



*We grow your malts*

Note d'information  
3 Août 2010

## Malteurop, leader mondial de l'industrie du malt, acquiert la société italienne Diamalteria, spécialisée dans la production d'extraits de malt

**Le groupe Malteurop, premier fournisseur en malt de l'industrie de la bière, réalise une diversification aval stratégique et se positionne sur le marché des ingrédients alimentaires à base de malt.**

**Reims, le 3 Août 2010** - Le groupe français Malteurop, filiale du groupe agri-industriel SICLAE, a procédé au rachat de 100% des titres de la société italienne Diamalteria (Darfo - Lombardie), spécialisée dans la fabrication d'extraits de malt et de farines de malt à destination des marchés alimentaires.

L'extrait de malt est un édulcorant, un arôme et un colorant naturel. Il est utilisé dans de nombreuses industries alimentaires - panification, biscuiterie, petits déjeuners à base de céréales, alimentation infantile, confiserie et chocolaterie, brasserie, softdrinks, surgelés, compléments diététiques - ainsi qu'en cosmétique et pharmacie.

Pour Malteurop, dont l'activité mondiale se concentre aujourd'hui sur la transformation de l'orge en malt à destination des industriels brasseurs et distilleurs, cette opération stratégique illustre la volonté du groupe de diversifier son activité, et de s'investir durablement sur le marché très dynamique des ingrédients alimentaires à base de malt.

Pour Alain Le Floch, directeur général du groupe Malteurop, « l'acquisition de cette société, moderne et performante, s'inscrit dans le modèle de croissance initié depuis quelques années par notre groupe. Tout en continuant à renforcer notre position de leader mondial sur le marché du malt à destination de la brasserie et de la distillerie, nous voulons devenir un acteur majeur des ingrédients alimentaires à base de malt. Notre groupe bénéficie de nombreux atouts pour réussir dans ce nouveau métier : une implantation mondiale, une forte expertise de R&D et de sélection des matières premières, un savoir-faire reconnu dans la production des malts de qualité. Ces atouts s'ajouteront aux fortes compétences développées par Diamalteria dans la formulation des produits et dans la relation très étroite qu'elle entretient avec ses clients italiens et internationaux ».

Monsieur Gianni Artoni continuera d'assurer la direction de l'entreprise ; il en sera également administrateur.

Pour réaliser cette opération auto-financée, Malteurop a été accompagné par le cabinet d'avocats De Berti Jacchia Franchini Forlani (Milan - Italie), KPMG SpA (Milan - Italie), et Hemadesiclan Conseil (Paris - France)

Contact presse :  
Fabrice Bourgeois-Armurier  
+33 (0)6 80 24 85 62  
[fabrice.bourgeois@malteurop.com](mailto:fabrice.bourgeois@malteurop.com)

\* « we grow your malts » : « nous cultivons vos malts »

## A propos de Malteurop et Diamalteria

**Malteurop** est le premier malteur mondial avec une capacité de production de 2,2 millions de tonnes de malt. Le groupe est présent industriellement dans 12 pays (France, Allemagne, Pologne, Russie, Ukraine, Espagne, Portugal, USA, Canada, Australie, Nouvelle-Zélande et Chine). Malteurop est une filiale du groupe agro-industriel **Siclaé**, spécialisé dans la transformation des productions végétales.

→ Plus d'informations sur [www.malteurop.com](http://www.malteurop.com) et [www.siclae.com](http://www.siclae.com)

**Diamalteria** est une société italienne indépendante fondée en 1909, implantée à Darfo et Milan en Lombardie. Diamalteria, n° 3 mondial de sa spécialité avec une part de marché de 8,4%, détient 95% du marché italien des extraits de malt et se développe rapidement à l'exportation (34% du Chiffre d'Affaires). Diamalteria réalise un Chiffre d'Affaires de 17 Millions €, en progression de 70% sur la dernière décennie, avec un large portefeuille de clients, composé de grands groupes agro-alimentaires internationaux et des principaux acteurs de la boulangerie traditionnelle italienne.

---

## → INTERVIEW      6 questions à Alain le Floch, Directeur Général du Groupe Malteurop

---

**Question 1 : Depuis plusieurs années, Malteurop a fondé sa croissance sur la consolidation du marché du malt à destination de la brasserie. L'acquisition de Diamalteria représente-t-elle une évolution de cette stratégie ?**

**Alain Le Floch :** Le malt à destination de la brasserie et de la distillerie reste notre cœur de métier et nous continuerons de développer notre stratégie sur ce segment très important et attractif du marché du malt. Nous y avons de nombreux projets qui verront le jour prochainement.

L'acquisition de Diamalteria s'inscrit dans une recherche de diversification aval, nous permettant d'étendre notre portefeuille d'activité dans le métier du malt. Nous allons combiner les forces de Malteurop - présence mondiale, R&D spécialisée dans l'obtention de nouvelles variétés d'orges, savoir-faire en production de malts de grande qualité, capacité financière - avec celles de Diamalteria dans la production et la formulation des extraits de malt répondant aux besoins spécifiques de ses nombreux clients, qui interviennent dans des industries extrêmement variées.

Nous venons ainsi de constituer une formidable plate-forme de développement sur un secteur lui aussi en croissance. Notre ambition est de participer à cette dynamique de marché en proposant des produits innovants requis par les clients.

**Q2 : Quelles sont vos ambitions sur le secteur des ingrédients alimentaires ?**

**ALF :** En combinant les forces de Diamalteria et celles de Malteurop, et en utilisant les compétences du groupe Siclaé notamment en matière de R&D, nous souhaitons bâtir un pôle industriel international sur le marché des ingrédients alimentaires à base de malt. Ceci signifie une stratégie d'innovation produits, et une présence internationale accrue sur les marchés consommateurs d'extrait de malt.

### **Q3 : Pourquoi avoir choisi Diamalteria ?**

**ALF :** Notre décision stratégique est celle de la diversification aval du groupe Malteurop dans le marché des ingrédients alimentaires. Pour asseoir cette stratégie, Diamalteria constitue une exceptionnelle plate-forme d'entrée sur ce marché.

Diamalteria se situe parmi les trois premières sociétés mondiales dans son secteur d'activité et au deuxième rang en Europe. C'est une entreprise tournée en permanence vers la compréhension et la satisfaction des besoins de ses clients. En l'espace d'une dizaine d'années, l'équipe dirigeante en a fait une entreprise de premier rang, profitable et non endettée, qui a su poursuivre son développement en Italie tout en conquérant des positions significatives sur de nombreux marchés internationaux.

Il existe donc une complémentarité de parcours ainsi qu'une proximité culturelle entre les deux entreprises.

### **Q4 : Comment allez-vous exploiter au mieux cette complémentarité ?**

**ALF :** Pour mettre en place les synergies entre les deux entreprises, nous allons mettre en œuvre un programme stratégique et systématique sur le thème de l'innovation. Des secteurs aussi variés que la matière première, le process industriel, la formulation, le conditionnement, l'analyse de chacun des segments de marché seront concernés.

Ceci va permettre, comme nous l'avons toujours fait après chaque acquisition, de faire travailler ensemble nos meilleurs collaborateurs sur un thème central, celui d'une nouvelle étape de développement de l'entreprise par l'identification et la satisfaction des besoins de chacun des segments de clientèle.

Si notre stratégie de développement dans ce secteur d'activité est affirmée par l'acquisition de Diamalteria, le fruit de ce programme stratégique nous dotera, dans seulement quelques mois, d'une feuille de route pour marquer de nouveaux jalons de croissance.

### **Q5 : Comment Diamalteria sera-t-elle intégrée au sein du Groupe Malteurop ?**

**ALF :** Le métier des ingrédients alimentaires est différent de celui du malt. A l'inverse du malt, principalement utilisé en brasserie, les applications des extraits de malt sont nombreuses et touchent différents types d'industries (panification, biscuiterie, petits déjeuners à base de céréales, alimentation infantile, confiserie et chocolaterie, brasserie, softdrinks, surgelés, compléments diététiques). Elles nécessitent le développement de formulations et de conditionnements adaptés à chacune des applications et à chacun des clients. Cette spécificité sera maintenue et Diamalteria conservera son autonomie commerciale et industrielle afin de continuer de satisfaire ses clients tout en conquérant de nouveaux marchés.

C'est à cette fin que nous venons de créer un pôle « ingrédients alimentaires » : la société Malteurop Food Ingredient, détentrice de Diamalteria, et rattachée à Malteurop Groupe. C'est au sein de cette nouvelle entité que sera développée notre stratégie dans ce secteur d'industrie.

Nous favoriserons la mise en place de synergies entre les deux activités tant au plan des approvisionnements en malt et en orges qu'au plan des besoins en financement de la croissance de cette activité. Mais c'est dans les domaines du marketing, des process industriels et surtout de la R&D que nos efforts porteront. Diamalteria aura un accès privilégié aux compétences du groupe Siclaé, actionnaire de Malteurop.

**Q6 : L'organisation du management de Diamalteria va-t-elle évoluer ?**

**ALF** : Le savoir-faire de Diamalteria repose sur la qualité des hommes qui, au cours de ces dix dernières années, ont su parfaitement transformer l'entreprise et la conduire aux succès qu'on lui connaît aujourd'hui. Souhaitant nous développer dans le secteur des ingrédients alimentaires à base de malt, nous sommes attachés à poursuivre la collaboration avec l'équipe actuellement en place. Son dynamisme et sa parfaite connaissance du marché nous seront précieux pour réussir le projet stratégique que nous partageons avec elle. Monsieur Gianni Artoni continuera donc de diriger Diamalteria avec l'équipe en place. Il sera Administrateur de l'entreprise et reportera au Directeur Général du groupe Malteurop, également Président de Diamalteria. Notre intention est de développer ensemble Diamalteria et le site industriel de Darfo afin de pouvoir satisfaire la demande croissante des clients pour ce type de produits.