

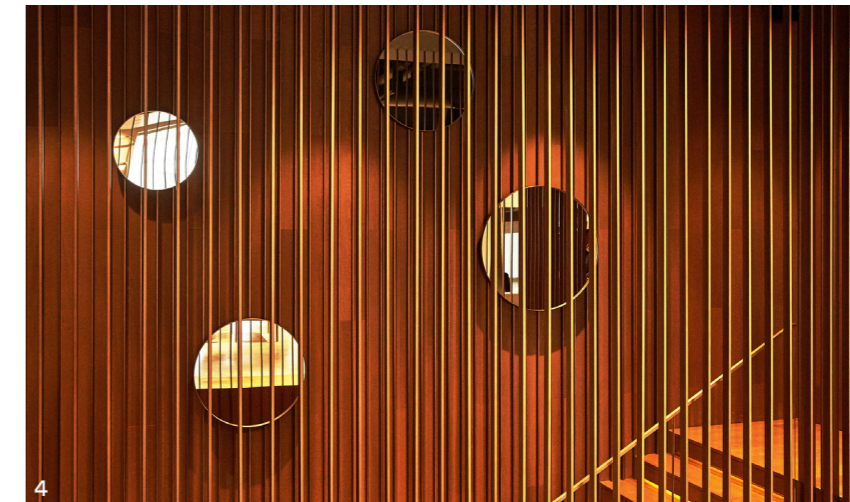
BRONZE SUNSHINE ON MCM

MCM이 창립 40주년을 기념해 청담 플래그십 스토어 'MCM 하우스'를 오픈했다. 유럽과 아시아, 디지털 시대의 대범함과 전통의 영속성이라는 양면의 가치를 품은 브랜드의 새로운 도약인 셈이다.

PHOTOGRAPHY CHOI MOON HYUK
WRITER PARK SUN YOUNG



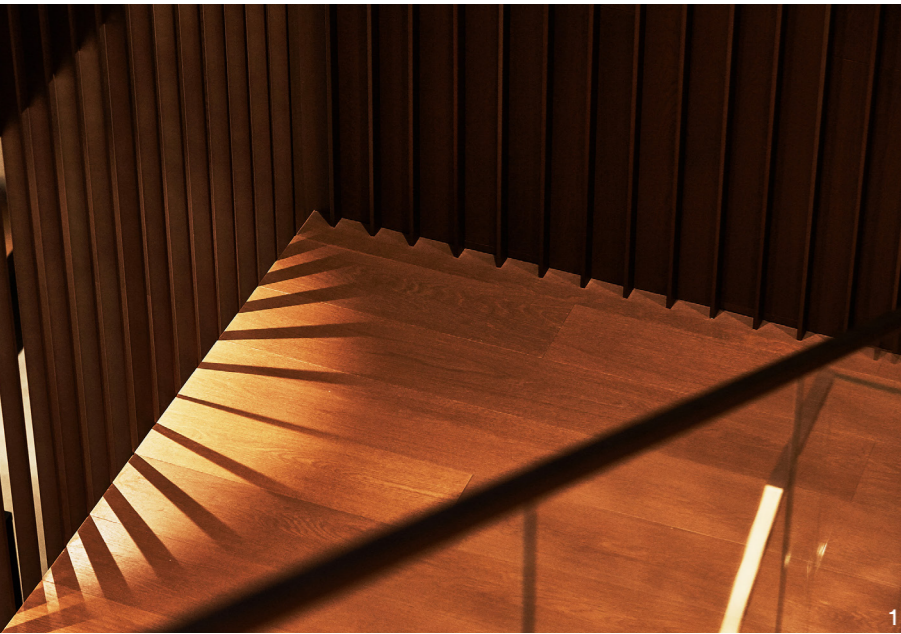
1 중후한 콘크리트 구조 위에 설치한 리드미컬한 여섯 개의 브론즈 파사드가 호기심을 불러일으킨다. 2 간결한 선으로 이뤄진 네리앤후 디자인 가구들은 제품을 더욱 돋보이게 한다. 3 하우스 익스클루시브 라인인 '베를린 시리즈'로 경쾌한 분위기를 풍기는 1층 전경. 4 직선적 반복과 균형 사이 곳곳에 둥근 거울을 워드 있게 배치했다.



지난 4월 21일, MCM 플래그십 스토어 'MCM 하우스'가 4개월 동안의 리뉴얼을 마치고 문을 열었다. 'Born in Munich, Raised in Seoul'이라는 독보적인 브랜드 아이덴티티에 아시아의 대중문화적 에너지를 결합해 현대적인 패션&라이프스타일을 제시해온 MCM. 무엇보다 이번 리뉴얼이 갖는 상징성은 클래식과 혁신을 넘나드는 혼성적 요소 그리고 독일 바우하우스의 진보적인 정신을 하우스 곳곳에 정교하게 담아냈다는 것이다. 분야 간의 경계 없는 교류를 강조했던 지난날 바우하우스의 강령처럼, 독일 태생의 브랜드 MCM 역시 패션, 아트, 건축과 디자인이 자연스럽게 결합하는 공간으로서의 MCM 하우스를 구현해냈다. 무엇보다 MCM이 구상한 브랜드 비전을 실현해낼 수 있었던 건 바로 세계적인 건축가 듀오 네리앤후(Neri&Hu) 덕분이었다. MCM의 미래지향적인 애틀루트와 더불어 영속해야만 하는 장인정신의 섬세함까지 모두 주목한 네리앤후는 중후한 콘크리트 구조 위에 리드미컬한 여섯

개의 원도 프레임으로 구성된 브론즈 파사드를 만들 어냄으로써 모던하면서도 우아한 건물 외관을 완성했다. 도심을 배경으로 한 문화적, 역사적인 맥락을 프로젝트의 시발점으로 삼는 네리앤후의 감각적인 터치가 청담대로에서도 빛을 발하게 된 것이다. 그리고 자연스럽게 메탈 브론즈와 우드의 조화로 이어지는 하우스 내부의 인테리어는 MCM이 지향하는 '뉴 스킨 럭셔리' 콘셉트에 통일감을 부여했고 간결한 아름다움이 돋보이는 네리앤후 디자인의 가구는 MCM의 제품을 매혹적인 무드 속에 안착시켰다. 하우스 1층 곳곳에서 경쾌한 분위기로 시선을 끄는 '하우스 익스클루시브 라인' 제품은 바우하우스의 컬러 테마인 빨강·노랑·파랑의 삼원색을 발색한다. 동시대 가장 예술적인 도시, '베를린 시리즈'라 명명된 이 라인은 오직 이곳 MCM 하우스에서만 만날 수 있는 스페셜 에디션. 2층의 모노톤이 가미된 공간에서는 보다 스포티한 무드의 유니섹스 아이템을 만날 수 있고, 3층은

다시 전통적인 비세토스 패턴이 주조를 이룬 헤리티지 라인이 마치 전시장의 오브제처럼 시선을 압도한다. 그리고, 5층의 온전히 '아트'를 위한 공간은 바로 예술과 패션이 하나가 되는 독특한 경험을 추구하는 MCM의 의지가 담겨 있는 곳이다. 끝도 시작도 없는 듯한 줄무늬 패턴과 대담한 형광색 컴포지션을 천장과 모든 벽과 바닥에 뒤섞어놓은 작품은 독일 아티스트 토비아스 레베르거 Tobias Rehberger의 '무지개를 보고 싶다면 비를 견뎌야 한다'이다. 이 의문스러운 패턴 사이에는 MCM과 토비아스 레베르거의 콜라베이션 제품이 트릭처럼 숨어 있다. 쇼퍼백과 클러치에 새겨진 블랙 스트라이프 패턴은 아티스트의 위트가 만들어낸 MCM 로고의 그래픽적인 표현이다. 뿐만 아니라 탠저린, 파인 그린, 터키석과 같은 우아하고 화려한 컬러와 토비아스의 조형적인 모티프가 만난 트레블 러기지 컬렉션은 이탈리아에서의 오더 메이더라는 전제가 더해져 럭셔리한 여행의 정신을 더욱 고취시킨다.



1



4

1 MCM 하우스의 정제된 디자인은 적절한 선을 두고 최상의 서비스를 하는 프로처럼 방문하는 이들에게 편안함을 준다. 2 록 시크 무드를 풍기는 MCM 블루종 너머로 토비아스 레베르거의 작품이 보인다. 3 부드러운 브론즈 컬러는 MCM의 브랜드 스토리를 고풍스럽게 풀어낸다. 4 토비아스 레베르거와 협업한 제품이 곳곳에 숨어 있는 5층 전시장. 5 계단을 따라 올라가다 마주한 달에 착륙한 우주선 같은 풍경.



2



5



3

공간의 의미를 디자인하는 건축가 부부 네리애후

MCM 하우스가 드디어 오픈했다. 완성된 프로젝트를 직접 경험할 때의 감회가 궁금하다.

MCM은 이전부터 브랜드의 미학적인 부분에서 매우 다른 개념을 갖고 있었다. 우리는 MCM의 DNA를 존중하면서도, 가방과 액세서리에 집중할 수 있는 차별한 공간을 만들어냄으로써 디자인을 더욱 강조할 수 있리라 확신했다. 또한 고객이 매장을 방문했을 때 흥미진진한 컬러와 가죽, 패브릭을 한눈에 보면서 쇼핑하기에 편안하다는 느낌을 받아야 한다고 생각했다. 리테일 공간에서는 '바람 Desire'이라는 감정이 중요하기 때문이다. 그래서 우리가 만드는 공간은 고객들이 머무는 동안 편안함을 느끼고 더 오랜 시간을 보내고 싶어 하는, 마치 집 안과 같은 편안함이 느껴지는 경우가 많다. 건물 외관은 MCM 브랜드 이미지와 비교했을 때 아주 차별하지만 그 것은 이 건물을 다시 보고 싶게 하는 요소이며, 골드 컬러 또한 미묘한 방식으로 건물을 감싸 안는다.

하우스 곳곳을 보고 경험한 후, 특별히 재미있었던 요소나 프로젝트를 진행하면서 어떤 에피소드가 있었는지 궁금하다.

시작부터 이 프로젝트는 도전이었다. 시간적 여유가 너무나 부족했기 때문에 망설이기도 했지만 MCM의 열정과 하우스에 대한 비전에 큰 감동을 받았고, 이 프로젝트에 도전하기로 결정했다.

MCM은 '원헌에서 태어나 서울에서 성장한' 독특한 아이덴티티와 전통과 현대, 아시아의 화려한 대중문화, 세계를 향한 경계 없는 라이프스타일 등 여러 레이어의 브랜드 스토리를 갖고 있다. 이런 다채로운 상징성을 이번 MCM 하우스에 어떻게 담았는지 궁금하다.

원헌의 전통은 이미 제품에 잘 나타나 있고, 특히 클래식 라인에서 확연히 볼 수 있다. 건축에 있어서 우리는 다소 차별하고 엄격한 스타일을 고수해왔고, 이는 독일의 규율적인 부분과도 잘 맞아떨어진다. 하지만 그 엄격함을 뚫고 창의적이고 재미있는 순간도 분명 있었다. MCM 하우스는 아시아적인 정숙함과 조용함을 보여주면서도 한국적인 것과 하우스의 아이콘이 잘 어우러졌다.

파사드에 돌출된 여섯 개의 서로 다른 크기의 창이 흥미롭다. 단순한 조형 속에서 다이내믹함이 느껴진다. 어떤 아이디어에서 비롯된 것이었나?

건물을 새로 짓는 것이 아니었기 때문에 당연히 외관 부분에 제한이 있었다. 기존의 구조에 따라 바닥의 판형 그리고 출입구 등의 위치가 미리 결정되었다. 마치 퍼즐을 맞추는 것처럼 모든 제약 조건 안에서 흥미로운 비주얼을 더했고, 필요한 곳에 인테리어의 투명성을 추가했다. 결국 브랜드에 맞는, 그리고 서울이라는 도시의 환경에 적합한 외관의 장식을 더하면서 최고의 구성을 찾고자 한 것이다.

MCM 하우스는 이번 리뉴얼을 통해 여러 매체의 총체적 구현이라는 바우하우스 정신을 담았다고 강조했다. '바우하우스 정신'이라는 포괄적인 요구를 어떤 식으로 반영했나?

건축, 인테리어, 제품, 그래픽 등 디자인의 다양한 측면을 통째로 할 수 있다. MCM 하우스는 기하학적 구조와 형태에 녹아 있는 럭셔리를 드러낸다. 이곳에서 석조의 기본 개념은 매스를 감싸 안고 있는 빛으로 변형되었다. 전통적으로 거대했던 것들이 가벼워지고, 호사스러운 형태는 절제된 실루엣으로 변화했다. 결국 MCM 플래그십 스토어는 무조건적인 소비를 일으키는 공간이 아닌, 역동적인 현대 고객들의 진화하는 욕구와 바람을 담은 럭셔리의 새로운 표본이 되어야 한다는 MCM의 브랜드 철학이 반영되었다고 할 수 있다. 하우스의 내외부를 지배하는 컬러로 브론즈를 택한 이유는 무엇인가? 골드는 MCM의 시그니처 컬러로 잘 알려져 있으며, 브랜드의 감성을 잘 표현해왔다. 그러나 우리는 골드와 비슷한 톤을 갖고 있으면서도 현대적인 미적 감성에 더 잘 맞는, 골드보다 한 톤 다운된 브론즈를 선택했다. 브론즈는 시각적으로 매력적인 촉감을 선사하며, MCM이 지향하는 브랜드 감성과도 잘 어울린다고 생각했다. 건축과 인테리어 외에 다양한 프로젝트 디자인도 함께 진행한다는 점이 흥미롭다. 공간과 공간을 채우는 물질 간의 연결성을 총체적으로 고려하기 때문인가?



건축가 부부 네리애후

여러 분야 간의 긴밀한 리서치는 디자인 과정에서 매우 중요한 부분이다. 이것은 모든 프로젝트의 시작 단계부터 본질적으로 얽혀 있다. 물론 건축이 우리가 하는 일의 모든 기초이기 때문에 가장 중요하지만, 디자인을 여러 분야의 종합적인 학문으로 접근했던 르네상스의 개념을 받아들이는 우리는 디자인을 '전체론적인 분야'로 여긴다.

MCM을 포함해 최근 많은 브랜드가 예술과의 긴밀성, 예술적인 관점을 강조한다. 이에 대해 어떻게 생각하는가? 어려서부터 예술에 각별했던 네리 씨에게 묻고 싶다.

예술은 시각적인 아름다움에 의미와 생명을 더해준다. 그래서 패션 브랜드가 예술과 협업하면 소비자들은 예술에서 영감을 얻어 브랜드의 메시지를 새롭게 이해하게 되는 무척 흥미로운 경험을 할 수 있다.

현재적 의미에서 네리애후가 추구하는 '건축적 모토'가 궁금하다.

"우리는 영원한 존재가 되고자 하는 것은 아니다. 다만 모든 의미를 잃지 않게 되기를 바란다" 라는 생텍쥐페리의 말이 적절한 것 같다. h

EDITOR 이다영 DESIGN 전문주