Waking in Dublin

뭐스키, 에스프레소, 크림,







테라로사 설 선물 모음

함께 있어 좋은 날. 새해의 길한 시작



원두 2봉 세트 40,000원 선물하는 분의 풍성한 마음이 당긴 원두 2봉 세트, 겨울에만 맛볼 수 있는 시즌 불렌드 윈터 솔스티스와 선택 원두 1봉을 함께 담은 커피 선물이다. 복숭아 같은 책과 과일 풍미가 특징인 예가체폐 게뎁, 캐러멜 같은 단맛과 촉감이 좋은 괴테말라 아우렐리오, 빨간 사과와 시나몬 중미가 어우러진 꼴롱비아 라 몰라타 중 고를 수 있다. 선물상자와 종이 쇼핑백이 제공된다.

파나마 게이샤 세트 38,000원 섬세한 향과 화려한 풍미를 자랑하는 오리지널 파나마 게이셔, 한 농장에서 두 가지 방식으로 가공한 게이셔 커피를 동시에 경험할 수 있는 특별한 구성이다. 파나마 돈 떼페 농장에서 선별한 게이샤 품종을 워시드, 내추럴

방식으로 가공한 것으로 각 100g씩 포장되어 있다.

전용 상자와 종이 쇼핑백이 제공된다.

원두 & 캘린더 세트 42,000원 원두 250g 1봉과 때브릭 달력으로 구성된 새해맞이 선물, 이번 달력의 주제는 중미 커피 풍경, 테라로사가 해마다 방문하는 과테말라, 코스타리카 등 중앙아메리카에 속한 커피 산지와 그곳에 사는 사람들의 일상을 그렸다. 원두는 과테말라 아우렐리오, 코스타리카 안토니오, 골롬비아 라 플라타 중 선택, 선물상자와 종이 쇼핑백이 제공된다.

드립백 30개입 세트 39,000원 테라로사 드립백은 언제 어디서나 손쉽게 커피를 내릴 수 있어 선물로 인기가 많다. 분쇄된 커미가 1회분씩 필터에 담겨 있어 컵에 걸치고 물만 부으면 맛있는 드립 커피 완성, 이번 1월 구성은 에티오피아 예가체퍼 게뎁,

과테알라 페드로, 르완다 저스틴으로 준비했다.

3인 3색 중미 커피

1월 킹콩 과테말라 다비드 과테말라 내에서도 산세가 험하기로 유명한 우에우에테남고, 라 리베르타드 지역에 거주하는 농부 다비드 씨는 1965년부터 줄곧 이곳에서 농사를 저어왔다. 이번 커피는 가마쁜 산기슭에서 자란 카투라, 카투아이, 부르봉 품종을 모아 워서드 방식으로 가공한 것, 부드러운 초콜릿, 브라운 슈거의 단맛이 감귤류의 산미와 좋은 균형을 이룬다.



온두라스 12위 라스 니에블라스 온두라스 북서부 산타 바바라 지역에서 라스 니에블라스 농장을 운영하고 있는 젊은 농부 알렉시. 커피 재배 면적이 건조 과정에 집중하며 품질 향상을 위해 노력해왔다. 역대 최고 참가율을 기록한 이번 대회에서 그는 해발고도 1670m 지대에서 재배된 부르봉 품종으로 12위에 등이 어우러진 깊은 풍미와 맑은 단맛이 인상적이다. 250g 32,000원

1척타르도 안 되는 작은 규모이지만 가공과 올랐다. 말린 자두, 시나몬, 블루베리, 카카오

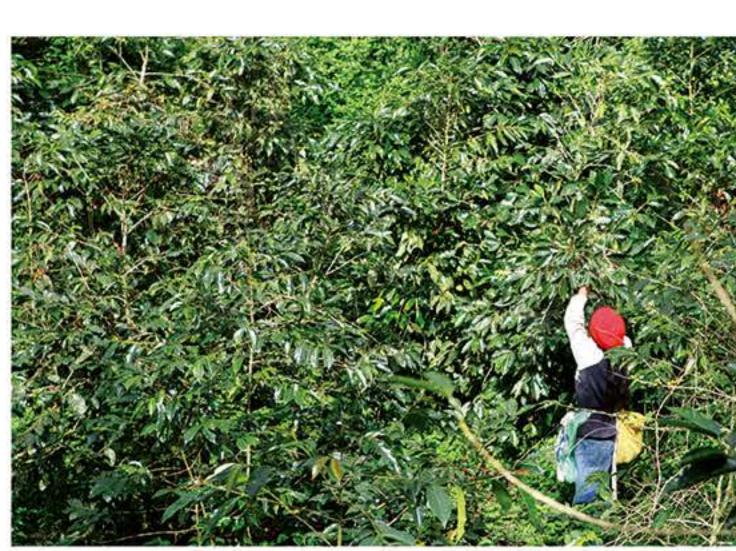
코스타리카 안토니오 코스타리카 서부 산간 지역인 웨스트 뱅리에 가면 에르바수Herbazu라는 유명 농장이 있다. 장남 안토니오와 형제들이 함께 일궈낸 농장으로 여러 차례 컵 오브 엑셀런스 대회 상위권에 입상하며 유명해졌다. 지역 커뮤니티에서 대부로 통하는 언토니오 씨는 '마이크로 밀 레볼루션'의 선구자이기도 하다. 테라로사의 커피 공급자 중 한 사람인 카블로스 씨는 그의 동생. 저금도 두 형제는 같은 마을에서 커피 농사를 짓고 있다. 250g 24,000원



멕시코륨 시작으로 과테말라, 엘살바도르, 온두라스, 니카라과, 코스타리카, 마나마로 이어지는 중앙아메리카, 그 방대항 속에 이들이 공유하는 오랜 역사와 문화가 있다. 커피 생산국들이 모여 있는 중앙아메리카에서 커피는 경제적으로 중요한 농작물인 동시에 대를 이어 전해진 전통이자 그들의 자부심이기도 하다. 일러스트 작가 세린이 그린 이번 달력은 테라로사 전 매장과 테라로사닷컴에서 만날 수 있다. 25,000원

TERAROSA

테라로사 뉴스레터 2020년 1~2월호 통원 제42호 발행한 감용력 편집 ·디자인 테라로사



본지에 실린 골과 사진은 테라로사의 하라 없이 사용할 수 없습니다. © 2019 (주)하산 테라로사

TERAROSA COFFEE ROAD

온투라스에 커피가 전해진 시기는 19세기 초반으로, 팔 레스타인 국적의 코스타리카 상인들이 커피를 들여와 올란초^{(kincho} 지역에 심은 것이 최초였다고 전해진다. 이 후 스페인의 식민 지배와 함께 본격적인 커피 경작이 시 작되었으나 생산량은 그리 많지 않았다. 1894년경 20,000권발(quintal, 약 920,000kg)의 커피를 생산하 고, 그중 10%를 아마빨라Amapab와 푸에르토 코르테스 Puerto Cortes 항구를 통해 처음으로 수출했다는 기록이 있 다. 이후 1900년에 온두라스는 54,510메소(peso, 현재 화폐인 램피라 이전의 단위) 상당의 커피를 수출하며 공 식적으로 커피 수출국이 되었다.

커피를 외국으로 수출하기 시작하면서 온두라스 농 부들은 너도나도 커피를 심기 시작했다. 그러나 이 당시 커피 생육에 적합한 지형이나 기후에 대한 정확한 지식 이 없었기 때문에 그다지 많은 양의 커피를 생산하지는 못했다. 이런 연유로 20세기까지 온두라스의 주요 수출 농산품은 커피가 아닌 바나나였다. 바나나는 커피에 비 해 재배하기 쉽고 수출도 용이하여 내다 팔면 바로 돈이 되는 환금작물(cash erop)로 환영 받았다. 따라서 커피 는 존재 가치가 미미했다.

의 테라로사 뉴스레터는 친환경 재생중이로 만듭니다.

20세기 후반에 이르러서야 온두라스의 커피 재배가 발전하기 시작한다. 전 세계의 커피 소비국들이 커피를 본격적으로 마시기 시작하면서, 그리고 대한민국을 비 롯한 신흥 소비국이 등장하면서 온두라스에서 서서히 커피 재배가 활성화되는데, 이것이 온두라스가 양적 생 산을 시작하는 결정적 제기가 된다.



온두라스 엘 푸엔테 농장의 마리사벨은 한국이라는 나라에 남다른 애정을 지닌 커피 생산자다. 우리가 처음 만났던 때도 그녀의 머릿속은 어릴 적 방문했던 한국에 대한 추억으로 가득했다. 2010년부터 커피 거래를 시작해 지금까지 가족처럼 친밀한 관계를 유지하며 비즈니스 파트너로서 인연을 이어가고 있다. 2020년 뉴스레터의 첫 산지를 온두라스로 정한 것은 지난 10년간 그녀가 우리에게 보여준 사랑에 대한 작은 보답이며. 온두라스 커피에 대한 우리의 진정성이기도 하다.

전반적인 품질 향상 GUATEMALA EL SALVADOR

품종 다변화와

NICARAGUA

HONDURAS

온두라스 커피 생산량 변화

다. 많은 양의 커피를 생산해 가격 경쟁력을 높이겠다는 을 듣자마자 확산을 막기 위한 행동에 들어갔다. 커피

지난 15년 사이 중미에서 유일하게 생산량 증가 대부분의 커피 산지들이 그러하듯 온두라스에서도 커피 는 국가 경제에 있어 매우 중요한 작물이다. 아무래도 후 도가 낮고 일교차가 적은 '온투라스 같은' 곳에서나 문제 발주자이다 보니 다른 중미 커피 생산국에 비해 유명세 가 될 거라고 여겼기 때문이다. 가 덜했던 온두라스는 시장점유율 확대에 초점을 맞췄

게 이들의 목표였다. 실제로 지난 2000년부터 2016년 나무를 세심하게 살펴고 영양분을 보충하기 위해 비료 까지 이들의 커피 생산은 가히 놀라울 만한 업적을 이뤄 = 충분히 투입하고 서로 정보를 공유했다. 덕분에 온두 온두라스는 중미에 속해 있는 여러 커피 생산국 가 할 수 있었다. 또 오래전부터 녹병의 심각성을 인지하고 피는 유럽으로 수출하는 것이 주목적이었기에 품종에 운데 지난 15년간 생산량이 증가한 유일한 나라로, 온투 있던 온두라스 농부들이 일찍이 커피 풍종을 녹병에 강 라스의 커피 생산량 증가는 이웃한 과테말라나 코스타 한 품종으로 대체하고 양적 생산에 초점을 맞추어 경작 리카와 비교했을 때 더욱 두드러진다. 2011년 온두라스 해온 것도 긍정적으로 작용했다. 는 이전까지 중미에서 가장 많은 생산량을 자랑하던 과 테말라를 제치고 콜롬비아 다음으로 전 세계에서 워시 드 아라비카 커피를 가장 많이 생산하는 나라가 되었

TERAROSA

다. 현재 온두라스는 세계 5위의 커피 생산국이다. 브라 정, 멕시코, 콜롬비아 등 온두라스보다 훨씬 넓은 면적 의 생산국과 나란히 톱 10에 속해 있다는 사실을 감안 하면 온두라스의 높은 생산성을 집작할 수 있다. 2012년부터 중미 전역에 유행한 녹병과 그 피해를 고려한다면 온두라스의 이러한 성과는 더욱 놀랍다. 2013~2014년 중미 전역에서 커피 생산량이 급격히 감 소한 것은 커피 녹병(Coffee Leaf Rust) 때문이다. 녹병 은 한번 시작되면 나무를 베어내지 않고서는 좀처럼 극 복하기 힘든 병이기에 많은 농부들이 녹병에 걸린 나무 를 베어내고 어린 나무를 심었다. 새로 심은 어린 나무

들이 열매를 맺기까지 3~4년간은 생산량이 줄어드는

것이 자연스러운 일인데, 온두라스는 이러한 여건 속에

서도 되레 생산량이 증가해 다른 산지의 농부들은 물론

소비지까지 놀라게 만들었다. 여기에는 몇 가지 이유가

있다. 사실 온두라스는 다른 중미 커피 생산국에 비해 녹 병에 걸리기 쉬운 환경이다. 연평균 기온이 1~2℃ 높고 해발고도는 비교적 낮으며 일교차도 다른 산지에 비해 크지 않다. 또한 카리브해에서 불어오는 해풍의 양향으 로 연중 습도가 높은 편인데, 온두라스의 커피 재배지역 대부분이 북서부와 남서부에 위치하고 있기에 이러한 습도에 항상 노출되어 있다. 한마디로 커피나무가 아주

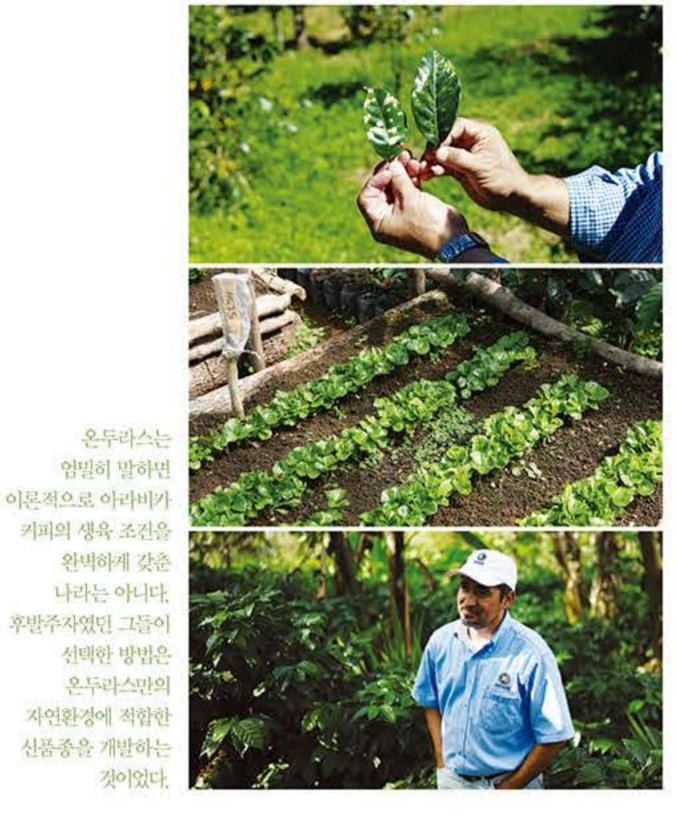
쉽게 녹병에 걸릴 수 있는 환경인 것이다. 상황이 이렇다 보니 온두라스 농부들은 항상 녹병 에 대한 경계심과 두려움을 가지고 있었다. 중미 전역을 강타한 녹병이 확산되던 초기에 온두라스를 제외한 다 른 나라들은 녹병은 자국에는 해당되지 않는 일이라고

단위 면적당 높은 생산성, 비결은 품종

온두라스의 커피 생산지역은 과태말라와 엘살바도르와 마주하고 있는 서부와 서남부에 집중되어 있다. 카리브 해와 맞닿아 있는 북부나 니카라과와 언접한 동남부 지 역에서도 커피를 생산하지만 그 양이 매우 적은데, 이는 바다를 접하고 있는 지리적 환경에서 비롯된 것이다. 해 발고도가 낮고 습도가 높아서 커피 재배에 적합하지 않 고 특히 아라비카 커피의 생육 조건에 알맞지 않은 환경 이기 때문이다. 커피 생산량이 가장 많은 지역은 서부의 코마야과Comayaqua이며 다음으로 엘 파라이소® Paraiso. 코반Copin, 램피라Lompra, 산타 바바라Santa Birbara 지역이 뒤를 잇는다. 열거한 5개 지역에서 생산되는 커피가 온 두라스 전체 생산량의 70%를 차지하는데, 거의 대부분 방심하고 있었다. 역사상 한 번도 과테말라나 코스타리 의 커피가 이 지역들을 중심으로 재배된다고 해도 과언 카에서 녹병 피해를 입은 적이 없었기에, 녹병은 해발고

재미있는 것은 커피 재배 면적으로만 보면 엘 파라어 소 지역이 코마야과보다 더 넓지만 실제 생산량은 코마 반면 온두라스 농부들은 녹병이 시작되었다는 소식 야과 지역이 더 많다는 점이다. 한마디로 단위 면적당 생 산성이 높다는 것인데, 그 이유 중 하나를 최근 온두라 스에서 가장 '핫'한 이슈인 커피 품종에서 찾을 수 있다. 온두라스도 커피 경작 초기에는 지금처럼 품종이 다

라스는 다른 나라에 비해 상대적으로 그 피해를 최소화 양하지는 않았다. 그 당시 중미 여러 나라에서 재배된 커 대한 특별한 관심이나 연구도 없었다. 커피는 판매하기 위한 작물일 뿐 그 이상도 이하도 아니었다. 역사적으로 커피의 전파 경로를 따라가보면 온두라스에 처음 심긴



품종을 추측해볼 수 있다. 14~15세기 에티오피아에서 품종이 높은 점수로 3위에 오른 자실은 충격적이었다. 예멘으로 전해진 커피는 18세기 초 인도네시아 자바섬 륙으로 전해진다. '1800년대 초 코스타리카에서 커피를 들여와 처음 심었다'는 온두라스 커피의 역사를 되짚어 볼 때 이 커피는 터피카 품종이었음을 집작할 수 있다.

온두라스는 엄밀히 말하자면 이론적으로 아라비카 는 넓지만 화산도 없고 해발고도가 낮으며 북부지역 대 부분이 카리브해와 맞닿아 있어 기온이 높고 습하다. 그 대답은 흥미로웠다. 러니 제아무리 아라비카 원종에 가깝다는 티피카나 부 르봉Houton 등을 심어도 다른 산지에서 재배된 같은 품 - 해 그 품종을 심은 거예요. 아무도 그 품종이 어떻다고 종에 비해 꿈질이 떨어진다는 평을 들게 되는 게 사실이 다. 더구나 티피카, 부르몽은 병충해에 취약하고 생유 조건이 잘 맞지 않으면 열매 수확은 커녕 나무 자체가 한 거예요. 크게 달라진 건 없는데… 제 생각엔 이제야 고사하는 경우가 빈번하다.

정적인 생산량을 확보하는 것이 중요했다. 그들이 선택 한 방법은 온두라스만의 자연환경에 적합한 신품종을 개발하는 것이었다. 이런 배경으로 연구가 시작된 품종 로 커피나무를 돌보고 수확하고 가공하고 있으니까요." 이 템계라Lempita와 이카페9OHICAFE90, 파라이네마 Paramema C

편견을 극복한 온두라스 신품종의 도약

최근 온두라스에서 일고 있는 품종 다변화와 품질 향상 은 지금까지의 어떤 변화보다도 역동적이며, 특히 컵 오 브 엑셀런스 대회에서 많은 기록을 세우고 있다. 2016년 이후 온두라스에서도 게이샤 품종이 본격적으로 출품 되는 등 품종 관련 이슈가 두드러진다. 지난 2016년 대 회에서 엘 푸엔테 농장의 게이샤@=== 커피가 91,70점으 로 1위를 차지했는데, 대회 역사상 가장 높은 낙찰가를 기록하며 단 6백(lbag=60kg)의 커피가 총 1억이 넘는 가격에 팔렸다. 온두라스에서 게이샤 품종이 이토록 홀 융하게 자랄 수 있다는 사실도 놀라웠지만, 시상식장에 서 나머지 커피 품종이 발표되자 심사관들은 다시 한번 놀라지 않을 수 없었다. 2위 부르봉, 3위 이카페90… 아 니, 그 커피가 어카페90이라고? 우리가 아는 그 이카페 90 맞아? 로스 세드로스Los Cetros 농장은 누구도 스페셜티 커

괴가 될 수 없다고 말했던 이카페90 품종으로 2016년 대회에서 90,43점을 받으며 3위에 올랐다. 심사관들은 이 커피의 풍미를 다음과 같이 묘사했다. Flavor blueberry, strawberry, fruit bomb,

candied apple, orange blossom, red wine, sangria, pinot-noir, black current Acidity structured, tartaric Other heavy body, intense body, dusted cocoa finish, spicy finish

위 표현들은 상당히 매력적인 커피가 아니고서는 좀 처럼 나오기 힘든 묘사인데 국내전과 국제전을 거쳐 마 지막 결승전까지 이 같은 호평을 받으며 90점 이상의 점 수를 받는 것은 매우 드문 일어다(대회마다 많아야 3개 정도의 커피가 90점대를 기록한다). 그러니 이카페90

2016년 컵 오브 엑셀런스 대회에 입상한 23개의 커피 으로 옮겨진다. 이 씨앗이 티피카들의 품종의 원조가 되 _ 중 이카페90 품종이 3개, 램피라 품종이 2개, 파라이네 었고, 그 일부가 카리브해를 통해 18세기에 아메리카 대 마 품종이 1개였으니, 국내 대회까지 고려하면 훨씬 많 은 수의 신품종들이 대회에 출품된 것이다. 이러한 결 과는 신선한 충격이자 동시에 선입견이라는 것이 얼마 나 위험할 수 있는지 깨닫는 좋은 기회였다.

대회가 끝나고 몇몇 농부들과 대화를 나누며 이번 커피의 생육 조건을 완벽하게 갖춘 나라는 아니다. 국토 품종에 대해, 특히 어떻게 이런 품종들이 우수한 커피 로 등극할 수 있었는지 묻지 않을 수 없었다. 한 농부의

"우리는 살아가기 위해, 더 많은 커피를 생산하기 위 말해주지 않았어요, 다만 열매가 더 많이 달린다고만 했 죠. 대회에 출품한 커피는 6년 천에 심은 나무에서 수확 나무들이 토양에 적응하기 시작한 것 같아요. 사람도 그 중미 커피 생산국 가운데 후발주자였던 온두라스가 _ 렇잖아요. 처음 낯선 곳에 가면 왠지 주눅드는 기분이 커피를 지속적으로 재배하려면 품질을 논하기 전에 안 드는 것처럼… 새롭게 개발된 신품종들도 우리 농장에 적응하는 시간이 필요했던 것 같아요. 그 외엔 뭐라 설명 하기 어렵네요. 그때나 지금이나 우리는 똑같은 방식으

> 정답은 아닐지 몰라도 명답임에는 틀림이 없다. 커피 도 사람도 적응이 필요하다. 기후와 토질, 환경에 대한 적응, 그걸 지금까지 우리는 품종 탓이라고만 여겨왔던 것이다. # 라양성지리면 배이어



온두라스의 신품종 참고 WCR(Work) Coffee Research) 램피라 Lemplar 온두라스에서 '엠피라Lempra'라는 단어는 다양하게 통용된다. 온두라스의 화매 단위이자 지역 이름이며 몇몇 식당의 상호에도 사용된다. 램피라는 16세기 렌카 지역을 침입한 스페인 군대에 맞서 싸운 인물로 온두라스에서는 국민적인 영웅이다. 아마도 이런 이유에서 최근 개발된 신품종의 이름을 '엠피라'로 정한 것 같다. 티모르 하이브리드Tmor Hybrid와 카투라Catura플 교배한 램피라 품종은 기온이 높고 습한 기후에서도 잘 자라는 로부스타종과 아라비카종을 인위적으로 결합시켜 아라비카의 익점을 극복하려는 '하이브리드' 품종 연구의 성과였다. 2012년 이후 많은 농부들이 부르롱이나 카투라 대신 렘피라 품종으로 빠르게 전환하면서 중미 전역의 생산량이 감소했던 녹병 시기에



HCAFE(온두라스 커피협회)에 의해 농장에 보급되기 시작한 품종으로 티모르 하이브리드와 카투라의 교배종이다. 높은 생산성을 기대하려면 토질을 반드시 비옥하게 관리해야 하는데 최근 들어 녹병에 취약하다는 평가를 받고 있으며, 특히 'Ojo de Galo' 라는 곰팡이균에 의한 녹병에 약하다고 알려져 있다.



파라이네마 Parainema 코스타리카의 CATIE(중이 농업과학국제연구소)에서 사치모르 계보에서 T5296 을 선정하여 중미의 여러 연구센터로 보냈고, IHCAFE 에서 세대를 거쳐 '따라이네마'라는 품종으로 개량하였다. 저지대와 고지대 사이의 중간 지대에서 잘 자랄 수 있도록 교배했으며 녹병을 포함한 여러 병충해에 저항력이 강한 품종이다. 2017년 온두라스 대회에서 엘 파라이소 지역의 농장이 이 품종으로



TREND

MODERN HISTORY



이후 미국 스페셜티커미합회SCAA의 지속가능위원회와 로스터스 길드의 위원회에서 활발히 활동하기도 했다. 현재는 컵 오브 엑셀린스 대회를 주관하는 비영리기구

글쓴이 다린 다니얼Down Donel은 1980년대 미국 오리건 주에서 바리스타로 경력을

Part 3 다리를 세우다. 90년대 Part 4 피함 수 없었던 위기 Part 5 커피 시장의 새로운 물걸

Part 6 위기는 다시 오는가, 현재

다린 다니엘의 미국 커피 현대사 변화가 시작된 80년대







1980년대는 미국이라는 나라와 스페셜티 커피가 이 업계를 영원히 변화시키기 위한 본격적인 궤도에 오른 시기입니다. 여전히 소비시장엔 인스턴트커피가 대부분이었지만 스페셜티 커피라는 새로운 움직임은 이미 시작되고 있었습니다.

스 브라더스His Brothers, 엠제이비M.B. 유반Yuban 등 캔 포 장된 인스턴트커피가 대부분이었지만, 70년대 중 - 후반 부터 변화의 조집이 일었습니다. 이때 등장하기 시작한 업체들은 더 좋은 품질의 생두를 구해서 더 나은 추출로 고품질 에스프레소 소비시장을 이루기 위해 60년대 후 반부터 사업을 시작한 스타벅스나 피츠 커피Peet's Coffee 와 같은 회사들과 공동의 노력을 기울이고 있었습니다. 그 무렵, 보스턴의 커피 커넥션The Coffee Connection, 덴 버의 알레그로 커피Alegro Coffee Company, 시카고의 글로리

아 진스Giora Jeans 등 1974년 에르나 크누첀Frra Knutseno)

처음으로 언급한 '스페설타 커피'라는 용어의 개념을 발 전시킬 만한 지역 기반의 커피 회사들이 생겼습니다. 현재까지 미국 스페설티 커피 산업은 약 480억 달러 규모로 추정되며, 1995년 미국 스페셜티 커피협회는 그 해 스페셜티 산업이 30억 달러에 이르렀다고 발표했습 니다. 미국의 스페셜티 산업은 꾸준히 성장해왔지만 무 수한 인수와 합병, 매각이 일어났고, 이 과정에서 진정 한 스페셜티 커피가 무엇인가에 대해 그 의미가 초기보 다 퇴색된 것도 사실입니다. 이 같은 문제는 오늘날에도 거론되고 있지만, 1980년대부터 90년대에 활동했던 고 커피와 차별화된 미지의 세계로 나아가는 새로운 시도 립자입니다), 그 당시 그들은 본인들의 시도를 사소한 변 화라고 생각했고, 막강한 글로벌 브랜드처럼 커피 업계

를 변화시키리라는 것은 집작조차 하지 못했습니다.

1980년대 미국의 커피 시장은 여전히 폴저스Foiges, 힐 아래는 1985년 오리건하하다주 유진터하에서 제가 처음 근무했던 '커피 코너Cotter Corner'에서 찍은 사진입니 다. 휴일 러시가 끝날 무렵 매니저였던 토마스 쿠퍼가 백 주를 듣고 포즈를 취하고 있죠. 사진의 배경을 자세히 살펴보면 여러분들은 브라질, 콜롬비아, 멕시코, 프렌치 로스트, 하우스 블랜드와 같은 상품이 진열된 모습과 정면의 에티오피아 커피를 6.95달러에 판매한다는 광고 판을 확인할 수 있습니다.



'커피 코너'의 오너였던 쪼^{Pau}과 케시^{Kath}는 과테말 라, 케냐 등을 여행하고 그 당시 생두를 수입하던 몇몇 임체(Knutsen Coffee, Moledina Commodities, Royal Coffee)를 통해 커피를 가져오기 시작했습니다. 든 보위Goroon Bowker, 제리 볼드윈Jerry Balown, 지브 시글Zev 로열 커피의 밥600과 헬렌Hitten은 에르나 크누첸과 함께 Sep과 같은 기업가들에게 '스페셜티 커피'는 그저 기존 - 풍미가 독특하고 풍질이 뛰어난 커피를 수입하는 혁명 을 일으켰습니다. 제 기억에 그들이 취급하던 것 중 가장 에 불과했습니다(언급한 세 사람은 스타벅스의 공동 창 비싼 커피는 '하와이 코나'와 '예멘 모카 마타리'로, 보통 파운드당 14~22달러 이상이었습니다. 제가 처음 접한 스메셜티 커피도 예면 커피와 셀레베스 칼로시 커피(오 늘날 인도네시아 술라웨시 토라자 커피)였습니다.

1980년대의 미국에서 바리스타는 아주 생소하고 독 특한 직업이었습니다. 대부분의 소비자들이 커피에 대 해, 특히 에스프레소에 대해 잘 알지 못했으니까요. 제가 일하던 커피숍의 에스프레소 메뉴에는 'Café Borgia, Cappuccino, Café Macchiato, Café Latte' 등이 있 었습니다. 그렇지만 동시에 우리는 상당한 양의 스트레 이트 에스프레소도 판매했습니다.

일반적인 브루잉 커피도 있었는데, 독특하게도 치즈 제조에 사용하는 천을 밀터로 사용했습니다. 이 필터는 처음 사용하기 전에 미리 에스프레소 커피에 담그는 것 도 특이했어요. 우리 매장에서 선호하는 기준에 맞춰 정 확하게 추출했지만, 판매할 때는 '스트롱, 미디엄, 또는 라이트'로 나누어 제공했습니다. 지금처럼 추출 시 농도 를 조절하는 것이 아니라 약간의 물을 섞어서 농도를 낮 추는 식이었습니다. 지금 업계에서 이런 방식을 사용하 는 것을 본 적은 없지만 그 당시에는 많은 의미가 있었 고, 그때의 습관이 남아서 저는 오늘날에도 비슷한 방식 으로 커피를 내리고 30~60ml의 물을 넣어 마십니다.

그 당시 바리스타는 원두를 판매할 때면 거의 와인 소믈리에와 같았습니다. 스페셜티 커피를 사용하는 카 페가 많지 않았기에 제가 일하던 매장에서 원투 판매는 매우 큰 비중을 차지했습니다. 우리는 바와 원두 판매대 를 오가며 손님들의 질문에 답하고, 집에서 커피를 내릴 때 분쇄 입자는 어느 정도가 적당한지 알려주고, 추출 도구를 판매하는 동시에 올바른 사용법에 대해 교육하 기도 했습니다. 그야말로 커피 전반에 대한 모든 지식을 갖추고 있어야 했던 거죠(그 당시 저는 20종의 커피 머

신을 가지고 있을 정도였습니다). 제가 일했던 '커피 코너' 매장은 유진테이터에서 반문 화운동의 전원지였던 5번가 퍼블릭 마켓에 있었는데, 연방 건물과 가까웠던 이곳은 시 낭송과 공개 토론이 펼 처지던 보해미안들의 핫플레이스이자 미식의 중심지어 기도 했습니다. 우리는 시장은 물론 국회의원, 헐트 센 터에서 공연하는 유명 연주자 등 다양한 사람들에게 커 피를 제공했습니다. 이 당시 바리스타라는 직업은 단순 히 돈을 벌기 위한 수단 이상의 의미를 지닌 인기 있는 직업이었습니다. 그리고 개인적으로 이때 정말 밥을 두

둑히 받아 꽤 많은 돈을 모으기도 했습니다. 바리스타로 근무하던 저는 이후 로스팅템에서 로스 터들을 관리하고 '골드 브루' 커피를 제조하는 업무를 맡 게 되었습니다. 콜드 브루는 1985년에도 이미 연기 있는 음료였습니다! 진하게 추출한 콜드 브루 커피에 얼음을 넣어 내놓거나 따뜻한 물을 섞어서 제공했습니다. 때로 치커리 추출물도 만들어야 했는데, 이것이 '뉴올리언스 스타일'로 커피에 약간의 치커리 액을 넣어 마시고 싶어 하는 사람들을 위한 것이었습니다. 🕖 클 다린 다니앱IACE 상임이지) to be continued -

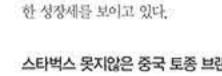
중국 커피 문화의 중심지

luckin coffee

상하이 커피는 기대 이상이었다. 글로벌 커피 프랜차이즈와 중국 토종 브랜드의 대규모 매장이 들어섰고, 골목마다 스페셜티 커피를 내세운 크고 작은 카페들이 영업 중이었다.

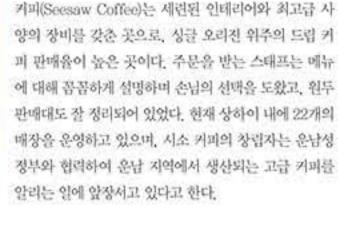


전통적인 차의 나라 중국이 커피의 나라로 변모하고 있 다. 특히 상하이는 커피에 있어서는 수도 베이징을 앞서 고 있는 도시다. 지난 2017년 전 세계에서 두 번째로 스 타벅스 리저브 로스터리 매장이 문을 열면서 괄목할 만



스타벅스 못지않은 중국 토종 브랜드 상하이에서 가장 먼저 방문한 곳은 스타벅스 리저브 로 스터리, 시애틀에 있는 스타벅스 리저브 매장만큼 규모 는 웅장했고 방문객도 많았다. 차의 나라 중국에 결맞 게 차와 관련된 섹션이 잘 정리되어 있었다. 커피와 관련 된 많은 정보들이 곳곳에 노출되어 있었고, 생산, 가공. 추출까지 커피 한 잔이 만들어지는 전 과정을 이곳에서 볼 수 있었다. 바리스타들은 산저별 커피에 대한 설명과 원두 판매에 주력하고 있었고, 다양한 도구를 사용한 는 좋은 방법이라는 생각이 들었다. 추출 시연이 끊임없이 펼쳐졌다.

안에 음료 주문과 제공이 가능한 시스템은 스타벅스와 유사한데 이 브랜드가 주목받는 것은 전용 앱을 이용한 개별 주문・결제방식 때문이다(주문과 결제는 앱으로만 가능하다), 앱으로 미리 커피를 주문하고 매장에 도착 하면 QR코드로 본인 확인 후 음료를 끡업하는 이 같은 모바일 결제방식은 중국 내에서 성행하고 있다. 루이싱 커피는 현재 중국 내 40여 개 도시에 약 3,000여 개의 매장을 운영하며, 빠르게 스타벅스의 매장 수(중국 내 3,800여 개)를 따라잡고 있다. 하지만 늘 그렇듯 품질이 아쉽다. 쓴맛이 강하고 여운이 거칠게 남는 커머셜 커피 를 주로 사용하기 때문이었다.



품질과 규모를 함께 키워가는 브랜드도 있다. 시소

상하이 카페 이모저모

아메리카노는 25~30위안(4,100~5,000원)이고 싱글 오리진 드립 커피는 38~58위안(6,300~9,500원) 정도 로 한국과 비슷했으나, 원두 가격은 훨씬 높았다. 원두 200g 한 봉의 가격이 68~110위안(11,200~18,200원) 으로 중국 현지 물가를 감안하면 꽤 비싼 편이었다. 스 페설티 커피를 판매한다고 소개된 곳이나 홍보하는 매 장은 많았지만 막상 음료에서 품질 차이를 느끼기는 어 리웠다. 스페셜티를 사용한다는 곳은 대부분 내추럴 방 식으로 가공한 커피가 많았고 로스팅 정도가 더 밝았다.

상하이에서 개인 카페들이 시그나처 메뉴를 하나씩 가지고 있다는 점도 인상적이었다. 바리스타 챔피언십에 서 충전자들이 자신만의 창작 음료를 개발해 선보이듯 집집마다 대표 메뉴들에 대한 정리가 잘 되어 있었다. 상하이에서 시그니처 음료로 가장 유명한 곳은 O.P.S. 일반적인 커피 메뉴는 찾을 수 없고 본인들의 시그나처 음료만 판매하는 곳이다. 손님이 메뉴를 고르면 바리스 타가 손님 앞에서 음료를 제조하고 직접 서브한다. 메뉴 에는 술을 참가한 커피 음료와 과일 껍질이나 과일증을 이용해 계절감을 살린 음료, 중국의 특색을 담은 차를 섞은 음료도 있었다. 이처럼 시그니처 메뉴로 고객에게 특별한 인상을 주는 것은 대형 커피 브랜드와 차별화하

상하이 카페들은 대부분 두유를 넣은 카페라테카 다음은 스타벅스를 추격하는 토종 브랜드, 루이싱 메뉴에 포함되어 있었다. 좀처럼 아시아에서 흔하지 않 커피(Luckin Coffee). 자동 머신을 사용하고 빠른 시간 은 메뉴라 그 이유를 물으니 원래 중국인들에게 따뜻한 두유는 아침 식사로 많이 마시는 음료란다. 물론 아침에 신선하게 만들어 마시는 따끈한 두유는 아니지만 카페 마다 두유 라테를 판매하고 있는 것은 아마 커피라는 새 로운 음료에 중국의 식문화가 반영된 결과인 듯하다. 🕖





CRAFT BAKERY 진한 황금빛 버터와 반죽을 겹겹이 쌓아 만드는 크루아상은 프랑스를 비롯한 유럽의 대표적인 페이스트리다. 베이커리의 기본이지만 재료 선정부터 다루는 이의 숙련도까지, 완성도 있게 만들기 어려운 빵이기도 하다.

프랑스를 비롯한 유럽의 대표적인 아침 메뉴인 크루아상. 그 특유의 풍미는 단연 버터에서 나온다. 크루아상의 본고 장 프랑스는 고급 버터의 산지로도 유명한데, 북서부의 노 르망디와 브르타뉴, 납서부의 샤랑트 지방에서 생산되는 버터를 최상급으로 친다. 섬세하고 단단한 향으로 무장한 버터와 고품질 밀가루가 반죽으로 만나 구워지면 그 풍미 는 배가 된다. 좋은 버터로 만든 크루아상은 다음 날 먹어 도 풍부한 버터 향을 느낄 수 있다. 크루아상의 역사

펠Kofer'이라는 뿔 모양의 빵이 있었는데, 이후 17세기 오스 만투르크와의 전쟁에서 승리한 것을 기념하며 오스만투르 크 국기에 있는 초승달을 본뜬 모양으로 빵을 만들었다고 한다. 이 빵이 프랑스로 건너간 것은 18세기의 일이다. 합 스부르크 왕가의 마리 앙투아네트가 루이 16세와 결혼하 면서 함께 프랑스 왕궁에 들어온 오스트리아 제빵사들이 초승달 모양의 빵을 처음 소개했다. 겹겹이 충을 이루며 특유의 식감을 만들어낸다. 크루아상

달콤한 빵을 흔히 '페이스트리카파'라고 부르는데, 이것은 특징을 모두 가지고 있는 것이다. 크루아상을 완성하는 기술

녹지 않고 잘 굳어서, 구웠을 때 빵이 더 잘 부풀기 때문이 다. 버터가 녹지 않도록 빠른 시간 안에 반죽을 밀어서 펴 고 접기를 반복하여 균일한 충을 만드는 작업은 베이커의 숙련도와 직잘된다. 섬세한 점기 작업은 구웠을 때 보기 좋 은 중을 만들기 위함이다. 크루아상의 모양은 거의 수백 가지에 이르는데, 베이커 리마다 성형과 굽기 단계에서 변화를 주어 독자적인 형태

겉껍질은 바삭하고 속살은 촉촉하면서 버터의 풍미가 진 하게 올라오는 것이 포인트, 잘반으로 잘랐을 때 겹겹이 쌓 인 층이 뭉쳐져 있지 않고 기공이 충분히 잘 부풀어 있다면 완성도 있는 크루아상이라고 할 수 있다. 크루아상은 베이커리의 기본이라고 하기엔 재료 선정

레스토랑 시설 둘러보고, 또 먹는 일의 연속이다. 때문 에 그때 먹은 음식을 모두 기억하기란 쉽지 않다. 노피에 서도 메뉴를 보고 이것저것 궁금했던 음식들을 주문한 후 거의 식사가 끝날 무렵이었다. 디저트를 주문하려고 다시 메뉴를 살피던 중 '복숭아와 장미 샴페인 셔벗'이 눈에 들어왔다. 잠시 후 내 앞에 셔벗 접시가 놓였다. 마티니 잔에 핑 크색 셔벗, 그 위로 로즈 메탈(Rose Petal, 말린 장미 꽃

잎)이 올려져 있는 심플한 플레이팅이었다. 스푼으로 살

짝 떠서 입에 넣었다. 아! 순간 주변이 온통 핑크색으로 물들고 머리 위로 복숭아와 장미 향이 피어올랐다. 그때

요리사의 해외 출장이란 먹고 시장 탐색하고, 다시 먹고

노피에서 어떤 음식을 먹었는지 기억나지 않지만 '목숨 아와 장미 샴페인 셔벗 만큼은 몇 년이 지난 지금까지도 또렷하게 기억이 난다. 그 셔벗 덕분에 그날의 식사는 러 블리한 추억으로 남았다 음식의 향기로운 맛, 향미 맛은 우리 입안에 있는 일부의 미각과 대부분의 향으로 조합되어 있다. 음식의 향기로운 맛을 향미(flavor)라고

맛, 신맛, 쓴맛, 짠맛, 감철맛)뿐이지만 향의 영역은 실로 무한하다. 의 후각이다. 후각은 음식물에 대한 정보를 제공할 뿐 아니라 대기 중에 어떤 취발성 분자가 있는지 탐지해 다 양한 정보를 감지할 수 있도록 해준다. 후각의 이러한 역

할은 우리가 음식의 향에 왜 그토록 예민하게 반응하는

고 이것을 우리는 향기나 맛의 일부로 경험한다. 향기 이미지는 신경제에 점세한 경험의 초상화로 새겨진 다 음 뇌에서 기억과 의사 결정을 담당하는 영역으로 전송 된다. 즉. 향미는 과거와 현재를 연결한다. 낮익은 향이 조금만 느껴져도 우리는 수많은 거역과 감정을 떠올릴 수 있는 것이다. 음식은 그렇게 기약과 감정으로 기록된 다. 내가 5, 6월 바람에 흩날리는 장미 향을 맡는 순간, 그리고 한여름의 잘 익은 복숭아 향을 맡는 순간 그곳 이 바로 러물리한 런던의 레스토랑이 되는 것도 이런 원 리일 것이다.

테라로사가 차려내는 음식에서 향미는 매우 중요한 요 소이다. 봄, 여름, 가을, 겨울에 잘 어울리는 향을 찾고 선료는 밋밋한 음식에 다채로운 풍미를 더하고, 음식을 낌의 향신료를 주로 사용한다.

를 섞은 소금이나 오일에 고기, 생선 등을 재우는 것)에

추, 주니퍼베리, 고수씨, 딜, 파슬리, 타임을 연이에 넉

스 연어가 있다. 시트러스 껍질을 갈아 넣은 소급과 후 길 기대해본다.

하는데, 이것은 미각과 후각의 조합에서 나온 맛이다. 지 금까지 과학자들이 발견한 기본적인 맛은 다섯 가지(단 향미를 그토록 다양하고 미묘하게 만드는 것은 사람

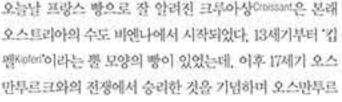
지 설명해준다. 신경생물학자 고든 세퍼드Gorden Shapherd 는 우리의 후각이 시각과 비슷하다는 결론을 내렸다. 각각의 향이 제 나름의 독특한 이미지를 만들어내

허브와 향신료로 다채롭게 장식하고, 맛 자체를 돋보이게 한다. 봉과 여름에는 성 이 제대로 발현된다. 막 갈아낸 향신료와 잘게 썬 혀브, 힘을 위해 한번 도전해보시는 것도 좋을 듯하다. 강릉 그럽고 신선한 향의 허브를, 가을과 겨울에는 따뜻한 느 시트러스 껍질이 만나 화려하게 올라오는 향, 이것은 직 레스토랑에서는 단호박, 고구마, 당근에 각각 잘 어울리

브와 향신료는 모두 사용하기 직전에 썰거나 갈아야 향 국적인 향에 당황하는 분들도 계시지만 즐거운 미식 경

온통 핑크로만 기억된다. 너무도 사랑스템 온화하며, 섬세하게 올라오던 그 향기… 더하기 위해 허브와 향신료를 자주 사용한다. 허브와 향 먹히 바른 다음 냉장고에 이틀간 재워 만든다. 이때 허 해 손질하고 주재료에 어울리는 향미를 더한다. 다소 이

접 반드는 사람만이 느낄 수 있는 향이다. 항상 그라븀 는 향신료를 섞어 오븐에 구운 샐러드를 내고 있다. 광 허브와 향신료는 그대로 요리에 넣기도 하지만, 오일 - 랙스 연어를 만들 때면 재료를 섞은 볼 앞에서 숨을 깊 - 화문에서도 따뜻한 향을 내는 생강, 카다멈, 정향 등을 을 추출해서 사용하거나 마리네이드(허브와 스파이스 이 들이마신다. 가본 적은 없지만 왠지 복유럽의 울창한 즐겨 사용하고 있다. 기억에 남은 향미는 언제라도 복유 숲속에 와 있는 기분이랄까, 완성된 그라블랙스 연어가 _ 럽의 숲속으로, 햇살 가득한 광화문으로, 아름다운 밤 사용하기도 한다. 그 예로 북유럽식으로 절인 그라블랙 손님 접시에 올려졌을 때, 먹는 사람도 그런 감정을 느끼 나무숲이 울창한 강릉으로 여러분을 대려다줄 것이다. 다음 편에서는 테라로사 키천텀이 즐겨 사용하는 향 테라로사에서는 제철에 나는 좋은 재료를 정성을 다 신료에 대해 이야기해보려 한다. 🕢 급 백현미원스토랑



크루아상은 버터의 풍미가 진한 빵으로, 반죽과 버터가 이나 뺑오쇼콜라처럼 버터를 넣어 지방층이 켜켜이 나뉘는

20세기에 와서 새롭게 등장한 것으로, 전통적인 페이스트 리와는 차이가 있다. 본래 페이스트리는 말가루가 겨우 뭉 쳐질 정도로 소량의 물을 사용하여 입안에서 바스러지는 식감을 낸다. 중세 유럽에서 페이스트리 반죽은 육류 요리 등 촉촉한 충전물을 담는 바삭하고 단단한 크러스트 용도 로 쓰였다. 크루아상은 바삭한 페이스트리와 쫄깃한 빵의 크루아상을 만들 때 배이커는 버터와 반죽이 차가운 상태 에서 작업을 시작한다. 온도가 낮아야 반죽 사이의 버터가

를 만들기도 한다. 기본적인 초승달 모양은 저키되 양끝을 일자로 곧게 만들거나 안쪽으로 둥글게 말아서 처리하는 식이다. 반죽을 돌돌 마는 횟수를 다르게 해서 전체적인 크기에 변형을 줄 수도 있다. 하지만 가장 중요한 것은 결국 맛이다. 입에 넣었을 때

부터 베이커의 숙련도까지 어느 하나 허무루 할 수 없는. 참으로 완성도 있게 만들기 어려운 빵이다. 자, 고품질의 밀가루와 훌륭한 버터가 만나 능숙한 재빵사의 손길로 진 한 황금빛 크루아상이 구워졌다. 그다음은? 갓 구워진 향 긋한 크루아상을 코에 바짝 대고 한입 베어 무는 사람이 느끼는 행복, 이재 완성이다. 3 급 김정원기회