

프로방스 '원조' 로제... 분위기로? 맛으로! 마신다



안상미 기자의
Why, wine 322

벚꽃 흩날리는 봄날에 어울릴 와인을 하나만 꼽으라면 다들 고민없이 외칠 것이다. 로제 와인이라고.

중급자용으로 질문을 바꿔본다. 따뜻하게 부친 전도 좀 나오고, 삼겹살에 칼칼하게 무친 겉절이까지 내놓은 한식 한상에 어울릴 와인 하나만 고르라고 한다면, 와인 좀 마셔본 이라면 이번에도 망설이지 않고 '만능템' 로제 와인을 떠올릴 것이다.

프랑스에선 와인 소비에서 로제가 차지하는 비중이 30%에 달하고, 미국과 영국에서도 그 비중이 10%까지 늘었다. 한국 시장에서도 로제 와인이 인기를 끌 수 있을지 살펴보기 위해 로제 '원조집' 프랑스 프로방스 와인협회(CIVP) 관계자들이 한국을 찾았다.

에릭 파스토리노 CIVP 대표는 최근 한국을 방문한 자리에서 "프로방스는 포도밭에서 잔에 이르기까지 전 과정을 로제와인 중심으로 바라본다"며 "프로방스



①도넨 드 라 가르노드 르 퀴르 2024, ②샤토 데스클랑 위스퍼링 엔젤 2024, ③샤토 미누티 엠 로제 2024, ④도넨 오프, 바이 오프 로제 2024, ⑤라 수르스 가브리엘 2023.

로제는 로제 와인의 정점이라고 말할 수 있을 정도로 오랜 역사와 노하우를 가지고 있다"고 강조했다.

프랑스 남부에 지중해와 맞닿아 있는 프로방스는 와인 양조 초창기부터 로제 와인을 만들었다. 주로 야외에서 활동하면서 청량감 있고 시원한 와인을 마시는 지역적 특성까지 잘 맞아떨어졌다.

지금은 개인생산자는 물론 협동조합과 네고시앙 형태까지 생산자만 600곳에

달한다. 지난 2024년 기준 프로방스 와인의 89%가 로제 와인이다.

브리스 에마르 최고경영자(CEO)는 "프로방스는 남쪽은 지중해, 북쪽은 산맥과 맞닿아 모자이크처럼 다양한 테루아에서 그에 맞는 다양한 스타일의 로제 와인을 생산한다"며 "1970년대 원산지통제명칭(AOP)으로 승격되며 품질을 높이기 위한 다양한 투자가 이뤄졌고, 2000년대 들어서는 전 세계에서 인정받



최근 한국을 방문한 프랑스 프로방스 와인협회(CIVP) (오른쪽부터) 에릭 파스토리노 대표이사, 캐롤 갱샤르 마케팅·커뮤니케이션 최고 책임자(CMO), 브리스 에마르 최고경영자(CEO). /안상미 기자

는 로제 와인이 됐다"고 설명했다.

로제와인은 적포도가 들어가 색이 붉은 빛을 낸다. 그런데 양조할 때는 화이트 와인을 만들듯이 빠르게 압착해 만들어 청량감을 느낄 수 있다. 말은 간단인데 요즘 소비자들이 선호하는 여러러한 색을 내면서 복합적인 아로마와 질감을 뽑아내는게 생각보다 쉽지가 않다.

에마르는 "포도선별부터 야간 수확, 정밀한 온도 관리, 저온 침용과 블렌딩

의 노하우까지 프로방스는 로제 와인에 특화된 양조 기술을 가지고 있다"며 "섬세한 표현을 그대로 살려내 전 세계 로제와인의 교과서"라고 덧붙였다.

로제 와인이 우리네 식탁에서는 그냥 굽거나 양념한 고기는 물론 잘 익은 김치까지 대부분의 음식과 잘 어울리니 그야말로 '만능'이다. 한식에 마늘이 많이 들어가는 점도 프로방스 로제와인과 잘 어울리는 비결 중 하나다. 프로방스 음식에서도 마늘이 많이 쓰인다.

'도넨 드 라 가르노드 르 퀴르 2024'는 레드 와인 품종인 그르나슈와 생스로 만들었다. 화이트 와인에 가까운 색이지만 붉은 과실의 아로마를 품고 있어 다진 마늘이랑 참기름 정도만 넣고 무친 나물에도 술술 넘어갈 와인이다.

'샤토 데스클랑 위스퍼링 엔젤 2024'는 프로방스의 화이트 와인 품종인 롤이 들어가 다른 로제보다 청량감이 더 있다. 짭짤한 미네랄감도 잘 느껴져 새우볶음 넣은 조개탕의 맛을 한층 살려준다.

'샤토 미누티 엠 로제 2024'는 깔끔한 뒷맛으로 표고버섯전예, '도넨 오프, 바이 오프 로제 2024'는 시라 품종이 더해진 풍만함으로 구운 돼지고기와 잘 어울렸다.



/smahni@metroseoul.co.kr



문화 단신

돌아온 다마고치... 롯데백 반다이남코 팝업

팬시 페스타 열어... 키덜트족 공략 다마고치 신제품, 한정품 등 확보

롯데백화점이 5월 6일까지 잠실 롯데월드몰 1층에 '반다이남코 팬시 페스타'를 열고 키덜트족 공략에 나선다. 5월 가정의 달 시즌을 맞아 전 연령층이 함께 즐길 수 있는 IP 콘텐츠 팝업을 개최해 팬슈머(Fansumer) 소비를 견인한다는 계획이다.

'반다이남코'는 '일본의 디즈니'로 불릴 만큼 방대한 캐릭터 IP를 보유한 글로벌 엔터테인먼트 기업이다. '다마고치'와 '가사콘(뽑숯도이)' 등의 키덜트 게임 기기를 비롯해 '드래곤볼', '디지몬', '건

담' 등 전 세대를 관통하는 콘텐츠를 선보이며 폭넓은 팬덤을 구축해왔다.

특히 이번 팝업은 유통 채널 전반에서 품귀 현상을 빚고 있는 '다마고치'를 공식 구매할 수 있는 기회다. 다마고치는 가상 애완동물을 양육하는 휴대용 게임 기기로, 최근 레트로 트렌드의 부상과 함께 MZ세대를 중심으로 인기가 재점화되고 있다.

먼저 다마고치의 재유행을 주도한 신제품 '다마고치 파라다이스'의 물량을 대량 확보해 선보인다. 기기 간 연결을 통해 결혼, 싸움 등의 사회적 관계를 형성하거나 아이템을 교환하는 '통신'이 가능해, 친구·가족과 함께 다마고치를



반다이남코 팬시 페스타에서 고객이 기념 사진을 촬영하고 있다. /롯데백화점

즐길 수 있어 열띤 호응을 얻고 있다.

더불어 한정판 콜라보 '나노 다마고치'를 최초 공개한다. 기존 대비 절반 이상 작은 크기의 다마고치이며, 키링 줄이 달려 있어 소지품을 꾸밀 수 있는 악세서리 아이템으로 마니아 팬층을 형성하고 있는 상품이다.

/신원선 기자 tree6834@

영화 '군체' 속으로... 오싹한 몰입형 공연 등장

롯데컬처웍스 '인사이드 더 플레이' 연상호 영화 '군체' 세계관 현실화 관객 직접 엔딩 결정... 재미 극대화

문화를 선도하는 종합 콘텐츠 기업 롯데컬처웍스가 한층 새로워진 몰입·체험형 공연 브랜드 '인사이드 더 플레이'를 선보인다.

'인사이드 더 플레이'는 스크린 밖으로 확장된 세계관 속에서 관객이 직접 참여하는 이머시브(Immersive) 공연 브랜드다. 브랜드명에 담긴 의미처럼 관객은 공연 속에 완전히 몰입하여 무대 위 배우들과 실시간으로 호흡하고 서사를 완성해 나가는 핵심적인 역할을 수행하게 된다.

이번 '인사이드 더 플레이' 테마는 제79회 칸영화제 미드나잇 스크리닝 부문에 공식 초청작이자 5월 21일 개봉을 앞둔 영화 '군체'(감독 연상호)와의 협업으로 완성되었다. 영화와 공연의 경계를 완전히 허문 이번 시도는 칸이 인정한 독보적인 연출력에 롯데컬처웍스만의 공간 기획력이 더해져, 이전과는 차원이 다른 시각적·심리적 압박감과 스틸을 선사한다. 관객은 단순히 작품을 관람하는 것을 넘어 사건의 실제 속으로 던져지는 참여형 경험을 통해 전율에 가까운 몰입을 체험하게 된다.

특히 이번 공연은 관객들이 정해진 동



인사이드 더 플레이 '군체'

선을 따라가는 것이 아니라 실시간으로 변화하는 상황 속에서 관객 개개인의 선택과 움직임이 결말을 만들어내는 '멀티 엔딩' 시스템으로 진행된다. 오직 '인사이드 더 플레이'에서만 만날 수 있는 특별한 요소들은 극의 몰입도를 높이는 동시에 관객이 직접 스토리의 엔딩을 결정짓는 이머시브 공연 특유의 재미를 극대화할 것으로 기대된다.

오는 5월 21일 롯데시네마 신대방에서 개막하는 '인사이드 더 플레이 : 군체'는 4월 24일 17시부터 티켓링크 및 네이버 예약을 통해 예매할 수 있다. 보다 자세한 내용은 예매처 및 롯데시네마 이벤트 페이지에서 확인 가능하다.

롯데컬처웍스 윤세인 Live사업부장은 "관객이 서사를 이끌어가는 완벽한 이머시브 공연을 구축하고자 이번 공연을 기획했다"라며 "영화 '군체'와 함께하는 '인사이드 더 플레이'는 관객들이 이제껏 경험하지 못한 스틸을 만끽하는 기회가 될 것"이라고 전했다.

/신원선기자

카카오페이지 "인생만화 찾아드려요"

일본만화 원작 소개 이벤트 확대

카카오엔터테인먼트가 애니메이션 방영작을 중심으로 일본 만화 프로모션을 확대하며 카카오페이지 콘텐츠 경쟁력 강화에 나선다.

카카오엔터테인먼트는 카카오페이지에서 일본 만화 원작을 모아 소개하는 '인생만화 찾아드림' 2차 이벤트를 오는

30일까지 진행한다고 23일 밝혔다.

이번 이벤트는 올해 2분기 신규 애니메이션으로 방영 중인 작품을 중심으로 구성했다. 대표적으로 '악마에 입문했습니다! 이루마 군', 'Re: 제로부터 시작하는 이세계 생활', '전생했더니 슬라임이었던 건에 대하여' 등 총 6개 작품을 선정해 할인과 무료 제공 등 혜택을 제공한다.

앞서 진행된 1차 이벤트는 흥행 성과

를 기록했다. '악마에 입문했습니다! 이루마 군'은 이벤트 기간 열람자 수와 매출 모두 일본 만화 카테고리 1위를 기록하며 최고 매출 기록을 경신했다. 이에 카카오엔터테인먼트는 후속 이벤트를 통해 이용자 접점을 확대한다는 전략이다. 카카오페이지는 일본 만화 라인업을 기반으로 플랫폼 경쟁력을 강화하고 있다. 원피스, 나루토, 블리치 등 대표 작품을 비롯해 액션과 로맨스, 스포츠 등 다양한 장르의 인기 만화를 디지털로 제공하고 있다.

/최빛나 기자 vitna@



▲러, 내달 독일행 카자흐 원유 차단...카자흐 "러, 수용 능력 부족 통보" /사진 뉴스시
▲日정부, 韓 MBK의 日마키노 인수 중단 권고... "안보 우려"

▲"기름띠, 우주에서도 보인다"...호르무즈 유조선 피격 '환경파괴' 논란
▲트럼프 "내 요구에 이란, 여성 8명 처형 취소"...이란 "가짜뉴스"

▲호르무즈 선박 하루 130척→1척...세계 경제 압박 극대화
▲獨, '美 의존도 탈피-유럽 자강' 첫 군사전략 발표