

# In reinvention we trust

À l'ère de l'infobésité et de l'explosion des points de contact avec les marques, les consommateurs et les citoyens sont sur-sollicités, sur-informés. Dans le même temps, leurs attentes s'accroissent, ils exigent plus de transparence, de sens et d'engagement(s), **particulièrement dans le domaine de l'alimentation ou de la santé**. Dans ce monde qui change à toute vitesse, où les enjeux sont aussi nombreux que complexes, les marques doivent (re)trouver leur place, (re)instaurer de la confiance et de l'attachement.

Face à cela, nous croyons que la meilleure manière d'assurer le développement des entreprises et de leurs marques est de se positionner à l'initiative du changement.

Chez ProtéinesXTC, nous sommes là pour aider les marques à se **réinventer**, avec l'ambition d'avoir un impact positif tant sur leur développement économique que sur le plan sociétal. À tracer la voie qui leur est propre en identifiant et actionnant les leviers de sens & de différenciation qui rencontreront les aspirations de leurs publics, renforceront la préférence et l'engagement de leurs clients et permettront leur pérennité.

Creative scientists & brand activists, nous encourageons nos clients à faire preuve d'audace dans leurs stratégies d'innovation, de marketing et de communication. Comment ? À travers une approche unique qui allie :

- Ce qui est juste scientifiquement, c'est à dire la mobilisation de **leviers scientifiques** comme vecteur de créativité au service des stratégies de marque.
- Et ce qui est juste socialement, à travers les **leviers d'engagement** au service de la raison d'être des marques et des entreprises.

De la prospective et l'innovation produit, à la stratégie de marque et à sa communication, en passant par la RSE, la réputation et la gestion de crise, nous intervenons sur toute la chaîne de valeur pour répondre aux problématiques et enjeux auxquels nos clients sont confrontés, en nous appuyant sur notre expertise scientifique et sociétale. Nous offrons une approche inédite au service de la réinvention des marques, qui casse les silos traditionnels existants entre les cabinets d'innovation et les agences de conseil en communication.

**Se réinventer**, c'est contribuer à faire évoluer les comportements de consommation.

**Se réinventer**, c'est s'ouvrir et partager son expertise avec ses parties-prenantes.

**Se réinventer**, c'est faire de sa raison d'être le premier asset de sa stratégie marketing.

**Se réinventer**, c'est adopter les codes des millenials sans renier ses valeurs.

**Se réinventer**, c'est s'engager dans les conversations du quotidien pour libérer la parole.

**Se réinventer**, c'est concilier vertu & émotion, équilibre & gourmandise.

**Se réinventer**, c'est mettre ses **engagements corporate** au cœur de sa stratégie publicitaire.

**Se réinventer**, c'est affirmer que l'innovation est avant tout au service de l'humain et de la proximité.

Et vous, comment allez-vous vous réinventer ?