



PROPOSED INTERNATIONAL BUDGET FY23

Hannah Lindoff

Sr. Director of Global Marketing & Strategy

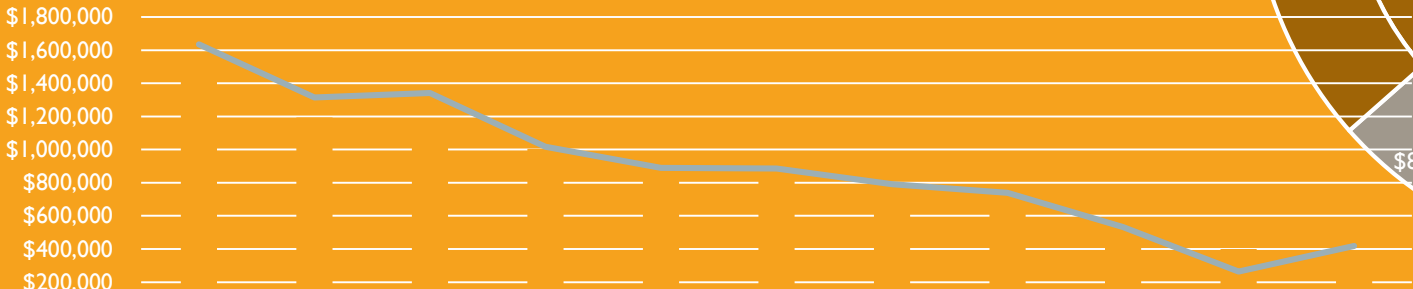
May 12, 2022

OVERVIEW

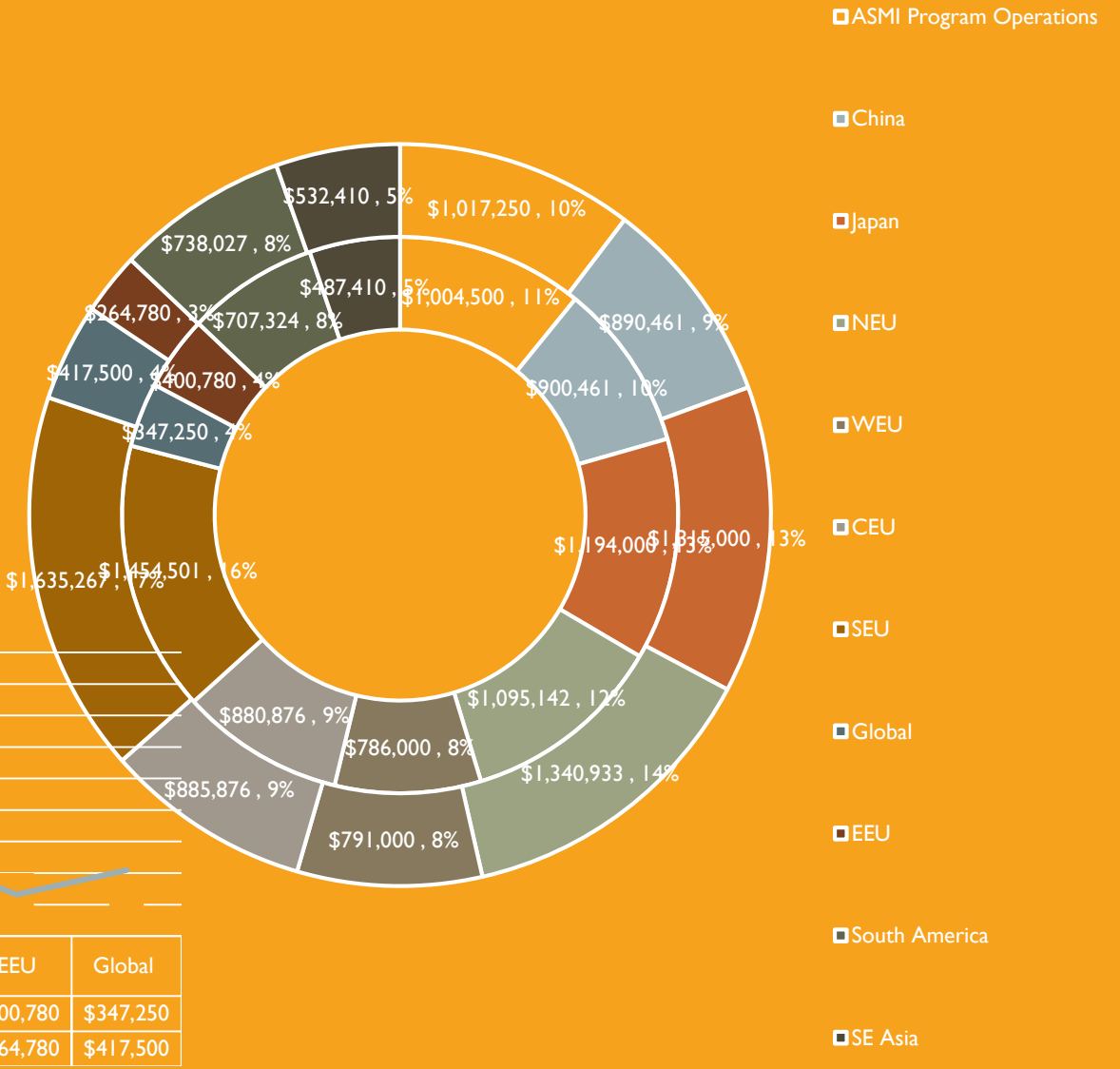
- **MAP:** \$4,907,594
- **MATCH:** \$3,000,000
- **ATP:** \$1,720,000
- **MATCH:** \$200,000
- **Total:** \$9,828,504

ARPA current year: \$500,000

FY 23 = \$71,260 more than FY 22



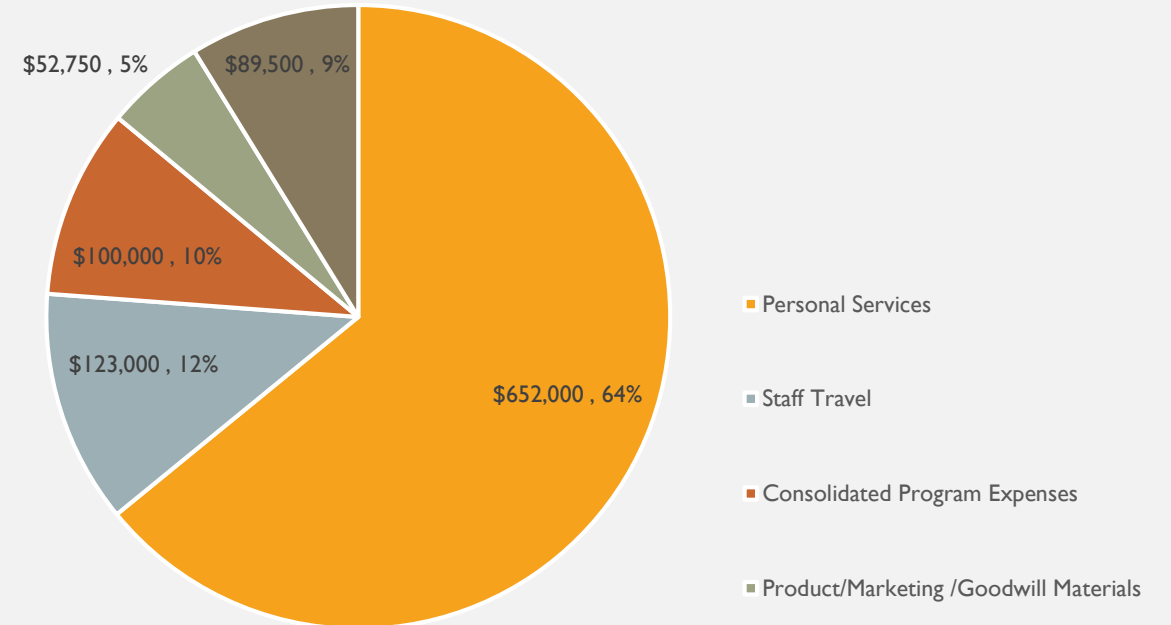
	SEU	Japan	NEU	ASMI Prog. Ops	China	CEU	WEU	South America	SE Asia	EEU	Global
2022	\$1,454,501	\$1,194,000	\$1,095,142	\$1,004,500	\$900,461	\$880,876	\$786,000	\$707,324	\$487,410	\$400,780	\$347,250
2023	\$1,635,267	\$1,315,000	\$1,340,933	\$1,017,250	\$890,461	\$885,876	\$791,000	\$738,027	\$532,410	\$264,780	\$417,500



ASMI HQ

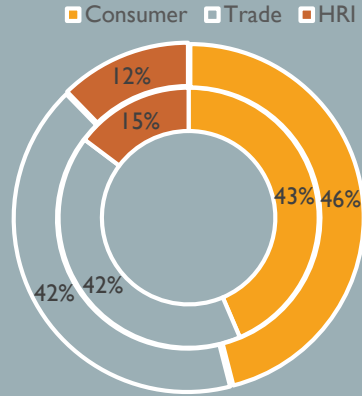


Personal Services	\$ 600,000	\$ 652,000
Staff Travel	\$ 100,000	\$ 123,000
Consolidated Program Expenses	\$ 100,000	\$ 100,000
Product/Marketing /Goodwill Materials	\$ 20,000	\$ 52,750
Trademark Law Offices	\$ 84,500	\$ 89,500
	\$ 904,500	\$ 1,017,250

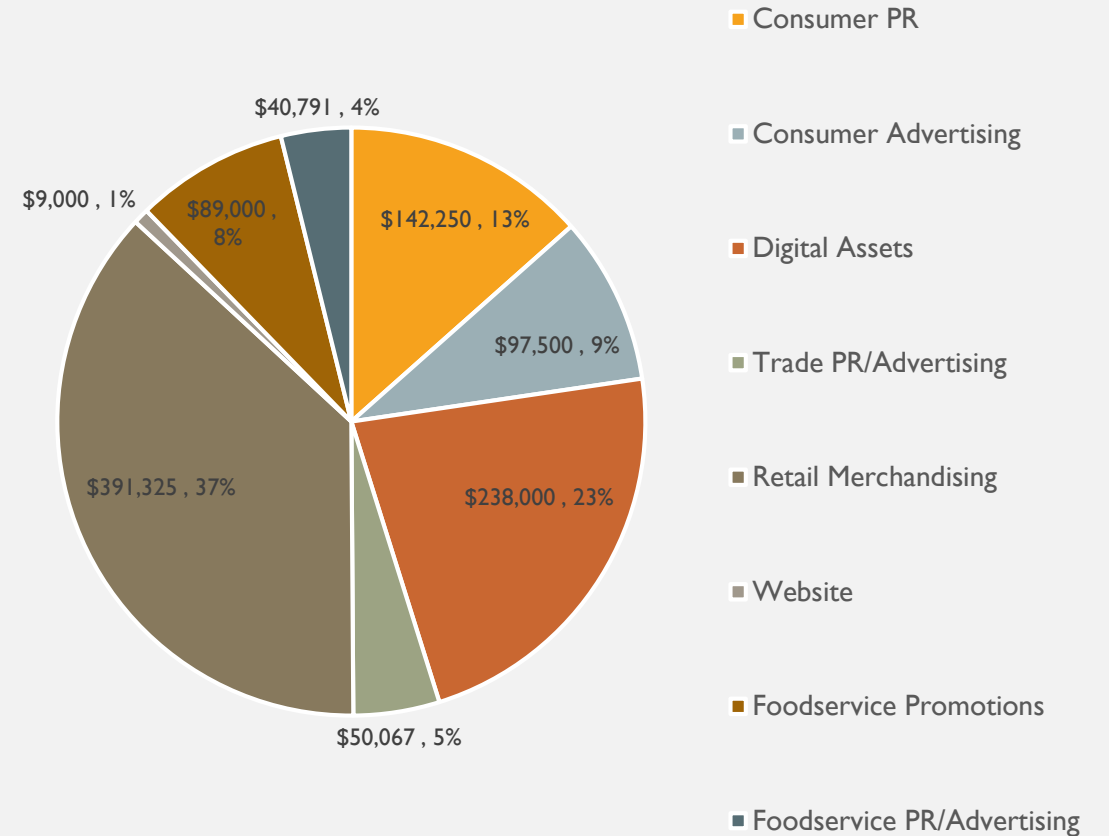


- Personal Services
- Staff Travel
- Consolidated Program Expenses
- Product/Marketing /Goodwill Materials
- Trademark Law Offices

NORTHERN EUROPE



		2022	2023
EUNC1	Consumer PR	\$ 132,250	\$ 142,250
EUNC2	Consumer Advertising	\$ 77,500	\$ 97,500
EUNC3	Digital Assets	\$ 135,000	\$ 238,000
EUNT1	Trade PR/Advertising	\$ 50,067	\$ 50,067
EUNT2	Retail Merchandising	\$ 288,534	\$ 391,325
EUNT3	Website	\$ 9,000	\$ 9,000
EUNH1	Foodservice Promotions	\$ 89,000	\$ 89,000
EUNH2	Foodservice PR/Advertising	\$ 30,791	\$ 40,791
	Contractor Services-Lotus - EUNT2	\$ 270,000	\$ 270,000
	Contractor Travel - EUNT2	\$ 13,000	\$ 13,000
	Total	\$ 1,095,142	\$ 1,340,933





CAMPAIGN LOCKUP

The Campaign Signoff can be combined with a CTA to create a Campaign Lockup.

The CTA should never overpower the Campaign Signoff.

Please follow the examples on this page when creating a Campaign Lockup.

KNOW BETTER
CHOOSE BETTER

Look for **'Wild Alaska'** on the label.

15px

KNOW BETTER
CHOOSE BETTER

Look for **'Wild Alaska'** on the label.

15px

KNOW BETTER
CHOOSE BETTER

Look for **'Wild Alaska'** on the label.

20px

KNOW BETTER CHOOSE BETTER X

X

X

Look for **'Wild Alaska'** on the label.

WASM!

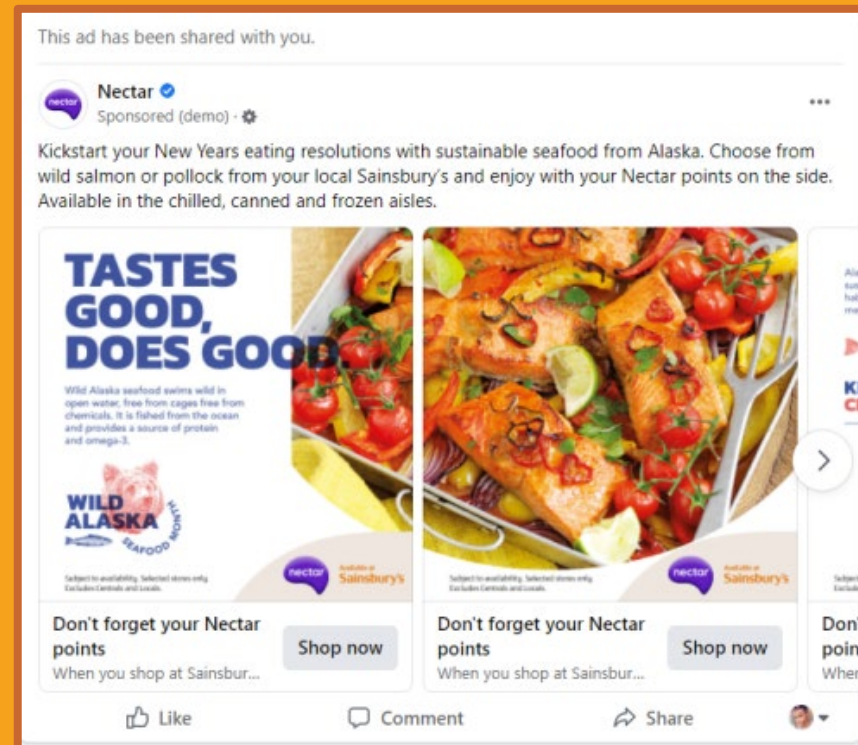


~\$1.7 million in AK seafood sales

Uplift across the whole fish category

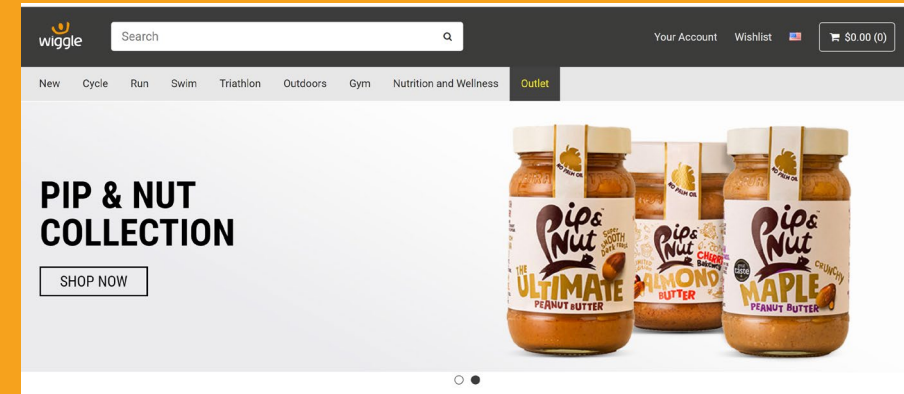
The campaign drove 134,756 customers to convert across all SKU's measured, giving us a conversion rate of 17%.

33% were newly acquired, 51% were retained customers and 16% were lapsed customers that had not purchased any Alaskan seafood products within the 13 weeks prior to the campaign.



CANNED

There will be a four-day bank holiday weekend from **Thursday 2nd June to Sunday 5th June 2022**, meaning Brits will be given two days off work to celebrate the Queen's 70 years of service. The late May bank holiday will be moved to Thursday 2nd June 2022 and the new, additional bank holiday will be on Friday 3rd June.

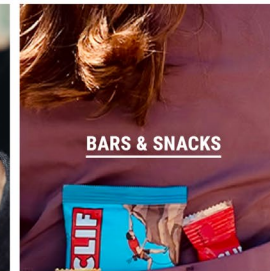
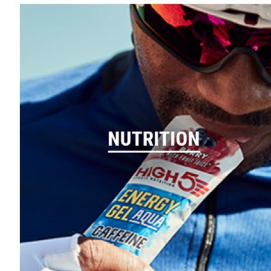


WIGGLE / WELLNESS

With the latest sports nutrition products and sports supplements, your body will get the tools it needs to boost performance and consolidate your gains. Choose from expertly formulated hydration, energy, and recovery products to drive your progress on the bike, in the gym, on the trail, or in the water. Whether you're a beginner or pro-athlete, you'll find expertly developed energy supplements from the industry's top brands and active sports nutrition trusted by elite sportsmen and women. Alongside leading fitness supplements and vitamins for energy, Wiggle's Wellness store has a vast selection of valuable sports recovery options for every discipline, along with dedicated wellness and body care products to support your goals.

Nutrition and Supplements -

- Energy
- Recovery
- Hydration
- Vitamins and Supplements
- Protein
- Nutrition packs
- View all



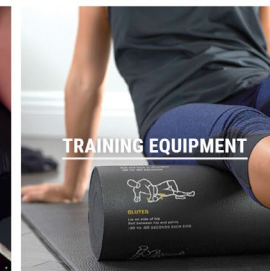
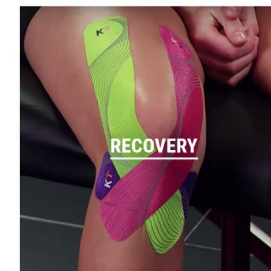
Training Equipment +

Recovery and Body Care +

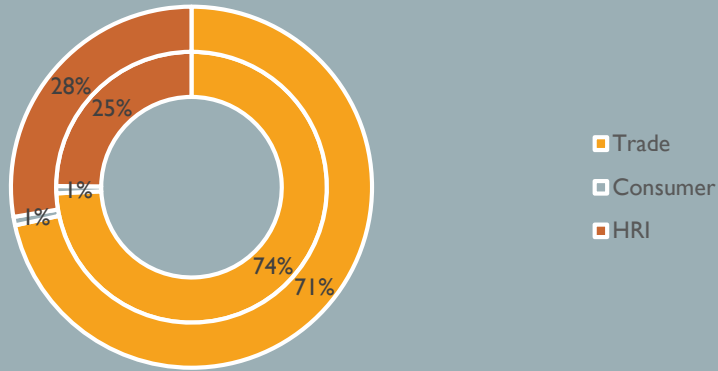
Tech +

Helmets and Protection +

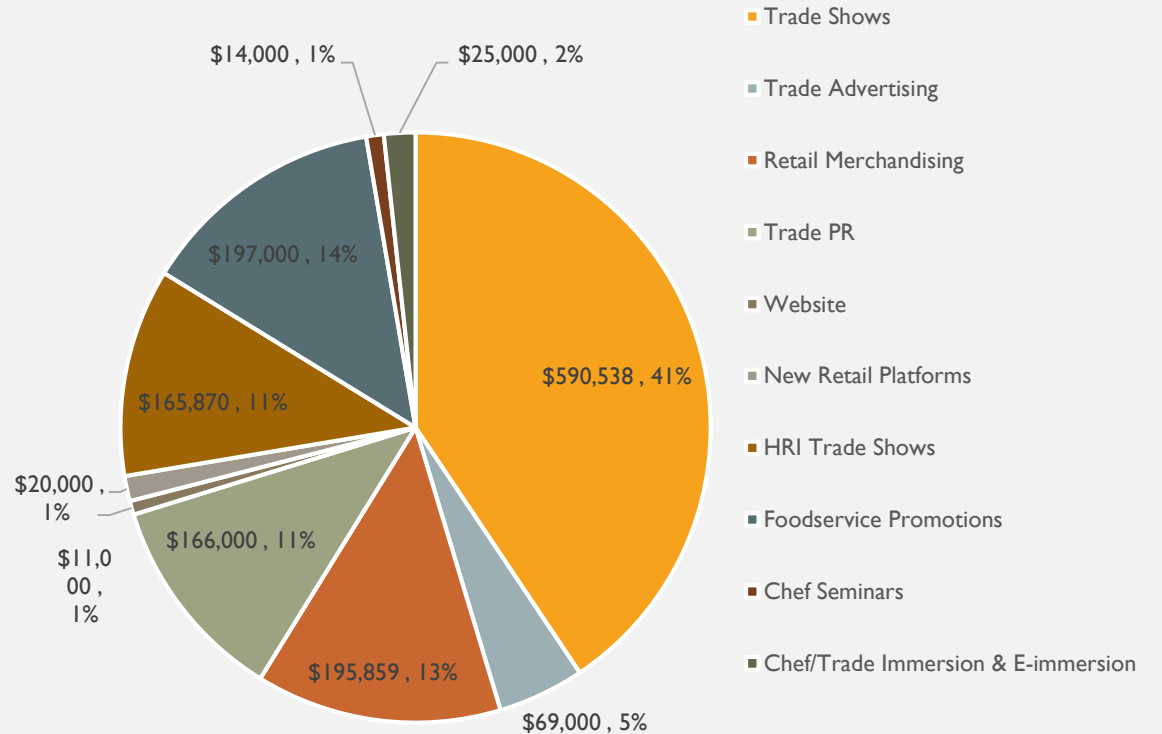
Bags +



SOUTHERN EUROPE



	2022	2023
Trade Shows	\$ 549,868	\$ 590,538
Trade Advertising	\$ 69,000	\$ 69,000
Retail Merchandising	\$ 144,000	\$ 195,859
Trade PR	\$ 163,763	\$ 166,000
Website	\$ 11,000	\$ 11,000
New Retail Platforms	\$ 20,000	\$ 20,000
HRI Trade Shows	\$ 145,870	\$ 165,870
Foodservice Promotions	\$ 138,000	\$ 197,000
Chef Seminars	\$ 13,000	\$ 14,000
Chef/Trade Immersion & E-immersion	\$ 20,000	\$ 25,000
Contractor Services- D McClellan - EUST3	\$ 173,000	\$ 173,000
Contractor Travel - EUST3	\$ 7,000	\$ 8,000
	\$ 1,454,501	\$ 1,635,267



WASM!



30 El Corte Inglés supermarkets in Spain and eight El Corte Inglés supermarkets in Portugal promoted wild Alaska seafood with in-ice signs, brochures, and free test samples of Alaska coho salmon steaks and Alaska cod loin portions for customers during the month of January 2022.

Spain: Independent fish shops

15 top independent seafood retailers promoted wild Alaska sockeye salmon with in-ice signs, posters, and free test samples of sockeye fillet portions for customers during the month of January 2022

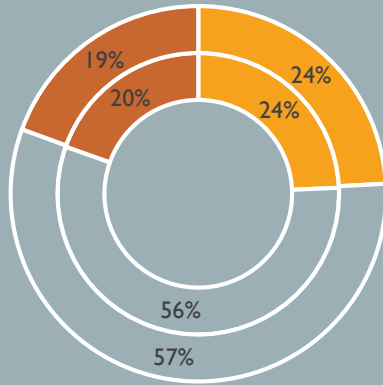


BARCELONA!!!!

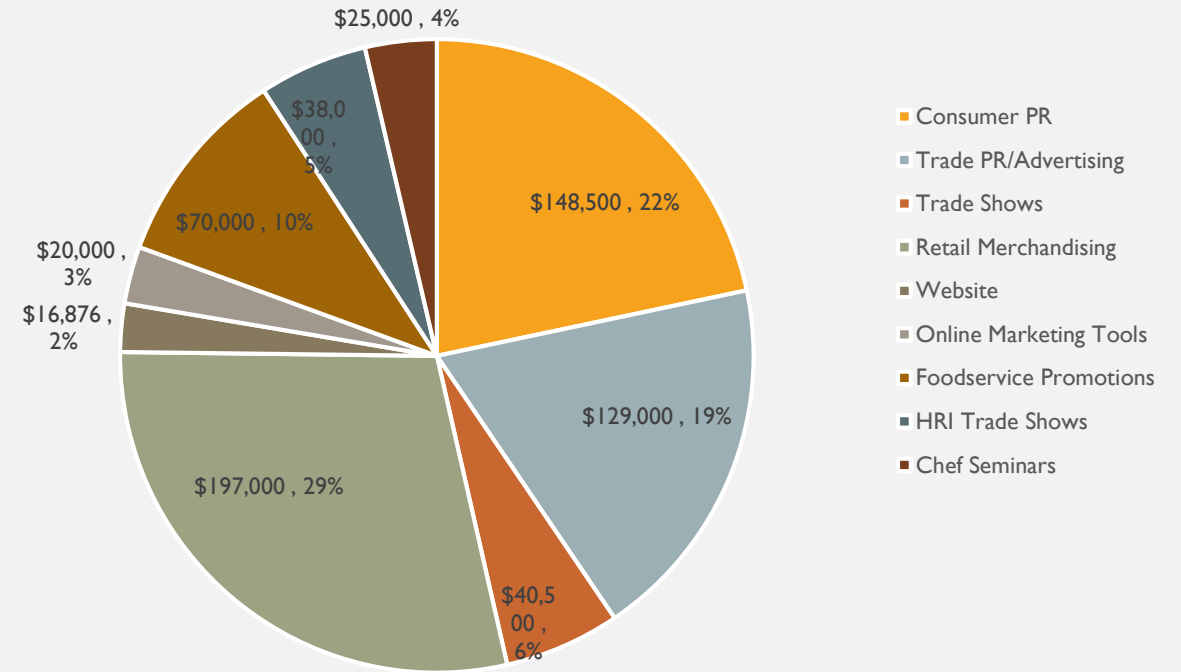


CENTRAL EUROPE

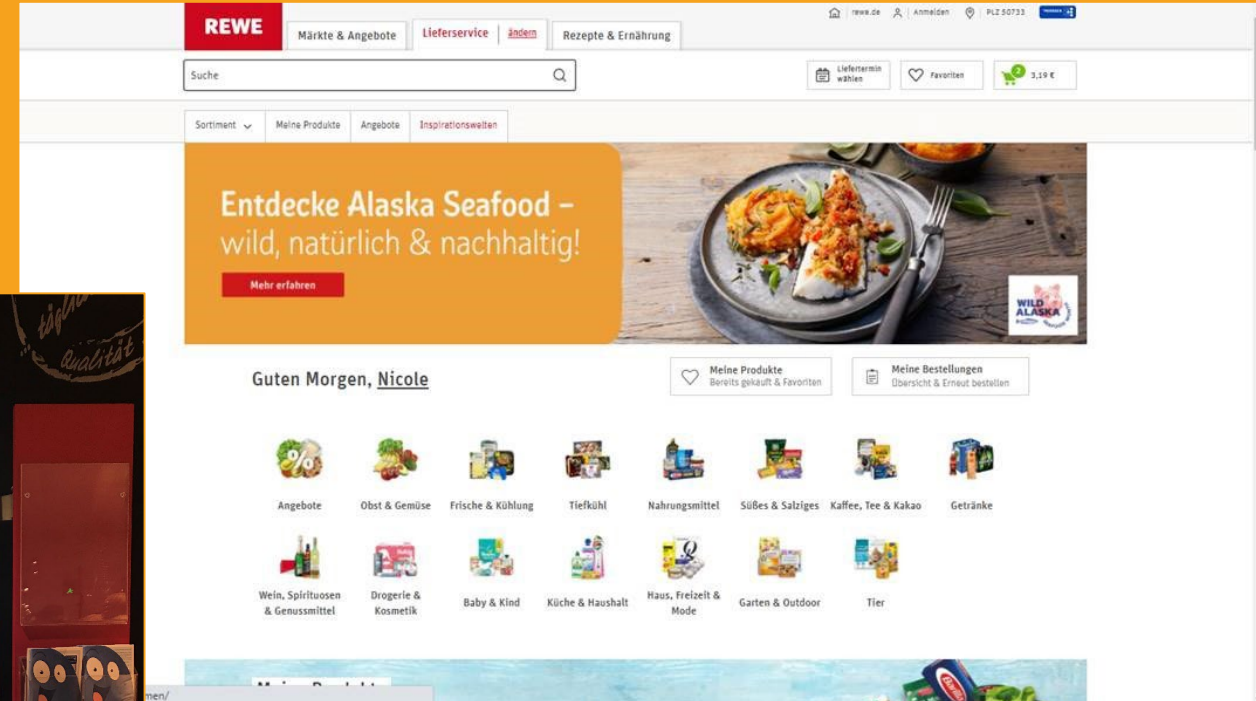
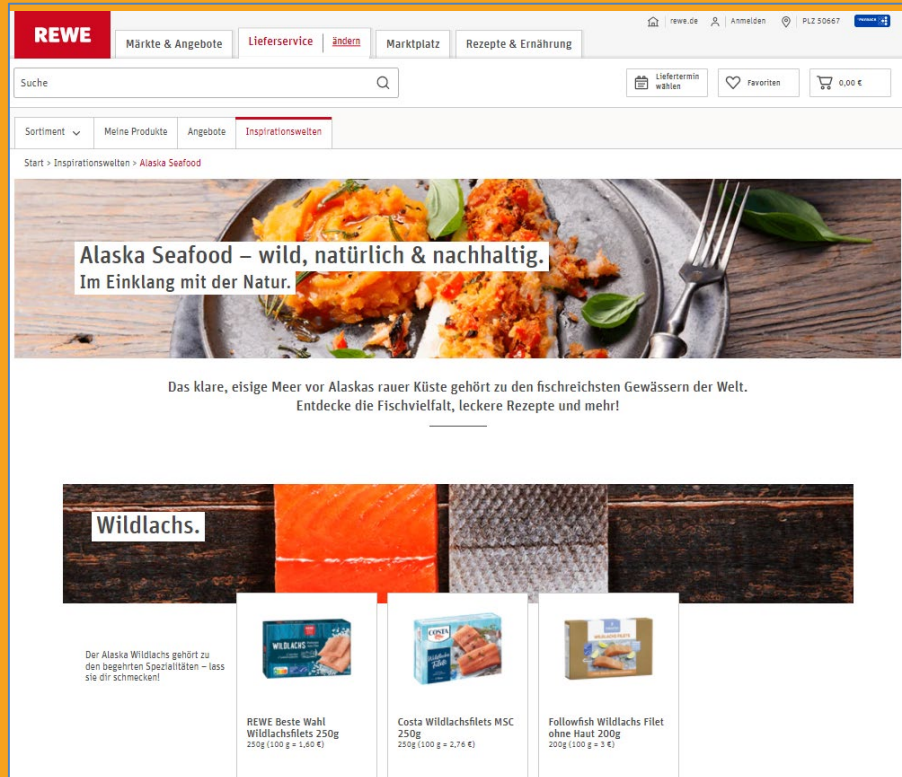
Consumer Trade HRI



		2022	2023
EUCC2	Consumer PR	\$ 148,500	\$ 148,500
EUCT1	Trade PR/Advertising	\$ 129,000	\$ 129,000
EUCT2	Trade Shows	\$ 40,500	\$ 40,500
EUCT3	Retail Merchandising	\$ 197,000	\$ 197,000
EUCT4	Website	\$ 16,876	\$ 16,876
EUCT6	Online Marketing Tools	\$ 15,000	\$ 20,000
EUCH1	Foodservice Promotions	\$ 70,000	\$ 70,000
EUCH2	HRI Trade Shows	\$ 38,000	\$ 38,000
EUCH3	Chef Seminars	\$ 25,000	\$ 25,000
	Contractor Services -MK2 - EUCT3	\$ 189,000	\$ 189,000
	Contractor Travel -EUCT3	\$ 12,000	\$ 12,000
	Total	\$ 880,876	\$ 885,876



REWE



+3000 outlets

All AK seafood products included


\$1.1 million in sales

+48.54% in sales of the Alaska products

32.1 million contacts online and at the POS




THROUGH THE KITCHEN DOOR..



ARTIKEL: 18528244
TK MSC SCHLEMMERFILET À LA BORDELAISE

BORDELAISE
MIT ROTWEINZWIEBELN UND
GESCHMORTEN KARTOFFELN






KIBBELING
IN TEMPURA AUF MISOMAYONNAISE
UND KIMCHISALAT

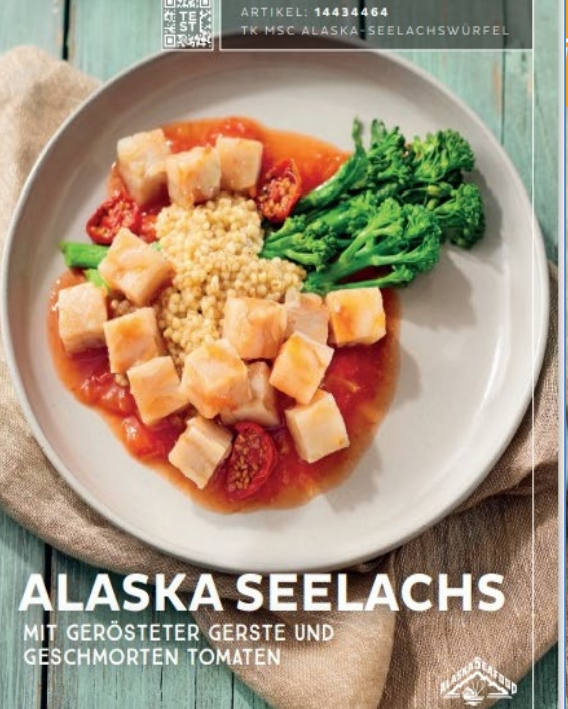


der bekannteste Produktmanager keinen Titel. Man konnte keine französische Küche propagieren, und dann Paulliac-Lamm so einfach durch der Nachbars Schäffchen ersetzen, findet er. Und er findet auch, dass es besser sei, die Hühler im Kuchlein zu haben, als jedem Trend hinterherzulaufen. Er habe schon immer das ungläubliche Bedürfnis gehabt, in erster Linie für sich selbst und nicht für seine Gäste




KNUSPERBACKFISCH
MIT KÖRNERIGER SENFMAYONNAISE,
KARTOFFELSTAMPF
UND SCHMORGURKEN

ARTIKEL: 18664683
TK MSC KNUSPERBACKFISCH

ARTIKEL: 14434464
TK MSC ALASKA-SEELACHSWÜRFEL

ALASKA SEELACHS
MIT GERÖSTETER GERSTE UND
GESCHMORTEN TOMATEN




Oseille | FLAN
LACHSKAVIAR
KARAMELL | SANDDORN | ORANGENBLÜTEN

© 2018 Alaska Starbuck
Die Linsen des Wildschwanz-Tofus sind, abgesehen vom Druck, ausschließlich aus Bio-Produkten hergestellt. Bitte beachten Sie, dass die Linsen nicht für Kinder geeignet sind.

ARTIKEL: 18664683
TK MSC KNUSPERBACKFISCH



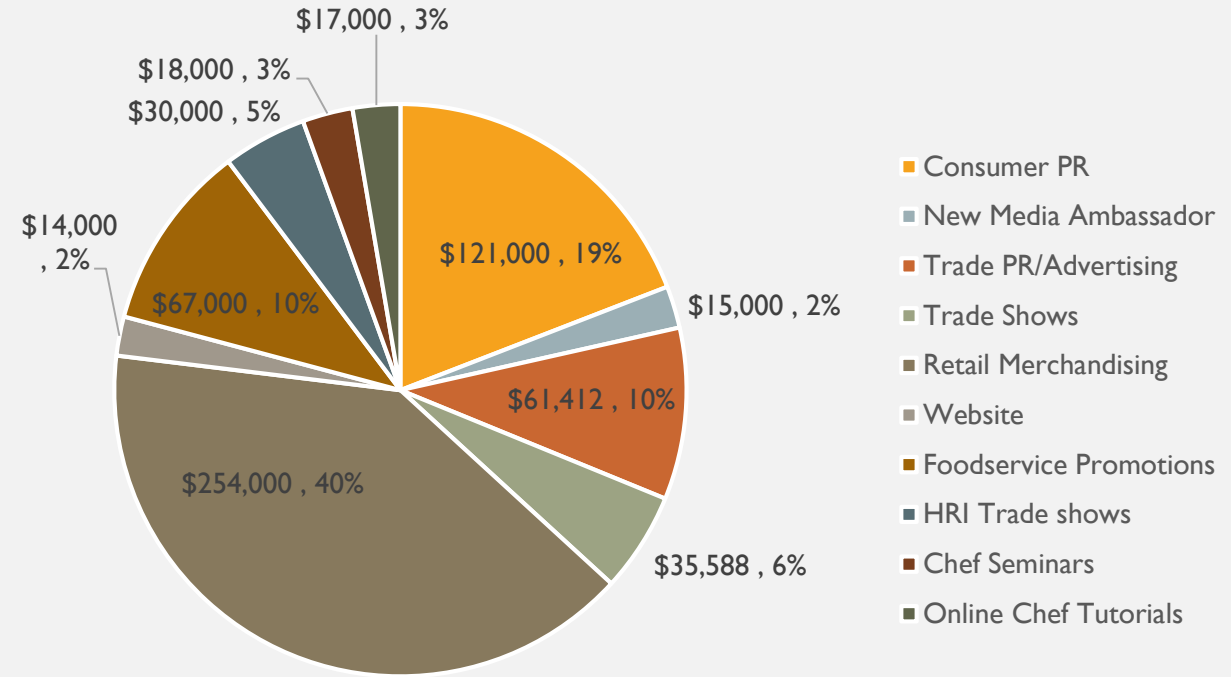
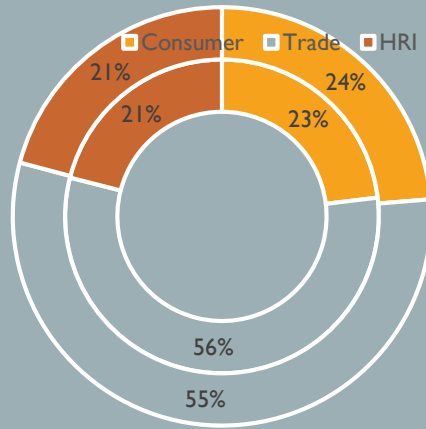
Hier geht's zum Rezept

Rezept
Der Fisch
ist in 15
Minuten
zu kochen

Artikel: 18664683
TK MSC KNUSPERBACKFISCH

Sole roulade with parsnip

WESTERN EUROPE



		2022	2023
EUWC2	Consumer PR	\$ 116,000	\$ 121,000
EUWC3	New Media Ambassador	\$ 15,000	\$ 15,000
EUWT1	Trade PR/Advertising	\$ 61,412	\$ 61,412
EUWT2	Trade Shows	\$ 35,588	\$ 35,588
EUWT3	Retail Merchandising	\$ 254,000	\$ 254,000
EUWT4	Website	\$ 14,000	\$ 14,000
EUWH1	Foodservice Promotions	\$ 67,000	\$ 67,000
EUWH2	HRI Trade shows	\$ 30,000	\$ 30,000
EUWH3	Chef Seminars	\$ 18,000	\$ 18,000
EUWH4	Online Chef Tutorials	\$ 17,000	\$ 17,000
	Contractor Services -MK2-EUWT3	\$ 148,000	\$ 148,000
	Contractor Travel - EUWT3	\$ 10,000	\$ 10,000
	Total	\$ 786,000	\$ 791,000

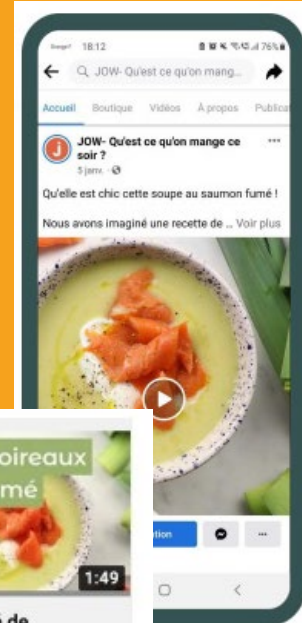
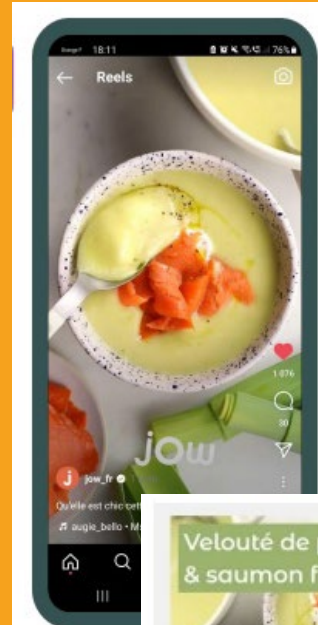
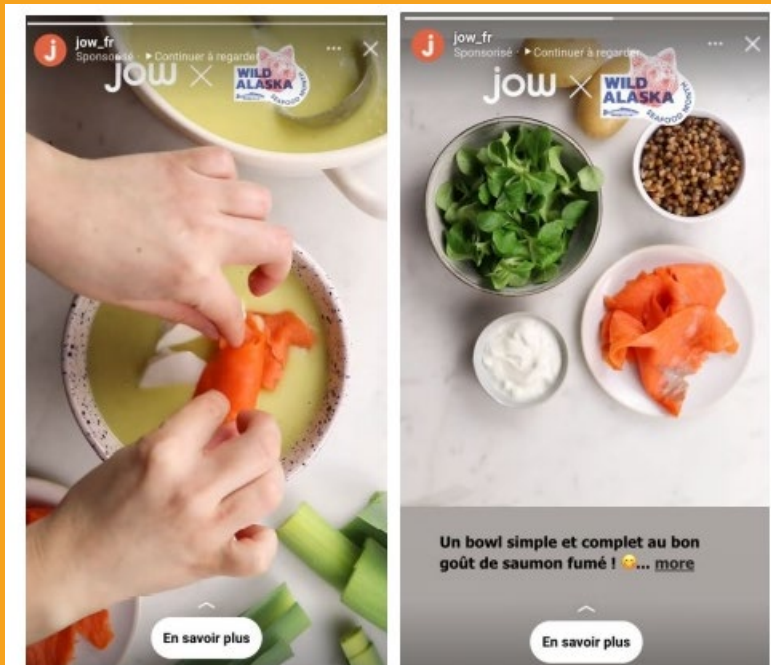
JOW

Smoked salmon, roe, pollock

Reach 1.2 million

Added 57,669 times to the virtual shopping carts

\$245,000



Influencer campaign reach: ~450,000

2.8 million reached with *Picard & Moi* \$540,000

Maximo online: more than 600,000 users per months \$320,000.

1.19 million impressions on Bring! 21,118 products sold, \$95,000

Fish Tales promotion, 25,000 products sold \$132,000

Costco: 23,000 shoppers, \$TBD

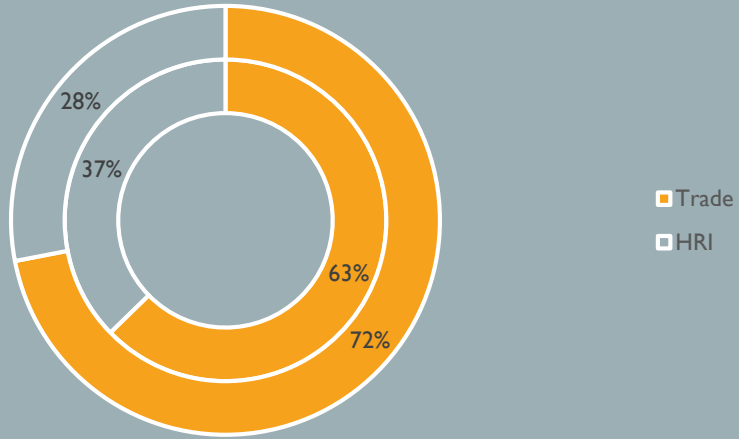
TRADE SHOW

Tavola, Belgium March 2022

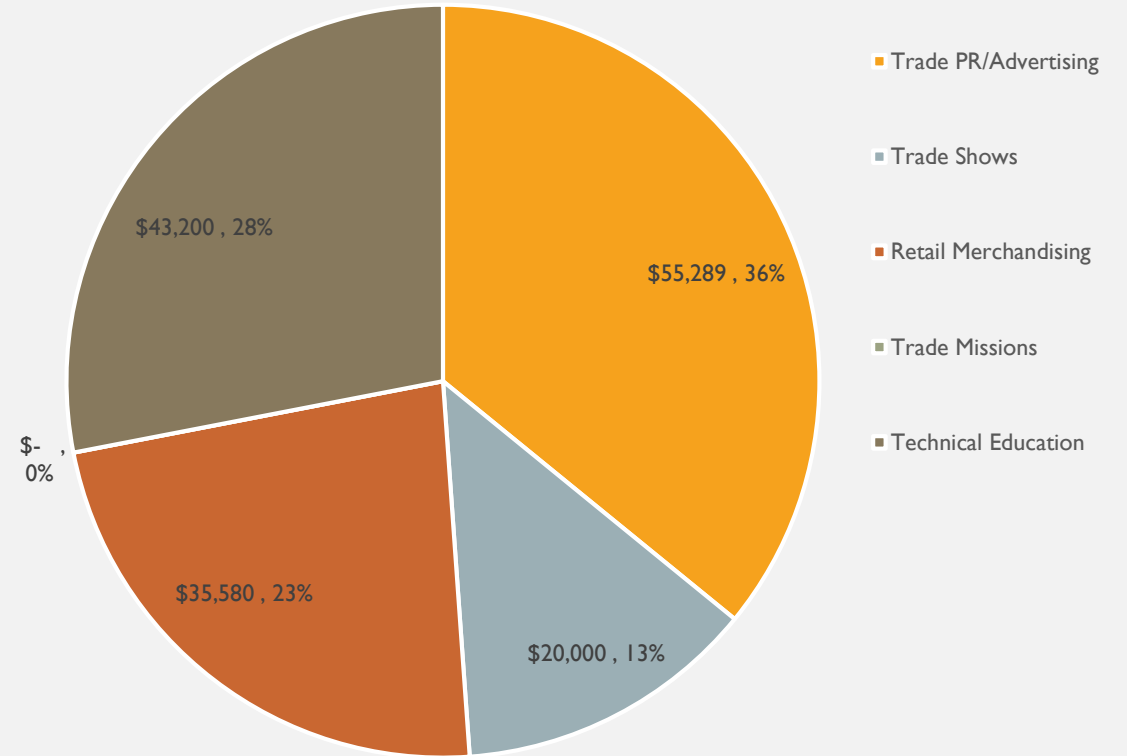
12,000 visitors, 59 serious contacts



EASTERN EUROPE



		2022	2023
EEUT1	Trade PR/Advertising	\$ 98,289	\$ 55,289
EEUT2	Trade Shows	\$ 20,000	\$ 20,000
EEUT3	Retail Merchandising	\$ 55,580	\$ 35,580
EEUT5	Trade Missions	\$ 8,000	\$ -
EEUH2	Technical Education	\$ 108,200	\$ 43,200
	Contractor Services-Crisp Consult - EEUT3	\$ 102,000	\$ 102,000
	Contractor Travel - EEUT3	\$ 8,711	\$ 8,711
	Total	\$ 400,780	\$ 264,780



MOLDOVA & GEORGIA



West Invest:

Rebranding of two packages with wild Alaska salmon and wild Alaska pollock (new item on the Georgian market). New design of the package to include the ASMI logo and the word "Alaska."

Brand launch, including: in-store activities (POS materials) and SMM promotion.



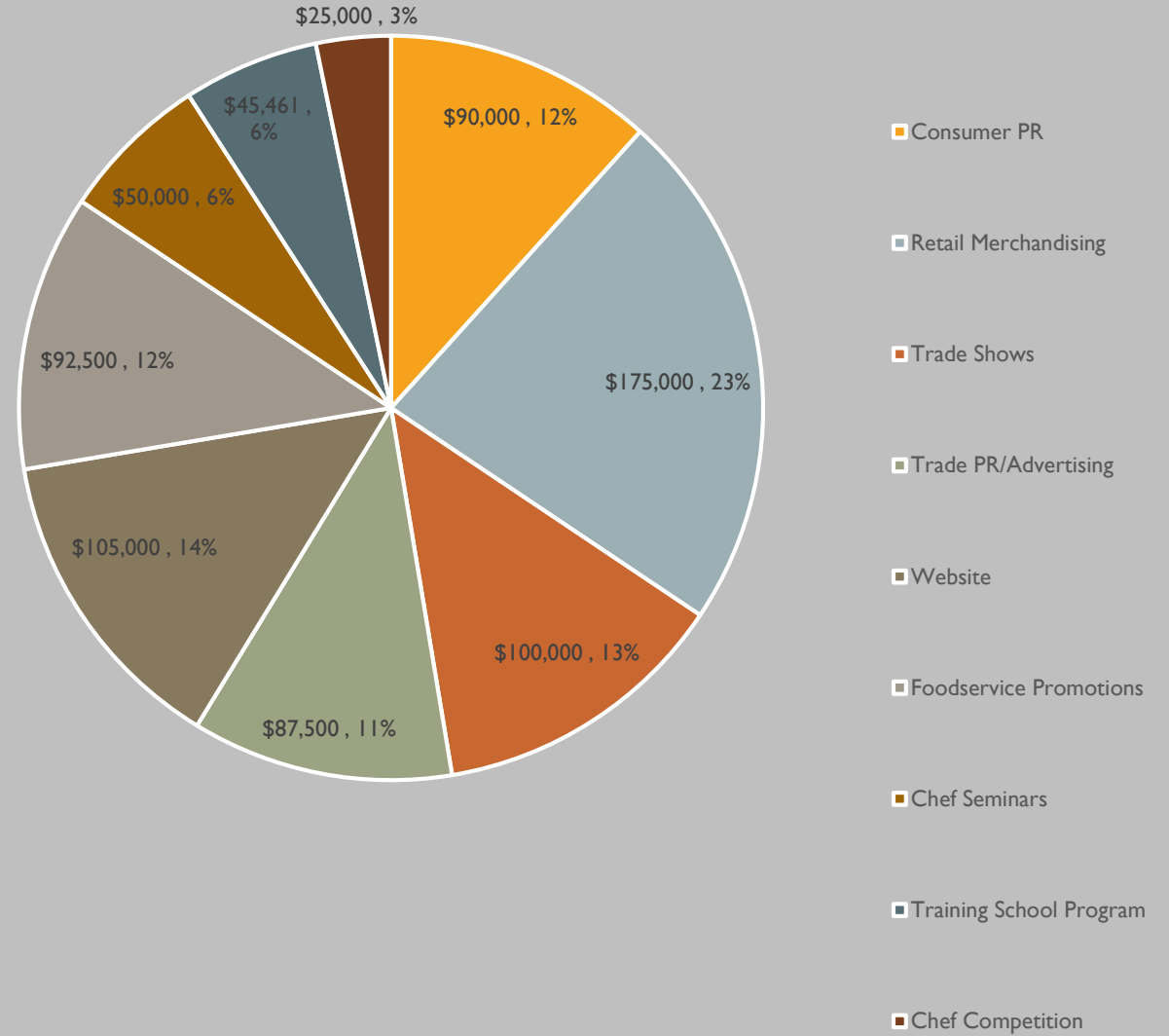
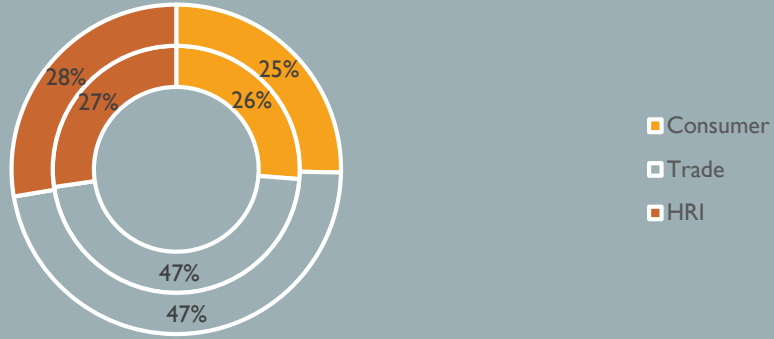
Ocean Fish has an assortment of cuts of Alaska wild salmon (pink salmon, keta), salmon roe and Alaska pollock. The company operates their own specialized fish retail chain in Chisinau, the capital of Moldova. Six TV episodes were shot for shows Gusturile se discuta (2) and MEGA Utro (4).



ROMANIA



CHINA



	2022	2023
Consumer PR	\$ 100,000	\$ 90,000
Retail Merchandising	\$ 175,000	\$ 175,000
Trade Shows	\$ 100,000	\$ 100,000
Trade PR/Advertising	\$ 87,500	\$ 87,500
Website	\$ 105,000	\$ 105,000
Foodservice Promotions	\$ 92,500	\$ 92,500
Chef Seminars	\$ 50,000	\$ 50,000
Training School Program	\$ 45,461	\$ 45,461
Chef Competition	\$ 25,000	\$ 25,000
Contractor Services	\$ 108,000	\$ 108,000
Travel	\$ 12,000	\$ 12,000
Total	\$ 900,461	\$ 890,461

CHINA



ASMI China partnered with Mise En Place, an Italian-western fusion restaurant chain for a menu promotion from January 21 – February 21, 2022 featuring:

pollock, rock sole, and mackerel

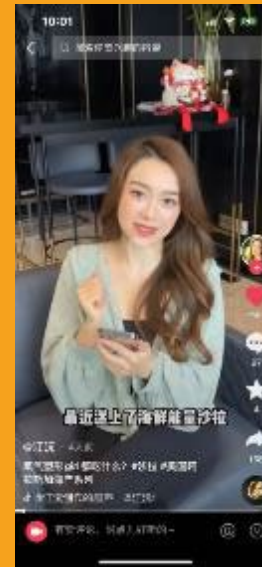
Five dishes were created, which included Moroccan-style sole, curried pollock, and grilled sole, and fried mackerel.

Three restaurants participated to help reach more diners throughout Guangzhou.

Traditional POS materials, including special menu cards and dining mats were made to create a festive atmosphere.

Tik Toker posted a video of her visit to the store with over 500,000 impressions, and an ad was also placed on delivery platform Meituan to capture online traffic.

HRI ONLINE



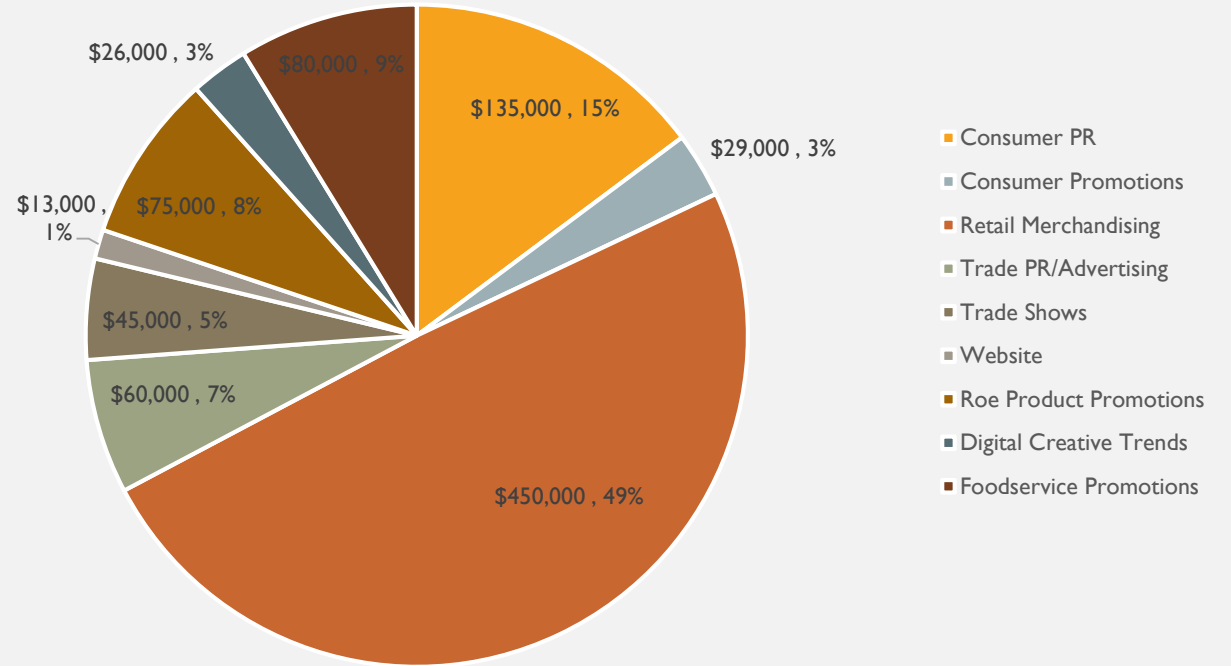
ASMI China partnered with U-Fuel for an online foodservice promotion.

They are a chain of health food restaurants focusing on healthy food options like salads, in the Guangzhou region, including Foshan and Donguan.

The promotion specifically targeted online orders through platform Meituan, from February 14 – March 30. Pollock and yellowfin sole were featured in four dishes.

Additionally, a fitness KOL was used to raise awareness.

JAPAN



		2022	2023
JAXC1	Consumer PR	\$ 135,000	\$ 135,000
JAXC2	Consumer Promotions	\$ 29,000	\$ 29,000
JAXT1	Retail Merchandising	\$ 330,000	\$ 450,000
JAXT2	Trade PR/Advertising	\$ 60,000	\$ 60,000
JAXT3	Trade Shows	\$ 45,000	\$ 45,000
JAXT4	Website	\$ 13,000	\$ 13,000
	Roe Product		
JAXT5	Promotions	\$ 75,000	\$ 75,000
JAXT6	Digital Creative Trends	\$ 25,000	\$ 26,000
JAXH1	Foodservice Promotions	\$ 80,000	\$ 80,000
	Contract Services	\$ 387,000	\$ 387,000
	Travel	\$ 15,000	\$ 15,000
	Total	\$ 1,194,000	\$ 1,315,000

INNOVATION

ASMI Japan developed four recipes for microwave-cooking products with rockfish and Atka mackerel.

Yokohama Reito (Yokorei), one of the most influential seafood processors/wholesalers, will develop a new Alaska origin rockfish and Atka mackerel products which will carry the Alaska Seafood logo and 2-D bar code to go to the special recipe page of ASMI Japan website. Yokorei will launch the products in Spring 2022.

材料 4人分
アラスカ産明太子 1kg
鶏むね肉 1kg
大葉 300g
塩 60g
胡椒 60g

作り方

- 1 大葉は葉を切り落とす。
- 2 鶏むね肉の皮を剥き取り、練棒などでたたいて平らにする。塩、胡椒を両面にしっかりとすり込む。
- 3 ジャッパー付き保存袋に入れ、冷蔵庫にひと晩凍らす。
- 4 3を解かし出し、流水に4~5分だけ塩抜きをし、ペーパータオルでしっかりと水気を拭き取る。(塩抜きは大きめのボウルに湯った水につけて、3~4回水を替える方法でも可)
- 5 大きめの卵手の籠にたっぷりの湯を沸かす。
- 6 鶏むね肉の皮がついていなかった面を上にし、ヒがっている方を手前にして大きめに切ったラップの上に乗せ、鶏むね肉の中央よりやや手前に大葉、アラスカ産明太子を串刺す。
- 7 手前からさくさく煮る。ラップの両端をキャンディ状にしぼる。
- 8 ラップをもう1枚重ねて煮る。両端をゴムで縛るかぎゅっと結ぶ。
- 9 さらにアルミホイルで包む。
- 10 4の籠に入れ、蓋をして火を止め、20分間おく。
- 11 肉が冷めてきたら箸で刺し、湯を捨て、湯を捨てて湯を替える。
- 12 20分経ったら取り出し、湯気が取れたら冷蔵庫で1時間寝かせる。
- 13 食べやすい厚さに切り分ける。明太子が溶れやすいので、最初凍くらいがおすすです。

その1 アラスカに根付く「サステナブルな精神」

アラスカでは古くから、習慣や伝統として自給自足のために漁業が行われてきました。天然のシーフードはアラスカ州の人々の暮らしに欠かせないものなのです。そのため「将来にわたってずっとシーフードを享受できるように、生態系を守りながら魚をとること」は、アラスカの人々にとって大切な考え方として浸透しています。また1959年に施行されたアラスカ州の憲法では、天然資源の持続可能な開発・活用・維持が定められており、アラスカではSDGsが採択されるずっと前から長きにわたって「サステナブルな天然資源の活用」を重視してきました。

その2 生態系に悪影響を与えない漁業

自然の恵みである天然のシーフードを獲り過ぎないように、科学的な根拠に基づき魚種ごとの漁獲量を厳しく管理しています。さらに生態系に悪影響を与えないよう漁船の大きさや漁具を制限するなど、徹底した管理を行っています。アラスカの海に「絶滅危惧種」に指定されている魚種はひとつもないことが、アラスカ産シーフードは極めてサステナブルである証拠といえます。

その3 とりまく環境全体に配慮した漁業

アラスカでは、シーフードが育まれる海の生態系やとりまく環境を守るため、養殖漁業の禁止をはじめ厳しい環境規制を実施。さらに310万平方メートルもの広大な面積を「海洋保護区」として指定しています。

身近なシーフードには、アラスカ産がたくさん！

そんなサステナブルなアラスカ産シーフードを手に入れるのは簡単！ 私たちがふだん買っているスーパーや鮮魚店にたくさん並んでいます。ここではアラスカ産シーフードの一例をご紹介します。見かけたぜひ手に取ってみてくださいね。

切身(銀だら、真だら、紅鮭)



イラスト/橋原正洋

魚卵(明太子、たらこ、いくら、筋子、数の子)



イラスト/橋原正洋

「一海」の環境を守るために私たちにできるアクションとは？

「環境に配慮し、管理された漁業で漁獲された魚を漁ふことも一つですね。メヌケフィレやキンキをはじめアラスカ産のものをよく買いますが、アラスカ産シーフードは環境に配慮されているだけでなく、おいしさが安定しているし人気があります。これからはスーパーなどでも認証制度などを活用して、おいしさの脅威まで低減されたいですね。可視化することで、買う側も選びやすくなる」



東島さん自身も身体にできることとしてなるべくペットボトルを買ひたいと、アラスカ産のものにこだわっています。クリノモ環境では、パッケージとして別途100円を要し、その一部を漁業に関するNPO団体へ寄付する準備を行っています

「一漁業を持続可能なものにするために必要なことは？」

「消費者の意識改革が重要だと思っています。日本人は海洋大国だから、アジアよりは一年中当たり前に安く買えるものだからと、今はそれが贅沢なことになってしまった。やっぱりサステナブルであることにこだわった魚介類は、安くはありません。安さを重視するのはなく、おいしい魚の価値をきちんと理解した上で、適正な価格を支払うこと」

また、血合いもアロも無駄にせず、おいしく食べることも大切です。私ができるのは、そのための食べ方の提案。部分によって煮付けしたりカレーにしたり。これまで魚が好きじゃなかった人も、『こうして食べるとおいしいんだ！』と感じるような料理を提案していけたらいいなと思っています」

アラスカ産シーフードを使った東原友さんのレシピをご紹介します！

アラスカ産シーフードマーケティング協会では、アラスカ産のホッケ、銀だら、真だら、明太子をつかった自宅で作れる東原友さんによる簡単レシピを公開しています。その中から2品をご紹介します。

「ホッケのチーズグリル」(2~4人分)



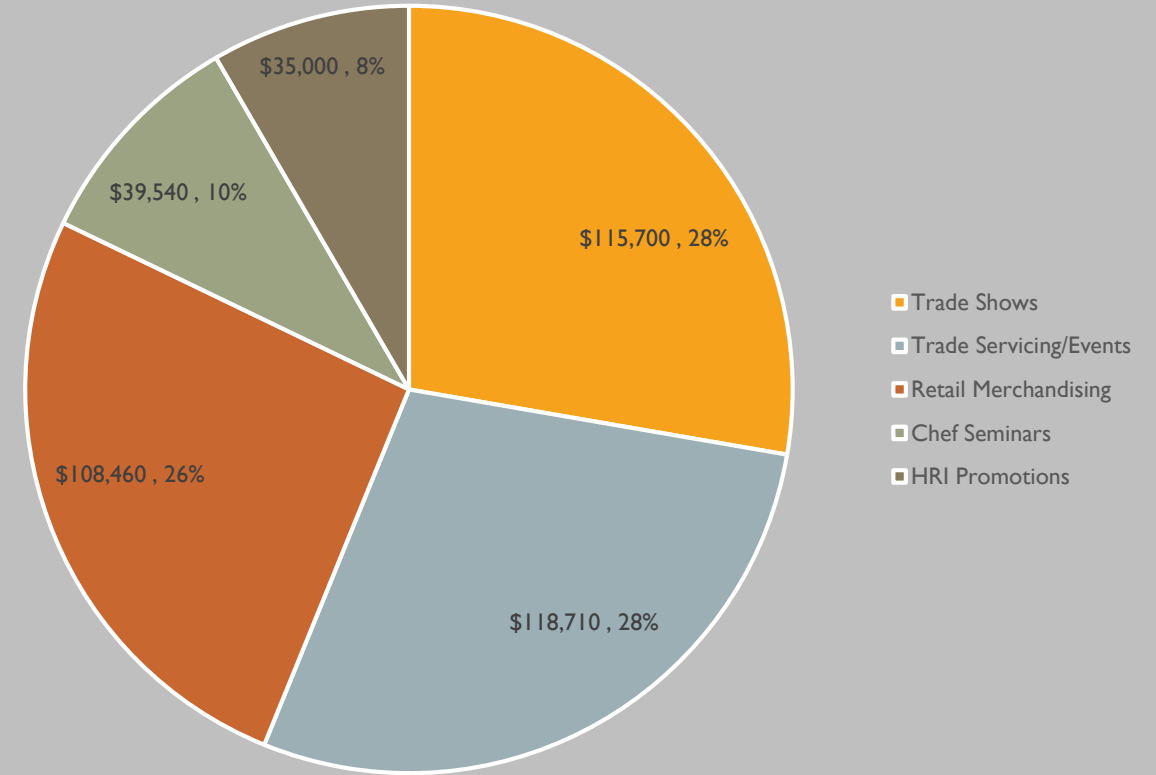
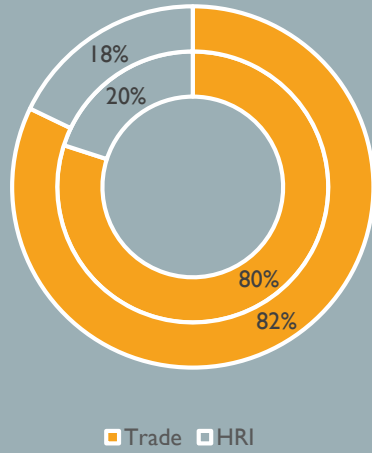
写真/アラスカ産シーフードマーケティング協会提供

材料
アラスカ産シマホッケ：半身
赤玉ねぎ：1/8個
ピザ用チーズ：大さじ3

作り方

- 1 ホッケの骨を包丁または骨抜きであらかじめ抜いておく。
- 2 魚焼きグリル等でホッケを焼き色がつかまで10~15分加熱する。
- 3 ホッケの表面全体にみじん切りの赤玉ねぎをのせ、ピザ用チーズを上からかける。
- 4 さらに魚焼きグリルで5分ほど焼いて完成。

SOUTHEAST ASIA



		2022	2023
SEAT1	Trade Servicing/Events	\$ 105,700	\$ 115,700
SEAT2	Trade Shows	\$ 93,710	\$ 118,710
SEAT3	Retail Merchandising	\$ 98,460	\$ 108,460
SEAH1	Chef Seminars	\$ 39,540	\$ 39,540
SEAH3	HRI Promotions	\$ 35,000	\$ 35,000
	Contract Services	\$ 107,000	\$ 107,000
	Travel	\$ 8,000	\$ 8,000
		\$ 487,410	\$ 532,410

Thailand: Ikea, Lemon Farm Supermarket



Silly Fish Indonesia
 Silly Fish Indonesia merupakan supplier produk ikan dan daging segar ataupun beku, bumbu c
 serta makanan siap santap.
 Tersedia di 33 lokasi di 18 kota Indonesia

Lemon Farm Organ... STORES SHOP ONLINE

แนะนำ ปลาแชลมอนธรรมชาติ
 หนักโปรตีน และไขมันดีเสริมสุขภาพ เพิ่มคุณค่าอาหาร

ปลาแชลมอนธรรมชาติสามพันหุ้ Chum จากแหล่งน้ำธรรมชาติบริสุทธิ์แถบทะเล Alaska เติบโตในธรรมชาติไม่ใช้ปลาเลี้ยง ปลอดภัยจากยาปฏิชีวนะ, ฮอร์โมน, สารเร่งสีและฮอร์โมนเร่งโต เนื้อสีชมพู มุมแน่น ไขมันน้อยกว่าแชลมอนที่แช่เย็น กลิ่นคาวน้อย ง่ายง่าย เป็นแหล่งของโปรตีนดีและโอเมก้า3 สำคัญต่อระบบประสาท สมอง จอประสาทตา และการผลิตเซลล์ภูมิคุ้มกัน ตราที่ก้นยาวน้อย 2-3 ช่องสีปลาดำ เพื่อให้ได้ปริมาณโปรตีนที่เต็มเปี่ยมเพียงพอ

แชลมอน 1 ชิ้น (150 กรัม) ไขมันโปรตีน 39 กรัม



Upcoming:
 THAIFEX-Anuga, Bangkok:
 May 24 – 28, 2022
 Food & Hotel Asia, Singapore:
 September 5 – 8, 2022
 Seafood Expo Asia, Singapore:
 September 14 - 16, 2022

SILLY FISH INDONESIA HIGHLIGHTS



80% Produk Lokal

Kami terdiri dari 80% produk lokal dan memiliki komitmen untuk memperkenalkan serta mendukung masyarakat Indonesia dengan produk lokal kualitas terbaik.

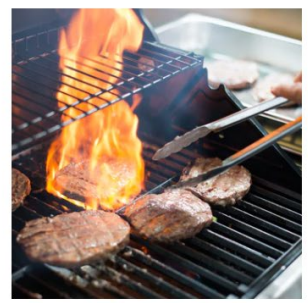
KUNJUNGI IG KAMI



Distributor

Bagi Sahabat Silly yang berminat untuk menjadi mitra usaha, kami memiliki multi-sentra distribusi yang siap melayani Anda di seluruh Indonesia. Bergabunglah bersama kami, Silly Fish Indonesia.

MARI GABUNGI!



Silly Surf and Turf

Produk Silly Surf and Turf kami dapat dijadikan sebagai teman alternatif BBQ party Anda dalam mengadakan pesta. Pesan sekarang juga dan booking tanggal yang kalian inginkan. Jangan sampai ketinggalan!!!

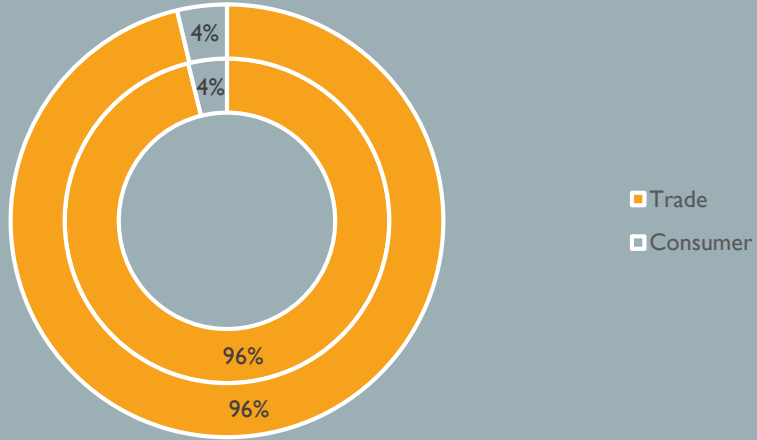
RAYAKAN PESTAMU!



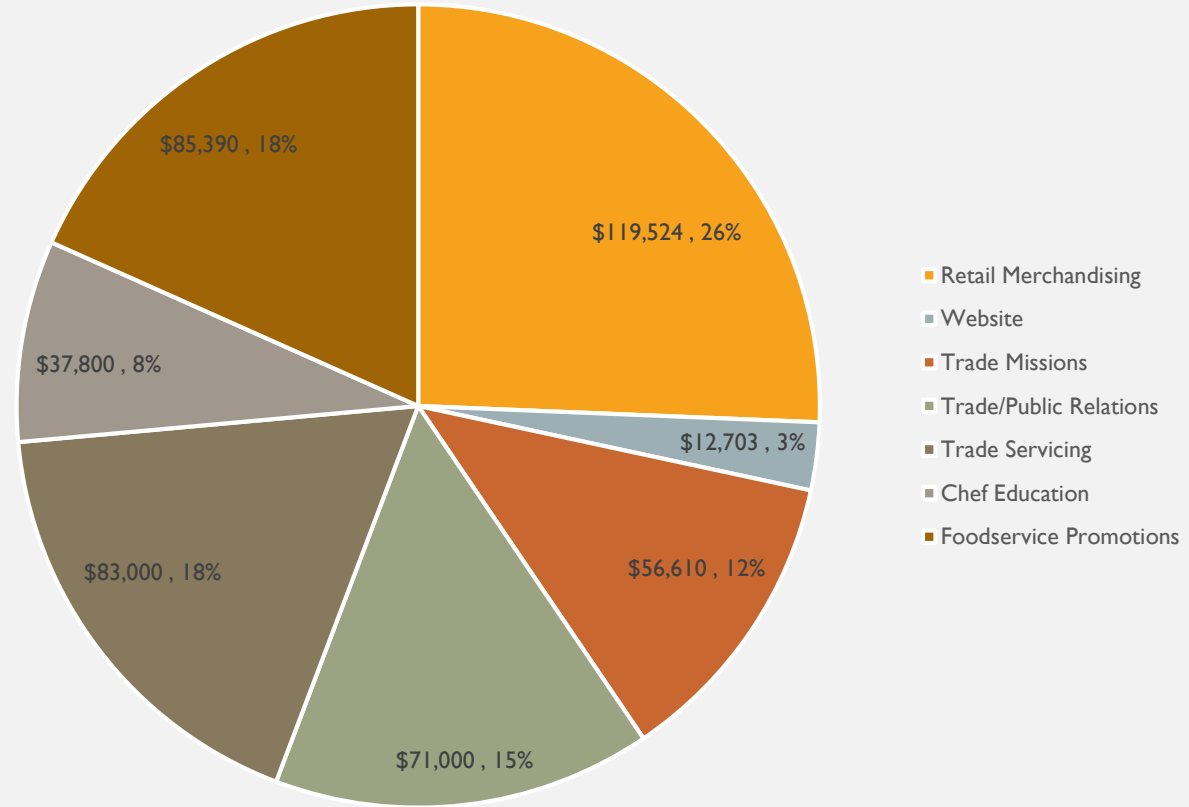
Northern Vietnam, Hanoi



SOUTH AMERICA



		2022	2023
BRXT1	Retail Merchandising	\$ 109,524	\$ 119,524
BRXT4	Website	\$ 12,000	\$ 12,703
SOAT2	Trade Missions	\$ 36,610	\$ 56,610
SOAT3	Trade/Public Relations	\$ 71,000	\$ 71,000
SOAT4	Trade Servicing	\$ 83,000	\$ 83,000
SOAH1	Chef Education	\$ 37,800	\$ 37,800
SOAH2	Foodservice Promotions	\$ 85,390	\$ 85,390
	Contractor Services	\$ 255,000	\$ 255,000
	Travel	\$ 17,000	\$ 17,000
		\$ 707,324	\$ 738,027





Wild, Natural & Sustainable*

LATAM Inbound Mission Seattle, Petersburg, Juneau July 11 – 16, 2022

Participants:

- Peru
- Peru
- Mexico
- Mexico
- Ecuador
- Chile
- Colombia
- ???
- Nicole Alba, International Marketing Coordinator
- Susana Osorio Cardona, International Marketing Coordinator
- Carolina Nascimento, ASMI Overseas Marketing Rep South America

Learning Objectives:

-
-

Proposed WA/AK flights:

Flight	Departs	Arrives	Price for 1 passenger
Alaska 65 Main (S) 2 stops Distance: 789 mi Duration: 4h 50m Details	Seattle (SEA) Tue, Jul 12 8:57 am	Petersburg (PSG) Tue, Jul 12 12:07 pm	\$610.50 Taxes, fees and charges Price guarantee Shop again using + discount or comparison fare code
Alaska 65 Main (M) Nonstop Distance: 123 mi Duration: 0h 45m Details	Petersburg (PSG) Thu, Jul 14 12:57 pm	Juneau (JNU) Thu, Jul 14 1:38 pm	
Alaska 52 Main (N) Nonstop Distance: 907 mi Duration: 2h 25m Details	Juneau (JNU) Fri, Jul 15 8:28 pm	Seattle (SEA) Fri, Jul 15 11:53 pm	



Wild, Natural & Sustainable*

Itinerary:

Sunday, July 10 – Seattle, Washington

All day Arrival in Seattle
Flights usually arrive in the late afternoon
LYFT Code **LATAM22** – Transportation to **SEATTLE HOTEL**

Open afternoon/evening Suggested activity:

- Pike Place Market
- ????

Participants will receive welcome kits/binders including Alaska seafood industry overview, itinerary, notepad, pen, badges, ASMI pins.

Monday, July 11, 2022 – Seattle, Washington

Learning Objectives:

9:00 AM One-on-one meetings (speed-dating style) with Alaska Seafood industry
Venue: Hotel conference room

12:30 PM Lunch at [Lola](#)
Address:

2:30 PM PSQS & Whitefish Seminar
Address:

6:30 PM Dinner reservation at ??

Tuesday, July 12, 2022 – Petersburg, Alaska

Learning Objectives:

6:00 AM Meet in lobby
Depart Seattle for Petersburg, Alaska (Flight #65)

12:07 PM Arrival in Petersburg, Alaska. Check in to hotel if possible.



Wild, Natural & Sustainable*

1:30 PM Boat tour aboard the [Point Retreat](#): on board the 13 passenger boat, we will visit the [LeConte](#) Glacier, observe wildlife and watch the gillnetters fish salmon in Frederick

Sound, check out the ~~dunwoody~~ crabbers along the mainland shore or over on the Stikine flats. There may be opportunity to observe ~~lowly~~ fishing halibut in Frederick Sound, as well. Shrimp trawlers may also be harvesting at this time. An Alaska seafood lunch will be served aboard!

4:30 PM Return to hotel for rest

6:30 PM Dinner - Reservation at The Tides Inn or Salty Pantry?
Invite area biologist or local fisherman or someone from community. Max or Cynthia from USAG?

Wednesday, July 13, 2022 – Petersburg, Alaska

Learning Objectives:

8:30 AM Meet in lobby. Breakfast at Tides Inn or Salty Pantry?

9:30 AM Tour of Trident ~~Seafoods~~ Dave ~~Ohmer~~
Phone:
Email:

12:30 PM Lunch at ??

2:00 PM Tour of OBI ~~Seafoods~~, Inc. Don ~~Spitzmyer~~
Address:
Contact:

4:30 PM Back to hotel/rest

6:00 PM Drive out of town and catered beach BBQ dinner at Benjamin Island look out? Invite local direct marketers/fishermen
Catering by Sons of Norway group?

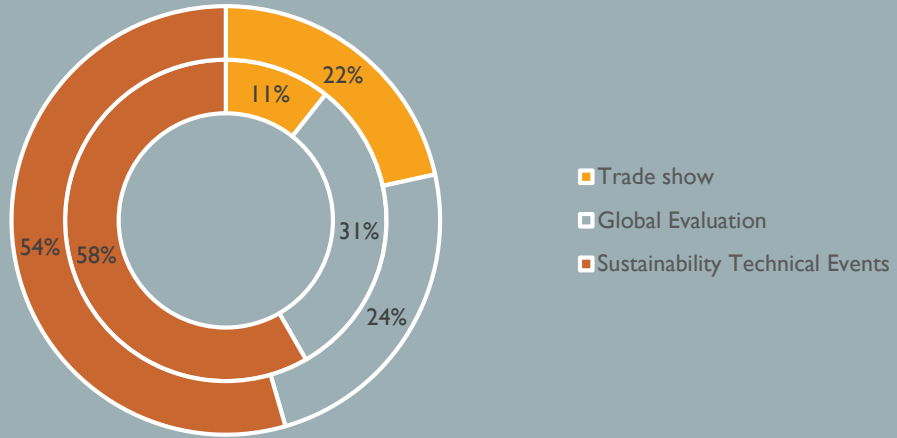
Thursday, July 14, 2022 – Petersburg & Juneau, Alaska

Learning Objectives:

9:00 AM Breakfast and check out of hotel
Store luggage at hotel or in rental van

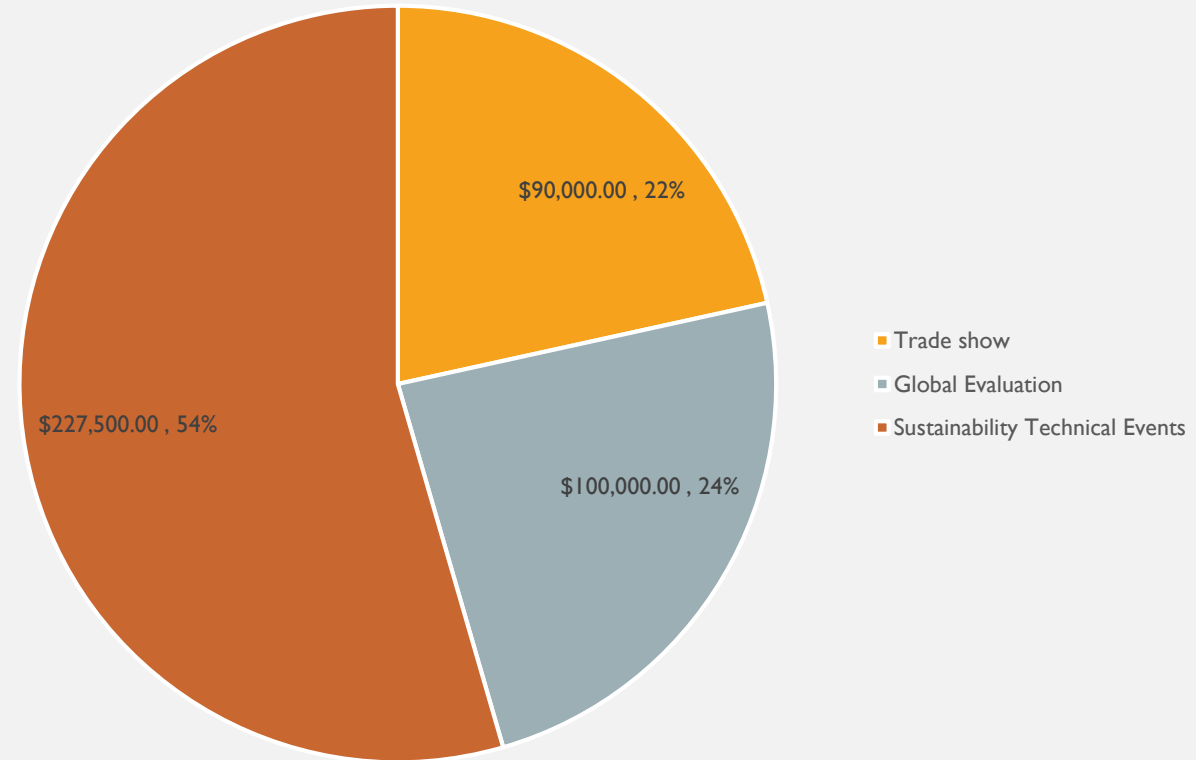
10:00 AM Clausen Memorial Museum: <https://clausenmuseum.com/>
Address: 203 ~~Esau~~ Street

GLOBAL



- Trade show
- Global Evaluation
- Sustainability Technical Events

Trade show	\$ 37,000.00	\$ 90,000.00
Global Evaluation	\$107,750.00	\$ 100,000.00
Sustainability Technical Events	\$202,500.00	\$ 227,500.00
	\$347,250.00	\$ 417,500.00



- Trade show
- Global Evaluation
- Sustainability Technical Events



第三期
Issue 3

FY 2021-2022

美國阿拉斯加海產 ALASKA SEAFOOD



Pure, Natural, Delicious
天然 純淨 美味

NEWS LETTER

頭條
新聞

中國可持續海鮮市場發展 RFM認證理念正悄然興起

由Susan Marks女士主講的美國阿拉斯加可持續發展的理念視頻已經上線了,大家可以通過ASMI官網收看視頻。<http://www.alaskaseafood-china.com/video.php>

蘇珊是ASMI的可持續發展和認證顧問,她是海鮮市場可持續發展和認證方面的內部領導者和主題專家,她還在阿拉斯加RFM認證海鮮可持續性認證專案工作,管理所有營銷、推廣和溝通,並實施全球法律戰略。



堅守可持續發展的理念,是美國阿拉斯加海鮮品質優越的原因之一。簡言之,所有的美國阿拉斯加海鮮處理的過程中,都採用了世界領先的科學方法,有助於魚群和整個生態系統維持世世代代的繁衍。

阿拉斯加是美國唯一一個將可持續漁業直接寫入憲法的州。天然海鮮是美國阿拉斯加最寶貴的資源之一,從漁民、加工商到科學家和執法官員,每個人都致力於可持續發展,這不僅對阿拉斯加人的生計至關重要,而且是一個根深蒂固的傳統。通過可持續發展,我們子孫後代依然可以享受美國阿拉斯加海鮮。



RECAP

