



Quelques jours après le SIAL Paris, nous avons voulu en savoir plus sur XTC. Xavier Terlet répond à nos questions.



Xavier Terlet, président de XTC World innovation

### **Les habitués du SIAL connaissent votre travail d'analyse des tendances et innovations, pouvez-vous nous en dire un peu plus sur XTC ?**

En effet [XTC](#) a créé l'opération [SIAL](#) Innovation en 1996 qui consiste à montrer la véritable innovation du salon et montrer les tendances et les évolutions de l'alimentation dans le monde. Nous avons dupliqué depuis cette opération pour chaque SIAL sur tous les continents. Nous sommes très fier de cette collaboration qui fait que le SIAL est véritablement reconnu aujourd'hui comme le salon mondial de l'innovation alimentaire.

Mais XTC est avant tout est un cabinet à la disposition de tous les industriels et distributeurs qui interviennent dans la conception et la commercialisation de nouveaux produits grande consommation et plus particulièrement alimentaires.

### **Vous ne faites pas que de la veille ? vous proposez aussi des workshops d'idéation ?**

Bien sûr. La veille qui représentait l'essentiel de l'activité de XTC à sa création en représente moins de la moitié aujourd'hui. Au-delà de l'information sur les nouveaux produits et les tendances, nous proposons à nos clients les clés de compréhension de cette veille pour construire leur plan d'innovation et bien sûr nous les accompagnons dans la création de leur nouveaux concepts avec notre propre méthode de benchmark. Nous nous appuyons sur nos outils exclusifs comme la base de données XTC Database et notre matrice « Arbre des tendances XTC » largement utilisée par l'industrie alimentaire aujourd'hui.

Ainsi nous apportons au workshop une matière première qui booste la créativité des équipes en un temps record. En une journée, les concepts innovants sont créés, sélectionnés, formalisés et même illustrés. Nos clients apprécient cette créativité inouïe que permet le benchmark mondial grâce à la base de données et cette rapidité d'exécution car aujourd'hui nos clients doivent être très réactifs

Nous accompagnons nos clients dans leur démarche de développement et d'innovation.

- Optimisation de l'organisation interne favorable à l'innovation
- Mise en place d'outils de veille et d'information performants
- Etude et analyse prospectives et tendances
- Audit et recommandation stratégique (plan d'innovation)
- Conseil et génération de concepts.
- Accompagnement Marketing de l'innovation (packaging, merchandising communication)

## Quels conseils donneriez-vous aux responsables marketing pour penser leurs projets d'innovations ?

De sortir de leur bureaux et salles de réunion. Tous les industriels du monde entier ont peu ou prou les mêmes axes de développement (le plaisir, la santé, la naturalité, la praticité, l'éthique et des cibles similaires (les enfants les jeunes adultes les seniors... et parmi les dizaines de milliers de lancements de produits chaque années dans le monde il y a des sources d'inspiration et certainement la bonne idée à adapter. Encore faut-il savoir la trouver. C'est ce que nos outils permettent.

## Après le SIAL Paris, quel est votre prochain événement ?

Notre actualité est très riche. Nous accompagnons le [SIAL à Jakarta](#) et [Abu Dabhi](#) cette fin d'année. Nous sortons notre cahier de tendances XTC FutureFood 2019 et bien sûr nous travaillons avec tous nos clients leur plan d'innovation 2019/2020.

Merci à [Xavier Terlet](#) d'avoir répondu à nos questions.

Propos recueillis par Alexandre Durand pour [direction-marketing.fr](#)