

나투레오, ‘비酒류’ 논알코올이 이젠 주류로



안 상 미 기자의

Why, wine 345

스페인 대표 와이너리 ‘토레스’
논알코올 와인 ‘나투레오’ 선택
첨가제 없이 풍미·구조감 살려
빠른 성장으로 새 소비층 만들 것



질 세라
토레스
아시아·태평양
수출담당자

세상이 바뀌었다. 밀레니얼과 Z세대 등 소위 MZ 뿐 아니라 베이비 부마까지 전 세대에서 10명 중 7명은 술을 줄이겠다고 답했다. 술을 끊어야 한다면 세상이 무너지는 주당들에게도 운전이든 감기든 술을 참아야 할 순간들은 언제나 찾아온다. 비주(酒)류이자 비주(主)류였던 논알코올이 이제는 주(主)류로 떠오를 수밖에 없는 이유다.

스페인 대표 와이너리 토레스(Familia Torres)의 질 세라(Gil Serra) 아시아·태평양 수출담당자는 최근 한국을 방문해 “글로벌 와인 시장은 최근 5년 간 1.5% 감소한 반면 논알코올 와인은 같은 기간 15% 성장했고 앞으로도 두 자릿수 성장을 이어갈 것으로 예상된다”며 “토레스 내에서도 논알코올 와인은 물량 비중은 아직 낮지만 가장 빠르게 성장하는 카테고리”라고 말했다.

나투레오(Natureo)는 토레스가 내놓은 논알코올 와인이다. 최근 뛰어난 것이 아니다. 논알코올 와인 개발을 위한 연구는 2004년부터 시작했고, 스페인 최초의 논알코올 와인 나투레오가 출시된 것이 2008년이다. 나투레오는 자연을 뜻하는 네이처(Nature)와 제로(O)를 결합했다.

질은 “토레스는 일찍부터 논알코올 와인의 성장 가능성에 주목해 오랜 연구와 기술 투자를 바탕으로 시장을 선도하고 있다”며 “단순히 술을 대체하는 것이 아니라 와인 본연의 향과 풍미를 최대한 유지



(왼쪽부터)나투레오 스파클링, 나투레오 무스캇, 나투레오 가르나차 시라.

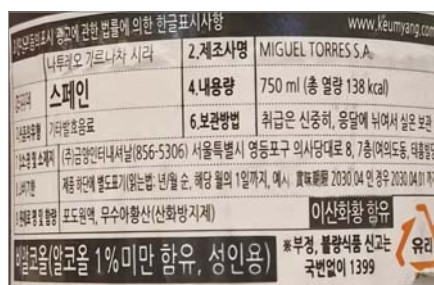
해 와인을 즐기는 것과 같은 경험을 제공하는 것이 핵심”이라고 강조했다. 올해까지 토레스가 논알코올 시설 등에 투자한 자금만 600만 유로가 넘는다.

논알코올 와인은 진공 증류나 역삼투압, 스피닝 콘 컬럼 등 여러가지 방법으로 만들 수 있다.

나투레오는 일단 일반 와인을 양조해 놓고, 알코올을 제거한다. 논알코올 와인을 와인처럼 느끼게 하는 결정적인 요인인 아로마를 지키기 위해 진공상태에서 빠르게 회전해 아로마와 알코올을 분리하는 스피닝 콘 컬럼(Spinning Cone Colu-



스피닝 콘 컬럼 방식의 탈알코올 공정.



첨가물 유무 여부를 확인할 수 있는 나투레오 와인병 뒷면 표시사항.

mn) 기술을 택했다. 먼저 휘발성이 강한 아로마를 분리하고, 남은 와인에서 알코올을 제거한다. 그다음 분리해 남은 아로마 성분을 남은 와인에 다시 더한다. 어디를 봐도 첨가제를 넣거나 향을 더하는 과정이 없다.

이렇게 만든 나투레오 와인의 알코올 도수는 0.0%다. 한 병을 다 마셔도 칼로리는 138밖에 안된다. 일반 와인 평균 칼로리 650 안팎의 5분의 1 수준이다.

그는 “알코올을 제거하면 일반 와인보다 비교해 향과 질감, 입안에서 느껴지는 균형이 달라질 수 있다”며 “토레스는 연구개

발을 통해 논알콜 와인으로 만들었을 때도 풍미와 구조감이 잘 살아나는 품종으로 양조한다”고 전했다.

‘나투레오 무스캇’은 논알코올 화이트 와인이다. 아로마가 풍부한 무스캇 품종의 특성 그대로 감귤류와 꽃, 잘 익은 흰 복숭아 과실의 향이 느껴진다. 알코올이 빠진 대신 단단한 산도가 잘 받쳐주고, 알코올 와인보다 같은 질감과 여운이 가장 큰 장점으로 와닿는다. 차갑게 식전주로 즐겨도 좋고, 생선이나 흰살 육류 등과 페어링하기도 좋다.

‘나투레오 가르나차 시라’는 논알코올 레드 와인이다. 맛이 가장 궁금했던 와인이기도 하다. 화이트 와인은 원래도 비교적 가벼운 스타일로 알코올의 영향력이 크지 않지만 레드 와인은 알코올이 빠지면 균형감이 확 무너질 수 있단 우려에서다. 일반 레드 와인보다는 가볍지만 블랙베리 풍미와 함께 입안에서는 부드럽고 섬세하다. 와인만 마시기 보다는 음식과 같이 해야 잔가를 발휘한다.

질은 “한국 와인 시장이 엔데믹 이후 조정을 겪고 있지만 장기적으로는 와인 경험과 취향이 축적되면서 회복 가능성이 있다”며 “특히 해외여행과 다양한 식문화 경험을 통해 새로운 음료를 접하는 소비자가 늘어나는 만큼 논알콜 와인은 기존 와인 소비를 대체하는 것을 넘어 새로운 소비층을 만들어 갈 것”이라고 전망했다.

/smahn1@metroseoul.co.kr



metro

문화 단신

“영화관서 ‘게임 세계관’ 체험해보세요”

롯데시네마 월드타워, IP 팝업 열어
게임 ‘명조’와 협업… 체험공간 마련
극장만의 인프라와 결합, 영역 확장

롯데시네마 월드타워가 게임과 엔터테인먼트 등 다양한 지식재산권(IP)을 활용한 팝업 행사를 잇달아 열며 오프라인 체험 공간으로 영역을 넓히고 있다.

롯데시네마는 쿠팡게임즈의 게임 ‘명조: 워더링 웨이브’와 협업한 ‘명조 시네마 워크’를 오는 11월 1일까지 서울 잠실 월드타워점 7층 시네파크에서 진행한다 고 밝혔다.

이번 행사는 게임 팬들이 작품의 세계관을 경험할 수 있도록 기획됐다. 사전 예약 방문객은 게임·콘서트 영상 감상과 퍼즐, 해금 챌린지 등 6개 미션으로 구성된 스탬프 투어에 참여할 수 있다. 코스어 이벤트와 랜덤 포토카드 키오스크도 운영하며, 굿즈존에서는 한정 상품을 판매한다. 구매 금액에 따라 SD 스티커와 SD 아크릴 클립을 증정하는 행사도 마련했다.

월드타워점을 찾기 어려운 팬들을 위한 상품 판매도 진행한다. 롯데시네마는 전국 20개 거점 매장에서 명조 협업 상품과 콤보 메뉴를 한정 수량으로 선보인다. ‘명조 랜덤 웨이브 아크릴 키링’과 ‘명조 테이프스트리’를 단품으로 판매하며, 팝콘·음료와 결합한 콤보 상품도 운영한다.

롯데시네마 월드타워는 최근 식품과 게임, 엔터테인먼트 분야의 IP를 활용한 오프라인 행사 유치에 힘을 쏟고 있다. 지난 추석 연휴부터 10월 17일까지는 오후기



롯데시네마 명조시네마워크 팝업. /롯데시네마

‘열라면’ 출시 30주년과 게임 ‘스트리트 파이터’를 결합한 특별 팝업을 열었다. 행사장에는 아케이드 게임존과 열라면 팝콘, 대형 라면탑 포토존 등을 마련했다.

오는 24일부터 31일까지는 ‘하이브 씨네 페스트 2026’을 국내 극장 단독으로 개최한다. 월드타워점 5층과 10층에 아티스트 포토존과 메시지월, 공식 상품 판매 공간 등을 조성할 예정이다.

롯데컬처웍스 관계자는 “롯데시네마 월드타워 시네파크는 영화 관람 전후의 동선을 고객이 직접 참여하고 머무는 트렌디한 문화 공간으로 거듭나고 있다”며 “극장만의 몰입형 인프라와 결합해 파트너사에게는 최적의 IP 쇼케이스를, 고객에게는 일상 속 특별한 즐거움을 선사해 나갈 것”이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@

메가박스, 로마·파리 등 500년 예술사 여행

서울 코엑스점서 ‘시네도스트’ 진행
안현배 미술사학자, 6개 도시 강연

메가박스가 르네상스부터 현대미술까지 약 500년의 예술사를 도시별로 살펴보는 강연 프로그램을 선보인다.

메가박스는 오는 26일부터 12월 1일까지 서울 코엑스점에서 ‘2026 시네도스트’ 하반기 시즌2를 진행한다 고 밝혔다. 이번 프로그램은 ‘영원한 예술의 도시-도시로 읽는 예술의 역사’를 주제로 피렌체와 로마, 암스테르담, 런던, 파리, 뉴욕 등 예술의 중심지로 자리 잡은 6개 도시를 조명한다.

강연은 도시별 역사와 사회적 배경을

바탕으로 예술의 변화를 살펴보는 방식으로 진행된다. 회화와 조각, 건축뿐 아니라 음악과 공연, 문학, 철학 등으로 범위를 넓혀 각 도시에서 특정 예술 사조가 발전한 배경을 짚는다.

첫 강연에서는 메디치 가문의 후원 아래 르네상스의 중심지로 성장한 15세기 피렌체를 다룬다. 브루넬레스키의 건축과 도나텔로의 조각, 보티첼리의 회화를 통해 당시 예술의 특징을 살펴본다. 이어 카라바조와 베르니니가 활동한 17세기 로마, 렘브란트와 베르메르가 시민의 일상을 담아낸 암스테르담으로 강연을 이어나간다.

마지막 뉴욕 강연에서는 아모리 쇼와 뉴

욕 현대미술관(MoMA) 설립을 비롯해 폴록과 로스코의 추상표현주의, 워홀의 팝아트 등을 통해 현대미술의 중심지가 형성된 과정을 다룬다.

강연은 안현배 미술사학자가 맡는다. 안 학자는 프랑스 파리에서 예술사학과 순수예술사 분야 석사학위를 취득하고 박사 과정을 수료했다. 저서로는 ‘안현배의 예술수업-오르세의 프랑스 모더니즘 이야기’, ‘미술관에 간 인문학자’, ‘애곤 실레, 예술가의 표현과 떨림’ 등이 있다.

메가박스시네도스트는 전문가해설을 통해 미술관 작품과 예술사를 살펴보는 강연 프로그램이다. 이번 시즌2는 10월 26일부터 12월 1일까지 매주 월요일 오전 11시와 화요일 오후 7시 30분 메가박스 코엑스점에서 총 6회 열린다.

/신원선 기자

티빙, ‘퀵 VOD’·‘팬톡’으로 OTT 차별화

방송시작 5~10분 후부터 감상 가능
콘텐츠 중심으로 소통하는 ‘팬톡’도

티빙이 방송 시작 직후부터 최신 회차를 감상할 수 있는 ‘퀵 VOD’와 이용자 간 소통 기능인 ‘팬톡’을 앞세워 온라인동영상서비스(OTT) 시장에서 차별화에 나서고 있다.

22일 OTT 업계에 따르면 티빙의 퀵 VOD는 TV 방송이 시작된 지 약 5~10분 후부터 해당 회차를 처음부터 감상할 수 있는 서비스다. 방송 시간에 맞춰 접속하지 못하더라도 방송 종료를 기다리지 않

고 최신 회차를 시청할 수 있다.

최근 인기를 얻고 있는 드라마 ‘100일의 거짓말’이 대표적인 사례다. 이 작품은 첫 방송 시청률 5.3%를 기록한 이후 2회 7.6%, 3회 7.0%, 4회 9.0%로 상승세를 보였다. OTT에서도 넷플릭스 ‘대한민국 TOP10 시리즈’ 2위, 티빙 ‘TOP20’ 1위에 오르며 흥행을 이어가고 있다.

같은 작품을 넷플릭스와 티빙에서 모두 시청할 수 있지만 최신 회차 제공 방식에는 차이가 있다. 넷플릭스에서는 TV 방송 종료 후 VOD가 공개되기까지 약 1~2시간이 소요되는 반면, 티빙에서는 방

송 시작 5~10분 후부터 퀵 VOD를 이용할 수 있다.

예를 들어 오후 9시에 시작하는 드라마라면 오후 9시 5~10분부터 첫 장면을 감상할 수 있다. 방송이 진행되는 도중 접속하더라도 놓친 장면 없이 처음부터 시청할 수 있다는 점이 특징이다.

콘텐츠를 중심으로 이용자들이 소통할 수 있는 ‘팬톡’ 기능도 선보였다. 팬톡은 작품별 전용 채팅방에서 이용자들이 24시간 자유롭게 의견을 나누는 커뮤니티 서비스다. 이용자들은 작품 공개 전 기대감을 공유하거나 시청 이후 등장인물의 관계, 주요 장면, 향후 전개 등에 대한 의견을 나눌 수 있다.

/최빛나 기자 vitna@