



SSG닷컴 '美지엄'
맛집메뉴 즐기고
명품 뷰티 체험
L1



Life

유통업계
자체캐릭터 강화
팬덤형 소비 공략
L2



좋은 땅이 빛은 오가닉 와인 자연의 진정성 한 병에 담다

메가히트 브랜드 탄생스토리

본테라 '유기농 와인'

미국 넘버원(No.1) 유기농 와인 브랜드 본테라(Bonterra)가 국내 주요 블라인드 품평회에서 연속 1위를 차지하며 품질을 입증했다. 여기에 MZ세대를 겨냥한 스타 마케팅이 맞물리면서 판매량이 200% 이상 신장하는 성과를 거두며 유기농 와인 트렌드가 시장에서 실제 결과로 이어지고 있다.

본테라는 1987년 캘리포니아 멘도치노(Mendocino)에서 설립된 유기농 와인 브랜드로 이름 자체가 라틴어로 '좋은 땅(Good + Earth)'을 뜻하며 자연과의 조화를 강조하는 브랜드다. 유기농법과 바이오 다이내믹 농법을 활용해 화학물질을 배제하고 토양 비옥도를 유지하며 생태계를 보호하는 지속 가능한 와인 생산을 실천하고 있다. 태양광 발전, 물 사용량 절감, 포도 껍질 재활용 등 친환경 기술을 도입해 환경적 책임을 다하고 있으며 세계적인 와인 매거진인 와인 '엔수지 애스트(Wine Enthusiast)'로부터 '2016년 올해의 와이너리'로 선정되기도 했다.

본테라는 '페루아의 정직한 표현'을 브랜드 철학의 핵심으로 삼으며 미국 유기농 와인 브랜드 중에서도 단연 독보적인 1위로 평가받고 있다.

국내에서는 주요 블라인드 품평회에서 연이어 정상에 오르며 와인 시장의 스포트라이트를 받았다. 지난해 롯데백화점에서 열린 '더 블라인드(THE V:LIN D)' 레드 부문 1위를 차지한 데 이어 올해 '대한민국 주류대상'에서는 카베르네 소비뇽이 최고상인 'Best of 2025'를 수상했다.

잇따른 수상은 본테라가 단순히 유기농 와인의 대명사에 머무는 것이 아니라 블라인드 시음에서도 전문가와 소비자

미국 독보적 1위 유기농 와인 브랜드 유기농법 활용, 자연과의 조화 강조 화학물질 배제 등 친환경 기술 도입

국내 블라인드 품평회서 정상 올라 젊은 세대와 공감대 확장 마케팅도 '가치소비' 흐름 속 지속적인 성장세

모두에게 객관적인 경쟁력을 인정받았다는 점에서 의미가 크다.

본테라가 주목받는 또 다른 이유는 젊은 세대와의 공감대를 확장하려는 전략적 행보다.

와인 수입사 아영FBC는 지난해 밴드 데이식스(DAY6)의 영케이를 브랜드 모델로 발탁하며 'Born to be True' 캠페인을 선보였다. 이는 "자연 그대로, 본질에 충실하다"는 본테라의 철학을 감성적으로 풀어낸 캠페인으로 영상 콘텐츠와 디지털 채널은 물론 오프라인 시음 행사까지 다양한 접점을 통해 전개했다.

팬덤과 소비 트렌드가 맞물리면서 본테라는 와인을 처음 접하는 MZ세대에게도 친근하게 다가갔다. 영케이 포토카드와 넥타이 증정 이벤트는 소비자들 사이에서 화제를 모으며 와인 마케팅에서 이례적으로 팬덤 문화를 활용한 성공 사례로 기록됐다.

성과는 수치로도 분명히 드러났다. 블라인드 시음회 수상으로 얻은 객관적 신뢰와 MZ세대를 겨냥한 공감형 캠페인이 맞물리면서 지난해 대비 판매량이 무려 200% 이상 신장했다. 특히 프리미엄 라인업인 '에스테이트 컬렉션'은 론칭 이후 누적 판매량이 1만 병에 육박하며 고급 유기농 와인의 가능성을 보여줬다.

본테라의 성장세는 최근 변화하는 소비 트렌드와도 맞닿아 있다. 가치소비를 중시하는 흐름 속에서 '오가닉' 키워드가 점차 일상화되면서 소비자들은 합리적인

가격대에서 친환경·지속가능성을 동시에 충족하는 브랜드를 찾고 있다.

본테라는 이러한 흐름에 정확히 부합한다. 샤르도네, 소비뇽 블랑, 로제 등 가볍고 산뜻한 와인은 데일리 소비 시장에서 인기를 얻고 있고, 프리미엄 와인은 차별화된 경험을 원하는 소비자들에게 선택받고 있다.

특히 소비뇽 블랑은 본테라가 지향하는 철학을 잘 보여주는 대표 상품이다. 캘리포니아 레이크 카운티에서 재배한 포도를 스테인리스 탱크에서 발효·숙성

해 신선한 과일향과 청량한 산미를 구현했다. 자몽과 열대과일 향, 라임 제스트의 힌트가 조화를 이루며, 해산물과 샐러드, 가벼운 요리와 궁합이 뛰어나다.

반면 카베르네 소비뇽은 깊고 풍부한 다크 가넷 컬러를 띠며 블랙 체리, 블랙 커런트, 스파이스 등의 레이어드된 향과 함께 다크 과일, 가죽, 담배, 연필 깎기의 풍미를 느낄 수 있다. 스테인리스 스틸 탱크에서 발효 후 14~18개월 동안 프랑스 및 미국산 오크 배럴에서 숙성되어 바닐라와 토스트 향을 더해준다.

본테라 카베르네 소비뇽은 2025 대한민국 주류대상 레드 와인 부문(5만원 이상 10만원 이하)에서 대상 중의 대상인 'Best of 2025'를 수상했으며 세계적인 와인 매체인 와인 엔수지애스트에서(Wine Enthusiast) 92점을 획득했다.

본테라의 사례는 단순히 와인 한 병의 성공 스토리를 넘어 '가치 소비' 시대의 브랜드 생존법'을 보여준다. 환경을 생각하는 철학, 진정성 있는 생산 방식, 그리고 투명한 브랜드 스토리가 함께할 때 비로소 '메가히트'가 만들어진다.



본테라 와인 시리즈



◀본테라 카베르네 소비뇽
▼소비뇽 블랑



본테라 와인하우스와 포도밭.



/아영FBC

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



▲고개 숙인 MBC, 故오요안나 유족에 사과... 직장 내 괴롭힘 재발 방지 약속 /사진 뉴시스
▲국립중앙도서관, 올 12월14일까지 '나의 꿈, 우리의 기록, 한국인의 책장' 전시

▲노원구, 당현천 바닥분수 광장 일대 수변 활력 거점 '당현마루' 조성
▲국기원, 국내 장애인태권도심사 첫 시행...이달 16~19일 비대면 심사

▲카타르·사우디, 아시아 4차 예선서 각 조 1위로 북중미 월드컵 본선 진출
▲국립현대무용단, 내달 21~23일 예술의전당서 '코레오 커넥션: 서울' 공연