

DESIGN 473

문화체육관광부 선정
우수콘텐츠집지
2017

2017/11

www.monthlydesign.co.kr



사진 안용철

Designer of the month 국립현대미술관의 전시 디자이너 김용주

Special Feature 굿모닝, 실장님! 디자인 전문회사의 디렉터들 / 포스트모더니즘의 알파와 오메가, 에토레 소트사스 탄생 100주년
새로운 중국의 디자인 기수, 네리엔드후 / 일코노미 시대 신 주거 문법, 혼자가 아닌 콘-리빙 디자인 / 음지로 디자인 어디로



'로얄 살루트: 더 볼트'를 디자인한 샐리 매케레스

인천 송도에 위치한 파라다이스 호텔에 특별한 라운지가 들어섰다. 영국의 블랜디드 위스키 브랜드 로얄 살루트 VIP를 위해 전 세계 최초로 마련된 '로얄 살루트: 더 볼트'다. 이곳은 하루에 딱 한 팀, 소수의 인원만을 받는 공간으로, 영국의 건축가이자 공간 디자이너인 샐리 매케레스(Sally Mackereth)의 손을 거쳐 탄생했다. 2016년 영국 <데일리 텔레그래프>에서 선정한 '런던에서 활동하는 최고의 건축가 6명' 중 1명으로 선정될 만큼 인정받는 샐리 매케레스는 '로얄 살루트: 더 볼트'를 통해 오랜 숙성을 거쳐 완성된 로얄 살루트의 향과 맛, 시간을 담아냈다고 말했다. www.pernod-ricard-korea.com 글: 오상희 기자

사진 제공: 페르노리카 코리아



“공간을 만들고 또 사용하면서 생겨나는 이야기가 중요하다”

로얄 살루트와의 인연은 어떻게 시작되었나?

2015년 밀리노 국제가구박람회에서 월데이퍼 핸드에이드 전시 프로모션을 함께 진행했다. ‘신석기 바(Neolithic Bar)’라는 이름으로 바를 선보였는데, 실제 8000년 전 나무를 사용했다. 내가 크로아티아를 방문했을 때 발견한 나무다. 습지 바닥에 오래 묵혀 있어서 경은 빛깔을 띠었고, 진흙이 덜인 채로 산소와 접촉이 차단돼 보존이 잘되어 있었다. 로얄 살루트의 오크통은 오랜 시간이 지나면 탄닌을 흡수해 내백이 겹게 변하는데, 이 점이 서로 잘 어울린다고 생각했다.

공간을 디자인할 때 특히 중점을 둔 부분은 무엇인가?

로얄 살루트가 위스키를 만드는 과정처럼 모든 요소가 진짜였으면 했다. 공간 전체의 맥은 겸계 변한 실제 오크통을 가져다 놨다. 라운지 영, 브랜드 라이브러리에 자리한 에이지 컬렉션(The Age Collection)의 테이블도 8000년 된 산석기 나무를 사용해 장인이 직접 제작한 것이다. 라운지는 브랜드 고유의 컬러에 집중했다. 블랙 오크통과 로얄 살루트 병의 소재인 화이트 포슬린에서 모티브를 얻어 모노톤의 공간을 만들었다.

편안하면서도 바닥의 사선이나 가구를 통해 다양한 개성이 느껴진다.

집에 있는 것처럼 편안함이 느껴지는 동시에 포르나세티나 <이상한 나라의 열쇠>가 연상되는 이질적이면서 초현실적인 공간으로 표현하고 싶었다. 실제로 한국의 맹품 거리에 가면 고급스러운 매장보다는 뒷골목이나 전신주, 계단기 같은 이질적인 요소에 눈을 돌리곤 한다. 이는 재미있고 장난스러운 영국적 디자인 요소와도 연결된다. 일부러 컨템파리리와 앤티크 가구를 섞어놓아 좁은 공간임에도 다양한 무드가 느껴진다. 특히 레드 체어은 엘리자베스 여왕의 사촌인 스노든 경이 창스 왕세자의 임관식을 위해 디자인한 실제 의자다. 어쩌면 가져온 의자 중에 여왕이 앉았던 의자가 있을지도 모른다. 가구에 특별한 이야기가 담겨 있어 더욱 재미있는 것이다. 백에 읊양각으로 장식한 술병 모티브는 영국의 현대미술가 레이철 화이트리드(Rachel Whiteread)의 작품에서 영감을 얻었다.

프로젝트는 얼마나 걸렸으며, 또 그 과정은 어떠했나?

1년이 넘게 걸렸는데, 콘셉트를 잡는 데에 많은 시간을 할애했다. 다만 한국이 영국과 거리가 있다 보니 과정에 어려움도 있었다. 진짜 오크통을 들어오기 위한 선적 일정 조율이 힘들고 복잡해서 한국에서 똑같이 만들자는 얘기도 나왔다. 하지만 내가 반드시 스코틀랜드에서 진짜를 가져와야 한다고 주장했다. 쉽게 가려고 허락하면 본질을 알아버리니까.

당신에게 본질, 진짜의 의미가 왜 중요한가?

예쁜 디자인은 많다. 사람들도 아름다움을 강상하는 수준이 높아졌다. 중요한 건 소재와 과정 그리고 결과물에 당아내는 이야기다. 그 때문에 본질과 장수에 도달하려고 하는 노력이 중요하다. 나는 건축과 공간 디자인을 하면서 들풀이 가구와 주얼리도 디자인하는데 비싼 소재보다는 소재 자체에 어떤 히스토리가 있는지가 더 중요하다. 내가 만든 빙지 ‘헤븐+어스(Heaven+Earth)’는 별동별과 운석을 소재로 했다.

브랜드 라운지는 플레그십 스토어의 축소판으로 느껴지기도 한다. 일반

리테일 공간과 가장 큰 차이가 있다면? 트렌드보다 타임리스(timeless)에 초점을 맞추게 된다. 럭셔리 브랜드가 점차 건축이나 공간의 중요성을 알아가면서 이를 통해 브랜드 정체성을 구현하려는 것과 같은 개념이다. 특히 건축은 장기적인 사고를 필요로 하고, 몇백 년 이상 유지될 수 있다. 이는 브랜드의 가치를 상장하는 공간으로서 브랜드의 정체성을 더욱 구체적으로 발현해주는 역할을 할 것이다. □

셀리 메케레스 런던 AA 스쿨에서 건축을 공부한 후 피어스 고프(Piers Gough), 스텐턴 윌리엄스(Stanton Williams) 등 유명 건축가들과 함께 일했다. 1995년 제임스 웰스(James Wells)와 웰스-메케레스 아카데미를 설립하고 400여 개의 프로젝트를 진행했다. 2013년부터는 셀리 메케레스 스튜디오를 운영하고 있다. 뉴욕의 헤이 브랜드 베이 & 베이(2007), 영국 주얼리 브랜드 솔란지 혜즈리-파트리시 스토어(2013) 등의 리테일 스팩과 빅토리아 & 엘리자베스 유저앱 <전쟁 게임War Game>(2013), <앉아Sit Down>(2010) 등의 전시 디자인을 비롯해 다수의 고급 주제, 갤러리 등의 인테리어를 맡았다. www.studiomackereth.com

