



## GIFT

## 추석맞이 선물 제안

한 해의 수확에 기뻐하며 서로에게 고마운 마음을 나누는 따듯한 명절. 테라로사는 어느 때보다 풍성한 추석을 준비하고 있다. 고르는 즐거움이 있는 햇커피, 누가 내려도 맛있는 드립백, 활용도를 높인 텀블러까지 구성이 제법 다양하다. 여기에 함께 나눌 케이크를 곁들이면, 더도 말고 덜도 말고 한가위만 같아라.

풍성한 햇커피 선물  
원두와 드립백, 텀블러까지 다양한 구성

원두 1봉, 원두 2봉 기준 가격과 동일. 선물상자 제공  
드립백 30개입 39,000원  
드립백 & 원두 39,000원  
원두(풀문 블렌드) & 텀블러 48,000원  
드립백 & 캠핑컵 45,000원

함께 나누는 디저트 선물  
테라로사 베이커리가 만든 풍미 가득 케이크

프레시 레몬 케이크 19,000원  
로열 얼그레이 케이크 18,000원

구입처 테라로사 전 매장 및 온라인 [www.terarosa.com](http://www.terarosa.com)  
(베이커리는 매장에서만 구입 가능)  
구입 혜택 7세트 이상 구매 시 드립백 10개입.  
15세트 이상 구매 시 드립백 30개입 증정  
대량 구입 문의 033-648-2760



## TUMBLER

환경을 생각한다면  
미르 텀블러

무심코 사용해온 일회용 플라스틱이 지구를 위협하고 있다.  
환경을 생각하는 작은 실천 하나. 텀블러 잊지 않고 쟁기기.  
테라로사는 미국 미르 텀블러와 손잡고 더 다양해진 컬러와  
사이즈의 제품을 선보인다. 불필요한 포장을 줄이고 심플한  
디자인에 보온, 보냉은 물론 안정성도 잘 갖췄다. 수익금의  
일부는 저개발 국가의 수질 개선 및 교육 사업에 사용된다.  
테라로사 전 매장과 온라인 쇼핑몰에서 만나볼 수 있다.  
9월 13일 출시 예정.

## FOOD

인기리에 컴백한  
그리스 아카이아 올리브오일

## NEW COFFEE

한 농장에서 맛보는 다양한 품종  
파나마 토니 카트라

지난 평창올림픽을 기념해 선보인 그리스산 올리브오일의 한정 판매가 종료된 뒤 다시 찾는 팬들이 많았다. 오일을 준비해줬던 그리스 남쪽 레스보스 섬의 아카이아 농장은 그 소식을 듣고 얼마나 기뻤는지, 한편 그들도 '올해 뉴욕에서 열린 월평화에서 금메달을 수상했다'는 좋은 소식을 전해왔다. 이번에 판매 재개하는 엑스트라 버진 올리브오일도 2017년도 가을 수확분이다. 쿨라비라는 단일 품종을 착즙한 것으로 신선한 풀내음으로 가득하다. 500ml.

불그스레 기울의 맛  
풀문 블렌드

기울의 맛을 담은 블렌드 '풀문'이 나왔다. 파나마, 온두라스, 과테말라 등 중미 햇커피를 블렌딩하여 잘 익은 감, 대추와 같은 햇과일의 풍미와 코코아처럼 따스한 맛을 담았다. 아이스커피와  
작별하고 따듯한 커피로 돌아오게 되는 계절, 따뜻한 풀문 한  
잔이 마음까지 포근하게 감싼다. 250g 22,000원.

## TERAROSA

[www.terarosa.com](http://www.terarosa.com)

테라로사 뉴스레터 2018년 9~10월호 통권 제34호 발행인 김용덕 편집·디자인 테라로사  
본지에 실린 글과 사진은 테라로사의 허락 없이 사용할 수 없습니다. © 2018 (주)학산 테라로사

## TERAROSA COFFEE ROAD

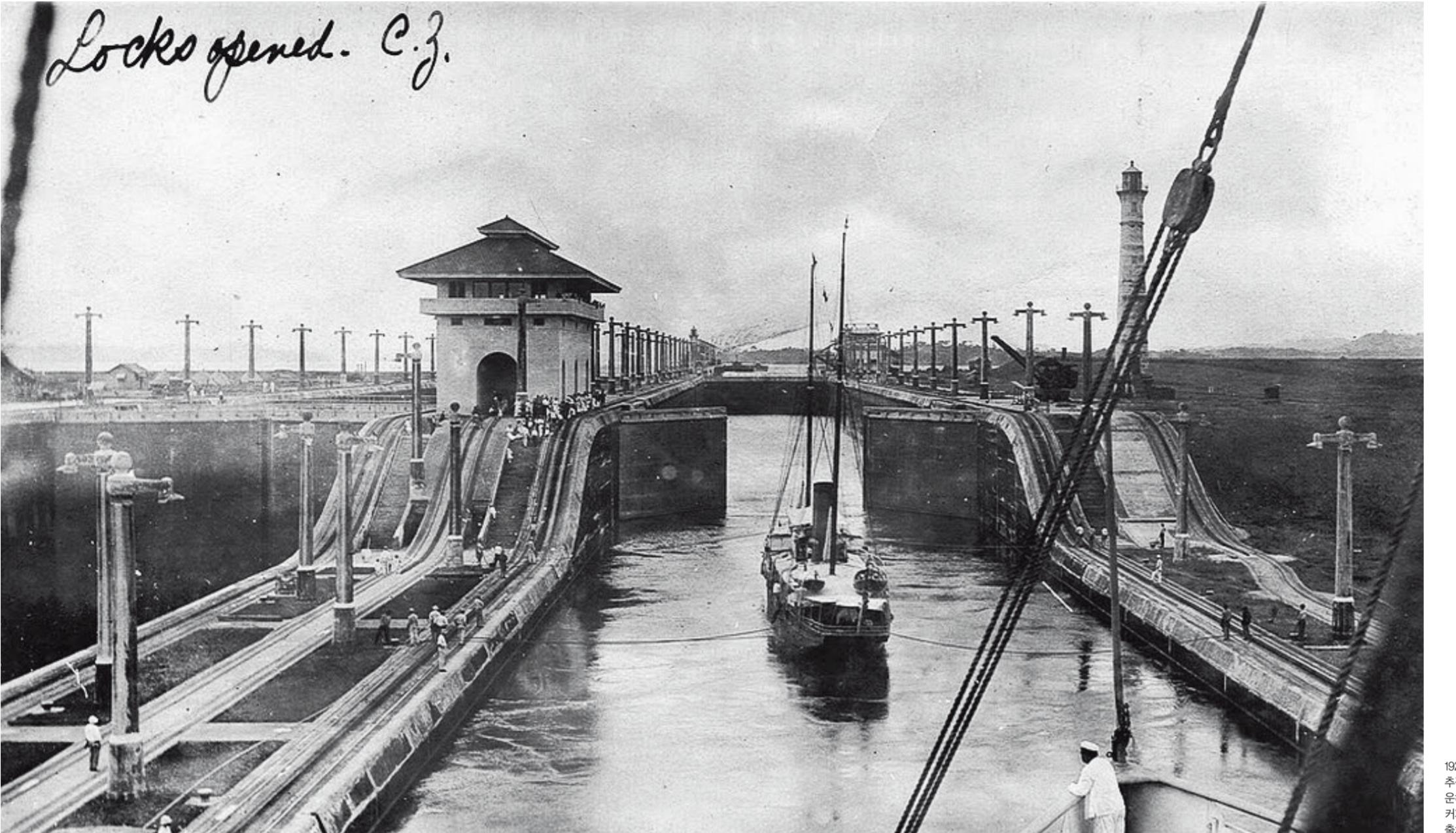


지난 7월 19일 진행된 2018년 베스트 오브 파나마 Best of Panama 대회 옥션에서 신기록이 세워졌다. 라마스투스 패밀리 농장 Lamastus Family Estates에서 내추럴 방식으로 가공한 게이샤Geisha 커피가 파운드당 803달러에 낙찰된 것이다. 450g 생두 한 움큼에 90만원 정도라니, 이는 역대 커피 옥션 사상 최고 낙찰가이다.

이름 없는  
커피 산지에서  
슈퍼스타로파나마  
게이샤

현재 세계 시장의 커머셜 커피 가격은 파운드당 1달러 아래로 하락하고 있다. 그러나 이번 옥션가는 실로 놀라운 가격이 아닐 수 없다. 무엇이 파나마 게이샤 커피를 이토록 특별하게 만들었을까. 이름 없는 커피 산지에서 주목 받는 슈퍼스타가 되기까지 파나마 커피가 걸어온 역사를 짚어본다.

파나마는 2000년대 초반 게이샤 커피로 주목 받기 시작해 전 세계 커피 러버들에게 많은 사랑을 받고 있는 커피 산지이다. 국제커피기구ICO의 자료에 따르면 2017/2018년 파나마 커피 생산량은 106,000백(1bag=60kg)이며, 이 중 수출되는 양이 약 26,000백이다. 그렇다면 파나마 게이샤의 생산과 수출량은 얼마나 될까? 정확한 통계는 없지만 최근 게이샤 커피 열풍에 힘입어 많은 품종을 재배하고 있다.



1920~30년대에 촬영된 것으로 추정되는 파나마 운하 사진. 파나마 운하가 개발되던 시기에 파나마의 커피 역사도 시작되었다.

출처 monovisions.com

#### 파나마 커피의 시작, 보케테

파나마 커피를 이해하기 위해서는 먼저 파나마 역사와 지리적 배경을 이해할 필요가 있다. 정식 명칭은 파나마 공화국 Repùblica de Panamá. 남미와 북미를 잇는 중앙아메리카의 최남단 국가로, 서쪽으로는 코스타리카, 동쪽으로는 콜롬비아와 접해 있다. 태평양과 대서양을 연결하는 파나마 운하로 유명하다.

1501년 스페인이 파나마에 도착했을 때 그곳에는 75만 명의 원주민이 살고 있었다. 그러나 약탈과 살인, 질병 등으로 원주민의 10분의 1이 죽었고, 그 이후 파나마는 스페인의 식민지가 되었다. 1849년 캘리포니아 골드러시로 파나마는 번영을 누렸다. 많은 탄광노동자들이 미국 대륙을 횡단하는 협한 철도 대신 파나마를 거쳐 캘리포니아로 가는 노정을 택했기 때문이다. 특히 미국에서 자금을 조달하여 건설한 파나마 철도가 1855년 개통되고, 1879년 프랑스계 회사가 지원을 가로지르는 운하를 건설하는 이권을 정부로부터 얻어내면서 본격적인 파나마 개발이 시작되었다. 이 시기에 영국, 프랑스 등 많은 유럽인들이 그 이권을 쟁취하기 위해 파나마로 들어왔는데, 커피가 파나마에 들어온 시기도 이와 유사하다. 그러나 그 당시에는 커피 농사와 관련한 지식이 없었기 때문에 대부분의 커피가 해안 근처에 심어졌고, 물론 경작은 실패했다.

파나마 운하가 논의되고 건설되던 1850~1900년은 이 나라에 엄청난 혼란이 가중된 시기였다. 40개의 행정부, 50번의 폭동, 5번의 분리 시도, 13번의 미국 간섭 등이 이어지면서 커피와 농부들은 자연스레 벤두리 지역으로 밀려나게 되었는데, 그렇게 해서 정착한 곳이 바로 현재 파나마 커피의 대명사로 알려진 보케테 Boquete 지역이다. 파나마인과 결혼한 영국인 선장이 이 지역에 커피 나무를 가져와 심은 것이 파나마 커피 경작의 시작이었다. 보케테밸리의 독특한 기후와 바루 Baru 화산의 화산재 토양은 커피 재배에 이상적인 조건을 형성했고, 다른

중미 국가들에 비해 뒤늦게 커피 생산을 시작한 파나마 커피의 약점을 커버하기에 충분한 품질을 만들어냈다.

#### 이슈 메이커, 베스트 오브 파나마

그러나 파나마 커피는 세계 시장에서 오랫동안 존재감이 없었다. 파나마 커피가 지금과 같은 슈퍼스타로 전 세계에 알려진 데에는 베스트 오브 파나마 대회와 게이샤 품종이 기여한 바가 크다. 올해로 22회를 맞이한 베스트 오브 파나마 대회는 1996년 파나마 스페셜티 커피협회가 만들었다. 1996년이라 하면 세계 커피 시장 가격이 끝을 모르고 하락하던 해로, 커피가 생업인 많은 농부들이 고심한 스트레스에 시달리던 시기였다. 그 당시 파나마는 그다지 알려지지 않은 커피 생산국이었기에 파나마 커피 농부들은 자신들의 커피를 세계 시장에 알리고 고품질 커피로 파나마 커피의 위상을 높이고자 했다. 처음부터 대회가 성공적이었던 것은 아니었지만, 점점 많은 미국의 스페셜티 바이어들이 참여하면서 인지도를 쌓아가던 중 드디어 2004년 대회에서 파나마 커피, 그 중에서도 게이샤 품종을 전 세계에 알리는 결정적인 순간을 맞이한다. 대부분의 심사위원들이 라 에스메랄다 농장 Hacienda La Esmeralda에서 출품한 매력적이고 독특한 게이샤 커피에 마음을 빼앗긴 것이다. 그리고 옥션에서 이 특별한 커피는 그 당시엔 상상할 수 없는 가격인 파운드당 21달러에 낙찰된다. 게이샤 커피에 매혹된 미국 스페셜티 바이어들은 매년 베스트 오브 파나마 대회 옥션의 최고가를 경신했다. 그러나 게이샤를 제외한 다른



토니 할아버지의 뒤를 이어 돈 페페 농장을 이끌고 있는 호세. 기존의 재배구역을 좀 더 세밀하게 나누어 체계적으로 관리하고자 노력하고 있다. 분홍 리본을 매달아 둔 커피 나무가 바로 게이샤 품종.



별한 커피를 출품했고, 결국 모든 심사관의 마음을 빼앗았다. 한 심사관은 “이 커피에서 신의 얼굴을 보았다 God in a cup”는 찬사를 보냈으니, 당시 이 커피가 얼마나 놀랍고 새로웠는지를 짐작할 수 있다.

테라로사는 2014년부터 돈 페페 농장과 함께 파나마 커피를 선보여왔다. 보케테 지역에 위치한 이 아름다운 농장은 과학적이고 세심한 농장 관리로 자타공인 파나마를 대표한다. 게이샤 커피로 이미 일본과 미국에 잘 알려져 있어 전 세계 바이어들이 농장을 방문한다. 그 당시 농장을 찾았던 나는 토니 할아버지에겐 그저 게이샤에 관심 많은 바이어 중 한 사람으로 여겨졌던 것 같다. 첫 만남에서부터 게이샤에 대한 이야기와 함께 게이샤 재배구역을 가장 먼저 보여주셨으니 말이다. 농장을 둘러본 후 “게이샤가 아닌 파나마 커피로 돈 페페 농장을 한국에 알리고 싶다”는 말에 토니 할아버지는 매우 놀라워했다. 그때부터 나는 게이샤보다 카투라와 부르봉 구매에 정성을 쏟았다. 물론 파나마 게이샤에 대한 관심이 없었던 것은 아니다. 그리고 돈 페페 농장의 게이샤는 그야말로 명품이었다. 그러나 게이샤가 파나마 커피의 전부가 아니라는 것을 알고 싶었고, 한국 시장에 파나마 커피를 제대로 인식시킨 다음 게이샤를 선보이고 싶었다. 그렇게 몇 년이 지나는 동안 토니 할아버지는 돌아가셨고, 아들인 호세가 농장을 물려받았다. 젊은 농부가 농장을 관리하면서 좀더 과학적인 방법들이 도입되고 있는 중이다. 거래 방식도 토니 할아버지 때와는 사뭇 달라졌다. 올해 초 농장을 방문한 우리는 샘플들을 키핑하고 의견을 나누었다. 그 테이블에는 재배에서 가공까지 거의 완벽하게 이뤄진 그야말로 ‘게이샤의 풍미가 물씬 올라오는’ 게이샤가 있었다. 호세가 나에게 물었다. 이번에도 구매 의사가 없는지, 왜 지금까지 게이샤를 구입하지 않았는지….

그간 게이샤를 피한 이유는 앞서 말한 것처럼, 첫째는 그 명성이 너무 커서 다른 파나마 커피를 가릴 수 있기 때문이고, 둘째는 점점 더 특별한 것을 요구하는 바이어들의 요구 때문인지 많은 농부들이 내추럴 가공을 선호했기 때문이다. 내추럴로 가공한 게이샤는 품종의 고유한 풍미가 퇴색될 수밖에 없다. 정체성이 불분명한 게이샤를 소개하여 소비자들에게 왜곡된 인식을 심어주고 싶지 않았다. 셋째는 가격과 양. 게이샤를 제대로 소개하면 일정 기간 판매할 수 있는 충분한 양과 적절한 가격이 뒷받침되어야 한다. 이 두 가지가 갖춰지지 않으면 제아무리 좋은 커피라도 시장에 내놓기 어렵다.

그런데 변화라는 게 늘 찾아온다. 올해 돈 페페 농장이 고유한 풍미로 가득한 고품질 게이샤를 무려 20배 가까이 생산한 것이다. 그리고 그 커피를 전량 우리에게 보내주었다. 오랜 시간을 기다린 친구를 위한 것이라는 호세의 메시지와 함께. 그 파나마 게이샤가 9월 말 출시된다. Ⓜ 글 이윤선(그린빈 바이어)

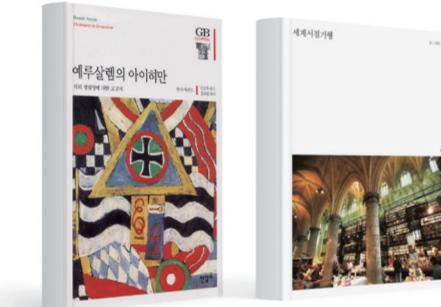


**Q 오랫동안 출판업계에 몸담고 계십니다. 지금도 여전히 책을 만드시는지.**

올해로 42년째입니다. 지금까지 만든 책이 3천 권 정도 됩니다. 이제는 마무리하는 현업 종사자라고 할 수 있겠지요. 어떻게 하면 우리 사회를 더 아름답게 변화시킬까. 서로 존중하며 살아가는 사회를 만들까, 이런 고민을 담아 한길사의 책을 만들어 왔습니다. 그러다 보니 자연스레 인문학 관련 책들이 많아졌지요. 사람답게 사는 지혜를 가르치는 것이 인문학입니다. 그 안에 역사와 철학이 있고, 예술과 문학도 포함됩니다. 책 한 권이 쉽게 나오지 않아요. 여럿이 같이 만드는 겁니다. 이번에 내놓은 베토벤의 교향곡에 대한 책처럼, 내가 직접 아이디어를 내고 괜찮겠다 싶으면 진행하는 경우도 있습니다.

**Q 한길사라고 하면 인문, 예술 관련 서적들이 먼저 떠오릅니다. 이런 책들은 제목부터 낯설고 주제나 내용도 쉽게 접근하기 어렵게 느껴집니다.**

그런 지적도 있지만, 우리 한길사에서 만든 책이 어렵고 무겁기만 한 것은 아닙니다. 많이 팔린 책들도 있죠. 〈로마인 이야기〉, 〈흔불〉, 〈태백산맥〉 모두 시대를 대표하는 밀리언셀러들 아닙니까. 시대를 관통하며 우리 사회가 변화해 온 모습을 반영한다고 볼 수 있겠습니다. 1979년



책은 우리의 생각을 일으킨다

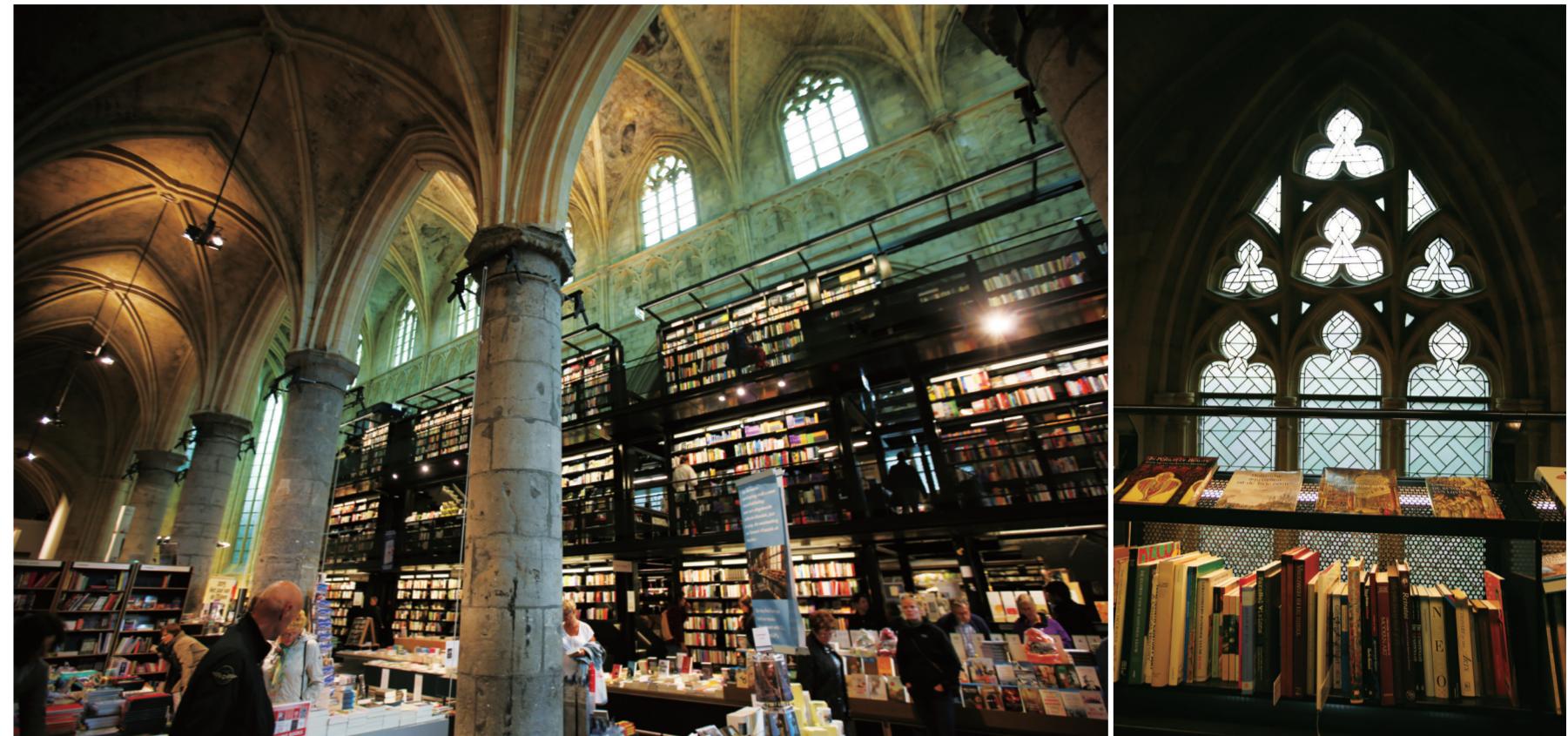
## 한길사 대표 김언호

여름에 절정이던 무렵 테라로사 뮤지엄을 방문한 뜻밖의 손님이 있었다. 오로지 책, 그 한길만을 걸어온 출판장인 김언호. 아름다운 책 한 권을 품에 안고 돌아간 그를 다시 만나 책에 대한 얘기를 나눴다.

출간한 〈해방전후사의 인식〉은 그 당시 젊은이들의 역사 의식을 일깨운 책이었습니다. 이후 세계화에 직면한 90년대에는 〈로마인 이야기〉가 전 국민의 관심을 받으며 한 시대를 풍미했습니다. 최근에는 한나 아렌트의 저작 〈예루살렘의 아이하만〉이 다른 소설책보다 인기가 많습니다. 지난 촛불혁명의 이론적인 근거가 된 책이라고 할 수 있죠. 제2차 세계대전 당시 유대인 수백만 명을 죽음으로 몰아넣은 아이하만이라는 자의 재판을 취재하고 서 악의 평범성이라는 개념을 제시합니다. 그러니까 생각하는 힘, 생각의 기초가 없기 때문에 위에서 시키는 대로 그런 악행을 저질렀다. 이런 내용입니다. 읽기 쉬운 책이라고 전부 잘 팔리는 건 아닙니다. 그런 건 중요하지 않아요. 그 책이 어떤 메시지를 담고 있느냐가 더 중요합니다. 다시 도덕적이고 정의로운 사회가 되려면 책 읽는 운동이 일어나야 한다고 봅니다. 촛불을 들었던 손에 책을 들어야 나라와 사회를 바로 세울 수 있을 겁니다. 책을 읽고 생각하는 힘이 필요합니다.

**Q 잘 팔리는 책 대신 굳이 어렵고 좁은 길을 택하신 이유가 궁금합니다.**

처음부터 어떤 목표를 갖고 그랬겠어요? 오랫동안 만드는 책에 대한 나름의 철학이 생겼고, 또 살아가면서 그려보면 책 만드는 일은 언론과 많이 닮았습니다. 문장으로, 글로 전달하는 일이라는 점에서 그렇죠. 지금도 언론에 대한 그리움이 남아 있습니다.



**Q 종이책의 위기일까요. 우리나라 사람들은 일 때문에 시간이 없어서, 습관이 들지 않아서, 또는 스마트폰을 이용하느라 책을 가까이하지 않는 경우가 많다고 합니다.**

책은 읽어도 되고, 안 읽어도 되는 것이 아닙니다. 책은 공공재, 공공의 문화재입니다. 노르웨이 사람들은 1년에 책을 17권 읽는다고 해요. 어마어마합니다. 여기서 노르웨이의 문화 수준이 드러납니다. 1970년대 신문사 월간지 부사에서 일하던 때였는데 유신시절, 그 어려운 시절에 내가 기획 회의에서 의견을 냈어요. ‘사람으로 살기 위해’라는 제목으로 원고를 청탁해 권두에 신고 제안했습니다. 사람답게 산다는 것은 무엇인가. 그런 내용이었습니다. 말하는 것도, 생각하는 것까지도 불온시하던 그 시대에 도덕적이고 정의로운 사회를 만들기 위해 우리가 무엇을 할 수 있는가 고민했던 거죠. 지금도 한 권의 책이란 사람이 사람답게 살아가는 조건이 무엇일까 묻고 대답하는 것이라고 생각합니다. 책을 쓰고 만들고 읽는 일이란 사람답게 살기 위한 것입니다. 그리고 결국 책이 세상을 아름답게 변화시키라는 믿음이 있습니다.

야 합니다. 저녁마다 다 같이 모여서 책도 읽고, 저자와의 만남이나 다양한 문화 프로그램이 펼쳐지는 공간이 되어야지요. 이제 저자들은 독자들을 만날 의무가 있습니다. 문화 사랑방의 기능을 하는 서점이 한 곳 있다고 하면 그 도시가 달라질 겁니다. 서점이란 여럿이 함께 이용할 수 있는, 언제나 열려 있는 시민정신입니다.

**Q 책은 한 시대와 사상을 담아내는 그릇이라고 말씀하셨습니다. 여전히 책 만드는 출판기획자로서 현재 우리 사회의 모습을 어떻게 바라보고 계시는지 궁금합니다.**

스마트폰이라는 과물 때문에 우리 아이들이 상처 받고 있는 건 아닌지 걱정이 많습니다. 스마트폰이 창조적인 사유를 막고 있어요. 들어가서 보면 끝이기 때문에 의미 있는 기억으로 남을 수가 없습니다. 살아 있는 대화는 물론 담론도 불가능하지요. 말의 품격은 책을 읽고 생각하고 토론하는 과정에서 자립니다. 책 읽고 생각하고 토론하는 것이 교육의 근본입니다. 잊어서는 안 될 겁니다.

우리 사회가 조금 더 아름다워지면, 부드러워지으면 하는 바람이 있습니다. 관용은 굉장히 중요한 덕목입니다. 민주주의 사회는 내 이야기를, 내 의견을 주장할 수 있는 사회입니다. 여기서 더 나아가 다른 사람의 의견도 똑같이 존중해주는 사회가 한 차원 높은 민주주의 사회입니다. 상대방을 인정해주는 사회. 사람마다 각자 다양한 생각이 있는 것처럼 이런 책, 저런 책 모두 필요합니다. 지금까지 만든 책 중에 어떤 책이 가장 마음에 드나드는 질문을 많이 하는데, 그래서 답할 수 없는 겁니다. 두루 읽어야 합니다. 책을 많이 읽으면 세상에 정말 다양한 생각과 사상이 있다는 것을 알 수 있습니다. 다차원의 사유. 이런저런 생각들을 포용하는 가운데 도덕적이고 정의로운 사회를 만들어갈 힘을 생깁니다.

**Q 동네 서점들이 이제 설 자리를 거의 잃었습니다. 최근 들어 다양한 형태의 소규모 독립 서점들이 문을 열었지만 생존의 문제 앞에서 어려움을 겪고 있습니다.**

서점은 단순히 책을 파는 곳이 아니라 공공의 공간입니다. 우리의 생각을 일으켜주는 곳이 있다면 그건 도서관과 서점이에요. 어릴 때 서점에서 놀던 기억이 나중에 커서도 영향을 줍니다. 나는 밀양 시골에서 중학교까지 마치고 부산에서 고등학교를 다녔습니다. 그때 당시 시내에 군인들이 총 들고 다니는데 너무 무서운 거예요. 우연히 피한 곳이 보수동 책방 골목이었습니다. 책을 접하기 어려웠던 시골에서 생활하다가 그렇게 많은 책들이 쌓여 있는 광경을 보고 충격을 받았죠. 그 뒤로 거의 매일 가서 책 구경하고, 그렇게 책을 좋아하게 됐습니다. 그 당시엔 학교를 나서면 곳곳에 서점이 있었어요. 서점은 삶에 힘을 주는 곳입니다. 서점이 꼭 변화시킨다는 믿음으로 오늘도 책의 ‘한길’을 걷는다. 곧고 바른 단순히 책만 파는 곳이 아니라 문화 사랑방의 기능도 해



네덜란드 마스트리흐트의 도미니카년 서점. 800년 역사를 품은 교회당이 서점으로 재탄생했다. 한때 존속 위기에 몰리기도 했으나 모금에 나선 시민들 덕분에 다시 문을 열었다. 연간 150개가 넘는 다양한 프로그램을 진행하고 있는 만남의 공간이자 토론의 광장이다. 김언호 대표는 유럽과 미국 아시아를 다니며 만난 개성 있는 독립서점. 그리고 그 서점들을 이끌고 있는 서점인들을 만난 이야기를 한 권의 책으로 묹었다.

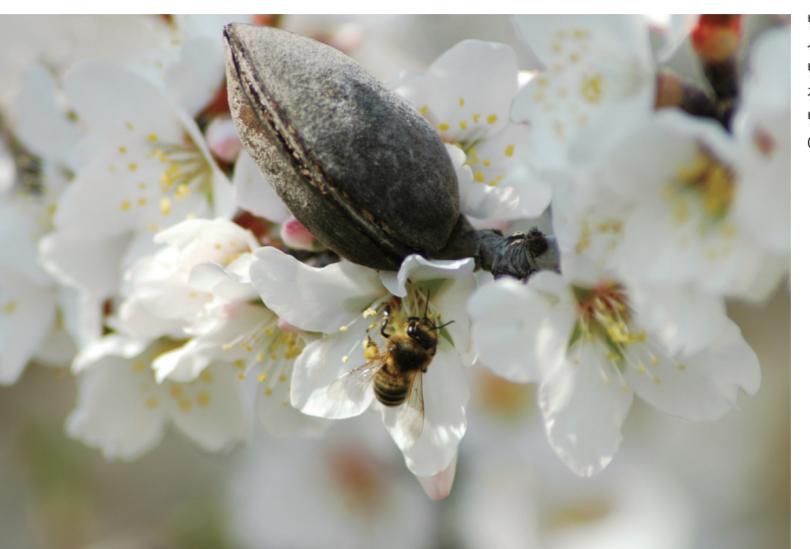
### INFO 한길사 책을 마음껏 만날 수 있는 공간들

순회동천 한길사가 창립 40주년을 맞아 독자에게 보다 가까이 다가가고자 덕수궁 근처에 인문예술공간을 열었다. 크고 작은 공간과 강연 등이 열리며 공간 대여도 가능하다. 한길책박물관, 북하우스 헤리리마을에 위치한 책박물관은 김언호 대표가 모아온 큐스터브 도록, 윌리엄 터너 등 유명 예술가의 화집과 17~19세기 유럽 고서를 만날 수 있다. 이웃한 북하우스에는 한길사 책이 가득 끓인 책길이 구불구불이 이어진다.



# 생각보다 훨씬 기여도가 높은 도시양봉 이야기 바보야! 문제는 벌이야!

장기전으로 바뀐 미세먼지, 한여름 자독했던 무더위, 중국에서 시작된 플라스틱 수거 대란. 올해만 해도 우리는 여러 번 지구가 보내온 빨간 경고등을 보았다. 지구의 인내력이 마지노선에 달한 것일까. 우리가 먹고 마시기 위해 만들고 소비하는 것들이 그 주범이니 '지속가능성'이 어느 때보다도 절박하다. 테라로사는 이번 호부터 지속가능성을 찾아간다. 1~2회는 도시양봉 이야기다.



벌은 우리가 먹는 100대 식품 중 71개 식품의 꽃기루 매개를 돋는다. 시진은 벌이 아몬드꽃에서 단물을 모으는 장면. 미국에서는 2006~2008년 벌이 사라지는 군집붕괴현상으로 아몬드 가격의 폭등을 겪어야만 했다.

## 도시양봉으로 생기는 기회

덴마크의 뷔비Bybi라는 회사는 지역사회와 소외계층을 대상으로 양봉가 교육을 진행하여 신규 일자리를 만들 어낸다. 노르웨이에서는 'Vulcan Hive'라는 벌통을 개발하여 도심 지역의 환경 측정을 위한 도구로 활용하기도 한다. 영국 런던에서는 주의력결핍 과잉행동장애 ADHD 아이들을 대상으로 심리치료에 활용하기도 한다. 이렇듯 다양한 나라에서 진행되고 있는 도시양봉은 하나님의 문화로 자리 잡은 상황이다. 또한 대부분의 도시양봉은 벌과 나무를 심어주는 활동도 병행하고 있다. 이런 활동은 벌을 위한 것이지만 도시민에게도 녹지를 제공하여 일거양득의 효과를 준다.

우리나라를 살펴보자. 2012년 서울시청이 옥상에서 도시양봉을 시범적으로 시작하였다. 이후 2013년 도시양봉은 민간으로 자연스레 퍼지기 시작하였다. 현재는 서울에만 약 50곳의 도시양봉장이 조성되어 있다. 이는 매년 2배 정도씩 성장한 결과이다. 부산, 대전, 광주 등의 대도시에도 도시양봉장이 조성되었다. 이처럼 도시양봉은 벌을 지키는 활동이자 도시민의 새로운 취미로 자리매김하고 있다. 벌을 지키고 지구도 지키는 도시양봉을 눈여겨보자. 달콤한 꿀은 덤으로 얻을 수 있다.

## 도시에서 생산된 꿀도 안전하다

마지막으로 도시양봉이란 말을 처음 접했을 때 들었던 의문점을 하나씩 살펴보자. 그게 어떻게 가능하냐는 의문에 대한 답부터 먼저 하겠다. 벌은 먹고 살 수 있는 꽃만 있으면 그곳이 시골이든 도시든 어디든 살 수 있다. 다행히 우리나라 도시는 벌이 날아다니는 반경 2km 내에 공원이나 산이 있다. 서울만 보더라도 25개 구 중 17개 구에 도시양봉장이 조성되었거나 조성 중이다.

다음으로 벌에 쏘이는 게 걱정될 수도 있다. 결론부터 말하자면, 벌은 사람에게 관심이 없다. 벌의 임무는 자신의 가족을 위해 먹이인 꿀과 꽃가루를 안전하게 나르는 것이다. 또한 벌통을 설치하는 장소는 대부분 사람이 드는 옥상이기 때문에 사람과 직접적으로 마주칠 일이 거의 없어 벌에 쏘이일 걱정은 잠시 내려두어도 좋다.

마지막으로 벌이 꽃이 아닌 버려진 음료수나 아이스크림 등을 먹고 와서 꽃을 만드는 건 아닐까 하는 걱정도 들 것이다. 충분히 이해한다. 저자도 처음엔 그런 걱정을 했다. 하지만 신비로운 벌의 세계를 보고 있으면 그런 걱정은 기우였다는 걸 알 수 있다. 벌은 꽃과 버려진 음료수를 물어온다면 꽃을 먼저 찾아간다. 만에 하나 음료수를 물어온다면 경비벌이 집에 들어가지 못하게 막는다. 경비벌의 삼엄한 경비를 뚫고 들어간 경우에도 벌이 물어온 것들을 게워내는 과정에서 깨끗하게 필터링이 된다. 결론은 도시에서 생산된 꿀도 안전하게 먹어도 된다는 말이다. 지구를 지키는 방법은 우리의 사소한 행동에서 시작될 수 있다. 벌을 키우자. 벌을 위해. 우리를 위해. 지구를 위해! Ⓛ

글·사진 박진(도시양봉 회사 '어반비즈서울' 대표)

테라로사도 올해 5월 양봉 행렬에 동참했다. 아래 사진은 지난 7월 꿀을 수확하던 날 촬영한 것. 가운데는 영국 런던의 스트리트 아티스트 루이 마사이 미셸의 설치작품 군집붕괴현상에 대한 메시지를 담고 있다. 마지막은 어반비즈서울이 '마르세' 행사에서 선보인 도시 양봉의 수확물을.



2007년 전 세계 곤충 가격이 전년 대비 35% 폭등하는 일이 발생했다. 갑작스레 왜 그런 일이 일어났을까? 그 원인의 끝엔 꿀벌이 자리 잡고 있었다. 1994년 클린턴 대통령의 선거 슬로건을 잠시 빌리자면, "바보야! 문제는 벌이야!"라고 표현할 수 있지 않을까?

벌? 벌이 그렇게 중요한 존재였나 하는 생각이 들 것이다. 벌은 우리가 먹는 100대 작물 중 71개 작물의 꽃가루 매개를 돋는다. 아몬드는 무려 100% 꿀벌의 수분에 의존하며, 양파와 당근, 사과와 딸기 등도 90%나 꿀벌의 도움이 필요하다. 이를 경제적 수치로 환산할 경우, 전 세계적으로는 약 191조원, 국내만 보면 약 6조원의 경제적 가치를 자란다(출처 : 안동대 정철의 교수팀, 2015). 만약 세상의 꿀벌들이 모두 사라진다면 지금 당장 약 140만 명이 아사하게 될 것이라는 하버드대 공중위생학부의 발표도 있다.

### 사라지는 꿀벌들

그렇게 중요한 벌들이 실제로 사라지고 있다. 2006년 전 세계 꿀벌의 40% 가까운 벌들이 사라졌다. '군집붕괴현상(CCD, Colony Collapse Disorder)'이라 불리는 이 사건은, 꿀과 꽃가루를 채집하러 나간 일벌 무리가 돌아오지 않아 벌집에 남아 있던 여왕벌과 애벌레가 폐로 죽는 현상이다. 군집붕괴현상은 현재 진행형이다. 국내에서는 2010년 이

래로 동양종Apis Cerana, 토종벌이라고 부르는 벌군이 약 75% 사라졌다(출처 : 농촌진흥청, 2014)

벌이 사라진 이유는 다양하다. 농약의 과다 사용, 기후변화로 인한 꽃의 개화시기 불일치, 밀식사육에 의한 전염병 등. 특히 농약 등 자연계를 오염시킨 화학성분은 꿀벌의 신경계를 교란시켜서 자기 집을 찾아가지 못하게 만들며 벌집이 붕괴되는 일이 벌어진다. 이를 해결하기 위해 국내외 과학자들이 연구를 거듭하고 있지만 완벽한 해결책을 찾지는 못한 상태이다.

### 도시양봉의 등장

Out of Sight, Out of Mind! 우리의 먹거리를 책임지고 있는 벌들이지만 눈에 잘 띄지 않는 작은 곤충이기에 우리의 관심 밖에 있는 경우가 많다. 이런 중요성과 위기 상황을 더 많은 이들에게 알리기 위해 도시에서 벌을 키우는 활동이 증가하고 있다. 일명 도시양봉이다.

이 어울리지 않는 조합에 사람들은 고개를 갸우뚱 한다. 그리고 이런 의문이 피어오를 것이다. 도시에서 벌을 키운다니 그게 가능해? 벌이 쏘면 어떻게 하지? 벌이 버려진 음료수나 아이스크림 등 지저분한 걸 먹고 오는 건 아닐까? 등등. 꼬리에 꼬리를 무는 질문에 답하기 전에 해외에서는 1990년대 후반부터 성행한 도시양봉을 살펴보자.

도시양봉은 벌이 사라지는 걸 알리기 위한 목적으로 처음 시작되었다. 도시양봉은 단순히 꿀을 생산하기 위한 목적이 주가 아니라는 말이다. 처음엔 벌이 사라지는 걸 알리기 위한 목적이었다면, 최근 연구된 자료에 의하면 도시에서 벌을 키우는 것만으로도 도시생태계가 개선되는 효과가 있다고 한다. 도시양봉 1곳이 생기면 벌의 활동반경인 약 4km<sup>2</sup> 내에서 꽃의 발화율이 20% 정도 증가한다고 한다. 그 덕분에 곤충과 작은 새가 도시로 더 유입되고 자연스레 도시생태계가 나아지는 효과가 있다고 한다. 우리에게 달콤한 꿀만 주는 게 아니라 곤충과 새에게는 쉼터도 제공하는 것이다.

도시양봉이 활발한 도시는 어디일까? 뉴욕, 런던, 파리, 멜버른, 도쿄 등 우리가 잘 알고 있는 대부분의 도시에서 이미 활발하게 도시양봉을 진행하고 있다. 그중 가장 활발한 런던을 보면 약 2만 명의 도시양봉자가 활동하고 있고 3,300곳의 도시양봉장이 조성되어 있다. 벌통이 설치된 장소도 백화점, 호텔 등 예상을 뛰어넘는 곳들이다. 영국의 포트넘 앤 메이슨백화점에서 수확된 꿀은 매년 영국 여왕에게 선물로 보내지며, 없어서 못 팔 정도로 인기가 높다. 미국 백악관에서도, 일본 총리 관저에서도 벌은 건강하게 잘 크고 있다. 파리의 오르세 박물관, 영국의 빅벤, 호주의 오페라하우스 등 도시를 상징하는 장소에서도 우리의 벌들은 자라고 있다.

어반비즈서울 공공기관과 기업 등이 오픈한 공간에서 벌을 키워 꿀을 수확하고, 일반 대중을 대상으로 한 양봉 교육 및 체험 프로그램을 운영 중이다. 서울시 한강사업본부, 아모레퍼시픽, 현대카드, 노보텔 앱어서울 호텔 등이 이들과 함께 도시양봉을 진행 중이다. urbanbeesseoul.com

## 세계 커피 시장 가격을 좌우할 브라질 2018/19 생산 전망

브라질은 누가 뭐래도 커피 생산과 수출에 있어 전 세계 리더이다. 그렇기 때문에 브라질 커피 생산과 관련된 뉴스는 언제나 커피 시장 전체를 흔들 정도로 영향력이 크다. 올해 브라질 수확 현장은 빅 뉴스가 나올 거라는 전망이다.

산토 안토니오 도 암파로의 고원에 올라 지평선까지 펼쳐진 커피 경작지를 들려본다. 하늘에는 구름 한 점 없다. 브라질은 지금 계절상 거울을 지나고 있고(6~9월) 비가 없는 건기이다. 나의 동료이자 농업학자이며 사망바이아 농장의 총감독을 맡고 있는 파브리시오 안드레이드는 커피 수확 절정기에 비가 오지 않음을 얼마나 감사하고 있는지 모른다. 비가 내리면, 심지어 여러 날 비가 내리더라도 한다면 생산 계획은 물론 커피 품질에 타격을 입기 때문이다. “올해는 정말이지 날씨가 큰 도움을 주고 있어요. 비가 와야 할 때 충분히 온 데다 고르게 내리기도 했죠. 그래서 올해 커피 품질에 대한 기대가 큽니다.”

### 아라비카 생산량이 30% 증가한다면 신기록

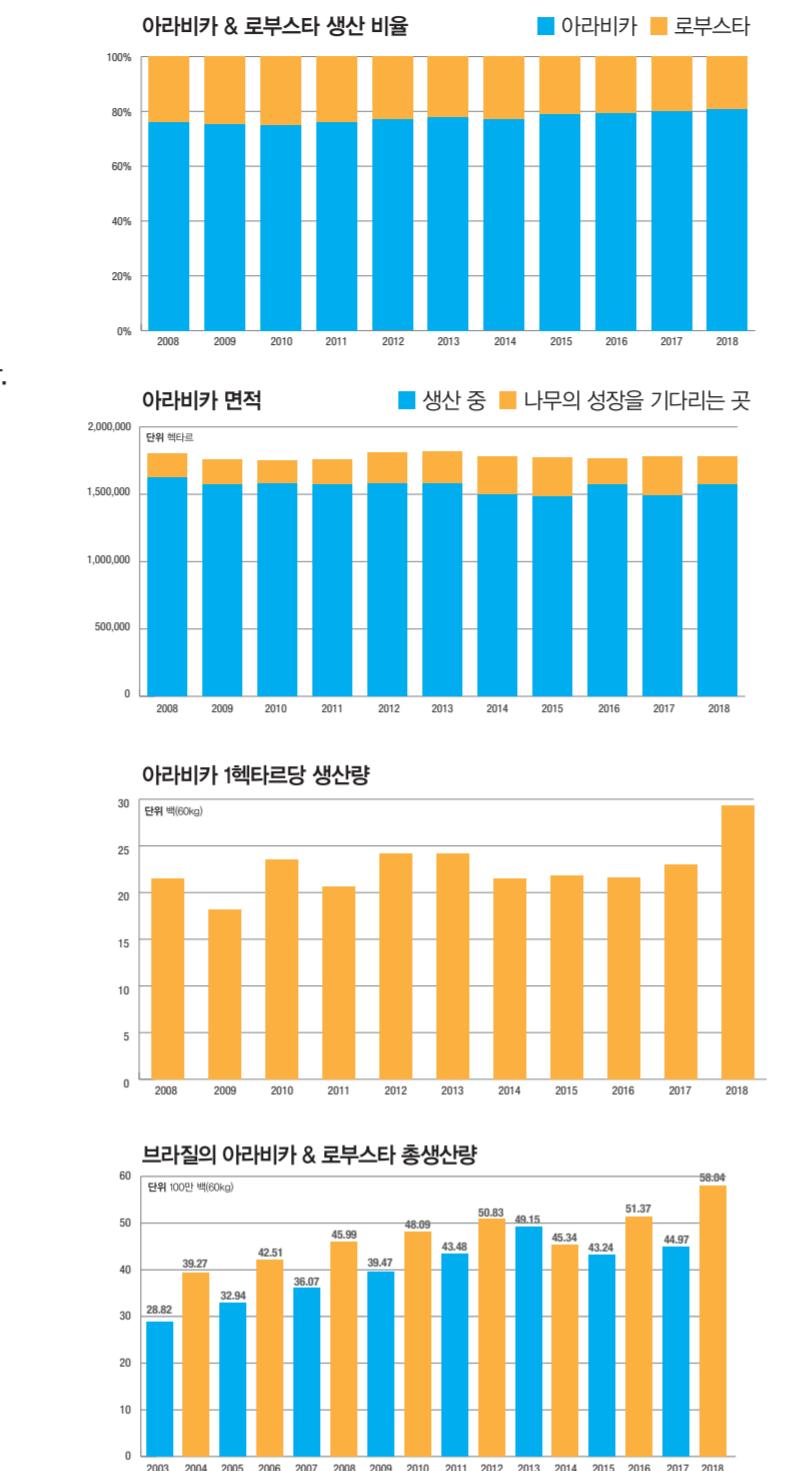
2018년 브라질 커피 수확량이 증가할 것이라는 예측은 연초부터 나오기 시작했다. 커피나무도 한 해 걸러 한 해 결실이 많기 때문인데, 올해 아라비카가 그해에 해당한다. 그런데 개화기가 지나고 브라질 농업단체인 CONAB와 국제 분석가들이 내놓은 전망은 아라비카(브라질 생산량의 4분의 3을 차지)의 경우 2017년 대비 무려 30%에 달하는 수확량 증가가 예상된다는 것이다. 로부스타도 수확량이 증가하기는 마찬가지. 국제 커피 시장은 술렁이기 시작했다. 만약 그대로 된다면 세계 커피 시장 가격은 요동칠 것이고, 브라질 커피는 생산량 신기록을 세울 것이다. 8월 현재 수확이 아직 진행 중이어서 최종 집계가 나오지는 않았지만 브라질 내 많은 산지들이 예년보다 수확량이 훨씬 높다고 보고하고 있다. 이것이 곧 새로운 기록으로 이어질지 모두 지켜보는 중이다.

### 커피 품질도 예년에 비해 높아

양과 질이 꼭 동반되는 것은 아니다. 다만, 품질과 연관이 있는 물리적 요소 중 하나인 생두 크기 Screen Size는 생산량이 증가할 때 평균적으로 함께 증가하는 경향이 있다. 문제는 이렇게 예상치 못한 양적 증가는 농장의 가공과정에 무리를 준다는 점이다. 특히 스페셜티 커피의 경우 수확한 당일 가공에 들어가는 것이 철칙인데, 수확량 증가로 인해 가공이 지연될 수 있는 등 품질 관리에 어려움이 가중된다. 올해 농장들은 수확기 이후에도 계속해서 가공에 전념해야 할 것으로 예상되며, 이때 건기가 잘 지속되어주길 바랄 뿐이다.

여러 커피 랩에서 올해 수확분에 대한 커피 결과가 나오고 있다. 역시 커피 품질이 평균 수준보다 높다는 낙관적인 소식이다. 그런데 브라질은 이미 지난 몇 년간 꾸준하게 품질 향상을 보여왔기 때문에 그 이상의 품질을 보여줄 것인지, 조금만 더 기다려보자. 글 알란 보트렐

알란 보트렐Allan Botrel은 프랑스에서 경제학을 공부하고 브라질 스페셜티 커피협회BSCA에서 5년간 일하였다. 현재는 테라로사의 주거래 농장인 시암바이아 농장에서 품질 관리자로 일하고 있으며, 작은 커피 농장을 소유한 농부이기도 하다.



일본, 런던, 그리스 올리브 대회 국제심사관인 조니 매지 @Emanuel Tetto



세계적으로 가장 유명한 올리브오일 품평대회는 3곳이다. 뉴욕 국제 올리브오일 품평대회New York International Olive Oil Competition(NYIOOC)와 유럽의 런던대회London International Olive Oil Competition(London IOOC), 그리고 아시아의 일본 올리브오일대회Olive Oil Competition by Japan Olive이다. 이들의 공동점은 모두 국제 올리브 기구International Olive Council가 주최하는 ‘마리오 소리나 품질대회Mario Solinas Quality Award’의 심사 기준을 따른다는 것. 마리오 소리나 대회는 1993년부터 2000년까지 국제 올리브 기구가 이탈리아 마리오 소리나 박사에게 요청해 올리브오일 품질 평가를 위한 화학적, 감각적 평가 기준을 마련한 것으로, 많은 대회들이 이 기준에 따라 샘플 준비 및 평가를 진행한다.

### 농부들의 준비

농부들이 품평회에 수확물을 출품하려면 샘플을 준비해 개최지로 보내야 하는데, 우선 ‘엑스트라 버진 올리브오일’이라야 한다. 즉, 농부들은 오일을 착즙하면 각자 테스트 기관에 의뢰해 산도(0.3~0.8%)와 폴리페놀 함량 등을 분석하여 엑스트라 버진에 적합한지 확인하고, 500mL 혹은 750mL 병에 담아 참가 신청서 및 참가비(약 250~300유로)와 함께 개최지로 발송한다. 농부들에게 대회 참가는 곧 판매와 직결되기 때문에 참가농장들은 대개 샘플과 동일한 오일을 최소 2,000~3,000L 이상 보관하고 있어야 한다.

### 관능평가, 아로마부터 톡 쏘는 느낌까지

평가위원회는 대회 한두 달 전에 샘플 접수를 마감하고, 받은 샘플은 모두 랩으로 보내 다시 성분을 분석한다. 인체에 해로운 성분이 들었는지는 물론, 올리브오일이 최초 치료 목적으로 사용되었던 만큼 건강 관련 성분 분석도 진행한다. 국제 기준에 적합한 엑스트라 버진 올리브오일로 판명되면 국제 심사관들의 관능 평가 테이블에 오르게 된다. 올리브오일의 관능 평가는 크게 3가지로 나누어진다. 아로마Aroma, 쓴맛Bitterness, 톡 쏘는 느낌Pungency.

아로마는 신선도 혹은 올리브 열매의 성숙도와 연관이 깊다. 이를 ‘Fruity’로 표현하는데 실제 과일 풍미가 난다기보다 갓 수확한 채소나 과일에서 올라오는 신선도를 이렇게 묘사한다. 국제 올리브 기구가 제시한 관능 평가 기준은 이 부분을 다음과 같이 좀더 폭넓게 평가하기도 한다. ‘Fruity’를 ‘Green Fruitiness, Ripe Fruitiness’로 나누어 완전히 잘 익은 올리브에서 느껴지는 신선함(Ripe)과 약간 덜 익은 열매에서 느껴지는

신선함(Green)을 아예 다른 범주로 구분하고 각각에서 느껴지는 정도를 강약에 따라 ‘Robust Fruitiness (m>6), Medium Fruitiness(3<m<6), Delicate Fruitiness (m<3)’로 나눠 평가한다.

아로마 다음으로 맛을 평가한다. 올리브오일을 한 모금 입안에 머금고 혀로 이리저리 굴리면서 오일에서 올라오는 다채로운 플레이어와 쓴맛, 톡 쏘는 느낌을 함께 평가한다. 오일 속 폴리페놀 성분이 다른 요소들과 섞이면서 매우 느낌과 쓴맛으로 감지된다.



### 수상작 발표일, 뉴욕 세프들도 모여들어

대회마다 수상 기준이 다소 다르다. 또, 수상작의 접수를 공개하지는 않는다. 마리오 소리나 대회의 수상 기준은 70점. 수상작에 이름을 붙이지는 않는다. 뉴욕대회는 고득점 수상작부터 ‘The Best, Gold, Silver’로, 런던대회는 ‘Platinum, Gold, Silver, Bronze’로, 일본대회는 ‘Premier, Gold, Silver’로 구분한다. 이중 런던대회는 흥미롭게도 품질Quality Olive Oil, 건강Healthy Claim, 디자인Design Olive Oil으로 나누어 진행한다. 품질 관련은 말 그대로 다른 대회와 마찬가지로 품질 평가 위주로 진행되며, 건강 파트는 세밀한 성분 분석을 통해 건강 관련 기능을 평가하며, 디자인 파트는 오일병이나 캔 등의 가능성과 디자인을 함께 평가한다.

품평회 마지막 날, 모두가 기다린 결과를 발표한다. 또 시상식 전후로 후보작으로 올라온 오일을 전시하고 시식을 마련하여 생산자와 소비자 간의 거래를 유도하며, 일반인들의 참가도 가능하다. 특히 뉴욕대회는 뉴욕에 있는 유명 식당들의 오너와 세프들이 대부분 참가할 정도로 품평회에 대한 미식업계의 관심이 매우 높음을 알 수 있다. 다음 호에서는 대회 심사관들의 선별 기준과 이들의 대회 진행을 위한 훈련법에 대해 알아본다. Ⓜ

글 이윤선(그린빈 바이아) 사진 NYIOOC, London IOOC

## 아로마부터 톡 쏘는 느낌까지 올리브오일 품평대회



2018 런던 대회 패키지-용기 부문에서 플래티넘을 수상한 그리스 크레타 섬의 파미코 오일



## 베이커리, 2막을 올리다

테라로사가 베이커리를 시작한 지 15년이 지났다. 그동안 한국의 베이커리 시장도 큰 변화를 맞았다. 우리가 걸어온 스페셜티 커피 여정을 베이커리에 대입해보니 새로운 세계가 펼쳐진다.

이제 2막을 시작하려 한다.



지난 10년간 한국의 베이커리 시장은 커피 시장 못지 않게 양적 성장과 품질의 발전을 이뤄왔다. 재미있는 사실은, 대한민국 시장에서 커피와 빵의 발전 경로는 어려면에서 비슷하다는 것이다. 불과 20여 년 전까지만 해도 슈퍼마켓에서 구입해 먹던 커피(물론 인스턴트다)는 이제 골목마다 자리 잡은 커피숍으로 대체되고 있다. 베이커리도 그렇다. 슈퍼마켓 진열대에서 고르던 빵이 전문 베이커리에서 구워내는 신선한 제품들로 대체되고 있다. 커피 시장이 신선하게 갓 볶은, 혹은 갓 내린 커피 한 잔으로 신선도와 품질을 향해 가고 있다면, 베이커리는 밀가루부터 직접 반죽해서 구운 신선한 빵으로 새로 운 길을 찾아가고 있다.

테라로사베이커리도 이러한 격변의 시기를 거치고 있다. 베이커리를 처음 시작한 것이 2003년, 당시 지방에서 구하기 어려운 재료들도 사용했기 때문에 일주일에 한두 번씩 서울에서 필요한 재료들을 사 나르며 '당일 생산, 당일 판매'를 원칙으로 베이커리를 시작했다. 외부 전문가들의 도움을 받기도 하고 자체적인 훈련과 개발을 통해 제품을 선보이고 품질을 관리해 갔다. 같은 시기 한국의 베이커리 시장에는 큰 변화와 다양화가 일어났다. 가맹 형태의 베이커리들이 서울과 지방을 가리지 않고 급속하게 늘어났으며, 시장이 확대되자 2010년 이후 서울을 중심으로 한 대도시에는 새로운 베이커리들이 나타나기 시작했다. 이들은 밀가루부터 다루기 시작했다. 스페셜티 커피 초기에 로스터들이 직접 갓 볶은 커피를 품질의 대명사로 어필한 것처럼, 이들도 빵의 주 재료인 밀가루를 고르고 이를 직접 반죽하여 빵을 구웠다. '천연 발효, 유기농, 우리밀' 등의 개념이 본격적으로 시장에 나타난 것도 이들의 품질에 대한 고민에서 나온 것이다.

테라로사도 지난 15년간 베이커리를 지속하며 제품의 정체성을 대한 고민을 해왔다. 맛의 기본은 무엇인가, 품질이란 무엇인가 끊임없이 질문을 던지며 어디에서부터 맛이 시작되고 완성되는가, 근본으로 되짚어가기 시작했다.

### 발효에 초점을 맞추다

빵과 커피는 서로 닮았으면서도 다르다. 우선, 둘 다 농작물로 만들고 그래서 신선도가 중요하다는 점이 닮았다. 또, 둘 다 우리나라에서는 잘 재배되지 않는다는 공통점이 있다. 커피는 기후 때문에, 밀은 품종 때문에 산지에서 수입해야 한다. 그런데 산지의 중요도가 차지하는 비중이 서로 다르다. 커피는 재배에서 수확, 가공에 이르는 전 과정에 농부의 정성을 필요로 한다. 맛있는 커피 한 잔을 맛보기 위해서는 산지 농부들의 역할이 크다. 그런데 빵은 제아무리 고품질 밀가루라 하더라도 제빵사에 의해 맛과 품질이 마무리된다. 반죽 후 일어나는 발효라는 과정 때문이다. 물, 밀가루, 소금이 섞여 대기 중 미생물과 만나 일으키는 그 반응을 다루기가 까다로워 제아무리 전문가라 하더라도 정답이 없다는 게 정설일 정도다. 특히 외부 환경, 즉 발효가 일어나는 곳의 온도와 습도에 따라 미생물의 활동이 달라져 발효 시간과 정도를 정확하게 예측하기는 어렵다. 특히 우리나라처럼 사계절이 다르고 여름과 겨울의 온습도 차이가 많이 나는 곳에서는 발효를 안정적으로 유지하는 게 큰 숙제이다. 이처럼 천연 발효로 완성도 높은 빵을 만들기가 어렵다. 그럼에도 효율적인 이스트를 뒤로하고 '천연 발효'에 더욱 애착을 가지는 제빵사들이 늘어나고 있다. 커피가 뷔이는 과정을 통해 본연의 맛과 향을 찾아가는 것처럼 빵은 발효에서 그 본연의 품미를 이루기 때문이다.

그렇게 우리는 반죽의 발효에 초점을 맞추게 되었다. 이스트 대신 반죽과 미생물의 상호작용을 통해 완성되는 그 품미를 우리 빵에 담고자 했다. 발효를 일으키는 발효종을 둘러싸고 혹자는 과일즙을, 혹자는 꿀을 쓰는 게 답이라고 했지만, 우리는 변해가는 계절과 날씨 앞에서는 특별한 레시피도 무용지물이라는 걸 깨달았

다. 그래서 우리는 좀 더 근본적인 물음을 던졌다. 발효의 시작이 반죽이고 반죽의 주재료는 밀가루, 물, 소금이 거의 전부인데 밀가루의 품질은 괜찮은 걸까? 물은 문제가 없는 것일까? 소금의 양과 종류는 적절한가?

### 밀에 대한 공부를 시작

밀과 밀가루에 대한 지식은 방대했다. 서로 다른 생산지, 수천 가지 밀 품종, 그리고 산지마다 품종마다 갖고 있는 저마다의 올바른 쓰임 등등. 우리는 지금껏 이 모두를 그저 '밀, 밀가루로 불리웠지만 이 두 단어 안에는 알지 못했던 넓은 세계가 존재하고 있었다. 밀 생산지와 생산량을 살펴보면 단독 국가로는 중국이 1위이다. 그 다음이 인도, 러시아, 미국, 프랑스 순인데, 1, 2위인 중국과 인도산 밀은 글루텐 함량이 적어 빵용으로 적합하지 않은 품종들이다. 반면 빵용으로 최고로 꼽히는 것은 프랑스산, 미국은 밀을 품종 개발할 때 대량생산에 초점을 맞춰 진행해왔고, 프랑스는 양보다는 빵에 적합한 품질 위주로 품종을 개발했기 때문이다. 또, 밀은 전 세계 모두가 다 같이 소비하기 때문에 대규모로 거래되는 상업용 작물이다. 이런 작물들은 대부분 선물 시장에서 거래되기 때문에 유통 과정이 길고 복잡하다. 농산물임에도 불구하고 '재료의 신선도', 즉 언제 생산하고 언제 제분했는지, 언제부터 유통기한을 잡는지 등에 민감하지 않다. 프랑스산 밀가루가 다른 지역 밀가루보다 품질이 높을지는 몰라도 수확 시기, 제분 시점, 품질 유지 기한에 대한 정확한 정보를 추적하기란 어렵다. 그래서 우리는 커피와 같이 생산 이력 추적이 가능한, 그리고 품질을 담보하는 밀을 찾아 프랑스 농가로 출발했다. 다음 호에서는 전 세계 밀과 프랑스 밀에 대해 좀더 자세히 들여다보자. Ⓜ 글 기획팀



### INFO 빵의 품질을 평가하는 5가지 요소

#### 비삭함 Crust

제대로 만든 빵의 표면을 자세히 들여다보면 매우 복잡한 모양을 띠고 있는데, 이것이 바삭한 식감으로 이어진다. 또 표면 색이 금빛이 되는 갈색이나 밝은 금빛이라면 빵 껍질이 매우 다채로운 품미를 갖고 있을 가능성이 높다.

#### 공기주머니 Air Pocket

빵을 밀기루 안에는 단백질 성분인 글루텐이 함유되어 있는데, 빵을 구우면 공기주머니로 표현된다. 반죽이 지나치게 발효되거나 반대로 발효가 잘 되지 않아면 빵 속에서 공기주머니를 볼 수 없다. 빵을 갈랐을 때 공기주머니 모양과 크기가 다채로울수록 완성도가 높다.

#### 윤기 나는 속 Glossy Interior

모든 빵에 나타나는 현상은 아니지만 잘 만들어진 빵의 내부는 대부분 악간은 촉촉하고 윤기가 흐른다. 빵을 누르면 다시 본래 모양으로 돌아온다.

#### 풀미 Flavor

빵의 품미는 맛으로만 전달되는 것은 아니다. 빵의 단면에서 은은한 아로마를 맡을 수 있다면, 이는 좋은 빵의 기준이 된다. 향이 다채로울수록 좋은 빵이다.

#### 여운 Finish

잘 만들어진 빵은 씹을수록 좋은 품미가 올라온다. 특히 자연 단맛을 어운으로 남기는 빵이라면 매우 잘 만든 빵이라 할 수 있다.

