

PRESSMEDDELANDE

20 november 2024 13:05:00 CET

Lucky Kat tecknar avtal om licensiering av varumärket Kumo för konsumentprodukter

Fragbite Group AB:s (publ) ("Fragbite Group" eller "Bolaget") dotterbolag Lucky Kat licensierar varumärket Kumo till en global tillverkare och distributör av konsumentprodukter för detaljhandel och onlinekanaler, och introducerar därmed traditionella målgrupper till varumärket. Kumo lanserades framgångsrikt som NFT-kollektion i september 2024 och genererade 0,8 MSEK i försäljning med ett marknadsvärde på över 800 000 USD idag. Försäljning av produkter under Kumos varumärke med tillhörande web3-komponenter kommer medföra intäkter via royalties samt väntas även driva intäkter via ökad handel i NFT-kollektionen.

Lucky Kat har tecknat avtal med en global tillverkare och distributör baserad i Nordamerika för licensiering av varumärket Kumo för konsumentprodukter som leksaker, kläder och accessoarer. Hybridprodukter som kombinerar ett fysiskt föremål med web3-baserade komponenter, såsom en ny NFT eller förmåner inom ramen för \$KOBAN:s ekosystem, kommer att marknadsföras genom att utnyttja inte bara vår tillverkningspartners breda distributionsnätverk, utan också de starka communityn som skapats kring Kumo, \$KOBAN, *Panzerdogs* och *Cosmocadia*, vilket möjliggör för Kumo att nå både web3- och web2-publiken. Försäljningen av Kumo-produkter kommer att ge intäkter via royalties och förväntas också ge intäkter genom ökad handel med NFT-kollektionen då all handel med Kumos NFT:er genererar en transaktionsavgift om 5% för Bolaget.

Ett pressmeddelande som presenterar tillverknings- och distributionspartnern samt beskriver den gemensamma go-to-marketstrategin för Kumos produktlinje kommer att följa inom kort.

"Den första responsen Kumo fått från marknaden indikerar starkt att varumärket har potential, och Lucky Kat går nu vidare med en satsning som få web3-varumärken har gjort tidigare. Tillsammans med en exceptionell och erfaren affärspartner kommer vi nyttja vårt web3-community som hävstång för att etablera Kumo som ett konsumentvarumärke hos traditionella web2-målgrupper. Vi kommer att arbeta snabbt för att få en första produktkollektion på marknaden och parallellt utvärdera vilka andra alternativ som finns för att expandera Kumo som varumärke och därigenom generera intäkter samt stödja och marknadsföra ekosystemet runt \$KOBAN", säger Zara Zamani, styrelseledamot i Fragbite Group och VD för Lucky Kat.

"Teamet på Lucky Kat visar än en gång att de ligger i framkant i branschen. Med licensieringsavtalet för Kumo skapas en ny affärsvertikal och intäktmodell, samtidigt som vi knyter den tydligt till kärnverksamheten inom affärsområde web3. Kumo-produkterna kommer att driva intresse för och handel med Kumo NFT:er och vice versa, det är en fantastisk affärsmodell som jag ser fram emot att se rullas ut under de kommande månaderna," säger Stefan Tengvall, VD, Fragbite Group.

Om Kumo

Kumo har ett tvådelat syfte. För det första består den av NFT:er med sk. utility, värde och funktion för spelarna, och medför samtidigt interoperabilitet – möjlighet för spelaren att flytta sin Kumo mellan spel och erhålla återkommande förmåner, belöningar och funktioner i hela ekosystemet efter \$KOBAN har lanserats publikt. För det andra är Kumo en del av Lucky Kats uppdaterade varumärkesplattform med syftet att öka kännedomen om Lucky Kat som utvecklingsstudio, vilket i sin tur skapar förutsättningar för mer B2B-fokuserade intäktsmodeller så som denna nya vertikal med licensiering av varumärket för konsumentprodukter.

Den 27 september sålde Lucky Kat 500 NFT:er vilket genererade intäkter om totalt 0,8 MSEK. Kollektionen som omfattar 2222 NFT:er släpptes i tre etapper: De två första utgjordes av 750 NFT:er per etapp vilka erbjöds gratis till i främsta hand aktiva spelare av *Panzerdogs* och *Cosmocadia* och personer aktiva på Suis blockkedja. Gratiskampanjen hade målsättningen att öka aktiviteten och skapa tillväxt i \$KOBAN:s ekosystem. Trots att de erbjöds gratis genererade dessa NFT:er omedelbart ett andrahandsvärde på marknaden. I den tredje och sista etappen släpptes den 27 september 500 NFT:er som sålde slut inom 40 minuter. Samma dag präglade Lucky Kat 222 NFT:er för användning i framtida marknadsföringsaktiviteter. Kumo-kollektionens marknadsvärde är per dagens datum över 800 000 USD. Kollektionen har väckt uppmärksamhet på web3-marknaden och har genererat över 3000 följare på Telegram och nära 9000 följare på X.

För frågor, vänligen kontakta:

Erika Mattsson, Chief Communications Officer

em@fragbitegroup.com

Telefon: 08-520 277 82

Redeye AB är bolagets Certified Adviser.

Om oss

Fragbite Group (publ) är en svensk företagsgrupp med en portfölj av dotterbolag som utvecklar, anpassar och publicerar spel och esportinnehåll inom GAMING, ESPORT och WEB3. Våra produkter utvecklas för såväl traditionella plattformar – PC, mobil och konsol – som för moderna plattformar vilka bygger på blockkedjeteknologi. Fragbite Group har huvudkontor i Stockholm och är noterat på Nasdaq First North Growth Market.

Bifogade filer

[Lucky Kat tecknar avtal om licensiering av varumärket Kumo för konsumentprodukter](#)