

중영경제

“그녀는 성공한 남자의 아내를 ‘성공한 여성’으로 봤다. 그렇다면 성공한 여성의 상징은 무엇일까. 세계 100대 기업 CEO로 손꼽히는 아메리니 미국 여인칭지들의 평균 모건 5000억 소액의 자산들, 혹은 남성 명품들의 부속품. 그리고 디자인 실력도 중요하지만 그런 여성들이 볼 만한 고급진 클로저링이여 질풍을 일으켰다. 그들은 이런 디자인을 만들기도 못했다. ‘성공한 여성은 ‘수자나’를 입는다’고.”



힐러리가 선택한 맞춤형 정장

“성공한 여성은 ‘수자나’ 입는다”

■ 수자나 징 프레스트는

경제 위상 출신으로 1969년 이민 및 뉴욕 패션 스포츠를 거쳐 1979년 베벌리힐스에 부티크를 오픈했다. 한국에서 어떤 시골 구세군으로부터 받은 물품 안에 들어있던 유럽 패션잡지를 접하며 커튼 디자이너의 꿈을 꾸기 시작했다. 80년대에는 경제 위상 부진에서 무기를 나타내 1987년 에미상을 수상하기도 했다. 베벌리힐스에 위치한 부티크 ‘수자나’에는 그녀의 팬트 수트를 입으려는 세계 유명 여성들의 주문이 매일같이 빗발치고 있다. 특히 2007년부터 시작된 힐러리 클린턴과의 인연은 L.A. 타임즈를 비롯한 주요 언론에서도 대서특필했다. 2008년 상반기가 힐러리의 클린턴 국무 장관의 월드 투어 캠페인으로 수자나 징 프레스트가 답답한 맛을 제자하고 있다.

■ 한인 운영 브랜드 ‘이유있는’ 성공 비결

수자나 베벌리 힐스 한인 여성 수자나 징 프레스트가 30년이 넘는 세월 동안 베벌리힐스 캠퍼스에서 운영하고 있는 최고급 부티크이자 브랜드의 이름이다. ‘수자나’라는 레이블이 붙은 한 벌당 4000-6000달러에 달하는 맞춤 정장은 오직 이 곳에서만 특별히 주문 제작할 수 있다.

수자나 베벌리 힐스는 미국 최상위층 여성 CEO들과 억만장자들의 부인들이 가장 즐겨 입는 브랜드 중 하나다. 힐러리와 클린턴 국무 장관은 전 세계를 돌며 각각 정장을 만나고 공부를 수행하는 자리에서 언제나 ‘수자나’를 입는다. 콘스 뉴욕, 나인 엑스트 등의 소유주인 시드니 캠퍼의 부인 캐롤라인 캠퍼 마저, 콘스 뉴욕이 아닌 ‘수자나’를 입는다. 미국 뿐만 아니라, 사우디 아라비아 왕족, 인도네시아 정치 귀족들도 ‘수자나’의 정장에 매료된지 오래다.

○**관인해야 시종일관 받는 옷**
‘수자나’가 그들을 사로잡을 수 있었던 이유는 무엇일까. 수자나 징 프레스트는 먼저 그들의 ‘생활 패턴’에 집중했다.

“수자나를 찾는 사람들은 매일매일 비행을 타고 긴 세트를 돌아다니며 중요한 미팅을 합니다. 대중 앞이나 언론에 노출되는 번다는 말할 것도 없고.” 이에 관련된 문제는 전 세계 여성들에게 가장 ‘편안’하면서도 가장 ‘프

장거리 이동 생활패턴 연구 ‘편안함과 겸손함’ 동시 연출 전세계 정상급 여걸들 즐겨

드레서블’해 보이고, 그러면서도 가장 ‘모호적’한 옷으로 ‘수자나’를 발견하게 됐다. 때문에 출근이나 공부 수업을 위한 비행 중에도 걸친 못 안걸친 듯 편리할 수 있는 옷이란 것은 여성 경제인들과 CEO들에게 가장 큰 매력이다. 특 별해지는 리안에서 붙어 있는 프록세서널 분이기, 회사원 색상이 주는 무어함과 쾌이난한 느낌, 게다가 미디어에 노출 됐을 때 ‘시선

발’을 잘 받는 옷이란 점 또한 성공한 여성들을 열광시킨 요소가 됐다.

○**부자는 겸손한 스타일 선호**
억만장자들과 부인들을 위한 콘셉트도 따로 있다.

“부자들일수록 못에서 ‘겸손함’이 들어나지 않는다. 어떤 생활일수록 은근한 자리에서 남연을 더욱 돋보이게 해주는 단순하고 무어한 치림이 중요하고, 부인 손을 잡고 먼저 저를 맞아오는 억만장자 남편들이 일어나 웃은지 불리요.”

물론 여기에는 고명한 노력이 수반된다. ‘수자나’ 부티크에는 단골 손님들에게 꼭 맞는 옷을 만들기 위한 옷 보관도 박스 수십개가 넘게 차곡차곡 쌓여 있다. 2-3년 후 유행까지 해거리 갈아 엮는 고객들의 스킴에 맞춰 어떤 기류, 어떤 분위기와 자제를 병행하는지까지 파악해 이에 맞는 정장을 만들어 내기도 한다.

○**골품, 세련된 옷차림 중요**
‘수자나’의 현재 고객은 대다수 사회 계 부와 명예를 누리고 있는 중년 여성이 대부분이지만, 그는 성공을 ‘잘 무고 있는’ 수 많은 젊은 여성들에게도 자신만의 디자인과 신념을 전파시키길

소망하고 있다. 특히 50년 전부터 ‘새 시’한 것만이 강조되고 있는 기성복 브랜드 번거를 풀어, 활동적이고 세련된 옷차림과 중요성까지 담고 싶다는 게 그녀의 소망이다.

“이 사회에서는 옷차림에서부터 자신이 ‘성공한 사람’, ‘명품’이 있는 사람’이란 것을 보여줘야 합니다. 정확하고 깔끔한 콘트 수트를 차려 입고 단단하게 도전한다면 ‘수자나’를 입는 건 세상이 과외들은 여성들에게 주는 남이 즐겁다.”

○**‘말’ 주는 기성복 라인도 도전**
그녀는 힐러리와 클린턴을 비롯한 수많은 고객들에게 ‘나를 칭찬하기 해줘 고맙다’는 감사 편지를 종종 받는다. 그러나 그녀의 마음을 진정으로 울렸던 편지는 어느 날은 어학성이 세 보낸 것이었다. 그 어학성은 ‘당신의 옷을 입는 여성들을 보며, 나도 자랑스러워하고 싶다는 글을 주었다’면서 ‘언젠가 꼭 ‘수자나’를 입을 수 있는 날이 오도록 열심히 노력하겠다’는 각오를 편지로 써 보냈다고 한다. 이 어학성의 편지는 정씨가 ‘수자나’의 세인트 브랜드 맞춤 정장이 아닌 100달러짜리 22-36세를 위한 기성복 라인용 3000엔 컨셉으로 만드는 활동력이 됐다.

“그 동안 저는 세계에서 나오자라는 성공한 여성들만 만나 왔어요. 이제는 젊은이들이 꿈을 이룰 수 있도록 도와주고 싶어요. 성공하면 ‘수자나’를 찾는 게 아니라, 성공하려면 ‘수자나’를 입어야 한다고 말할 수 있게. 모두가 즐겨 입을 수 있는 멋진 기성복 라인 라인을 꼭 성공시킬 겁니다.”

글 = 이영민 기자
사진 = 김성진 기자

