



MILLBÄKER

Le germe de l'innovation, la révélation du goût*

**The seed of innovation, revelation in flavour*



Sommaire

Page 3	Carte d'identité de la SAS MILLBÄKER
Page 4	Créée pour innover
Page 5	L'efficacité d'une dynamique nutritionnelle naturelle
Page 6	Un rayonnement national et international
Page 7	Le savoir-formuler
Page 8	Génie nutritionnel et plaisir gustatif
Page 9	Ethique de l'innovation et prestation marketing

ANNEXES

Page 10	Graines germées, introduction du maltage dans la filière alimentaire
Pages 12 & 13	The seed of innovation: English presentation

Contact Presse :

Amélie POUX – Chargée d'Opérations Marketing

Tel : + 33 (0)3 25 37 49 36

e-mail : assistantexport@millbaker.com - Internet : www.millbaker.com



La SAS MILLBÄKER

Raison Sociale : **MILLBÄKER SAS**

Secteur d'activité : **Agroalimentaire**

Date de création : **2005**

Nature de l'actionnariat : Industries meunières de seconde et troisième transformation et cadres de l'entreprise.

Président : **Jean Louis FLEURICHAMP**

Adresse : ZI La Fonderie - 10 700 Torcy le Petit
Tél : +33 (0)3 25 37 79 37 - Fax : +33 (0)3 25 37 56 61
E-mail : ingredient@millbaker.com
Internet : <http://www.millbaker.com>

Domaines de compétences :

- ✓ **Savoir Faire :**
 - Formulation et conception sur mesure de solutions ingrédients technologiques, sensorielles et nutritionnelles.
 - Conception d'ingrédients innovants à base de céréales maltées germées
- ✓ **Services :**
 - Analyses physico chimiques et rhéologiques blé et farine
 - Contrôles de panification
 - Conseils et diagnostics blé et farine, préconisation de maquettes blé
 - Assistance technique
 - Accompagnement marketing et Formation

Chiffres clés :

- Plus de **1 500** ingrédients et formulations
- Plus de **5 000** analyses par an
- Capacité de production annuelle : **10 000** tonnes
- Effectif : **21** personnes
- Chiffre d'affaires 2014 : plus de **7 M €** (+ 6% vs. 2013)

Croissance : Depuis sa création en 2005, la société MILLBÄKER démontre une croissance soutenue :

- ↳ La progression de son chiffre d'affaires s'inscrit entre +5 et +20% chaque année,
- ↳ Son effectif est passé de 5 à 21 salariés en 9 ans,
- ↳ Créé fin 2010, son *TECHNICAL CENTER* participe à l'amélioration qualitative et sécuritaire des produits et permet à MILLBÄKER de se positionner sur de nouveaux marchés spécifiques (marchés export, marchés industriels, univers de la diététique).



Créée pour innover

Créée pour innover, la société MILLBÄKER déploie aujourd'hui son savoir-faire en France, au niveau de la Communauté Européenne, dans les pays de la ceinture Méditerranéenne, dans les DOM TOM et en Asie.

Au travers de ses différents pôles d'expertise, elle s'adresse prioritairement aux :

- **Industries alimentaires de seconde transformation** (industries de la panification, de meunerie...)
- **Grossistes distributeurs**
- **Grande distribution**
- **PME de l'alimentaire** (réseaux de boulangeries, etc)
- **Distribution alimentaire spécialisée** (diététique etc)

De la conception de produits à l'évaluation rhéologique des préparations pour optimiser la qualité nutritionnelle et gustative du produit final souhaité, en passant par la **formation des acteurs de la boulangerie et de la meunerie**, le *TECHNICAL CENTER* MILLBÄKER se distingue par l'élaboration de produits sur mesure en adéquation avec les attentes et cahiers des charges de ses clients.

Chaque année, MILLBÄKER investit 5% de ses résultats en Recherche & Développement. Valorisant son expertise en formulation par l'analyse et l'anticipation des tendances du marché et des attentes des consommateurs, l'entreprise développe des gammes et des produits innovants, Formulées à partir d'ingrédients naturels, **sans additif ni conservateur, ces créations** s'inscrivent dans la politique de développement **Clean Label** dans laquelle la société MILLBÄKER est engagée. Certaines d'entre elle possèdent des **profils nutritionnels** particuliers et répondent aux **régimes alimentaires** spécifiques (sans gluten, diabète, allégations nutritionnelles...).

Son organisation s'articule comme suit :

Technical Center : Pôle Analyse Laboratoire Physico-chimique et Fournil d'essai

Les équipes du laboratoire d'analyses physico chimique réalisent chaque année plus de 5 000 analyses de blé et farine et assurent un large panel de prestations adaptées aux spécificités des récoltes aux évolutions technologiques (alvéogramme, taux de cendres, Hagberg, Farinographe, amidons endommagés, mycotoxines). Le Fournil d'essai complète pour sa part l'analyse des farines et valide la conformité des productions.

Technical Center : Pôle R&D / Conception Produits:

Ses concepteurs apportent leurs compétences scientifiques, nutritionnelles et sensorielles à l'élaboration de nouveaux produits. Après validation des formulations par le client et/ou des panels de consommateurs ciblés, le *TECHNICAL CENTER* et le service qualité établissent un protocole de mise en oeuvre par le Pôle Production.

Pôle Production :

La sécurité est primordiale sur le Pôle Production. Ainsi, des protocoles de démarches qualité agréées telles que HACCP. L'élaboration des produits s'effectue dans le centre de mélange haute capacité, à l'aide d'un programmeur informatique qui sécurise le produit mis sur le marché et en assure la traçabilité dans le respect des critères de FIFO* et d'allergénicité. Depuis toujours ancré dans l'éthique de la société la recherche de naturalité poursuit son développement et se traduit en 2014 par l'homologation de la société pour la fabrication de produits biologiques.

Pôle Contrôle Qualité :

Chaque lot produit d'une référence donnée, fait l'objet d'un double prélèvement.

L'un des échantillons sert à déclarer, avant sa mise en marché, la conformité du produit élaboré par rapport au cahier des charges établi par le Pôle Conception Produits, le second étant conservé en échantillothèque. *Hazard Analysis Critical Control Point



L'efficience d'une dynamique nutritionnelle naturelle



La vocation de MILLBÄKER est l'intégration du concentré actif et naturel du monde végétal aux produits alimentaires de consommation courante ou non. L'objectif recherché est d'inscrire ces derniers dans une dynamique nutritionnelle naturelle efficiente, sans perdre de vue l'aspect organoleptique.

La finalité de ces travaux est de **découvrir de nouvelles dimensions sensorielles organoleptiques**, par exemple dans des produits aussi traditionnels que le pain.

Ainsi, en découlent la signification du logo MILLBÄKER et son positionnement :

Le germe de l'innovation, la révélation du goût.



Le germe de l'innovation, la révélation du goût, la devise de MILLBÄKER n'est pas une simple promesse marketing. Sa vocation, faire germer le goût mais aussi les idées, cumule les récompenses :

- En 2005, le programme R&D de MILLBÄKER reçoit un avis favorable de la part d'**OSEO INNOVATION** et de la **Région Champagne-Ardenne**.
- En 2008, MILLBÄKER reçoit le prix « **Espoir de la Création d'Entreprise** » des trophées de la PME Performante décernés par la **CGPME de l'Aube**.
- En 2009, primée par **L'Usine Nouvelle**, la PME s'inscrit au palmarès des « **Jeunes Entreprises Innovantes** ».
- En 2010, les travaux R&D de son **BAKING CENTER** obtiennent la reconnaissance du **Ministère Français de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche** au titre du **Crédit d'Impôt Recherche (CIR)**.
- En 2011, des subventions dans le cadre des fonds structurels européens, en particulier le **Fonds Européen de Développement Régional (FEDER)**, sont octroyées à la jeune PME pour accompagner son développement.
- En 2012, en recevant le **Trophée de l'innovation 2012**, dans le cadre des **11^{ème} Trophées de la PME organisés par la CGPME de l'Aube**, MILLBÄKER inscrit son nom dans le palmarès des entreprises les plus innovantes du département.
- En 2014 MILLBÄKER la Chambre de Commerce et d'Industrie reçoit le **3^{ème} « PRIX MADE IN France »** de la **Chambre de Commerce et d'Industrie de l'Aube et des Douanes** pour le dynamisme de son développement à l'export.



Un rayonnement national et international

En 2013, MILLBÄKER est armée pour poursuivre son déploiement en France, mais aussi à l'international. Notamment :

- Forte d'une clientèle majoritairement représentée par la meunerie indépendante, pour garantir de nouveaux relais de croissance, MILLBÄKER diversifie ses activités. Aujourd'hui, grâce notamment à des conditionnements adaptés à chaque marché, l'entreprise commercialise ses produits auprès des industriels de l'agroalimentaire, grossistes-distributeurs, grandes et moyennes surfaces alimentaires, magasins diététiques, pharmacies, épiceries fines, sites Internet spécialisés.
- Une panoplie de supports de communication accompagne les clients de l'entreprise dans la vente et la promotion des produits, et soutient chaque lancement jusqu'au consommateur final. Chaque produit possède ainsi une fiche commerciale explicative et attractive fournissant au client des détails sur sa mise en œuvre, son profil organoleptique, des conseils boulangers ou encore des astuces d'accompagnement.
- Le site Internet www.millbaker.com place « *le germe de l'innovation, la révélation du goût* » à portée de clic dans le monde entier. Les clients de l'entreprise ont à leur disposition un espace privé extranet, où ils peuvent notamment consulter les fiches commerciales des produits.



La prospection des marchés export initiée depuis plusieurs années porte ses fruits. MILLBÄKER rayonne aujourd'hui au-delà de l'Union Européenne, en Afrique du Nord, dans les DOM TOM et en Asie.

Ouvrant de nouvelles perspectives de croissance à l'entreprise, cette nouvelle clientèle manifeste un intérêt particulier pour les produits de panification français à caractère différenciant et se trouve également, fortement concernée par la gamme élargie des produits diététiques.



Le savoir-formuler produits – Les Gammes

Dès sa création, MILLBÄKER mise sur l'innovation. En orientant sa recherche sur l'examen des potentialités de la germination et du maltage du végétal et plus particulièrement des céréales (blé, seigle, épeautre, etc.) et des graines (lentilles, moutarde, etc), l'entreprise développe un savoir-faire spécifique en génie nutritionnel.

Au sein du *BAKING CENTER*, son équipe R&D :

- identifie de **nouvelles propriétés technologiques** ;
- développe des produits qui **accroissent naturellement l'apport nutritionnel** ;
- apporte de **nouvelles notes organoleptiques** au bénéfice des produits agro-alimentaires et plus particulièrement ceux de la panification.

Conception, évaluation sensorielle, contrôle qualité, évaluation rhéologique : en permanence, des produits à caractère innovant sont en gestation. Tous ont comme finalité le goût pour le plaisir des sens.

MILLBÄKER développe des produits sur-mesure à façon pour le compte de ses clients. L'entreprise a déjà à son actif plus de 900 formulations de concentrés établies selon un cahier des charges spécifique dans le cadre de contrat de confidentialité.

MILLBÄKER développe également ses propres gammes-marques professionnelles.

- **MILLKER®** : marque associées aux formulations sur mesure réalisées pour nos clients (correcteurs de meunerie etc.)
- **BÄKERMIXE®** : mixes prêts à l'emploi pour pains et viennoiserie.
- **KER'** : prémixes pour pain pains et viennoiseries

N.B. : **en boulangerie**, les consommateurs peuvent retrouver les gammes de panification MILLKER® et BÄKERMIXE® sous la marque : **CEREALISSIME®**.

- **RHÉOL** : gamme d'améliorants de panification spécialement conçue pour l'artisan boulanger.
- **BÄKER INCLUSION®** : concept-gamme d'inclusions sucrées et salées pour la différenciation des produits de boulangerie.
- **FONDESSE®** : mixes prêts à l'emploi pour pâtisseries.
- **STEA®** : la gamme diététique « sans gluten, sans palme et sans lactose » pour l'élaboration pains, baguettes et pâtisseries, à destination des professionnels et des particuliers.
- N.B. : la gamme STEA® est agréée par l'AFDIAG (Association Française des Intolérants au Gluten).
- **DIABEMIX®** : concept mix diététique pour l'élaboration de produits de panification à « Index Glycémique Bas » à destination des personnes diabétiques, des sportifs, des personnes souhaitant prendre soin de leur ligne et des enfants.



Best Sellers

La créativité de MILLBÄKER s'exprime dans des produits à forte valeur ajoutée qui allient génie nutritionnel et plaisir gustatif, comme notamment :

Germinov®, une crème de levain de graines germées (blé, seigle, lentilles roses de Reims, chanvre) qui trouve son application en boulangerie. Incorporée en fin de pétrissage, elle donne naissance à une pétillante et goûteuse baguette chargée d'émotions gustatives.

Dans la lignée de Germinov® est née **Tendrarom®**. Une baguette de caractère pour laquelle MILLBÄKER s'est attachée à sublimer le blé et en distiller de nouvelles saveurs. Formulée avec une liste d'ingrédients réduite à sa plus simple expression, Tendrarom® trouve aisément sa place à table pour le plaisir de toute la famille. Subtile en bouche et douce à la mâche, sa caractéristique est de gagner en qualités organoleptique avec le temps.



Graines de millet au léger goût de noisette, oignons rissolés et graines de moutarde, **Moutardise®** est à la fois une inclusion inédite incorporée en fin de pétrissage, un produit topping et un condiment. Moutardise® réveille de ses arômes puissants les produits de panification et vient pimenter le marché de la salaison. Utilisée en restauration, elle donne un caractère trempé aux sauces chaudes et froides.

A base de graines de chia, **Diabémix®** est une préparation particulièrement adaptée au régime alimentaire des diabétiques.

Composée d'un mélange de farines à l'indice glycémique particulièrement faible et de 7 graines dont la graine de chia, Diabémix® conjugue équilibre nutritionnel et plaisir.

Le chia possède une remarquable capacité à ralentir à ralentir l'absorption des sucres. Il constitue en outre une importante source d'énergie (lipides et fibres) et d'oméga 3. Pain diététique par excellence, Diabémix® peut être consommé par toute la famille.



Ethique de l'innovation et prestation marketing

L'entreprise MILLBÄKER privilégie une éthique de l'innovation. En puisant ses ressources au sein du règne végétal, MILLBÄKER apporte au produit alimentaire bénéficiaire un accroissement nutritionnel naturel, efficient en termes de capital santé pour le consommateur, tout en privilégiant la recherche d'une originalité organoleptique.

C'est pourquoi l'axe de la germination aujourd'hui constitue la colonne vertébrale des travaux de recherche et de développement de l'entreprise, reconnus par le Ministère Français de la Recherche et de l'Innovation, au titre du Crédit d'Impôt Recherche.

L'innovation conçue originellement par MILLBÄKER à destination de la panification se transfère aujourd'hui à d'autres secteurs d'activité de l'agro-alimentaire.

En complément de son activité de conception et d'élaboration de préparations alimentaires, MILLBÄKER déploie des fonctions marketing au service des professionnels de la filière blé-farine-pain (conception de marque, rédaction d'arguments produits conformes à la législation et aux contraintes réglementaires d'autorisation, merchandising, marketing culinaire, etc).

MILLBÄKER conçoit ainsi pour ses clients des concepts clefs en main qui relie une marque à un produit, un produit à un nom commercial, un nom commercial à un dispositif marketing opérationnel.

En effet, les produits à forte différenciation organoleptique et nutritionnelle, tels que MILLBÄKER les développe, s'inscrivent dans une alimentation moderne. Ils nécessitent un bagage commercial approprié, fiable (de par la passerelle nutriments à effet santé) et conforme au cadre juridique en la matière.

MILLBÄKER intègre dans la mise au point de ses nouveaux produits toutes les données des problématiques de l'alimentation d'aujourd'hui en termes de **développement durable** d'une part, **réglementation nutritionnelle** d'autre part, tout en donnant la priorité à la valeur organoleptique (les Français étant avant tout épicuriens) et à un positionnement économique acceptable.



ANNEXE

Graines germées...

Introduction du maltage dans la filière alimentaire

Jusqu'alors le terme « maltage » était uniquement rattaché à l'activité de brasseur. En l'introduisant dans la filière alimentaire, MILLBÄKER lui a donné toute sa légitimité.

Le maltage consiste à isoler la graine dans une atmosphère humide et chaude pour faire sortir le germe. Le juste temps de germination permet à la graine de développer des arômes propres à la consommation. La germination est suivie d'une étape de touraillage qui consiste à sécher et aromatiser le germe par air chaud et éventuellement à le « torréfier »...

Une fois germé et touraillé, les valeurs organoleptiques du végétal mais également ses données physico-chimiques sont totalement transformées :

- son aspect, sa texture, ses notes aromatiques sont différents de celle de la graine crue ;
- l'amylase présente dans la solution de graine germée, hydrolyse l'amidon, le germe peut alors libérer ses composants (maltose, acides aminés, émanations de protéines, morceaux de lipides), chaque molécule interagissant désormais positivement les unes envers les autres. L'action des enzymes rend assimilables protéines, graisses et amidons.

De cette rupture de l'équilibre des molécules présentes dans la graine découlent des bouleversements aux effets remarquables tant sur l'aspect physique du germe que sur sa valeur nutritive.

La germination a pour principe de transformer et d'augmenter la concentration des éléments actifs contenus dans les graines.

A titre d'exemple, le blé après 5 jours de germination contient :

- 600 % plus de vitamine C,
- 300 % plus de vitamine A,
- jusqu'à 20 % de plus de vitamine B1,
- 300 % plus de vitamine B2,
- 10 à 25 % plus de vitamines B3,
- 40 à 50 % plus de vitamine B5,
- 200 % plus de vitamine B6...

... qu'en phase sèche. Sans compter ses apports en vitamines E, D, B8 et B9, minéraux (phosphore, calcium, potassium, sodium, chlore, soufre, magnésium, cuivre, manganèse, fer, cobalt, bore, molybdène), fibres, protéines... (sources : www.naturosante.com ou « *Les graines germées* », docteur Christian Tal Schaller, édition Lanore poche).



ANNEXE

2015 : Calendrier événementiel MILLBÄKER

- **Du 24 au 28 janvier 2015, MILLBÄKER est présente au Sirha à Lyon Eurexpo.** A travers son stand positionné sous la bannière collective « Savourez la Champagne-Ardenne », l'entreprise contribue à promouvoir la créativité des PME françaises auprès des acteurs internationaux de la Restauration.
- **Le 19 Juin 2015,** MILLBÄKER invitera ses collaborateurs, clients et partenaires pour **célébrer ses 10 ans !**
- **Du 12 au 17 Septembre 2015,** MILLBÄKER poursuivra sa croissance à l'export avec son stand au salon **IBA à Munich**, un rendez-vous à ne pas manquer !
Hall 4 – Stand 487
- **Le 04 et 05 Novembre 2015, les 66^{ème} JTIC** (Journées Techniques des Industries Céréalières) se dérouleront à Paris au Paris Event Center, une nouvelle occasion de venir découvrir les nouveautés MILLBÄKER.
Hall 4 – Stand C31



