

ICELANDIC

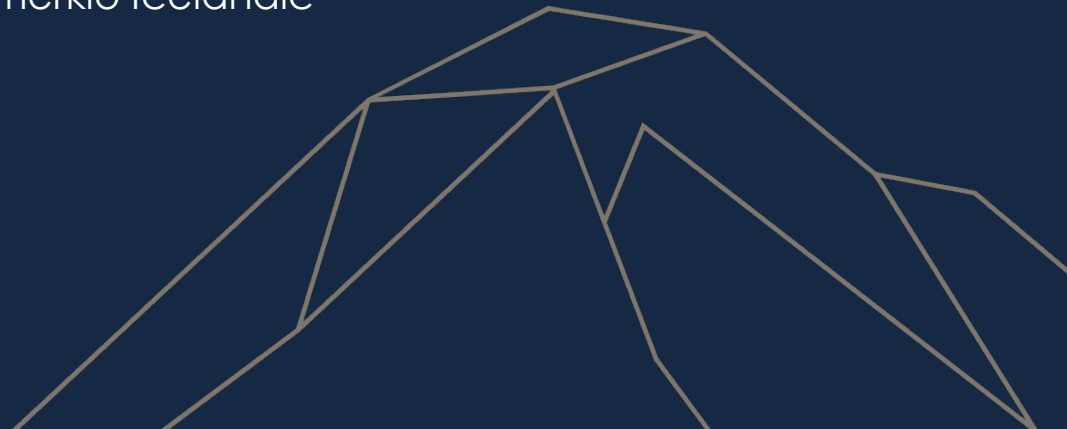


Sjávarútvegsráðstefnan 2018, 15.-16. nóvember í Hörpu

ICELANDIC

Í UPPRUNANUM LIGGJA TÆKIFÆRIN

Vörumerkið Icelandic



ICELANDIC SEAFOOD ER LEIÐANDI VÖRUMERKI Í SJÁVARAFURÐUM SEM BYGGIR Á YFIR 75 ÁRA SÖGU

- Upprunalega stofnað árið 1942 sem leiðandi aðili í framleiðslu og sölu á frosnum sjávarafurðum.
- Icelandic Group hefur á undanförunum árum þróast í sérleyfis- og þjónustufyrirtæki með höfuðstöðvar í Reykjavík undir nafninu Icelandic Trademark Holding (ITH)
- Icelandic Trademark Holding (ITH) er eigandi og þjónustuaðili vörumerkjanna „Icelandic“ og „Icelandic Seafood“ til samstarfsaðila sinna sem einbeita sér að sölu að hágæða vörum af íslenskum uppruna.
- Í apríl sl. afhentu Forsvarsmenn Icelandic Group ehf. forsætisráðherra Íslands félagið til eignar fyrir hönd íslensku þjóðarinnar vörumerkin Icelandic og Icelandic Seafood,
- Vörumerkin eru í eigu Icelandic Trademark Holding ehf. sem heldur utan um skráningu, vernd og notkun vörumerkjanna og tryggir að þau séu nýtt í tengslum við sölu og markaðssetningu íslenskra afurða og þjónustu.
- **Markmiðið er að vörumerkin nýlist sem best í þágu íslensks atvinnulífs á breiðum grundvelli til framtíðar.**



ICELANDIC

ICELANDIC ER SKRÁÐ VÖRUMERKI MEÐ JÁKVÆÐA ÍMYND

HEILBRIGÐUR
LÍFSSTÍLL

HETJUR HAFSINS

STÓRBROTID LANDSLAG

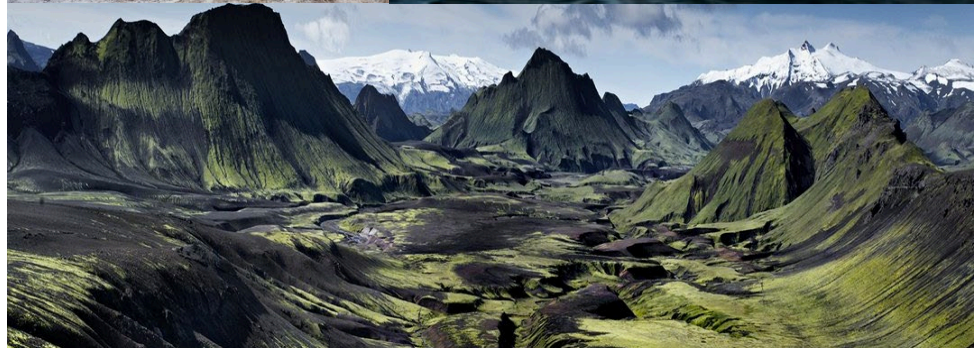
ÓMENGUÐ
AFURÐ

NORÐURLJÓS

TRAUST FÓLK

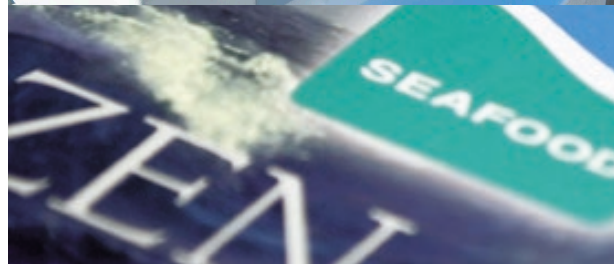
HREINT VATN

ÓSNORTIN NÁTTÚRA



HELSTU SAMSTARFSAÐILAR

- Helstu samstarfsaðilar Icelandic eru **Icelandic Ibérica** og **Highliner Foods** sem selja hágæða íslenskar sjávarafurðir undir vörumerkinu Icelandic Seafood, auk **Margildis** sem mun selja hágæða fiskolíur undir vörumerki Icelandic inn á N-Ameríku markað.
- **Icelandic Ibérica** á Spáni, er einn helsti sölu- og dreifingaraðili á léttisöltuðum þorski frá Íslandi en Ibérica selur sjávarafurðir til meira en 4.000 viðskiptavina í fimm löndum í Suður-Evrópu. Í september 2018 keypti Iceland Seafood International Icelandic Iberica
- Kanadíska fyrirtækið **Highliner Foods**, sem er eitt af stærstu fyrirtækjum í N-Ameríku í framleiðslu sjávarafurða, er leyfishafi vörumerkisins og selur frosnar sjávarafurðir undir merki Icelandic Seafood inn á hotel, veitingastaði og í smásölu í Bandaríkjunum og Kanada



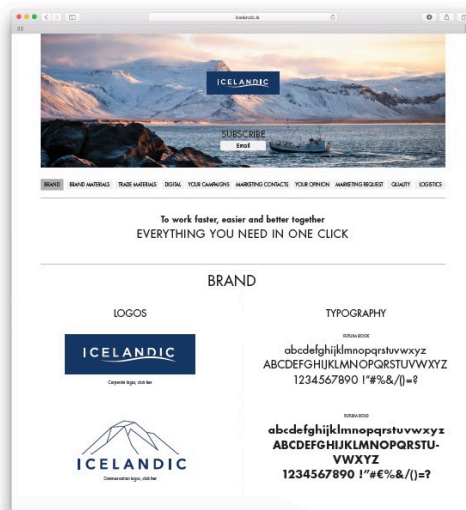


CORPORATE PROMOTIONAL MATERIALS

Icelandic Seafood participates in events and creates promotional materials for suppliers in order to promote the brand. These are inspirational materials which aim to breathe new life into the fish and seafood market for end consumers.

INFORMATION, TOOLS & GUIDELINES

As part of our licensee toolbox, we provide our partners with the necessary information, tools and guidelines in order for them to fully understand the brand values and how to convey the brand to their customers. This includes our brand manual, quality manual and our brand elements.



LICENSEE TOOLBOX

The licensee toolbox is a “go-to” source for information, guidelines and promotional materials that give our licensees and other partners easy access to everything they need to successfully promote and sell the Icelandic brand and its products. We provide material aimed at restaurants and retailers as well as the end consumer. The toolbox contains brochures, catalogues, POS material and inspirational content such as recipes, pictures and videos.

UPPRUNI SJÁVARAFURÐA SKIPTIR MIKLU MÁLI

OPINION OF FISH AFTER ORIGIN

Q15. If you were at a seafood restaurant, and the menu listed where each fish was from, how much would your opinion of the fish be affected by your knowledge of where it was from?

| % over neutral (5-7)

Origin of fish

Markets

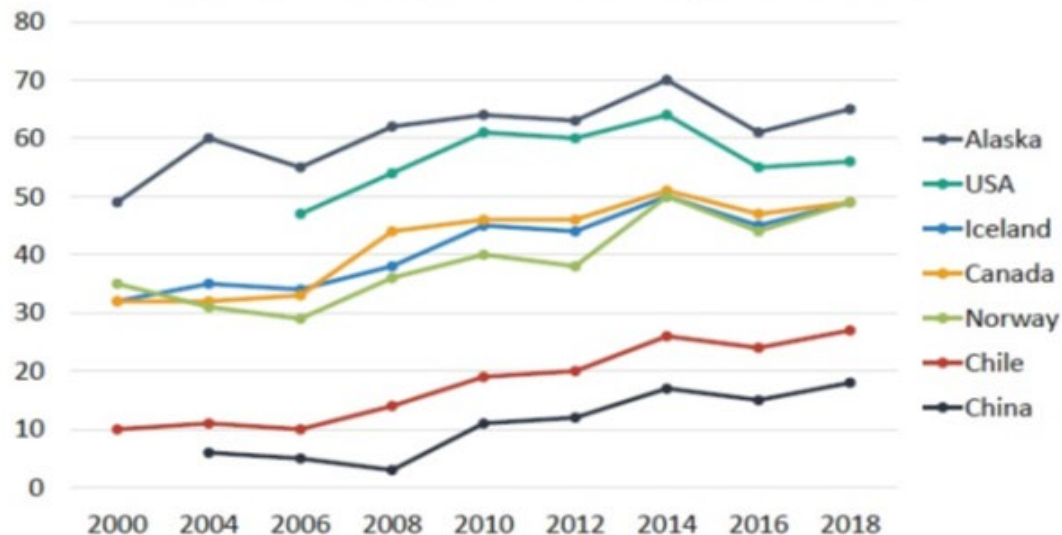


Samkvæmt Nielsen Global Brand-Origin Survey 2016 þá sögðu 75% svarenda að uppruni matvæla sem keypt eru séu mikilvæg eða miklu mikilvægari, heldur en t.d. verð, eða gæði vörunnar.

UPPRUNI SJÁVARAFURÐA SKIPTIR MIKLU MÁLI

Seafood Origin

How much would your opinion be affected by knowing the origin of the fish? (% , “makes me really want the fish”)



Interest in the fish from ICELAND has increased from 45% in 2016 to 49% in 2017; it's at the same level as interests in fish from Canada and Norway.

FUTURE BRAND COUNTRY BRAND INDEX 2015

Top 20 countries



Which countries are 'country brands'?





NÝJA SJÁLAND 'FLYING THE FERN' VÖRUMERKIÐ

- "The New Zealand Story Group" var sett á laggimar árið 2015 að frumkvæði ríkisstjórnarinnar með það að markmiði að auka og efla ímynd og orðspor Nýja Sjálands á alþjóðlegum mörkuðum til að auka útflutning á þeirra vöru.
- Verkefnið er hluti af „Government Business Growth Agenda“ sem hefur það að markmiði að auka útflutningstekjur um 40% árið 2025.
- Til þess að geta fengið að nota „The Fern“ á vörur sínar þurfa útflytjendur að uppfylla kröfur nytjaleyfishafa. Sem dæmi má nefna að fyrirtæki verða að vera með lögfesti í Nýja Sjálandi, allt starfsfólk þarf að búa þar, og afurðir sem seldar eru 100% Ný-sjálenskar.
- Auk viðtæks markaðsstuðnings njóta leyfishafar einnig vörumerkisverndar alþjóðlega á „New Zealand Fern“ vörumerkinu.



1^B



OVER 1 BILLION PRODUCTS CARRY THE FERNMARK GLOBALLY

More than a billion products across 2,011 product types carry the FernMark in over 30 countries, helping drive preference for New Zealand products and services around the globe.

Source: FernMark Licence Programme, October 2018.



14TH



IN THE WORLD FOR OUR NATION BRAND

New Zealand's nation brand image ranks 14th out of 50 nations, measured against variables of national competence including exports, governance, culture, people, tourism, and immigration and investment.

Source: Anholt-GiK Nation Brands Index, 2017

Hágæða íslenskar fiskolíur frá Margildi undir vörumerki Icelandic



ICELANDIC

www.icelandic.is

THE OPPORTUNITY – ICELANDIC AX[®] BOOSTERS

1 DIFFERENTIATED PROPOSITION



- Natural Icelandic Astaxanthin (1mg), Omega 3 (950mg) & Vitamin D (800IU)
- Compelling Claims – “Goodness of a Full Serving of Salmon is one flavorless teaspoon”
- Desirable Icelandic Positioning & Branding

2 GROWING SEGMENT



- High Growth Homemade Smoothie / Shake Category (+15%)
- High Retail Pricing (\$19.99-\$39.99)

3 ATTRACTIVE CONSUMER TARGET



- Heavy Users
- Premium-Predisposed
- Smoothie Enthusiasts

www.icelandic.is

ICELANDIC

Year 1 Sales Estimates
100 – 150K Units

TÆKIFÆRIN FELAST ÞVÍ Í UPPRUNANUM...OG VÖRUMERKINU

...SEM SEGIR SÖGU OG ER SAMNEFNARI FYRIR ALLT ÞAÐ SEM ER ÍSLENSKT OG SEM ÍSLAND STENDUR FYRIR





ICELANDIC

ÞAKKA YKKUR FYRIR

