

"어제 하루만 4개국을 다녔죠. 새벽 1시에 인도 뉴델리에서 출발해 싱가포르에서 아침 미팅을 했고, 점심은 홍콩에서 먹었습니다. 그날 저녁 한국에 도착했고요." 1년에 다섯 번 정도 있는 일이라지만 터브먼 아시아 모건 파커 대표의 삶은 코스모폴리턴의 그것을 보는 것만 같다. 지난 12년간 아시아 7개국에서 생활했고, 아시아에서 진행 중인 프로젝트를 위해 유럽과 미국의 건축가, 그리고 관계자들과 함께 일하고 있으니 말이다.

그가 아시아 소비자의 변화에 민감한 것은 그래서 당연해 보인다. "아시아는 눈부사게 변했습니다. 럭셔리한 이제 명품을 소유하는 것만이 아닌 특별한 경험이라는 의미로 받아들여지고 있습니다. 이를테면 특별한 여행이나 차별화된 스타와 서비스, 최고급 식재료 럭셔리가 되는 거죠. 두 번째는 더욱 수준 높은 서비스를 요구하고 있다는 겁니다. '내일 런던에 갈 건데 런던에서는 이 제품 가격이 얼마예요?' 라고 손님이 묻는 거죠. 야기도 중요한 이슈입니다." 송도국제업무단지에서 들어설 프리미엄급 쇼핑센터를 개발하게 된 계기도 이런 변화 때문이라고 했다. 미국계 쇼핑을 전문 개발 업체인 터브먼센터의 자회사 터브먼 아시아의 첫 프로젝트인 이 쇼핑센터는 11만㎡의 규모에 백화점, 150개의 전문 브랜드, 대형 마트, 멀티플렉스 영화관, 아이스크림 등이 들어서는 복합 쇼핑 엔터테인먼트 공간이다. "국제적 수준의 한국 소비자들이 국내에서 경험할 수 없었던 쇼핑 환경을 제공하려 합니다." 홍콩의 럭셔리 플레이스, 도쿄 미드타운의 확장된 모습이라고 생각하면 된다.

"세계적인 건축가 다니엘 리베스킨드가 디자인한 공간은 마치 강이 흐르는 것 같은 흐름이 느껴질 겁니다. 독일 베를린 유대인 박물관과 9.11 테러로 무너진 세계무역센터 자리에 들어설 프리딜타워 설계처럼 영감을 주는 공간을 창조하는 것이죠." 이미 건축가 렌조 피아노, 노먼 포스터 등과 함께한 작업을 통해 그는 공간을 이용할 사람들의 다양한 심리와 욕구를 이해하는 법을 배웠다고 했다. "송도 프로젝트를 예로 들어볼까요? 프라이빗한 서비스를 원하는 이들을 위해 별도의 프라이빗 공간에 브랜드 스툴을 입점시키고, 넷 및 카빙 서비스도 제공할 겁니다. 쇼핑을 하지 않더라도 아름다운 예술 작품을 감상하거나 건축물 자체의 공간 디자인을 체험할 수 있죠."

쇼핑을 외에도 집과 오피스 빌딩 등 각기 다른 성격의 공간을 개발해왔지만 그는 쇼핑을 개발이 가장 핵심이라고 말한다. 그만큼 예측적인 일이라는 의미일 것이다. "집을 짓는 게 하사 학위라면 쇼핑을 개발은 박사 학위죠. 미래의 세 후손들에게 남기질, 50~100년 동안 지속될 유형의 자산입니다. 책임감이 크죠." 작은 도시를 만드는 것 같다면 그, 몇 십년이 지나도 아름답게 빛날 코스모폴리턴의 공간이 그가 꿈꾸는 비전이다. ◆



모건 파커, 호주 태생의 법학도였던 그는 모건 스타 리 부사장, 아케미 은행 중역을 거쳐 '유형의 자산'로 사회에 공헌할 수 있기에 부동산 개발에 뛰어들었다. '한재 마이크로에서 진행 중인 대형 프로젝트를 포함해 향후 10년 안에 아시아에 터브먼 센터의 럭셔리한 쇼핑을 10개를 개발하는 것이 그의 비전이다.'

코스모폴리턴의 공간 감성

지난 한 해 해외 채취 일자만 251일, 터브먼 아시아의 모건 파커(Morgan Parker) 대표는 세계 곳곳을 다니며 독특한 건축물을 직접 편람에 담는다. 그의 다음 피사체는 2010년 송도국제업무단지에 들어설 프리미엄급 쇼핑센터다. 코스모폴리턴의 삶을 새롭게 건축하겠다는 포부다. www.tdmj.com | 사진 | 김진표