



로로피아나, 에르메네질도 제냐, 발렌티노 그리고 현재 한국 지사의 대표로 있는 에스.티. 듀폰까지 스타브로 피로우니스 Stavros Pirounis가 아시아 시장에 소개한 브랜드만 나열해도 열 손가락이 모자랄 정도다. 동아시아 지역에 럭셔리 패션 브랜드 개념이 희미하던 1987년부터 싱가포르, 홍콩을 기점으로 시장을 개척한 주인공이다. “당시 아시아 문화는 매혹적이기도 했지만 생소한 만큼 어려움이 많았습니다. 문화도 완전히 다르고 럭셔리 브랜드가 설 곳이 거의 없었으니까요. 1988년 서울 올림픽이 열리기도 전의 일이잖아요. 그때와 비교하면 한국은 문화적으로 큰 발전을 이뤄냈는데 그 모습을 모두 지켜본 셈입니다.” 1990년대와 2000년대를 지나며 한국, 중국을 포함한 동아시아 국가의 경제 수준이 높아지고 시장도 커졌다. 그가 맡은 브랜드가 성장할수록 성취감도 컸고 아시아 유통 전문가로서 그의 입지도 높아졌다. 하지만 그만큼 책임도 늘었다. 업무에 지칠 때마다 그가 택한 스트레스 관리법은 음악 감상이었다고. 재즈를 좋아하지만 클래식을 비롯해 다른 장르도 가리지 않고 음악을 고루 즐긴다. 요즘도 한두 달에 한 번은 신사동 오드 메종 쇼룸에 들르곤 한다. 전 세계 내로라하는 오디오 쇼룸에 가보았

## 에스.티.듀폰 코리아 대표 스타브로 피로우니스 음악은 몸에게 주는 선물

그리스에서 태어나고 이탈리아에서 자랐지만 반평생을 아시아 지역에서 일했다. 새로운 시장을 개척하고 빠른 시장 변화에 발맞추는 동안 힘든 순간도 많았지만 그는 음악을 통해 심신을 가다듬었다고 말한다.

지만 오드 메종만큼 색다른 경험을 선사하는 공간은 없다고 그는 설명한다. “음악은 마음을 가다듬는데 큰 도움이 됩니다. 일 때문에 골치 아프거나 몸이 지치면 가만히 앉아 음악 감상을 해요. 특히 이런 멋진 청음실에서 침대보다 편안한 소파에 몸을 기대고 목직하게 마음을 울리는 음악을 듣고 있으면 어느새 일을 즐기는 마음이 생깁니다. 그리고 ‘이 경험을 고객들에게 전하면 어떨까?’ 하는 생각을 하죠. 실제로 행동에 옮기기도 하고요.” 20년 동안 홍콩에 살며 아시아 전 지역을 종횡무진했던 그는 2년 전 베이스캠프를 서울로 옮겼다. 그만큼 서울이 중요한 시장으로 부상했기 때문이다. 럭셔리 브랜드 상품의 수요가 높을 뿐만 아니라 소비자의 취향도 수준이 높아져 집중적으로 신경 써야 할 거점이 된 것이다. “생활에 여유가 생기면서 ‘필요’보다 ‘가

치’를 중시하는 문화가 점점 영역을 확대하고 있습니다. 게다가 서울은 기술적, 문화적으로 트렌드에 굉장히 민감한 곳입니다. 특히 젊은 소비자 그렇지요. 그런 서울의 소비자의 마음을 얻기 위해 저 역시 문화 트렌드나 IT 기술 발전에 앞서가려고 노력합니다. 오드 메종을 자주 찾는 이유이기도 합니다. 역사 깊은 에스.티. 듀폰과 오디오는 문화 소양이 깊고 기계에도 관심 많은 남성 고객에게 어필하기 좋은 연결 고리가 있기 때문입니다. 이곳에 오면 휴식을 취하고 가는 것뿐만 아니라 일과 관련한 아이디어도 얻어 가니 일석이조인 셈이지요.” 실제로 그는 에스.티. 듀폰과 오드 메종이 협업할 수 있는 이벤트나 상품에 대해 논의하고 있다. 음악에서 얻은 위로와 힘으로 더 큰 도약을 준비하는 것이다.

글 홍정은 기자

사진 김규한 기자 | 취재 협조 오드 메종(512-4091)