

# 스페인 와인의 틀을 깨다... 토레스 '마스 라 플라나'



안상미 기자의  
Why, wine 320

유럽 와인으로는 가성비 혹은 강렬한 햇살의 맛. 더 나가봐야 템프라니오와 가르나차 등 토착품종일까. 다음 아닌 스페인 와인에 대한 편견이다.

스페인 와인이 간혀있던 이런 틀을 깬 와인이 바로 토레스의 '마스 라 플라나'다. 토착 품종이 아닌 카베르네 소비뇽으로 전세계의 인정을 받으며 스페인이라는 와인 산지의 잠재력을 증명해냈다.

스페인 와인너리 파밀리아 토레스에서 R&D 디렉터를 맡고 있는 미레이아 토레스 마차세크(Mireia Torres Maczassek·사진)는 최근 한국을 방문한 자리에서 "마스 라 플라나는 토레스의 철학이 담긴 와인이자 토레스를 계속 이어갈 수 있게하는 와인"이라며 "가장 뛰어난 포도만 선별하는 것은 물론 최근에는 생물다양성을 유지하는 농법까지 지속적으로 품질 향상에 나서고 있다"고 밝혔다.

토레스는 1870년에 페네데스 지역에 세워진 와인너리다. 150년에 걸쳐 스페인 와인의 위상을 끌어올렸으며, 미레이아



스페인의 와인너리 파밀리아 토레스에서 R&D 디렉터를 맡고 있는 미레이아 토레스 마차세크가 와인 '마스 라 플라나'를 소개하고 있다.

아가 5세대다.

미레이아는 "결과에 안주하지 않고 항상 더 나아지기 위해 노력하며, 스스로 최고라고 여기지 않고 늘 더 발전할 수 있다고 믿는 것, 그것이 우리의 원칙이자 마스 나 플라자를 양조하는 철학"이라고 강조했다.

스페인 와인으로는 전설을 쓴 '마스 라 플라나'부터 만나본다. 1979년 와인 파리 올림픽에서 보르도 그랑크뤼샤도를 제치고 1위를 차지한 그 와인이다.

사실 시작은 쉽지 않았다. 미레이아의



(왼쪽부터)마스 라 플라나 2019, 페페추얼 2019, 비냐 르 아브르 2021, 그란 무라에스 2020, 밀만다 2021, 비냐 지지 사도네이 2024. /안상미 기자

아버지인 미구엘 A. 토레스(Miguel A. Torres)가 불태는 토레스 포도밭의 종적 토가 국제 품종인 카베르네 소비뇽이 자라기에 이상적이었지만 선전을 설득하는 일이 쉽지 않았다. 지금이야 싱글 빈야드 개념이 자리를 잡았지만 마스 라 플라나가 처음 출시된 1970년 당시만 해도 단일 포도밭으로 프리미엄 와인을 만들 수 있다고는 생각하지 못했다. 복잡한 품종과 뛰어난 숙성력으로 토레스는 물론 스페인 와인의 위상을 바꿔놓으면서 결국 선천에게도 인정을 받게 됐고, 이제는 토레스의 대표 와인으로 자리매김했다. 마스 라 플라나 2019 빈티지는 잘 익은 과실 풍미에 타닌은 세련됐고, 흙내음과 미네랄이 복합적으로 어우러져

여운이 길게 이어진다.

마스 라 플라나가 혁신이라면 '그란 무라에스'는 전통의 복원이다. 고대 품종 복원 프로젝트에서 시작됐으니 말이다.

토레스는 1980년대 중반 지역 일간지에 이렇게 광고를 냈다. "어떤 품종인지 모르는 오래된 포도밭이나 방치된 포도 나무가 있다면 우리에게 알려달라." 제보를 받으면 현장으로 달려가 분석 작업을 거쳐 멸종한 토착 품종인지 확인했다. 미레이아는 이 프로젝트를 계속 이어가 피레네, 가루 등 카탈루냐 토착 품종을 복원해 와인으로 선보이고 있다.

그란 무라에스는 카리냥과 가르나차, 모나스트렐과 함께 복원된 토착 품종인 가루, 케로를 같이 블렌딩했다. 복합적

인 아로마와 풍미에서 각각의 역할을 꼬집어 내보면 이렇다. 카리냥이 검은 과실의 향과 구조감을 줬다면 가르나차는 붉은 과실의 풍미다. 모나스트렐로 좋은 산도가 잘 발현됐도록 했고, 가로는 향신료향을 더했다.

'페페추얼'은 100년의 시간이 농축된 와인이다. 80~100년 수령의 울드바인으로 양조했다. 한 그루에서 나오는 포도 자체가 극히 적는데다 세밀한 선별과정까지 거친다. 신선한 과실향과 좋은 산도로 꽤 높은 알콜 도수가 잘 느껴지지 않으며, 부드러운 타닌으로 우아함이 느껴지는 와인이다.

'밀만다'는 1980년부터 생산한 화이트 와인이다. 사도네이 100%로 피똥했던 빈티지답게 입안에서는 불뚝감 느껴지고, 여운은 길게 이어진다. 지금 먹기도 좋지만 20년 안팎까지 숙성도 충분히 가능하다.

한국 음식과의 궁합도 좋다. 밀만다 2021는 한식에서 빼놓을 수 없는 국수와 함께 했다. 생동감 있는 산도로 울려진 청어와도 잘 어울린다. 그란 무라에스 2020와는 익힌 생선과 꼬막, 그리고 봄 제철을 맞은 두릅이다. 페페추얼 2019는 장어구이, 무계감 있는 마스라 플라나 2019와 한우구이다.

/smahn1@metroseoul.co.kr



metro

## 문화 단신

### 롯데시네마, 르세라핌 VR 콘서트 단독 개봉

극장내에서 공식 머치 출시

롯데시네마가 걸그룹 르세라핌(LE SERAFIM)의 첫 번째 VR 콘서트 'LES SERAFIM VR CONCERT : INVITATION'을 단독 개봉한다고 9일 밝혔다.

롯데시네마는 4세대 걸그룹 '르세라핌'의 퍼포먼스를 최첨단 VR 기술을 통해 눈앞에서 생생하게 체험할 수 있는 'VR 콘서트'를 월드타워에서 단독 상영한다. 이번 영화를 통해 현실과 환상이 교차하는 경계에서 윙윙 울려 퍼지는

에너지를 느낄 수 있으며 르세라핌의 히트곡을 새로운 차원의 VR로 만나볼 수 있다.

특히 롯데시네마는 오는 4월 15일부터 월드타워 3관을 '르세라핌 VR 전용 상영관'으로 전격 전환해 보다 최적화된 관람 환경을 제공한다. 이와 함께 롯데시네마 월드타워 곳곳을 르세라핌 비주얼로 꾸며 관람 전부터 세계관에 완전히 몰입할 수 있도록 구성할 예정이다. 극장을 방문한 팬들은 자유롭게 인증샷을 남기며 특별한 추억을 쌓을 수 있을 것

으로 기대된다.

아울러 VR 콘서트 사상 최초로 극장내에서 공식 머치를 단독 출시한다. 롯데시네마 월드타워 스위트샵(매점)에서 뷰파인더, 렌티큘러 포토카드팩 등을 선보임으로써 공연의 감동을 소장할 수 있는 기회를 선사할 예정이다.

극장을 찾은 관객들을 위한 다채로운 이벤트도 이어진다. 기본 특전부터 매주 다르게 구성되는 주차별 특전이 선착순 증정되어 팬들의 뜨거운 반응이 예상된다. '르세라핌 VR 콘서트' 및 이벤트에 관련한 자세한 내용은 롯데시네마 공식 홈페이지 및 앱을 통해 확인할 수 있다.

/신원선 기자 tree6834@

### LG U+, '권오상의 심플렉시티' 1.5만명 방문

AI 기반 전시... 문화·예술경험 확장

LG유플러스는 서울 강남 복합문화공간 '일상비일상의틈 by U+'(바이 유플러스)에서 진행한 '권오상의 심플렉시티(Simplexity) : AI, 인간 그리고 예술' 전시가 약 1만5000명의 방문객을 기록하며 마무리됐다고 9일 밝혔다.

이번 전시는 지난 1월 28일부터 3월 31일까지 약 두 달간 진행됐으며, '단순함(Simple)'과 '복잡함(Complexity)'을 결합한 '심플렉시티(Simplexity)'를 주제로 AI 기술과 예술, 인간의 감각을 결합한 전시 경험을 선보였다. 별도 예약 없이 무료로 운영된 점과 도심 한복판에서 부담 없이 관람할 수 있는 접근성이 관람객 유입을 이끌었다.

특히 전시 전반에 적용된 AI 기반 관람 방식이 특징이다. 자체 AI 통화 서비스 '익시오(ixi-O)'를 활용한 AI 도슨트는 작가와의 실제 통화 데이터를 기반으로 구성돼, 음성 AI를 통해 작가와 직접 대화하는 듯한 체험을 제공했다.

단순 청취형 오디오 가이드를 넘어 요약 정보 확인과 추가 탐색이 가능한 능동형 관람 구조도 도입됐다. 관람객들은 "글로벌 읽는 설명보다 이해도가 높고 작가와 직접 통화하는 듯해 신선했다"는



모델이 '권오상의 심플렉시티' 전시를 소개하고 있다. /LG유플러스

반응을 보였다.

전시는 1·2차로 나눠 운영됐으며, 2차 전시에서는 '갤럭시 S26'과 협업해 디바이스 기능을 작품 감상 흐름 속에서 체험할 수 있도록 구성했다. 제품 체험과 전시 콘텐츠를 결합한 방식으로, 기존 매장 중심 체험과 차별화했다는 평가다.

관객들은 이번 전시를 통해 통신사가 단순 서비스 제공을 넘어 문화·예술 경험을 확장하는 브랜드라는 인식을 받았다고 응답했다. 무료 전시를 통한 문화 접근성 확대와 함께 브랜드 이미지 개선 효과도 확인됐다.

한편 이번 전시는 더 트리니티 갤러리가 주관을 맡아 기획과 연출을 담당했다.

/김서현 기자 seoh@

### 서울국제환경영화제 공식 포스터 공개

환경재단이 주최하는 제23회 서울국제환경영화제가 올해 영화제의 방향성을 담은 공식 포스터와 경쟁 부문 본선 진출작을 공개했다.

오는 6월 5일부터 6월 30일까지 진행되는 서울국제환경영화제는 매년 주요 환경 의제를 반영한 공식 포스터를 선보이며, 인류가 주목해야 할 시대적 담론을 제시해 왔다. 올해는 AI(인공지능) 등 기술 문명이 어느 때보다 빠르게 진화하는



가운데, '자연과 기술'의 관계에 주목한 공식 포스터 '천공의 숲(사진)'을 발표했다.

'천공의 숲'은 기술 발전 속에서 점차 자리를 잃어가는 자연의 미래에 대한 통찰을 바탕으로 제작됐다. 머지않아 자연이 인간에게

연민과 향수의 대상으로 남을 수 있다는 영화적 상상에서 출발해, 기술이 빚어낸 인공 자연의 풍경을 하늘의 새, 바다의 물고기, 대지의 나비 등으로 형상화했다.

올해 서울국제환경영화제 경쟁부문에는 전 세계 119개국에서 총 2133편(해외 1716편, 한국 417편)이 출품됐으며, 예선 심사를 거쳐 한국 경쟁부문 19편(장편 7편, 단편 12편), 국제 경쟁부문 21편(장편 10편, 단편 11편) 등 총 40편이 본선 진출작으로 선정됐다.

/김서현 기자



▲ 글로벌 투자銀 “중국 연내 금리인하 가능성 낮아”... 중동사태 영향 제한적  
▲ 기름값 소폭에 항공사 흔들... 델타, 3년만 적자  
·항공권 인상 확산 /사진 뉴시스

▲ 日, 지자체 어학 강습비 절반 부담...체류 외국인 지원 확대  
▲ 알리바바, AI 데이터센터 구축...자체 칩 1만개 투입

▲ 한국 항공공급 감소에...6000마일 떨어진 캘리포니아 '비상'  
▲ 이스라엘, 휴전에도 레바논 공격 확대...1000명 이상 사상