

K-MILK, '사랑의 우유보내기운동' 캠페인 펼쳐

커피업계 최초 K-MILK인증 획득한 스타벅스와 공동 진행
매주 월요일, 카페라떼 구입 시 사이즈 업그레이드



커피업계 최초로 K-MILK인증을 획득한 스타벅스와 우유자조금관리위원회가 '사랑의 우유보내기운동' 캠페인을 진행한다.

우유자조금관리위원회(위원장 이승호)는 지난 4월 21일 스타벅스 소공동점에서 스타벅스커피 코리아와 '국산우유 소비확대 및 사랑의 우유보내기운동' 전개를 위한 '공동캠페인 협약식'을 열었다. 이번 캠페인은 4월 24일부터 6월 19일까지 스타벅스 전국 대부분의 매장에서 진행될 예정이다.

스타벅스는 캠페인 기간 중 매주 월요일 카페라떼를 주문하는 모든 고객들에게 사이즈 업그레이드 서비스를 제공하고, 판매금액의 일부를 적립해 소외계층에게 전달한다. 또한 컵 홀더에 홍보스티커를 부착해 스타벅스의 주 고객이자 잠재적 우

유소비층인 20~30대에게 K-MILK마크를 알리고, 주문대와 매장 게시판에 캠페인 홍보 포스터를 비치할 방침이다.

이승호 위원장은 "직접적인 소비촉진활동도 중요하지만 사회공헌사업을 통해 국민들의 공감을 얻는 것 또한 중요하다"며 "우유에 대한 친밀감과 호감도가 높아지면 자연스럽게 국민건강식품으로 자리잡게 될 것"이라고 전했다.

한편, 연간 약 2천만 리터 이상의 국산우유를 소비하고 있는 스타벅스는 모든 혼합 커피 음료 제품에 K-MILK인증제품을 사용하고 있다. 캠페인 기간 동안 약 100만 잔의 카페라떼가 판매될 것으로 예상하고 있으며, 국산우유 소비 촉진을 비롯해 어려운 이웃을 돕는데 큰 역할을 할 것으로 기대하고 있다. 