

Kit de
presse

air
up[®]

Le premier système d'hydratation à base de parfum qui donne du goût à l'eau uniquement grâce au parfum.

think new. drink new.

Notre système de boisson innovant apporte du goût à l'eau par le simple biais de l'odeur. Comment ça marche ? Eh bien, lorsque nous buvons, l'embout buccal contenant des arômes naturels transmet des molécules aromatisées à notre centre olfactif. C'est ici, où lorsque nous inspirons, notre cerveau perçoit l'odeur comme un goût. La base de ce phénomène physiologique est appelée la rétro-olfaction. Ainsi, nos clients peuvent profiter d'une expérience gustative sans sucre ! air up® combine un plaisir insouciant et varié avec tous les avantages de l'eau pure.

air up® en chiffres.

Ce dont nous sommes extrêmement fiers:

- Notre produit est disponible dans **10 pays européens** et aux **États-Unis**.
- Plus de **5 millions de clients**.
- Plus de 368M de **bouteilles en plastique à usage unique** de 1L remplacées.
- Plus de 7360 tonnes de **sucre potentiel évitées** .
- Plus de **300 employés de 45 nationalités différentes**.
- Une grande partie de notre **production délocalisée en Europa**.

Le concept.

Lena et Tim ont jeté les bases d'air up® en 2016, pendant leurs études communes de design de produits à l'école supérieure de design de Schwäbisch Gmünd. Dans leur travail de bachelor sur le thème "Neuroscience meets Design", ils ont analysé l'un des plus grands problèmes de société de notre époque : une alimentation malsaine, qui peut par exemple conduire à l'obésité, au diabète et aux maladies cardiaques. Pour y remédier, ils ont conçu le premier prototype de système d'hydratation. En se basant sur les connaissances neuroscientifiques modernes, ils ont mis au point une technique innovante et entièrement nouvelle qui permet de lutter contre ce problème grâce au phénomène de l'olfaction rétronasale.

Mais revenons un peu en arrière : notre cerveau fait la distinction entre l'odeur orthonasale (perçue par le nez) et l'odeur rétronasale (perçue par la bouche). Alors que l'odeur perçue de manière orthonasale est interprétée comme telle par notre cerveau, l'odeur perçue de manière rétronasale est interprétée comme faisant partie de notre impression gustative. En d'autres termes, notre cerveau l'associe aux aliments ou aux boissons dans notre bouche. Ce lien biologique a permis à Lena et Tim de donner du goût à de l'eau du robinet simplement en la parfumant.

flavor is in the air.



Il est rapidement apparu qu'air up® n'était pas seulement plus durable que les bouteilles en plastique PET, mais qu'il aidait aussi les gens à satisfaire leurs besoins quotidiens en eau avec plaisir et à s'hydrater sainement. Alors qu'une dosette suffit pour donner du goût à au moins cinq litres d'eau, les consommateurs devraient acheter entre cinq et dix bouteilles en plastique PET jetables pour la même quantité d'autres boissons. Cette économie se traduit à son tour par un grand potentiel logistique. Avec air up®, un conteneur peut transporter environ 144 000 sachets de 3 pods (ou 432 000 pods individuels) qui aromatisent jusqu'à 2 100 000 litres d'eau. Pour les boissons en bouteille disponibles dans le commerce, 1 conteneur peut transporter environ 35.000 bouteilles d'eau jetables de 500 ml chacune. Le transport des pods est donc jusqu'à 99 % plus efficace par rapport aux bouteilles d'eau jetables de 500 ml.

Après avoir terminé leurs études, Tim et Lena ont reçu des réactions positives de toutes parts et ont fait protéger leur idée par un brevet. La prochaine grande étape vers la création de leur propre start-up n'a eu lieu que plus tard.

Pour cela, ils ont eu besoin de Fabian, qui a entendu parler de l'idée air up® lors d'une conversation avec la sœur de Lena. En tant que nutritionniste et étudiant en technologie alimentaire, il a tout de suite été enthousiasmé par le produit et a continué à développer la bouteille, les saveurs et les supports nécessaires dans le cadre de son travail de master.

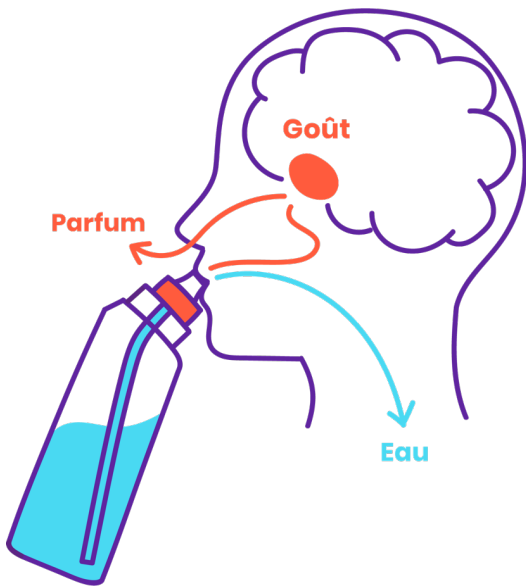
Il a été aidé par le fait qu'il avait déjà acquis de vastes connaissances en matière d'arômes lorsqu'il était chef de cuisine dans un restaurant étoilé.

Afin d'assurer non seulement l'élaboration technique et créative du système de boisson air up® et de ses pods, Lena, Tim et Fabian ont fait appel à Jannis en tant qu'économiste d'entreprise pour la création de l'entreprise. En établissant le modèle commercial d'air up®, il a posé la première pierre de l'acquisition réussie de précieux partenaires et investisseurs, et peu après, Jannis a reçu le soutien actif de Simon, qui travaillait encore à ce moment-là sur sa propre start-up de boissons. Après que l'idée de Simon n'ait pas tout à fait abouti en raison d'obstacles imprévus, il a rejoint l'équipe air up®, encore assez petite, qu'il avait rencontrée lors d'un pitch d'investisseurs.

Grâce à leur passion pour l'idée et à l'aide de quelques soutiens expérimentés (notamment la subvention de l'UE "Climate KIC" pour les start-ups particulièrement durables et la bourse de création d'entreprise "EXIST" de l'Université technique de Munich), les cinq jeunes entrepreneurs ont pu convaincre trois investisseurs de renom de soutenir leur start-up en 2018. Grâce à leur soutien financier, la production en série du système d'hydratation air up® a démarré début 2019.



La fonction et les faits.



Mais comment fonctionne le système d'hydratation air up® ? On remplit la bouteille air up® d'eau plate ou pétillante, on choisit son goût préféré et on place le pod sur l'embout. Si l'on boit avec notre paille, il se produit une aspiration qui transporte non seulement l'eau, mais aussi l'air de l'extérieur à travers le pod vers la bouche. C'est là que l'olfaction rétronasale entre en jeu : L'air aromatisé monte dans le pharynx et est perçu comme un goût par le centre olfactif. La fonction parfum/air peut d'ailleurs être activée et désactivée très facilement grâce à un mécanisme coulissant.



Quantité de remplissage

Gourde Classique: 650ml
Gourde en inox: 480ml & 850ml
Gourde Gen 2: 600ml & 1L

Saveurs

Cola, pomme, citron vert, orange-fruit de la passion, pêche, framboise-citron vert, cerise, thé glacé à la pêche, Virgin Mojito, café et bien d'autres.

Accessoires

Sangles et embouts de gourdes dans différentes couleurs comme Vivid Orange, Soft Lilac, Rose Blush, Aqua Blue, Fresh Mint, Pink Berry, Cobalt Blue, Soft Apricot, Pale Blue et plus encore

Matériel

Gourde Classique: Tritan sans BPA et silicone de marque de qualité alimentaire
Gourde en inox: acier inoxydable pur et silicone de marque de qualité alimentaire
Gourde Gen 2: Tritan™ Renew 50 et silicone de marque de qualité alimentaire

Prix

Gourde Classique	à partir de 34,99€
Gourde en inox	à partir de 54,99€
Gourde Gen 2	à partir de 39,99€
Pods (3 unités)	à partir de 5,99€

Botique en ligne

www.fr.air-up.com

air up GmbH

Équipe dirigeante

Lena Jüngst: Chef évangéliste & co-fondatrice

Tim Jäger: Directeur de la recherche & co-fondateur

Jannis Koppitz: Co-PDG & co-fondateur

Fabian Schlang: Directeur de l'exploitation & co-fondateur

Simon Nüesch: Directeur marketing & co-fondateur

Christian Hauth: Co-PDG

Patric Fornasier: Directeur technique

Tobias Klostermann: SVP Supply Chain & Logistics

Siège Social

Friedenstr. 22A
81671 Munich
Allemagne



Chronologie de l'entreprise

Été 2016 : Travail de Bachelor "Neuroscience meets design" de Lena and Tim

Février à septembre 2017 : Travail de master "Investigation on the development of a retronasal drinking system" de Fabian

Février 2018 : Création de ten-ace GmbH.

Juillet 2018 : Christoph Miller, Freigeist et DS-Produkte investissent dans air up®.

Mars 2019 : création d'air-up® GmbH, filiale à 100% de ten-ace GmbH.

Juin 2019 : Investissement de DenkPharma (Stephan Huber), FRe Capital UG (Felix Reinshagen) et d'investisseurs privés.

Août 2019 : Lancement du produit en Allemagne.

Janvier 2020 : Christian Hauth apporte son soutien en tant que co-CEO et autres investissements d'investisseurs existants.

Septembre 2020 : lancement du produit en France.

Novembre 2020 : Lancement du produit en Belgique et aux Pays-Bas.

Janvier 2021 : Annonce du succès du tour de financement de série A avec Oyster Bay, Five Season Ventures, Ippen.Media et PepsiCo.

Mars 2021 : lancement du produit en Suisse

Juin 2021 : Lancement du produit au Royaume-Uni

Juin 2021 : 1 million de kits de démarrage vendus

Septembre 2021 : lancement du produit en Italie

Septembre 2021 : annonce du succès du deuxième tour de financement avec la participation des investisseurs existants.

Hiver 2021 : ouverture d'un site de production en Turquie et de grands magasins en France et au Royaume-Uni, premier jalon du projet de nearshoring.

Mars 2022 : lancement du produit en Suède

Juin 2022 : Lancement du produit aux États-Unis

Août 2022 : lancement de la première bouteille en acier inoxydable air up®.

Octobre 2022 : ouverture d'un grand magasin aux Pays-Bas

Décembre 2022 : ouverture du site de production de bouteilles Tritan™ en Autriche

Février 2023 : Ouverture du site de production de pods aux Pays-Bas.

Avril 2023 : Ouverture du nouveau siège social d'air up® à Munich.

Octobre 2023 : Lancement du système d'hydratation Gen 2