

## 시칠리아의 태양을 담은 와인 돈나푸가타를 만나다

# Antonio Rallo

이번 '2004 서울 와인 엑스포'에 참가하기 위해 각국의 와인 마케팅매니저와 오너들이 대거 한국을 방문했다. 그 중 시칠리아 돈나푸가타(Donnafugata)의 마케팅매니저 안토니오 랄로(Antonio Rallo)를 만나보았다. 이탈리아의 와인마케팅 매니저로서 그가 느끼는 한국의 와인시장에 대해 이야기를 나눠본다. **에디터 최원영 포토그래퍼 권용상**



ITALY

Antonio Rallo | 수출무역담당

**‘돈나푸가타’ 하면 ‘홀날리는 머리의 여인’ 레이블이 떠오른다. 돈나푸가타에 대해 설명해 달라.** \_ 돈나푸가타(Donnafugata) 와이너리는 이탈리아의 시칠리아에 있는 와이너리로 1851년 Rallo Family에 의해서 설립되어 150년간 와인사업을 운영하고 있는 웨일리기업이며 현재 5대째 가업을 잇고 있다. 돈나푸가타의 트레이드 마크인 ‘바람에 홀날리는 머리의 여인’은 그러한 사건에서 영감을 얻은 것이다. 참고로 여인의 모습은 그림에 재능이 있는 나의 어머니가 레이블 디자인을 하면서 그런 작품이다. 돈나푸가타의 와인은 건조한 바람이 부는 시칠리아의 기후 덕분에 훌륭한 풍미를 가진 건강한 포도가 생산되고 있으며 이를 바탕으로 돈나푸가타에서는 새로운 기술 재배와 전통 재배법을 적절히 조합하여 효과적으로 와인을 생산하고 있다.

시칠리아는 태양이 상징적인 곳이기 때문에 와인스타일 역시 태양을 듬뿍 담은 정열적인 스타일이라 표현하고 싶다.

**새로운 재배기술을 전통재배기술과 접목하여 시너지효과를 내는 게 현대적인 추세, 돈나푸가타는 어떤가?** \_ 좋은 와인을 만들려면 포도가 갖고 있는 특성을 가장 잘 살려야 한다고 본다.

돈나푸가타에서는 최상의 품질을 위해 한낮의 무더위로 인해 포도가 금방 발효되는 것을 막고 냉장효과를 동시에 내며 와인의 아로마까지 유지할 수 있도록 야간에 포도를 수확하고 있다. 이는 전력당비도 막을 수 있는 일석 사조의 효과다. 뿐만 아니라 밤에 수확하는 행사는 여성은 물론 어린이까지 참여할 수 있는 연중 이벤트가 되고 있다. 돈나푸가타는 특히 셀러와 와인제조과정에 투자를 하고 있다. 와인의 향기를 지켜내기

위한 온도나 습도 조절에 필요한 생산라인에 많은 투자를 하고 있다.

**올해로 3회째를 맞는 서울 와인 엑스포를 본 소감은 어떠한가?** \_ 한국은 20년 전에 처음 왔었다. 그 후 최근 2~3년 한국을 방문했고 이번이 4번째 방문이다. 20년 전만 해도 와인은 그야말로 부유층 중에서도 선택된 사람만의 전유물이었다. 하지만 최근 들어와 보니 와인문화가 놀랄 만큼 빠른 속도로 점차 대중화 되고 있는 듯하다. 또한 한국의 마케팅 분야도 점차 성숙되어 가고 있다.

**엑스포를 본 후 중국이나 일본 등 기타 아시아 지역과 한국의 와인시장을 비교한다면?** \_ 일본과 중국을 비교하면 단연 일본이 역사도 오래되고 가장 큰 시장이기 때문에 같이 비교하기는 어렵다. 홍콩의 경우와인에 대해 큰 흥미를 느끼지 않으며 한국인들처럼 와인에 대해 배우려는 모습은 찾아볼 수 없다.

한국의 와인시장은 급격히 성장하고는 있으나 일본이나 유럽처럼 대중화가 되려면 와인에 대해 좀 더 편안하게 생각할 필요가 있다고 본다. 와인바나 레스토랑이 아닌 일반 고깃집에서도 와인을 찾을 수 있는 날이 한국에서도 멀지 않았다고 본다. ❖