

Live Life Beautifully: Almond Board's Marketing Evolution in South Korea

December 10, 2015



Speakers

Stacey Humble, Almond Board (Moderator)

Laurel Muir, Sterling Rice Group

Melissa Mautz, Almond Board

Matt Lantz, Bryant Christie Inc.





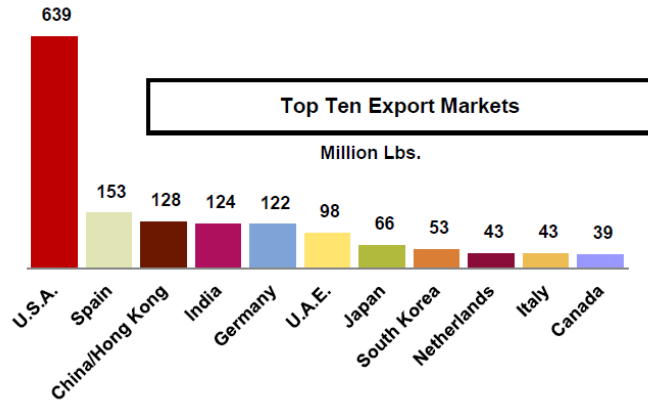
**Stacey Humble,
Almond Board**



**Melissa Mautz,
Almond Board**

Live Life Beautifully:
ABC's Marketing
Evolution in S. Korea





Almonds | Fast Growing

- Top 10 Market
- 60% growth in Shipment over 5 Years

[2014/15 shipment data]

- Awareness continues to gain strength year over year
- Top-of-mind awareness up another +9ppt in 2014
- Increased usage among its heaviest users (at least 2x/week) despite declines as being the nut most often eaten as a snack

[2014 Global Perception Study]

South Korea is a densely populated country with only **51 million people** living in a country roughly the size of **Indiana**



A large crowd of people is shown from an overhead perspective, holding numerous small South Korean flags. The flags are densely packed, creating a sea of white, red, and blue. In the center of the crowd, a larger South Korean flag is visible, featuring the traditional Taegeukgi symbol and the Korean characters '대한민국' (Daehanminguk) on a white background. The overall scene suggests a national celebration or a public gathering.

Nearly 70% of Koreans considered “blood” as the most important factor in defining their nation.

Source: Korea Times, The Korea Herald



Korean's labor force works an average of 2,193 hours a year, the most hours in the world – 300 more than Japan

Most advanced retail marketplace





Seniors will account for over 20% of the population by 2026



AGENDA

1. Market access overview: Matt Lantz (Bryant Christie)
2. S. Korea strategy and target audience: Laurel Muir (Sterling-Rice Group)
3. S. Korea program overview: Melissa Mautz (ABC)

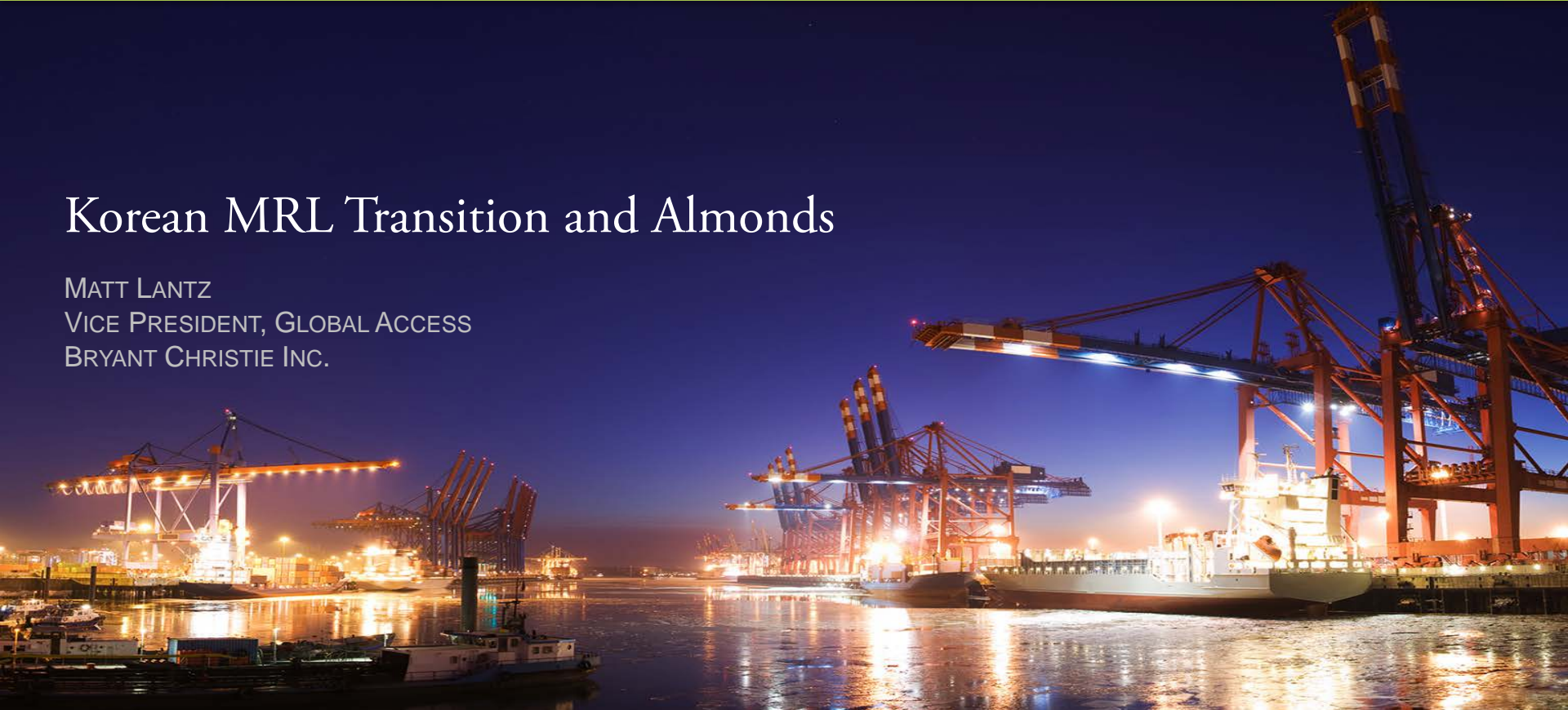


MARKET ACCESS

Matt Lantz, Bryant Christie

Korean MRL Transition and Almonds

MATT LANTZ
VICE PRESIDENT, GLOBAL ACCESS
BRYANT CHRISTIE INC.



What We All Want to Avoid...



Violation and consequences - by the numbers...

5.0

0.5

0.8

5.0

5

What I Hope You'll Come Away With

- Understanding of Korean MRL Situation
- Knowledge of ABC Efforts in Korea



I. MRL Basics:

- Maximum Residue Levels (Limits)
- Detected residues should meet import country's MRL
- Residues should not be detected if country has not established an MRL
- MRL are not a food safety standard
- **MRLs ARE NOT HARMONIZED**



I. Why MRLs Matter



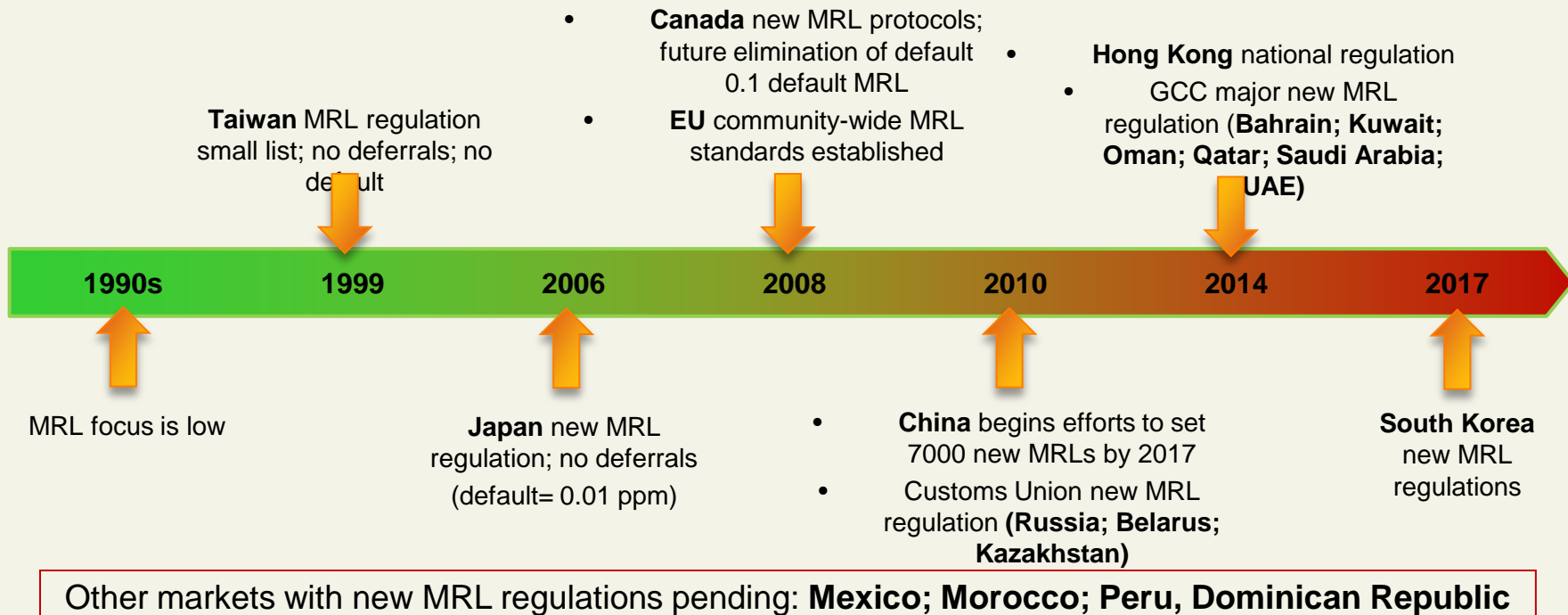
Growing emphasis on food safety

MRL attention is increasing

Testing becoming more sophisticated

Complexity is increasing rather than decreasing

INCREASED FOCUS ON MRLS IN GLOBAL TRADE



II. Korea MRL Situation

- Current System:
 - National Korean MRLs
 - Codex MRLs
 - “Like” Korean MRLs
- Current Almond Assessment:
 - Approximately 80 relevant almond MRLs in US.
 - 83% of US almond MRLs covered under Korean deferral path system
 - No violations



II. Korea MRL Situation

- **New Korean MRL System:**
 - **Korean National MRLs Only**
(no deferrals)
 - 0.01 ppm default tolerance
 - **In Place for Nuts, Tropical Products, Seeds on January 1, 2017.**
 - Data submissions sought to establish MRLs
 - Once in place, increased testing likely.



II. Korea MRL Situation

- Current Almond Situation Under New System (Will Improve)
 - 26 Korean national almond MRLs in place, proposed, or default tolerance acceptable
 - Commitments to submit another 12 for review
 - Need approx. 36 Korean almond MRLs by 2017
 - MRLs expected to be established throughout 2016



II. Korea MRL Situation

- **Korean Government Position**
 - Right to establish new system
 - Understand scope of work
 - Cooperate with trading partners and registrants

 - **Emphasis: DO NOT WANT NEW SYSTEM TO NEGATIVELY AFFECT TRADE**



II. Korea MRL Situation

- **ABC Efforts**
 - Engage with US government; Meetings last week
 - Approaching registrants to seek submissions.
 - Work with Korean government/Hosted Korean MRL delegation
 - Watching situation closely; will increase pressure if appears trade could be affected
 - Cooperating with other groups





Summary & Conclusions



STRATEGY AND TARGET AUDIENCE

Laurel Muir, SRG



how do they approach life, health and eating...and where can almonds win?

Believe that health is holistic

“Health means both psychological and physical health. It means being vibrant and lively. Not fatigued and looking younger than your age.”

Female Health Conscious Snacker



Physical

- Avoidance of sickness and disease
- Staying thin
- Looking young (skin/hair)
- Improving energy and reducing fatigue



Psychological

- A positive and optimistic outlook
- Energetic and vibrant approach to life
- Balanced and happy

On the outside: youthful appearance

- Clear, smooth, white skin
- Black, shiny hair
- Thin figure
- Everyone trying to lose weight and taking action to keep skin healthy (beauty products, spa treatments)

“Appearance is as important as academic ability.”

Female Snack Actualizer

“I go with my wife to get facial massage to make sure my skin looks young.”

Male Health Concious

On the inside: youthful energy

- Energy to live an active life
- Maintaining a youthful outlook
- Happy and optimistic

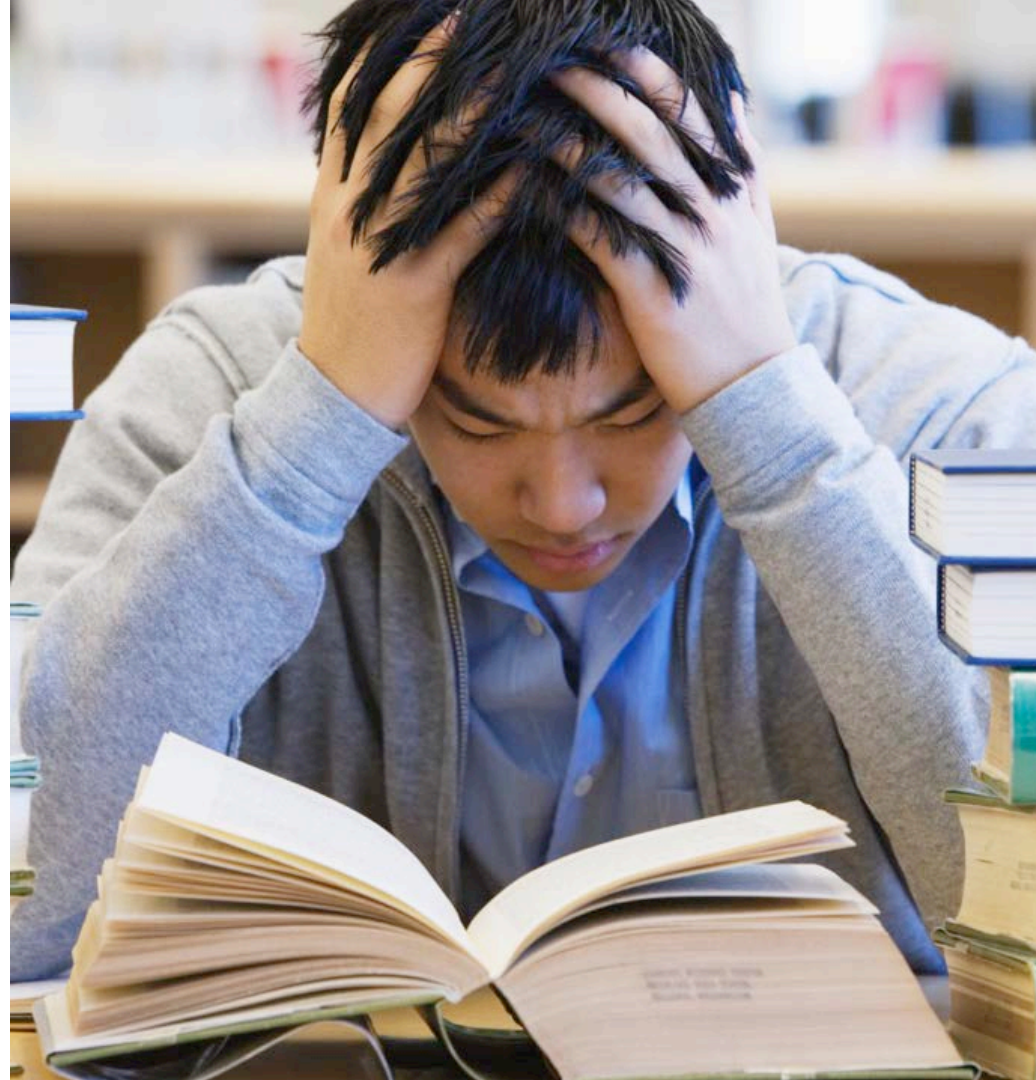
“Health means having no symptoms, but also being vibrant, active, and proactive. I am exercising and watching what I eat and I feel more energetic and boosted. I don't see specific effects, but I *feel* healthier.”

Male Excitement Seeker

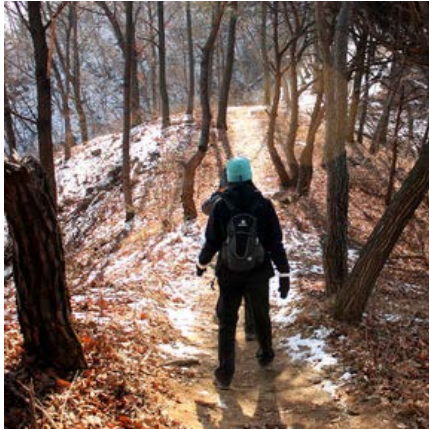


But fear of falling behind adds pressure

- “Keeping up” with a competitive, collective society
 - Adds stress, drains energy, and leads to day-to-day fatigue
- Pressures to maintain youth
 - Stay thin, have beautiful skin and hair, avoid sickness and disease



So, they work hard to maintain their health...



Daily exercise



Visits to traditional
spas and massage



Yearly doctor visits

Evolving eating habits: more focus on presence of positives and absence of negatives



Increasing

- Vitamins
- Fiber
- Protein



Decreasing

- High cal, high fat foods
- Salt
- Processed foods and artificial ingredients

“I’m trying to reduce salt and additives, eat low calorie and low fat food, and avoid processed foods and delivery.”

Female Health Conscious Snacker



Even though diet is important, supplements reassure

"You need supplements to get those things that you don't produce yourself in your body or are hard to get enough of from your food."

—Female Health Conscious Snacker

So they recognize the need to balance throughout the day

Meals = nutrition and taste

- Generally trying to eat healthy meals – traditional Korean, especially at breakfast
- Eating is healthiest in the a.m. and declines throughout the day

Snacks = taste, emotional satisfaction, and some nutrition

- Usually eaten for enjoyment, relaxation, release

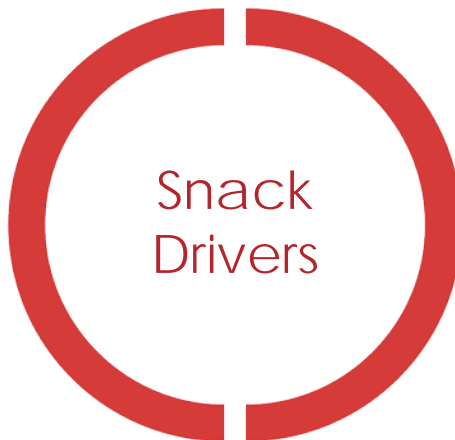
“Snacks are for energizing, relaxing, or boosting your mood. They are tastier.”

Female Excitement Seeker

And snacking is an important daily activity

Functional

- Between-meal hunger satisfaction
- Prevents over-eating
- Energy boost
- Vitamins and nutrients “you can’t get from other foods”



Emotional

- Release
- Reward
- Comfort
- Happiness
- Connect

The majority of occasions are driven by emotion

- *Consumers believe snacks should be tasty and help improve their mood*

When it comes to nuts... Peanuts, walnuts and almonds are the same from a health perspective and the only nuts consumed

- Natural/unprocessed with good fats
- Walnuts the typical association with brain health, but other nuts believed to deliver as well
- **But**, high in calories



When pushed there is **slight** differentiation



- Strong “ko-so-hey” flavor
- Link to skin care products
- Dry, neat nut
- Harder/crunchier



- Brain health
- Soft
- Omega 3/good fats



- Less expensive
- More oil than other nuts
- Great for Anjou

Driven by different need states throughout the day

Morning



Nourish Me

- Nourish my body and help me do something good for myself
- Confident and smart

Tide me over

- Satisfy my hunger and tide me over until the next meal
- Satiated and satisfied

Afternoon



Escape

- Take a mental break from the stress of the day
- Happiness and release

Relax

- Relax and unwind at the end of a busy day
- Happiness and comfort

Reward

- A reward for getting through a challenging day or task
- Validation

Evening



Connect

- Connect with others and enhance our time together
- Happiness and warmth

Entertain Me

- Give me something to do when I'm feel a bit bored or during an activity like watching TV
- Calming

A photograph of a long, straight path lined with trees in autumn. The ground is covered in fallen yellow and orange leaves. The trees have dense green foliage at the top, but the lower branches and leaves are in shades of autumn. A semi-transparent red banner is overlaid across the middle of the image, containing white text.

Based on the insights, we positioned for tomorrow by...

Positioning approach:

Live Life Beautifully

Who are we up against?

Fruit, Nuts, supplement –
snack eaten in the **mid-
morning occasion**

Almond benefit?

Almonds are the perfect mid-
morning snack because they
nourish my vibrant, youthful life

And how are almonds different?

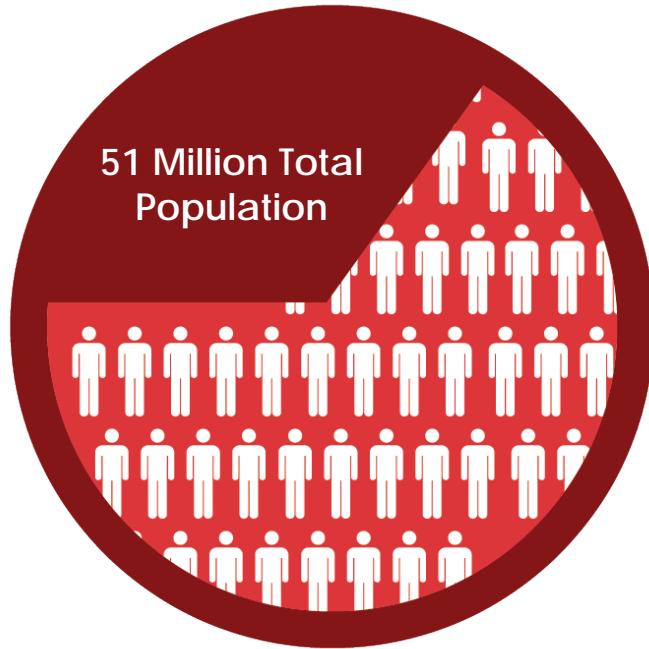
Natural, whole food that
provides beauty benefits

Live Life beautifully, because almonds are a...

- Exceptional source of vitamin E – more effective than a supplement for vibrant skin and hair
- Lowest calorie for weight management
- Protein and fiber for long lasting energy



So...who should we tell our message to? Meet our Target



16.9 Million Target Audience

66% of the population between the ages of 24-55

Male and female

Three attitudinal segments:

Snack Actualizers

Health-Conscious Snackers

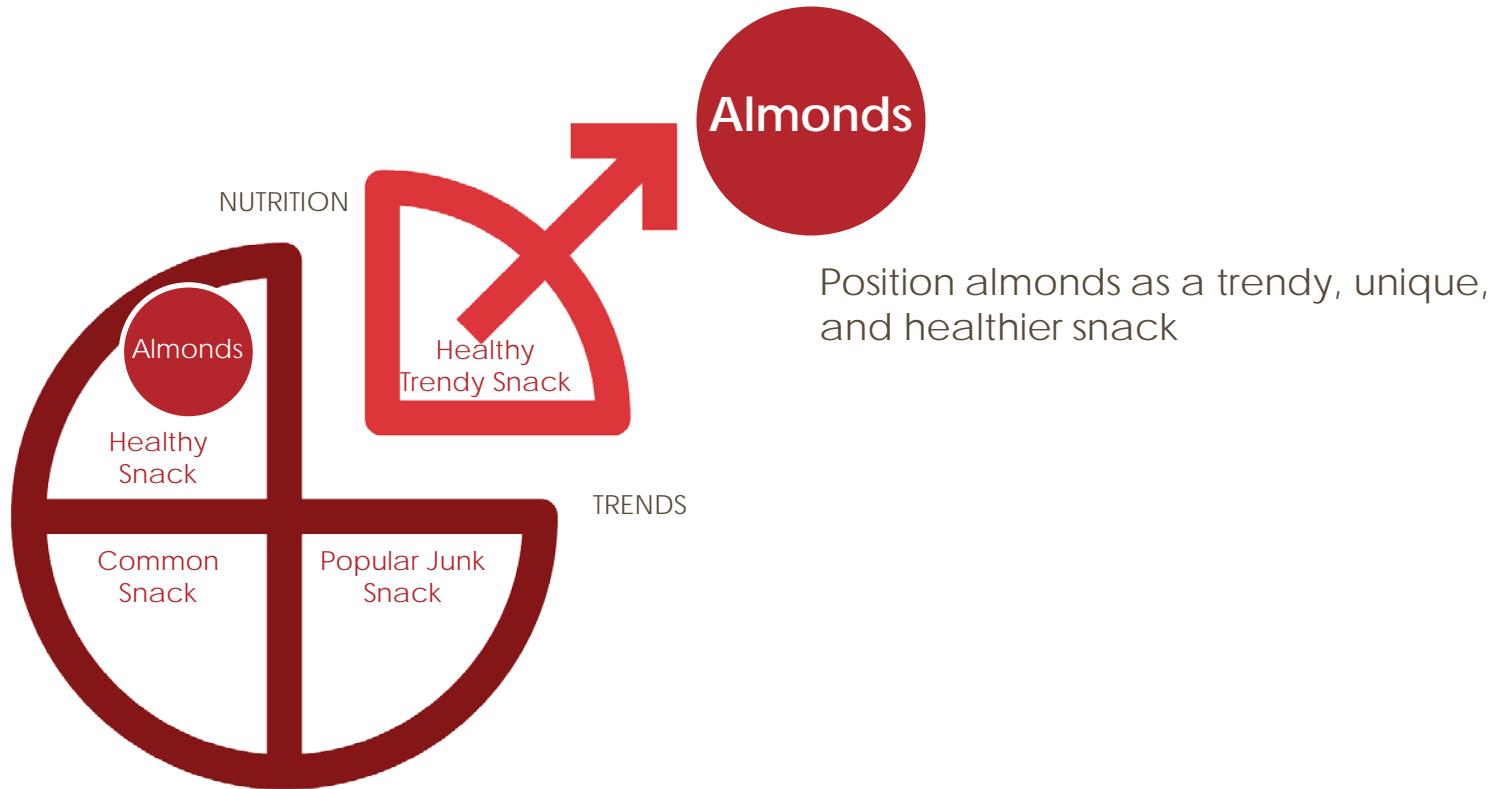
Excitement Seekers



HOW ARE WE REACHING CONSUMERS?

Melissa Mautz, ABC

“Healthy Snack”, Is it Enough for Almonds in Korea??



Core Campaign Message



ALMONDS = HEALTHY [MID-MORNING] SNACK

- INCREASE THE CONSUMPTION OF ALMONDS AS A SNACK
- CREATE DIFFERENTIATION BETWEEN ALMONDS AND WALNUTS AND PEANUTS

Marketing Overview



South Korean spokespersons endorsed health and lifestyles messages



Our key celebrity spokesperson to share her beauty secrets with almonds



Health professional to share the nutritional benefits of almonds



Celebrity chef to hold snack pairing demonstrations using almonds



Share efficient tips to energize our health and fitness routine by adding almonds

Advertorials | Women and Men's Snacking & Lifestyles Magazines

2014 Advertorial

활기찬 하루를 열어주는 굿데이 스타터, 아몬드

지난 11월 9일, 반박티르 클럽 앤드 서울에서 열린코리아 아몬드와 고스탈로로 가득 채워진 굿데이 브런치 파티가 열렸다. 활력이 북산 아몬드의 다양한 영양학적 가치를 직접 체험하고 건강한 하루를 보내는 여객 노취우를 만났고, 헬미 리야드를 추구하는100명의 라이프스타일 리더들이 이 날 현장을 찾았다.

이 날 행사에 참가하신 아몬드 헬미가 지난 5월부터 헬미가 되는 '아몬드, 굿데이 스타터' 캠페인의 일환으로, 오전에 섭취하는 한 통의 아몬드와 활기찬 아침을 나가기 위한 현장을 만드는 긍정적인 영향을 소개할때까지 널리 알려지고 기대된다.

유명 세로들이 제안하는 아몬드의 고스탈로 '오드북' 혁신한 시그니처 영양을 받은 다양한 브런치 메뉴와 함께, '부티', '간장', '피스타치오', '요리' 각 분야를 대표하는 전문가들이 참여해 아몬드를 활용한 유용한 생활정보를 나누는 시간이 마련됐다. 특히 '아몬드, 굿데이 스타터' 캠페인의 홍보대사로 활약중인 건강의미의미로 비서스의 요양이 부티 분야 전문가로 참여해 아몬드 간식, 아몬드 스킨케어 등 건강한 아름다움을 유지하는 자신만의 부티 시작을 위한 공개하고 소비자들께 좋은 정보를 제공했다.



*굿데이 브런치 파티에 참가하신 헬미가 지난 5월부터 헬미가 되는 '아몬드, 굿데이 스타터' 캠페인의 일환으로, 오전에 섭취하는 한 통의 아몬드와 활기찬 아침을 나가기 위한 현장을 만드는 긍정적인 영향을 소개할때까지 널리 알려지고 기대된다. (almonds.co.kr) 및 페이스북(almonds.co.kr), 네이버 블로그(blog.naver.com/almonds)를 통해 더 많은 정보를 확인하세요. (nfblog.com/nfblog)를 통해 더 많은 정보를 확인하세요.

'굿데이'가 필요하다, '아몬드 타임'

캘리포니아 아몬드 헬미가 소비자들에게 활기찬 오전과 건강한 하루에 대한 관심, 생활 습관, 라이프스타일 등을 소개하고 싶었다. '아몬드 타임'은 아몬드와 함께 건강한 아침을 시작하는 100명의 라이프스타일 리더들이 이 날 현장을 찾았다. 헬미 리야드를 추구하는 100명의 라이프스타일 리더들이 이 날 현장을 찾았다. 헬미 리야드를 추구하는 100명의 라이프스타일 리더들이 이 날 현장을 찾았다.



활기찬 아침과 '굿데이'를 필요로 하는 현대인에게 매일 아몬드 한 통을 훌륭한 웰빙 루틴이 될 수 있다고 전문가들이 조언한다. 다양한 영양학적 혜택을 가진 아몬드, 고스탈로 가득 채워진 활기찬 하루를 열어주는 아몬드와 활기찬 아침을 나가기 위한 현장을 만드는 긍정적인 영향을 소개할때까지 널리 알려지고 기대된다.



"탄탄한 건강이여 좋은 비결의 비결은 바로 천연 활력 감시 아몬드예요. 특히 최근되고 건강한 오전에 에너지 보충을 위해 고스탈로로 조리된 스낵을 대신 드신다면, 저자에게 추천합니다. 아몬드 한 통을 활력있게 가져다 줄 수 있도록 도와줍니다. 저자에게 추천합니다. 아몬드 한 통을 활력있게 가져다 줄 수 있도록 도와줍니다. 저자에게 추천합니다. 아몬드 한 통을 활력있게 가져다 줄 수 있도록 도와줍니다."

2015 Advertorial



한 통의 아몬드로 나의 하루를 '충전'하자!

10여 종의 알맹이, 오메가-3 지방산이 풍부한 아몬드와 활기찬 하루를 열어주는 아몬드, 굿데이 스타터 캠페인의 일환으로, 오전에 섭취하는 한 통의 아몬드와 활기찬 아침을 나가기 위한 현장을 만드는 긍정적인 영향을 소개할때까지 널리 알려지고 기대된다.

한 통의 아몬드 '충전'을 위해 필요한 것은 비워진 공간이다. 한 통의 아몬드는 건강한 아침을 위한 최고의 영양소이다. 아몬드와 활기찬 하루를 열어주는 아몬드, 굿데이 스타터 캠페인의 일환으로, 오전에 섭취하는 한 통의 아몬드와 활기찬 아침을 나가기 위한 현장을 만드는 긍정적인 영향을 소개할때까지 널리 알려지고 기대된다.

10:30AM 오드북, '아몬드 타임'!

영기 많고 활기찬 하루를 열어주는 아몬드와 활기찬 하루를 열어주는 아몬드, 굿데이 스타터 캠페인의 일환으로, 오전에 섭취하는 한 통의 아몬드와 활기찬 아침을 나가기 위한 현장을 만드는 긍정적인 영향을 소개할때까지 널리 알려지고 기대된다.

PAIRING 아몬드 맛있게 즐기

아몬드와 고스탈로 '오드북'을 함께 즐기면, 아몬드와 활기찬 하루를 열어주는 아몬드, 굿데이 스타터 캠페인의 일환으로, 오전에 섭취하는 한 통의 아몬드와 활기찬 아침을 나가기 위한 현장을 만드는 긍정적인 영향을 소개할때까지 널리 알려지고 기대된다.

CALIFORNIA ALMONDS X SEOUL FASHION WEEK

활기찬 하루를 열어주는 아몬드와 활기찬 하루를 열어주는 아몬드, 굿데이 스타터 캠페인의 일환으로, 오전에 섭취하는 한 통의 아몬드와 활기찬 아침을 나가기 위한 현장을 만드는 긍정적인 영향을 소개할때까지 널리 알려지고 기대된다.

CHARGING STATION



Fall 2014 Event | 100 power bloggers with spokespeople

Almond Brunch Party

- Blogger event
- Consumer event
- Media day
- Social media



Nov 9th 2014
@ BanyanTree Club and Spa Seoul



Spring 2015 Event | Reached 10,000 customers on road



Almonds on the Road

Media session

5 locations over 5 days
in Seoul @ mid-morning

Social media

CHARGE

Your Hunger

Your Nutrition

Your Energy

Your Confidence

Your Dream

You are CHARGED the moment you consume almonds, building energy and gaining confidence.

> Everyone's ready when they are "charged"



Fall 2015
Kicked Off
FY15/16 @
Seoul
Fashion Week



2015-16 | Almond Spokespeople

BEAUTY CHARGER



Fashion Week

Elaborate almonds as a trendy and convenient snack for her followers

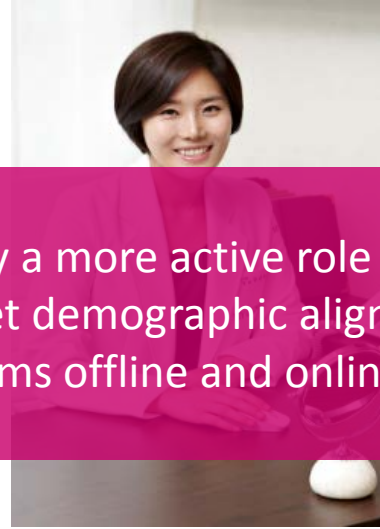
SNACK CHARGER



Pop-up Store

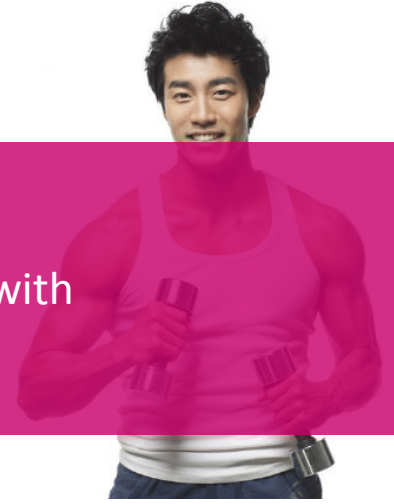
Local almond snack pairing

NUTRITION CHARGER



Nutritional benefits and health tip with almonds

FITNESS CHARGER

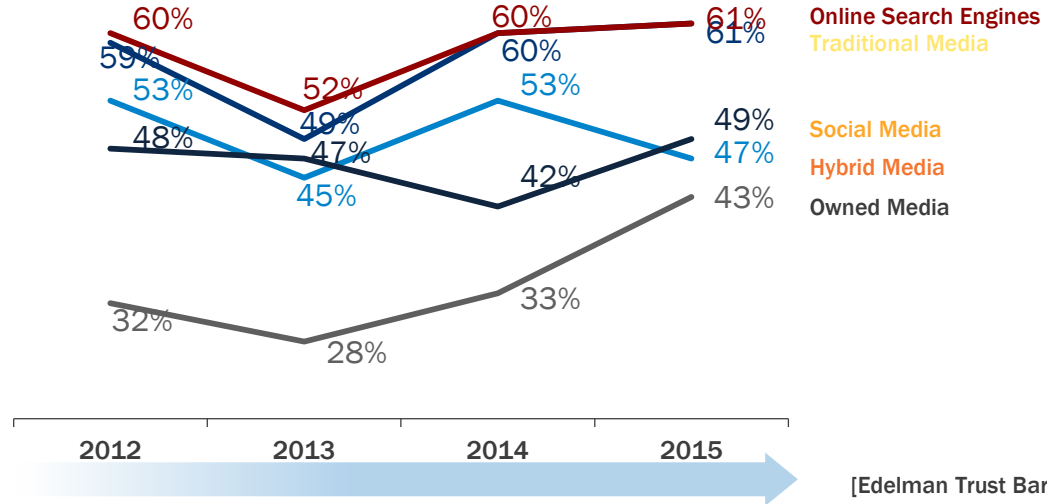


Sports Tie-In

Healthy lifestyle with almonds

Almond Chargers will play a more active role to educate and influence our target demographic aligning with annual campaign programs offline and online

News media are credible resources of information for Korean consumers



Public Relations | Health and Nutrition Messages



Media: Cosmopolitan
 Title: 9 Things to Know for Your Body
 Impression: 50,000

JoongAng IlBo



Media: JoongAng IlBo
 Title: If You Hesitated Eating Almonds Because You Thought They Are Fattening Foods
 Impression: 9,203,151

Herald Business Daily



Media: Herald Business Daily
 Title: Almonds, the Prince of Nuts, Protect Your Health

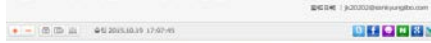
Metro



Media: Metro
 Title: Foods that Make Your Morning Energetic
 Impression: 437,664

Public Relations | Snacking & Lifestyle

캘리포니아 아몬드 에너지 충전



서울 중구 동대문디자인플라자(DDP)에서 19일 오후 열린 캘리포니아 아몬드 'Charge Your Day' 행사 현장에서 알몬드 에너지 충전용 후프 포스트를 취하고 있다. 2016 S&P 캐리비안 웰니스 어워드 기간 전행으로 캘리포니아 아몬드 'Charge Your Day' 행사는 오전 시간 틈틈이 성취하는 한 알몬드 아몬드 에너지 충전하라는 의미로 기획됐다.

세계일보

2014년 11월 10일
20면 (경제)



“아몬드로 건강 챙기세요”
캘리포니아 아몬드협회가 18일 오후 서울 중구 동대문디자인플라자(DDP)에서 미국산 아몬드 제품을 홍보하는 행사를 가졌다. 행사장에서 모델들이 아몬드가 담긴 바구니를 들어 보이고 있다.
최혁중 기자 sajinman@donga.com



“캘리포니아 아몬드 알리라 푸드북이 좋다” 고해 소독 위생에 맞춰 닦아 준 알monds는 온 이도가 자랑하고 있다. 캘리포니아 아몬드 제품은 알monds의 오메가3 지방산이 풍부해 건강에 도움이 된다. 알monds는 알monds의 오메가3 지방산이 풍부해 건강에 도움이 된다. 알monds는 알monds의 오메가3 지방산이 풍부해 건강에 도움이 된다.

경향신문

2014년 11월 10일
18면 (경제)



아몬드 먹고 건강미인 되세요 미국 캘리포니아 아몬드협회가 9일 서울 중구의 한 호텔에서 마련한 홍보행사에서 걸그룹 '씨스타'의 효린이가 아몬드를 선보이고 있다.
김향길 기자

Public Relations | Sustainability

취재 보고서

“기디 업” 합창하면 오동통 잘 익은 아몬드 열매가 머리 위로 후드득

(연재: 조현숙 기자)

전 세계 아몬드 82% 나는 캘리포니아

에르빈 나무 아래 그늘 아래, 카시노와 보링은 활짝 웃는다. 2016년 아몬드 수확은 2015년 대비 20% 이상 늘어난 100만톤에 육박할 전망이다. 2016년 아몬드 수확은 2015년 대비 20% 이상 늘어난 100만톤에 육박할 전망이다. 2016년 아몬드 수확은 2015년 대비 20% 이상 늘어난 100만톤에 육박할 전망이다.



아몬드의 수도 캘리포니아를 가다

캘리포니아는 미국에서 아몬드 생산량의 82%를 차지하고 있다. 이 지역은 아몬드 재배에 최적의 기후와 토양을 갖추고 있다. 아몬드 재배는 캘리포니아의 주요 산업 중 하나이며, 많은 농민들이 이 분야에서 생계를 유지하고 있다.

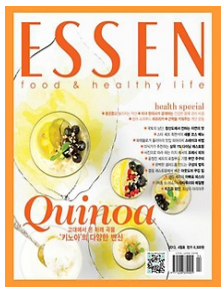
캘리포니아의 수도 로스앤젤레스에 위치한 이 도시에는 매년 수백만 명의 관광객이 방문한다. 로스앤젤레스는 캘리포니아의 문화, 예술, 엔터테인먼트의 중심지이다. 이 도시의 다양한 명소와 문화적 유산을 경험할 수 있다.



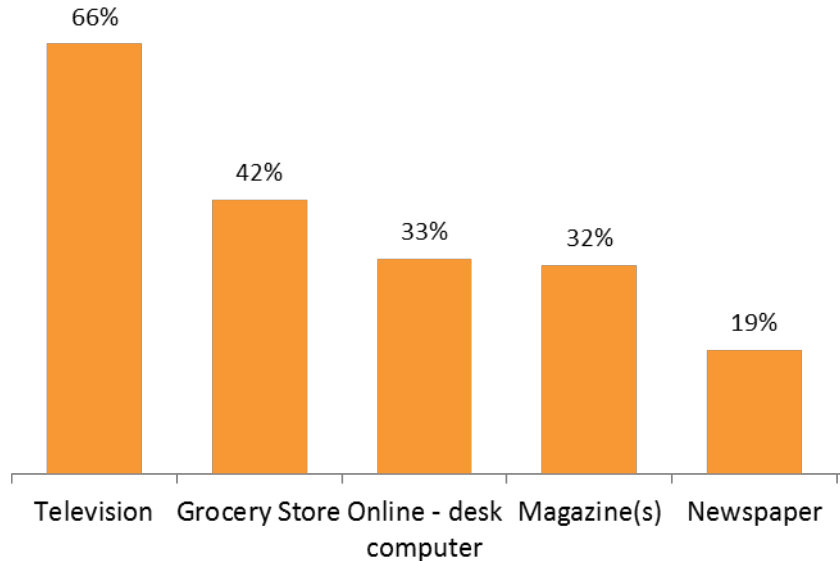
캘리포니아 아몬드를 찾아 떠난 여행



캘리포니아의 다양한 풍경과 문화



Power of TV Paid Placements



Source of Almond Advertising Awareness

(Of those who recalled almond advertisement n=1193)

- Influence of TV has been decreasing, but remains the most powerful mass media in Korea
- Two thirds of Korean consumers named TV as the source of their awareness of almond advertising
- Informative shows are extremely influential

Almonds reached 180 million consumers through TV PPL

Reached through TV dramas, the entertainment and informative shows
Reached 180 million consumers in Korea



Even Across the Border in China

Korean Wave

- The Korean Wave is sweeping across China
- In 2014, “my love from the star” impact
 - Hit 3.7 billion online views in China
 - Reached to 13,333,445 people in Korea

Coming up next?



Health Influencer Outreach

Health Influencer Tactics

E-Newsletter (NEW)

KNS Annual Conference

Exploring new partnerships (NEW)



2014년 아몬드 생산 및 글로벌 수출량 증가
캘리포니아 아몬드 협회와 연방 통계국을 포함한 글로벌 업체들에 따르면, 2013/14년 수확연도의 생산량은 20억 1천만 파운드(약 911,721톤)로 사상 두 번째로 높은 아몬드 생산량으로 기록했습니다. 전체 출하량의 32%만이 미국에서 소비되었음이 나머지 68%는 전세계 90개국에 수출되었습니다.

에 민감한 당신에게 적합한 간식
캘리포니아 아몬드 협회 주최 기자회견에서 알몬드에 대한 자신의 연구 결과를 발표했습니다.

캘리포니아아몬드 협회, 굿데이 브런치 파티 개최
건강한 견과림과 함께하는 건강한 식은 영양가 높은 아몬드 스낵으로 분위기를 높여 건강을 지켜주세요.

Trade Program



Almond News

September 2014

아시아 태평양 지역 아몬드 제품 출시율 54% 급증
 이노바 마켓 인사이트(Innova Market Insights)의 글로벌 산채물 출시 조사결과에 따르면 2013년 아몬드 제품 출시율이 전체 식음 및 다른 견과류보다 더 앞선 것으로 나타났습니다. 2012-2013 전세계 아몬드 도입률은 전년대비 35% 증가했으며, 2013년에는 사상 가장 높은 제품 출시율을 기록하는 동시에 다른 견과류와의 격차를 넓혔습니다.

[Read more](#)

꾸준한 아몬드 섭취, 관상 심장질환 위험 감소시켜
 아몬드의 꾸준한 섭취가 향후 10 년간 예상되는 관상 심장질환(CHD: Coronary Heart Disease)의 발병 위험을 감소에 밀접한 관련이 있다는 사실이 연구를 통해 밝혀졌습니다.

[Read more](#)

캘리포니아 아몬드 협회, 2014 대한영양사협회 학술대회 참가
 캘리포니아 아몬드 협회는 7월 24일부터 25일까지 서울 그랜드 힐튼 호텔에서 개최된 대한영양사협회의 학술대회에 참가, 아몬드 나무로 꾸민 무스를 통해 아몬드의 영양학적 가치를 소개했습니다. 이번 행사를 통해 아몬드 협회는 한국 영양사들에게 아몬드 섭취를 통해 얻는 건강한 간식 습관 그리고 오렌지색으로 상향한 아몬드가 줄은 하루의 시작과 활기찬 하루에 미치는 영향 등을 소개했습니다.

[Read more](#)



ALMOND NEWS September 2015

2014년 아몬드 생산 및 글로벌 수출량 증가
 캘리포니아 아몬드 협회와 연방 통계국 부합법 농업팀 집계리케 따르면, 2013/14년 수확연도의 생산량은 20억 1천만 파운드(약 911,721톤)로 사상 두 번째로 높은 아몬드 생산량을 기록했습니다. 전체 출하량의 92% 만이 미국에서 소비되었으며 나머지 8%는 전세계 20여개국에 수출되었습니다.

[READ MORE](#)

아몬드, 제품에 민감한 당신에게 적합한 간식
 미국 퍼듀대학교 리처드 매티슨(Richard Mattison)교수는 11월 4일 한스루스스에서 열린 '알monds & 아몬드: 일본 주요 기업가들에게서 아몬드와 영양학적 유행에 대한 최신의 연구 결과를 발표했습니다.



[READ MORE](#)

캘리포니아 아몬드 협회, 굿데이 브런치 파티 개최
 달콤한 견과일과 완벽무한 건강을 위한 영양가 높은 아몬드 스낵으로 만찬회를 열어 계이내 건강을 지켜주세요.

[READ MORE](#)

E-Newsletter



USATO 미국농업무역관소식지

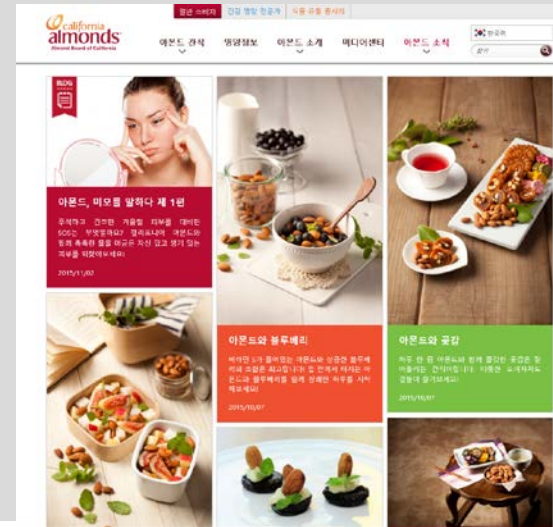
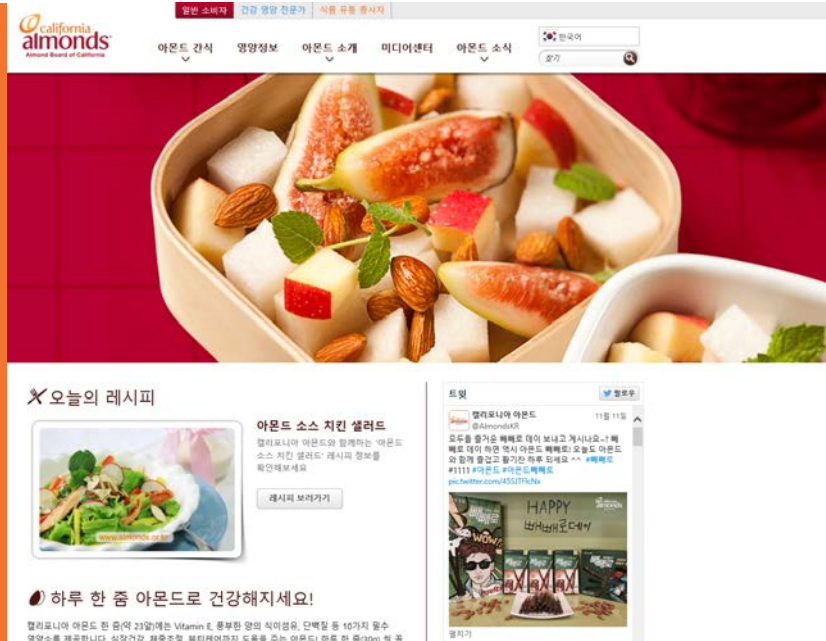


Trade Tactics

E-Newsletter
 Connected with stakeholders

Building More Almond Fans Online

Website Revamp



Building More Almond Fans Online

Facebook



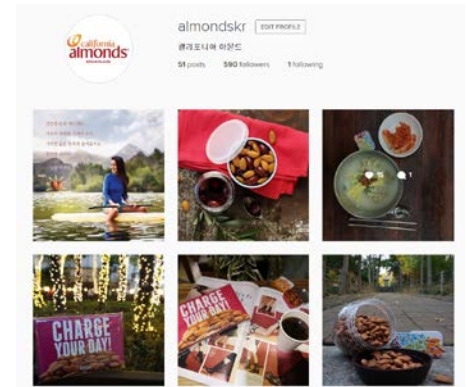
Twitter



Naver Blog



Instagram



Video

Where do we stand now?

Almond Value Quotient:

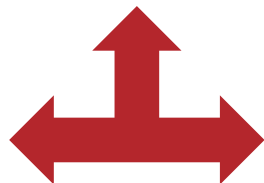
2011: 32%

2012: 40%

2013: 47%

2014: 45%

2015: 45%



Almond Eaten as a Snack:

2011: 25%

2012: 36%

2013: 45%

2014: 40%

2015: 42%

Almond Health Ratings:

2011: 38%

2012: 44%

2013: 49%

2014: 49%

2015: 48%

**CHARGE
YOUR DAY!**



Questions?

