



The Western European Market

Market Overview

Economic Situation

- Region's GDP close to USD 2.6 trillion (France holding 85%)
- Solid economic development in past five years

Consumer / Retail Market

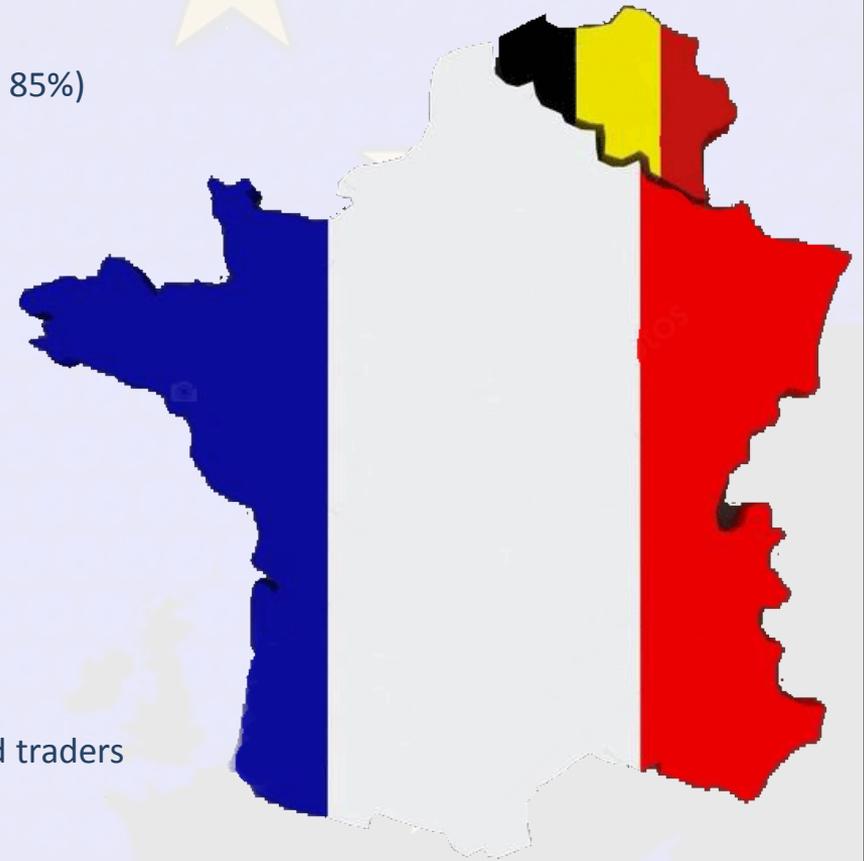
- 50% of customers between 15 and 55 years old
- Consolidated retail and HRI sector

Food Trend

- Health is a dominant driver in the WEU food sector
- Especially in France, food safety is a hot topic
- Sustainability is of growing interest for consumers and traders

Constraints

- USA leaving the Paris agreement for environmental protection
- Trade conflict with unpredictable results





Seafood Market

- Strong seafood market with high consumption
- Volume of seafood sales declined while value increased
- Alaska seafood imports recorded increasing figures
- Salmon showed the strongest growth of all AK species in WEU
- Groundfish did well in France (VAPs still strong in the market)
- Belgium followed decreasing CEU trend for groundfish

- Forecasts are optimistic for seafood in general
- Especially in France, there is resistance against fish farming
- Trade supports Alaska while the restaurant sector remains tough
- Limited cod supply from Alaska affects French market





WEU

Program Highlights

French Retail Promotions

- Cooperate with leading retailers in France
 - Picard / Auchan / Carrefour / E.Leclerc
- Run close to 300 days of POS promotion
- Install information counters in seafood section
- Implement tastings and consumer surveys
- Shelve hangers to identify Alaska products
 - Pink (whole), Keta (steaks), Pollock (breaded)
- Combined with customer competition
- Focus on “How to identify Alaska products”

- Reported sales value of more than USD 1.1 million
- Total ASMI contribution of USD 70.000
 - Return on investment of 1 : 1.571
- High visibility of the Alaska origin in the stores
 - ASMI logo featured on packaging





Program Highlights

New Influencer Cooperation

- New Media approach in December 17 & March 18
- Respond to the booming online communication
- Take advantage of new influencers in WEU
- Work with leading bloggers, vloggers & journalists
 - Implement education workshop about Alaska
 - Run cooking competition with AK products
- Use Keta salmon and Alaska pollock
 - Highlight FAO 67 to identify product in retail
- Convince influencers and turn into promoters
- Benefit from reach of new media spokespersons
- Combined, participants count over 10 million followers
- Inform about available species and product forms
- Educate about Alaska and sustainable fishing
- Highlight culinary potential and nutritional benefits





WEU

Program Highlights

French Restaurant Campaign

- Cooperate with integrated restaurant chain Flunch
 - Highlight Alaska seafood portfolio
 - Flunch Christmas Alaska menu
 - Be present in 250 affiliates for 31 days (7,750 total)
 - Introduce Keta salmon as holiday special
 - Promotion supported through Alaska image video
-
- Sales value of USD 2 million
 - ASMI contribution of USD 15.000
 - Return on Investment of 1 : 14,666
 - ASMI logo as sign of origin on menu



INCLUS DANS

LE f MENU DES FÊTES

**FILET DE SAUMON SAUVAGE
SAUCE AU BEURRE BLANC**

**8 €95
PRIX SEUL**





WEU

Program Highlights

Doctor Office Campaign

- Promotion ran from March through May 2018
- Core topics were nutrition and health benefits
- Inform how to find and recognize Alaska in retail
- Provide tips for easy preparation of AK seafood
- Connect Alaska with the concept of an active lifestyle
- Establish Alaska as healthy food in consumer's minds
- Simultaneously in France, Poland and Germany
- WEU distribution in 2,500 doctor's waiting rooms
- Reported reach of 1.5 million patients in three months
- Targeted all customer (ages /cultural backgrounds)
- Built the foundation for campaigns in WEU & CEU



QUE CONTIENT LE COLIN D'ALASKA ?

Le profil nutritionnel du colin d'Alaska est très favorable : avec moins de 1% de gras, il est l'ingrédient idéal pour cuisiner léger et suivre un régime pauvre en matières grasses. Parallèlement, il est une grande source de protéines, de minéraux et d'acides gras oméga 3 essentiels.

Acides gras oméga 3 :
333 mg

Magnésium :
37 mg

Potassium :
364 mg

Sel :
166 mg

Valeurs nutritionnelles pour 100 g *
Calories : 74 kcal / 314 kJ
Matières grasses : 0,8 g
Protéines : 16,7 g

FAITES-VOUS PLAISIR AVEC LES PRODUITS DE LA MER !

Le colin d'Alaska a une chair très tendre au goût délicat : il est donc le poisson idéal pour les débutants... à savoir les enfants et les adultes qui n'aiment pas (encore) le poisson.

Pouvant être cuit de nombreuses manières, le colin d'Alaska se marie parfaitement à de nombreux légumes et herbes fraîches. Il s'accompagne aussi très bien de pommes de terre, riz et pâtes, et peut être dégusté poêlé, en grain ou même émietté sur une salade.

À la sortie du congélateur, il contient autant de nutriments que lorsqu'il vient d'être pêché. Il suffit de le rincer, de le sécher délicatement et de concocter un plat familial savoureux.

La cuisson au four est simple et parfaitement adaptée au colin d'Alaska. Si vous préférez le poêler, une faible quantité d'huile (de colza ou de tournesol par exemple) suffit pour obtenir un plat léger et délicieux.

Retrouvez d'autres succulentes recettes légères et saines ainsi que plus d'informations sur Alaska Seafood Marketing Institute.

www.alaskaseafood.eu
Facebook : [AlaskaSeafoodFrance](https://www.facebook.com/AlaskaSeafoodFrance)

ALASKA SEAFOOD-MARKETING INSTITUTE
100 rue Marcellin & quai de la gare de
Düsseldorf 24 - D-20311 Bonn / Germany
Tél : +49 228 943070
Courriel : seafood@alaskaseafood.eu
Consultez en relation commerciale avec la France :
M. Bruno Courard - Courriel : bruno@aligo-consulting.com

DURABLE - SAIN - DÉLICIEUX GARDEZ LA FORME AVEC LE POISSON SAUVAGE D'ALASKA

MANGER PLUS DE POISSON POUR SE SENTIR MIEUX

Le poisson est un aliment sain par excellence : pauvre en gras, il contient de nombreux acides gras essentiels, des protéines très digestes, des vitamines et des minéraux, qui font de lui un fournisseur de nutriments idéal. Qu'il s'agisse de poissons maigres comme le colin d'Alaska ou de poissons gras comme le saumon sauvage d'Alaska qui contient une quantité particulièrement élevée de bons acides gras oméga 3, les produits de la mer d'Alaska sont toujours le bon choix.

En outre, lorsque vous utilisez des produits d'Alaska, vous pouvez être sûr qu'ils proviennent de la pêche durable. Ils sont identifiés sur leur emballage par des labels de durabilité comme le programme Alaska Responsible Fisheries Management (RFM) approuvé par la OSSI ou le logo Marine Stewardship Council (MSC), ou encore par la mention « FAO 87 » qui fait référence à la zone de pêche du Pacifique Nord-Est. Dans ces eaux, aucune espèce n'est victime de sur-pêche afin de préserver l'équilibre naturel.

ALASKA SEAFOOD
Sauvage, Naturel & Durable®
www.alaskaseafood.eu



New Activities

Picard Origin Campaign

- Cooperate with French retailer Picard
 - Leading specialist for frozen food products
 - Develop image film about Alaska origin
 - Promotion clip will be featured in 950 affiliates
 - Combined with POS information materials
 - Highlight Alaska origin and FAO 67
 - Showcase versatility of Alaska fisheries
 - Focus on “wild” and natural character
 - Spread through social media channels (own and Picard)
-
- Educate consumers about available products
 - Inform how to identify Alaska in the store
 - Focus on wild and sustainable origin
 - Enthuse customers about Alaska products
 - Promotion is planned for November and December





WEU

New Activities

Retail Promotion Campaign

- Cooperate with Auchan, E-Leclerc and Carrefour
- Run Alaska promotion in pre-Christmas season
- Products in focus frozen and smoked salmon
- Use new salmon brochure for POS activities
- Inform consumers about products from Alaska
- Promotion will run for 40 days
- Highlight sustainable and wild attributes
- Prominent use of FAO 67 to increase awareness
- Influence buying decision of consumers
- Promotion is planned for November and December




Le saumon sauvage d'Alaska et
Tous les autres espèces de poissons
et fruits de mer provenant de l'Etat
plus au nord des Etats-Unis,
sont issus d'une pêche durable.
Dans la zone de pêche FAO 67,
aucun stock de poisson capturé
n'est en danger ou fait l'objet d'une
surpêche.

La pêche en Alaska est synonyme
de produits de la mer provenant de
sources durables et d'une pêche gérée
de façon responsable. Alaska Seafood
Marketing Institute (ASMI) se fait un
plaisir de vous informer sur l'origine
sauvage de ses produits, issus
d'une qualité exceptionnelle.

**POUR EN SAVOIR PLUS SUR les divers aspects de produits
de la mer en provenance de l'Alaska et de la mer d'Europe,
veuillez consulter notre site internet ou contacter
directement les représentants ASMI sur le marché européen :**

www.alaskaseafood.eu
Facebook : [AlaskaSeafoodFrance](https://www.facebook.com/AlaskaSeafoodFrance)
Instagram : [AlaskaSeafoodFR](https://www.instagram.com/AlaskaSeafoodFR)

ALASKA SEAFOOD MARKETING INSTITUTE
c/o m2 marketing & communication gmbh
Oskarstraße 31 • 62771 Bonn • Germany
Tel : +49 228 9437870
Courriel : alaskaseafood@alaskaseafood.org

Sauvage, Naturel & Durable

GOÛTEZ AUX DÉLICIES SAUVAGES

GUIDE CULINAIRE DU SAUMON D'ALASKA



À CUIRE SURGÉLÉ

- Sautez, grillez, rôtissez ou pochez, vous pouvez cuisiner le saumon sauvage surgelé en 15 minutes à peine. L'exceptionnelle qualité du saumon d'Alaska permet d'obtenir un poisson parfaitement cuit à la texture savoureuse et au goût subtil.

À RÔTIR

- Préchauffer le four à 230 °C.
- Badigeonner chaque côté du poisson avec de l'huile et le placer dans une cocotte ou sur un plat.
- Faire cuire 12 à 15 minutes.

À GRILLER

- Faire chauffer le gril à 200°C.
- Placer le filet préalablement huilé dans du papier d'aluminium et fermer la papillote.
- Placer sur le gril pendant 8 minutes.
- Ouvrir et assaisonner, puis poursuivre la cuisson 5 minutes de plus.

À LA VAPEUR

- Porter de l'eau à ébullition.
- Tapisser un panier vapeur de feuilles de salade ou de légumes.
- Placer le poisson surgelé sur le dessus.
- Faire cuire 5 à 7 minutes à la vapeur.

À POCHE

- Faire chauffer de l'eau dans une cocotte.
- Plonger le poisson dans l'eau (il doit être presque recouvert).
- Faire mijoter et couvrir.
- Faire cuire 4 à 5 minutes.
- Couper le feu et laisser reposer 5 minutes de plus.

Vous trouverez les recettes et d'autres idées sur le site à www.alaskaseafood.eu





WEU

New Activities

Cooking School / Chef Outreach

- Cooperation with L'atelier de chefs
- Conduct 96 education classes across France
- Produce Alaska cooking video lessons
→ Featured in "school on demand" online library
- Spread ASMI content through social media
- Work with established platform ChefsTalk
- Global social media network for gastronomy
- 170.000 registered users in France
- Have professionals transport ASMI message
- Target chefs and food interested consumers
- Perfect platform for culinary promotion
- Highlight species available in WEU market
- Focus on origin and sustainability
- Cooking classes start in February 2019



New Activities

Sustainable Development Week

- Run themed promotion week in French retail
- Campaign to put focus on sustainable products
- Trade responds to increasing consumer demand
- Outline products from sustainable sources

- Perfect platform to push awareness of Alaska
- Highlight all products available in retail
- Benefit from broad range of promotion

- Combines media and POS advertisement
- Multilevel approach on consumers
- Matches ASMI message wild, natural, sustainable

SUSTAINABLE DEVELOPMENT WEEK

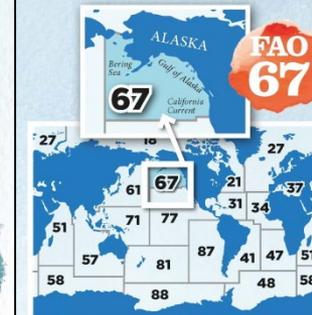
NOT A WORD – A LIFESTYLE

In Alaska, sustainability is more than just some new trend that appears to be popular for a moment. It is the common belief of all fishermen. Ever since there is commercial fishing in Alaska, it was bound to the principles of a sustainable resource management. Dedicated to strict guidelines, the fishing industry in Alaska carries on the heritage of previous generations and secures the future for the ones that follow.



In the far North of the USA, life is closely connected to nature and it only works because people are maintaining a harmony with their environment. Sustainability is an inherent part of everyday life. Especially in times when climate change and pollution is a global threat concerning peoples around the world, the far North of the USA is a great role model how to live consistent with nature.

ALASKA SEAFOOD MARKETING INSTITUTE



MAKE A DIFFERENCE – CHOOSE FAO 67

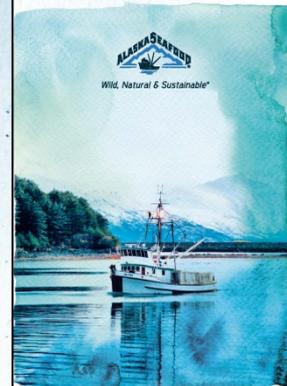
Natural resources are limited and therefore need to be protected. By looking out for the catching region mark FAO67 for the Alaska fishing grounds, every consumer can ensure to purchase only sustainably caught seafood products from a safe origin. As 71% of planet earth is covered by ocean, it becomes obvious why protecting the maritime ecosystems is so important.

In Alaska no species is overfished and the industry constantly works on how to minimize the impact of the fishery on the environment. So choosing seafood from Alaska means choosing high quality products without a bad conscience.

*The FAO67 origin notification can be found on the packaging of seafood products from Alaska.

LIVING SUSTAINABILITY

THE STORY OF ALASKA SEAFOOD



www.alaskaseafood.eu



WEU

ATP Proposal

Consumer Program

- Contract a Social Media Ambassador
- Work with new influencer in WEU markets
- Communication channel for young consumers

Trade Program

- Develop “Find Your Supplier” System
- Connect WEU buyers and AK suppliers
- Fasten way to respond to trade requests
- Matchmaking between AK and WEU

HRI Program

- Create customized Online Chef Tutorials
- Target most challenging audience in WEU
- Use for education section on website
- Provide to cooking schools and seminar hosts



Free Cooking Tutorials





Thank You!