



VD HAR ORDET

Välkommen till ArcAromas sjätte nyhetsbrev. I skrivande stund pågår en företrädesemission som är viktig för ArcAroma, kapitaltillskottet behövs inte minst för att öka våra marknadsinsatser inom affärsområdena Food och Energi. Vi kommer bland annat att använda resurserna till att stärka organisationen för att ännu bättre kunna möta det växande intresset för främst oliveCEPT® och juiceCEPT® men även för dynaCEPT® och bioCEPT®. Vi kommer att öka såväl avseende närvaro på marknaden som produktionskapacitet.

Även i detta nyhetsbrev ligger fokus på Food segmentet, vi berättar en hel del om utvecklingen under den senaste tiden och om våra planer framåt. Det händer otroligt mycket inom Food just nu men du kan också läsa lite om de förändringar i efterfrågan och behov som vi ser inom Water segmentet med dynaCEPT® där reningsverken förmodligen kommer att tvingas leva efter nya krav, något som stärker vår argumentation.

OLIVECEPT - INTE EN LUGN MINUT

Jag besökte vår italienska distributör Clemente och olivoljemässan EnoliExpo i Bari i slutet av februari. Clemente ställde ut oliveCEPT® och hade lyckats få en strategisk plats på utställningen där exponeringen var total.

Under mina år som representant för teknikintensiva spjutspetsföretag har jag varit på många mässor där jag medverkat vid introduktion av nya sensationella produkter. Jag har aldrig varit med om något som liknar det jag fick bevittna i Bari. Clementes representanter blev fullkomligt nedsprungna av intresserade mässbesökare. Spekulanter som vill ha svar på alla frågor, diskutera pris, leveranstider och samtidigt försäkra sig om en plats i kön för att få en leverans i tid till nästa säsong. Häpnadsväckande gallet men otroligt roligt och en påtaglig belöning till alla medarbetare och till mej själv för allt slit.

Just nu pågår utbildningsinsatser inför kommande säsong. Först ut är Clemente som tillsammans med sina 15 agenter kommit till ArcAroma. Vi har ett späckat program i Lund som även inkluderar ett besök på ESS anläggningen.

Under de närmaste veckorna kommer våra övriga distributörer i medelhavsregionen också till Lund för att genomgå samma träning. Ett av målen är att alla skall prata med samma mun, att vi alla skall använda samma argumentation och data i försäljningen. En bieffekt av dessa möten är att vi kommer att kunna sätta samman en välunderbyggd försäljningsprognos. Vi behöver denna för att dimensionera vår organisation, produktion och för att säkra nyckelkomponenter.

Organisationen har förstärkts med Vassilis Smoilis som ansvarig för oliveCEPT® marknaden. Vassilis är lokaliserad på plats i Italien och kommer närmast från Alfa Laval. Mer om honom längre fram i nyhetsbrevet.

Det finns nu två produkter som riktar sej mot oliveCEPT® segmentet. Thor och Odin, två system som bygger på samma plattform men har olika kapacitet. Dessa system skall nu ut på marknaden och möta våra kunder där 5000 potentiella linje väntar på en effektivisering.

JUICECEPT – NU JAGAR KUNDERNA OSS

En naturlig del i marknadsföringen är att jaga kunder och opinionsledare för att sprida en produkt. Ett av de första målen för ArcAroma är att hitta lämpliga producenter att köra olika pilotprojekt hos. Dels för att verkligen testa produkten industriellt men också för att få bra och användbara referenser.

ArcAroma behöver inte jaga längre, nu söker kunderna upp oss. Ett av skälen till det vaknade intresset är att marknaden förändras. Konsumenterna efterfrågar kvalitet och premiumprodukter. Man dricker mindre men bättre. Ett skäl är ökad medvetenhet men även sockerdebatten har en betydelse.

ArcAromas utmaning i nuläget är att skapa förtroende i marknaden för juiceCEPT®. Detta gör vi alltså genom att bygga nätverk av referensanläggningar med bra data. Under denna period har vi också utvecklat en ny kammare som anpassats för juiceCEPT® vid försöken finslipar vi också metodiken och våra recept.

juiceCEPT® har sina kunder inom såväl premium segmentet, där man vill förlänga hållbarheten utan att

skada kvaliteten, som hos de kunder som vill öka yield och producera mer juice ur samma mängd råvara.

Just nu ser ArcAroma Polen, som är världens 4:e största producent av äpplen, som en mycket intressant marknad för juiceCEPT®. ArcAroma har förstärkt organisationen med Magdalena Andersson, en marknadsperson med polsk bakgrund, för att nå marknaden på bästa sätt.

Jag ser fram emot ett genomslag inom juiceCEPT® i år, ett år som kommer att bli mycket spännande.

DYNACEPT- NYA REGLER VÄCKER INTRESSE

Kostnaden att hantera restsлам har kommit att hamna i centrum för reningsverken, nu ser kostnaden ut att stiga ännu mer då införande av förbud att sprida slam på åkrarna har aktualiserats. Hantering av slammet är redan idag en av de kostnader som dominerar i ett reningsverks budget.

Sammantaget med den redan kända effekten, att verket kan producera mer biogas med dynaCEPT®, så stärks argumentationen då även volymen restsлам reduceras.

Avtalet med Aarhus Vand är intressant för ArcAroma. I projektet skall det utredas hur dynaCEPT® bäst integreras i det nya reningsverket vid Egaa som är under projektering. Resultaten kommer att få en stor spridning och kan användas i marknadsföringen i stora delar av Europa.

Läs mer om våra olika affärssegment på följande sidor, här finns fler detaljer ur kollegornas munnar.

Jag konstaterar att ArcAroma har kommit långt, mycket långt - men det är inget mot de planer jag har för ArcAroma och med stärkta muskler kommer det att gå!

Johan Möllerström, VD Arc Aroma Pure

FOOD



OLIVECEPT® - NULÄGESRAPPORT

I nyhetsbrevet som publicerades i januari framförde jag den övertygelse som mina kollegor och jag har rörande oliveCEPT®, att vi nu står inför det verkliga kommersiella genombrottet. Olivoljesäsongen har precis avslutats i Medelhavsområdet, då startar direkt försäljningsarbetet inför kommande säsong, allt helt enligt tradition inom olivoljebranschen.

Jag personligen har aldrig tidigare varit med om ett sådant intresse från potentiella kunder som nu med oliveCEPT® olivoljemässan EnoliExpo i Bari i slutet av februari. Detta trots att jag har många års erfarenhet av tekniskförsäljning för spjutspetsföretag. Mina intryck delas av oliveCEPT® säljarna och de produktansvariga från vår representant och sammabetspartner Clemente. Vi hade inte en lugn minut under de tre dagar som mässan pågick. Det fanns ett stort intresse på alla nivåer. Allt från nyfikna intresserade till mycket välinformerade befintliga Clemente kunder besökte oss. De ville skapa det bästa möjliga köpläget inför kommande säsong och säkerställa en leverans av oliveCEPT® till deras anläggningar.

Det är min övertygelse att vår position är mycket stark och att ArcAroma ligger minst tre till fem år före konkurrenterna såväl tekniskt som på marknaden.

OLIVECEPT® - STORT KUNDINTRESSE

Olivoljesäsongen har precis avslutats i området runt Medelhavet och då startar direkt, enligt affärstradition, försäljningsarbetet inför nästa säsong inom olivoljesegmentet.



Vi har redan varit aktiva och ställt ut vår utrustning på olivoljemässan EnoliExpo i Bari i slutet av februari. Vår distributör Clemente ställde ut

oliveCEPT® på en väl vald plats där den verkligen hamnade i blickfånget.

Jag har många års erfarenhet av tekniskförsäljning men jag måste erkänna att jag aldrig tidigare har varit med om ett sådant överväldigande stort intresse från potentiella kunder som det jag med egna ögon såg i Bari när oliveCEPT® visades.

SÄLJARNA HADE INTE EN LUGN MINUT

Clementes oliveCEPT® säljare hade inte en lugn minut under de tre dagar som mässan pågick. Det fanns intresse på olika nivåer; från nyfikna till välinformerade befintliga kunder hos Clemente som ville skapa bästa köpläge inför kommande säsong och säkerställa leverans inför densamma.



CLEMENTE MED AGENTER TILL LUND

Clemente har en bra position som en stark och ansedd leverantör till olivoljeproducenter i Italien. De har växt kontinuerligt och tagit nya marknadsandelar. Nu ser Clemente en möjlighet, att med oliveCEPT® i sin portfölj ta nästa steg och verkligen göra skillnad på den italienska olivoljemarknaden. Därför har Clemente beslutat att tillsammans med alla sina 15 agenter i Italien komma till oss i Sverige för Kick-off och utbildning under innevarande vecka.

STRATEGIN BYGGS INFÖR 2019

Nu skall vi bygga strategin för säsongen 2019. Vi sätter förutsättningarna som gör det möjligt att växa snabbt på den Italienskamarknaden och kraftigt öka försäljningen av oliveCEPT® system.

För att uppnå förväntade försäljningsframgångar för oliveCEPT®, är det viktigt att vi alla talar med samma mun och använder samma argumentation. Därför har ArcAroma involverat samtliga oliveCEPT® agenter i Italien i detta arbete. ArcAroma vill att de fullt ut skall förstå oliveCEPT® och dess själ samtidigt som vi vill lära oss mer om den lokala marknaden.

MEDELHAVESREGIONEN FÖLJER EFTER

Under de närmste veckorna kommer liknande aktiviteter och möten att genomföras med ArcAromas olika distributörer runt Medelhavet. Förutom att rusta styrkorna inför 2019 så är målet

att samla information från samtliga representanter för att fastställa välunderbyggda försäljningsprognoser för oliveCEPT® inför säsongen 2019. Prognoser som behövs för att dimensionera och planera den produktion som kommer att krävas. Detta inkluderar exempelvis att säkra nyckelkomponenter

FÅR VI PRESENTERA VASSILIS SMOILIS

I arbetet att öka kvalitén i ArcAromas dialog med marknaden runt Medelhavet och för att öka närvaron har bolaget rekryterat Vassilis Smoilis som affärsutvecklare med ansvar för oliveCEPT® marknaden.



Vi är glada att Vassilis accepterade erbjudandet och ville hoppa på resan med ArcAroma. Vassilis har 23 år på Alfa Laval bakom sig, en erfarenhet som kommer väl till pass. På Alfa Laval har han varit ansvarig för östra Medelhavet och Mellanöstern. Med Vassilis i organisationen får ArcAroma en klar förstärkning inom marknad och försäljning. Vassilis ger ArcAroma dessutom en stark lokal förankring som vi bedöms helt nödvändig för ett bra marknadsgenomslag. På köpet får bolaget en omfattande teknisk kunskap avseende livsmedelsproduktion, en kunskap som kommer vara mycket värdefull för ArcAroma.

AFFÄRSMODELL SOM PASSAR MARKNADEN

ArcAroma har internt och i dialog med bolagets representanter analyserat marknaden och fastställt hur affärsmodellen för oliveCEPT skall se ut. En

modell som tilltalar såväl stora som mindre olivolje-producenter har tagits fram.

I analysen konstateras att ett hyresavtal på sju år, där vi tar betalt för behandlad volym oliver, på bästa sätt täcker marknaden. ArcAroma har skapat en prismodell som inkluderar produktionsvolymen från 1000 ton till 9000 ton oliver per år. Kunden kan anpassa volymen till det aktuella behovet även under pågående produktion, denna funktion är inbyggd i oliveCEPT® systemet. Affärsmodellen täcker ett mycket brett behov med två CEPT® modeller THOR och ODIN. Totalt rör det sig om runt 5000 produktionslinjer runt medelhavet som är möjliga prospekt.



 oliveCEPT®
THOR

ÅTERKOMMANDE INTÄKTER

Den fastslagna affärsmodellen ger ArcAroma repetitiva intäkter. Kunderna har möjlighet att under säsongen utöka sin produktionsvolym enligt en redan fastslagen prislista. Detta liknar hur mobiloperatörerna låter kunden dynamiskt köpa till mer surf till sina mobiltelefoner eller hur Apple prissätter sina modeller utifrån lagringskapacitet och prestanda.



 oliveCEPT®
ODIN

Med sjuåriga hyreskontrakt har ArcAroma möjlighet att refinansiera affären via belåning och därmed diskontera hela hyresbeloppet för 7 år som kassaflöde. Bolaget har kontinuerlig en dialog med kunderna och kommer att öka såväl intjäning som marginaler genom denna hyresmodell. Utöver hyra ger denna hyresmodell intäkter för service och optimeringsavtal.

FOOD



JUICECEPT® - KONSUMENTERNA EFTERFRÅGAR KVALITET

Tidigare fick ArcAroma jaga producenter för att få en möjlighet att presentera bolagets juiceCEPT®, nu söker producenterna upp ArcAroma. De har förstått att en juiceCEPT® såväl effektiviserar produktionen samtidigt som den ökar kvaliteten och förlänger hållbarheten. Bakgrunden till det ökade intresset är att marknaden är föränderlig, konsumenterna är idag allt mer benägna att köpa kvalitet vilket har lett till att efterfrågan på nyttiga premiumprodukter har ökat radikalt och trenden håller i sej. Producenterna är väl medvetna om de förändringar i köpvanor som är på gång och rustar sej för det paradigmskifte som vi alla ser hända.

Detta har medfört att Arc Aroma och bolagets arbete inom applikationsområdet juiceCEPT® möter ett allt större intresse. Bolaget ser ett ökat intresse inte bara från skandinaviska producenter i länder som Norge och Danmark utan även från aktörer i främst norra Europa. Detta ökade intresse är markant och sker spontant utan att ArcAroma har genomfört några egentliga större marknadsföringsaktiviteter. Trots att applikationsområdet juiceCEPT® idag befinner sig i ett uppstartsskede skapar ArcAroma förtroende för juiceCEPT® inte minst genom skarp industriell produktion hos välkända producenter.

PREMIUM JUICE FÅR GENOMSLAG

ArcAromas arbete inom applikationsområdet juiceCEPT® möter som nämnt ett allt större intresse. Applikationsområdet riktar sig till två segment; hållbarhetssegmentet som består av producenter av premiumjuice av mycket hög kvalitet där man vill öka hållbarheten utan att förlora i kvalitet, samt extraktionssegmentet där man främst vill öka utbytet av juice (yield) från samma mängd råvara. Vissa producenter tillhör båda segmenten och ser gärna både högre yield och förlängd hållbarhet som ett mål.

ArcAroma befinner sig i ett uppstartsskede inom applikationsområdet där bolaget skapar förtroende för juiceCEPT® främst genom skarp industriell

produktion. Parallellt med dessa aktiviteter pågår olika projekt med målet att ytterligare förfinas och förbättra vår utrustning. Bland annat har detta lett till framtagningen av en ännu effektivare behandlingskammare anpassad för juiceCEPT®. Den nya kammaren kan användas inom såväl extraktion för att öka yield som för behandling med målet att förlänga hållbarheten.

CEPT® - BOOSTER

En första industriell körning med det nya boostersteget för att uppnå en förlängd hållbarhet kommer ske i mitten av april månad. Utvärdering och analys av resultaten beräknas ta ytterligare en månad. När detta är genomfört kan vi med tillförsikt se fram

emot ett första kommersiellt avslut inom detta segment.

Producenterna inom hållbarhetssegmentet är inte säsongsberoende vilket är en fördel kontra en del av marknadsaktörerna inom extraktion. På den skandinaviska marknaden, som processar frukten under säsong (ca 4 - 5 månader), är fönstret mindre.



Polen är en strategiskt mycket viktig marknad för ArcAroma och juiceCEPT®. Polen har äppelodlingar med en årsproduktion om cirka 2,4 miljoner ton vilket gör landet till världen fjärde största producent. Under mars/april har representanter från ArcAroma möten med polska producenter som är verksamma inom såväl extraktion & hållbarhetssegmentet.



Teamet vill passa på och hälsa Magdalena Andersson varmt välkommen till ArcAroma. Magdalena är född i Polen och skall arbeta för ArcAroma på provisionsbasis. Magdalena har som uppdrag att bland annat stödja ArcAroma i bearbetningen av marknaden i Polen. Teamet på ArcAroma ser fram emot att arbeta tillsammans med Magdalena.

ArcAroma har noterat att det pågår en kraftfull debatt i Frankrike där man ifrågasätter det låga näringsinnehållet i juicer från de stora producenterna där bland annat varumärket Tropicana som ägs av PepsiCo, Inc, nämns.

Det låga näringsinnehållet har sin förklaring i olika behandlingsmetoder som pastörisering med värme och filtrering. ArcAroma har verktygen och en unik möjlighet att bistå. Med juiceCEPT® är det möjligt att framställa en riktigt näringsrik och hälsosam juice. ArcAromas teknologi och juiceCEPT® har inte en någon som helst negativ inverkan på fruktens innehåll av C-vitaminer, mineraler eller antioxidanter, inte heller färg eller struktur påverkas negativt snarare det motsatta. Producenterna får en ren, välsmakande, hållbar och näringsrik slutprodukt att erbjuda konsumenterna.

Teamet på ArcAroma ser fram emot ett väldigt spännande och intressant juiceCEPT® år.

Jörgen Rosander

Marknadsansvarig för juiceCEPT®



DYNACEPT® - GÅR FRAMÅT

Intresset för dynaCEPT®- tekniken blir allt större. Ett skäl är att tekniken gör det möjligt att effektivisera biogasproduktionen och få ut mer gas ur slammet samtidigt som belastningen på biostegen minskas. Ett annat skäl är att kostnaderna att hantera restslammet vid verken ökar, införande av dynaCEPT® reducerar mängden restslam radikalt.

Kostnaden för att transportera och hantera slammet är en viktig post i verkens kostnadsbudget. Dessa kostnader för slamhantering har stigit och kommer att fortsätta öka bland annat på grund av kravet på fosforåtervinning. Nu utreds dessutom hur förbud mot slam på åkerjord skall kunna införas varför kostnaderna kan komma att stiga radikalt.

För att uppnå bästa reduceringseffekt ställs krav på hur dynaCEPT® kan integreras i olika processutformningar och anpassas till de olika prioriteringar som reningsverken har.

Diskussionen handlar också om hur slammet hanteras för att minimera miljöpåverkan. Även här är en reducerad volym en viktig faktor tillsammans med dynaCEPT® hygieniserande förmåga som kan reducera mängden skadliga mikroorganismer.

RESTSLAM MEDFÖR STORA KOSTNADER

Hur slam hanteras på avloppsreningsverk blir bara av större och större betydelse både miljömässigt och ekonomiskt.



Det är många reningsverk som arbetar för fullt med maximering av sin energiproduktion, då ligger

optimering av biogasproduktion högt på åtgärdslistan.

FÖRBUD ATT SPRIDA RESTSLAM UTREDS

Samtidigt har kostnaderna för slamhantering stigit och kommer att fortsätta öka bland annat på grund av kravet på fosforåtervinning. Nu när det även utreds hur förbud mot slam på åkerjord skall införas blir frågan allt mer aktuell.

DYNACEPT® MINSKAR MÄNGDEN RESTSLAM

Intresset för dynaCEPT®-tekniken, som dels ger mer biogas men också minskar mängden överskottsslam, blir därför allt större. Den nya utmaningen att reducera restslammet ställer krav på hur dynaCEPT® konceptet kan integreras i olika processutformningar och hur dynaCEPT® kan

anpassas till de olika prioriteringar som de enskilda reningsverken har.

Vid många besök på olika reningsverk har ArcAroma diskuterat införande av dynaCEPT®. Det är tydligt att biogas har ett stort värde för de flesta anläggningarna men det har också visats sig att minskning av mängden överskottslam som skall tas om hand har ett större värde än vad ArcAroma antog från början. Värdet av effekterna som ett införande av dynaCEPT® innebär har därmed ökat ännu mer.

AVTAL MED AARHUS VAND

Ett tydligt exempel på intresset för dynaCEPT® och värdet ett införande av tekniken är avtalet med Aarhus Vand. Aarhus Vand är en ledande organisation inom VA inte bara i Danmark. Aarhus Vand har många internationella kontakter och driver många projekt inom sin verksamhet.

Avtalet med Aarhus Vand innebär att en utvärdering skall genomföras som påvisar hur dynaCEPT® bäst kan användas på Egaa reningsverk. ArcAroma och Aarhus Vand har kommit överens om att inte bara utvärdera i olika slamströmmar för att maximera biogasen utan också att se närmare på flera slamegenskaper. Exempelvis skall viskositet,

avvattningsegenskaper, skumbildning i röt-kamrarna, mm studeras i detalj.



Avsikten är att utvärdera den totala bilden av effekterna från dynaCEPT® på reningsverket och att samtidigt göra en värdering av effekterna som dynaCEPT® har för projektet ReWater och den framtida utvecklingen för bästa resursanvändning, produktion av resurser, på det nya reningsverket Marselisborg som kommer att byggas i Aarhus.

DYNACEPT® FÅR MARKNADSSTÖD

Resultaten från Egaa reningsverk kommer att få en bred spridning och underlätta för ArcAroma vid marknadsföringen av dynaCEPT® inte bara i Norden utan även i flera länder i Europa.



KONTAKTA OSS:

Arc Aroma Pure AB

Skiffervägen 12
224 78 Lund
Sweden

www.ARCAROMA.com
www.investor.ARCAROMA.se
sales@ARCAROMA.com
info@ARCAROMA.com
+46 46 271 83 80

Arc Aroma Pure AB (publ)

ARCAROMA har utvecklat den patenterade CEPT®-teknologin. En utrustning som kan generera mycket kortvariga högspänningspulser med hög pulseffekt och extremt låga förluster.

Tekniken används exempelvis för effektivisering av biogasproduktion, avloppsrening och produktion av livsmedelsoljor.

Företaget grundades 2008, har sitt säte i Lund med kontor i Shanghai och har fått olika utmärkelser och stöd från bland annat Vinnova och Energimyndigheten. ARCAROMAS aktier är noterade på NASDAQ First North Premier.