풍미 또한 좋아 요즘도 자주 즐긴다.

본인만의 경영 철학이 있다면 소개해달라.

최순욱 'All leaders are readers'라는 속담을 좋아한다. 리더가 되겠다고 매번 자기 계발서만 볼 게 아니라 다양한 인문, 철학, 과학 등의 다양한 장르를 섭렵해야 한다고 생각한다. 경영 컨설턴트 톰 피터스는 그의 저서 〈미래를 경영하라〉에서 "대부분 경영학 서적들은 답을 제시한다. 반면에 대부분의 소설들은 위대한 질문을 던져준다. 그것이 내가 가르침을 얻기 위해 소설을 즐겨 읽는 이유다"라고 말했다.

고상원 가장 중시하는 것은 '사람 중심'이다. 세상에서 가장 아름답고 소중한 가치가 바로 사람 아니겠는가. 두 번째는 '정직'이다. 정직하지 않은 사람이 바른 가치를 만들어낼 수 없다.

제원우 미래에 대한 고찰은 어떻게 하나. 부끄럽지만 내 노트에는 다음과 같은 직업적 목표가 적혀 있다. "존재 자체가 목적인 사람이 또 다른 목표를 가진 기업과 행복하게 함께할 수 있는 방법을 연구하여, 전 세계 사람들에게 영감을 준다."

그러고 보니 디씨전 홈페이지에 2015년의 회사 모습이 기재되어 있는 것이 흥미롭더라.

제원우 오늘을 잘살기 위해선 미래에 대한 고찰이 반드시 필요하다. 현재가 미래를 결정한다기보단 미래가 현재를 결정한다고 생각한다. 오늘을 잘살기 위해서는 미래에 어떤 모습일 것인가를 분명히 생각해야 한다.

경영 컨설팅 그룹 디씨전을 이끌고 있는 제원우 대표를 만났다. 그의 '성공의 키워드'는 다름 아닌 미래에 대한 고찰에서 나온다고 했다. 미래를 내다보고 고연산 블렌디드 위스키를 창시한 조지 발렌타인처럼 말이다.

내 성공의 원동력이다. 미래를 내다보고 고연산 블렌디드 위스키를 창시한 조지 발렌타인도 그랬을 것이다. 그래서 요즘은 일주일에 10시간 이상은 앞으로 '나는 어떻게 살 것인가'라는 주제로 사색을 한다. 조지 발렌타인의 기업가 정신과 일맥상통하는 부분이라 할 수 있겠지.

(왼쪽부터) 최순욱 갑색 카디건 하버색 by 샌프란시스코 마켓, 타이 엔지니어드 가먼츠 by 샌프란시스코 마켓, 뿔테 안경 엠포리오 아르마니 by 사필로 제품, 이혜진 모두 본인 소장품, 김창식 검은색 재킷 본인 소장품, 회색 타이 엔지니어드 가먼츠 by 샌프란시스코 마켓 제품, 고상원 갑색 재·베스트 모두 브룩스 브라더스, 올 타이 브로이어 by 샌프란시스코 마켓 제품, 제원우 재킷 테일러블 블루 라벨, 타이 베르그& 베르그 by 테일러블 블루 라벨 제품, 유은주 모두 본인 소장품, 고재호 코듀로이 재킷·타이 모두 브룩스 브라더스 제품, 장원식 감색 재킷 하버색 by 샌프란시스코 마켓, 카키색 타이 엔지니어드 가먼츠 by 샌프란시스코 마켓, 동그란 테 안경 조르지오 아르마니 by 사필로 제품, 김재홍 재킷·베이지색 니트·하늘색 셔츠 모두 테일러블 블루 라벨, 타이 피오리오 by 테일러블 블루 라벨 제품, 안근용 카디건 프랑코 페라로, 타이 브룩스 브라더스, 뿔테 안경 조르지오 아르마니 by 사필로 제품.

Ballantine's Entrepreneurship

1827년 발렌타인이 설립된 후 조지 발렌타인은 연산 높은 몰트위스키와 그레인위스키를 이상적으로 혼합시킨 블렌디드 위스키를 상품화하는 데 성공했다. 먼 미래를 내다보고 높은 연산의 블렌디드 위스키 시장을 개척한 것이다. 또한 조지 발렌타인은 자신의 이름을 위스키 라벨에 표기하는 등 차별화된 요소를 적용해 독자적인 위스키 브랜드로서 입지를 구축해 나갔다. 미래를 내다보는 선지자이자 새로운 시고를 지향하고, 일관된 맛과 향을 유지하려 노력하는 장인 정신을 보여주는 조지 발렌타인은 작은 아이디어를 큰 기회로 변화시킨 기업가 정신의 표본이 되고 있다. 그 이름만으로도 후세의 젊은이들에게 기업가 정신과 사업에 대한 영감을 불러일으키고 있다.

* 위 기사는 매거진 아레나 2012년 11월호에서 발췌한 내용입니다.

사회에 헌신한다는 건

〈아레나〉와 발렌타인은 매달 조지 발렌타인의 기업가 정신을 이어가는 사람들을 만나고 있다. 이번 달엔 '사회적 기업가정신'을 생각해보기로 했다. 그것을 실천하는 포토그래퍼 오중석을 만났다.

Guest Editor 이승률 **Editor** 이우성

(왼쪽부터) 이근(스와이프 코리아 대표 · 에잇세컨즈 마케팅 실장), 기욤 디에프반스(기욤 베이커리 대표), 은광표(까사델비노 대표), 오중석(포토그래퍼), 홍혜진(더 스튜디오 K 디자이너), 최창남(노블따블 대표), 김지호(조정 코치 · 서울시장애인조정연맹 이사), 손스타(체리필터 드러머 · 아마추어 레슬러), 심우찬(패션 칼럼니스트).

'사회적 기업가 정신'은 개인의 이윤보다 사회적 목적을 먼저 추구하는 것을 말한다. 우리나라에선 '아름다운가게'가 대표적이다. 그러나 사회적 기업을 실천하는 일은 비단 기업가들만 할 수 있는 게 아니다. 개인이 할 수 있는 사회 활동도 많다. "사회 활동은 거창한 것이 아니다. 쉽게 접근 할 수 있는 활동이 얼마든지 많다. 주위를 둘러보라" 포토그래퍼 오중석의 말이다. 오중석은 꽤나 유명한 포토그래퍼다. 예능프로 〈무한도전〉의 전속 사진작가로 연예인 못지않은 인기를 누리고 있는 '스타'다. 그러나 그가 사회 활동에 적극적으로 참여하고 있다는 사실을 알고 있는 사람은 그리 많지 않다. 사진을 찍는 특출난 재주를 가진 이 스타는 자신의 재능을 사회에 기부하고 있다. '서울시장애인조정협회'의 이사로도 활약 중이다. 포토그래퍼인 그가 장애인 조정을 알리는 데 두 팔을 걷어붙인 이유가 뭘까. 〈아레나〉와 발렌타인은 그에게 묻고 싶은 게 많았다. 기업가도 아닌 그를 세 번째 호스트로 초대한 이유가 바로 여기에 있던 것이다.
그를 직접 만났다. 오랜 세월동안 곁에서 그를 지켜 본, 든든한 조력자들이 함께 해줬다. 좋은 사람들과 발렌타인이 어울렸으니 유쾌한 사담이 오간 것은 당연지사다.

각기 다른 분야에서 활동한다. 오늘 모인 사람들과는 어떤 사이인가?
오중석 특별히 발렌타인과 잘 어울릴 것 같은 지인들만 모았다. 김지호 코치는 나와 함께 '서울시장애인조정협회' 이사로 재직할 뿐 아니라 재능 기부 활동에도 관심이 많다. 은광표 대표는 내가 아는 사람 중 가장 술에 박식한 사람이다. 이미지가 워낙 고급스럽기도 하고. 이근 대표는 뭐든 열심히 배운다. 위스키 클래스가 있다기에 분명 좋아하겠다 싶었다
좀 편안하게 시작하자. 발렌타인이 준비한 위스키 클래스 시간을 가졌다. 소감이 어떤가?
오중석 발렌타인을 자주 즐기는 편이다. 집에 발렌타인이 없었던 적이 있었나 싶을 정도다. 오늘 테이스팅을 통해서 역시나 '명작'은 그냥 만들어지지 않는다는 진리를 다시한번 깨달았다. 특히 일관성있는 풍미를 유지하기 위해 끊임없는 연구를 거듭한 조지 발렌타인의 장인정신에 존경심이 절로 생기더라.
이근 나 역시 발렌타인을 즐기지만 오늘 시간을 통해 기존 위스키의 풍미와는 차별된 새로운 블렌딩이 가능하다는 걸 깨달았다. 스트레이트나 온더록 외에 젊고 신선한 음용법이 좀 더 알려진다면 나를 포함한 많은 사람들이 발렌타인과 더 친해질 거란 생각이 들었다.

은광표 요즘 싱글 몰트위스키가 큰 인기를 끌고 있다. 그러면서 블렌디드 위스키가 평가절하되는 것 같아 아쉽기만 하다. 블렌디드 위스키는 마스터 블렌더가 수많은 시행착오를 거쳐 만든다. 그리고 수백년 동안 그 맛과 품질을 유지한다. 분명 보통 일이 아닐 거다. 특히 발렌타인은 고연산 블렌디드 위스키의 선구자로 통한다. 개인적으론 21년산을 특히 좋아하는데, 부드러운 향과 목 넘김, 그리고 섬세한 피니시가 예술이다. 블렌디드 위스키에 대한 새로운 시각이 필요한 시점이라고 생각한다.
〈아레나〉와 발렌타인은 오중석이 사회적 책임을 다하고 있다고 생각한다. 평소 지인들이 생각하는 오중석이 궁금하다.
홍혜진 디자이너의 생각과 이미지를 정확하게 간파한다. 천부적인 재능을 가졌다. 사실 유명한 포토그래퍼 중엔 '도도한' 사람이 꽤 된다. 하지만 오중석 실장은 나 같은 후배 디자이너의 말에도 귀를 기울여준다. 그만큼 따뜻한 사람이다. 사회 활동에 발 벗고 나서는 것이 거기에서 비롯되는 것 같다.
심우찬 그가 신인일 때부터 함께 일했다. 어느 상황에서든지 베스트 컷을 찍어내는 포토그래퍼로서의 재능이 뛰어나다. 특히 순발력이 좋다. 나의 든든한 조력자이자 뮤즈기도 하다
김지호 함께 예능 프로 〈무한도전〉에 출연하게 됐다. 순수하고 따뜻한 마음에 크게 감동한 기억이 난다. 그 인연으로 현재 '서울시장애인조정연맹' 이사로 함께 봉사하고 있다. 사회봉사에도 순수한 열정으로 적극 동참한다.

PHOTOGRAPHY 박승갑 HAIR 청호(VOID by 박철) MAKE-UP 소은(VOID by 박철) ASSISTANT 이슬아

왜 포토그래퍼가 조정연맹의 이사직을 맡고 있는 걸까? 쉽게 이해할 수 있는 조합은 아니다.
오중석 김지호 코치가 '서울시장애인조정연맹' 이사직을 제안했을 때 나 역시 그런 생각을 했다. "나 조정 할 줄 모르는데?" 이게 대답이었으니까. 선수들한테 꿈과 용기를 북돋워달라는 말에 수락했다. 거창한 타이틀을 달고 있지만 알고 보면 특별히 하는 일은 없다. 오히려 내가 조정 선수들에게 배우는 것이 더 많다.
김지호 겸손하게 얘기하지만 정말 큰 도움을 준다. 우선 '서울시장애인조정연맹' 기부 활동에 적극 참여한다. 바쁜 와중에도 회의나 시합에 꼭 참석해주고, 하나라도 더 도와주려는 모습에 항상 감사할 따름이다.
그러고 보니 손스타, 김지호 코치와 함께 재능 기부도 한다고 들었다.
손스타 오중석 실장이 처음 제안했다. 단순하게 "좋은 일 있는데 같이 해볼래?"가 그 시작이었다. 보통 독거노인들의 장수 사진 촬영을 많이 찍는데, 가끔은 보육원 아이들이나 다문화 가정을 위한 촬영도 한다. 형편이 어려운 학생들을 위한 사진교실도 진행한다. 오중석 실장은 알고 보면 좋은 일을 정말 많이 하거든.
오중석 이런 얘기 나오면 쑥스럽다. 나보다 좋은 일을 하는 사람은 많다. 그들에 비하면 내세울 정도는 아니다. 솔직히 얘기하자면 처음엔 관심도 없었다. 나와 상관없는 일이라고 생각했다. '세상에 돈 많은 사람이 얼마나 많은데…' 거부반응까지 있었다. 그런데 사진으로 할 수 있는 봉사가 있다는 얘기를 듣고는 생각이 바뀌었다.
나만 할 수 있는 일처럼 느껴진 거다. 그게 시작이었다.
오중석의 최종 목표는 뭘까?
오중석 죽을 때까지 사진을 찍고 싶다. 지난 20년간 해온 일인데, 아직도 열정이 꿈틀거린다. 오늘 위스키 클래스를 통해 발렌타인이 지금 같은 위스키의 대표주자에 오를 수 있었던 결정적인 이유가 조지 발렌타인의 끊임없는 연구와 고연산 블렌디드 위스키 시장을 개척한 것에서 비롯되었다는 얘기를 들었다. 나 역시 그의 장인정신과 개척자 정신을 본받고 싶다. 아, 그러고보니 최근에 웨딩스튜디오를 오픈했다. 패션과 웨딩을 겸하는 최초의 포토그래퍼가 된 것이다. 우선 웨딩 스튜디오가 자리를 좀 더 잡아야겠지. 또 다른 분야에도 끊임없이 도전할 거다. 그리고 한 가지 더 있다. 사회 활동 얘기다. 장수 사진 촬영을 나가면 2~3시간은 예사일이다. 그만큼 우리나라에 독거노인이 많다는 뜻이다. 이런 활동에 동참해 주는 사람들이 조금 더 늘어났으면 한다. 또, 오늘 클래스에서 발렌타인이 챔피언십을 통해 우리나라에 올바른 골프 문화를 전할뿐 아니라 한국을 세계에 알리는 데도 일조하고 있다고 들었다. '서울시장애인조정연맹' 이사로서, 조정이 좀 더 대중화될 수 있도록 내가 할 수 있는 것들을 모색하고 싶다.

Ballantine's Entrepreneurship
1827년 발렌타인이 설립된 후 조지 발렌타인은 연산 높은 몰트위스키와 그레인위스키를 이상적으로 혼합시킨 블렌디드 위스키를 상품화하는 데 성공했다. 먼 미래를 내다보고 높은 연산의 블렌디드 위스키 시장을 개척한 것이다. 또한 조지 발렌타인은 자신의 이름을 위스키 라벨에 표기하는 등 차별화된 요소를 적용해 독자적인 위스키 브랜드로서 입지를 구축해 나갔다. 미래를 내다보는 선지자이자 새로운 사고를 지향하고, 일관된 맛과 향을 유지하려 노력하는 장인 정신을 보여주는 조지 발렌타인은 작은 아이디어를 큰 기회로 변화시킨 기업가 정신의 표본이 되고 있다.

* 위 기사는 매거진 아레나 2012년 12월호에서 발췌한 내용입니다.

19세 청년이 만든 미래

〈아레나〉와 발렌타인은 매달 조지 발렌타인의 기업가 정신을 생각해보는 시간을 갖고 있다. 이달엔 그래픽 디자인 스튜디오 엘리펀트의 김원선과 박지원을 만나 19세 청년 조지 발렌타인이 식료품 가게를 열던 때로 돌아갔다. **Editor** 이우성

박지원이 입은 코트는 철동, 셔츠는 씨와이 초이 제품. 박모과가 입은 니트는 아페쎄, 셔츠는 무슈 엑스, 팬츠는 바나나 리퍼블릭 제품. 곽동열이 입은 수트는 씨와이 초이 제품. 그 외 모든 의상은 본인의 것.

엘리펀트는 어쩌면 지금 가장 세련된 디자인 작업을 하는 스튜디오일 것이다. 그래픽, 포스터, 앨범 커버 디자인, 잡지 레이아웃 등 엘리펀트의 디자인 영역은 전방위적이다. 엘리펀트의 대표 김원선은 최근 이태원에 2E라는 바를 오픈했다. 디자인과 바가 무슨 상관일까? 김원선은 소통에 대해 말했고, 엘리펀트의 또 다른 주축 박지원은 시간과 친구에 대해 말했다. 이 겁 없이 재능 넘치는 두 디자이너를 보며 19세에 식료품 가게를 열고 발렌타인의 오랜 미래를 상상한 조지 발렌타인을 떠올리는 건 조금도 이상하지 않은 일이었다. 그래서 2E에서 엘리펀트를 만났다. 그들의 친구들을 초대해 작은 파티를 열었다. 한파가 마음까지 얼리던 어느 날, 한 청년이 식료품 가게를 열던 시대로 돌아간 것 같은 기분이 들었다.

엘리펀트는 그래픽 디자인 스튜디오로 알고 있는데 최근에 바를 오픈했다. 왜지?
김원선 스튜디오에서 일을 하다 문득 이런 생각이 들었다. 나는 왜 여기서 모니터만 보고 있을까. 디자인은 사실 커뮤니케이션 작업이다. 혼자 앉아 있다고 잘되는 게 아니다. 그래서 이런 공간을 만들면, 자연스럽게 사람을 만나고 영향받고 느끼는 게 있지 않을까…. 그런데 막상 문을 열고 보니 운영하는 게 쉽지 않다. 조지 발렌타인이 19세에 식료품 가게를 열었다고 한 것 같은데 맞나? 그게 쉬운 일이 아니다.

음… 브랜드 히스토리를 읊는 걸 좋아하지는 않지만 대단한 사람인 건 분명하다. 조지 발렌타인이 위스키에 관심을 가질 때만 해도 고연산 위스키가 없었다. 조지 발렌타인이 처음으로 17년, 21년 이렇게 오랜 시간 숙성할 계획을 한 거다.
박지원 그렇게 오랜 시간을 염두하고 일하는 게 쉬운 것이 아닌데. 확신이 있지 않고서야.
김원선 작업을 시작한 지가 올해로 13년째다. 예전에 한 것들을 지금 다시 보면 대부분 못 봐줄 만큼 촌스럽다. 물론 그중 몇 개는 어디에 내놔도 자신 있지만. 시간과 싸워 이기는 작품을 만든다는 게 정말 힘들다. 그런 게 클래식이겠지? 나는 시간이 지나면서 내 작업이 다르게 인식되는 걸 경험해봤기 때문에 발렌타인이 수십 년 동안 한결같은 맛을 유지하는 게 대단한 일이란 걸 안다.
박세훈 나는 미국에서 랄프 로렌 블루 레이블의 디자이너로 일했다. 랄프 로렌도 비슷한 경우다. 유행이나 다른 패션에 영향을 받지 않았다. 지금은 아메리칸 클래식의 전형이라고 할 만한 브랜드로 성장했다. 그게 발렌타인과 비슷한 점 같다.
그렇기는 한데 지금 너무 칭찬 일색이다.
박지원 나는 원선이 형을 만나기까지 몇 군데 회사를 옮겨 다녔다. 내가 싫증을 좀 잘 낸다. 그런데 원선이 형은 정말 잘 버틴다. 형은 조용하지만 집념이 있다. 20~30명을 거느리고 매달 5천만~6천만원씩 월급 주면서 회사를 유지하는 걸 나는 못할 것 같다. 그런데 형은 흔들림이 없다. 1인자다.
김원선 흔들려.
경영도 하고, 동시에 자기 작업까지 잘하는 건 어려운 일이겠지?
김원선 어렵다. 그래서 발렌타인이 대단하다는 생각이 든다. 회사도 운영하고 장인 정신을 바탕으로 맛도 유지했으니까.
박모과 특히 원선이 형은 굉장히 세세한 부분까지 볼 수 있는 눈을 가졌다. 예를 들어 이 바의 경우, 내가 운영을 일부 맡고 있지만 의자의 배열과 위치를 쉽게 바꿀 수가 없다. 원선이 형은 보면 다 안다. 그리고 형은 원하는 게 명확하다.
이런 사람이 마스터 블렌더를 해야 하는 거 아닌가?
김원선 지금이 몇대 마스터 블렌더인가?
지금 맡고 있는 마스터 블렌더가 5대다.
곽동열 전통이라는 게 대단한 거구나.
박모과 긴 시간을 무언가 유지한다는 게 보통 일이 아니니까. 그걸 엘리펀트 입장에서 볼 때 원선이 형이 세세한 부분까지 파악하는 눈을 가졌다면 박지원이라는 사람은 그 외의 것을 보완하고 확장해주는 역할을 한다. 더 활동적이고, 뭐랄까 전체를 본다고 할까. 아무튼 둘은 놀라운 관계다. 아마 조지 발렌타인 옆에는 박지원 같은 존재가 있었을 거다.
지금 우리는 시간, 전통, 장인 정신, 파트너십에 대한 이야기를 하고 있다. 곽동열 씨에게 궁금한 게 생겼다. 브랜드를 홍보하고 파티를 계획하고 광고 및 마케팅 업무를 하고 있다. 그야말로 첨단의, 유행에 민감한 일을 하는 사람의 관점에서 볼 때 오늘 대화에 대해 어떻게 생각하나?
곽동열 세계적인 브랜드와 일을 하면서 배우는 게 있는데 성공한 브랜드일수록 아주 작은 규모로 시작했고, 불굴의 역사를 갖고 있다는 것이다. 처음부터 성공이 보장돼 있는 게 아니었다. 일종의 개척자 정신이라고 생각하는데 발렌타인도 그런 부분에서 생각해볼 게 많은 것 같다. 그런데 아까 원선이 형이 잠깐 얘기했지만 10년, 20년이 지나도 세련미를 유지하는 게 쉬운 일이 아니다. 그게 마스터 블렌더들의 힘인 건가? 엘리펀트도 마스터 블렌더처럼 수십 년의 시간과 싸워 이길 만한 작품을 만들면 좋겠다.
모과 씨는 한국에서 VJ 1세대로 이름을 날렸다. 26세 때 이미 최고 명품 패션 브랜드의 아시아 론칭 이벤트에 메인 VJ로 활약했고, 서울의 유명 패션 브랜드의 이벤트를 도맡았다. 다시 VJ를 할 생각은 없나?
박모과 나는 내 작업이 증발해나가기를 바랐다. 나는 절대 기록을 남기지 않았다. 돈을 많이 준다고 해도 내 작업을 녹화하지 않았다. 훌륭한 위스키의 향이 그렇듯, 좋은 작품은 증발해 사라져도 기억 속에는 남아 있을 것이라고 믿는다. VJ를 다시 할지는 모르겠다.
오늘 예상외로 뜨거운 시간이었다. 시간의 깊이를 아는 사람을 만나서 좋았다.
김원선 하고 싶은 말이 있다. 여기 있는 우리의 관계에 대한 이야기인데… 위스키의 관건은 숙성이라고 알고 있다. 그러니까 원액 자체가 변하는 게 아니라, 그 원액이 시간이 지나면서 더 깊어지는 거다. 여기 있는 친구들도 그렇다. 이 친구들이 달라지거나 변하는 게 아니라, 단지 깊이가 깊어지는 것 같다. 꼭 원액처럼. 시간이 지나면 더 멋진 향이 나고 더 가치 있어질 것 같다. 그리고 내가 더 행복하게 생각하는 건, 이 원액들이 그러니까 이 친구들이 자신들의 멋진 부분을 지워가며 함께 있는 게 아니라, 각자 개성을 잃지 않으면서 함께 있다는 것이다.
아, 그건 너무 발렌타인 위스키 같은 얘기다. 17년 후에, 21년 후에, 40년 후에 다시 만나서 또 이야기 나누고 싶다.
박지원 그래서 이 바가 필요한 거야. 다들 아저씨가 돼 있겠다.
곽동열 멋있는 아저씨도 많아. 숙성될수록 더 멋있어지는 거야.
박세훈 그때도 엘리펀트가 있을까?
박모과 발렌타인은 있을 테니까 형도 계속해.
김원선 그럴까.

(왼쪽부터)
박세훈 아티스트, 아트 디렉터
박지원 디자인 스튜디오 '엘리펀트' 기획실장
박모과 바&레스토랑 디렉터, VJ
곽동열 마케팅 회사 '인디케이트' 소속 마케터
김원선 디자인 스튜디오 '엘리펀트' 아트 디렉터

왼쪽 사진의 잔 받침은 발렌타인이 새롭게 론칭한 '디스커버리 트레이'다. 유명 호텔의 바에서 디스커버리 트레이를 주문하면 여러 연산의 발렌타인을 동시에 마실 수 있다.

PHOTOGRAPHY 박승갑 STYLIST 배보영 HAIR 청호(VOID by 박철) MAKE-UP 소은(VOID by 박철)

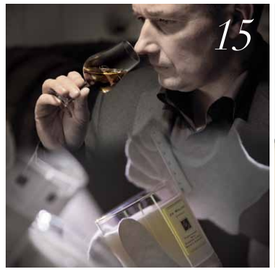
Ballantine's Entrepreneurship

세계적인 스카치위스키 발렌타인은 2백여 년의 시간 동안 품격과 명성을 이어오고 있다. 그 역사의 시작은 1822년 스코틀랜드 에든버러의 13세 소년으로부터 시작되었다. 발렌타인은 와인 전문가인 앤드루 헌터 밑에서 5년간 견습 기간을 거치며 훌륭한 와인을 구별해내는 능력과 좋은 퀄리티의 몰트위스키에 대한 지식을 얻게 되었다. 조지 발렌타인은 19세에 기업가로서 비전을 펼칠 식료품점을 열게 된다. 이때 식료품점의 단골에게 선물하기 위한 위스키를 상점에 가져다놓았는데, 이 위스키가 입소문을 타면서 단골들 사이에서 큰 반향을 일으켰다. 1853년 조지 발렌타인은 몰트위스키와 그레인위스키를 이상적으로 혼합시킨 블렌디드 위스키를 만들어내는 획기적인 기술을 개발, 최고의 블렌디드 위스키를 상품화하는 데 성공했다. 이것은 프레스티지 블렌디드 위스키 시장의 새 장을 연 것으로 위스키의 새로운 방향을 제시한 사건이었다.

* 위 기사는 매거진 아레나 2013년 1월호에서 발췌한 내용입니다.

Ballantine's Magazine

4th. vol.



CONTENTS

Heritage

15. Ballantine's & Jo Malone London
세상이 사랑하는 브랜드에는 뭔가 특별한 것이 있다,
발렌타인 & 조 말론 런던

Lifestyle

23. 9 Ballantine's Influencers
의미 깊은 타이틀로 전해지는 발렌타인의 기업가 정신,
발렌타인 인플루언서

28. Column by Ballantine's Influencer
전재홍 대표, 골프 클럽의 선택 요령

30. Column for Golfers
박호윤 국장, 발렌타인 챔피언십의 5가지 특별함

32. Ballantine's Membership Club
발렌타인을 통해 만나는 고품격 네트워킹의 장, 발렌타인 멤버십 클럽

Innovation

37. Ballantine's 17 Signature Distillery Editions
발렌타인 17의 완벽한 조화로움에서 시작되는 새로운 여행,
발렌타인 17 시그니처 디스틸러리 에디션

48. Ballantine's 17 Miltonduff Launch Event
발렌타인 17이 선사하는 감동, 그 근원을 찾아 떠나는 한 달간의 여정

Art of Blending

65. New Styles to Enjoy Ballantine's 17
발렌타인 위스키 고유의 매력에 더해지는 새로운 스타일링

66. 4 Different Styles of Ballantine's 17
오감을 일깨우는 발렌타인 17의 변화,
개성 가득한 4가지 스타일

Ballantine's & Women

89. ELLE with Ballantine's
발렌타인이 함께한 엘르 20주년 파티 현장,
여성 셀러브리티들이 만난 새로운 칵테일

Ballantine's Pick

99. Global Trend in Art & Culture
발렌타인이 추천하는 국내 및 해외 축제 / 행사 소식

104. Ballantine's Special Concept Space 1
그림 같은 풍경을 마주하는 시공간,
힐튼 남해 골프 & 스파 리조트

108. Ballantine's Special Concept Space 2
드넓은 수평선과 해운대의 절경 그리고 발렌타인,
부산 웨스틴조선호텔

Journey to Ballantine's

프리미엄하면서도 유니크하고, 클래식하면서도 트렌디한,
어떻게 보면 전혀 어울릴 것 같지 않은 두 단어가 공존할 수 있는 이유.
특별한 브랜드 헤리티지를 간직하고 있는 두 브랜드에 그 답이 있다.

01

Heritage

Ballantine's & Jo Malone London

세상이 사랑하는 브랜드에는 뭔가 특별한 것이 있다
발렌타인 & 조 말론 런던

다른 상상은 필요 없다. 문을 열면 안락한 거실 테이블 위에 놓인 조 말론 캔들의 불빛이 우아한 향기를 실어 나르며 작게 빛나고 있고, 글라스에는 발렌타인 위스키가 얼음과 함께 담겨 있다. 이 기분 좋은 장면을 머릿속에 떠올리는 것만으로 당신은 어느새 충만한 행복감에 빠지게 될 것이다.

두 브랜드의 시그니처 스타일에 담긴
독창적인 헤리티지

스코틀랜드 에든버러에 위치한 한 작은 상점에서 세계적인 스카치 위스키 브랜드 '발렌타인(Ballantine's)'의 역사는 시작되었다. 1827년, 발렌타인의 설립자인 조지 발렌타인(George Ballantine)이 19세의 나이로 에든버러에 첫 상점을 열고 위스키 사업을 시작한 이후 지금에 이르기까지, 발렌타인은 프리미엄 블렌디드 스카치 위스키로서의 독보적인 브랜드 유산을 지켜 오며 빠르게 성장해 왔다. 일찍이 영국 왕실에도 인정을 받은 품격 높은 브랜드로, 1895년에는 스코틀랜드를 방문한 빅토리아 여왕이 왕실에서 품질을 보증하는 증서이자 고급 위스키로서의 위상을 증명하는 '로열 워런트(Royal Warrant)'를 수여했다. 또한 1938년에는 스코틀랜드 왕립 문장원에서 '그랜트 오브 헤럴딕 암즈(Grant of Heraldic Arms)' 문장을 수여하면서 발렌타인을 '스코틀랜드 귀족 사회의 품격 있는 브랜드'로 인정하기도 했다.
독특하면서도 확고한 스코틀랜드 고유의 정체성이 발렌타인 브랜드에도 그대로 녹아 있어서일까. 시간이 흘러도 변치 않는 시그니처 스타일과 쉽게 흉내 낼 수 없는 예술적인 블렌딩은 발렌타인이 많은 사람들에게 꾸준히 사랑 받을 수 있는 비결임과 동시에 발렌타인이 쌓아 올린 위대한 유산으로 자리잡고 있다. 한 번이라도 마셔 본 사람이라면 다 아는 발렌타인 위스키만의 복합적이면서도 조화로운 맛과 향. 발렌타인은 그 안에 담긴 고유의 헤리티지를 간직해 오면서도, 시대에 결코 뒤떨어지지 않는 그만의 매력으로 클래식하면서도 세련된 스타일이 반영된 브랜드가 무엇인지를 여실히 보여준다.
부티끄 향수 & 라이프스타일 브랜드 '조 말론 런던(Jo Malone London)'은 그 시작을 영국 런던에 두고 있다. 우리나라에서는 신세계백화점 본점과 강남점에 매장을 오픈하면서 2012년 8월에야 첫 선을 보인 신생 브랜드. 하지만 이미 조향사 조 말론(Jo Malone)에 의해 1994년에 탄생한 '조 말론 런던'은 홈메이드 향수로 출발해 심플한 매력을 지닌 혁신적인 향으로 전 세계 시장에서 사랑 받고 있으며, 현재 한국을 포함해 29개국에서 300여 개 이상의 매장을 운영하고 있다. 절제된 스타일과 참신한 세련미, 우아하면서도 은근한 과감함, 유행을 타지 않는 고상함을 함께 갖추고 있으면서도 때로는 위트와 기발한 매력을 발산하는 조 말론 런던만의 다채로운 브랜드 헤리티지는 유명 셀러브리티들은 물론 남녀 구분할 것 없이 다양한 계층의 까다로운 오감을 사로잡고 있다.

런던의 슬론 스트리트(Sloane Street)에 위치한 조 말론 스튜디오(Jo Malone™ Studio)는 모던한 브리티시 문화에서 영감을 받은 맞춤형 럭셔리의 세계를 보여준다. '런던에서 고급 주택가에 가고 싶다면 조 말론 매장을 찾아라'는 말이 있을 정도로 이 곳은 상류층이 즐겨 찾는 고급스러운 분위기로 유명하다. 조 말론은 세계 정상급 조향사들, 런던의 대표적인 크리에이티브들과의 공동 작업을 통해 세계적인 프레그런스 하우스로 자리잡고 있다.
조 말론 런던은 유니크한 라이프스타일과 아이디어로 유명해진 브랜드 사례로도 꼽을 수 있다. 나만의 향을 만드는 프레그런스 컴바이닝™(Fragrance Combining™), 향으로 공간을 연출하는 센트 서라운드™(Scent Surround™) 등과 같은 독창적인 컨셉만 봐도 그렇다. 이 아이디어들은 열정과 영감의 결과물로 언제나 변화하는 개개인의 라이프스타일과 요구를 반영하고 있으며, 조 말론 런던이 이를 통해 뷰티와 라이프스타일 업계에 혁신을 일으켰다 해도 과언이 아니다.

>>
01. 1827년 조지 발렌타인 최초의 상점
02. 런던 슬론 스트리트에 위치한 조 말론 매장

01

02

누구나 갖고 싶어하는
모던 프리미엄의 가치

발렌타인 위스키는 그 부드럽고 조화로운 맛과 향에 감동하여 로얄 워런트를 수여한 빅토리아 여왕을 시작으로, 당시 상류 사회의 수요를 만족시키면서 전 세계적으로 그 명성을 떨치며 빠르게 성장해 왔다. 이렇듯 19세기부터 럭셔리 라이프스타일을 이끌어 온 발렌타인은 현재도 수많은 오피니언 리더와 위스키 애호가들의 사랑을 받고 있으며, 국내에서는 9년 연속 'CEO가 사랑하는 명품 브랜드'로 선정되면서 품격 높은 최고의 선물로도 손꼽히고 있다.

발렌타인이 전 세계에서 한결같은 사랑을 받고 있는 가장 큰 비결은 최상의 원료, 명장의 블렌딩, aging이 만들어 낸 맛의 비밀에 있다고 할 수 있다. 스코틀랜드 전 지역에서 엄선된 40여 가지의 최상급 원액이 마스터 블렌더의 예술적인 블렌딩을 거쳐, 수작업으로 선별된 오크통에서 오랜 기간 숙성을 거치면, 다양한 맛과 향이 완벽하게 조화를 이루는 발렌타인만의 세련된 풍미로 재탄생하게 된다.

특히 명실상부 발렌타인 가문의 대표작이자 가장 높이 평가되는 위스키 중 하나인 발렌타인 17은 부드러우면서도 균형 잡힌 블렌딩의 깊은 맛과 향이 오랜 여운을 남겨 세계인이 가장 사랑하는 수퍼 프리미엄급 스카치 위스키로 일컬어지고 있다. 선명한 황금빛 앰버 컬러로 오크 향의 달콤함과 감미로운 바디감이 조화롭고 풍부한 부드러움을 전하는 발렌타인 17은 위스키도 예술이 될 수 있음을 보여준다. 그 명성에 걸맞게 권위 있는 각종 국제 주류 품평회에서 수많은 수상 경력을 자랑하고 있으며, 지난 10여 년간의 수상 경력만도 80회가 넘는다. 발렌타인 17은 '2011 국제 주류 품평회(IWSC)'에서도 역시 골드 메달을 수여 받으며, 그 가치를 다시 한번 인정받고 있다.

>>
발렌타인 가문의 대표작 '발렌타인 17'은 선명한 황금 호박색으로 오크향의 달콤함과 감미로운 바디감을 가지고 있으며, 전 세계적으로 가장 높이 평가되는 위스키 중 하나다

발렌타인 위스키 중에서도 단연 베스트셀러로 손꼽히는 블렌드가 발렌타인 17이라면, 조 말론 런던의 시그니처 향기이자 전 세계 사람들에게 사랑을 받고 있는 베스트셀링 향기로는 라임 바질 앤 만다린을 들 수 있다.

컬트와 모던 클래식 계열로 묘사되는 라임 바질 앤 만다린은 조 말론 런던의 대표적인 향수이며, 지금까지 조 말론 런던에서 가장 많이 판매된 향수이기도 하다. 이 특별한 향수는 카리브해의 산들바람에서 실려온 듯한 산뜻한 라임향에 톡 쏘는 바질과 향기로운 백리향이 더해진 독특한 조합에서 느껴지는 묘한 매력으로 문화와 세대를 초월하여 여성과 남성 모두에게 사랑을 받고 있다.

라임 바질 앤 만다린은 발렌타인 17과 마찬가지로 그 매력에 푹 빠진 열성적인 애호가들을 끊임없이 탄생시키고 있다. 전 세계 유명 셀러브리티들이 공개하는 잇 뷰티 아이템 리스트에는 조 말론의 라임 바질 앤 만다린이 자주 등장한다. 윌리엄 왕자가 영국 케이트 왕세자비와의 첫날밤에 선물한 바구니에도 조 말론 런던의 라임 바질 앤 만다린 향수와 향초가 가득 담겨 있었다고 전해진다.

조 말론 런던의 독특한 향이 담긴 향수, 럭셔리 캔들과 고급스러운 바디 케어 용품이 선물용으로도 각광받는 이유 중에는 영감을 불어넣어 주는 기대 이상의 향은 물론 크림과 블랙의 고급스러운 선물 패키징도 큰 부분을 차지한다. 조 말론 런던을 대표하는 블랙 리본을 풀고 크림색 박스를 열면 라임 바질 앤 만다린 향을 살짝 뿌린 블랙 티슈가 제품과 함께 눈에 들어오며 깊은 인상을 남기는 것. 선물을 받는 이도, 주는 이도 설레게 하는 이 세련된 맞춤식 포장만 보더라도 사소한 배려 하나 놓치지 않는 완벽주의적인 조 말론 런던의 철학을 느낄 수 있다.

>>
조 말론 런던의 대표적인 향수 '라임 바질 앤 만다린'은 산뜻한 라임향에 톡 쏘는 바질과 향기로운 백리향이 독특한 조합을 이루는 것이 특징이다

01

02

>>

01. 발렌타인의 5대 마스터 블렌더 샌디 히슬롭
02. 샌디 히슬롭과 함께 발렌타인 40을 탄생시킨 세계적인 은 세공 장인 리차드 폭스

장인의 숨결이 깃든
특별한 예술 작품

발렌타인 위스키의 복합적인 맛과 향의 완벽한 조화는 마스터 블렌더로 불리는 장인의 열정과 오랜 기다림에서 비롯된다. 약 200여 년이 넘는 발렌타인의 역사 속에서 설립자 조지 발렌타인을 포함한 단 5명의 마스터 블렌더만이 발렌타인의 일관된 시그니처 스타일을 한결같이 지켜내는 역할을 담당하고 있다.

발렌타인에 있어 '블렌딩'이란 단순히 위스키를 정확한 비율에 의해 섞는 것이 아니라, 개성이 각기 다른 증류소에서 만들어진 최상급의 몰트 위스키와 그레인 위스키가 마스터 블렌더의 오감을 통해 완벽하게 조화를 이루는 것을 뜻한다. 이 과정에서 마스터 블렌더는 10년 전에 블렌딩된 발렌타인과 오늘 블렌딩한 발렌타인이 동일한 맛과 향을 낼 수 있도록 제조 과정의 모든 단계를 일관되게 관리하고 책임진다. 그들은 방금 수확된 원료의 품질 테스트에서부터 길게는 수십 년에 걸친 위스키의 증류, 숙성, 블렌딩 과정을 헌신과 끈기로 지켜보아야 하는 수호자이자 약 1,000여 가지의 향을 구별해 내는 천재적인 능력의 소유자로, 마시는 것이 아니라 향을 맡는 것만으로 각각의 원액을 구분해 낸다. 블렌딩을 예술의 경지로 승화시키는 과정, 혹은 그 결과물인 발렌타인 위스키 자체가 '아트 오브 블렌딩(Art of Blending)'으로 불리는 것은 어쩌면 당연한 건지도 모른다.

발렌타인의 다섯 번째 마스터 블렌더인 샌디 히슬롭(Sandy Hyslop)은 위스키에 대한 타고난 감각과 기량으로 일찍부터 두각을 드러내며 2005년, 발렌타인 위스키의 모든 것을 총괄하고 결정하는 마스터 블렌더로 임명됐다. 스카치 위스키에 대한 그의 열정과 경험, 직관은 최상의 원액의 완벽한 블렌딩으로 완성된 발렌타인 40년의 탄생에 결정적인 역할을 했다.

지난 3월 출시된 발렌타인 40년은 최고의 원액을 빚어 최상의 위스키를 만들고자 하는 창립자 조지 발렌타인의 정신을 반영한 위스키다. 발렌타인의 높은 가치를 일관성 있게 유지하기 위해 1년에 단 100병만 한정 생산되는 이 진귀한 보틀은 맛과 향, 컬러의 섬세한 조합과 시대를 뛰어넘는 예술적 블렌딩 뿐만 아니라 모든 과정이 수작업으로 이루어진다는 점에서 더욱 큰 가치를 담고 있다. 또한 발렌타인은 그 품격에 걸맞는 보틀을 창조하기 위해 영국을 대표하는 은 세공 장인 리차드 폭스(Richard Fox)와 손을 잡았다. 그의 손에서 완성된 발렌타인 40년의 보틀은 마개, 칼라, 인증문장과 라벨, 베이스 컵까지 5곳이 순도 90% 이상의 은으로 장식되었고, 각 보틀마다 1부터 100까지의 고유 번호와 출시년도가 직접 새겨져 있다. 리차드 폭스는 보틀을 개발하는 데만 2년 반, 생산하는 데는 6개월이 걸린 발렌타인 40년이 자신의 역대 최고작이라 단언한다.

블렌디드 위스키의 가치와 품격을 높이기 위해 끊임없이 연구하고, 일관성 있는 맛과 향을 대대로 유지하고자 하는 장인정신이 담긴 발렌타인의 '아트 오브 블렌딩'은 많은 사람들에게 변하지 않는 가치로 영원한 즐거움을 선사하고 있다.

조 말론 런던은 향이라는 것은 스스로 강력한 힘을 발휘하며, 향이 닿는 모든 것 그리고 모든 사람을 변화시킨다고 믿고 있다. 매력적인 코롱을 뿌리는 순간이나 벨벳처럼 부드러운 바디 크림을 바르는 순간, 캔들로 방 안을 밝히는 순간, 또는 품격 있게 포장한 선물을 고르는 순간 등 조 말론 향수는 이 모든 순간에 특별한 의미를 부여하며, 그 순간순간을 기억할 수 있게 만들어준다.

브랜드 초기 단계에서부터 조 말론 스튜디오는 심플하고 정교하며 섬세한, 그리고 무엇보다 특별한 향을 지닌 향수를 개발하기 위해 전 세계에서 가장 능력이 뛰어난 마스터 퍼퓨머들과 연구해 왔다. 그리고 오늘날, 조 말론 런던의 마스터 퍼퓨머들은 현대적이고 고급스러운 향수를 창조하기 위해 언제나 한계를 뛰어넘는 선구자 역할을 하고 있다.

그래서인지 조 말론 런던의 모든 향수에는 특별한 이야기가 담겨 있다. 카리브해의 산들바람에서 실려온 듯한 라임 향에서부터 숲 속 깊은 곳에서 빛나는 블루벨에 이르기까지, 마스터 퍼퓨머들이 최상의 성분들만을 사용하여 조합한 이 향수들을 '코롱'이라 부른다. 이 코롱들은 배스 및 바디 케어, 홈 컬렉션의 다양한 향기들과 함께 6가지의 향수 계열로 나뉘는 향 조합법을 이루고 있다.

셀린 루(Celine Roux)는 조 말론 크리에이티브 스튜디오의 글로벌 제품 개발 책임자이자 조 말론의 대표적인 조향사다. 셀린 루의 향에 대한 열정은 향수 산업와 뷰티 산업에서 쌓은 그녀의 폭넓은 경력에서부터 시작됐다. 기술적인 면을 중시하는 화장품 산업에서 쌓은 그녀의 노하우는 조 말론에 오면서 자연스럽게 진화되었다. 셀린은 세계적인 조향사들과 함께 향수 개발을 진두지휘하고 있다. 그녀는 향수와 캔들 메이킹 자체에 담긴 과학과 예술을 자신이 축적해 온 테크니컬한 감각과 결합해 최상의 결과물을 만들어 내고 있으며, 조 말론 전 제품의 품질을 높이고 있다. 셀린은 그녀의 영감을 그녀가 살고 있는 런던의 정신에서 얻고 있다. 철저한 영국 주의를 강조한 런던의 절충주의는 그녀에게 크리에이티브의 자유를 부여했고, 끝없는 영감을 제공해 준다. 깊고 풍부한 스모키 향과 로스팅한 커피 원두의 향을 가진 '블랙 베티버 카페' 향과 '포머그래니트 누와' 향은 그녀가 가장 좋아하는 향이다.

16명의 장인이 전 과정에서 하나하나 손으로 만드는 조 말론 캔들은 '예술과 과학의 만남(The Marriage of Art & Science)'으로 불릴 정도로 정교하고 섬세하며 오랜 시간을 필요로 하는 제품이다. 이 고급 향수와 견줄만한 럭셔리 향초를 만들기 위해서는 2년 간의 디자인 기획과 개발 기간이 필요하며, 집중적인 테스팅과 블렌딩 과정도 그 기간에 포함된다. 16명의 장인이 손으로 양초를 만드는 제조 과정에 참여한다. 2가지 향이 똑같은 방식으로 타는 경우는 없다. 특정한 향에 맞는 밀랍들(waxes)이 맞춤형으로 혼합이 되고, 완벽한 심지와 결합한다. 셀린 루는 "양초가 만들어지기 위해 장인들의 조심스러운 손길이 얼마나 많이 들어가는지, 얼마나 많은 인내심으로 만들어졌는지를 아는 사람은 많지 않다"며 "양초 제조 전 과정이 손으로 이뤄지기 때문에 조 말론 캔들 전문가들은 아주 오래된 기술과 최신의 기술을 결합해 몇몇 세계적인 조향사들의 천재적인 후각을 조 말론 양초에 그대로 담아 낸다"고 말한다. 이와 같은 복잡한 양초 제조 과정을 통해, 조 말론은 전통적인 장인의 기술을 계승하고 장인들의 기술을 현대의 시장 환경에 접목해 오고 있다. 장인 정신으로 만들어낸 정교함, 품질, 스킬에 대한 열정이 조 말론을 '새로운 영국 명품의 개척자'로 자리 잡게 만들었다.

5대로 이어지는 발렌타인 마스터 블렌더의 손끝에서 시작되는 '아트 오브 블렌딩'. 그리고 조 말론 런던의 마스터 퍼퓨머와 16명의 장인이 창조하는 '예술과 과학의 만남'. 이것만 보더라도 진정한 명품으로 인정받기 위한 최소한의 조건이 무엇인지, 그리고 이 과정을 통해 탄생하는 제품이 왜 예술 작품으로 여겨지는지 알 수 있다.

>>

조 말론 런던의 캔들은 하나하나 16명의 장인의 손을 거쳐 만들어진다

01

02

>>

01. 02. 실내 분위기를 연출하는 조 말론 캔들

03. 세련된 디자인의 조 말론 향수와 선물 패키지

03

블렌딩의 마법으로 탄생하는
새로운 향, 새로운 블렌드

발렌타인과 조 말론 런던, 두 브랜드의 또 다른 공통점이 있다면 그것은 맛 혹은 향을 어떻게 블렌딩하느냐에 따라 전혀 다른 새로운 제품이 탄생하기도 한다는 것이다. 발렌타인 위스키를 대표하는 발렌타인 17은 스코틀랜드의 4개 지역에 위치한 각 증류소에서 생산되는 40여 가지의 몰트가 완벽한 조화를 이루며 만들어지는 블렌디드 위스키다. 각각의 증류소나 몰트마다 서로 다른 특색과 풍미를 담고 있기 때문에 그 비율에 따라 탄생할 수 있는 맛과 향은 천차만별이지만, 발렌타인 17은 그 비율이 완벽한 조화를 이루며 많은 이들에게 또 다른 감동을 선사하고 있다. 이러한 발렌타인 17의 완벽한 부드러움에 기여하는 4곳의 증류소의 핵심 몰트 중 하나를 좀 더 강조하는 것만으로 전혀 새로운 에디션을 탄생시킬 수 있다. 발렌타인 17 시그니처 디스틸러리 에디션은 발렌타인의 '아트 오브 블렌딩'이 주는 또 다른 즐거움을 선사하기 위해 탄생했다. 2010년 '발렌타인 17 글렌버기 증류소 200주년 에디션'에 이어 2011년에는 '발렌타인 17 스카파 에디션', 최근의 '발렌타인 17 밀튼더프 에디션'에 이르기까지 발렌타인은 각 시그니처 증류소의 특성을 반영하여 스페셜 에디션들을 한정적으로 출시하고 있다. 이 리미티드 에디션들은 발렌타인 특유의 우아하고 균형 잡힌 부드러움을 지니면서도 각 지역과 몰트의 특색에 따라 달라지는 다양한 블렌딩의 미학으로 발렌타인 애호가들에게도 색다른 즐거움과 또 다른 감동을 전하고 있다.

조 말론의 향 역시 다양한 블렌딩이 가능하다. 조 말론의 모든 향수는 최상의 성분들을 사용해서 수제로 직접 조합되었으며, 정교하고 우아한 절제미를 잘 나타내어 준다. 또한 다른 향수 브랜드에서는 느껴 볼 수 없는 기발한 향을 블렌딩했기 때문에 각 향수별로 색다른 특징을 지니고 있다. 조 말론 런던의 향은 크게 '신선한 계열'과 '따뜻한 계열'로 나뉜다. 신선한 계열의 향수들은 밝고 활기 넘치며 매력적인 향들로, 시트러스, 과일 향, 라이트 플로랄 향을 포함한다. 반면, 따뜻한 계열의 향수들은 보다 진하고 중독성 있으며 화려한 플로랄, 스파이스, 우드 계열의 향을 포함한다.

조 말론 런던의 향수는 단독으로 사용하여도 매력적이지만, 비슷하거나 아예 다른 느낌의 코롱이나 크림과 함께 조합하고 레이어링할 수 있게 만들어졌기 때문에 직접 여러 향을 블렌딩하여 유니크한 향수를 창조할 수도 있다. 개개인의 취향이나 기분 상태, 주변 분위기에 완벽하게 들어맞는 향을 찾는 것은 생각보다 어렵지 않다. 조 말론의 스타일리스트 전문가가 소개하는 프레그런스 컴바이닝™(향 조합™)은 여러 가지 향들의 완벽하고 균형 잡힌 스펙트럼을 제공하며, 독특하고 새로운 배합으로 나만을 위한 시그니처 향을 창조해 내는 일이 얼마나 간단하고 즐거운 활동인지를 느끼게 해준다. 향을 혼합하고자 하면 처음에는 시트러스 향에서 시작해서 점차 더 풍부하고 스파이시한 향으로 옮겨가면 된다. 예를 들면 짙은 플로랄 향에는 상큼한 시트러스 향을 더하여 생기 있게 표현하고, 따사로운 느낌을 위해 스파이스 향을 가미하는 식이다. 조 말론 런던은 기존의 한계에 지속적으로 도전하고, 향수가 우리의 일상 생활을 얼마나 즐겁게 만들어 줄 수 있는지를 깨닫게 만들어 준다.

발렌타인 위스키, 그리고 조 말론 런던의 향수와 럭셔리 캔들. 이들이 있는 공간은 언제나 특별한 분위기를 연출하며 오감을 자극한다. 감미롭고도 감각적인 여행을 원한다면 이 두 브랜드를 반드시 떠올리는 것이 좋다. 당신의 여행이 향기로 물들어 쉽게 잊혀지지 않을 깊은 인상을 남기게 될 테니까.

>>

01. 발렌타인의 명작, 발렌타인 17

02. 발렌타인 17 글렌버기 200주년 에디션

03. 발렌타인 17 스카파 에디션

04. 발렌타인 17 밀튼더프 에디션

Lifestyle 02

Leave an Impression

발렌타인과 골프. 스코틀랜드에서 시작된 두 가지 유산이 이어 온
오랜 인연과 그 조화는 많은 이들에게 깊은 인상을 남기고 있다.
어느새 긴밀한 관계 속에서 진정한 가치를 공유하고 있는 발렌타인과 골프를
경험하고 이야기하는 이 시대의 오피니언 리더들이 한자리에 모였다.

9 Ballantine's Influencers

의미 깊은 타이틀로 전해지는 발렌타인의 기업가 정신

발렌타인 인플루언서

페르노리카 코리아는 발렌타인 챔피언십 개최를 비롯한 다양한 마케팅 활동을 국내에서 전개해 오면서, 스코틀랜드의 위대한 유산인 발렌타인과 골프가 전하는 오랜 가치를 대중들과 공유하고 있다. 이와 같은 맥락에서 발렌타인은 위스키와 골프를 즐기는 기업이나 교육, 언론 등 사회 각 분야의 오피니언 리더들을 선정, '발렌타인 인플루언서'라는 타이틀을 부여했다. 이를 통해 발렌타인이 전하고자 하는 것은 무엇일까. 바로 200여 년 전 조지 발렌타인에서부터 이어 오는 기업가 정신을 되새기고 많은 이들에게 그 귀중한 가치를 일깨우기 위함이다.

지난 9월 21일, 신사동 프라이빗 라운지 '클럽 모우 서울'은 아주 특별한 만남의 장소가 되었다. 200여 년 동안 이어져 오고 있는 조지 발렌타인의 기업가 정신을 현대에서 계승하고 있는 이들에게 '발렌타인 인플루언서(Influencer)'라는 의미 있는 타이틀을 부여하는 자리였던 것. 골프와 연관된 각계각층의 인사들이 한자리에 모인 이날, 발렌타인 인플루언서로 선정된 그들에게는 2가지의 공통된 키워드가 존재했다. 각자의 분야에서 영향력을 가진 그들의 일상에서 골프와 위스키는 빠질 수 없는 키워드로 자리잡고 있었다.

발렌타인의 가치를 담은 타이틀이 주어지는 중요한 자리인 만큼, 클럽 모우 서울의 실내 공간은 골드와 네이비 컬러가 조화된 고급스러운 인테리어로 연출되었다. 인플루언서 임명식에 앞서 진행되는 멘토링 프로그램을 위해 자리마다 세팅된 테이스팅 키트는 세심함을 더했고, 최근 출시된 발렌타인 40은 쇼케이스에 진열되어 행사장을 찾은 이들의 관심을 끌었다. 클래식한 피아노 연주가 울려퍼지는 가운데, 참석자들은 행사 시작 전 웰컴 칵테일로 준비된 '발렌타인 17 ICE'와 '발렌타인 17 FRESH'를 즐기며 가벼운 담소를 나누었다. 평소 위스키와 골프를 즐기는 참석자들답게 대화의 주제는 단연 발렌타인과 골프였다. 특히 오늘 임플루언서 선정식에는 페르노리카 아시아 지역 총괄 디렉터인 제임스 맥스웰(James Maxwell) 씨도 함께 참석해 축하의 자리를 한껏 빛냈다.

01

02

>>
01, 02. 9인의 인플루언서들에게 순금으로 제작된
발렌타인 멤버십 클럽 카드와 마커가 포함된 위촉장이 수여되었다

200여 년의 역사에 담긴 발렌타인의
변하지 않는 가치를 되새기다

인플루언서 임명에 앞서 발렌타인에 대해 깊이 있게 알아갈 수 있는 멘토링 프로그램이 우선적으로 진행되었다. 'Timeless Classic'이라는 주제로 진행된 클래스는 세대에서 세대로 불변의 가치가 전해지고 있는 발렌타인의 역사와 정신을 되새기는 시작점이 되었다. 또한 스카치 위스키의 대명사로 자리매김해 온 발렌타인의 히스토리와 발렌타인 증류소가 위치한 스코틀랜드의 4개 지역에 대한 소개가 이어졌다. 사전에 준비된 테이스팅 키트를 열며 본격적인 테이스팅 과정이 진행되자 참석자들은 상기된 표정으로 테이스팅에 임했고, 브랜드 앰버서더의 한 마디 한 마디에 경청하는 모습을 보였다. 또 참여자들은 보리로 만든 증류 원액인 뉴스피릿을 비롯, 글렌버기 몰트, 스카파 몰트, 그레인 위스키, 발렌타인 17, 발렌타인 30을 순차적으로 테이스팅하며 맛과 향에 대한 느낌을 테이스팅 노트에 직접 메모하는 열정을 비쳤다. 평소 위스키를 즐기는 이들답게 궁금한 부분에 대한 질의가 오래도록 이어져 발렌타인에 대한 그들의 높은 관심을 읽을 수 있었다. 클래스의 마지막 순서로는 조지 발렌타인의 기업가 정신과 5대에 거쳐 불변의 가치를 전수하고 있는 역대 마스터 블렌더들의 장인정신에 대한 설명이 계속되었다. 그 시간 속에서 모두가 발렌타인 인플루언서 선정의 진정한 의미를 발견할 수 있었음은 물론이다.

>>
01. 인플루언서 임명식 전 멘토링 프로그램을 통해 발렌타인을 알아가는 시간이 마련되었다
02. 직접 보고 느낀 발렌타인의 맛과 향을 테이스팅 노트에 기록해 두는 모습
03. 테이스팅 키트에 준비된 증류 원액과 발렌타인 블렌드를 순차적으로 테이스팅했다
04. 이날의 멘토링 프로그램은 발렌타인 앰버서더가 맡아 진행했다

01

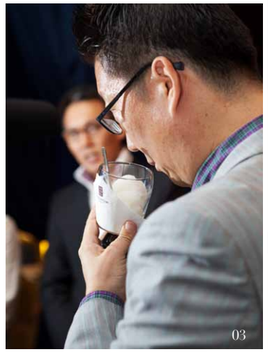
02

03

04

01

02


03

04

영향력 있는 9인의 오피니언 리더,
발렌타인과 새로운 인연을 맺다

멘토링 프로그램이 마무리된 후, 스크린을 통해 발렌타인 인플루언서로 선정된 9인의 프로필이 보여지면서 본격적인 임명식이 시작되었다. 페르노리카 코리아 마케팅팀 송현귀 이사는 "발렌타인과 골프의 인연은 꽤 오래된 역사를 가지고 있으며, 특히 국내 유일의 유러피언 투어인 발렌타인 챔피언십을 5회째 개최하고 있을 정도로 한국과의 인연도 깊다"고 설명했다. 또 "인플루언서라는 개념이 다소 생소할 수도 있으나 이번에 선정된 아홉 명에게서 골프와 위스키, 즉 발렌타인이라는 공통점을 느낄 수 있었다"며 "각자의 위치에서 최고의 영향력을 발휘하고 계시는 분들의 삶 속에서 발렌타인이 앞으로도 의미 있는 인연을 맺을 수 있기를 기원한다"는 축하 인사와 함께 인플루언서들에게 직접 위촉장을 수여했다. 이들이 수여받은 위촉장은 고급스러운 우드 재질로 만들어진 것으로 내부에는 순금으로 특별히 제작된 발렌타인 멤버십 클럽 카드와 골드 마커가 포함되어 그 의미를 더했다. 임명식을 끝으로 저녁 만찬과 애프터 파티가 진행되면서 참가자들은 자유롭게 이야기를 나누며, 훈훈한 분위기를 이어나갔다.

발렌타인이 이번에 선정한 인플루언서는 토니윤(쿠시먼앤드웨이크필드 상무), 고승현(인덱스파트너스 대표), 김동섭(제이골프 대표이사), 이경철(숙명여대 교수), 전재홍(MFS 골프 대표이사), 신재욱(일진실업 주식회사 상무) 등 총 아홉 명이다. 기업, 교육, 언론 등 각 분야를 이끄는 리더로서의 자질은 물론 활발한 활동 속에서 보여지는 그들만의 철학이 조지 발렌타인이 이야기하고자 했던 기업가 정신과 닮아 있다는 점에서, '발렌타인 인플루언서'라는 타이틀은 모두에게 특별한 의미로 남을 소중한 시간이었다.

>>
01. 화기애애한 분위기 속에서 이야기를 나누는 참석자들
02. 수여 받은 위촉장의 내용을 꼼꼼하게 살펴보고 있다
03. 행사 시작 전 웰컴 칵테일로 제공된 '발렌타인 17 ICE'를 즐기는 모습
04. 발렌타인 인플루언서로 선정된 이경철 교수(숙명여대)가 기념 촬영에 임하고 있다

Mini Interview

발렌타인의 진정한 가치를 이야기하다

"발렌타인 속에서 '아름다움'의 가치를 발견했습니다"

스코틀랜드가 남긴 위대한 유산인 위스키와 골프를 사랑하는 사람들과의 교류를 통해 발렌타인의 가치를 함께 찾아갈 수 있었던 오늘의 시간은 오래도록 기억에 남을 것 같습니다. 개인적으로 스코틀랜드의 자연이 선물하는 아름다움을 더 가까이 느끼고 싶어 내년쯤에는 여행을 떠날 계획도 가지고 있습니다. 천혜의 자연과 함께하는 라운딩, 그곳에서 즐기는 발렌타인. 생각만으로도 행복한 미소가 지어지네요. 평소에는 발렌타인을 스트레이트, 온더락으로 마셔왔는데, 몰트의 맛과 향을 더욱 깊게 느낄 수 있는 방법이 있다는 점이 놀랍게 다가왔습니다. 특히 부드러우면서 점점 끌리게 되는 매력을 가진 발렌타인 30 속에서 마치 내 것이 된 듯한 편안함을 발견할 수 있었습니다. 발렌타인만의 '아름다움'이 전해지는 이 시간을 혼자만 느끼기엔 무척 아쉽네요. 주변의 지인들에게 이 아름다움을 전할 생각입니다.

_ 숙명여대 교수 **이경철**

"각각의 몰트가 빚어낸 최상의 조합으로 탄생한 발렌타인, 그 흥미로운 매력에 흠뻑 빠져들었습니다"

보통 17년산, 21년산이라고 하면 그 기간 동안 숙성된 위스키라고만 생각했고, 와인처럼 위스키도 처음의 상태에서 그만큼의 기간이 지나면 저절로 완성되는 것으로 인식해 왔습니다. 그러했기에 40개가 넘는 최상의 싱글 몰트와 그레인이 블렌딩되어 오랜 세월을 거친 뒤에야 비로소 탄생되는 발렌타인 위스키에 대한 이야기는 저에게 매우 흥미롭게 다가왔습니다. 아마 이 상세한 내용을 아는 지인들이 많지 않을 것 같아 지인들에게도 발렌타인의 진정한 가치와 의미를 전해주려고 합니다. 평소 술을 사랑하는지라 그 동안은 위스키를 마냥 즐기기만 했는데, 앞으로는 조금 더 깊이 있게 발렌타인 위스키를 느끼고 싶네요. 다양한 몰트가 보여주는 각각의 개성을 찾아가는 재미가 있을 것 같습니다. 부드러운 목 넘김과 부드럽고 달콤한 풍미 그 이상의 다양함을 담고 있는 발렌타인에 대해 조금 더 다가갈 수 있었던 소중한 시간이었고, 그 자리에 함께할 수 있어 골프와 위스키를 사랑하는 사람으로서 더없이 행복합니다.

_ MFS 골프 대표이사/체육학 박사 **전재홍**

"기업가 정신이 묻어나는 스카치 위스키의 진수라고 생각됩니다"

200여 년의 세월 동안 변하지 않는 가치를 전하고 있는 조지 발렌타인의 기업가 정신에서 큰 감명을 받았습니다. 더욱이 그 의미를 되새기며 발렌타인에서 선정하는 인플루언서 중 1인이 되어 영광스러운 동시에 감회가 남다르네요. 평소에도 위스키가 블렌딩되는 과정에 대한 많은 궁금증이 있었는데, 발렌타인의 시작과 그 역사는 물론 새로운 면까지 발견할 수 있어 뜻깊은 시간이 되었습니다. 한국 분들 대부분이 술을 마심에 있어 들이붓는 음용 스타일인데, 멘토링 클래스를 통해 제 스스로도 반성을 많이 하게 되었습니다. 이번 시간을 통해 오랜 시간의 노력과 장인정신이 담긴 발렌타인을 제대로 음미해야겠다고 생각했어요. 신선한 감각을 일깨워 준 위스키의 진수 발렌타인, 그 소중한 가치가 오래도록 변치 않기를 바라는 마음으로 한 잔 한 잔을 의미 있게 마시고자 합니다.

_ 쿠시먼앤드웨이크필드 상무 **토니윤**

"The World No.1 out of Premium Scotch Whisky!"

저는 매년 한국에서 개최되고 있는 발렌타인 챔피언십을 비롯한 다양한 커뮤니케이션 활동을 긍정적으로 보고 있으며, 그런 의미에서 한국은 매우 특별한 시장이기도 합니다. 특히 오늘은 발렌타인 인플루언서 임명식과 멘토링 프로그램까지 경험할 수 있어 최고의 시간이 아니었나 생각합니다. 발렌타인을 한마디로 정의한다면 전 세계 No.1 프리미엄 스카치 위스키로 표현하고 싶습니다. 그만큼 완벽한 블렌딩이 선사하는 최고의 가치를 발렌타인을 통해 느낄 수 있다는 의미입니다. 개인적으로도 발렌타인을 다양하게 즐기는데, 발렌타인 17은 주로 약간의 얼음 및 물과 블렌딩해서 함께 마시는 편입니다. 가끔 휴식이 필요할 때는 편안한 분위기에서 발렌타인 30을 음미하는 것을 좋아합니다. 이 때도 역시 얼음이나 물을 섞는데 이렇게 하면 위스키의 풍미와 캐릭터를 더욱 잘 이끌어 낼 수 있습니다. 발렌타인의 마스터 블렌더인 샌디 히슬롭 역시 위스키의 향을 맡거나 테이스팅을 할 때 항상 위스키와 물을 50:50 비율의 같은 양으로 합니다. 여러분도 이와 같은 방법으로 발렌타인의 진면목을 발견해 보시길 바랍니다.

_ 페르노리카 아시아 지역 총괄 디렉터 James Maxwell

Column by Ballantine's Influencer

MFS 골프 대표이사 /
체육학 박사

전재홍

자신에게 적합한 이상적인 클럽의 의미
골프 클럽의 선택 요령

개개인의 체형, 특성, 습관, 성향 등이 반영된 과학적인 클럽 피팅 과정을 거쳐 비로소 자신에게 최적화된 골프 클럽이 정해지게 된다. 바람직한 골프 클럽의 선택은 프로 선수를 비롯한 상급자와 초보자 모두에게 가장 중요한 부분이다.

이제 골프란 스포츠는 소수의 특별한 전유물이 아닌 대중의 스포츠로 자리매김하고 있고, 이로 인해 골프 인구의 증가는 물론 골프 관련 산업 분야 역시 자연스레 그 규모가 커지고 있다. 2011년 말 기준 우리나라는 총 410개의 골프장을 운영하였고(군 골프장 제외), 내장객 숫자는 2,690만 명으로 야구 내장객 수 681만 명, 축구 내장객 303만 명과 비교해 보면 실로 엄청난 숫자이다. 더욱더 흥미 있는 사실은 야구 인구가 오백만 명이든 천만 명이든 간에 야구 인구 중 야구 글러브 또는 야구 벨트를 가지고 있는 야구인은 10%가 안 되는 반면 골프를 하는 사람은 거의 예외 없이 자신의 골프 클럽을 구비하고 있다는 점이며, 거기에다 드라이버 내지 우드, 퍼터 등을 추가로 가지고 있는 것을 감안하면 골프 장비 시장은 실로 크다고 할 수 있다.

이와 같이 많은 골프인들이 저마다 주장은 각기 다르지만 한 가지 중요한 것은 모든 골퍼들이 좋은 골프 클럽을 갖기를 원한다는 사실이다. 하지만 좋은 클럽을 선택하기 위하여 많은 고민을 하면서도 특별한 선택 기준이 없기에 막연히 비싸면 좋고, 브랜드 있으면 좋으며 유명 프로가 사용하면 좋다는 고정 인식을 가지고 있는 것 또한 사실이다.

결론적으로 클럽은 비싸다고 좋고 싸다고 나쁜 클럽이 아니라 자신의 체형에 맞고 본인의 스윙 스타일과 기량에 걸맞는 클럽이 최고의 클럽이다. 골프 클럽은 스포츠용품이지 장식품이 아닌 관계로, 얼마나 자신에게 적합한 지가 중요하지 브랜드와 가격은 부차적인 것이라 하겠다. 가령 시중에 있는 A란 제품이 20대가 사용하면 20대용 클럽이 되고 60대가 사용하면 60대용 클럽이 되는 거라면 클럽을 선택하면서 고민할 이유가 있겠는가? 분명 신장 160cm에 60kg, 스윙 스피드 80인 골퍼와 신장 180cm에 90kg, 헤드 스피드 100인 골퍼가 다른 클럽을 사용하여야 된다는 것은 그다지 강조하지 않아도 될 것이다.

그렇다면 나에게 적합하지 않은 클럽을 사용한다면 어떠한 현상이 발생할까? 우리는 많은 골퍼들이 좋은 스윙을 가지고 있으면서도 자신에게 맞지 않는 잘못된 클럽으로 인하여 원치 않는 볼의 구질 등 그 원인을 이해하지 못하는 경우가 발생하는 것을 종종 볼 수 있다. 즉 자신에게 맞지 않는 클럽으로 인하여 좋지 않은 샷이 나왔을 때, 이것을 본인의 스윙으로 오인하여(예를 들어 자신의 체형이나 신체 리듬에 비하여 무겁고 강한 클럽을 사용하다 보면 자신도 모르게 지나치게 어깨에 힘이 들어가서 무리한 스윙을 한다는 등) 오히려 좋은 스윙을 교정한다던가 또는 골프 입문 시 많은 시간과 돈을 투자하여 어려운 길로 돌아서 가는 시행 착오를 겪는다는 것이다. 바로 이 점이 피팅을 하는 가장 큰 이유이며, 좋은 클럽이란 자신의 체형과 스윙 등을 고려했을 때 자신에게 적합한 이상적인 클럽을 의미한다.

클럽 피팅이란 개개인의 나이, 구력, 체형 등 일반적인 사항은 물론 스윙이나 샷의 성향 등을 과학적으로 정확히 분석하여 헤드와 샤프트의 모델, 길이, 강도, 무게 및 그립 사이즈에 이르기까지 개개인에 적합한 가장 이상적인 클럽을 제작하는 필수 과정이다.

미국 PGA 프로들은 100% 피팅 클럽을 사용하고 있다고 자신 있게 말하고 싶다. 즉 프로 선수들이 모회사와 스폰서 계약을 맺었다 해도 그 제품을 그대로 사용하는 것이 아니라 그 회사 제품 중 가장 선호하는 모델의 헤드만 사용할 뿐이고, 정작 중요한 샤프트 모델과 클럽 피팅(강도, 길이, 무게 등)은 프로 개개인이 자유롭게 선택하고 그들이 요구하는 방향대로 제작하여 사용하고 있는 것이다.

골프 클럽의 선택은 프로를 포함한 상급자는 물론 골프를 처음 시작하는 초보자에게도 대단히 중요한 사항이다. 반드시 클럽 선택은 브랜드 있으면 좋고 비싸면 좋다는 단순 인식에서 벗어나, 자신의 신체적 특성과 스윙 습관, 볼의 성향 등을 고려하여 자신에게 가장 이상적인 클럽이 바람직하다는 인식 하에 클럽을 선택하기 바란다.

이제 앞으로 본 지면을 통하여 우리가 무심히 지나쳤던 헤드의 선택 요령, 샤프트 선택 요령, 스윙 웨이트의 영향, 주조와 단조 헤드의 차이점 등 클럽 제작과 관련된 요소들에 대해 미흡하나마 지난 시간의 경험을 바탕으로 기고하려고 한다. 혹 본란에서 부족한 점이나 궁금한 사항이 있으면 본인의 이메일(jjh@mfsgolf.com)을 통해 연락을 주시면 부족하나마 성심성의껏 답변을 드릴 것을 약속 드리며, 작게나마 이번 기회를 통해 클럽을 선택하는 데, 또한 피팅 클럽의 요소를 이해하는 데 도움이 되길 희망한다.

Mini Interview

"저에게 골프란 꿈을 실현하는 도구입니다"

골프라는 존재는 어떤 의미인가. 개인적으로 우리나라는 김연아, 박지성 등 세계적인 스포츠 선수를 배출하면서도 우리나라를 대표하는 스포츠 브랜드가 없다는 것이 가장 아쉬운 점이었습니다. 양용은 프로가 우승을 기념하면서 번쩍 들어올렸던 골프 백 또한 우리나라 브랜드가 아니었죠. 저에게 있어서 골프는 꿈을 실현하는 도구입니다. 골프를 통해서 비즈니스를 완성하고 대한민국을 대표하는 스포츠 브랜드를 만드는 것이 제 꿈입니다. 현재 '오직 하나뿐인'이라는 의미의 '매트릭스 오직'과 '이루다, 성취하다'는 뜻의 '이루다'라는 모델명으로 기술력 하나만은 세계 최고인 샤프트를 선보이고 있습니다.

발렌타인은 매년 발렌타인 챔피언십을 개최하고 있는데. 국내에서 유일하게 열리는 유러피언 투어로 세계 최정상급의 선수들을 한자리에서 만나보고, 한국의 프로 선수들도 그들과 어깨를 나란히 하며 성장할 수 있는 기회를 마련할 수 있다는 데 큰 의미가 있다고 생각합니다. 호쾌하고 파워 넘치는 샷을 눈앞에서 직접 느낄 수 있다는 것 또한 매력이죠.

골프에 관련된 에피소드가 있다면. 최경주 프로는 저희 브랜드와 떼려야 뗄 수 없는 관계입니다. 그는 제품의 기술력 하나만 믿고 PGA에 참가했던 저희의 샤프트를 선택, 당시 무명 선수로서는 쉽지 않은 결정을 내려 주었습니다. 그 뒤 페어웨이 우드, 드라이버, 아이언까지 점차적으로 교체하며, 마침내 생애 첫 우승을 거머쥐었습니다. 우승 인터뷰 때 '본인의 실력보다 샤프트를 바꿨던 것이 우승의 원동력이 되었다'라고 밝히기도 했습니다. 일부러 튀는 오렌지 컬러의 샤프트를 사용하겠다고 직접 요청해 우리나라의 제품을 알리고자 했던 그와의 만남은 평생 잊지 못할 기억으로 남아 있습니다.

Column for Golfers

국내 유일의 유러피언 투어 발렌타인 챔피언십의 5가지 특별함

발렌타인 챔피언십은 좀처럼 보기 힘든 세계적 선수들이 국내 팬들과 직접 대면하고, 또 특정 몇몇을 제외하면 세계적 무대를 경험해 보지 못했던 국내 선수들이 세계 최고 수준의 선수 및 대회 분위기를 경험할 수 있다는 점에서 타 대회와는 확실하게 차별화된다.

한국프로골프협회
(KPGA)사업국장
박호윤

오는 4월 하순이면 세계 골프계를 주무르는 많은 슈퍼스타들이 우리나라를 찾는다. 4월 말부터 나흘간 한국에서 열리는 발렌타인 챔피언십에 출전하기 위해서다. 국내 유일의 유러피언 투어인 발렌타인 챔피언십은 상금이 무려 220만 유로(약 33억 원)에 달하는 데다 세계 톱 랭커들이 대거 출전함으로써 국내 골프 팬들에게 더 없는 볼거리를 제공하는 초특급 이벤트다. 지난 2008년 창설돼 지난해까지 다섯 차례 열렸으며, 국내 골프 발전에 결정적 기여를 하고 있다는 평가를 받는 대회이기도 하다.

세계적 선수들을 직접 만나다

한국의 내셔널 타이틀 대회인 한국오픈은 10여 년 전부터 세계적 스타 1~2명을 특별 초청해 대회를 치러 오고 있다. 이런 컨셉으로 인해 국내 팬들은 간간히 로리 맥길로이, 세르히오 가르시아, 비제이 싱, 어니 엘스 등 슈퍼스타들의 샷을 감상할 수 있었다. 하지만 해마다 경비에 대한 부담으로 초청 선수는 극소수에 한정될 수밖에 없었다. 이에 반해 발렌타인 챔피언십은 미PGA투어와 쌍벽을 이루는 유러피언 투어의 공식 대회인데다 그 중에서도 메이저 급에 속하는 특급 대회로 평가되고 있어, 많은 선수들이 꼭 출전하고 싶어 하는 대회 중의 하나다. 따라서 경기장을 찾는 골프 팬들은 세계적인 선수들이 구사하는 최고의 샷을 마음껏 즐길 수 있는 특전을 누리게 된다. 지난 5년간 이 대회를 거쳐 간 톱스타들을 보면 우리나라의 최경주를 필두로 해링턴, 콜린 몽고메리, 앤서니 김, 그레엄 맥도웰, 지브 밀카 싱(이상 2008년), 어니 엘스, 헨릭 스텐손, 프레드 커플스, 통차이 자이디(이상 2009년), 어니 엘스, 헨릭 스텐손, 양용은(이상 2010년), 리 웨스트우드, 미구엘 앙헬 히메네즈, 더스틴 존슨, 어니 엘스(이상 2011년), 그리고 지난해 미구엘 앙헬 히메네즈, 대런 클라크, 아담 스콧, 이안 폴터, 폴 케이시 등이 대표적이다.

국내 골프 발전에 결정적 기여

국내 선수들 중 미PGA투어나 유러피언 투어 경험이 있는 선수는 그리 많지 않다. 이 같은 유력 투어에 진출하기가 만만치 않기 때문이다. 그나마 국내 상위 랭커 몇 명 정도만이 아시아 지역에서 개최되는 아시안 투어–유러피언 투어 공동 주최 대회의 경험이 있을 뿐이다. 그러나 발렌타인 챔피언십이 국내에서 열리게 됨으로써 해마다 많은 선수들이 '큰 물'을 경험할 수 있었다. 첫 해에 25명의 국내 선수에게 출전권이 부여된 것을 시작으로 해마다 조금씩 스팟을 늘림으로써, 이제는 코리안투어 발렌타인 포인트 상위 35명과 와일드 카드 등까지 포함해 40명에 가까운 한국 선수들이 출전하고 있다. 한국 선수들의 국제 경쟁력을 향상시키는 데 이보다 더 큰 역할은 없다. 최근 한국 선수들의 미PGA투어 진출이 늘어가고, 일본투어에서 상금왕을 잇달아 배출하는 등 한국 골프가 세계적으로 성장하는 데는 발렌타인 챔피언십의 국내 개최가 결정적인 기여를 했다고 할 수 있다.

골프 마케팅의 진수

골프는 비즈니스 마케팅을 극대화할 수 있는 몇 안 되는 스포츠 중의 하나이며 그 중에서도 가장 활발하게 마케팅이 이뤄지는 종목이기도 하다. 발렌타인 챔피언십에는 국내 여타 골프대회에서는 도저히 볼 수 없는 매우 특별한 분위기가 있다. 식사와 음료가 제공되는 VIP 만을 위한 마퀴텐트나 안락한 관전석, 그리고 세련되고 고급스러운 각종 장치나 장식물 등 고객들이나 골프 팬들에게 발렌타인 챔피언십만의 특별함을 제공함으로써 감사의 마음을 전하는 것이다. 또한 갤러리 플라자에 발렌타인 바를 마련, 팬들에게 보다 친숙하게 접근하기도 한다. 때문에 발렌타인 챔피언십 기간에 국내 골프대회를 개최하고 있는 스폰서들이나 대행사들이 경기장을 찾아 벤치마킹을 하는 것 또한 하나의 특징이기도 하다. 발렌타인 챔피언십은 국내 골프의 발전뿐만 아니라 골프 문화와 골프 대회의 수준 향상에도 기여하고 있는 셈이다.

2013 발렌타인 챔피언십 블렌드

페르노리카 그룹은 발렌타인 챔피언십 개최를 기념하며 해마다 제한된 숫자의 '발렌타인 챔피언십 블렌드'를 내놓고 있다. 2008년 대회를 창설하면서 전 세계에서 단 8병 밖에 없는 '발렌타인 40년'을 생산해 우승자에게 선사한 바 있다. 또 2009년부터는 이전 년도 우승자와 발렌타인 마스터 블렌더가 함께 특별한 위스키를 생산하는 것을 전통으로 수립해 가고 있기도 하다. 2009년에는 초대 챔피언 그레엄 맥도웰과 마스터 블렌더 샌디 히슬롭이 함께 발렌타인 챔피언십 블렌드를 제작했으며, 이후에도 매년 한정수량으로 생산한 발렌타인 챔피언십 블렌드를 세상에 공개한 바 있다. 또한 페르노리카 그룹은 이 특별한 한정 생산 위스키 중 1병은 챔피언에게, 다른 1병은 경매 행사를 거쳐 수익금을 기부하는 아름다운 전통을 이어가고 있다. 누가 우승할 것인가 하는 궁금증만큼이나 올해는 어떤 '발렌타인 챔피언십 블렌드'가 탄생할 지가 위스키 애호가들의 관심을 불러 모으고 있다.

한국인 첫 챔프를 보고 싶다

언제쯤 한국 선수가 발렌타인 챔피언십 트로피를 들어 올릴 수 있을 것인가. 지난 5차례의 대회에서 한국 선수들이 올린 가장 좋은 성적은 2위다. 두 번째로 열린 2009년 대회에서 강성훈이 연장전까지 가는 좋은 활약을 보였으나 결국 통차이 자이디에게 패해 아쉽게 준우승에 그친 바 있다. 그리고 2010년 대회에서 노승렬이 4위를 기록했고, 2011년 대회에서 박상현이 3위, 같은 해 홍순상이 5위의 성적을 거뒀다. 5년에 걸쳐 서로 다른 4명의 선수가 2위부터 5위까지 마크했던 것이다. 따라서 6회째를 맞는 2013년 대회에서는 세계적인 선수들을 누르고 한국인 첫 우승자가 탄생하기를 기대해 본다.

Mini Interview

"골프는 스포츠와 비즈니스가 어우러질 수 있는 이상적인 종목입니다"

한국프로골프협회에 대한 간략한 소개를 부탁드립니다. 1941년 故연덕춘 옹이 일본 PGA 선수권대회에서 우승하며 한국프로골프협회의 태동을 알리기 시작한 이후, 1968년에 정식으로 협회가 발족하게 되었습니다. 올해로 창립 44주년을 맞이하는 한국프로골프협회는 6,000명 이상의 회원이 소속된 한국 프로 골퍼들의 단체로서 국내에서 개최되는 프로 골프 대회를 주관하고 있습니다.

발렌타인은 매년 발렌타인 챔피언십을 개최하고 있는데, 발렌타인 챔피언십은 국내 유일의 유러피언 투어로, 단순히 대회를 개최하는 것 이상의 많은 의미를 내포하고 있습니다. 국내 대회에서는 보기 드문 큰 대회 규모와 경기 운영, 전체적인 현장의 분위기 속에서 배울 점이 굉장히 많으며, 국내 선수들과 국내 대회 운영진 모두에게 선진 투어인 발렌타인 챔피언십은 두루 발전할 수 있는 계기가 되고 있습니다.

본인에게 골프는 어떤 존재인지, 처음 골프를 접하기 시작한 것은 신문사에서 골프 담당 기자가 되면서부터입니다. 당시에는 비즈니스 측면이기보다는 스포츠 기자로서 골프를 만나게 되었습니다. 일각에서는 아직도 '골프는 귀족 스포츠'라는 부정적인 시각을 가지고 있지만, 현재 전반적인 골프의 트렌드는 대중화에 초점을 맞추고 있습니다. 또한 골프는 스포츠와 비즈니스가 접목될 수 있는 종목 중의 하나입니다. 비즈니스를 위한 툴로서의 역할이 더해져 더욱 많은 사람들이 골프를 접하고, 즐겼으면 좋겠다는 생각이 듭니다.

Ballantine's Membership Club

발렌타인을 통해 만나는 고품격 네트워킹의 장
발렌타인 멤버십 클럽

페르노리카 코리아는 발렌타인을 사랑하는 비즈니스 리더들을 위한 네트워크 공간인 '발렌타인 멤버십 클럽'을 오픈했다. '발렌타인 멤버십 클럽'은 발렌타인의 품격과 가치를 유지해주는 고객들에게 깊은 감사를 전하고자 마련된 것으로, 특별한 마일리지 프로그램을 통해 차별화된 혜택과 품격 높은 서비스를 제공하고 있다.

>>
발렌타인 멤버십 클럽에 관련된 자세한 사항은
본 매거진 **112~113 페이지**를 참조하시기 바랍니다.

위스키, 골프, 여행 등
다양한 주제를 담고 있는 커뮤니티 공간

발렌타인 멤버십 클럽은 '회원들 간의 자유로운 커뮤니케이션'에 중점을 둔 것이 특징이다. 따라서 발렌타인 멤버십 클럽 사이트는 위스키, 골프, 여행 등 라이프스타일과 관련된 소규모 온라인 커뮤니티를 통해 자유로운 소통의 공간을 제공하며, 이 안에서는 회원들도 자발적으로 소모임 게시판을 개설할 수 있다. 발렌타인은 멤버십 클럽 회원 간의 다양한 사회적 책임 활동, 스포츠 활동 등 오프라인상의 커뮤니티 활동도 함께 지원할 예정이며, 발렌타인 멤버십 클럽이 품격 높은 사교의 장으로써 적극 활용되도록 할 예정이다. 클럽 사이트 내 커뮤니티 공간에서는 발렌타인 홍보대사가 직접 작성하는 '브랜드 앰버서더 컬럼'을 통해 위스키에 대한 전문적인 지식을 습득할 수 있다. 또한 위스키와 골프를 즐기는 9인의 '발렌타인 인플루언서'들은 각자의 영역에서 경험한 유익한 정보들을 '발렌타인 인플루언서 컬럼'을 통해 회원들과 공유한다. 멘토링 프로그램 및 다양한 이벤트, 행사 소식도 이 사이트를 통해 만나볼 수 있다. 특히 메인 화면을 통해 회원들의 샷 랭킹(Shot Ranking) 순위가 시시각각 변화되는 점은 이색적이고 흥미로운 부분이다. 발렌타인 멤버십 클럽에 대한 더욱 자세한 내용은 사이트를 통해 확인 가능하다.

발렌타인이 선사하는 프리미엄 혜택,
'발렌타인 멤버십 클럽'으로 누리다

지난 9월 말 첫 선을 보인 '발렌타인 멤버십 클럽'은 그동안 발렌타인의 품격을 높이고 사랑해 준 고객들을 위한 멤버십 프로그램으로, 다양하고 풍성한 혜택을 전한다. 모든 신규 가입 고객에게 웰컴 기프트가 증정되며, 발렌타인 제휴 바의 예약 서비스를 받을 수 있다. 발렌타인 멤버십 클럽 사이트에서는 골프에서 응용한 독특한 마일리지 단위인 '샷(Shot)'을 도입하여, 홈페이지 내에서 글쓰기, 소모임 개설 등의 활동을 하거나 제휴 매장에서 제품을 구매할 경우 샷의 적립이 가능하다. 또한 마일리지 적립 등급에 따라 2013 발렌타인 챔피언십 참가 특전 및 발렌타인 멘토링 클래스를 비롯한 다양한 이벤트, 행사에 참석할 수 있는 기회가 주어진다. 발렌타인 멤버십 클럽 회원이 되려면, 발렌타인 선물세트 또는 발렌타인 17 시리즈(발렌타인 17, 발렌타인 17 글렌버기, 발렌타인 17 스카파, 발렌타인 17 밀튼더프)를 구매 후, 부여 받은 인증번호를 발렌타인 멤버십 클럽 사이트에 입력하면 된다. 또한 발렌타인 멘토링 프로그램 등의 이벤트 참여자, 럭셔리 브랜드 VIP, 호텔 바 및 프리미엄 바 고객들은 발렌타인 멤버십 클럽 회원으로서의 자격을 부여 받게 된다.

01

02

03

04

>>
01. 02. 2013 발렌타인 챔피언십을 더 가까이에서 즐길 수 있도록 발렌타인 멤버십 클럽 회원들만을 위한 특전을 제공한다
03. 발렌타인이 주관하는 다양한 이벤트 및 행사에도 참가할 수 있다
04. 발렌타인 제휴 바 이용 시 예약 서비스 제공 및 특별한 혜택이 주어진다

발렌타인 멤버십 클럽 사이트
www.ballantinesmc.co.kr **문의** _발렌타인 마케팅팀 02-3466-5700

Ballantine's®

LEAVE AN IMPRESSION

03

Innovation

Explore Ballantine's Innovation

이보다 더 완벽할 순 없다.
발렌타인 17을 이야기할 때 떠올리게 되는 문장이다.
명장의 균형 잡힌 블렌딩에 오랜 세월이 더해져
탄생하는 발렌타인 17. 그 안에 숨겨진 세 번째 비밀을 밝혀
또 하나의 새로운 명작을 만나 볼 시간이 왔다.

Ballantine's 17 Signature Distillery Editions

발렌타인 17의 완벽한 조화로움에서 시작되는 새로운 여행
발렌타인 17 시그니처 디스틸러리 에디션

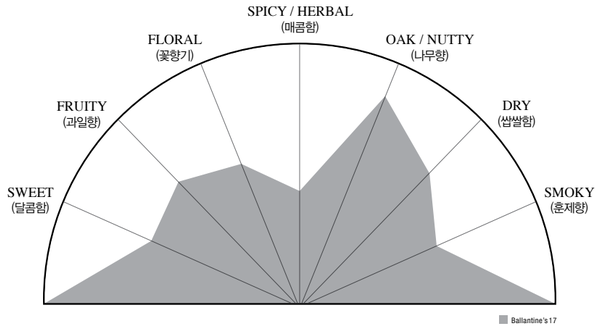
우아하고 균형 잡힌 부드러움으로 위스키도 예술이 될 수 있음을 보여준 발렌타인 17. 이 명작이 선사하는 감동과 그 가치를 더욱 높이기 위해, 발렌타인은 각각의 시그니처 증류소의 몰트를 강조한 리미티드 에디션을 선보이고 있다.

Ballantine's 17
이상적인 스카치 위스키의 가치를 실현하다

발렌타인 17은 전 세계적으로 가장 높이 평가되는 위스키 중 하나로, 완벽하면서도 조화로운 블렌딩의 미학(Art of blending)을 실현하고 있다. 저명한 위스키 평론자이자 위스키 바이블의 저자 짐 머레이는 발렌타인 17을 "지금까지 만난 위스키 중 가장 놀라운 아름다움을 선사하는 위스키 중 하나"라고 평가하며, '2011년 최고의 위스키'로 발렌타인 17을 선정하기도 했다. 선명한 황금 호박색으로 오크 향과 달콤함, 감미로운 바디감을 지니고 있는 발렌타인 17은 마스터 블렌드가 엄선한 원료로 만들어진 40여 종 이상의 몰트와 그레인이 조화롭게 블렌딩되어 스코틀랜드 4개 지역의 자연 전체를 느낄 수 있는 것이 가장 큰 특징이다. 아일레이 지역의 스모키함, 하이랜드 지역의 풍부함, 스페이사이드 지역의 달콤함, 로우랜드 지역의 부드러움이 모여 발렌타인 17만의 완벽한 아름다움을 완성한다.

첫 번째 디스틸러리 에디션의 글렌버기 몰트가 발렌타인 17의 블렌딩에 있어 중심을 이루는 역할을 한다면, 두 번째 에디션에서 강조된 스카파 몰트는 발렌타인 17의 첫 맛을 좌우하며 풍부한 과일향과 부드러움을 전한다. 또한 올해 새롭게 출시되는 세 번째 에디션을 구성하는 밀튼더프 몰트는 발렌타인 17의 바탕을 이루는 베이스가 되며, 블렌딩의 균형을 맞춘다. 이렇듯 세 가지 핵심 몰트는 발렌타인 17의 맛과 향을 책임지는 시그니처 몰트로서, 발렌타인 17을 구성하는 중요한 요소로 자리하고 있다. 발렌타인 17의 근간이 되는 핵심 몰트의 풍미를 살린 시그니처 디스틸러리 에디션은 새로움과 프리미엄을 추구하는 위스키 애호가들에게 또 다른 경험을 안겨주며, 색다른 매력을 선사한다. 또한 특별한 보틀과 라벨, 패키지 디자인에는 세세한 부분까지 각 증류소의 특징과 개성이 담겨 있어 리미티드 에디션만의 소장 가치를 더한다.

Tasting Wheel



Tasting Note

Color	영롱한 황금빛 앰버 컬러
Nose	우드와 바닐라 느낌이 균형 잡힌 깊고 우아한 향
Body	크리미하고 매혹적인 풀 바디
Taste	오크와 피트의 스모키한 향이 묻어나는 허니의 달콤한 맛
Finish	가벼운 스모키함과 바닐라의 긴 여운

1st edition

Ballantine's 17
Glenburgie 200th Anniversary Edition

200년 증류소의 역사를 독특한 블렌드로 담아내다

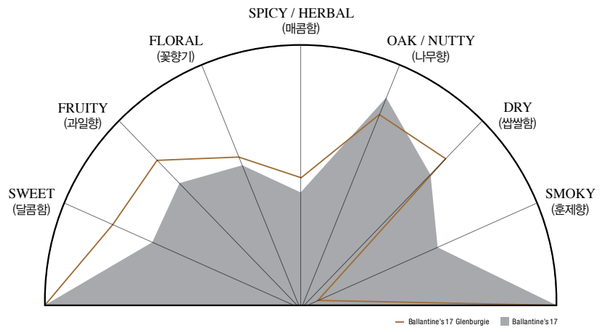
발렌타인 17 글렌버기 200주년

발렌타인 17년의 또 다른 즐거움을 선사하기 위한 시그니처 디스틸러리 에디션의 첫 번째 버전인 발렌타인 17 글렌버기는 발렌타인의 맛과 향의 중심이었던 글렌버기 증류소의 200주년을 기념하여 탄생된 소장 가치가 높은 제품이다. 글렌버기 증류소는 200년 동안 변치 않는 발렌타인만의 스타일을 결정짓는 데 큰 역할을 하고 있는 역사적인 장소이기도 하다.
발렌타인 17 글렌버기는 감미로운 과일향과 풍부한 달콤함이 특징인 글렌버기 몰트 원액을 비중 있게 블렌딩하여, 사과 향에 꿀의 달콤함이 조화를 이루고, 오렌지 맛이 벨벳처럼 부드러운 감촉으로 오랜 여운을 남긴다. 녹색의 라운드 보틀에는 골드 라벨이 더해져 세련미와 고급스러움을 한층 높인다. 200주년을 기념하며 현대적으로 재해석된 스탬프와 글렌버기 증류소의 일러스트레이션은 숭고한 200년의 역사의 가치를 고스란히 담아내고 있다.

About Glenburgie Distillery

1810년 첫 문을 연 글렌버기 증류소는 발렌타인의 상징적인 디스틸러리 중의 하나로, 200여 년의 역사를 스코틀랜드 위스키 지역의 심장부인 스페이사이드(Speyside)에서 이어 오고 있다. 글렌버기 증류소는 발렌타인 17년의 우아하고 달콤한 맛의 초석이 되는 곳으로, 전통적 정신이 담긴 글렌버기만의 블렌딩 스타일을 몰트에 그대로 담아내고 있다. 이곳만의 맥아의 스타일과 특징을 심어주기 위해 독특한 모양의 로몬드 증류기를 설치한 것은 글렌버기 증류소의 가장 의미 있는 히스토리 중 하나다.

Tasting Wheel



Tasting Note

Color	황금빛 호박색
Nose	우아하게 균형잡힌 풍부한 향
Body	크리미하고 달콤한 부드러움
Taste	복합적이면서도 부드러운 향긋한 맛
Finish	여운이 오래 남는 라이트한 오크 향

"글렌버기 증류소의 200주년을
기념한 스페셜 블렌드로서
과일향의 달콤함을
특색으로 합니다.
글렌버기 증류소의 역사가
고스란히 이 한 병에
표현되어 있으며,
한정수량만을 생산합니다."

_ 마스터 블렌더 **샌디 히슬롭**

2*nd edition*

Ballantine's 17
Scapa Edition

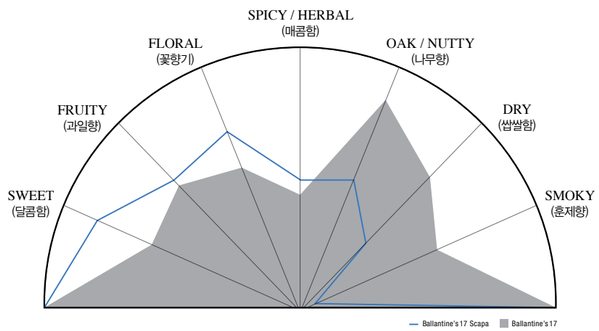
순수하고 신비로운 미지의 자연을 디스커버하다
발렌타인 17 스카파

발렌타인 17 스카파는 스코틀랜드 하이랜드(Highlands) 안에서도 가장 북쪽에 위치한 스카파 지역의 자연이 선사하는 풍부한 풍미를 담은 두 번째 시그니처 디스틸러리 스페셜 에디션으로, 이국적이고 미스터리어스하며 드넓은 스카파 해안의 지역적인 특성이 반영되었다. 발렌타인 본연의 우아하고 균형 잡힌 부드러움에 풍부한 과일의 맛과 바닐라 향이 조화를 이루고 있으며, 발렌타인의 완벽한 부드러움의 근간이 되는 스카파 몰트가 강조되었다.
녹색의 라운드 보틀과 실버, 블루 라벨의 은은한 조화는 기존의 발렌타인 17에서는 볼 수 없었던 새로운 느낌을 주는 것과 동시에 부드러우면서도 순수한 자연을 상징적으로 표현하고 있다. 스카파의 하늘, 바람, 별이 어우러져 만들어 내는 한 편의 시와도 같다는 평을 받고 있는 이 특별한 에디션은 스코틀랜드의 자연을 가득 머금은 채 감미로우면서도 긴 여운을 오래도록 남긴다.

About Scapa Distillery

블렌딩의 미학으로 칭송받는 발렌타인. 그 맛과 향의 중심에는 스카파 증류소가 있다. 이 미지의 자연에 위치한 스카파 증류소는 발렌타인 17의 부드러운 맛의 근원지이기도 하다. 1885년 개설 이후 현재까지도 소량의 원액만을 엄선하고 피트 없이 피트의 맛을 내게 하는 마법의 증류법과 전통적인 모양 그대로의 포트 스틸을 유지해 오고 있어, 발렌타인 17 스카파 에디션에 신비한 아름다움을 더한다. 유명한 위스키 평론가 알프레드 버나드는 1886년 스카파 증류소를 방문하여 '영국에서 가장 완벽한 증류소 중의 하나'로 평가하기도 했다.

Tasting Wheel



Tasting Note

Color	밝은 황금색
Nose	바닐라 크림, 꽃향기, 희미한 바다 향
Body	순수함, 고급스런 부드러움
Taste	매끄러움, 바닐라의 단맛
Finish	신선한 바다 향의 여운

"미지의 자연, 스카파 지역에서
독특하면서도 숙련된 발렌타인만의
노하우로 탄생한 이번 에디션은
새로움을 추구하는 위스키 소비자들에게
유니크한 경험을 선사할 것입니다."

_ 마스터 블렌더 **샌디 히슬롭**

Ballantine's 17 Miltonduff Edition

또 다른 '발렌타인 17년'을 만나는 세 번째 여행

마스터 블렌더의 열정을 그대로 담아낸 듯한 따뜻함과
스코틀랜드의 정원에서 시작되는 풍부한 이야기를
탁월한 풍미와 함께 머금고 있는 발렌타인 17 밀튼더프 에디션.
그 완벽한 조화로움이 선사하는 감동을 맞이할 시간.

>>
스코틀랜드의 4개 지역 중 '스페이사이드'에 위치하고 있는 밀튼더프 증류소

3rd edition

Ballantine's 17
Miltonduff Edition

탁월한 풍미가 이끄는 '스코틀랜드의 정원'을 만나다

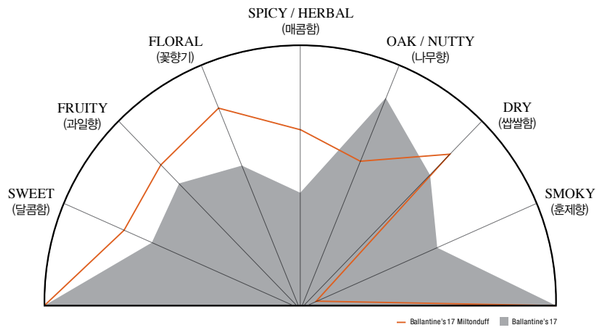
발렌타인 17 밀튼더프

발렌타인의 상징적인 몰트 중의 하나인 밀튼더프에 경의를 표하기 위해 만들어진 시그니처 디스틸러리 에디션. 밀튼더프 몰트는 발렌타인 17의 우아하고 따뜻한 느낌의 근간을 이루는 몰트로, 크리미하고 따스한 느낌을 맛과 향에 부여하는 역할을 한다. 향긋한 꽃 내음, 과즙이 풍부한 오렌지, 배즙의 풍부한 과일 향에 계피의 스파이시한 풍미가 바탕을 이루는 가운데, 밀튼더프 고유의 럭셔리한 스타일이 더해져 완벽한 조화를 이룬다.
보틀의 라벨은 달콤한 오렌지와 꽃향기를 연상시키며 발렌타인 17 밀튼더프만의 부드럽고 우아한 느낌을 강조했고, 밀튼더프 증류소의 일러스트레이션은 증류소의 상징적인 가치를 표현한다. 특히 화이트 컬러에 로제 골드와 오렌지 컬러의 레이블을 입힌 패키지 디자인은 모던하면서도 세련된 감각으로 새로운 발렌타인 17의 스타일을 느낄 수 있게 해준다.

About Miltonduff Distillery

발렌타인 위스키의 균형 잡힌 부드러움을 완성하는 스코틀랜드의 대표적인 4개 지역 중 하나인 스페이사이드. 그 안에서도 최고 품질의 황금 보리가 자라는 '스코틀랜드의 정원'에 밀튼더프 증류소가 자리하고 있다. 이곳을 따라 흐르는 블랙 번 강은 밀튼더프 몰트의 증류 과정에 사용되는 최상의 원료이기도 하다. 팔 부분(Lyne arm)이 긴 독특한 형태의 증류기는 이 천혜의 자원에 아로마틱한 풍미를 한층 더하면서 플로럴한 향과 풀 바디감의 느낌을 부여한다. 이곳에서 생산되는 몰트 위스키의 탁월한 풍미는 발렌타인 블렌드의 중심에 있다.

Tasting Wheel



Tasting Note

Color	영롱한 오렌지 골드
Nose	오렌지 주스의 과일 향과 아몬드 사탕의 달콤한 향
Body	부드럽고 고소함이 어우러진 바디감
Taste	꽃향기와 따뜻한 밀크 초콜릿의 달콤함에서 계피 느낌의 스파이시함까지
Finish	매우 길고 따뜻하며 달콤함

"발렌타인 17 밀튼더프 에디션에는
풍부한 꽃향기, 스파이시한 아로마 향과 함께
크리미하고 부드러운 밀튼더프 몰트만의
특색이 반영되어 있습니다.
이 요소들은 발렌타인 17 블렌드의 기본을
이루며 다른 몰트와의 완벽한 균형을 유지하는
중요한 역할을 합니다."

_ 마스터 블렌더 **샌디 히슬롭**

발렌타인 17년, 새로운 스타일을 입다

지금까지 경험하지 못한 위스키,
발렌타인 17 밀튼더프.
또 다른 예술과 만나다

UNDISCOVERED STYLE OF SCOTLAND

발렌타인은 세계에서 가장 뛰어난 스카치 위스키이자 예술에 가까운 걸작이라고 일컬어진다. 천혜의 자원에서 얻어진 최상의 원료, 개성이 각기 다른 증류소에서 만들어진 최상급 몰트와 이를 조화롭게 만들어 줄 그레인 원액의 완벽한 밸런스를 실현하는 명장의 블렌딩, 오랜 숙성을 통해 만들어낸 발렌타인 특유의 부드러운 목 넘김과 균형 잡힌 깊고 우아한 맛으로 전 세계 스카치 위스키 브랜드로 우리나라 애호가들이 가장 선호하는 스카치 위스키로도 잘 알려져 있다. 전문가들은 그 가운데에서도 발렌타인 17을 가장 이상적인 위스키의 하나로 손꼽는다. 우아하고 균형잡힌 부드러움으로 위스키도 예술이 될 수 있음을 보여주고 있기 때문이다.

발렌타인 17은 스코틀랜드 4개 지역(Highlands, Lowlands, Islay, Speyside)에 자리잡고 있는 시그니처 디스틸러리에서 엄선한 원액으로 블렌딩된다. 2년 전부터 발렌타인은 이 4개 지역의 시그니처 증류소 각각의 몰트가 강조된 스페셜 에디션을 통해 완벽한 블렌딩을 새로운 스타일로 선보이고 있다. 2010년의 '발렌타인 17 글렌버기 200주년 스페셜 에디션', 2011년의 '발렌타인 17 스카파 에디션'에 이어 올해에는 시그니처 디스틸러리 에디션의 세 번째 작품 '발렌타인 17 밀튼더프 에디션'이 첫 선을 보이며 이전까지 경험하지 못한 위스키의 새로운 스타일을 제시한다.

밀튼더프 에디션은 지금까지의 발렌타인과는 또 다른 스카치 위스키다. 오렌지 빛깔의 키 컬러, 싱그러운 장미향과 스파이시한 계피 향, 향기만 남기며 목젖을 타고 넘는 부드러움… 밀튼더프의 향과 풍미는 블렌딩 위스키의 새로운 경지라고 해도 좋을 만큼 개성적이며 예술적이다. 더불어 발렌타인은 '혁신'과 '발상의 전환'이라는 기업가 정신을 바탕으로 우리에게 스카치 위스키의 새로운 음용 스타일을 제안하고 있다. 한국을 대표하는 유리 예술가 홍성환과 함께 '아트 글라스'를 창조해 낸 것이다. 아트 글라스는 스타일부터 독특하다. 윗부분의 에그 글라스와 아랫부분의 플라워 글라스가 하나의 세트로 합쳐지는 독특한 모양이 형상 그 자체만으로 소장하고 싶은 정도의 가치를 지닌다. 뿐만 아니라 에그 글라스는 밀튼더프의 맛과 향을 충분히 느끼기 위한 테이스팅 글라스로, 플라워 글라스는 미네랄 워터나 얼음을 넣은 후 밀튼더프를 더해 온더락 글라스로 활용할 수 있다. 미각과 후각은 물론 시각으로도 밀튼더프의 풍미를 만끽할 수 있게 함으로써 이 창조적인 위스키의 숨겨진 맛을 100퍼센트 끌어내는 데 한껏 힘을 더하는 것이다.

발렌타인의 베이스캠프라 해도 좋을 이 밀튼더프에서 지금까지와는 전혀 다른 경지의 우아한 위스키가 만들어졌다는 사실은 뜻밖인 동시에 참신하다. 밀튼더프의 우아한 풍미는 아트 글라스의 예술적 성취와 함께 대중의 기대를 앞서 나가는 새로운 스타일로 기억되기에 충분하다.

"밀튼더프 아트 글라스는 발렌타인 17 밀튼더프 에디션이 선사하는 '아트 오브 블렌딩'의 즐거움을 경험하게 해줍니다. 밀튼더프 아트 글라스의 윗부분인 에그 글라스는 꽃의 가장 핵이라고 할 수 있는 꽃망울을 상징하며, 향긋하고 달콤한 발렌타인 17 밀튼더프의 향이 모두 응집해 있는 모습을 표현합니다. 더 크게는 발렌타인 17 밀튼더프가 발렌타인의 40여 가지 몰트 중 가장 핵심이 되는 시그니처 몰트인 만큼 핵(Core)이라는 의미를 내포합니다. 발렌타인 17 밀튼더프 에디션의 달콤하고 풍부한 맛과 향을 미각과 후각은 물론, 시각적으로도 느껴보시길 바랍니다."

_ 유리 예술가 **홍성환**

TASTING

아트 글라스를 활용한 발렌타인 17 밀튼더프 음용 스타일

STEP 1

2가지 글라스 중 에그 글라스에는 발렌타인 17 밀튼더프를, 플라워 글라스에는 물을 따릅니다. 먼저, 에그 글라스 속 발렌타인 17 밀튼더프를 한 모금 맛보면서 그 맛과 향을 충분히 감상하세요.

에그 글라스 플라워 글라스

STEP 2

에그 글라스에 남아 있는 발렌타인 17 밀튼더프를 아래의 플라워 글라스에 부어 물과 함께 다시 마셔보세요. 발렌타인 17 밀튼더프의 우아하고 섬세한 향을 한층 더 풍부하게 경험하실 수 있습니다.

발렌타인 17 밀튼더프를 물과 섞는다

BALLANTINE'S 17 MILTONDUFF
LAUNCH EVENT

발렌타인 17년이 선사하는 감동,
그 근원을 찾아 떠나는 한 달간의 여정

지난 11월 1일 롯데호텔서울 피에르 바에서의 국내 첫 런칭을 시작으로, 총 4곳의 장소에서 발렌타인 17 밀튼더프의 첫 모습이 공개되는 여정이 이어졌다. 균형 잡힌 부드러움으로 'Perfect Balance'를 실현하고 있는 발렌타인의 대표작, 발렌타인 17. 그 아름다움의 근간이 되는 시그니처 몰트의 상징성을 기리기 위하여 발렌타인은 2010년부터 발렌타인 17 디스틸러리 에디션을 선보이고 있으며, 올해는 그 세 번째 에디션, 발렌타인 17 밀튼더프가 그 주인공이 되었다. 발렌타인 17만의 우아한 부드러움과 따뜻한 느낌의 근원이 되는 핵심 몰트인 밀튼더프 몰트를 중심으로, '스코틀랜드의 정원'에서 시작되는 풍부한 이야기를 탁월한 풍미로 담아낸 또 다른 발렌타인 17을 찾아 떠나는 세 번째 여행이 시작된다.

01

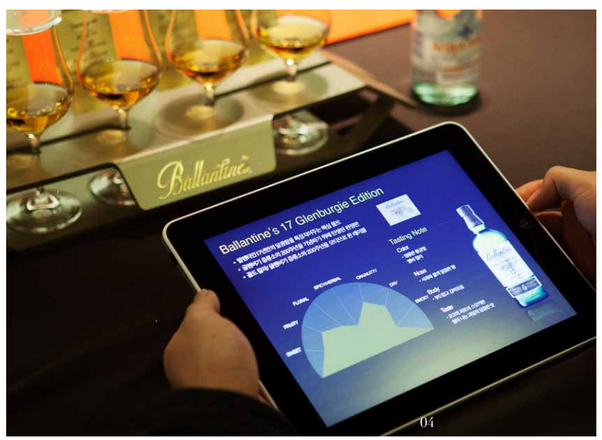
>>
01. 발렌타인 17 밀튼더프의 출시를 기념하며 인사말을 전하는 페르노리카 코리아 장 마누엘 스프리에 대표이사
02. 03. 본격적인 런칭 행사의 시작에 앞서 진행된 멘토링 프로그램
04. 아이패드를 통해 발렌타인 17 디스틸러리 에디션에 대한 정보가 제공되었다

02

03

감춰져 있던 세 번째 발렌타인 17 에디션의 실루엣, **드디어 그 윤곽을 드러내다**

네 곳의 주요 호텔에 위치한 바에서 차례로 공개된 발렌타인 17 밀튼더프 에디션 런칭 현장은 장소마다 각기 다른 컨셉과 인테리어, 현장 분위기 등을 통해 다양하고도 차별화된 매력을 선사했다. 또한 각계각층의 오피니언 리더와 셀러브리티들이 참석해 '또 다른 발렌타인 17 에디션'의 런칭을 축하하는 마음을 함께 나눴다.
행사가 진행된 내부는 새로운 에디션을 상징하는 오렌지 골드 컬러와 오렌지, 계피, 꽃 등으로 아름답게 장식되었고, 이를 통해 발렌타인은 새로운 에디션이 전하는 맛과 향, 그 속에 담긴 이야기를 하객들이 자연스럽게 느낄 수 있도록 배려했다. 초대장에 미리 안내된 오렌지 골드 컬러의 드레스 코드에 맞춰 입장한 참석자들은 행사장을 더욱 화사하게 빛내주었으며, 이들을 대상으로 발렌타인 17과 3가지 리미티드 에디션을 직접 테이스팅할 수 있는 멘토링 프로그램이 실시됐다. 참석자들은 각 에디션이 선사하는 특별함을 직접 보고 음미하고 느끼면서 새롭게 다가오는 세 번째 에디션에 대한 궁금증을 점차 풀어나갔다.
본격적인 런칭 행사는 웅장한 배경 음악과 함께 티저 영상이 상영되는 것으로 그 시작을 알렸다. 스코틀랜드 안에서도 황금 보리가 풍부하게 자라는 '스코틀랜드의 정원'에 위치한 밀튼더프 증류소. 그 아름다운 자연에 대한 영상이 자리한 이들의 눈길을 사로잡았고, 그와 함께 새로운 디스틸러리 에디션에 대한 비밀이 하나 둘 열리기 시작했다. 마술사 최현우의 오프닝 멘트와 함께 본격적으로 시작된 이날 행사에서 다양한 매력을 담고 있는 발렌타인 17 밀튼더프를 주제로 진행된 언베일링 매직쇼는 많은 이들의 주목을 끌었다. 이 시간은 또한 그 동안 베일에 가려져 있던 발렌타인 17 밀튼더프 에디션의 실제품이 처음으로 공개되는 특별한 순간이기도 했다. 참석자들이 신비로운 마술에 빠져 있는 동안 발렌타인 17 밀튼더프가 들은 잔이 자리한 모두에게 제공되면서, 그 맛과 향을 직접 느낄 수 있는 본격적인 테이스팅이 시작되었다.



04

01

02

>>
01. 유리공예가 홍성환 작가가 무대에 올라 '아트 글라스'에 대한 컨셉을 설명해주고 있다
02. 홍성환 작가가 직접 아트 글라스의 사용법을 시연하는 모습

다양하면서도 차별화된 **콜라보레이션을 선보이다**

발렌타인은 발렌타인 17 밀튼더프 에디션 런칭에 앞서 '발렌타인 17년, 새로운 스타일을 입다'라는 캐치프레이즈를 통해 기존의 위스키 음용 방식과는 달리 다양한 음용법으로 즐길 수 있는 새로운 위스키 테이스팅 방법을 제안하고 있다. 이번 발렌타인 17 밀튼더프 에디션 런칭 파티에서도 발렌타인은 이전에 볼 수 없었던 색다른 콜라보레이션을 선보여 주목을 끌었다.
그 첫 번째는 유리 공예 분야의 유명 아티스트 홍성환 작가와 함께 작업한 '아트 글라스'다. 이 작품은 발렌타인 17의 완벽한 블렌딩의 근간이 되는 밀튼더프 몰트의 상징적인 의미를 담아 꽃과 핵심 몰트를 각각 형상화한 작품이다. 홍성환 작가는 직접 런칭 행사 무대에 올라 '아트 글라스'를 통해 표현하고자 했던 컨셉에 대한 이야기를 들려주었다. "처음 아트 글라스의 제작을 의뢰 받았을 때, 밀튼더프 증류소가 위치한 스코틀랜드의 수려한 자연 환경을 가장 먼저 떠올렸다"고 운을 띄운 홍성환 작가는 "발렌타인 17년을 이루는 핵심 몰트인 밀튼더프 몰트에서 착안, 핵을 표현하는 에그 글라스와 꽃을 표현하는 플라워 글라스로 나뉘어진 독특한 형태로 창조하게 되었다"며 아트 글라스의 제작 배경과 그 과정에 대해 소개했다.
또 하나의 흥미로운 콜라보레이션은 각 호텔의 믹솔로지스트가 발렌타인 17 밀튼더프 에디션을 해석해 만든 독특한 칵테일이다. 네 곳의 런칭 행사장을 찾은 참석자들에게 선보인 4인 4색의 밀튼더프 칵테일은 발렌타인 17 밀튼더프 에디션 고유의 맛과 향을 살리면서도 믹솔로지스트의 개성이 묻어나는 훌륭한 콜라보레이션 작품이었다. 위스키를 조금 더 가볍게, 부담 없이 즐길 수 있어 참석한 여성들에게 특히 큰 호응을 얻었다. 재즈와 디제잉이 함께하는 공연을 즐기며 음미하는 칵테일과 핑거 푸드 등의 다양한 요리들, 그리고 참석자들 간의 반가운 담소와 함께 런칭 파티의 밤은 저물어 갔다.
발렌타인은 발렌타인 17 밀튼더프 에디션의 런칭을 통해 단순히 새로운 제품을 공개하는 것에 그치지 않고 푸드 페어링이나 발렌타인 17 컨셉룸 등 각 호텔과의 다양한 콜라보레이션을 통해 런칭을 기념하며 많은 사람들과 그 의미를 주고받고 있다. 발렌타인 17의 세 번째 에디션이 남기는 여운이 더욱 깊어지도록.

01

Authentic

[롯데호텔서울 _피에르 바]

각각의 차별화된 분위기가 반영되어 참석자들의 다양한 니즈와 취향을 만족시킨 이번 런칭 행사 중에서도 특히 첫 번째 런칭 행사 장소였던 롯데호텔서울의 피에르 바는 전 세계에서 가장 먼저 발렌타인 17 밀튼더프를 공개하는 영광을 안았다. 행사 시작 전 대형 포토월에서는 참석자들을 대상으로 한 기념 촬영과 함께 웰컴 드링크가 제공되었으며, 따로 마련된 피에르 바의 스페셜 룸에서는 멘토링 클래스가 2번에 걸쳐 진행되었다. 각 매체별 프레스를 대상으로 한 런칭 행사인 만큼 신제품 프레젠테이션이 진행되는 동안 모두가 어느 한 부분도 놓치지 않기 위해 집중하는 모습이었다.

피에르 바 믹솔로지스트 조민지 씨가 발렌타인 17 밀튼더프 에디션을 이용해 선보인 칵테일 '뷰티플 샤나'는 여성 참석자들이 유독 많았던 현장에서 큰 호응을 얻었다. 발렌타인 17 밀튼더프와 조화롭게 어우러진 롯데호텔서울 김기택 셰프의 푸드 페어링 코스 또한 참석자들의 오감을 만족시키기에 충분했다. 서울 시내의 아름다운 야경이 훤히 내려다 보이는 피에르 바에서 첫 선을 보인 발렌타인 17 밀튼더프 에디션은 발렌타인 17이 주는 그 세 번째 감동의 첫 발걸음을 성공적으로 내디뎠다는 호평을 받았다.

02

03

04

>>

01. 별도로 마련된 룸에서 발렌타인 김경연 마케팅 팀장이 진행하는 멘토링 프로그램이 실시되었다
02. 페르노리카 코리아 송현귀 이사가 축하 인사말을 전하고 있다
03. 서울 시내의 아름다운 야경이 더해져 더욱 인상 깊은 런칭의 밤이 되었다
04. 현장에서 참석자들의 큰 호응을 얻었던 최현우의 마술 퍼포먼스

01

02

>>
01. 02. 부산 지역의 VIP들이
오킴스 바를 찾아 자리를 빛내주었다
03. 오킴스 바에 마련된 발렌타인
룸에서 멘토링 프로그램이 실시되었다
04. 런칭을 기념하기 위한
클래식한 재즈 공연
05. 평소 오킴스 바를 즐겨 찾는
고객들도 초청되어 발렌타인 17
밀튼더프 런칭을 축하했다

[부산 웨스틴조선호텔 _오킴스 바]

Exclusive

지난 11월 9일, 부산 웨스틴조선호텔 오킴스 바에서는 발렌타인 17 밀튼더프 에디션의 런칭을 기념하는 두 번째 파티가 개최되었다. 클래식한 원목 인테리어가 돋보이는 오킴스의 1, 2층 실내 공간은 대형 디스플레이 배너와 함께 발렌타인의 무드를 담은 액자와 소품이 진열되어 발렌타인 17 밀튼더프 에디션이 공개되는 자리로의 완벽한 준비를 마쳤다. 평소 오킴스 바를 즐겨 찾는 주요 고객을 비롯, 부산 지역에 거주하는 80여 명의 오피니언 리더와 기자들을 초청하여 더욱 의미 깊은 자리가 되었다. 페르노리카 코리아 손종호 부산지점장도 이 자리에 참석해 환영사를 전하며 축하의 자리를 더욱 빛냈다.

런칭 행사에 앞서 오킴스 내부에는 발렌타인만을 위한 발렌타인 룸이 새롭게 마련되었으며, 행사 당일 멘토링 클래스가 이 곳에서 진행되면서 더욱 깊이 있게 발렌타인을 알아갈 수 있는 자리가 되었다. 런칭 행사가 진행된 네 곳 중 부산 웨스틴조선호텔 오킴스가 특별하게 상징하는 또 한 가지가 있다면 바로 발렌타인이 수도권 이외의 장소에서 처음으로 규모가 큰 런칭 행사를 주최한 장소가 되었다는 것이다. 오킴스의 믹솔로지스트 김병관 부지배인이 선보인 칵테일 '엘레강스'와 부산 웨스틴조선호텔 하인즈 셰프의 푸드 페어링 코스는 발렌타인 17 밀튼더프 에디션만의 매력을 한층 더 발산하며, 참여객들에게 인상 깊은 밤을 선물했다.

03

04

05

>>

01. 그랑 카페 내부에 마련된 별도의 룸에서 멘토링 프로그램이 진행되었다
02. 페르노리카 코리아 장 마누엘 스프리에 대표이사도 행사장을 찾아 런칭을 축하했다
03. 이번 발렌타인 17 밀튼더프 런칭 행사는 여성들의 참석이 두드러졌다
04. 발렌타인 17 밀튼더프와 어우러지는 케이터링 메뉴

01

02

03

04

Contemporary

[그랜드 인터컨티넨탈 서울 파르나스 _그랑 카페]

발렌타인 17 밀튼더프 에디션 런칭 행사 세 번째 장소, 그랜드 인터컨티넨탈 서울 파르나스의 그랑 카페는 행사 시작 시간이 다가오면서 차츰 초대 받은 VIP 참석자들로 붐비기 시작했다. DJ 공연과 색소폰 연주가 현장의 분위기를 이끄는 동안 참석자들은 준비된 웰컴 드링크를 시음하거나, 멘토링 클래스에 참석하는 등 각자에게 맞는 현장 프로그램을 즐겼다. 본격적인 런칭 행사가 시작되기 전 그랑 카페의 홀에는 그랜드 인터컨티넨탈 서울 이재영 셰프가 선보이는 다채로운 요리들이 뷔페식으로 마련되어 많은 이들의 눈길을 끌었다.

이날 런칭 행사에 참석한 페르노리카 코리아 장 마누엘 스프리에 대표이사는 하객을 향해 "발렌타인 17 밀튼더프는 발렌타인 17을 구성하는 핵심 몰트인 밀튼더프 몰트의 특징을 가장 잘 살려낸 제품이라고 할 수 있다"며 그 탄생 배경을 설명했다. 또 "향긋한 꽃 내음과 풍부한 과즙의 오렌지 향에 스파이시함이 더해져 최상의 조합을 이루고 있는 발렌타인 17 밀튼더프를 모두 함께 즐기는 시간을 가져주시길 바란다"는 인사말을 끝으로 건배 제의를 하기도 했다. 마술사 최현우의 퍼포먼스와 유리공예가 홍성환 작가가 발렌타인과 합작한 아트 글라스에 대한 소개에 이어, 그랜드 인터컨티넨탈 믹솔로지스트 김기춘 씨가 선보이는 '디어 발렌타인' 칵테일이 차례로 제공되었다. 재즈 밴드의 감각적이면서도 클래식한 공연이 계속되면서 애프터 파티의 밤을 이어갔다.

01

02

03

Stylish

[W호텔 _우바]

지난 11월 22일은 발렌타인 17 밀튼더프 에디션 런칭 행사의 마지막 여정, 네 번째 자리였다. W호텔의 우바(Woo Bar)가 바로 그 마지막 장소로, 이날 이곳은 약 80여 명의 오피니언 리더와 파워 블로거들을 주요 하객으로 맞이하며 세련된 파티 분위기를 연출했다. 계단이나 메인 테이블 등 내부 인테리어 곳곳은 발렌타인 17 밀튼더프 에디션의 컨셉을 표현하는 오렌지, 계피, 꽃 등의 장식들로 스타일리시하게 꾸며져 편안하면서도 느낌 있는 공간을 연출했다. 또한 무대의 메인 화면 외에도 우바 한쪽의 큰 벽면으로 발렌타인과 발렌타인 17 밀튼더프 에디션에 대한 다양한 스토리가 영상으로 펼쳐지며 고유의 헤리티지를 참석자들에게 전했다.

참석자들이 사전 멘토링 클래스에 참여하는 동안 행사장 내 테이블에는 W호텔 조성호 셰프가 준비한 특별한 푸드 페어링 코스가 제공됐다. 훈제 연어 치즈볼 등의 Cold 메뉴, 단호박 스프 등의 Hot 메뉴, 브라우니 등의 Sweet 메뉴로 크게 나뉘어져 구성된 푸드 페어링 코스와 함께, 웰컴 칵테일, 발렌타인 17 밀튼더프 에디션, W호텔 믹솔로지스트 정범식의 '아로마틱 밀튼더프' 칵테일이 차례로 세팅되었다. 참석자들은 안락한 소파에 앉아 대화를 나누거나 스탠딩으로 칵테일을 즐기는 등 자유로운 분위기 속에서 마지막 런칭 파티를 즐겼다.

04

05

>>

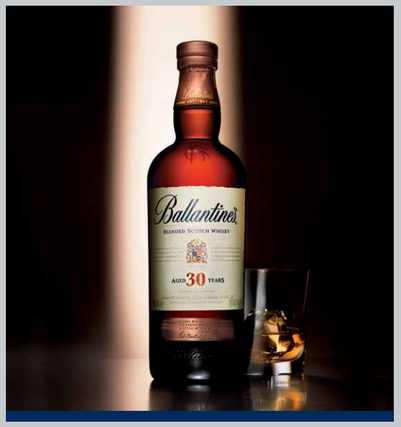
01. 우바 벽면의 스크린을 통해서도 티저 영상이 노출되었다
02. 멘토링 프로그램에 참석한 참가자들은 진지하게 테이스팅에 임했다
03. 많은 주목을 받은 마술사 최현우의 언베일링 퍼포먼스
04. 발렌타인 17 밀튼더프 런칭과 함께 제작된 아트 글라스를 참석자들에게 선보이고 있다
05. 이번 런칭 행사는 발렌타인을 즐기는 이들간의 교류의 장이 되기도 했다

BALLANTINE'S LINE-UP

Ballantine's 40

두 거장의 손끝에서 실현된
200여 년간의 열망

발렌타인 40년은 최상의 위스키를 만들고자 했던 창립자 조지 발렌타인의
열망을 200여 년의 세월을 넘어 마침내 실현시킨 위스키의 정수다.
마스터 블렌더 샌디 히슬롭과 세계적인 세공 장인 리차드 폭스가
합작하여 탄생한 이 명작은 매년 단 100병만 세상에 그 모습을 드러낸다.



Ballantine's 30

소수의 선택된 분께만 허락되는
최고의 프리미엄

발렌타인 30년은 수퍼 프리미엄 스카치 위스키 중 단연 최고 제품이다.
수작업으로 직접 고른 몰트와 그레인 위스키가 최소 30년의 숙성 기간을
거쳐 완벽의 경지에 이르게 될 때, 비로소 한정된 수량으로 소수만이
즐길 수 있는 최고의 명품 위스키가 탄생한다.

Ballantine's Limited

진귀한 몰트만으로 빚어낸
최상의 위스키

발렌타인 리미티드는 상업적으로 판매되지 않는 희소성 높은 몰트들로
블렌딩되어 그 특별함을 더한다. 가장 진귀한 원액과 3대의 마스터
블렌더에 의해 완성된 장인정신의 결정체답게 병마다 고유번호가 새겨져
있으며, 고급스러운 우드 프레임에 가죽 느낌의 커버가 품격을 높인다.

Ballantine's 21

예술적 스타일을 지닌
스코틀랜드의 자부심

발렌타인 21년은 위스키 전문가와 애호가들이 찬사를 아끼지 않는 위스키로,
반짝이는 황금색, 향기로운 꽃향기, 아로마틱한 풍미 등 오묘한 특성을 갖고 있다.
고급 위스키의 전형으로 칭송 받는 발렌타인 21년은 비단처럼 부드럽게
혀에 감기는 은은하고도 긴 여운을 지닌 위스키의 대명사다.

Ballantine's 17

이상적인 스카치 위스키의 가치를 실현하는
발렌타인 가문의 대표 브랜드

발렌타인 17년은 선명한 황금 호박색으로 오크 향의 달콤함과 감미로운
바디감을 지니고 있으며, 전 세계적으로 가장 높이 평가되는 위스키 중 하나이다.
우아하고 균형 잡힌 부드러움으로 위스키도 예술이 될 수 있음을 보여 준
발렌타인의 대표작이다.

BALLANTINE'S SPECIAL GIFT SET

발렌타인 17 밀튼더프 에디션
기프트 팩

발렌타인은 보다 가치 있는 선물의 의미를 전할 '발렌타인 17 밀튼더프 에디션 기프트 팩'을 한
정 출시한다. 2012년 11월 출시된 발렌타인 17 밀튼더프 에디션은 발렌타인 17 디스틸러리 에
디션의 세 번째 제품으로, 이번 기프트 팩은 발렌타인 17 밀튼더프 에디션 1병과 발렌타인 17
미니어처, 인증카드로 구성되어 있다. 소비자들은 인증카드를 이용해 선물 당첨 기회를 얻을
수 있으며, 인증카드 뒷면의 시리얼 넘버를 #1721로 문자 전송하면 다양한 경품을 증정 받는
혜택을 누릴 수 있다.

판매처 전국 주요 발렌타인 판매처 **소비자 문의** 02-3466-5700

Ballantine's®

LEAVE AN IMPRESSION

04
Art of Blending

Discover tastes of Ballantine's

같은 위스키라 할지라도 어떻게 즐기는 지에 따라 그 여운은 다르게 찾아온다. 조지 발렌타인의 열정과 변하지 않는 가치가 녹아 있는 명작 발렌타인은 블렌드 그 자체로도 완벽하지만, 창조적이고 다양한 스타일의 변화를 통해 완벽함 이상의 새로운 감동을 선사한다.

New Styles to Enjoy Ballantine's 17

발렌타인 위스키 고유의 매력에 더해지는 새로운 스타일링

현재에 머무르지 않고 늘 새로운 위스키 음용 스타일을 제안하는 발렌타인. 위스키 애호가부터 위스키를 처음 접하는 초보들까지 아트 오브 블렌딩이 선사하는 최고의 가치를 보다 더 깊이 있게 느낄 수 있도록 안내해 온 발렌타인의 노력은 현재도 계속되고 있다.

발렌타인은 보다 격 있는 위스키 음용 문화를 확산하고 위스키를 좀 더 제대로 음미하고 싶어하는 소비자들을 만족시키기 위한 테이스팅 퍼스트(Tasting First) 캠페인을 실시하고 있다. 이 캠페인은 대부분의 사람들이 가지고 있는 '드링킹' 위주의 음주 문화에 대한 인식을 '테이스팅' 우선의 위스키 음용 문화로 바꾸고자 하는 취지로 시작됐다. 위스키를 마시기 전에는 먼저 시각, 후각, 미각을 이용한 테이스팅을 통해 위스키의 맛과 향을 깊이 있게 느끼고, 그 속에서 블렌딩의 미학을 탐구함으로써 음용 가치를 더욱 높일 수 있다. 발렌타인은 멘토링 클래스를 비롯한 다양한 프로그램을 통해 테이스팅 퍼스트 캠페인을 행동으로 실천하고 있다.

지난 여름, 발렌타인은 발렌타인의 '혁신성'과 '발상의 전환'으로 태어난 '발렌타인 17 아이스'와 '발렌타인 17 후레쉬', '발렌타인 17 하이볼'을 처음 선보였다. 발렌타인 17을 칵테일과 슬러시의 형태로 즐기는 새로운 위스키 스타일을 제시하며, 이를 통해 조금 더 편하게 위스키를 접할 수 있도록 한 것. 토닉 워터, 탄산수 등을 믹스하는 칵테일 타입과 얼음과 함께 갈아 눈꽃처럼 쌓은 슬러시 타입의 위스키 스타일은 발렌타인 17의 고유한 맛과 향을 유지하면서도 그에 산뜻한 매력을 더한다.

또한 발렌타인은 '테이스팅 퍼스트'의 일환으로, 발렌타인 17 밀튼더프 에디션 출시와 함께 또 다른 새로운 위스키 음용 스타일을 제안하고 있다. 발렌타인 17 밀튼더프의 매력을 다각도로 경험할 수 있는 계기가 될 다채로운 콜라보레이션과 프로모션 활동을 마련하여, 접하는 이들에게 신선한 충격과 풍부한 감흥을 전하고 있다. 발렌타인 17의 새로운 음용 스타일을 전하는 이번 캠페인에는 국내 최고급 호텔의 셰프, 믹솔로지스트들도 힘을 보탰다. 주요 특급 호텔은 발렌타인 17년과 세 가지 시그니처 디스틸러리 에디션을 한자리에서 즐길 수 있는 '파인 다이닝 코스'를 비롯해, 여성들도 부담 없이 즐길 수 있도록 믹솔로지스트가 재해석한 발렌타인 17 밀튼더프 칵테일을 선보였다. 또한 발렌타인의 브랜드 컨셉을 하나의 공간으로 창조한 '발렌타인 컨셉룸'을 3곳의 호텔 내에 마련해 컨셉룸을 찾는 이들에게 즐거우면서도 특별한 경험을 전했다.

4 Different Styles of Ballantine's 17

오감을 일깨우는 발렌타인 17의 변화
개성 가득한 4가지 스타일

발렌타인 17 고유의 조화롭고 풍부한 부드러움을 극대화하면서도 누구나 편하게 즐길 수 있도록 발렌타인이 제안하는 새로운 음용 스타일. 평소와 다른 색다른 테이스팅을 시도하는 동안 독특하면서도 즐거운 경험을 마주할 수 있다.

닫혀 있던 맛과 향의 재발견

Ballantine's 17 Miltonduff

Whisky & Water

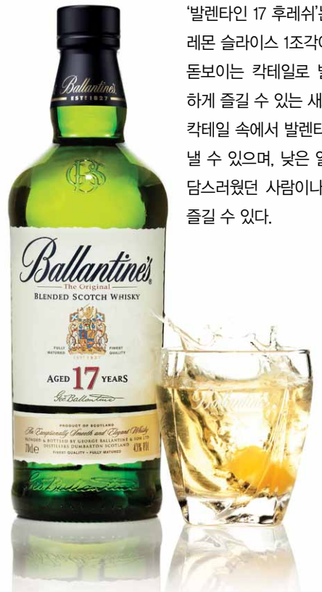
프리미엄 미네랄워터와 블렌딩된 '발렌타인 17 밀튼더프 위스키 & 워터'는 발렌타인 17 밀튼더프 특유의 부드러우면서도 달콤한 풍미를 더욱 돋보이게 한다. 스카치 위스키의 본고장 스코틀랜드에서 전해져 내려오는 'Never drink water without whisky, Never drink whisky without water'라는 구절이 있다. '물 없이 위스키를 즐기지 말고, 위스키 없이 물을 마시지 말라'는 의미로, 위스키 테이스팅에 있어서의 물의 중요성을 언급하고 있는 문장이다. 물 혹은 미네랄워터는 위스키의 숙성 과정에서 닫힌 향을 풀어주는 중요한 역할을 하며, 조금의 물과 희석된 위스키는 더욱 깊은 맛과 향을 발견할 수 있도록 도와준다.

부담 없이 즐기는 산뜻한 칵테일

Ballantine's 17

Highball

'발렌타인 17 하이볼'은 위스키와 탄산수의 절묘한 조합이 돋보이는 칵테일로 시원하고 상쾌한 맛을 즐길 수 있다. 미국 서부 시대, 인디언의 습격이 없을 때는 신호수가 깃발을 사용하지 않고 공을 높이 띄워 안전함을 표시한 데서 '하이볼'이라는 명칭이 유래되었으며, 부담 없이 가볍게 즐기는 '안전한 칵테일'이라는 의미에서 '하이볼'이라고 이름 지어졌다. 발렌타인 17 하이볼 전용 글라스에는 발렌타인 17과 탄산수를 믹스하는 적정 비율이 표시되어 있어, 보다 간편하게 발렌타인 17 하이볼의 맛과 향을 느낄 수 있다.



청량한 맛이 돋보이는 칵테일

Ballantine's 17

Fresh

'발렌타인 17 후레쉬'는 발렌타인 17에 토닉 워터와 레몬 슬라이스 1조각이 담겨 산뜻하고 청량한 맛이 돋보이는 칵테일로 발렌타인 17을 시원하고 상쾌하게 즐길 수 있는 새로운 방법을 제시하고 있다. 칵테일 속에서 발렌타인 17의 또 다른 매력을 찾아낼 수 있으며, 낮은 알콜 도수로 평소 위스키가 부담스러웠던 사람이나 여성들도 부담 없이 가볍게 즐길 수 있다.

눈꽃 느낌의 시원한 슬러시

Ballantine's 17

Ice

'발렌타인 17 아이스'는 영롱한 황금빛 앰버 컬러의 발렌타인 17과 토닉 워터가 잘 어우러져 마치 새하얀 눈꽃과 같은 느낌의 슬러시로 재탄생했다는 뜻을 담고 있다. 위스키와 슬러시의 만남 자체만으로도 궁금증을 불러일으키는 '발렌타인 17 아이스'는 눈처럼 소복이 쌓인 모습이 신선한 매력을 선사한다.

발렌타인 17, 새로운 스타일을 만나다

슈퍼 프리미엄 스카치위스키 발렌타인 17이 세 번째 시그너처 디스틸러리 '밀튼더프 에디션'을 론칭하며 한국을 대표하는 4개의 호텔 바에서 밀튼더프의 풍미를 더욱 살린 새로운 음용 스타일을 선보인다.

세 번째 작품, 발렌타인 17 밀튼더프 에디션

최고의 프리미엄 스카치위스키 발렌타인이 시그너처 디스틸러리(증류소) 시리즈의 세 번째 제품으로 '발렌타인 17 밀튼더프 에디션(Ballantine's 17 Signature Distillery Mitonduff Edition)'을 출시했다. 발렌타인은 스코틀랜드 4개 지역(하이랜드, 로랜드, 아일레이, 스페이사이드)에 자리한 최고 증류소의 몰트와 그레인 원액으로 블렌딩한다.

그중 4개의 시그너처 증류소의 몰트가 발렌타인 17 특유의 우아함, 부드러움, 세련된 맛과 향, 그리고 스타일을 결정짓는 데 큰 역할을 한다. 그에 착안한 발렌타인은 발렌타인 17의 완벽한 블렌딩이 주는 감동을 매년 새롭고 독특한 방식으로 소비자들에게 전달하고자 2010년부터 주요 증류소의 몰트를 강조한 '발렌타인 17 디스틸러리 에디션'을 출시하고 있다.

그 첫 작품은 발렌타인의 핵심 증류소인 글렌버기 탄생 200주년을 기념한 '발렌타인 17 글렌버기 에디션'이었다. 이번에 선보이는 밀튼더프는 두 번째 시리즈인 '스카파 에디션'을 잇는 최신작이다.

발렌타인 17 밀튼더프 에디션은 스코틀랜드의 '황금의 삼각지'로 불리는 스페이사이드(Speyside)의 블랙번 강 지역에서 생산된다. 발렌타인 17의 우아하고 따뜻함을 결정짓는 핵심인 밀튼더프 증류소의 몰트를 강조한 제품으로, 부드럽고 우아한 발렌타인 17의 '아트 오브 블렌딩(art of blending)'을 다시 한 번 느낄 수 있는 위스키다. 특히 장미의 향긋한 꽃 내음과 오렌지 주스 향, 계피의 스파이시함, 배 등의 풍부한 과일 향이 더해져 기존 발렌타인 애호가는 물론 위스키에 익숙하지 않은 여성들의 호응도 기대된다.

밀튼더프 병은 증류소의 특징을 살려 발렌타인의 시그너처 스타일인 녹색 병에 달콤한 오렌지와 꽃 향기를 연상시키는 로즈 골즈 컬러의 라벨을 더해 부드럽고 우아한 느낌을 준다. 그리고 발렌타인의 시그너처 증류소임을 나타내는 밀튼더프 증류소의 일러스트레이션을 새겨 발렌타인의 역사와 가치를 담았다. 화이트에로제 골드 컬러와 오렌지색으로 처리한 레이블은 클래식한 발렌타인 스타일과는 또 다른 현대적이고 세련된 느낌을 전달한다.

발렌타인 17과 4명의 크리에이터가 탄생시킨 새로운 위스키 칵테일의 향연

'발렌타인 17 밀튼더프 에디션'을 위해 한국을 대표하는 4명의 믹솔로지스트가 뭉쳐 칵테일의 향연을 펼친다. 롯데 호텔 서울의 피에르 바, W서울 워커힐의 우바, 그랜드 인터컨티넨탈 서울 파르나스의 그랑카페, 부산 웨스틴 조선 호텔의 오킴스. 한국에서 가장 사랑받는 이 4개 호텔 바의 대표 믹솔로지스트들과 발렌타인은 밀튼더프를 사용한 칵테일을 개발하기로 의기투합했다. 지금까지 발렌타인을 즐기던 방법과는 다른 새로운 스타일의 칵테일로 즐길 수 있게 한 것이다.

발렌타인 밀튼더프는 오렌지의 달콤함, 장미꽃 느낌의 플로럴 향, 계피 향을 떠올리게 하는 스파이시한 풍미가 완벽하게 어우러진 에디션으로 여성들도 편하게 즐길 수 있는 위스키다. 이런 밀튼더프가 각 호텔의 대표 믹솔로지스트들의 개성 넘치는 레시피를 통해 칵테일로 변신했으니, 아직은 위스키가 조금 부담스러운 여성들도 충분히 발렌타인 밀튼더프의 맛과 향을 즐길 수 있다.

또한 이 4개의 호텔과 힐튼 남해 골프&스파 리조트에서는 발렌타인 17과 시그너처 디스틸러리 에디션(발렌타인 글렌버기, 스카파, 밀튼더프)을 한자리에서 코스 식사와 함께 맛볼 수 있고 발렌타인 콘셉트 룸까지 체험할 수 있다.

전국 주요 호텔과 발렌타인이 함께한 이번 컬래버레이션은 발렌타인을 사랑하는 소비자들에게 발렌타인 17과 디스틸러리 에디션을 다양하게 체험해볼 수 있는 특별한 경험이자 즐거운 추억이 될 것이다.

발렌타인 밀튼더프 증류소.

시그너처 디스틸러리 시리즈의 17년간 숙성된 풍미를 더욱 살릴 수 있는 음용 방법.

* 위 기사는 메거진 전플랜 2012년 12월호에서 발췌한 내용입니다.

엘레강스

"밀튼더프의 풍미는 살리면서 여러 사람이 즐길 수 있도록 만들고 싶었어요. 사실 어떤 리큐어를 넣어도 원액 이상의 맛을 내기는 어렵거든요." 웨스틴 조선 호텔 부산 오킴스 믹솔로지스트 김병관은 발렌타인 밀튼더프로 만든 칵테일에 토닉 워터를 넣었다. 그는 위스키를 좀 더 부드럽게 만들며 거기에 레몬을 더해 신선한 청량감을 더했다. "새로운 제품이 나올 때마다 설렙니다. 발렌타인 시그너처 디스틸러리 시리즈는 더욱 그랬죠. 네 번째로 나올 마지막 에디션도 기대가 큽니다." 그는 발렌타인 밀튼더프로 칵테일을 만들어달라는 제안이 들어왔을 때 어땠느냐는 질문에 "영광이었습니다"라고 대답했다.

레시피 밀튼더프, 토닉 워터, 레몬즙, 오렌지 한 조각

아로마틱 밀튼더프

"발렌타인 밀튼더프를 처음 맛보고 여성들도 좋아할 만한 위스키가 나왔다고 생각했어요. 위스키는 그 자체만으로도 무게감이 있어 위스키가 처음인 여성들에게 특히 부담스러울 수 있거든요." W호텔 믹솔로지스트 정범석은 여자를 넘어 위스키를 접해보지 않은 사람들에게 쉽게 접근할 수 있는 칵테일을 만들었다. 그는 오렌지 향과 색감을 살리기 위해 아패럴을 사용했다. 아패럴은 붉은색을 띠는 오렌지 향 리큐어다. 그는 아패럴 외에도 유자를 사용해 과일 향을 더했으며 꿀을 추가해 달콤한 끝맛의 여운을 주었다.

레시피 밀튼더프, 아패럴, 유자, 꿀, 오렌지 한 조각

Art of Style

대한민국 최고의 믹솔로지스트 4명이 해석한 발렌타인 17
밀튼더프의 4가지 모습.

뷰티플 샤나

롯데 호텔 믹솔로지스트 조민지의 첫인상은 '소주 한 잔 못 마실 것 같은 여자'였다. "발렌타인은 오직 제품 자체의 풍미나 향에 초점을 맞춰 술을 만들죠. 저는 온더록스 잔에 즐기는 것을 좋아하지만 이에 버금가는 새로운 칵테일을 만들어보고 싶었어요." 그녀는 칵테일에 아몬드 향이 강한 아마레토를 넣었다. "처음 마셨을 때 아몬드 향이 잘 어울릴 거 같다고 생각했어요. 그래서 아마레토를 넣어 견과류 향을 강조했어요. 하지만 텁텁할 수 있어 레몬주스도 조금 넣었어요. 어떤가요? 상큼하지 않나요?" 아몬드 향과 밀튼더프의 계피 향의 조합이 오묘하면서도 신선했다.

레시피 밀튼더프, 아마레토, 레몬주스, 계피나 오렌지 껍질

INFORMATION
발렌타인 칵테일을 만나볼 수 있는 곳
롯데 호텔 서울 '피에르바'
(02-317-7183~4) W서울 워커힐 '우바'(02- 2022-0333)
그랜드 인터컨티넨탈 서울 파르나스 '그랑카페'(02-559-7614)
부산 웨스틴 조선 호텔 '오킴스' (051-749-7439)

디어 발렌타인

그랜드 인터컨티넨탈 믹솔로지스트 김기춘은 칵테일 맛이 궁금하다고 하자 재료를 테이블로 가져와 눈앞에서 직접 칵테일을 만들어줬다. "평소에 시그너처 디스틸러리 시리즈에 관심이 많았어요. 발렌타인 위스키는 그 자체만으로도 완벽하다고 생각했는데, 발렌타인은 아직 멀었다고 말하는 거 같네요." 그는 좋은 술로 칵테일을 만들 때는 무엇을 넣기보다는 최대한 안 넣는 게 좋다고 말했다. 그가 이번에 만든 칵테일에는 밀튼더프 그 자체의 우아한 오렌지 향을 더해줄 리큐어 하나만 들어갔다.

레시피 밀튼더프, 트리플 세크, 오렌지 껍질

발렌타인 17 밀튼더프와 아트 글라스

발렌타인은 이번에 발렌타인 17 밀튼더프를 출시하면서 풍부한 맛과 향을 미각과 후각은 물론 시각으로도 즐길 수 있는 '아트 글라스'를 만들었다. 아트 글라스는 두 개의 잔으로 이루어져 있는데, '온더록스 잔인 플라워 글라스' 위에 시음용 잔인 '에그 글라스'를 올리면 꽃 모양이 된다. 이 우아한 잔을 만든 사람은 유리 예술가 홍성환이다. 홍성환은 세계적으로 활동하는 몇 안 되는 한국 유리 예술가 중 한 명이다. 그는 아트 글라스의 윗부분에 속하는 에그 글라스에 발렌타인의 40여 가지 몰트 중 가장 핵심이 되는 몰트인 밀튼더프가 이번 에디션의 주인공이란 점을 상징적으로 표현했다. 아랫부분에 속하는 '플라워 글라스'는 꽃망울이 만개한 형태를 표현한 것이며 자연의 풍요로움을 상징한다.

아트 글라스 사용법을 간단히 소개하자면 먼저 두 가지 글라스 중 에그 글라스에는 발렌타인 17 밀튼더프를, 플라워 글라스에는 얼음 또는 물을 따른다. 에그 글라스로는 밀튼더프 본연의 맛과 향을 충분히 즐기고 남은 술을 플라워 글라스에 따라 기호에 맞게 즐기면 된다. 에그 글라스에 담긴 술을 플라워 글라스에 따르고 남은 양이 많지 않다면 그대로 바닥에 눕히면 된다. 컵 주둥이가 약간 사선으로 잘린 덕에 잔이 쓰러지지 않고 절묘하게 무게 중심을 유지한다. 발렌타인은 집에서 즐기는 고객들에게 플라워 글라스에 미네랄워터를 따라볼 것을 추천했다. 물이나 얼음도 좋지만 위스키와 함께 마시면 본연의 맛과 향은 해치지 않으면서 우아하고 풍부한 맛에 힘을 실어준다. 이런 멋진 잔은 잘 만들지도 않고 막상 구하려면 어디서 파는지 알아내기도 쉽지 않다. '한정판'이란 말까지 붙었으니 소장 가치는 충분하다. 공장에서 마구 찍어내는 기성품이 아니라는 점도 이 잔의 매력 중 하나다. 위스키를 잔 하나로 재미있게 마실 수 있는 한 가지 방법임에 틀림없다. 우리나라에서 가장 뛰어난 유리 예술가가 만든 한정판 수제 아트 글라스를 가지고 싶다면 전국 주요 호텔 바 혹은 바에서 응모 가능하며 URL로 접속하면 더 많은 정보를 얻을 수 있다.

www.B17Miltonduff.com

* 위 기사는 매거진 젠틀맨
2012년 12월호에서 발췌한 내용입니다.

그랜드 인터컨티넨탈 서울 파르나스 이재영 셰프.

W 서울 워커힐 조성호 셰프.

발렌타인 17, 새로운 스타일로 오감을 채우다

발렌타인 17 시그니처 디스틸러리 밀튼더프 에디션이 런칭했다. 이를 기념해 국내 주요 호텔에서 발렌타인 17 시그니처 디스틸러리 에디션에서 영감을 얻은 코스 메뉴와 창작 칵테일을 선보이며, 블렌딩의 예술을 오브제로 승화한 전용 아트 글라스도 탄생했다. 발렌타인을 즐기는 한층 품격 있고 흥미로운 방법을 제안하기 위해서다. **에디터** 이재연(jyeon@noblesse.com)

부산 웨스틴 조선 호텔 하인즈 셰프.

롯데호텔서울 김기택 셰프.

발렌타인의 세 번째 시그니처 디스틸러리 시리즈, 발렌타인 17 밀튼더프 에디션

발렌타인 17은 오크 향의 감미로운 터치, 우아하고 균형 잡힌 맛으로 위스키도 예술이 될 수 있음을 보여주는 발렌타인의 대표작이다. 스코틀랜드 4개 지역(하일랜드, 로우랜드, 아일레이, 스페이사이드)에 자리 잡은 시그니처 디스틸러리(증류소)에서 엄선한 원액을 블렌딩해 만드는데, 각 원액은 지역별로 기후와 지형을 반영해 차별화된 맛과 향을 띤다. 그것이 바로 발렌타인 특유의 세련된 맛과 향, 스타일을 결정짓는 요소다. 발렌타인은 이와 같은 발렌타인 17의 예술적 블렌딩에 담긴 의의와 감동을 매년 새롭고 즐거운 방식으로 소비자에게 전달하고자 2010년부터 주요 디스틸러리 원액을 강조한 발렌타인 17 시그니처 디스틸러리 에디션을 출시해왔다.

발렌타인의 첫 번째 시그니처 디스틸러리 에디션은 발렌타인 17의 달콤한 풍미를 전하는 글렌버기 증류소 원액의 특징을 강조한 글렌버기 에디션이었다. 두 번째로 선보인 발렌타인 17 스카파 에디션은 스코틀랜드의 이국적인 스카파 해안 지역의 영향을 받아 발렌타인의 부드러움을 만들어내는 스카파 원액을 강조한 것으로 무엇보다 진한 바닐라 향을 느낄 수 있었다. 2012년 11월, 드디어 베일을 벗은 발렌타인 세 번째 디스틸러리 시리즈는 스코틀랜드 황금의 삼각지로 불리는 스페이사이드를 관통하는 블랙번 강 지역의 밀튼더프 증류소 원액을 강조한 밀튼더프 에디션이다. 향긋한 꽃과 오렌지 주스의 맛, 계피의 스파이시함이 어우러진 제품으로, 발렌타인 17의 우아함과 따뜻한 풍미의 근원을 발견할 수 있다.

발렌타인 17 시그니처 디스틸러리 시리즈를 위해 전국 주요 호텔의 셰프가 뭉치다

발렌타인은 세 번째 발렌타인 17 시그니처 디스틸러리 밀튼더프 에디션 런칭을 기념해 그랜드 인터컨티넨탈 서울 파르나스, 롯데호텔서울, W 서울 워커힐, 부산 웨스틴 조선 호텔, 힐튼 남해 골프 & 스파 리조트와 함께 다양한 컬래버레이션을 진행한다. 그중 가장 주목할 만한 것이 발렌타인 17과 시그니처 디스틸러리 에디션 3종(글렌버기, 스카파, 밀튼더프)으로 구성한 코스 요리 프로모션. 일식, 웨스턴, 아시안, 이탤리언 등 장르가 다양하며, 요리와 더불어 발렌타인 17과 글렌버기, 스카파, 밀튼더프 에디션을 차례로 제공해 발렌타인과 음식의 마리아주를 즐길 수 있다.

그랜드 인터컨티넨탈 서울 파르나스 마르코폴로의 이재영 셰프는 발렌타인 17에 곁들일 음식으로 불린 해삼에 새우살을 넣어 튀긴 오룡해삼을 제안했다. 매콤하면서 끝맛이 개운한 요리로 발렌타인 17의 균형 잡힌 깊고 우아한 향을 더욱 잘 느낄 수 있다. 롯데호텔서울 일식당 모모야마의 김기택 셰프는 발렌타인 17 글렌버기 에디션과 부드러운 식감의 한우를 매치해 글렌버기의 달콤하면서 크리미한 질감과의 조화를 시도했다. 또 글렌버기 위스키의 황금 호박색을 부각시키는 데커레이션으로 보는 즐거움을 함께 선사했다. W 서울 워커힐 키친 조성호 셰프의 코스 메뉴 중에서는 발렌타인 17 스카파 에디션과 함께 낸 패션프루트 머랭 타르트와 망고 그라니테가 단연 돋보인다. 우아하고 부드러우면서 풍부한 과일 맛과 바닐라 향이 어우러진 스카파의 특성을 살려 머랭의 달콤함과 망고의 상큼함이 스카파의 풍미와 시너지를 낼 수 있도록 했다. 부산 웨스틴 조선 호텔 오킴스의 하인즈 셰프는 발렌타인 17 밀튼더프 에디션과 함께 즐길 수 있는 디저트 메뉴 비터 스위트 초코 브라우니 & 브리오슈 브레드 푸딩을 선보였다. 밀튼더프의 계피 향과 아몬드 사탕의 달콤한 향, 오렌지의 과일 향과 디저트의 헤이즐넛 향, 캐러멜 소스와 멋진 조화를 이룬다. 힐튼 남해 골프 & 스파 리조트 브리즈의 권중식 셰프의 시그니처 메뉴는 구운 채소를 곁들인 전복 스테이크. 풍부한 바다 향을 느낄 수 있는 음식으로, 이국적이고 드넓은 해안가에 자리한 스카파 증류소의 특성을 강조한 발렌타인 17 스카파 에디션과 절묘하게 어우러진다.

그 밖에 롯데호텔서울, W 서울 워커힐, 그랜드 인터컨티넨탈 서울 파르나스, 부산 웨스틴 조선 호텔 바에서는 밀튼더프 칵테일도 맛볼 수 있다. 발렌타인 17 밀튼더프 에디션이 각 호텔 대표 믹솔로지스트의 개성 넘치는 레시피를 통해 매혹적인 칵테일로 변신한다. 그랜드 인터컨티넨탈 서울 파르나스, 부산 웨스틴 조선 호텔, 힐튼 남해 골프 & 스파 리조트에는 발렌타인 브랜드 컨셉을 하나의 공간으로 창조한 '발렌타인 17 컨셉 룸'도 꾸민다.

전국 주요 호텔이 발렌타인과 함께한 이번 컬래버레이션은 발렌타인을 사랑하는 소비자에게 발렌타인 17과 시그니처 디스틸러리 에디션을 다양하게 체험하는 기회. 특별한 경험이자 즐거운 추억이 될 것이다.

발렌타인 17과 시그니처 디스틸러리 글렌버기, 스카파, 밀튼더프 에디션 디스커버리 키트.

* 위 기사는 매거진 노블레스 2012년 12월호에서 발췌한 내용입니다.

발렌타인 17 밀튼더프 에디션과 비터 스위트 초코 브라우니 & 브리오슈 브레드 푸딩@오킴스.

발렌타인 17과 시그니쳐 디스틸러리 에디션 3종 총 4종의 발렌타인 위스키와 매치한 부산 웨스틴 조선 호텔 오킴스의 코스 메뉴.

한우와 버섯 하사미 구이 @모모야마.

패션프루트 머랭 타르트와 망고 그라니테@키친.

"발렌타인을 처음 마셨을 때 조용한 폭풍을 만난 것 같았습니다. 부드러우면서도 강렬한 느낌이었죠. 발렌타인 위스키의 강렬함을 신선하면서 부드러운 음식으로 어떻게 구성할지 고민했어요. 스모크 향은 판세타(베이컨), 바닐라 향은 머랭, 시트러스 향은 세비체 같은 식으로 발렌타인의 향미를 요리에 담고자 노력했습니다."
– 조성호(W 서울 워커힐 키친 셰프)

"일본 요리는 담백한 맛을 강조하지만 발렌타인 위스키와 잘 어울릴 수 있도록 묵직한 질감을 살리고자 했습니다. 육질이 좋은 한우, 흙의 향기가 배어든 버섯 등을 재료로 골랐지요. 알코올 도수가 높은 술인 만큼 위의 부담을 덜어주기 위해 마를 섞고 오일리한 풍미도 더했습니다."
– 김기택(롯데호텔서울 모모야마 셰프)

"발렌타인의 프리미엄 위스키 이미지를 표현하기 위해 중식에서 가장 좋은 재료로 꼽히는 샥스핀, 해삼, 전복을 두루 사용했습니다. 그 자체로 즐겨도 좋고 발렌타인을 마시면서 안주로 곁들이면 속은 따뜻하게, 입은 개운하게 해주는 맛깔스러운 중국 요리로 구성했습니다."
– 이재영(그랜드 인터컨티넨탈 서울 파르나스 마르코폴로 셰프)

"수준 높은 위스키와 조화를 이루는 음식이라 상당히 흥미로운 작업이었습니다. 발렌타인 위스키의 향과 보디감에서 메뉴에 대한 영감을 얻었는데 에디션별로 각각 다른 종류의 과일과 향신료, 견과류 향이 난다는 것에서 착안했어요. 특히 밀튼더프 에디션의 오렌지와 계피 향은 제가 만든 헤이즐넛, 바닐라, 캐러멜 소스를 곁들인 초콜릿 디저트와 최상의 궁합을 이룬다고 생각합니다."
– 하인즈(부산 웨스틴 조선 호텔 오킴스 셰프)

발렌타인 17과 파와 생강, 간장 소스를 곁들인 농어 요리@마르코폴로.

오룡해삼@마르코폴로.

Dinner for Ballantine's

- 그랜드 인터컨티넨탈 서울 파르나스 마르코폴로 '발렌타인 위스키 프로모션' **문의** 559-7620
- 롯데호텔서울 모모야마 '발렌타인 갈라' **문의** 317-7031~2
- W 서울 워커힐 키친 '발렌타인@키친' **문의** 2022-0111
- 부산 웨스틴 조선 호텔 오킴스 '발렌타인 시그니처 디스틸러리 에디션 & 마리아주 디너 세트' **문의** 051-749-7439
- 힐튼 남해 골프 & 스파 리조트 브리즈 '발렌타인 17 특선 디너 코스' **문의** 055-860-0100

블렌딩의 예술을 아트 글라스에 담다

발렌타인의 우아함과 따뜻한 풍미의 핵심인 밀튼더프 몰트. 발렌타인 17 시그니처 디스틸러리 밀튼더프 에디션은 장미의 향긋한 꽃향기와 오렌지, 배 등의 풍부한 과일 향을 담아 여성도 즐기기 좋은 위스키로 관심을 모은다. 발렌타인의 시그니처 스타일인 녹색 병에 오렌지 컬러 라벨을 더해 부드럽고 달콤한 느낌을 강조한 보틀 디자인도 눈길을 끄는데, 밀튼더프 증류소 일러스트레이션을 새겨 발렌타인 시그니처 증류소의 역사와 가치를 상징적으로 담아냈다.

이와 함께 한국을 대표하는 유리예술가 홍성환이 발렌타인 17의 블렌딩 미학을 하나의 예술 작품으로 승화시킨 '아트 글라스'를 선보인다. 밀튼더프 아트 글라스는 발렌타인 17의 부드러움과 우아함 그리고 발렌타인의 근간이 되는 밀튼더프 증류소의 의미를 담아 꽃을 형상화한 작품으로 만들었다.

밀튼더프 아트 글라스의 윗부분인 에그 글라스는 꽃의 핵이라 할 수 있는 꽃망울을 상징하며, 향긋하고 달콤한 발렌타인 17 밀튼더프 에디션의 모든 향을 응집한 모습을 표현한다. 더불어 밀튼더프가 발렌타인의 40여 가지 몰트 중 가장 핵심이 되는 시그니처 몰트인 만큼 핵(core)이라는 의미도 내포한다. 아트 글라스의 아랫부분 플라워 글라스는 꽃이 만개한 형태를 표현한 것으로 자연의 풍요로움을 상징한다고 할 수 있다. 발렌타인 17 밀튼더프 에디션의 달콤하고 풍부한 맛과 향을 미각과 후각은 물론 시각으로도 느낄 수 있게 한 것.

음용 방법은 이렇다. 에그 글라스에 발렌타인 17 밀튼더프 에디션을, 플라워 글라스에는 물을 따른 후 먼저 에그 글라스 속 밀튼더프를 한 모금 맛보면서 맛과 향을 감상하는 것이 1단계. 2단계로 에그 글라스에 남아 있는 위스키를 아래 플라워 글라스에 부어 물을 섞어 마시면 발렌타인 17 밀튼더프 에디션의 우아하고 섬세한 향을 한층 풍부하게 경험할 수 있다. 그야말로 발렌타인의 우아한 블렌딩 미학을 오감으로 체험하는 것이다. ◈

"발렌타인 17 밀튼더프 에디션은 발렌타인의 우아함과 따뜻한 느낌의 핵심인 밀튼더프 몰트를 강조한 에디션으로 블렌딩 베이스로서 균형감을 보여준다. 오렌지의 달콤함, 장미꽃 같은 향기, 계피 향을 통한 스파이시한 풍미가 완벽하게 어우러진다."
– 샌디 히슬롭(발렌타인 5대 마스터 블렌더)

발렌타인 17 밀튼더프 에디션과 아트 글라스.

사진 김홍수

* 위 기사는 매거진 노블레스 2012년 12월호에서 발췌한 내용입니다.

스타일리시한 여성들과 함께한 발렌타인 17 파인 다이닝 파티

Fine Dining with Ballantine's 17

발렌타인 17 시리즈에 어울리는 푸드는 무궁무진하다. 장미의 향긋한 꽃 내음과 오렌지 주스의 향, 계피의 스파이시함, 배 등의 풍부한 과일 향이 더해진 이 매력적인 위스키에는 일식이나 웨스턴, 이탈리언과 아시안 푸드까지 절묘하게 어우러져 다양한 푸드 페어링의 즐거움을 경험하게 하는 것. 백&슈즈 브랜드 쉐 에보카 이은지 대표와 그녀의 절친이자 비즈니스 파트너인 탤런트 이윤미 그리고 이들의 지인 2명을 발렌타인 17 시리즈와 어우러진 파인 다이닝 파티에 초대했다. **editor** Jun Min Sun

'마리아주'라는 단어를 들어본 적이 있을 거다. 순수하게 술만 즐기는 것이 그 본연의 매력과 캐릭터를 고스란히 느낄 것 같지만 예상외로 잘 어울리는 음식과 함께한다면 비로소 그 빛을 발휘하는 것. 슈퍼 프리미엄 스카치위스키 발렌타인 역시 새롭고 다양한 스타일의 다이닝과 함께 했을 때 더욱 파인 다이닝의 품격을 높이는데, 특히 이번에 발렌타인이 출시한 시그니처 디스틸러리 시리즈, 그 세 번째 제품인 발렌타인 17 밀튼더프 에디션이라면 더더욱 그렇다. 이유라면 밀튼더프는 발렌타인의 우아함과 따뜻한 느낌의 핵심이 되는 밀튼더프 몰트를 강조한 에디션으로 블렌딩 베이스로서의 균형감을 보여주는 것은 물론 오렌지 풍미로부터 달콤함, 장미꽃 느낌의 플로럴 향기, 계피 향에서 나는 스파이시한 풍미가 완벽하게 어우러지기 때문이다. 이런 의미에서 발렌타인은 밀튼더프 론칭을 기념해 전국의 5개 주요 호텔 롯데, W 서울 워커힐, 그랜드 인터컨티넨탈, 웨스틴 조선 부산, 힐튼 남해 골프 앤 스파 리조트에서 발렌타인 17 시리즈를 함께 즐길 수 있는 푸드 콜라보레이션 메뉴를 선보인다. 호텔의 메인 셰프들이 발렌타인 17 시리즈를 테이스팅한 후 각 에디션의 풍미, 특징과 잘 어울리는 요리를 개발해 기존에 보지 못했던 파인 다이닝의 품격을 높인 것. 어떤 스타일의 요리에도 잘 어울리는 위스키이긴 하지만 5명의 셰프가 마련한 일식, 웨스턴, 아시안, 이탤리언 메뉴는 입으로 경험하는 맛뿐만 아니라 눈으로 보는 즐거움까지 함께 선사하는 것이다. 그러니 스파이시함을 배가시킨 오룡해삼 요리와 시트러스 향을 풍기는 시푸드 세비체, 달콤한 플로럴 향을 더욱 살려주는 비터스윗 초코 브라우니, 밀튼더프의 오렌지 컬러와 단풍이 어우러진 감각적인 푸드 데커레이션이 눈길을 끄는 모모야마 젠사이 등 다양한 음식과 위스키의 마리아주를 취향대로 즐기면 될 듯하다.

포토그래퍼 · 이한기 | 문의 · 페르노리카코리아(02 3466 5819)

스타일리시한 여성들과 함께한 발렌타인 17과 밀튼더프 에디션

발렌타인이 이탈리아산 최고급 소재에 모던한 디자인을 접목한 백&슈즈 브랜드 쉐 에보카의 이은지 대표와 그녀의 절친이자 비즈니스 파트너인 탤런트 이윤미 그리고 그녀들의 친구 권지혜 · 윤혜경 씨를 발렌타인의 파인 다이닝 파티에 초대했다. 새롭게 론칭한 발렌타인 17 밀튼더프와 일본 요리의 환상적인 마리아주를 체험할 수 있는 기회를 제안한 것. 장소는 밀튼더프 론칭을 기념해 푸드 콜라보레이션 메뉴를 선보이고 있는 소공동 롯데호텔 서울 일식당 모모야마였다. 먼저 발렌타인의 세 번째 디스틸러리 에디션인 밀튼더프를 소개하는 것을 서두로 유리 예술가 홍성환이 발렌타인 17년의 블렌딩 미학을 예술 작품으로 승화시킨 밀튼더프 아트 글라스를 통한 음용법에 대한 설명이 곁들여졌다.

발렌타인 브랜드 관계자는 "윗부분인 에그 글라스는 밀튼더프의 맛과 향을 충분히 느끼는 테이스팅 글라스로, 아랫부분인 플라워 글라스는 미네랄워터나 얼음을 넣은 후 밀튼더프를 더해 온더록스 글라스로 활용할 수 있다"며 음용법에 있어서도 새로운 스타일을 제안했다. 그리고 밀튼더프의 오렌지 컬러와 단풍이 어우러진 감각적인 푸드 데커레이션부터 눈길을 끄는 일식 요리와 함께 이번 에디션의 향과 맛을 음미해보는 시간을 가졌다. 앞서 모모야마의 김기택 셰프는 "식전에 입맛을 돋우는 애피타이저 젠사이를 시작으로 은은한 향이 배어 있는 송이버섯과 야들야들하게 씹히는 전복, 감칠맛 나는 도미 그리고 하이라이트인 모둠 사시미까지 차려질 텐데, 요리와 밀튼더프가 잘 조화를 이뤄 깔끔한 여운을 남길 것이다"라고 설명했다.

밀튼더프와 함께 다양한 일식 요리를 맛본 4명의 참가자 중 탤런트 이윤미는 "미감과 부드러운 질감이 돋보이는 일식 요리에 밀튼더프가 부드럽고 윤기 있게 조화를 이루고 무엇보다 깔끔한 여운이 인상적이다"라고 말하며 "평소에는 위스키에 물이나 얼음을 섞어 온더록스로 마셨는데, 일식 요리와 함께 아트 글라스에 마시니 위스키 본연의 맛과 향을 더 부드럽게 느낄 수 있었던 것 같다"는 소감을 남겼고, 무엇보다 발렌타인 17 시리즈를 전부 경험해 볼 수 있는 디스커버리 키트에 흡족해했다. ◎

* 디스커버리 키트는 발렌타인 17시리즈를 전부 경험해 볼 수 있는 키트다.

발렌타인 17, 새로운 스타일을 만나다

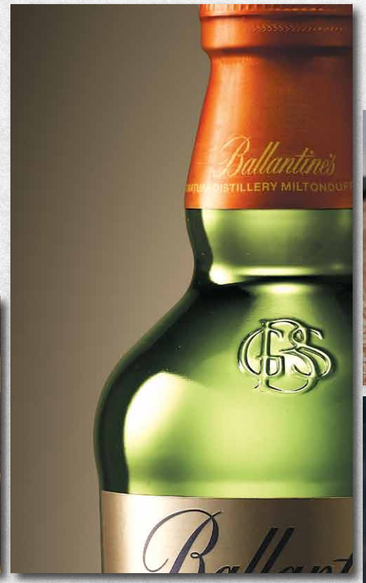
발렌타인 17 시리즈 중 밀튼더프 론칭을 기념해 전국의 5개 주요 호텔에서 품격있는 파인 다이닝을 즐길 수 있다. 스타일리시한 여성뿐만 아니라 트렌디한 비즈니스맨이라면 취향대로 즐겨보자.

1 롯데호텔 서울 일식당 모모야마에서 마련한 젠사이(~12월 31일) **2** 부산 웨스틴 조선 호텔, 오킴스 레스토랑에서 맛볼 수 있는 비터스윗 초코 브라우니&브리오슈 브레드 푸딩(~2013년 1월 15일) **3** 그랜드 인터컨티넨탈 호텔 마르코폴로 레스토랑에서 준비한 오룡해삼(~2013년 3월 31일) **4** 힐튼 남해 골프&스파 리조트에서 만나볼 수 있는 구운 야채와 감자를 곁들인 전복 스테이크(~12월 15일)

* 위 기사는 매거진 골프포위민 2012년 12월호에서 발췌한 내용입니다.

Ballantine's

LEAVE AN IMPRESSION



Undiscovered Style of Scotland

NEW EDITION
LAUNCHED IN PUBLIC

발렌타인 17 밀튼더프 에디션
고객들에게 첫 선을 보이다

지난 11월 11일 오전, 발렌타인 17 밀튼더프 에디션이 신세계백화점 본점에서 일반 소비자 앞에 처음으로 공개되었다. 출시를 기념하는 행사장은 발렌타인 17 밀튼더프 에디션의 컨셉을 한눈에 느낄 수 있도록 제품을 상징하는 이미지가 담긴 대형 포토월과 주요 성분인 오렌지와 꽃, 계피로 장식된 포토 테이블로 꾸며졌다. 발렌타인 17 밀튼더프 에디션은 장미의 향긋한 꽃 내음과 오렌지, 배 등의 풍부한 과일 향이 더해진 발렌타인 17의 세 번째 리미티드 에디션이다. 그 향기로운 향과 인상적인 맛에 감각적인 스타일이 더해져 런칭 현장의 남성들은 물론 여성 고객들에게도 큰 호응을 얻었다.

발렌타인 17의 새로운 음용 스타일을 느낄 수 있도록 한정 제작된 유리공예가 홍성환 작가의 작품, '아트 글라스'도 현장에 함께 전시되어 많은 취재진과 참여 고객의 주목을 끌었다. 독특한 형태의 디자인이 돋보이는 아트 글라스는 발렌타인 17 밀튼더프의 맛과 향을 가장 잘 느낄 수 있도록 특별히 만들어진 콜라보레이션 작품이다. 이날 발렌타인 17 밀튼더프 에디션이 담긴 에그 글라스와 미네랄워터가 담긴 플라워 글라스를 통해 발렌타인 17을 다양하게 즐기기 위한 새로운 음용 스타일이 자연스럽게 소개되었다. 발렌타인 17 밀튼더프 에디션은 전국의 백화점 및 주요 발렌타인 판매처에서 한정으로 선보인다.

An Exceptionally Smooth
A UNIQUE BLEND CREATED
CELEBRATING THE DISTINCTIVE FLAVOURS
And Elegant Whisky
BY OUR MASTER BLENDER
PROVIDED BY OUR SIGNATURE MALTS
PRODUCT OF SCOTLAND

A Desire for Classic

위스키는 만들어지는 지역의 기후와 지형의 특성에 따라, 또 증류소마다의 역사와 전통에 따라 맛과 향이 좌우된다. 클래식 음악도 그렇다. 같은 곡이라도 연주자의 해석은 달라지고, 연주하는 악기에 따라, 때론 편곡에 따라 전혀 다른 감동을 준다. 때문에 음악가들에게는 저마다의 색을 드러내는 프로그램을 선보이는 무대만큼 값진 것도 없다. '예술가의 초상'이란 이름으로 개개인의 예술적 지향점과 이상향이 투영될 무대를 앞두고 있는 젊은 실력파 음악가들이 모였다. 뿌리는 같지만 증류소에 따라 미묘하게 다른 향미를 뽐내는 위스키를 권하며 그들 각자의 음악을 향한 욕망과 악기에 대한 자긍심을 들어본 시간.

editor_김아형 photographer_김윤희
cooperation_발렌타인 hair_상근(엔끌로에)

* 위 기사는 매거진 핀플레이빌 2012년 11월호에서 발췌한 내용입니다.

유산을 복원하는 연주자

비올리스트 **윤진원**

* 위 기사는 매거진 씬플레이빌 2012년 11월호에서 발췌한 내용입니다.

어떤 악기와도 잘 융화되는 감미로운 비올라 음색에는 발렌타인 본연의 부드러움에 맛과 향이 조화롭게 균형을 이룬 발렌타인 글렌버기 200주년 스페셜 에디션이 제격이다. 감미로운 과일 향과 풍부한 달콤함이 특징인 글렌버기 몰트 원액으로 블렌딩 되어 우아하고 부드러운 바탕에 기품 있고 화사한 향미까지 느낄 수 있다.

"**비올라는 특히 실내악에서 많은 비중을 차지하는 악기에요. 아무래도 남과 하는 작업이 많으니까 성격적으로 융화를 잘하는 것도 비올리스트들의 덕목 중 하나인 것 같아요.**" 모난데 없는 말투와 온화한 미소의 비올리스트 윤진원은 사람의 목소리와 가장 흡사한 악기와 그 악기를 쓱 빼닮았다. 클래식 애호가인 부모님 덕분에 일찌감치 피아노와 바이올린을 배웠던 13살 소년은 우연히 듣게 된 비올라 소리에 매료되었고 윤진원의 비올라 인생은 그 순간부터 시작되었다. "**바이올린의 화려한 고음은 인간의 목소리로 낼 수 없는 궁극의 음이고, 첼로의 저음이 주는 큰 울림 역시 인간의 목소리로는 도달할 수 없는 영역이에요. 하지만 비올라는 가장 낮은 음역부터 가장 고음으로 집는 영역이 성악가들의 베이스와 하이소프라노 사이에서 움직이죠. 무엇보다 비올리스트로서 저 자신보다 비올라라는 악기를 알리고 싶은 사명감이 있어요. 비올라 소리를 아직 접하지 못한 분들에게 제 연주를 통해 비올라라는 악기의 매력과 음색을 소개할 수 있다는 점에 적잖은 책임감 느낍니다.**"

서울예고 수석 입학 후 도독, 쾰른 국립음대 최고 연주자 과정을 졸업한 윤진원은 각종 콩쿠르에서 두각을 나타내며 독일을 베이스로 활동하다 7년 전 귀국했다. 서울대, 중앙대 등에 출강하다 경희대 교수로 정착한지 2년. 그의 꿈은 제자들에게 '연주 잘하는 선생님'으로 비춰지는 것이다. "**유학을 떠나 만난 스승들은 유명한 교육자였고 동시에 훌륭한 연주자셨어요. 그런 모습들이 저한테 영향을 주고 바람직한 롤모델이 되었던 거 같아요. 저 역시 내가 가르치는 바에 대해 연주로 책임 질 수 있는 스승이 되고자 노력하고 있습니다. 지금보다 젊었을 때만 해도 인생을 이해하는 폭이 좁았는데 나이가 들고 아이를 키우다 보니 보듬어주고 이해하는 폭이 넓어지는 것 같아요.**" 인생의 관심사가 잠시 음악을 빗겨난 적은 있어도 한 번도 비올라가 싫어지거나 슬럼프에 빠진 적은 없었다. 하지만 학생들 가운데는 슬럼프 없이 학창시절을 보내다 오히려 대학교에 진학한 이후 음악적 사춘기를 경험하는 경우를 많이 보았다. 그는 음악이 자신의 적성에 정말 맞는지 평생 프로 연주자로 살아갈 만큼 재능이 있는지 뒤늦게 고민하는 학생들을 보면 기성세대의 책임 같아 미안함이 크다고 했다. "**즐기면서 음악을 한다는 게 말처럼 쉽지가 않거든요. 음악 본연의 아름다움 느끼기 전에 경쟁과 점수에 얽매어 있는 학생들을 보면 기성세대의 책임 같아 안타깝고 미안합니다. 그럼에도 불구하고 제 아이가 음악을 한다고 하면 적극적으로 밀어줄 생각이에요. 클래식 음악을 들었을 때만의 감동이 있거든요. 뭔가 벅차오르는 감정 말이에요. 클래식을 모르고 일평생을 살아도 문제는 없지만, 인생에 있어서 한 가지 좋은 감정 놓치고 사는 건 좀 아쉽잖아요. 음악을 자신의 명예를 채우는 수단이 아니라 음악을 즐기는 음악가가 된다면 적극 권장할 거예요.**" 그러한 신념을 확인 할 수 있는 무대를 앞두고 그는 슈베르트의 '겨울 나그네'를 꺼내들었다. "**공연이 12월이라 계절적인 영향도 있지만 서정적이고 아름다운 멜로디를 연주해보고 싶은 욕구가 컸어요. 또 원곡인 성악곡의 깊이도 함께 전달하고자 연주를 하는 동안 가사를 화면으로 보여줄 예정이에요. 그런데 번역된 가사를 보니 어휘나 문체도 많이 낡았더라고요. 그래서 저만의 문체로 다시 번역했어요.**"

다수가 즐기기에 또 대중이 다가가기에 클래식 음악의 장벽이 아직은 높다는 것을 안다. 하지만 클래식이 수많은 음악 장르 가운데 하나라고 생각해본 적은 없다. 클래식이란 단어 자체가 가지고 있는 뜻처럼 윤진원은 클래식 음악을 인류의 문화유산으로 이어져 내려오는 유물이라 여긴다. 수백 년 전 악보를 연주할 때면, 고대 유물이나 미술품을 복원하는 사람처럼 역사를 재생하고 유산을 복원하는 느낌이라고. "**밤늦게 혼자 연습을 하다 보면 일순간 제가 수백 년 전 작곡가의 영혼과 마주하고 있는 것 같은 느낌이 들 때가 있어요. 왜 흥행도 안 되는 클래식을 고집하느냐는 사람들도 있지만 그걸 유산으로 여기고 보존할 가치가 있는 것이라는 인식을 가져 주기만 해도 클래식 음악을 하는 사람들이 힘이 날 거예요.**" 뜨겁게 끓어오르는 열정이 아니더라도 편안함과 성실함만으로도 얼마든지 음악에 대한 신념과 사명을 펼쳐 보일 수 있음을 확인시켜준 윤진원. 음악가로서 그의 욕망 역시 '음악 인생이 지속되는 한 최대한 무대에 오래도록 서고 싶다'는 성실한 바람으로 일관성을 갖는다.

도전이 즐거운 모범생

클라리넷티스트 **채재일**

* 위 기사는 매거진 씬플레이빌 2012년 11월호에서 발췌한 내용입니다.

"**한 곳에 오래 머무르는 편이 아닌데 서울시향에는 7년을 있었으니, 제 기준에서는 오래 있었던 거예요. 7년 동안 오케스트라 생활을 하며 스케줄에 따라 바삐 움직이는 동안 변화가 절실했거든요. 다른 것을 시도해보고 싶은 게 첫 번째 이유라면 서울시향을 그만 둔 두 번째 이유는 교육자로서 제대로 된 경험을 해 보고 싶다는 욕심이었어요.**" 아버지 채일희의 뒤를 이어 부자가 서울시향의 클라리넷 수석이 되는 가문의 영광을 일군 채재일. 서울시향의 간판스타로 두터운 팬 층까지 지닌 그가 국내 최고의 오케스트라의 수석이란 타이틀을 내려놓고 영남대 교수라는 타이틀을 새로 얹은 이유를 털어놓는다.

줄리아드 음대를 수석으로 졸업한 채재일은 밀워키 심포니 단원으로 활동하다 2005년 서울시향 수석으로 자리를 옮겼다. 셀 수 없이 이어지는 정기공연과 해외공연 사이에도 그는 2007년 스위스 제네바 콩쿠르 특별상, 2008년엔 스페인 도스 에르마나스 클라리넷 국제콩쿠르 1위를 수상했고, 필라델피아 오케스트라 객원수석으로 금호체임버뮤직소사이어티 멤버로 국내외 다양한 무대를 쉼 없이 오르며 서울시향에 몸담고 있는 동안에도 숱한 도전을 거듭했다. "**중학교 때 유학을 떠나 한국에는 (살아 계신) 은사님이 안 계세요. 그래서 저를 끌어줄 사람도, 한국에 들어올 기회도 없었는데 서울시향의 오디션 공고를 보고 무작정 지원하게 된 거예요. 영남대 역시 공채 공고를 보고 스스로 지원했어요. 기회는 누가 주는 게 아니라 스스로 만드는 거잖아요. 이제 본격적으로 교육자의 길을 걷게 됐지만 전 욕심이 많아서 연주자의 삶도 놓치고 싶지는 않아요. 오케스트라든 실내악이든 오히려 이전보다 더 열심히 할 수 있을 거 같아요.**"

아버지의 영향으로 기억도 나지 않는 어린 시절부터 늘 곁에 있었던 클라리넷이지만 전공을 하고 프로 연주자의 길을 간 건 그의 의지였다. 피아노나 바이올린보다 덜 화려하고, 유명 연주자도 드물지만 채재일은 어떤 악기와도 잘 섞이는 클라리넷의 편안한 음색을 사랑한다. "**악기의 매력보다 중요한 건 연주자의 능력이에요. 연주자가 능력이 있다면 어떤 악기든 충분히 두각을 나타낼 수 있다고 생각해요. 클라리넷은 강한 면에서는 어떤 악기에도 뒤지지 않게 파워풀하고 여린 면에서도 어떤 악기 못지않게 표현이 풍부한 게 장점이죠. 강약 조절이 잘 되어 고음이든 저음이든 잘 섞이는 악기라서 그런지 실내악 레퍼토리가 많아요. 거듭 말하지만 전 연주자로서 욕심이 많아요. (웃음) 동시에 클래식 연주자로서의 채재일은 항상 모범적이다, 열심히 한다는 인정도 받고 싶고요. 일단 주어진 것을 잘해야 하겠지만 그 너머의 다른 것도 무척 궁금하고 또 경험해보고 싶습니다.**"

현재에 안주하는 것만큼 연주자에게 위험한 건 없다고 말하는 채재일. 금호아트홀 '예술가의 초상' 시리즈에서 그가 선보일 레퍼토리 또한 기대를 저버리지 않는 도전이다. 전반은 드뷔시를 메인으로 색채감 있고 섬세한 프랑스 곡들을 묶었고, 후반은 누구든 즐길 수 있는 듣기 편한 곡들을 준비했다. "**대중적인 곡은 아니지만 누구든 즐길 수 있고 재미도 있을 거라고 확신하고 있어요. 평범한 연주에 머무르지 않고 퍼포먼스를 곁들일 생각이에요. 얌전하게 클라리넷만 불려는 건 아니에요. 욕심을 좀 부려봤어요. 듣는 사람을 즐겁게, 기쁘게, 공감하게 하지 못하는 연주는 연주자로서 올바른 길이 아니라 생각하거든요. 자신의 만족보단 듣는 사람이 먼저죠. 제가 추구하는 것 역시 클래식이라는 테두리 안에서 최대한 청중에게 가까이 다가가는 동시에 스스로도 성취감 얻을 수 있는 연주입니다.**" 콘서트홀에서의 공연이 아닌 어느 백화점에서의 공연을 가장 만족했던 공연으로 꼽는 채재일. 중간휴식도 없고, 심지어 클래식 애호가들만을 위한 자리가 아니었음에도, 단 한사람도 자리를 뜨지 않았던 유일한 공연이었다는 관계자의 말에 자신이 올바르게 가고 있다는 보람을 느꼈다고. 인터뷰 중간 중간 '올바른', '모범적인'이란 단어가 유독 많이 나왔지만 채재일 역시 음악보다 다른 재미를 찾았던 시절이 있었다. 그런 경험이 있기에 지금 가는 길이 올바른 길이며 그를 만족시키는 길이란 걸 확신한다는 젊은 클라리넷티스트. 그는 음악을 하고 거기서 성취감을 얻으며 인생의 즐거움을 찾는 것, 그것이 연주자로서 평생 지녀야할 욕망이자 꿈이라며 또 한 번의 새로운 도전을 마다하지 않는다.

파워풀하면서도 섬세한 클라리넷의 매력처럼 세련되면서도 신비로운 라벨이 돋보이는 발렌타인 17 스카파 에디션. 이국적이고 드넓은 스코틀랜드의 스카파 해안에 자리 잡고 있는 증류소의 특성이 반영되어 풍부한 과일 향과 바닐라향이 느껴지며 발렌타인의 완벽한 부드러움의 근간인 스카파 몰트가 강조되었다.

글 짓는 피아노맨

피아니스트 **유영욱**

* 위 기사는 매거진 씬플레이빌 2012년 11월호에서 발췌한 내용입니다.

향긋한 꽃내음과 오렌지, 배 등의 과일 향이 더해져 섬세하고 달콤한 피아노 선율에 어울리는 발렌타인 17 밀튼더프 에디션. 스코틀랜드의 황금 삼각지로 불리는 스페이사이드 지역에 위치한 밀튼더프 디스틸러리 몰트를 강조한 제품으로 부드럽고 우아한 발렌타인 17년의 완벽한 블렌딩을 새롭게 음미할 수 있다.

20대는 외로웠다. 10대 시절 일찌감치 작곡에 두각을 보여 신동 소리를 들었고 피아노 또한 출중한 기량으로 21살에 스페인 산탄데르 국제피아노콩쿠르에서 우승하며 미국과 유럽, 남미 등을 다니며 연주 활동을 했다. 하지만 유영욱의 이름을 다시 들을 수 있었던 건 10년이 지난 2007년 독일 본에서 열린 베토벤 국제피아노콩쿠르에서 1위를 하면서다. "**그 10년이 어떤 면에서는 슬럼프였죠. 너무 이른 나이에 주목받았던 부담감과 해외를 누비며 연주를 다니는 화려한 생활 이면의 허무함과 고독함. 이런 건 아무도 알려주지 않았거든요. 어느 순간 내가 누구를 위해 연주하고 있는 건지 의미를 잃어버렸어요. 피아노란 악기 자체도 외롭잖아요. 오케스트라나 실내악 그룹에 끼지 못하니 소속감도 없고 반주와 멜로디 모두를 혼자서 컨트롤해야 하니까요. 반대로 그 점이 피아노의 매력이지만요. 귀국한지 5년째인데 한국에서 연주를 하면서부터는 그런 감정이 안 생겨요. 관객과의 친밀도나 공감대 형성이 잘 돼서 그러겠죠.**"

11살에 자작곡으로 발표회를 가졌고 곱슬머리에 약간 괴팍한 부분까지 베토벤을 쏙 닮아 어릴 때 별명이 베토벤이었던 피아니스트 유영욱. 오랫동안 잊혔던 그 별명은 음악가로서 2장을 열어준 베토벤 국제피아노콩쿠르 이후 다시 그의 인생에 들어왔다. 이제 그의 이름 뒤에는 '한국의 베토벤'이라는 수식이 자연스럽게 따라다닌다. 2008년 귀국한 그는 최연소로 연세대 음대 교수로 임명되었고, 내친김에 2009년에는 〈베토벤 32〉란 음반도 냈다. 그리고 학생들을 가르치며 새로운 돌파구를 찾게 되었다. "**일찌감치 슬럼프를 겪다 보니 나이를 먹으면서는 오히려 원하는 걸 다채롭게 생각하게 됐어요. 그 중 하나가 가르치는 것이에요. 간접적으로나마 제가 쌓은 경험들을 통해서 학생들이 가는 길이 조금은 수월하도록 조언을 해주는 거죠. 그동안은 연주하면서 저 하나의 인생 속에만 갇혀 살았는데, 여러 사람의 인생에 관여되고 긍정적인 영향을 미친다는 건 또 다른 기쁨이더라고요.**"

학생들을 가르치면서 음악을 보는 시야가 넓어지고 표현도 풍부해지는 것 같다는 유영욱. 그는 다른 사람의 표현을 풍부하게 해주고자 노력하다 보니 스스로도 음악의 의미와 중요성을 다시금 생각하게 됐다고 했다. "**선생님들 가운데 연주 테크닉은 떨어져도 음악성이 풍부한 경우가 많은데 그게 이제 이해가 되더라고요. 가르치는 과정을 통해 저도 배우는 게 많아요. 예전엔 안보이던 것들이 보이고 음악과 좀 더 일체가 되는 느낌이랄까. 요즘 들어 부쩍 음악뿐 아니라 인격적으로나 삶의 지혜 면에서도 완성된 인간이 되고 싶어졌어요.**"

금호아트홀이 기획한 '예술가의 초상' 시리즈의 첫 번째 주자인 유영욱은 그동안 무대에서 보여주지 않았던 곡들로만 이번 프로그램을 꾸몄다. 짧으면서 상큼한 모차르트의 론도가 애피타이저라면 중후한 브람스 소나타 3번은 메인이라는 재미난 그의 비유는 궁금증을 증폭시킨다. 특히 평생 '제2의 베토벤'이라는 꼬리표가 뒤따랐던 브람스는 누구보다 공감대가 많은 작곡가라고. 무겁고 선이 굵은 브람스의 곡들 안에 숨어있는 아기자기하고 애틋한 면을 관객들에게도 들려주는 게 그의 목표다. 자연스레 이제 작곡은 하지 않느냐는 질문이 이어졌고 그는 "**어릴 때는 뭘 몰랐기 때문에 자유롭게 곡을 썼지만 신동 소리를 듣다보니 작곡에 대한 압박감이 커졌고, 기대감이 부담감으로 변하자 쉽사리 곡을 못 쓰게 됐다**"고 일갈한다. 그러면서 의외의 이야기를 덧붙인다. "**가끔 글을 써달라는 요청을 받는데 언젠가 꼭 책을 한 번 써보고 싶어요. 연습 방법이나 피아노 테크닉에 관한 책이면 쉽겠지만 가장 써보고 싶은 건 소설이에요. 자기 발전에 관한 책도 좋고요. 기본적으로 저 자체가 책을 무척 좋아하고 뭔가에 대해 설명할 때 비유하는 걸 좋아해요. 글을 많이 써보진 않았지만 마음먹고 쓰면 못 쓸 거 같진 않아요. (웃음) 음악으로 공감하게 하는 일도 열심히 하겠지만 활자를 통해서도 공감을 끌어내고 싶은 욕망을 머지않은 미래에 실현할 수 있으면 해요.**" 음악에서 인생을 배우고, 인생에서 다시 음악을 배우고 있는 이 남자는 자신이 정말 하고 싶은 일을 꺼내놓으며 수줍은 소년처럼 웃는다. 어떤가. 음악의 단맛도 쓴맛도 진하게 경험한 뭘 좀 아는 피아니스트가 쓴 소설, 기대되지 않는가.

05

Ballantine's
& Women

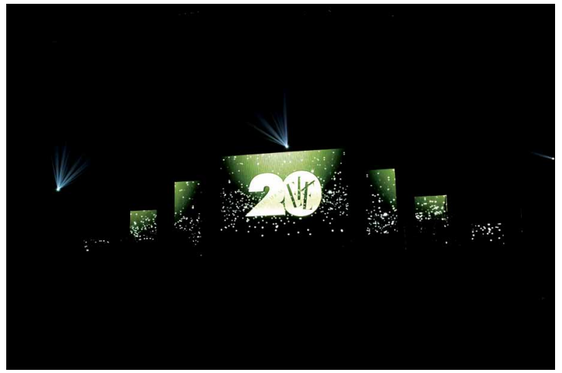
The Way That Women Love Ballantine's

어느 순간 발렌타인과 여자라는 단어가 꽤 잘 어울리는 조합이라는
생각이 들기 시작했다면, 당신은 다양한 매력이 잠재되어 있는
발렌타인 위스키를 완전히 파악한 것이다.

ELLE with Ballantine's

발렌타인이 함께한 엘르 20주년 파티 현장 여성 셀러브리티들이 만난 새로운 칵테일

엘르 코리아 20주년 기념 파티에 발렌타인이 함께했다.
특별한 파티 분위기 속에서 즐기는
'발렌타인 17 아이스'와 '발렌타인 17 후레쉬'는
여성 참석자들에게 특히 좋은 반응을 얻었다.



최근 유니클로 악스로 이름을 새롭게 바꾼 광장동 악스코리아(AX-KOREA)에서 지난 11월 5일, 패션 매거진 엘르 코리아의 20주년을 기념하기 위한 트렌디한 파티가 열렸다. 엘르 광고주 및 컨트리뷰터 등 다양한 계층의 여성들을 중심으로 열린 이번 행사는 콘서트 혹은 클럽 파티와 같은 밝고 자유로운 분위기 속에 진행됐다.

케이터링과 다양한 공연이 파티 분위기 속에서 어우러지는 가운데, 이날 VIP 라운지 한 켠에는 발렌타인 바가 자리했다. 발렌타인 17을 토닉 워터와 블렌딩한 '발렌타인 17 아이스'와 '발렌타인 17 후레쉬'를 선보인 발렌타인 바는 여성들도 부담 없이 가볍게 즐길 수 있는 부드럽고 상큼한 칵테일로 굉장한 인기를 끌었다.

산뜻하고 청량한 맛이 돋보이는 칵테일 '발렌타인 17 후레쉬'와 신선한 매력을 발산하는 눈꽃 느낌의 슬러시 '발렌타인 17 아이스'를 처음 접하는 대부분의 여성들은 이 새로운 스타일의 칵테일에 큰 관심을 보였다. 젊은 층은 물론 평소 온더락을 선호하는 경향이 강한 중장년 층에서도 높은 호응을 보였으며, 행사장 곳곳에서 발렌타인의 특별한 칵테일이 담긴 잔을 들고 대화를 나누는 여성들의 모습을 심심치 않게 볼 수 있었다.

이번 행사는 지난 20년 동안 엘르가 걸어온 히스토리를 참석한 하객들과 공유하고, 엘르 코리아의 아카이브를 정리하는 취지에서 마련된 자리였다. 엘르는 20년이라는 세월에도 언제나 젊고 신선할 것이라는 약속의 의미로 '20 Years Young'이라는 슬로건을 공표했다. 슬로건에 맞게 젊고 감각적으로 꾸며진 행사장 내 대형 스크린에서는 셀러브리티들의 축하 멘트가 이어졌고, 미디어 아트, 럭키드로우 등의 다양한 이벤트는 참석자들에게 많은 즐거움을 선사했다.

레더 패치 디테일이 돋보이는 오버사이즈 코트 **구호.** 사이드 부분의 배색으로 슬림한 효과를 주는 슬리브리스 원피스 **타임.**

발렌타인 우먼, 국내 최초 여성 코스 설계가 임상신

THE FIRST, THE BEST

*위 기사는 매거진 골프포위민 2012년 10월호에서 발췌한 내용입니다.

포토그래퍼 · 김도훈 스타일 에디터 · 김윤선 헤어&메이크업 · 에이바이봄(메이크업 · 서미연, 헤어 · 지미 02 516 8765) 문의 · 구호(02 540 4723), 타임(02 540 4723)

국내 최초의 여성 코스 설계가 임상신이 가장 애호하는 단어는 '즐긴다'이다. 여성 특유의 섬세한 심미안으로 설계하는 코스, 그리고 삶을 즐기는 방식인 골프와 발렌타인은 열정적인 그녀를 해석하는 주요 키워드다. 그렇게 그녀는 '최초'에서 '최고'가 되었다. **editor** Cho Jae Kook

국내 최초의 여성 코스 설계가 임상신. 한 분야에서 '최초'라는 수식어가 부담스럽지 않은지 묻자 '즐긴다!'는 대답이 돌아온다. 대학 시절 교수의 미래에 대한 권유 중 조경 전공자가 가진 코스 설계의 경쟁력보다 여성 최초라는 것에 더 흥미를 느꼈다. 남성 중심적 골프업계, 게다가 토목 공사가 이뤄지는 설계 작업의 고충에 대해 묻는 것은 그녀를 지루하게 만든다. 이제껏 무수히 받은 질문이지만 여전히 대답은 한결같다. 오히려 장점이 많다는 것. 드센 공사 현장이나 인허가 실무에서는 남성이 유리할지 모르지만 골퍼에게 즐거움을 주는 코스 설계는 여성이 더 적합하다. 코스 곳곳에 아름다운 요소를 배치하는 심미안과 골퍼의 플레이를 존중하는 배려에서 나오는 디자인은 임상신을 국내 최고의 코스 설계가로 만든 주요 요소다.

현재까지 그녀가 작업한 국내외 코스는 20여 곳으로 어느새 국내를 대표하는 세계적인 코스 설계가로 자리 잡았다. 국내 골프 설계가 1세대를 대표하는 임상하 선생의 수제자라는 수식어는 사라진 지 오래다. 그녀가 설계한 코스는 자연 그대로의 코스다. 인공적인 개발을 최대한 자제하고 본연의 자연이 지닌 형태를 존중하는 것. 그것은 인생의 스승인 임상하 선생에게 배운 가르침 가운데 가장 소중히 간직하는 것이다. 힐데스하임 컨트리클럽의 타이거 코스 3번의 암반이나 청우 컨트리클럽 블루 코스의 계곡을 이용한 코스는 자연을 존중하고 코스와 골퍼의 조화라는 그녀의 가치관이 그대로 드러난다. 워커홀릭이라 불릴 만큼 많은 업무를 맡고 있지만 남는 시간은 운동과 자기 계발에 투자한다. 그녀가 가장 즐기는 운동은 역시 골프! 코스 설계가가 되겠다고 결심한 직후 그녀는 클럽을 구매하고 연습장으로 달려갔다. 매일 2시간 이상 스윙 연습을 한 덕분에 그녀는 임 프로라는 별명을 얻고 싱글 플레이어가 됐다. 장마 시즌이나 겨울이면 골프 대신 조깅을 한다. 한강 대로변을 달리는 것은 그녀에게 소모된 에너지를 충전하고 머릿속에 엉킨 것들을 푸는 시간이다. 새로운 것에 도전하는 것은 두렵기도 하지만 흥미진진한 일이라고 말한다. 최근에는 시간이 날 때마다 그림을 배우고 있다. 자신이 설계한 코스를 직접 그려보고 싶다고 생각하던 참에 코스를 전문적으로 그리는 화가를 만난 것. 내년에는 KLPGA 티칭프로 라이선스에 도전할 예정이라고 하니 예전에 붙은 임 프로라는 별명이 현실이 되는 셈이다.

그녀의 첫 코스 설계 힐데스하임 컨트리클럽. 인공미를 절제하고 자연 그대로를 존중하는 임상신 대표의 가치관이 고스란히 반영된 곳으로 아름다운 경관을 자랑한다.

코스 설계가로 살아오는 동안 그녀의 동반자가 되어준 건 발렌타인 위스키다. 난관에 부딪혀 힘에 부치거나 생애 최고의 순간에는 항상 발렌타인 17년 위스키가 곁에 있었다. 그녀가 즐기는 발렌타인 레시피는 리큐어나 첨가물 없이 즐기는 스트레이트. 와인이나 보드카보다 발렌타인을 선호하는 이유는 첫맛이 안겨주는 달콤함 때문이다. 사랑도 마찬가지! 싱글 라이프를 즐기고 있는 그녀의 이상형은 첫 만남에 빠져들 수 있는 매력적인 사람이다. 그런 남자를 만난다면 어떻게 할 것인지 묻자 서슴없이 대답한다. "올인하죠." 발렌타인 위스키처럼 말이다. ◎

발렌타인 우먼, 정아름

THE ONE AND ONLY

골퍼, 미스코리아, 방송인, 피트니스 트레이너, 파워 블로거, 작가 등 다채로운 컬러를 지닌 정아름. 최고보다는 유일한 것이 되고 싶다는 그녀의 바람은 발렌타인과 닮아 있다. **editor** Cho Jae Kook

네크리스와 슬리브 부분을 시스루로 처리해 페미닌한 원피스 **아돌포 도밍게즈.** 군더더기 없는 테일러링이 멋스러운 블랙 재킷 **구호.**

스타일 에디터·김윤선 | 포토그래퍼·김상곤 | 문의·구호(02 540 4723), 아돌포 도밍게즈(02 540 4723)

아름답다는 것으로는 그녀를 설명할 수 없다. 미스코리아 출신 골퍼로 세상에 알려졌지만 그녀가 가진 컬러는 훨씬 다채롭다. 방송인, 피트니스 트레이너, 작가, 파워 블로거 등의 여러 직함은 그녀가 세상을 살아가는 열정을 대변한다. 어떤 호칭으로 불리길 원하느냐는 질문에 "한 가지 모습으로 규정되기보다는 정아름이라는 고유명사로 남고 싶어요"라고 답한다. 그녀의 당찬 포부는 실현될 가능성이 높다. 최근 다이어트 프로그램에 출연해 언급한 25kg 감량 경험은 올림픽 기간임에도 포털사이트 뉴스 섹션에 10페이지를 넘길 만큼 빼곡하다. 그녀가 운영 중인 블로그를 찾는 하루 평균 방문자도 최근 8만 명을 기록했다. 정아름에 대한 대중의 호기심은 점차 높아지고 있다.
여러 직업을 가지고 있지만 무엇 하나 대충 넘어가본 적은 없다. 그녀의 기상 시간은 새벽 5시. 미명에 깨어나는 것은 운영 중인 블로그의 포스팅과 매달 기고하는 인쇄 매체의 원고 때문이다. "블로그를 운영한 지난 2년 동안 단 하루도 포스팅을 거른 적이 없어요. 대중에게 정아름의 다양한 모습을 가장 자유롭게 보일 수 있는 공간이라 애정이 많아요." 최근에는 아침 방송에서 피트니스 프로그램을 맡고 있다. 인터뷰도 오전과 오후 촬영을 모두 마친 늦은 저녁에야 이뤄졌다. 그녀의 하루 평균 스케줄은 4~5개. 대형 매니지먼트에 소속된 연예인에게도 버거운 스케줄을 매니저도 없이 소화한다. "어린 시절부터 단련된 결과라고 생각해요. 운동을 한 경험과 오랜 방송 생활로 스케줄링에 차질이 생긴 적은 없어요." 이러한 것들은 그녀의 엄격한 자기 제어에서 비롯된다. 매니지먼트와의 갈등으로 방송을 쉬던 20대 중반에도 그녀는 운동과 공부를 멈추지 않았다. "준비하지 않으면 재기의 기회가 오지 않을 것 같았어요. 평소와 같이 열심히 생활한 것이 20대 후반에 큰 도움이 됐어요." 어린 나이에 겪은 어두운 시간은 현재 그녀를 버티게 하는 원동력이다.
그녀가 걸어온 길은 낯선 것으로 가득하다. 미스코리아 출신의 골퍼, 엔터테인먼트 요소를 갖춘 최초의 골프 방송 진행자, 파워 블로거이자 두 권의 책을 출간한 작가. 어떤 것에 가장 애착이 가느냐는 질문에 '모두'라고 대답한다. 정아름은 자신이 하고 있는 모든 일에 프로페셔널이 되려고 한다. "완벽주의에 가까워요. 계획과 준비, 실행의 과정까지 철저하게 준비하는 편이에요." 욕심이 많지만 돈과 인기에 관한 것은 아니다. 그녀가 가지고 있는 끼와 재능을 대중에게 크리에이티브하게 전달하고 싶은 열정이 정아름이 가진 에너지의 정체다.
쉼 없이 달려오다 보니 어느새 30대를 맞이했다. 변한 것이 있는지에 대해 묻자 심지가 더 단단해진 것 같다고 답한다. 의욕이 앞서던 20대보다 정아름이 가장 잘할 수 있는 것이 명확해졌다는 느낌. 외모나 신체적

> **"** 발렌타인엔 클래식과 트렌드가 공존해요. 2세기 가까이 정상을 유지한 유일한 존재, 그것이 제가 바라는 모습이에요. **"**

으로는 되레 건강하고 아름다워졌다. 오랜 기간 꾸준히 운동과 관리를 해온 보상일 것이다. 그녀를 수식하는 것 중 맨 앞에 있는 골프는 그녀에게 특별한 의미다. 골프학과를 선택할 때부터 평생 골프와 관련된 일을 하고 싶다고 생각했다. 여전히 그 목표는 변함이 없지만 이제껏 보지 못한 새로운 것으로 채워질 예정이다. "틀에 박힌 것을 못 견디는 편이에요. 새롭고 재미있는 콘텐츠로 일반 대중에게 골프를 더 친숙하게 느끼게 하는 것, 그것이 제 목표예요." 그녀의 계획 중 현재까지 이룬 것은 3분의 1도 채 되지 않는다. 최근 자동차 전문 프로그램에 출연한 것도 골프가 낯선 대중에게 친숙하게 다가서기 위해서였다.
정아름을 대변하는 또 다른 이름 발렌타인. 그녀가 발렌타인을 즐기는 이유는 스타일리시하기 때문이다. "발렌타인엔 클래식과 트렌드가 공존해요. 2세기 가까이 정상을 유지한 유일한 존재, 그것이 제가 바라는 모습이에요." 정아름은 토닉 워터를 첨가한 칵테일 스타일로 발렌타인을 즐긴다. 다이어트에 민감한 여성들에게 그녀가 발렌타인을 권하는 이유는 칼로리가 낮고 뒷맛이 주는 강렬한 여운 때문이다. 발렌타인이 그녀에게 더욱 특별한 이유는 소중한 사람들과 나누는 소통의 방식이기 때문이다. 바쁜 일상에 지칠 때면 서로를 지지하고 격려하며 재충전의 시간을 갖는다. 그럴 때면 반드시 빠지지 않는 파트너 발렌타인. 오랜 시간 바쁘게 살아온 탓에 사랑할 시간도 없을 것 같다고 묻자 의외의 대답이 돌아온다. "사랑은 제가 재충전할 수 있는 최고의 힐링이에요. 느낌이 좋은 사람이 있다면 단 1시간을 만나도 완벽하게 사랑하는 방법을 알고 있어요." 올해 크리스마스 계획을 묻자 바람으로 답한다. 사랑하는 사람과 발렌타인 위스키를 즐기는 것. ◎

* 위 기사는 매거진 골프포위민 2012년 11월호에서 발췌한 내용입니다.

BE EXCLUSIVE, LIKE BALLANTINE'S

의미 없이 흘러가는 시간도 특별한 순간으로 만드는 발렌타인처럼, 평범한 공간에 스토리를 더해 소중한 곳으로 만드는 스페이스 프로그래머 고승현을 만났다. **editor** Cho Jae Kook

낯선 것이 주는 불안한 매력이 있다. 미지에 대한 상상은 무한한 가능성과 동시에 실패를 상기시킨다. 도전에 용기가 필요한 것은 바로 그 지점 때문이다. 지난 2001년 설립한 인덱스파트너스의 대표 고승현은 공간을 프로그래밍하는 크리에이터다. 클라이언트의 건축 의도를 파악하고 공간에 스토리를 더해 특별한 곳으로 만드는 것. 당시 유럽과 일본, 미국 등 선진국에서만 이해되던 4차 산업이었다. 공간 프로그래밍이라는 낯선 작업을 국내에서 시작한 지 11년. 그간 그녀가 채워낸 공간들은 국내 곳곳에서 새로운 문화를 형성하고 있다. 도심의 안식처라는 컨셉으로 서울 중구에 자리 잡은 반얀트리 클럽 앤 스파 서울과 골프 앤 라이프스타일의 모태로 꾸며진 클럽 모우는 이제껏 골프장에서 느껴보지 못한 감성으로 채워져 있다. 물론 그것에는 공간의 가치를 극대화하는 것도 포함된다. "인덱스파트너스의 작업은 공간에 콘텐츠를 창출하는 것이에요. 예술과 문화를 접목해 가치가 극대화되는 작업입니다." 막대한 자본과 오랜 시간이 투자되는 만큼 기획과 준비 과정은 치열하다. 세계 정세와 소비자들의 패턴, 유행과 라이프스타일 등을 꼼꼼하게 조사하고 분석한다. 청담동에 위치한 그녀의 사무실 서재에 인문학부터 역사, 문화, 예술, 심리학 관련 서적까지 빽빽이 꽂혀 있는 이유는 그 때문이다. 국내 건축은 토목의 느낌이 강하다는 말에 문화와 예술이 묻어 있지 않아서라는 답이 돌아온다. 지난 2010년 준공된 동국제강의 신사옥인 페럼 타워 역시 그녀의 손에서 시작됐다. 반세기 동안 철강을 제작해온 기업의 아이덴티티와 예술과 문화가 결합된 형태로 현재 광화문 일대의 새로운 랜드마크로 자리 잡았다. 올해는 일과 휴식의 적절한 밸런스를 유지한 한 해였다. 처음 일을 시작한 2001년부터 정신없는 시간을 보냈지만 이제는 여유가 생긴 느낌이다. 올해도 예년과 마찬가지로 1년 중에 4개월 이상을 해외에서 보냈다. 매년 방문하는 뒤셀도르프부터 올해 유난히 작업이 많았던 스리랑카와 노년기를 보내고 싶은 파리에서 업무와 휴식이 공존하는 시간을 가졌다. 가장 기억에 남는 것은 올 초 가족 12명과 함께한 크루즈 여행이었다. 이탈리아 남부 해안을 시작으로 피렌체와 마르세유를 거치는 일정에서 가진 재충전과 치유의 시간. 어느덧 40대로 접어들었다. 29세부터 꿈꾸던 나이가 됐지만 여전히 호기심과 에너지로 가득하다. 변한 것이 있다면 세간의 평가에 대해 너그러워졌다는 것. 그것은 모든 것에 대해 여유가 생겼다는 의미다. 40대가 그녀에게 어떤 의미인지에 대해 묻자 "멋진 50대를 위해 준비하는 시간이 될 것 같아요. 새로운 것에 도전하고 자유로워지는 것"이라고 답한다.

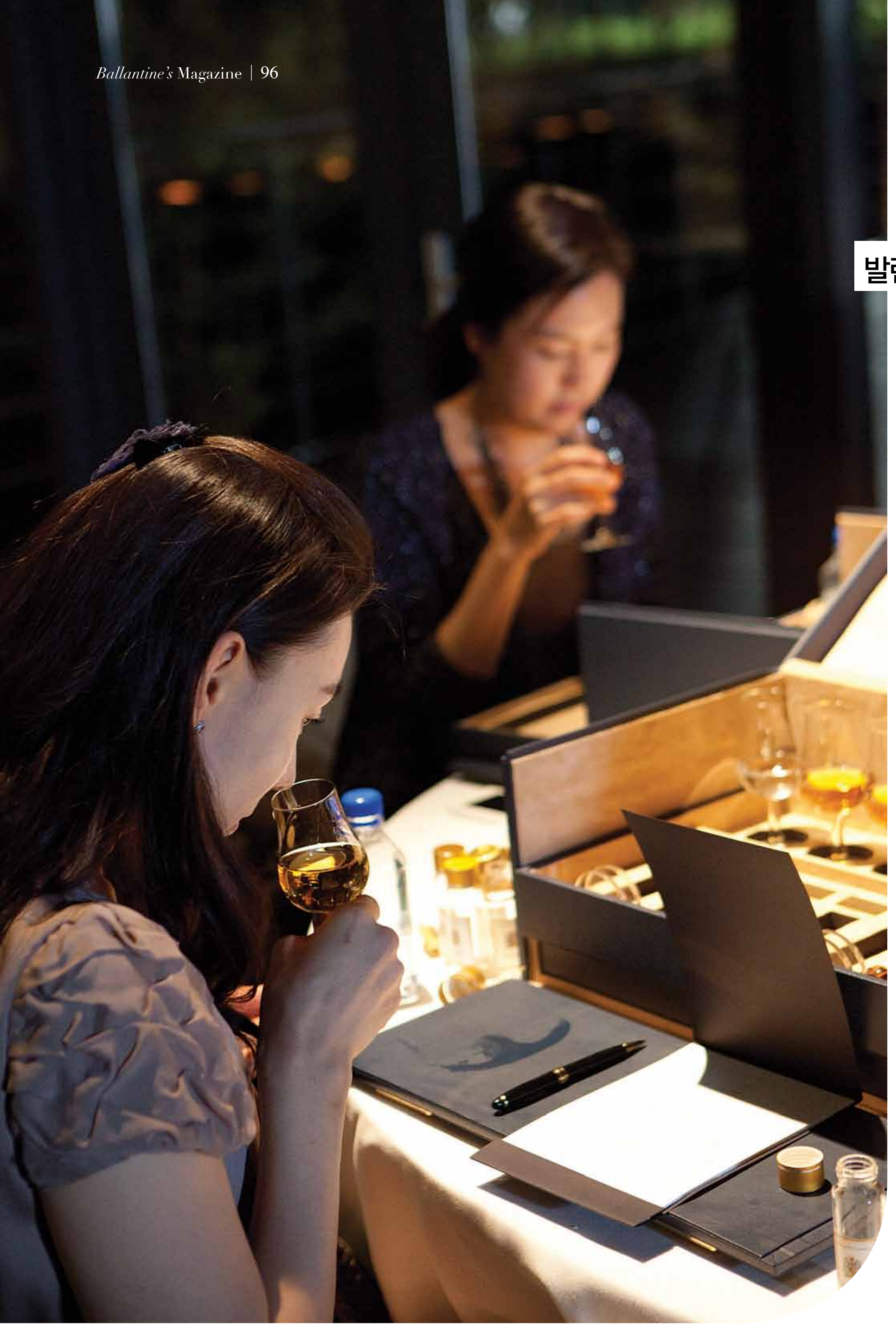
골프는 그녀가 타인과 소통하는 또 다른 방식이다. 구력 5년인 그녀의 핸디는 보기 플레이어로 수준급이다. "평소 골프 이외에는 별다른 운동을 하지 않아요. 골프를 시작하고 8개월 만에 두 자릿수 스코어에 진입할 수 있겠느냐는 것으로 내기를 했어요. 8개월 이후엔 보기 플레이어 진입을 두고 다시 내기를 했죠. 모두 제가 이겼습니다." 업무에 치여 바쁜 일상을 보내는 와중에도 그녀는 종종 연습장과 필드를 찾아 지친 몸과 마음을 치유했다. 국내 골프장을 찾는 시간도 많지만 유럽이나 미국에서 라운드를 가질 기회가 많다. 해외 골프장을 찾으며 눈으로 익히고 느낀 것들은 그녀만의 감각과 온전히 섞여 이제껏 국내에 없던 클럽이 탄생했다. 부산의 베이사이드 컨트리클럽과 산요수 웰니스카운티가 품고 있는 도회적인 이미지는 그녀의 손끝에서 탄생한 것들이다.

발렌타인은 그녀의 성공과 열정을 대변한다. 지난 2세기 동안 블렌디드 위스키 마켓에서 정상을 유지한 독보적인 모습은 그녀가 그간 선보인 작업들과 닮아 있다. 성공적인 프로젝트를 축하하는 곳엔 항상 발렌타인이 있다. 그녀에게 발렌타인은 위안과 격려의 또 다른 이름이다. 크리에이티브한 작업에 부침을 겪거나 삶이 고단해지면 좋은 사람들과 발렌타인을 나눈다. 그녀는 최근 '발렌타인 인플루언서'로 선정됐다. 차별화된 정신으로 각자의 위치에서 최고의 역량을 발휘한 인물 가운데 그녀가 꼽힌 것은 당연한 결과다. 발렌타인 인플루언서는 자신의 분야에서 발렌타인의 가치와 기업가 정신을 공유하고 주위 사람들에게 전파할 예정이다. 그녀에게 발렌타인이 더 특별한 이유가 한 가지 더 있다. "발렌타인 같은 남자를 만나고 싶어요. 은은한 품격을 가진 클래식한 느낌의 사람. 그런 깊이가 느껴지는 사람이 나타난다면 당장 사랑에 빠질 것 같아요." 2012년의 마지막도 발렌타인과 함께할 예정이다. 가족이 모두 뉴욕이 모여 서로에게 격려와 응원을 보내는 시간. 그런 곳에는 항상 발렌타인이 있다. ◎

포토그래퍼 · 이원기 | 헤어&메이크업 · 마가레(메이크업 · 수아, 헤어 · 태희 02 2542 2326)

"저에게 골프와 발렌타인은 소통과 성공을 즐기는 가장 익숙한 방식 이예요."

* 위 기사는 매거진 골프포위민 2012년 12월호에서 발췌한 내용입니다.



발렌타인과 함께 떠나는 스코틀랜드 여행

Ballantine's Mentoring Class With Female Golfers

여성들의 사회 참여가 활발해지면서 굿샷을 날린 후 여유 있게 고급 위스키를 마시며 대화를 나누는 사교 공간으로 골프장을 찾는 여성 골퍼들이 눈에 띈다. 그래서 위스키의 대명사 발렌타인은 아난티클럽 서울 여성 회원들을 초청해 발렌타인의 '아트 오브 블렌딩(Art of Blending)'의 의미를 전하는 멘토링 클래스를 진행했다. **editor** Jun Min Sun

비즈니스를 위해 배워두면 좋고 활용하기에도 좋은 스포츠가 바로 골프다. 따라서 골프장에서 라운드 후 식사를 하거나 술 한잔을 기울일 수 있는 클럽하우스에서 가볍게 와인이나 위스키를 한두 잔 마시며 그날의 라운드를 마무리하는 커리어우먼 역시 많아지고 있다. 4~5시간 정도의 비즈니스 골프를 즐기고 탁 트인 필드를 바라보며 마시는 술은 마치 지상 낙원에 온 듯한 기분마저 들게 하기 때문인데, 남들보다 한 걸음 앞서 트렌드를 이끌어가는 트렌드세터인 여성들도 골프를 마친 후 남성 골퍼와 마찬가지로 19홀로 위스키 한잔의 매력에 빠져들지 말라는 법은 없지 않은가. 그래서 우리나라 사람들이 손꼽는 위스키의 대명사 발렌타인이 가평에 위치한 명문 골프장 아난티클럽 서울의 여성 회원들을 초청해 발렌타인 멘토링 클래스를 마련했다. 멘토링 클래스는 와인 테이스팅처럼 위스키를 마시기 전 시각, 후각, 미각을 통한 테이스팅을 통해 블렌딩의 미학을 깊이 있게 알아보고 위스키 음용의 가치를 높이는 테이스팅 문화를 만들기 위한 프로그램. 발렌타인 앰배서더와 함께 스코틀랜드 4개 지역의 몰트 위스키들이 완벽한 조화를 이룬 발렌타인의 역사와 유래를 접하고 국내에서는 만나볼 수 없는 희귀 원액을 시음할 수 있는 특별한 프로그램까지 포함돼 있다.

포토그래퍼 · 김도훈 | 문의 · 페르노리카코리아(00 3466 5819)

보고 맡고 음미하라

드디어 발렌타인 김종균 대사의 진행으로 시작된 멘토링 클래스. 가장 먼저 동영상을 통해 스코틀랜드 4개 지역의 블렌딩으로 탄생한 발렌타인의 역사와 유래를 전달한 후 여성 골퍼들의 테이블 위에 놓인 개별 테이스팅 박스를 활용한 참여형 클래스를 유도했다. 그리고 바로 시각과 후각, 미각의 3가지 센스를 활용해 셰리 코피타 글라스에 수십 년간 숙성된 위스키 본연의 맛과 향을 일깨워주기 위한 테이스팅을 이어갔다. 김종균 대사는 "싱글 몰트가 바이올린 독주라면, 엄선된 몰트들이 조화롭게 블렌딩 된 블렌디드 위스키는 웅장한 오케스트라의 감동을 전한다"며 "수 많은 싱글 몰트가 완벽한 조화를 이뤄 200여 년간 동일한 맛을 유지하도록 한 발렌타인의 마스터 블렌더의 역할은 오케스트라의 마에스트로와 같다고 할 수 있다"고 설명했다. 이어 잔에 위스키를 따른 뒤 가장 먼저 위스키의 빛깔을 확인하고, 다음으로 위스키의 향을 맡아보게 했다. "알코올 도수가 높기 때문에 코를 가까이 들이대기보다는 약간 거리를 두는 것이 좋다. 이 과정을 통해 위스키 안에 들어 있는 다양한 향을 감상하며 생산 지역과 생산 과정, 숙성 통을 짐작할 수 있다"고 덧붙이면서. 그리고는 입안에 위스키를 한 모금 머금어 보게 했다. "순식간에 입안을 통과해 목으로 넘어가기 때문에 맛을 충분히 느낄 수 없다. 오히려 목을 타고 역류하는 알코올의 풍미 때문에 고통스러울 수도 있다. 위스키를 입안에 머금으면 처음에는 뜨겁거나 불타는 느낌을 받지만 시간이 흐를수록 블렌디드 위스키의 부드러운 질감과 함께 싱글몰트들이 완벽하게 어루러진 여러 가지 풍미를 느낄 수 있다"는 설명을 곁들였다.

이렇게 40분여에 걸쳐 진행된 멘토링 클래스는 여성 골퍼들이 평소 궁금해 하던 것을 질문하는 것으로 끝을 맺었는데, 가장 궁금해 하던 것 중에는 도수가 높은 위스키를 여성들도 가볍게 즐길 수 있는 방법에 관한 것도 있었다. 이에 대한 응답은 위스키와 토닉 워터, 얼음, 레몬을 곁들이는 형태로 즐기거나 슬러시로 마시는 거였다. 처음 클래스에 들어올 때와 달리 조금 '업'된 모습의 여성 골퍼들은 쉽게 접할 수 없는 클래스였기 때문에 더없이 즐겁고 유익한 시간이었다며 다소 들뜬 기분을 전했다. 그리고 위스키는 남성들이 즐기는 술이라고 생각했는데, 여성들도 충분히 즐길 수 있다는 것을 새삼 알게 됐다는 행복한 후기를 남기며 클래스를 마무리했다. ◎

Ballantine's Whisky List

BALLANTINE'S 17 YEARS OLD

영롱한 황금빛 앰버 컬러로 오크 향의 달콤함과 감미로운 보디감을 지니고 있다. 오크와 피트의 스모키한 향이 묻어나는 허니의 달콤한 맛에 이어 가벼운 스모키함과 바닐라의 긴 여운이 느껴진다.

BALLANTINE'S 21 YEARS OLD

위스키 전문가와 애호가들이 찬사를 아끼지 않는 위스키로 반짝이는 황금색 향기로운 꽃향, 아로마틱한 풍미 등의 오묘함을 갖고 있다. 드라이 셰리 느낌이 오래 지속되는 원숙한 끝 맛이 일품이다.

BALLANTINE'S 30 YEARS OLD

수작업으로 고른 몰트와 그레인위스키가 최소 30년의 숙성 기간을 거친 후 완벽의 경지에 이를 때 발렌타인 30년이 탄생된다. 그만큼 미묘하고 달콤한 풍미와 꿀과 바닐라의 오묘한 조화가 돋보인다.

* 위 기사는 매거진 골프포위민 2012년 10월호에서 발췌한 내용입니다.

Global Trend in Art & Culture

세계의 문화와 예술, 트렌드에 주목하는 당신을 위해,
발렌타인이 추천하는 국내 및 해외 축제 / 행사 소식을 한눈에 만나 보는 시간.

Ballantine's Pick

06

BREAD&BUTTER 패션 박람회
2013.01.15–01.17 / 독일 베를린 / www.breadandbutter.com

PERFORMANCE

LONDON International *Mime Festival*

런던 마임 페스티벌

2013.01.10–01.27 / 영국 런던 / www.mimelondon.com

마임을 비롯한 현대 비주얼 공연에 있어서 독보적으로 손꼽히는 세계적인 공연 예술 축제로, 프랑스 마임 페스티벌과 함께 세계 2대 마임 축제로 명성이 높다. 1977년 첫 선을 보인 이후 매년 1월 중순에 페스티벌이 시작되며, 마임, 라이브 아트, 서커스, 인형극 등 완성도가 높은 우수작들이 런던 시내의 주요 극장에서 소개된다.

정해진 주제를 통해 표현되는 순수 마임, 동작과 몸짓으로 이루어진 현대 마임, 코믹하고 익살스러운 분장으로 관객과의 호흡을 중요시하는 판토마임 등 세계적인 예술가들이 선보이는 비주얼 공연을 다채롭게 즐길 수 있다. 말을 하지 않고 행위를 통해 이해하는 예술이지만, 매년 2만여 명 이상의 관람객이 찾을 정도로 인기가 있다. 올해로 35회를 맞으며 더욱 영향력 있는 비주얼 연극 페스티벌로 자리잡고 있는 런던 마임 페스티벌은 마임 예술가들의 등용문으로도 이름을 드높이고 있다. 특히 축제 기간 중에는 공연장 외의 거리에서도 공연 예술가들의 공연이 펼쳐져 예술의 몸짓에 흠뻑 빠진 런던을 느낄 수 있다.

FESTIVAL

The BERLIN International *Film Festival* 2013

베를린 국제 영화제

2013.02.07–02.17 / 독일 베를린 / www.berlinale.de

1951년 알프레드 히치콕(Alfred Hitchcock) 감독의 영화 〈레베카〉의 상영을 필두로 출범한 베를린 국제 영화제는 당시 분단된 독일의 통일을 기원하고자 하는 염원에서 시작되었다. 칸, 베니스 국제 영화제와 더불어 세계 3대 국제 영화제로 손꼽히며, 전 세계에서 초청된 400여 편의 장단편 영화가 상영된다. 매년 2월, 10일간 펼쳐지는 세계적인 영화 축제로 메인 극장인 베를리날레 팔라스트(Berlinale Palast) 및 베를린 시내의 10여 개 상영관에서 다양한 작품을 만나볼 수 있다. 작품 선정에 있어 새로운 경향에 대해 관대함을 보이는 편이며, 아시아 영화, 실험성이 뚜렷한 영화, 비상업적인 독립 제작 방식의 영화 등 선호하는 색깔이 분명한 것이 특징이다. 60여 년이 넘는 오랜 역사와 더불어 한국과의 인연도 꽤 깊다. 1956년 이병일 감독의 〈시집가는 날〉이 첫 출품작이며 이후 한국 작품들의 수상이 이어지고 있다. 최근 베니스 국제 영화제에서 황금사자상을 수상한 김기덕 감독의 〈사마리아〉가 지난 54회 베를린 국제 영화제의 경쟁 부분에 진출해 은곰상(감독상)을 수상하는 성과를 올리기도 했다.

EXHIBITION

MAISON *& Objet* 2013

파리 메종 오브제

2013.01.18–01.22 / 프랑스 파리 / www.maison-objet.com

가구, 조명 등 실내 인테리어 전반과 홈 데코레이션, 소품 등 인테리어 디자인의 최신 트렌드를 앞서 만나볼 수 있는 세계 최대 규모의 전시회로 매년 1월(S/S)과 9월(F/W), 연간 2회 개최된다. 세계 최고의 권위 있는 디자인 전시회로, 매 전시마다 새로운 디자인 동향에 대한 정보는 물론 감각적인 제품이 부스를 가득 메우고 있어 볼거리가 다양하다. 이국적인 홈 인테리어의 동향을 보여주는 Ethnic Chic(Hall 1) 전시관에서부터 텍스타일, 테이블 웨어, 독창적인 예술품, 데코레이션 관련 제품 등에 이르기까지 정해진 주제에 맞게 총 8개의 테마 부스가 마련되어 있으며, 세계 최고의 디자이너들이 선보이는 창의적인 아이디어와 발상이 다양한 작품에 묻어난다. 'Paris–Nord Villepinte parc des expositions' 전시장은 파리 최대 규모의 전시장으로 파리의 샤를 드골 국제 공항 근처에 자리잡고 있어 이동이 용이하다. 또한 전시장 밖에서 인테리어 소품을 구매할 수 있는 '메종 오브제 뮤제'가 최근부터 새롭게 신설되어 큰 호응을 얻고 있다.

01 January

뮤지컬 오페라의 유령 내한공연

2012.12.07–2013.02.28 / 블루스퀘어 삼성전자홀
www.phantomoftheopera.co.kr

가스통 르루의 원작 소설을 뮤지컬로 구성한 '오페라의 유령'은 전 세계 25여 개국에서 큰 사랑을 받으며 살아 있는 뮤지컬의 신화를 써내려 가고 있다. 1986년 영국의 웨스트앤드, 1988년 미국 브로드웨이에서 초연된 이래, 현재는 브로드웨이 사상 최장기 공연 기록을 세우며 월드 기네스북에 정식으로 등재될 만큼 최고의 찬사를 받는 작품이기도 하다. 특히 이번 내한은 2005년에 있었던 최초의 월드투어 이후 7년 만에 찾아온 내한공연이자 25주년을 맞이하여 원어 그대로의 감동을 느낄 수 있는 무대이기에 더 큰 의미가 있다.

올랜도 골프 박람회

2013.01.23–01.26 / 미국 올랜도
www.pgashow.com

BREAD&BUTTER 패션 박람회

2013.01.15–01.17 / 독일 베를린
www.breadandbutter.com

파리 WHO'S NEXT 국제 패션 박람회

2013.01.19–01.22 / 프랑스 파리
www.whosnext.com

02 February

시카고 모터쇼

2013.02.07–02.18 / 미국 시카고
www.chicagoautoshow.com

1901년 첫 개최를 시작으로 미국 일리노이주 시카고에서 해마다 개최되는 국제적인 모터쇼이자 올해로 112회째를 맞는 역사와 전통을 가진 자동차 박람회. 미국의 대표적인 모터쇼로 자리잡고 있으며, 일반 고객을 대상으로 하는 전시회인 만큼 많은 관람객 수를 자랑한다.

스톡홀름 국제 가구 박람회

2013.02.05–02.09 / 스웨덴 스톡홀롬
www.stockholmfurniturelightfair.se

군더더기 없는 심플한 디자인과 실용적인 스타일로 인기를 얻고 있는 북유럽 가구의 최신 동향을 미리 만나볼 수 있는 기회. 스톡홀롬 디자인 위크 기간 내 진행되는 전시회로 디자인의 미학과 북유럽의 정취를 한껏 감상할 수 있다.

마드리드 현대 미술 박람회(ARCO)

2013.02.13–02.17 / 스페인 마드리드
www.arco.ifema.es

앙제 와인 박람회

2013.02.04–02.06 / 프랑스 앙제
www.salondesvinsdeloire.com

뮌헨 시계, 보석, 귀금속 박람회

2013.02.22–02.25 / 독일 뮌헨
www.inhorgenta.com

홍콩 국제 모피 및 패션 박람회

2013.02.25–02.28 / 홍콩
www.hkfurfed.com.hk

03 March

세인트 패트릭스 데이

2013.03.14–03.18 / 아일랜드 더블린
www.stpatricksfestival.ie

아일랜드에 처음 그리스도교를 전파한 인물이자 아일랜드의 수호 성인인 '성 패트릭'을 기념하는 축제로 시작되어 매년 3월 개최되고 있다. 이 기간에는 아일랜드 전통 복장을 착용한 백파이프 악단과 성 패트릭의 모습을 한 인형이 거리를 행진한다. 초록색 음식을 먹고 초록색 의상을 입으면 행운이 찾아온다는 속설로 거리는 녹색의 물결을 이루며, 축제의 심볼 역시 녹색의 클로버 잎이다. 240년이 넘는 오랜 전통을 자랑하는 대규모 페스티벌로, 아일랜드 전역에서 펼쳐지는 흥미로운 축제를 마음껏 즐길 수 있는 기회다.

뒤셀도르프 와인 박람회

2013.03.24–03.26 / 독일 뒤셀도르프
www.prowein.de

뉴욕 커피 박람회

2013.03.08–03.10 / 미국 뉴욕
www.coffeefest.com

후쿠오카 도자기 박람회

2013.03.20–03.24 / 일본 후쿠오카
www.tojikifair.jp

반고흐 in 파리

2012.11.08–2013.03.24 / 예술의전당 한가람 디자인미술관
www.sac.or.kr

04 April

국립발레단 _해설이 있는 발레

2013.04.09 / 국립극장 달오름극장
www.ntok.go.kr

공연계의 스테디 셀러로 불리는 '해설이 있는 발레'는 발레에 해설을 더하면서 관객들이 좀 더 쉽게 발레를 접할 수 있도록 도와준다. 2012년, 창단 50주년을 맞이한 국립발레단의 대표적인 레퍼토리로 발레를 보다 깊이 있게 이해할 수 있는 기회를 선물한다.

밀라노 가구 조명 박람회

2013.04.09–04.14 / 이탈리아 밀라노
www.isaloni.it

45년의 오랜 역사를 지니며, 독일 쾰른 가구 페어와 함께 세계 가구 박람회의 양대 산맥으로 통칭된다. 세계적인 가구 트렌드를 주도하는 전시회 중의 하나로 디자인의 최신 동향을 읽을 수 있으며, 최근 조명 박람회와 통합되면서 볼거리가 더욱 다양해졌다.

런던 북 페어

2013.04.15–04.17 / 영국 런던
www.londonbookfair.co.uk

팀 버튼전

2012.12.12–2013.04.14 / 서울시립미술관 본관
sema.seoul.go.kr

서울모터쇼

2013.03.29–2013.04.07 / 일산 킨텍스
www.motorshow.or.kr

Ballantine's Special Concept Space 1

그림 같은 풍경을 마주하는 시공간
힐튼 남해 골프 & 스파 리조트

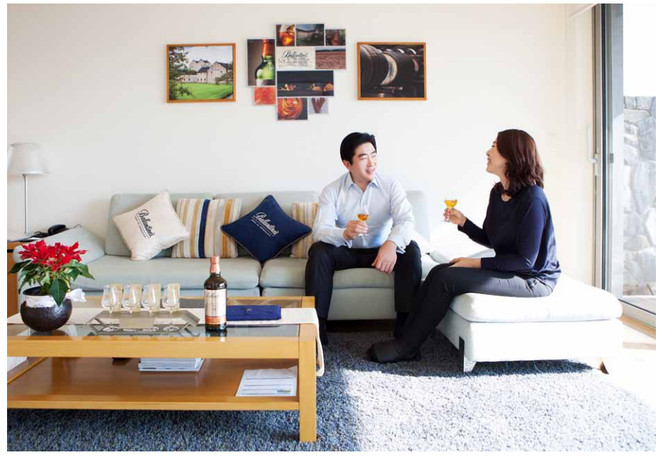
남해 바다의 물결치는 파도에 영감을 얻어 설계된 힐튼 남해 골프 & 스파 리조트의 모든 공간에는 남해의 자연이 주는 감동이 고스란히 스며들어 있다. 북적이는 도심을 벗어나 한적한 여유로움을 만날 수 있는 휴식 공간에 남해의 수려한 경관과 프리미엄 위스키 발렌타인이 더해져 최적의 조합을 이뤄냈다.

남해의 자연 속에서 즐기는 위스키 그리고 여유
발렌타인 컨셉룸

발렌타인 17 밀튼더프 에디션과 조화롭게 어우러지는 특별한 공간을 만났다. 다양한 인테리어에서 느껴지는 발렌타인 컨셉룸만의 매력은 천혜의 자연을 자랑하는 남해에서 더욱 아름다운 빛을 발한다. 힐튼 남해 골프 & 스파 리조트의 그랜드 빌라 한 동에 마련된 컨셉룸은 입구부터 발렌타인 로고로 장식되어 한눈에도 발렌타인을 위한 스페셜한 공간임을 느낄 수 있었다. 2층 독채 건물로 구성된 독립적인 공간인 만큼 외부의 방해를 받지 않고 휴식을 즐길 수 있는, 최적의 힐링 장소로 손색이 없다. 특히 창문 너머로 내려다 보이는 남해 바다는 컨셉룸을 통해 느낄 수 있는 가장 큰 매력 포인트 중에 하나로, 이 곳에서 즐기는 발렌타인 위스키의 맛과 향은 최고의 가치를 선사하기에 충분했다.

화이트와 원목의 인테리어가 어우러진 모던하면서도 럭셔리한 실내 공간은 발렌타인 17 밀튼더프를 만나 더욱 새롭고 화사한 공간으로 변신했다. 1층과 2층으로 나뉘어진 발렌타인 컨셉룸은 발렌타인 17 밀튼더프가 전하려는 이야기를 다양한 모습으로 형상화한 공간이다. 오렌지 컬러의 소재로 세팅된 침실의 캐노피는 컨셉룸의 메인 테마를 가장 잘 표현했고, 거실과 4개의 침실 등 실내의 곳곳에는 밀튼더프 증류소를 비롯하여 다양한 발렌타인 관련 이미지가 담긴 우드 액자가 배치되어 발렌타인의 역사와 가치를 자연스럽게 되새길 수 있었다. 바에는 연산별 발렌타인 위스키와 테이스팅 글라스가 진열되었고, 자연과 어우러지는 편안한 분위기 속에서 최고의 위스키를 즐길 수 있도록 꾸며졌다. 또 내부 거울, 쿠션, 침구류 등 그냥 지나칠 수 있는 소품에도 반영된 발렌타인만의 감각적인 로고와 컬러를 통해 세심한 정성을 엿볼 수 있었다.

힐튼 남해 골프 & 스파 리조트는 지난 11월 15일부터 12월 31일까지 발렌타인 컨셉룸을 선보이며, 특별히 기획한 '발렌타인 17 인 남해 패키지'를 통해 투숙객들에게 다양한 혜택을 제공했다. 발렌타인 17 밀튼더프 700ml 보틀 1병과 발렌타인 다이어리, 웰컴 드링크 4잔, 조식, 스파 이용권과 함께 발렌타인 17년 4가지 에디션과의 푸드 페어링으로 선보이는 특선 디너 코스를 할인된 가격에 제공하며 특별하면서도 차별화된 경험을 선물했다. 힐튼 남해 골프 & 스파 리조트에 마련된 발렌타인 컨셉룸은 골프 리조트를 찾는 골프 회원은 물론 가족 단위의 투숙객들에게 큰 호응을 얻으며, 위스키를 즐기는 애호가 외 일반 투숙객들에게도 발렌타인의 진정한 가치와 상징적인 의미를 자연스레 전했다.



사계절의 매력을 모두 즐기는 환상의 18홀
골프 코스

힐튼 남해 골프 & 스파 리조트는 월드 트래블 어워드에서 6년 연속 '한국 최고의 골프 리조트'로 선정되며, 천혜의 골프 코스를 자랑하는 곳 중의 하나다. 국내 최초로 남해의 바다를 바라보며 라운딩할 수 있는 씨사이드(Sea-side) 코스를 설계한 장소이자, 온화한 남해의 해양성 기후에 맞게 사계절 모두 골프를 즐길 수 있는 매력적인 곳이기도 하다. 총 22만 평에 걸쳐 펼쳐진 18홀의 골프 코스는 바다를 조망하는 11개 코스와 바다와 접해있는 7개 코스로 구성되어 있으며, 특히 이 중 4개 코스는 바다를 가로질러 샷을 할 수 있도록 되어 있다. 전 세계적으로 흔치 않은 씨사이드 코스와 7천 2백 야드에 걸친 바다와 접하는 오묘한 지형, 작은 섬들과 질푸른 산에 둘러싸인 해안, 신선한 공기와 생생한 자연의 소리 등 아름다운 자연 조건을 가진 이 골프 코스를 통해 가장 감동적인 라운딩을 경험할 수 있다.

01

02

>>

01. 150개의 스위트룸과 20개의 프라이빗 빌라로 구성된 힐튼 남해 & 골프 리조트
02. 7천 2백 야드에 펼쳐진 씨사이드 골프 코스

안락한 공간에서 깊게 다가오는 위스키의 여운
A LOUNGE

오렌지 조명이 은은하게 비추는 에이 라운지의 실내 공간은 마치 북카페를 찾은 듯 편안하면서도 포근하다. 책장에 진열된 다양한 서적들과 클래식한 소품, 가구는 세련된 감각을 선사하며, 위스키와 다양한 음료를 즐길 수 있는 매력적인 공간 속에 자리잡고 있다. 높은 천장까지 자리한 서고는 이동식으로 위치의 변형이 가능해, 위스키를 즐기는 고객들을 위한 프라이빗 공간을 제공하고 있다. 에이 라운지에는 발렌타인 17의 4가지 에디션을 모두 테이스팅해 볼 수 있도록 발렌타인 테이스팅 키트와 글라스가 준비되어 있으며, 아늑한 분위기에 어울리는 음악 선곡은 더욱 감성적인 시간을 선물한다. 남해의 특산물인 유자를 레시피로 활용한 유자 양갱, 유자 파운드 케이크, 유자 아이스크림, 유자차는 오직 이곳에서만 맛볼 수 있는 신선하고 특별한 메뉴로 색다른 경험을 선사한다.

운영 시간 09:30am~10:00pm(금/토 ~11:00pm)
전화 번호 055-863-4000

힐튼 남해 골프 & 스파 리조트

주소 경상남도 남해군 남면 덕월리 산 35-5
전화번호 055-860-0100 www.hiltonnamhae.com

Ballantine's Special Concept Space 2

드넓은 수평선과 해운대의 절경 그리고 발렌타인
부산 웨스틴조선호텔

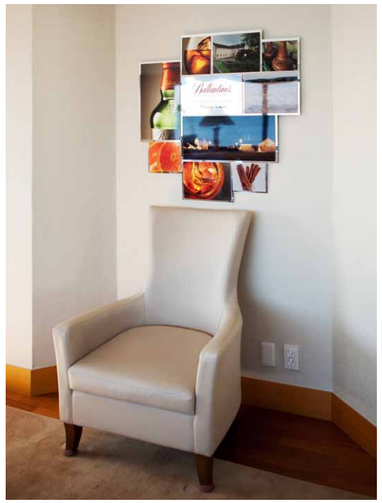
햇살을 받아 빛나는 넓은 백사장, 파도에 출렁이는 푸른 바다, 저 멀리 펼쳐지는 수평선, 이 모두를 바라볼 수 있는 공간에서 맛보는 발렌타인 위스키는 어떠할까. 부산 웨스틴조선호텔에 꾸며진 발렌타인 컨셉룸과 오킴스 바는 앞의 질문에 대한 명쾌한 답을 내려준다.

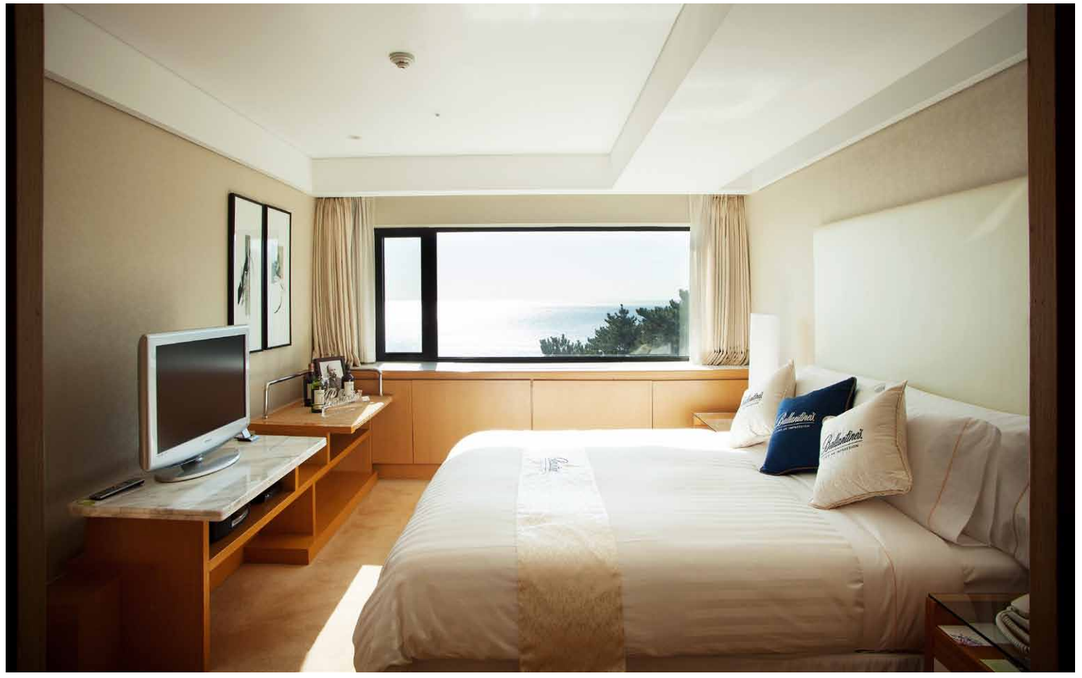
눈앞에 펼쳐지는 아름다운 풍광을 블렌딩하다
발렌타인 컨셉룸

부산 웨스틴조선호텔 이그제큐티브 스위트룸(Executive Suite)에 마련된 발렌타인 컨셉룸은 바다를 바라보며 헤븐리 배드(Heavenly Bed)에 누워 휴식을 취할 수 있는 침실, 비즈니스 업무에 필요한 시설을 갖춘 거실, 드레스 룸 등의 공간으로 이루어져 있다. 코너에 자리하고 있어 '코너 스위트'라고도 불리는 이 발렌타인 룸은 두 가지 오션 뷰를 동시에 느낄 수 있다는 장점이 있다. 끝이 보이지 않는 수평선과 해운대 바다의 멋진 전경이 넓은 통유리 창 너머로 시원스레 펼쳐지며, 매일매일 바다의 색이 달라지는 자연의 아름다움을 가장 가까이에서 바라볼 수 있기도 하다. 또한 색색의 조명이 또 다른 매력을 선사하는 해운대의 야경도 한눈에 즐길 수 있다. 부시 전 미(美) 대통령 부부, 토니 블레어 전 영국 총리, OECD 사무총장 등 세계 정상급 국빈들이 투숙한 곳으로 익히 알려진 부산 웨스틴조선호텔의 다채로운 오션 뷰와 발렌타인이 조화롭게 어우러져 환상적인 하루를 선사한다.

발렌타인 17 밀튼더프 런칭을 기념해 마련된 발렌타인 컨셉룸인 만큼 기존 스위트룸의 내추럴 앰버, 옅은 베이지 컬러의 인테리어에 발렌타인 17 밀튼더프의 오렌지 골드 컬러로 포인트를 준 것이 가장 큰 특징이다. 화려하지 않으면서 심플한 룸 내부는 발렌타인의 무드가 더해져 은은한 감동을 선사하는 매력적인 공간으로 변모했다. 연산별 블렌드와 발렌타인의 이미지가 담긴 액자가 룸 곳곳에 배치되고, 침구류 및 액세서리도 발렌타인의 분위기를 느낄 수 있도록 세팅되었다. 또한 욕실에는 풍부한 오렌지 향의 입욕제가 별도로 준비되어 발렌타인 17 밀튼더프의 컨셉을 세심하게 적용한 흔적이 돋보인다.

부산 웨스틴조선호텔은 '발렌타인 컨셉룸 패키지'를 지난 11월 15일부터 12월 6일까지 선보이며, 이그제큐티브 스위트룸 1일 숙박권, 발렌타인 17 밀튼더프 1병을 함께 제공했다. 또한 1층에 위치한 오킴스에서는 부산 웨스틴조선호텔 총 주방장 하인즈 피스터 셰프가 발렌타인 17 디스틸러리 에디션에서 영감을 받아 기획한 '마리아주' 디너 세트를 2013년 1월 31일까지 만나볼 수 있다. 발렌타인 컨셉룸과 발렌타인 17 시그니처 에디션과의 푸드 페어링을 통해 탄생한 디너 코스, 믹솔로지스트가 선보이는 발렌타인 17 밀튼더프 칵테일 등 발렌타인을 보다 새롭게 즐기는 다양한 스타일을 제안하는 부산 웨스틴조선호텔은 깊은 인상과 오랜 감동을 남긴다.





오직 발렌타인만을 위한 독립적인 공간
O'Kim's(오킴스) 발렌타인 룸

짙은 브라운 컬러의 원목 인테리어와 클래식한 소품이 눈길을 사로잡는 부산 웨스틴조선호텔 오킴스 바에는 프리미엄 라운지가 마련되어 있다. 안락한 소파와 스탠딩 좌석 등 다양한 고객의 니즈를 반영해 구성된 발렌타인 룸은 발렌타인 위스키를 즐기는 고객들을 위해 오킴스가 제공하는 특별한 혜택이기도 하다. 자동문이 열리면서 드러나는 발렌타인 룸 곳곳에는 발렌타인의 다양한 이야기가 녹아 있다. 창업자 조지 발렌타인, 마스터 블렌더 샌디 히슬롭, 발렌타인 챔피언십 관련 사진이 인테리어와 조화롭게 배치되며 고객들에게 발렌타인의 히스토리를 자연스럽게 전한다. 연산별 블렌드와 발렌타인 17의 세 가지 시그니처 에디션이 적재적소에 진열되어 있으며, 특히 원목으로 제작된 장식장은 감각적이면서도 세련된 매력을 더한다. 은은한 조명이 비치는 발렌타인 룸에서 발렌타인 위스키의 맛과 향을 즐기는 상상만으로도 풍요롭고 행복하다.

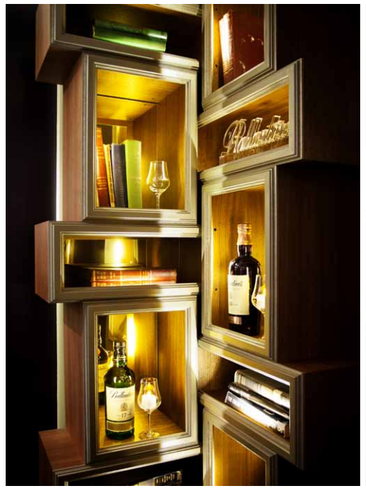
오킴스의 김지철 총지배인은 "오킴스에서 발렌타인 위스키를 즐기시는 고객 분들이 많은데, 그 분들은 꼭 발렌타인만을 고집하신다"고 말한다. "왜 발렌타인을 선호하시느냐고 여쭈면, 본인들이 지금의 자리에 오기까지 열심히 달려왔던 때가 있었는데, 그 당시 술자리에서 늘 함께 해왔던 위스키가 발렌타인이었다"며 "많은 분들이 발렌타인만의 라벨에서 풍기는 고급스러움과 그 때의 향수를 잊지 못하겠다고 말씀하신다"고 발렌타인 애호가들이 발렌타인을 주로 즐기고 특히 아끼는 이유에 대해 덧붙였다. 빠져들 수밖에 없는 매력적인 위스키 발렌타인과 조화롭게 어울리는 공간을 특별히 마련하게 된 오킴스의 작은 배려와 센스를 엿볼 수 있는 부분이다.

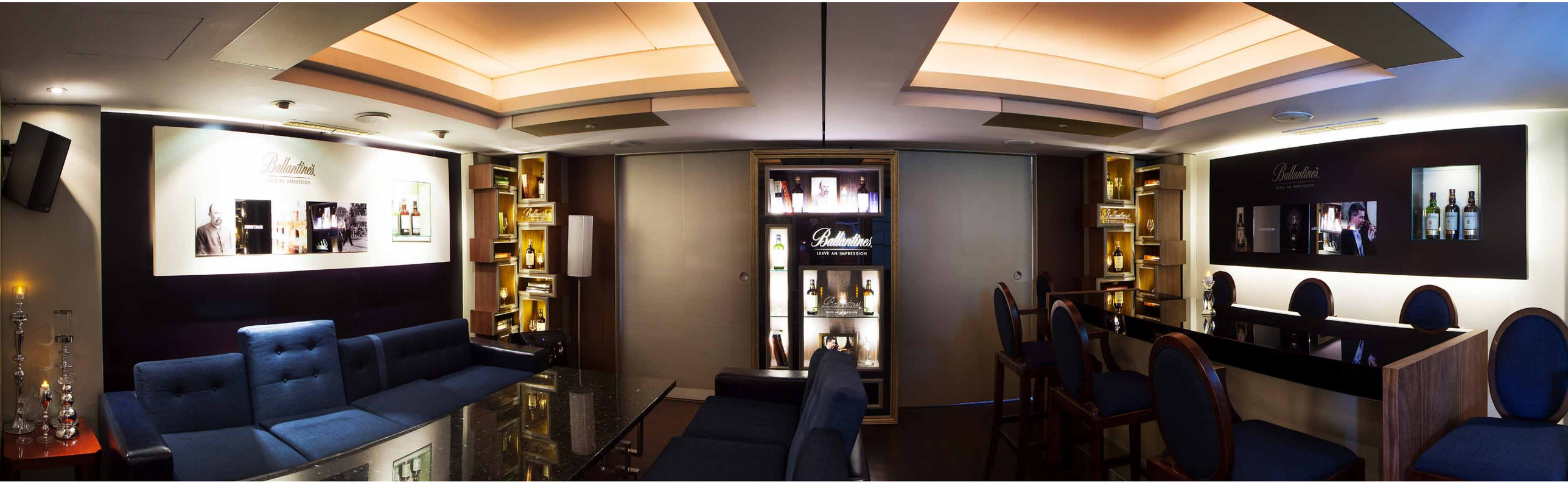
지난 11월, 발렌타인 17 밀튼더프의 런칭 행사가 진행된 장소이기도 했던 오킴스는 행사 당일 발렌타인을 즐겨 찾는 단골 고객들을 초청해 더욱 따뜻한 의미를 전했다. 또한 믹솔로지스트이자 부지배인인 김병관 씨가 선보이는 발렌타인 17 밀튼더프 칵테일 '엘레강스'는 오직 오킴스에서만 맛볼 수 있다. 해운대의 드넓은 바다가 펼쳐지는 아름다운 풍경이 있는 곳, 그리고 그 공간 안에 존재하는 발렌타인 룸이 더욱 돋보일 수 밖에 없는 까닭. 오킴스를 만나는 순간 깨닫게 된다.

운영 시간 12:00pm~02:00am **전화번호** 051-749-7439

부산 웨스틴조선호텔

주소 부산광역시 해운대구 우1동 737번지 **전화번호** 051-749-7000 www.echosunhotel.com





Ballantine's Membership Club
발렌타인 멤버십 클럽 가이드

발렌타인 멤버십 클럽은 발렌타인을 사랑하는
비즈니스 리더들의 다양한 네트워킹의 장으로서
풍성하고 차별화된 혜택으로 품격이 다른 즐거움을 선사합니다.

발렌타인 멤버십 클럽 가입 안내

발렌타인이 발급한 인증번호를 아래 발렌타인 멤버십 클럽 사이트에 입력하면
회원 가입이 가능합니다.

발렌타인 멤버십 클럽 사이트 _www.ballantinesmc.co.kr
문의 _발렌타인 마케팅팀 02-3466-5700

발렌타인 멤버십 클럽 혜택

발렌타인 멤버십 클럽은 골프에서 응용한 독특한 마일리지 제도를 선보입니다.
회원 분들의 다양한 온/오프라인 활동에 따라 마일리지 샷(Shot)이 주어지며,
샷 적립에 의한 등급에 따라 발렌타인만의 독특한 혜택을 드립니다.
또한 멤버십 클럽 내의 유용한 소모임을 통해 인맥의 폭을 더욱 넓히실 수
있도록 다양한 지원을 받으실 수 있습니다.

01

2013 발렌타인 챔피언십 참가 특전

국내 유일의 유러피언 투어로 6회를 맞는 2013 발렌타인 챔피언십에
멤버십 클럽 회원들을 초대합니다. 각 혜택 이용 시 일정 샷(shot)이 차감됩니다.

A. 갤러리 교환권 2매(평일 또는 주말)
: 모든 회원 대상

B. 발렌타인 챔피언십 시즌권(대회 기간 동안 제한 없이 갤러리 입장 가능)
: 보기 플레이어(Bogie Player) 회원 중 샷(Shot)으로 교환 가능 / 100샷 차감

C. 발렌타인 챔피언십 VIP 패스(기간 중 VIP 마퀴텐트 등 클럽하우스 이용 가능)
: 프로 플레이어(Pro Player) 회원 중 일부 선발 / 300샷 차감
※ VIP 마퀴텐트는 발렌타인 챔피언십 관계자 및 발렌타인 주요 고객 분들을 위한 제한적 공간으로 스타 플레이어들의 인터뷰 및 사인회 등 발렌타인 챔피언십에서만 경험할 수 있는 프로그램이 제공됩니다.

D. 발렌타인 챔피언십 오프닝 & 갈라 디너
: 싱글 플레이어(Single Player) 회원 중 일부 선발 / 500샷 차감
※ 발렌타인 챔피언십 오프닝 & 갈라 디너는 나흘간 펼쳐질 세기의 라운딩의 오픈을 알리는 전야제로 챔피언십에 출전하는 스타 플레이어들의 소개 등 유니크한 경험을 제공합니다.

E. 발렌타인 챔피언십 관련 선물 및 기념품 제공
: 싱글 플레이어(Single Player) 회원 이상 선발 / 기념품에 따라 추후 샷 공지 예정
※ 지난 발렌타인 챔피언십의 우승자들은 물론 스타 플레이어들의 사인이 담긴 발렌타인 17년 / 21년 및 다양한 기념품을 제공합니다.

02

발렌타인 제휴 바 혜택

발렌타인과 제휴된 바로부터 다양한 혜택을 받으실 수 있습니다. 발렌타인을 판매하고 있는 전국의 주요 바들과의 제휴를 통해 발렌타인 멤버십 클럽 카드를 소지하신 분들께 더욱 특별한 서비스를 드리고자 합니다. 각 제휴 바 할인, 무료 안주 제공 등의 다양한 혜택을 받으실 수 있습니다.

※ 모든 회원 등급에서 참여가 가능하며 별도 샷 차감은 없습니다.
또한 바 이용 후기를 올리실 경우 20샷이 제공됩니다.

03

발렌타인 제휴 바 예약 서비스 제공

발렌타인 제휴 바를 보다 편하게 이용하실 수 있도록 예약(컨시어지) 서비스를 제공합니다. 제휴 바 페이지의 '예약하기' 버튼을 통하여 실시간 예약을 하실 수 있으며, 추후 이용 후기를 올려 주실 경우 다양한 추가 혜택을 드릴 예정입니다.

※ 모든 회원 등급에서 참여가 가능하며, 별도 샷 차감은 없습니다.

04

발렌타인 멘토링 클래스 및 다양한 행사 초대

A. 발렌타인 멘토링 클래스 초대

발렌타인 멘토링 클래스는 위스키 전문가를 통해 발렌타인 브랜드 스토리부터 위스키 전반에 대한 정보 및 테이스팅 방법을 경험할 수 있는 자리입니다.
또한 클래스에 참가하신 분들과의 폭넓은 네트워킹의 기회가 주어집니다.

B. 발렌타인 관련 행사 주최

발렌타인은 신제품 출시 행사 및 다양한 럭셔리 파티를 준비 중이며, 신제품 런칭 시에는 발렌타인 멤버십 클럽 회원 분들에게 먼저 선보일 예정입니다.
보기 플레이어 이상 등급 회원은 행사 참여 신청이 가능하며, 각 이벤트에는 본인을 포함한 동반 1인이 초대되고 100샷이 차감됩니다.

05

발렌타인 멤버십 클럽 내 다양한 이벤트 참여 및 스폰서 활동

멤버십 클럽 회원들을 위한 다양한 월별/분기별 이벤트가 진행되며, 이벤트를 통해 푸짐한 프리미엄 혜택을 드립니다. 또한 이벤트 게시판을 통해 스폰서 요청이 가능하며, 다양한 파티 및 커뮤니티 활동을 지원합니다. 모든 회원 등급에서 참여가 가능하며 샷 차감은 없습니다.

06

회원 가입 시 웰컴 기프트 제공

발렌타인 멤버십 클럽에 가입하시는 회원 분들께 소정의 웰컴 기프트를 드립니다.
또한 제휴 바 등에서 회원 인증을 받으실 수 있도록 회원 번호가 담긴 발렌타인 멤버십 카드를 발급해 드립니다. 발렌타인 멤버십 카드 신청 시 카드 패키지와 발렌타인 미니어처 기프트를 증정해 드립니다.

Ballantine's®

LEAVE AN IMPRESSION

Ballantine's®

LEAVE AN IMPRESSION

4th. vol. Ballantine's Magazine

매거진 발렌타인은 품격 높은 테이스트와 라이프스타일을 추구하는 분들을 위한 프리미어 블렌딩 오브 라이프스타일 매거진입니다. 발렌타인만의 고유한 헤리티지 및 브랜드 뉴스와 함께 하이클래스를 위한 트렌디하면서도 실용적인 양질의 컨텐츠만을 전달합니다.

제호
발렌타인

발행일
January 2, 2013

발행처
페르노리카 코리아 발렌타인 마케팅팀

주소
137-858 서울시 서초구 서초동 1328-3 나라빌딩 21층
www.pernod-ricard-korea.com
www.B17Miltonduff.com
www.ballantinesmc.co.kr

Planning & Design
㈜헤즈
www.heaz.co.kr

Edit
㈜헤즈

Photographer
송상섭

〈발렌타인 매거진〉에 실린 글, 그림, 사진은 발행사인 페르노리카 코리아에 저작권이 있으며,
사전 서면 동의 없이 어떠한 경우에도 사용할 수 없습니다.

〈발렌타인 매거진〉 구독 문의 및 안내 02-3466-5700

ELEMENTAL CHLORINE FREE GUARANTEED

본 매거진은 우리의 자연과 환경을 생각하여
무염소 표백펄프(ECF) 친환경 종이를 사용하였습니다.