



DOSSIER DE PRESSE

ARECO, LA FOODTECH AU SERVICE DU « MIEUX-MANGER » PASSE À LA VITESSE SUPÉRIEURE

Innovations, services évolutifs, développement international, nouveau positionnement, ARECO accélère fortement son développement.



Actualité de dernière minute

Octobre 2019



**ARECO REJOINT
LA GRANDE CAUSE
MAKE.ORG
« AGIR POUR
MIEUX MANGER »**

Depuis sa création en 1998, Areco, pionnière de la nébulisation, est impliqué dans la lutte contre le gaspillage alimentaire et l'accès à une alimentation saine.

Avec sa solution de gestion globale et intelligente des rayons frais, basée sur son système unique de conservation par nébulisation, de plaques réfrigérées et de technologie numérique, Areco a toujours été au coeur de la transition alimentaire.

Démocratiser la consommation de produits frais auprès du plus grand nombre et en particulier de ceux qui en consomment peu aujourd'hui, est l'objectif premier d'Areco.

Il était donc naturel pour cette PME française innovante de rejoindre Make.org aux côtés de U Enseigne, Danone, Bonduelle et Fleury Michon. Areco a participé les 7 et 8 octobre aux ateliers de transformation de la Grande Cause #AgirPourMieuxManger.

Sommaire

COMMUNIQUE DE SYNTHÈSE	4
ARECO, LEADER ET PIONNIÈRE DE LA NEBULISATION ET DE LA GESTION INTELLIGENTE DES RAYONS DE PRODUITS FRAIS	5
LA TECHNOLOGIE DE NEBULISATION AU CŒUR DU DÉVELOPPEMENT D'ARECO	4
ARECO AU CŒUR DE LA TRANSITION ALIMENTAIRE	7
« LA NEBULISATION : UN PROCÉDÉ PLEBISCITÉ PAR LES FRANÇAIS ? », UNE ÉTUDE EXCLUSIVE IFOP* POUR ARFITEC (ARECO)	9
L'INNOVATION ET LES SERVICES, MOTEURS DE LA CROISSANCE D'ARECO	11
LES INNOVATIONS D'ARECO	13
LES SERVICES D'ARECO	17
LA NEBULISATION ARECO : TESTÉE ET APPROUVÉE	18
UNE DÉMARCHÉ ECO-SOCIO-RESPONSABLE ANCRÉE CHEZ ARECO	20
UNE PRISE EN COMPTE ENVIRONNEMENTALE	20
VERS UNE ÉCONOMIE DE LA FONCTIONNALITÉ	21
ARECO, UNE PME FRANÇAISE INNOVANTE EN FORTE CROISSANCE	23
UNE SOLUTION MADE IN FRANCE	23
UNE PHASE D'ACCELERATION ACCOMPAGÉE PAR BPI ET UNE NOUVELLE PHASE DE SON POSITIONNEMENT DÉVOILÉE	25
UN FORT DÉVELOPPEMENT À L'INTERNATIONAL	27

Communiqué de Synthèse

Juillet 2019

78% DES FRANÇAIS
SOUHAI TENT QUE LE
PROCÉDÉ DE NÉBULISATION
SE GÉNÉRALISE DANS
LES COMMERCES
DE PRODUITS FRAIS !*

A l'heure où nos modèles alimentaires sont remis en question, le goût, la santé et la quête de sens sont plus que jamais au cœur des préoccupations des consommateurs. Pionnière de la transition alimentaire, ARECO y répond en proposant différents systèmes uniques de conservation, dont la nébulisation qui permet la diffusion d'un brouillard extrêmement fin dans l'air, sans aucune projection d'eau pouvant altérer ou mouiller les aliments.

« La nébulisation : un procédé plébiscité par les français ? », une étude exclusive IFOP* pour ARFITEC (ARECO)

Les français ont-ils un véritable appétit pour les produits frais ? Pour quelle(s) raison(s) ? Où les achètent-ils ? Connaissent-ils le procédé de nébulisation et quelle image en ont-ils ? Généraliser ce procédé dans les commerces est-il important ?... ARFITEC, société mère d'ARECO, a mandaté l'institut IFOP pour apporter des réponses à ces questions. Cette étude montre que :

-les fruits et légumes frais sont un élément essentiel du panier des Français puisqu'ils sont 43% à acheter au moins un type de produit frais plusieurs fois par semaine, et 86% au moins une fois par semaine.

-deux tiers des achats se font dans les grandes surfaces généralistes.

-le goût incite en priorité les français à acheter des produits frais (40%), suivi de près par leur caractère sain (37%).

-près de trois quarts des Français affirment avoir déjà vu des dispositifs de nébulisation (73%), plus que les dispositifs de brumisation (65%).

-près de neuf français sur dix louent les qualités objectives de la nébulisation.

-78% des Français souhaitent généraliser ce type de dispositif dans les commerces de produits frais.

ARECO, une PME française innovante en forte croissance

Michel Gschwind et Benoît Rey ont lancé ARECO il y a plus de vingt ans en proposant aux commerces alimentaires une technologie unique brevetée : la nébulisation. Depuis sa création ARECO continue de faire évoluer sa technologie et de développer d'autres systèmes de conservation (plaques réfrigérées, module herbes fraîches...) pour améliorer le stockage et garder l'aspect fraîcheur des produits frais bruts sur les rayons.

ARFITEC, société mère de l'entreprise, a été retenue pour faire partie du programme « Accélérateur PME » organisé par BPI France. Une démarche qui s'inscrit dans la continuité de l'élan initié lors de l'Accélérateur PACA (nouvellement Accélérateur Sud).

Sur le plan international, ARECO est l'un des leaders de l'humidification et de la désinfection par nébulisation. En 2019, l'enseigne WOOLWORTHS, première chaîne de distribution alimentaire en Australie, a fait confiance à ARECO, avec la signature d'un contrat d'équipement progressif de ses magasins pour des systèmes de nébulisation au rayon fruits et légumes.

**Etude réalisée par l'institut français d'opinion publique (IFOP) entre le 5 et le 16 mai 2019, auprès d'un échantillon de 1005 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.*

Areco, leader et pionnière de la nébulisation et de la gestion intelligente des rayons de produits frais

La technologie de nébulisation au cœur du développement d'ARECO

ARECO s'est lancée il y a plus de vingt ans en proposant aux commerces alimentaires une technologie unique brevetée : la nébulisation.

Cette entreprise française est la première à avoir exploité ce système révolutionnaire avec un modèle intégré, permettant de maintenir la fraîcheur des produits (fruits et légumes, poissons, viandes et fromages) par la diffusion d'un brouillard extrêmement fin dans l'air, sans aucune projection d'eau pouvant altérer ou mouiller les aliments. Ce modèle lui a permis de capter et anticiper les besoins des clients.

Depuis sa création en 1998, ARECO continue de faire évoluer sa technologie et de développer d'autres systèmes de conservation (plaques réfrigérées, module herbes fraîches...) pour améliorer le stockage et garder l'aspect fraîcheur des produits frais bruts sur les rayons.

Proposer des solutions qui contribuent à garantir la qualité et la fraîcheur des produits frais fait partie de l'ADN d'ARECO.



Nébulisation ou brumisation ?

Deux technologies principales existent pour maintenir la fraîcheur des produits des rayons frais. La brumisation consiste à pulvériser (ou projeter) sur les produits des gouttes d'eau via des buses de diffusion positionnées au-dessus du rayon. La brumisation fonctionne par intermittence afin que les produits ne soient pas gorgés d'eau. La nébulisation ne projette aucune goutte d'eau. C'est l'air ambiant qui est humidifié de façon à maintenir les produits dans un taux d'humidité adéquat. Le système de diffusion est positionné à hauteur des produits et la finesse des particules d'eau dans l'air permet une diffusion en continu.

La nébulisation, une technologie ultra performante pour conserver les produits alimentaires frais

Cette technologie unique a été optimisée et industrialisée entre 1992 et 1997 par le centre de recherche du Groupe Toyota, IMRA Europe SAS, puis développée exclusivement par ARECO. Elle fragmente l'eau via un système piézoélectrique afin d'obtenir un brouillard d'eau et d'air extrêmement fin (95% des gouttes ont un diamètre inférieur à $5\mu\text{m}$). Cette technologie est bien plus performante que les systèmes d'humidification traditionnels en termes de conservation des produits frais, de rendement et consommation (eau et électricité).



ARECO AU COEUR DE LA TRANSITION ALIMENTAIRE

La remise en question de nos modèles alimentaires a pris de l'ampleur dans la sphère publique française. Il est devenu urgent de limiter les impacts négatifs de nos modes d'alimentation et de tendre vers des systèmes plus vertueux.

Le goût, la santé et la quête de sens sont aujourd'hui plus que jamais au coeur des préoccupations des consommateurs.

L'objectif d'ARECO est de **démocratiser la consommation de produits frais auprès du plus grand nombre** et en particulier de ceux qui en consomment peu aujourd'hui.

Pionnière de la transition alimentaire, ARECO y répond en proposant, grâce à de ses systèmes uniques de conservation par nébulisation, plaques réfrigérées et par sa technologie numérique, **des solutions sur-mesure de gestion globale et intelligente des rayons frais au profit de sa mission.**

Grâce à son savoir-faire technologique et sa vision d'ensemble de l'univers de la distribution, ARECO :

- protège les produits frais dont l'altération de la fraîcheur s'accélère avec la perte en eau (une perte de 5% rend de nombreux produits non commercialisables) et le vieillissement ;
- permet de réduire le gâchis alimentaire (pertes divisées par 2) et optimise l'utilisation de l'eau (une salade demande 25 litres d'eau pour pousser) ;
- permet aux produits frais de conserver leur goût et leurs propriétés nutritionnelles ;
- valorise les produits frais naturels et en favorise la vente (hausse de 30% généralement constatée) ;
- informe et suscite l'intérêt du consommateur client grâce à des supports numériques délivrant conseils et recettes simples et rapides à réaliser ;
- développe la rentabilité du rayon (accroissement de la marge de 2%) : maintenance, télégestion, analyse des données, gestion du stock.





**Déjà plus de 4 500 points de vente
de distribution alimentaire ont
choisi ARECO pour inciter leurs clients
à consommer des produits frais pour
ses clients comme pour ARECO,
bien-manger rime aussi avec
préservation de l'environnement et
réduction du gâchis alimentaire.**

« La nébulisation : un procédé plébiscité par les français ? », une étude exclusive IFOP* pour ARFITEC (ARECO)

Les français ont-ils un véritable appétit pour les produits frais ? Pour quelle(s) raison(s) ? Où les achètent-ils ? Connaissent-ils le procédé de nébulisation et quelle image en ont-ils ? Généraliser ce procédé dans les commerces est-il important ?...

ARFITEC, société mère d'ARECO, a mandaté l'institut IFOP pour apporter des réponses à ces questions.

Les fruits et légumes frais : un élément essentiel du panier des Français

Les produits frais, et en particulier les fruits et légumes, s'imposent comme un élément essentiel du panier moyen des Français : près d'un tiers d'entre eux déclare en acheter plusieurs fois par semaine, devant la viande (21%), le poisson (10%) et le fromage à la coupe (9%).

Au total, ce sont 43% des Français qui achètent au moins un type de produit frais plusieurs fois par semaine, et jusqu'à 86% si l'on prend aussi en compte ceux qui achètent un produit frais au moins une fois par semaine.

La présence des produits frais dans le panier des français est encore plus prégnante chez les catégories à fort pouvoir d'achat : retraités, CSP+, diplômés du supérieur et habitants de l'agglomération parisienne se montrent encore plus assidus en matière de consommation de fruits et légumes frais.

Deux tiers des achats se font dans les grandes surfaces généralistes

Les produits frais sont principalement achetés dans des hypermarchés et supermarchés généralistes, qu'il s'agisse des courses hebdomadaires (avantage hyper) ou quotidiennes (avantage super). Ainsi, les grandes surfaces généralistes trustent près de deux tiers des achats de produits frais (62 à 63%), loin devant les artisans (14 à 15%) et les grandes surfaces dédiées au frais (8 à 11%).

Qu'est-ce qui motive cet appétit des consommateurs pour les produits frais ?

Parmi les français interrogés, 40% citent le goût comme principal argument, à peine 3 points devant leur caractère sain (37%).

La notion de « consommer des produits frais pour manger équilibré » arrive derrière, avec 23% qui citent cet argument comme premier motif d'achat de frais. Attention néanmoins car ces notions ne sont pas les mêmes pour tous les publics. Ainsi, le goût est principalement cité par les Parisiens (et les jeunes) alors que les ruraux cherchent avant tout du « bon pour la santé » et les urbains de province du « manger équilibré » (comme les plus âgés).



LA NÉBULISATION : UN SYSTÈME FORTEMENT RECONNU PAR LES CONSOMMATEURS !

Invités à reconnaître un dispositif de nébulisation, près de trois quarts des Français affirment en avoir déjà vu (73%), plus que les dispositifs de brumisation (65%).

Ces appareillages ont été surtout aperçus dans les grandes surfaces généralistes, mais aussi dans des grandes surfaces dédiées au frais, signe de l'importance que revêt ce type d'équipement pour un commerce qui fait de la fraîcheur son principal argument de vente.



Figure 2 :
brumisation

Figure 1
nébulisation

La nébulisation bénéficie d'un grand crédit auprès des Français

Près de neuf français sur dix louent les qualités objectives de la nébulisation, à savoir qu'elle donne **un meilleur aspect aux produits frais et qu'elle leur évite de se dessécher.**

Environ **trois quarts** estiment par ailleurs que la nébulisation **permet de mieux conserver les produits frais, de garantir leur fraîcheur, de réduire le gaspillage alimentaire ou encore de maintenir les qualités nutritionnelles des denrées.**

Les Français n'ont cependant pas encore tous établi la relation entre nébulisation et qualités gustatives (seulement 63%).

La nébulisation : un procédé plébiscité par les Français

Finalement, la nébulisation remporte un large succès : **78% des Français souhaitent généraliser ce type de dispositif dans les commerces de produits frais.** Plus crucial encore : **31% déclarent que le dispositif de nébulisation constitue un critère pour choisir un magasin** (jusqu'à 37% chez ceux qui consomment des produits frais plusieurs fois par semaine).

Extrapolé à la population française, cela signifie qu'un marché d'entre 14 et 17 millions de consommateurs juge un magasin de produits frais par rapport à son équipement en nébulisation.

**Etude réalisée par l'Institut français d'opinion publique (IFOP) entre le 5 et le 16 mai 2019, auprès d'un échantillon de 1005 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.*

L'INNOVATION ET LES SERVICES, MOTEURS DE LA CROISSANCE D'ARECO

L'innovation a toujours été au cœur des préoccupations d'ARECO. Pionnière dans la gestion intelligente des rayons de produits frais, ARECO a une longueur d'avance en termes de technologie, design, empreinte écologique, sécurité, télégestion et diffusion de l'information

Son équipe pluridisciplinaire est constituée de spécialistes issus d'univers professionnels complémentaires. Les solutions d'ARECO sont basées sur un modèle hybride intégrant à la fois une gestion numérique intelligente des rayons avec des équipes spécialisées sur le terrain afin d'apporter une expertise technique et humaine. De nombreux partenariats ont également été noués avec des universités et des centres de recherche. ARECO améliore ainsi constamment son système de nébulisation et innove pour répondre aux besoins des consommateurs.

Afin de présenter ses innovations et solutions de conservation des produits frais et de gestion intelligente des rayons frais, ARECO sera présente au salon Euroshop du 16 au 20 Février 2020. Hall 14 stand E35



ARECO : des innovations récompensées



2019

Obtention d'un chèque « Innovation » pour un projet de R&D Collaborative avec la Recherche Publique



2012

Trophée de l'Innovation



2010

Trophée INPI régional de l'innovation



2009

Trophée classe Export



2008

Trophée SIPEC



2007

Trophée Innovation technologique

LES INNOVATIONS D'ARECO : LE MODULE HERBES FRAÎCHES

Un module unique de conservation des herbes fraîches

Pour les points de vente, conserver la fraîcheur des herbes aromatiques tout au long de la journée est un défi récurrent. Etant composées à 95% d'eau, celles-ci s'assèchent et perdent rapidement leur attractivité commerciale et leur vitalité (leur durée de vie en magasin dépasse rarement les 24h).

Pour répondre à ce besoin, ARECO a développé un module herbes fraîches qui permet d'apporter tout au long de la journée de l'eau dans une cuve au pied des herbes aromatiques et prolonge ainsi leur durée d'exposition sur le rayon. Couplé à un système de nébulisation, le module Herbes Fraîches permet de diminuer la température, optimiser le taux d'hygrométrie et améliorer la conservation des produits sur les rayons.



LES INNOVATIONS D'ARECO : LES PLAQUES RÉFRIGÉRÉES

Des plaques réfrigérées : un refroidissement par contact pour améliorer la conservation des produits frais

Selon la convention signée en janvier 2012 entre le ministère de l'Écologie et la Fédération des entreprises de commerce et de la distribution, d'ici à 2020, 75% des meubles frigorifiques à température positive installés dans les magasins alimentaires devront disposer de portes.

La fermeture de ces meubles a pour conséquence une hausse de température de 2 à 5°C en moyenne et donc une dégradation plus rapide des produits frais en qualité, fraîcheur, vitamines et minéraux.

La solution ARECO : **un système de refroidissement par contact, sans flux d'air asséchant via des plaques réfrigérées positionnées sur les meubles des rayons poissonnerie et fruits et légumes.**

Le système est mobile, réglable en température et très économe en énergie en comparaison avec les vitrines réfrigérées classiques.

Ce système permet de maintenir une température optimale de contact avec les aliments. La qualité des produits reste donc intacte, la perte de poids des fruits et légumes est fortement réduite et la dégradation naturelle est ralentie.



LES INNOVATIONS D'ARECO : UN DIFFUSEUR MOTORISÉ

Un mât de diffusion rotatif : une nébulisation animée et adaptée au merchandising du rayon

Grâce à un moteur directement placé dans la tête du diffuseur, **le mât rotatif dynamise le réglage de la nébulisation** en permettant un **pilotage plus fin** et un **réglage à distance**.

Après configuration des familles de produits exposées depuis **l'application Android® dédiée**, son réglage autonome lui permet de **diffuser une humidification différente sur 8 zones indépendantes selon le besoin précis des produits**. Le diffuseur apporte ainsi la quantité optimale d'humidité, au bon produit et au bon moment.



L'optimisation du diffuseur a également permis d'améliorer la portée de diffusion du brouillard sur le rayon et sa résistance aux courants d'air.

L'apport d'un brouillard mobile sur l'étal joue également sur la théâtralisation du rayon.

LES INNOVATIONS D'ARECO : ADDACHEF

Addachef : une communication digitale en magasin

Addachef est une application développée par ARECO pour promouvoir les produits frais en magasin via une tablette tactile intégrée au rayon.

On y trouve toutes les informations utiles sur les produits du rayon frais (saisonnalité, conservation, infos nutritionnelles, mode de consommation) et **plus de 600 recettes simples liées à ces produits et adaptées au quotidien, imprimables directement en magasin.**



L'optimisation du diffuseur a également permis d'améliorer la portée de diffusion du brouillard sur le rayon et sa résistance aux courants d'air.

L'apport d'un brouillard mobile sur l'étal joue également sur la théâtralisation du rayon.

LES SERVICES D'ARECO

Un service de maintenance optimum

ARECO met un point d'honneur à pérenniser ses installations, mais aussi à fidéliser ses clients par le niveau de son service de maintenance. Celui-ci permet de s'assurer de l'hygiène des humidificateurs ainsi que du bon fonctionnement du dispositif de nébulisation.

Les installations sont garanties à vie par la simple souscription à un contrat de maintenance. Une équipe dédiée au service après-vente est répartie au plus proche des clients avec une hotline dédiée.

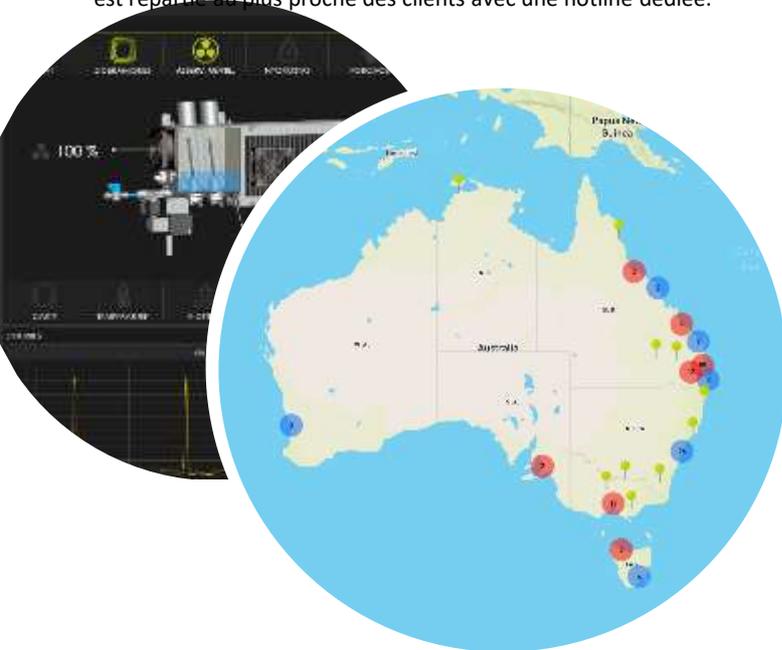


Figure 1:
espace client

Figure 2:
Installations connectées à
distance en Australie

Une gestion des installations à distance

Grâce à l'intelligence de l'IOT (internet des objets), ARECO gère ses installations de nébulisation à distance afin de garantir la disponibilité des équipements **sans intervention du client**.

Connectés à Internet, les systèmes deviennent communicants : ceux-ci peuvent retransmettre toutes les informations de fonctionnement et sont pilotables à distance afin de modifier les réglages.

Des alertes configurables permettent de recevoir en temps réel les données du système de nébulisation afin que les techniciens puissent rapidement intervenir sur les équipements.

L'accompagnement client évolue également avec un accès plus complet sur le rapport d'activité de l'historique des maintenances, la traçabilité des prélèvements et la traçabilité du respect de la réglementation (température de l'eau, hygiène, température au niveau du rayon).

Cette communication des systèmes de nébulisation permet d'imaginer à court terme des services évolutifs transparents pour le client (mise à jour automatique des programmes et correctifs, services complémentaires liés à l'intelligence artificielle, ...).

« La technologie permet désormais de révolutionner l'utilisation de la nébulisation : le magasin est libéré de toute intervention, le SAV est dans l'anticipation et plus dans la réaction, et au-delà du bon fonctionnement de la machine, on s'assure en permanence que les produits soient dans les meilleures conditions de conservation (température, humidité, ...) » explique Benoit Rey, co-fondateur et co-dirigeant d'ARECO.

La nébulisation : testée et approuvée

Depuis 2005, plusieurs études, internes et externes, commanditées ou indépendantes (clients (Auchan, Intermarché...), Cemagref, CTIFL, Interbev...), ont été menées sur le système de nébulisation ARECO afin d'en déterminer l'intérêt et l'efficacité, sur les produits (aspect visuel, fraîcheur, durée de conservation...), mais aussi sur l'impact financier pour le magasin équipé.



La nébulisation apporte des avantages indéniables aux points de vente de produits frais :

- **une amélioration de la conservation des produits frais** par un allongement de leur durée de commercialisation (1 à 4 jours pour les fruits et légumes, 0,5 à 1,5 jours pour les viandes) ou une meilleure conservation de leur aspect commercialisable pendant l'exposition sur le rayon frais (poissons).
- **une diminution de la perte naturelle en eau** des produits, qui se traduit par une diminution de la perte de poids (jusqu'à un facteur 4 pour les fruits et légumes et jusqu'à 4,5% pour les produits carnés), responsable de l'assèchement des produits (fruits et légumes) mais également d'une perte de valeur pour le magasin (morceaux de viande vendus au poids).
- **une conservation, voire une amélioration des qualités organoleptiques** des produits par leurs aspects physiologiques et biochimiques. La nébulisation permet notamment de mieux conserver la teneur en vitamine C (jusqu'à 30% supplémentaire) pour un brocoli placé à l'obscurité. Couplée à un éclairage spécifique, la nébulisation permet même de multiplier cette teneur par 4 pour l'épinard.
- **une amélioration de l'aspect qualitatif du rayon** : couleurs vives, aspect brillant et frais des produits. Cette amélioration qualitative est généralement perçue par la clientèle comme un facteur important d'achat des produits frais.
- **des avantages financiers direct pour le point de vente** : réduction (jusqu'à 50%) de la casse liée à la dégradation des produits, diminution de la main d'œuvre (remballe, entame, re-glaçage du rayon) nécessaire pour la conservation des produits, augmentation du volume de ventes (environ 30% pour les fruits et légumes) par l'aspect fraîcheur du rayon. Son retour sur investissement est généralement observé au bout d'un an d'utilisation du système, selon le rayon concerné et l'équipement.

NOTE RELATIVE À LA RÉGLEMENTATION DES SYSTÈMES DE NÉBULISATION

La réglementation relative aux systèmes collectifs de brumisation d'eau est légiférée par le décret 2017-657 et l'arrêté du 07/08/2017 qui en découle. Ils sont entrés en vigueur au 01/01/2018. Dans ces textes, le terme de « brumisation » englobe les systèmes d'humidification (dont la nébulisation).

La conformité des points réglementaires porte sur 2 volets : la conception du système et l'exploitation.

Areco a travaillé avec le Ministère, en amont de la parution de ces textes, afin d'adapter ses équipements et contrats. Les systèmes Areco sont conformes et les contrats couvrent ces nouvelles réglementations.

Cette réglementation garantit nos clients, les consommateurs et les employés du magasin contre tout risque sanitaire sur la santé et la qualité des produits.

Décret n° 2017-657 du 27 avril 2017 relatif à la prévention des risques sanitaires liés aux systèmes collectifs de brumisation d'eau

Arrêté du 7 août 2017 relatif aux règles techniques et procédurales visant à la sécurité sanitaire des systèmes collectifs de brumisation d'eau, pris en application de l'article R. 1335-20 du code de la santé publique



Une démarche éco-socio-responsable ancrée chez ARECO

Une prise en compte environnementale

ARECO est engagée depuis 2012 dans une démarche RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) afin d'assurer une croissance durable et équilibrée. Le département Recherche et Développement d'ARECO intègre cette démarche dans le processus de conception et de réalisation de ses produits et services en développant les appareils les plus économes du marché en consommation électrique et en eau.

La démarche environnementale d'ARECO inclut entre autres la baisse de l'empreinte carbone. C'est pourquoi le matériel est conçu, fabriqué et testé en France par ARECO. Deux tiers des achats industriels sont réalisés dans le département des Alpes-Maritimes afin de contribuer au développement de l'économie locale et de diminuer les rejets de CO₂. En 3 ans, il y a eu 35% de réduction de l'utilisation de l'énergie fossile grâce à la politique de transport de l'entreprise.

En accord avec ces principes, le siège de l'entreprise de 2200 m² construit en 2010 est certifié « basse consommation » et est un bâtiment HQE (haute qualité environnementale).

ARECO est la première entreprise du département des Alpes Maritimes à avoir obtenu en 2016 le Label Egalité Professionnelle entre les Femmes et les Hommes de l'AFNOR.

Vers une économie de la fonctionnalité

Pionnière, innovante et dynamique, ARECO répond à la demande de sa clientèle : « vendez-moi de la fraîcheur, pas seulement de la technologie ! » par un nouveau modèle économique durable en lien avec sa démarche RSE : l'économie de la fonctionnalité qui permet une performance d'usage.

ARECO vend des solutions incluant produits et services, plutôt que la vente du bien lui-même. Les offres se concentrent progressivement sur les fonctionnalités rendues par l'usage du produit. Ainsi ARECO propose une solution d'utilisation globale de ses produits, comprenant l'amélioration de la conservation des produits frais, la formation du personnel en rayon, l'affichage d'informations sur les produits, des recettes pour les cuisiner...

Ce modèle économique permet de prolonger la durée de vie du produit, facilite son réemploi et son recyclage ultime. Il améliore l'attractivité des produits frais, encourage leur consommation et limite le gaspillage alimentaire. Ce modèle vendu sous forme d'un abonnement évolutif et sans engagement peut évoluer au fur et à mesure des innovations technologiques, des besoins des clients, des demandes des consommateurs. Ces services peuvent aussi varier au cours de l'année en fonction de la caractéristique régionale ou saisonnière du profil de vente du client.



ARECO : une démarche RSE récompensée



2018

Prix du développement économique et de l'emploi



2017

Trophée COTE Invent' du Développement Durable



2015

Trophée RSE National de l'Ordre des Experts Comptables



2014

Trophée PACA de la PME



2014

Trophée RSE 06 de la PME

ARECO, une Food tech française innovante en forte croissance

Une solution made in France

Installée à Grasse, ARECO a été créée en 1998 pour exploiter « la nébulisation », une technologie développée par un centre de recherche privé : IMRA Europe (Toyota).

Aujourd'hui, ARECO se positionne comme leader mondial et pionnière de la nébulisation et de la gestion intelligente des rayons de produits frais.

La maîtrise de la technologie de nébulisation a encouragé l'entreprise à étendre ses applications à de nombreux domaines industriels : industrie pharmaceutique, agroalimentaire, plasturgie, viticulture, etc.

L'entreprise fait partie de plusieurs réseaux. Elle est ainsi membre BPI Excellence, qui accompagne les entreprises dans leur croissance. Elle fait également partie du Réseau Entreprendre, un réseau d'entraide entrepreneuriale, de la French Tech, du Club des entrepreneurs du Pays de Grasse, Immaterra et Appim entre autres...



ARECO, une PME française innovante en forte croissance

Michel Gschwind et Benoît Rey sont les fondateurs et dirigeants d'ARECO.

Tous les deux formés à l'école des Mines de Paris, ils se sont retrouvés après des expériences respectives pour créer ARECO. Les valeurs de leur entreprise : innovation, respect de l'écosystème (clients, fournisseurs, université, politique, environnement, ...), respect des engagements et bien-être des personnes (collaborateurs, clients et consommateurs).



Benoît Rey

Michel Gschwind,

ARECO : les dates clés de son histoire

1994

1er brevet

1998

Création d'ARECO

2000

Premiers tests avec Prosol sur les rayons fruits et légumes

2004

Premiers pas au Chili, référencement Provenç'Halles

2005

Développement de la nébulisation pour les produits de la mer dans les rayons marée

2006

Référencement des produits ARECO chez Casino et Atac, premiers pas en Allemagne

2008

Développement de l'activité de désinfection des surfaces par voies aériennes. Référencement des produits ARECO chez Intermarché. Premiers pas en Belgique. Développement de la nébulisation dans les rayons traditionnels boucherie et fromage à la coupe

2010

Référencement des produits ARECO chez Leclerc et Monoprix. Premiers pas au Portugal et en Espagne

2012

Référencement des produits ARECO chez U Enseigne. Exportation des produits ARECO vers le Brésil, la Russie et les Etats-Unis. Développement de l'activité numérique. Lancement de la démarche RSE

2014

Référencement des produits ARECO chez Carrefour. Développement de nouvelles gammes de machines éco-conçue moins énergivores

2016

Création de la filiale ARECO NORTH AMERICA qui distribue les produits ARECO aux Etats-Unis, Canada et Mexique

2018

Création de la filiale ARECO PACIFIC (03 décembre) qui distribue les produits ARECO en Australie et en Nouvelle Zélande

Une phrase d'accélération accompagnée par BPI

L'entreprise ARECO, par l'intermédiaire de sa société mère ARFITEC, a été retenue pour faire partie du programme « Accélérateur PME » organisé par BPI France.



Elle intègre la 5ème promotion de la démarche premium d'accompagnement personnalisé qui se déroulera pendant 24 mois. Une démarche qui s'inscrit dans la continuité de l'élan initié lors de l'Accélérateur PACA.

Ce dernier avait permis de poser la stratégie, d'adapter l'organisation du travail au sein de l'entreprise et d'initier une démarche en vue de l'Excellence Opérationnelle. L'accélérateur PME, qui concentre 60 PME, vise à accompagner le développement des entreprises et le passage d'une PME à une ETI (entreprise de taille intermédiaire). Le programme se concentre notamment sur certaines thématiques : la gouvernance au sens large, le développement export et le financement de la croissance.

ARECO DÉVOILE SA NOUVELLE IDENTITÉ EN 2020

ARECO, foodtech engagée dans la transition alimentaire, a pour ambition de devenir LA marque de référence de la gestion intelligente des rayons frais au service du mieux-manger et de la préservation de l'environnement.

Cette nouvelle identité exprime l'esprit d'innovation qu'ARECO développe en permanence pour proposer des produits et services personnalisés qui permettent de mieux gérer et valoriser les rayons de produits frais.

La typographie et le design sont modernisés. L'ajout de bulles de couleurs montre à la fois la diversité des solutions proposées par l'entreprise : nébulisation, plaques réfrigérées, module herbes fraîches, recettes, IOT, etc. ; et symbolise les différents rayons de produits frais sur lesquels ARECO intervient (fruits et légumes, marée, boucherie et fromage).

Le goût de la fraîcheur : le goût, la santé et la quête de sens sont aujourd'hui au cœur des préoccupations des consommateurs.

ARECO participe activement au développement de la consommation des produits frais au service du bien-être du plus grand nombre tout en réduisant le gâchis alimentaire.

« Avec sa solution de gestion globale et intelligente des rayons frais, basée sur un système unique de conservation par nébulisation, de plaques réfrigérées et de technologie numérique, ARECO favorise la croissance des ventes de produits frais et répond aux nouveaux modes de consommation alimentaires », explique Michel Gschwind, co-fondateur et co-dirigeant d'ARECO.



UN FORT DÉVELOPPEMENT À L'INTERNATIONAL

Sur le plan international, ARECO est l'un des leaders de l'humidification et de la désinfection par nébulisation.

De nombreuses entreprises à travers le monde lui font ainsi confiance pour la mise en place de solutions de nébulisation.

Réputée pour la fiabilité et l'efficacité de ses systèmes, ARECO est choisie par les entreprises du secteur de la grande distribution aussi bien aux Etats-Unis (chaîne Wegmans) qu'au Canada (Albertson, Fortinos, IGA, Sobeys) ou en Australie (Woolworths) grâce notamment à la présence de ses filiales ARECO North America (ANA) en Amérique du nord et ARECO Pacific (APA) créées respectivement en 2016 et 2018.

ARECO est présent également en Europe (Allemagne, Belgique, Espagne, Italie, Pays-Bas, Portugal, Russie, Suisse), en Afrique (Tunisie) et dans l'Océan Indien (Ile de la Réunion).



En 2019, l'enseigne WOOLWORTHS, première chaîne de distribution alimentaire en Australie, a fait confiance à ARECO, avec la signature d'un contrat d'équipement progressif de ses magasins pour des systèmes de nébulisation au rayon fruits et légumes. Avec 1 000 supermarchés en Australie et en Nouvelle-Zélande, WOOLWORTHS partage les valeurs de respect de l'environnement et de promotion du bien-manger qui sont les piliers d'ARECO.



Ensemble, les deux entreprises espèrent apporter leur pierre à l'édifice dans la société de demain afin d'avoir un impact positif sur l'environnement et de créer un avenir meilleur.