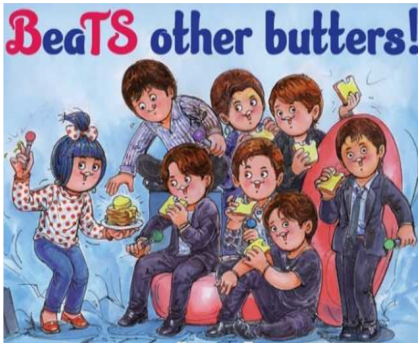




[마케팅] 인도 유업체 아몰(Amul), BTS 활용 마케팅 선보여

- 오는 21일 신곡 '버터' 발매 앞두고 이를 활용한 SNS 마케팅 추진



방탄소년단(BTS)이 오는 21일 두 번째 영어 싱글곡 '버터(Butter)' 발매를 앞두고 있는 가운데, 인도 최대 유업체 아몰(Amul)이 이를 활용한 SNS 마케팅을 선보이며 이목이 집중되고 있다.

최근 해당 업체는 BTS의 신곡에 대한 관심이 집중되자 유제품 '버터'의 동의어인 곡명을 활용한 제품 홍보에 나섰다. 소셜미디어 계정을 통해 공개한 만화에서는 BTS 멤버 7명이 업체의 자사캐릭터인 '아몰소녀'가 제공하는 버터토스트를 즐기는 모습이 담겨있다.

이번 프로젝트는 최근 BTS가 공식 유튜브 채널의 라이브 방송으로 아무런 정보 없이 한 시간 동안 버터 큐브가 녹는 모습을 통해 신곡 발표를 공개하면서 시작되었다.

이에, 해당 업체의 그림이 공개되자마자 인도는 물론 해외 방탄소년단 팬들은 BTS의 세계적인 인기를 증명하는 증거라며 트위터, 인스타그램 등 다양한 SNS 채널을 통해 이를 공유하기 시작했고, 일부 인도 팬들은 방탄소년단과 아몰의 콜라보를 요청하고 있는 것으로 알려졌다. < 출처 : indianexpress.com, 5월 2일 >

[동물복지] 네덜란드 수상목장 동물복지 논란 확산

- 젖소 익사사고 발생 우려에 동물보호 단체 반발



네덜란드 로테르담에 세계 최초로 선보인 수상목장(Floating Farm)이 동물복지 논란에 휩싸였다.

지난 2019년 첫 선을 보인 해당 목장은 태양광 발전기로 자체 전기를 생산하고, 빗물 수집 장치로 젖소에게 마실 물을 공급하는 등 낙농업이 환경에 미치는 영향을 최소화하고 도심에서 직접 식품을 생산해서 소비자에게 공급하는 도시농업의 한 예로 이목을 끌어들였다.

한편, 최근 이 곳에서 생활하는 젖소들이 물에 빠지는 사고가 연속으로 발생하면서 동물보호 강화를 위해 캠페인을 진행 중인 정당에서 이를 지적하며 목장 운영 허가 철회를 요구하며, 시의회에 강력히 촉구했으나 과반수를 얻지 못한 것으로 알려졌다. 그럼에도 불구하고 지속적인 소셜미디어 캠페인을 진행하면서 이에 대한 동물복지 논란이 확산되고 있는 것으로 나타났다.

이에, 목장관계자는 목장 운영방식에는 아무런 문제가 없다며 오히려 네덜란드는 물론 유럽에서 가장 동물친화적인 목장일 것이라고 반박했다. < 출처 : dutchnews.nl, 5월 2일 >

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.