



[산업동향] 캐나다판 K-MILK 인증 확대 추세

- 락탈리스社, 자사제품에 추가로 'Blue Cow' 인증로고 부착 결정



캐나다판 K-MILK 사업인 'Blue Cow' 인증 제품이 확대되고 있다.

'Blue Cow' 로고는 자국산 유제품 소비 확대를 위해 캐나다낙농가협회(DFC)가 2016년 시작한 사업으로 100% 고품질의 영양가 높은 캐나다산 원유를 사용한 제품에 한해 부여된다. 이에, 캐나다 소비자 10명 중 8명이 이 로고를 인지하고 있으며 인증 제품들에 대해 신뢰도가 높고 긍정적인 평가를 하고 있는 것으로 나타났다.

이러한 가운데 지난 2018년 처음으로 'Blue Cow' 로고를 도입해 현재 수백개의 우유, 크림 및 치즈 제품에 인증 마크를 부착한 락탈리스 캐나다지사사가 추가로 55여개의 요거트 제품에 이를 부착하고 디지털 광고와 매장 내 디스플레이 및 안내 배너를 통해 적극 홍보할 계획임을 밝혔다.

이와 관련해 DFC 회장은 "캐나다의 최대 유업체 중 하나인 락탈리스가 'Blue Cow' 인증 제품을 확대함에 따라 캐나다산 원유에 대한 소비자들의 신뢰도를 향상시키고 고품질의 원유를 생산하기 위해 노력하는 낙농가들은 물론 가공업자와 소매업자들의 노고를 인정받게 될 것"이라 전했다. <출처 : foodincanada.com, 2월 16일자>

[낙농생산] 英 낙농가, 젖소만을 위한 뮤직 페스티벌 개최

- 유명 뮤지션 초청...젖소 스트레스 완화 및 원유 품질 향상 목적



영국의 한 낙농가가 사람이 아닌 젖소를 관중으로 뮤직 페스티벌을 개최해 화제다.

지난해 도셋 서부지역에 처음 설립되어 유기농 우유를 생산해 자판기를 통해 서만 제품을 판매하고 있는 이 낙농가는 살충제를 사용하지 않은 유기사료를 급여하고 하루에 단 한 번만 착유하는 등 원유 품질은 물론 동물복지 향상을 위해 힘쓰고 있다.

이러한 가운데, 최근 젖소들의 스트레스를 완화시키고 원유 품질을 향상시키고자 음악을 들려줘야겠다는 생각에 세계적인 록밴드 롤링스톤즈와도 공연한 경험이 있는 지역의 유명 뮤지션을 초청해 젖소만을 위한 연주를 준비하고 대중들이 직접 선곡한 곡들로 뮤직 페스티벌을 진행했다.

젖소만을 위해 연주한 뮤지션은 "처음 제안을 받았을 때 다소 황당한 메시지라 무시하려고 했으나 목장주가 젖소들을 진심으로 대하는 모습에 감명 받았으며, 실제로 연주를 시작했을 때 젖소들이 음악이 들리는 곳으로 모여드는 등 '즐기는 듯한' 모습을 보였다"고 말했다. < 출처 : devonlive.com, 2월 13일 >

위 내용은 세계낙농동향을 전파하기 위해 해외 낙농사이트에서 뉴스를 발췌해 번역한 것으로 낙농진흥회의 공식입장과 다를 수 있음을 알려드립니다. 또한, 위 내용을 기사 작성시 활용할 경우에는 출처를 표기해 주시기 바랍니다.