

N.22

TH $\neq$ PUBLIC

06/2025

TOITS VERTS

LA RÉPONSE À LA
CHALEUR DES VILLES

ROBOTIQUE

LA MÉDECINE DU
MOUVEMENT

LA MODE LATINO-AMÉRICAINE

FUSION DE TRADITION
ET D'AVANT-GARDE

ENTRETIEN

CÉLIA
NAVARRETE

Directeur d'Expo Pack Guadalajara

grupo **the**public.com

TH-PUBLIC

DANS CETTE ÉDITION

ÉDITION PRÉCÉDENTE



Entretien avec Daniela Osore, directrice de la Banque alimentaire du Pérou.

Jumeaux numériques

transformer les bâtiments en plateformes intelligentes.

6

Une stratégie de prix solide stimule votre entreprise en temps de crise

Face aux tarifs douaniers, à l'inflation et à la baisse des dépenses de consommation, les entreprises doivent aller au-delà de la simple augmentation des prix ou de l'absorption des coûts ; la clé est de repenser leur stratégie.

12

La médecine du mouvement se réinvente grâce à la robotique

L'intégration d'équipements intelligents dans la neurorééducation ouvre de nouvelles possibilités de personnalisation et d'efficacité.

16

La durabilité de l'avenir réside dans une agriculture qui imite la forêt

Les forêts dites comestibles sont une alternative agroécologique qui combine production, conservation et développement communautaire dans un seul modèle durable.

20

L'emballage est le moteur de l'avantage concurrentiel d'une entreprise

Au Mexique, Expo Pack 2025 se positionne comme un point de rencontre clé pour comprendre comment l'emballage évolue vers des solutions plus efficaces et durables.

26

TH-PUBLIC

DANS CETTE ÉDITION

34 **Octavio Navarro : « Les utilisateurs ne se contentent plus d'écouter, ils parlent aussi et construisent des campagnes avec les marques. »**

Au-delà de l'intelligence artificielle, les véritables transformations du marketing numérique se concentrent sur la manière dont les marques comprennent et se connectent à leurs communautés.

40 **Comment nous nourrissons-nous dans un monde pollué**

Au-delà des calories et des nutriments, les aliments que nous consommons chaque jour contiennent des particules et des produits chimiques qui menacent notre santé à long terme.

46 **Les toits verts sont la réponse à la chaleur urbaine**

Les toitures végétalisées offrent une alternative efficace et naturelle pour transformer l'environnement, réguler la température, absorber les eaux de pluie et favoriser la biodiversité.

54 **Le nouveau langage de la mode latino-américaine**

Avec des créations qui fusionnent tradition et avant-garde, une nouvelle génération de créateurs latino-américains transforme la mode mondiale.

62 **Antonio Flores : « J'aime documenter la réalité des traditions. »**

Transformer les festivités en photographies qui révèlent la richesse symbolique et la profonde dimension culturelle de ces rituels.



Directeur
Nayla López

Éditeur
Esperanza Aguilera
eaguilera@grupothepublic.com

Rédacteurs
Pilar Astupiña
pastupina@grupothepublic.com

Direction artistique
Andrea García
agarcia@grupothepublic.com

Développement et technologie
Pierre Santos
jsantos@grupothepublic.com

ÉDITORIAL

L'innovation est rarement un phénomène isolé. Elle est le fruit de multiples éléments qui s'imbriquent : technologie, développement durable, design, santé, efficacité. Dans ce numéro, nous explorons certains de ces éléments qui transforment aujourd'hui des secteurs entiers. Il ne s'agit plus d'une aspiration, mais d'une exigence du présent.

En couverture, Celia Navarrete, directrice d'Expo Pack, nous invite à considérer l'emballage comme un élément stratégique qui va au-delà de la simple protection d'un produit : il définit l'identité, favorise la durabilité et se différencie. Expo Pack Mexico 2025 sera un événement clé pour explorer ces transformations et associer innovation et sens.

La technologie des jumeaux numériques (modèles virtuels reproduisant des environnements physiques) ouvre également de nouvelles possibilités pour la gestion intelligente des bâtiments. Selon le directeur régional des ventes de Hikvision Mexique, cet outil permet une surveillance, une anticipation et une prise de décision en temps réel plus précises. Efficacité et adaptabilité sont aujourd'hui des exigences essentielles.

Nous nous intéressons également aux villes et à leur relation avec la nature. Les toitures végétalisées apparaissent comme une réponse discrète mais efficace aux défis environnementaux. Elles réduisent la chaleur urbaine, régulent la consommation d'énergie et redonnent de l'espace à la biodiversité au cœur du béton.

Dans le domaine de la santé, la médecine du mouvement connaît sa propre révolution. Grâce aux appareils intelligents, aux plateformes virtuelles et aux technologies immersives, la neuroréadaptation se réinvente, plaçant le patient au cœur de ses préoccupations et favorisant une récupération plus personnalisée et plus efficace.

Des chemins différents, un objectif commun : améliorer nos modes de vie, de travail et d'interaction avec notre environnement. Car dans un contexte qui exige des changements profonds, il ne suffit pas d'avancer ; il faut avancer avec détermination.

Esperanza A.
ÉDITEUR



RADIO THE PUBLIC

RÊVER N'EST QUE LE DÉBUT

Chez Radio The Public, nous sommes convaincus que le pouvoir de la musique ne réside pas seulement dans les notes, mais aussi dans les émotions, les rêves et les histoires que nous partageons à travers le son. Le rêve n'est qu'un début ; c'est l'étincelle qui allume notre passion : créer des liens, bousculer les conventions, vivre et donner vie au rock sous toutes ses formes, des grands classiques aux nouvelles voix qui réinventent le présent.

ZENO



Available on the
App Store



Get It On
Google Play

THPUBLIC
RADIO

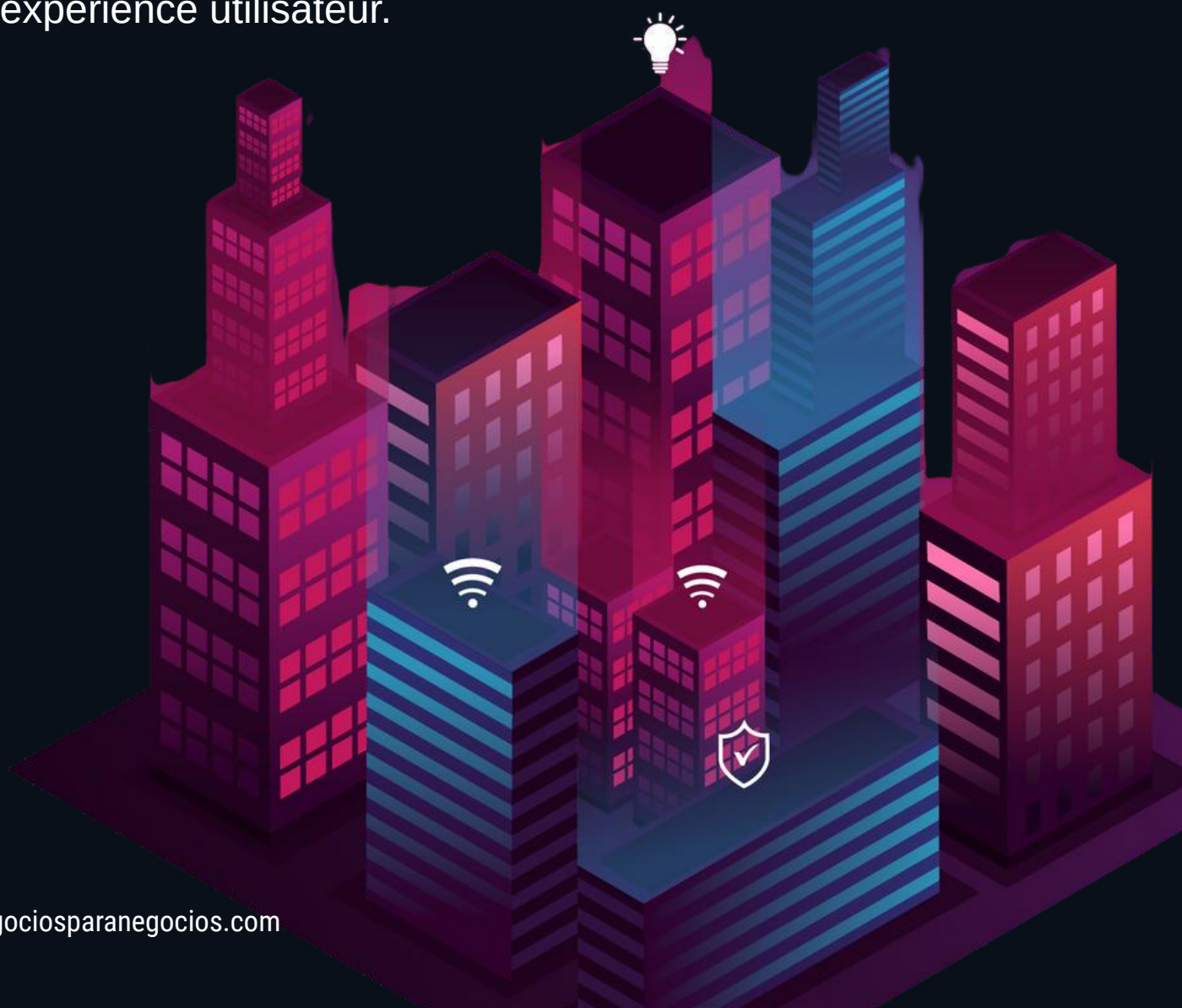
Radio The Public



JUMEAUX NUMÉRIQUES

TRANSFORMER LES BÂTIMENTS EN PLATEFORMES INTELLIGENTES

Ces écosystèmes
progressent en Amérique
latine comme solution pour
réduire les coûts, anticiper
les risques et améliorer
l'expérience utilisateur.



L

'efficacité et l'adaptabilité sont des facteurs déterminants pour la réussite des entreprises, et les jumeaux numériques se sont imposés comme une technologie fondamentale pour y parvenir. Ils représentent une innovation technologique qui transforme la gestion des environnements physiques, des campus universitaires aux usines et aux bâtiments d'entreprise.

Miguel Arrañaga, directeur régional des ventes de Hikvision Mexique, entreprise mondiale spécialisée dans les solutions de vidéosurveillance et d'intelligence artificielle, explique qu'un jumeau numérique est « une copie exacte du bâtiment ou du campus, reproduite dans un modèle informatique, dans lequel sont intégrés des capteurs, des caméras et d'autres dispositifs pour obtenir un contrôle complet du site physique depuis l'environnement virtuel ». En créant des répliques virtuelles détaillées, cet outil permet de simuler, de surveiller et d'optimiser les processus en temps réel, améliorant ainsi l'efficacité opérationnelle.



Miguel Arrañaga, directeur régional des ventes chez Hikvision

Cette réplique virtuelle reflète non seulement l'infrastructure, mais aussi sa dynamique : qui y entre, comment les ressources sont utilisées et même l'état émotionnel de ceux qui y transitent. Son application favorise des opérations plus intelligentes, plus sûres et plus durables, la positionnant comme une ressource essentielle pour les organisations.

Bien que l'utilisation des jumeaux numériques en soit encore à ses balbutiements en Amérique latine, Arrañaga souligne que des modèles à petite échelle ont déjà été mis en œuvre, notamment dans l'industrie et dans les bâtiments dits intelligents.

« Nous réalisons de solides progrès. Les entreprises commencent à percevoir les avantages d'un contrôle centralisé sans présence physique », commente-t-il. Dans des régions comme l'Arabie saoudite, Hikvision a collaboré avec l'Université Qassim pour développer des écosystèmes numériques de réalité augmentée couvrant des dizaines de bâtiments, intégrant des milliers de caméras intelligentes dans des plateformes centralisées.



Les avantages de cette technologie sont multiples : elle permet une analyse en temps réel de l'utilisation de l'espace, réduit les coûts d'exploitation et améliore la durabilité environnementale grâce au suivi de la consommation d'énergie et d'eau. Elle offre également des avantages pédagogiques. Dans le secteur de l'éducation, par exemple, les salles de classe intelligentes intégrées au jumeau numérique offrent des expériences plus immersives et personnalisées aux élèves.

Grâce à des caméras multispectrales, à l'acoustique et à l'intelligence artificielle (IA), les systèmes collectent des données complexes qui sont traduites en informations utiles. De la détection d'une fuite de gaz à l'aide de microphones spéciaux à l'identification de comportements suspects, les jumeaux numériques alimentés par l'IA ne se contentent pas de surveiller, ils anticipent également. « Nous sommes à un stade où il ne s'agit plus seulement de surveillance, mais d'analyse prédictive qui contribue à prévenir les risques », explique Arrañaga.



Cependant, l'adoption de cette technologie se heurte encore à des obstacles importants : le manque de sensibilisation des décideurs et des facteurs économiques. « Nous préférons souvent laisser les choses telles qu'elles sont parce que c'est ainsi que cela fonctionne, mais cela ne signifie pas qu'elles ne peuvent pas être améliorées », prévient-il.

Dans un contexte où les entreprises recherchent l'efficacité sans sacrifier la sécurité ni la durabilité, les jumeaux numériques se présentent comme une option viable et transformatrice. « L'essentiel est de ne pas craindre le changement et de rechercher des partenaires stratégiques pour accompagner la transition », conclut-il.

Heureusement, le coût de plus en plus bas des solutions technologiques, ainsi que la disponibilité croissante de formations en intelligence artificielle, ouvrent la voie à une adoption plus généralisée.



campagnes numériques

GESTION DE INFLUENCEURS LATINO-AMÉRICAINS

hola@grupothepulic.com

+51 963 567 326



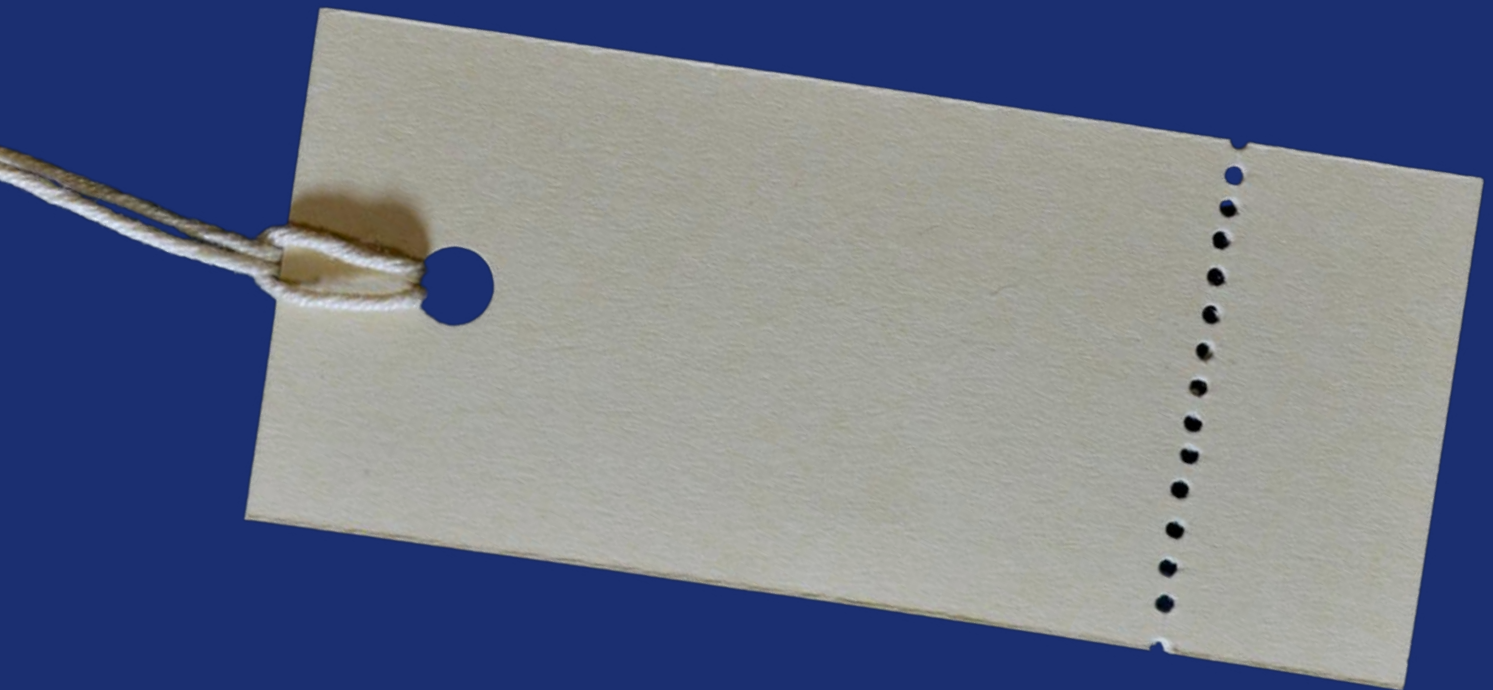
UNE STRATÉGIE DE PRIX SOLIDE STIMULE VOTRE ENTREPRISE EN TEMPS DE CRISE

Face aux tarifs douaniers, à l'inflation et à la baisse des dépenses de consommation, les entreprises doivent aller au-delà de la simple augmentation des prix ou de l'absorption des coûts ; la clé est de repenser leur stratégie.

Les entreprises d'Amérique latine sont confrontées à un défi croissant : fixer intelligemment leurs prix dans un environnement marqué par les tensions commerciales, la volatilité économique et les pressions inflationnistes. Les récentes guerres tarifaires ont particulièrement affecté les secteurs dépendants des exportations et des importations, rendant difficile la protection des marges par de simples hausses de prix ou l'absorption des coûts.

Le dilemme est clair : augmenter les prix pourrait aliéner les clients ; absorber les coûts des droits de douane pourrait éroder les marges bénéficiaires. Selon un rapport de la Banque mondiale de 2024, plus de 60 % des petites et moyennes entreprises d'Amérique latine ont signalé des pertes de compétitivité dues à l'augmentation des intrants importés.

Une réponse efficace commence par la transparence. Les entreprises qui communiquent ouvertement les raisons de leurs ajustements de prix – par exemple, en précisant la part de l'augmentation due à de nouveaux tarifs ou à des coûts logistiques plus élevés – sont mieux à même de conserver la confiance des consommateurs.



Il est donc plus important que jamais de comprendre les stratégies des concurrents et d'anticiper le comportement des consommateurs. Si les concurrents ajustent leurs prix, ils peuvent faire de même sans perdre de clients. En revanche, s'ils décident d'absorber les coûts, reproduire cette action sans plan solide peut s'avérer une erreur coûteuse.

Volkswagen en est un exemple frappant : sur certains marchés, elle a clairement indiqué l'impact des droits de douane sur ses factures, gagnant ainsi l'adhésion malgré les hausses. Cette stratégie permet d'humaniser l'entreprise et d'établir une relation sincère avec le client, essentielle en période d'incertitude économique.

Au-delà de la tarification directe, il existe des tactiques complémentaires qui peuvent renforcer les marges sans sacrifier le volume :

1

Offre groupée promotionnelle : stratégie consistant à combiner des produits taxés avec des produits exonérés de taxe, atténuant ainsi l'impact de la hausse du prix final et offrant au consommateur une perception de plus-value. Cette pratique s'est avérée efficace dans des secteurs comme la restauration rapide : selon une étude d'Intouch Insight, 26 % des consommateurs achètent davantage lorsqu'on leur propose une offre groupée avantageuse, même s'ils n'avaient pas initialement prévu de dépenser plus.

2

Segmentation par valeur : Proposer des versions réduites ou simplifiées des produits permet de fidéliser les clients sensibles au prix. Ce phénomène a déjà été observé dans des secteurs comme les soins personnels et l'alimentation, où les entreprises ont lancé des présentations plus petites tout en maintenant le prix unitaire, évitant ainsi des ajustements visibles susceptibles de provoquer un rejet. Cependant, la prudence est de mise : la marque de boissons Tropicana a perdu 19 % de ses ventes après avoir réduit la taille de ses bouteilles sans communiquer clairement sur ce besoin.

3

Proposer des plans de paiement flexibles : des solutions comme « acheter maintenant, payer plus tard » sont devenues populaires, même dans les secteurs non traditionnels. Le festival Coachella en est un exemple éloquent : plus de 50 % des billets ont été vendus grâce à des plans de paiement. En Amérique latine, cette pratique a commencé à gagner du terrain dans des secteurs comme les technologies grand public et les équipements professionnels, facilitant les achats importants sans impact immédiat sur les liquidités de l'acheteur.

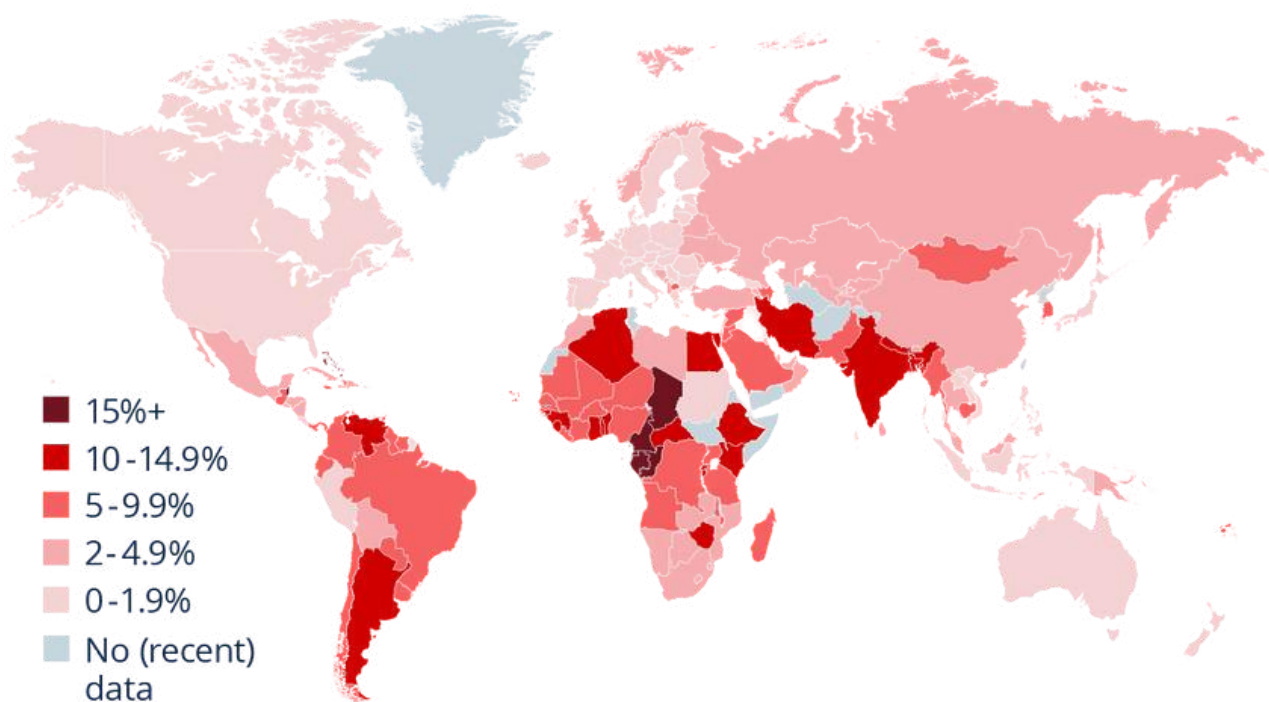


Dans ce contexte, une stratégie tarifaire solide exige de l'adaptabilité. Il ne s'agit plus seulement de défendre ses marges ou de faire face à la concurrence, mais de renforcer sa résilience stratégique.

Il ne s'agit pas de choisir entre augmenter les prix ou les absorber : il s'agit de repenser complètement la façon dont les entreprises latino-américaines pensent la valeur.

Là où le monde impose les tarifs les plus élevés

Taux tarifaire moyen pondéré appliqué (tous produits), par pays

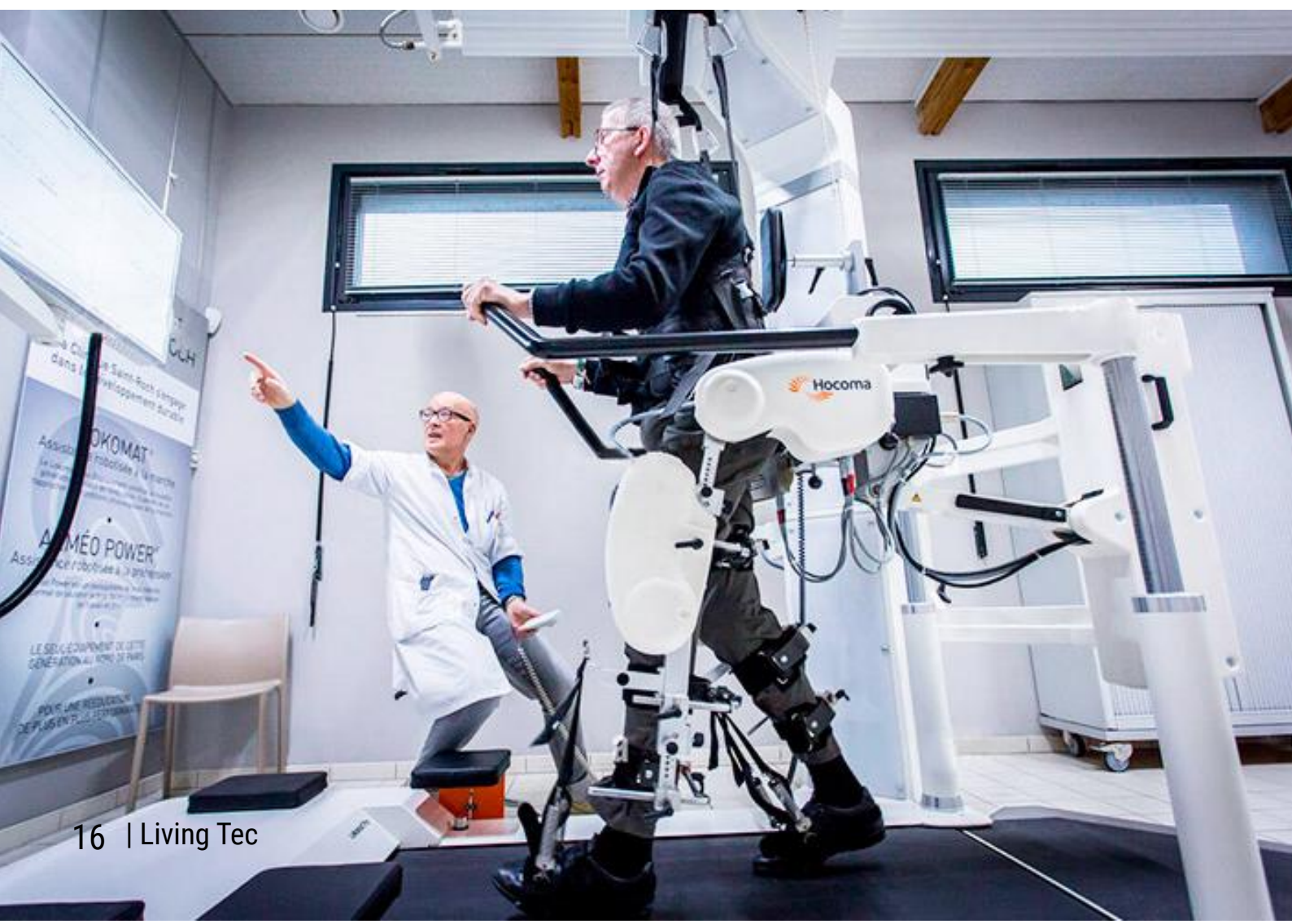


N'envisage pas de nouvelles augmentations des tarifs douaniers de la part des États-Unis d'Amérique, compte tenu des changements de politique variables de l'administration actuelle

Source : Statista, Banque mondiale

LA MÉDECINE DU MOUVEMENT SE RÉINVENTE GRÂCE À LA ROBOTIQUE

L'intégration d'équipements intelligents dans la neurorééducation ouvre de nouvelles possibilités de personnalisation et d'efficacité.

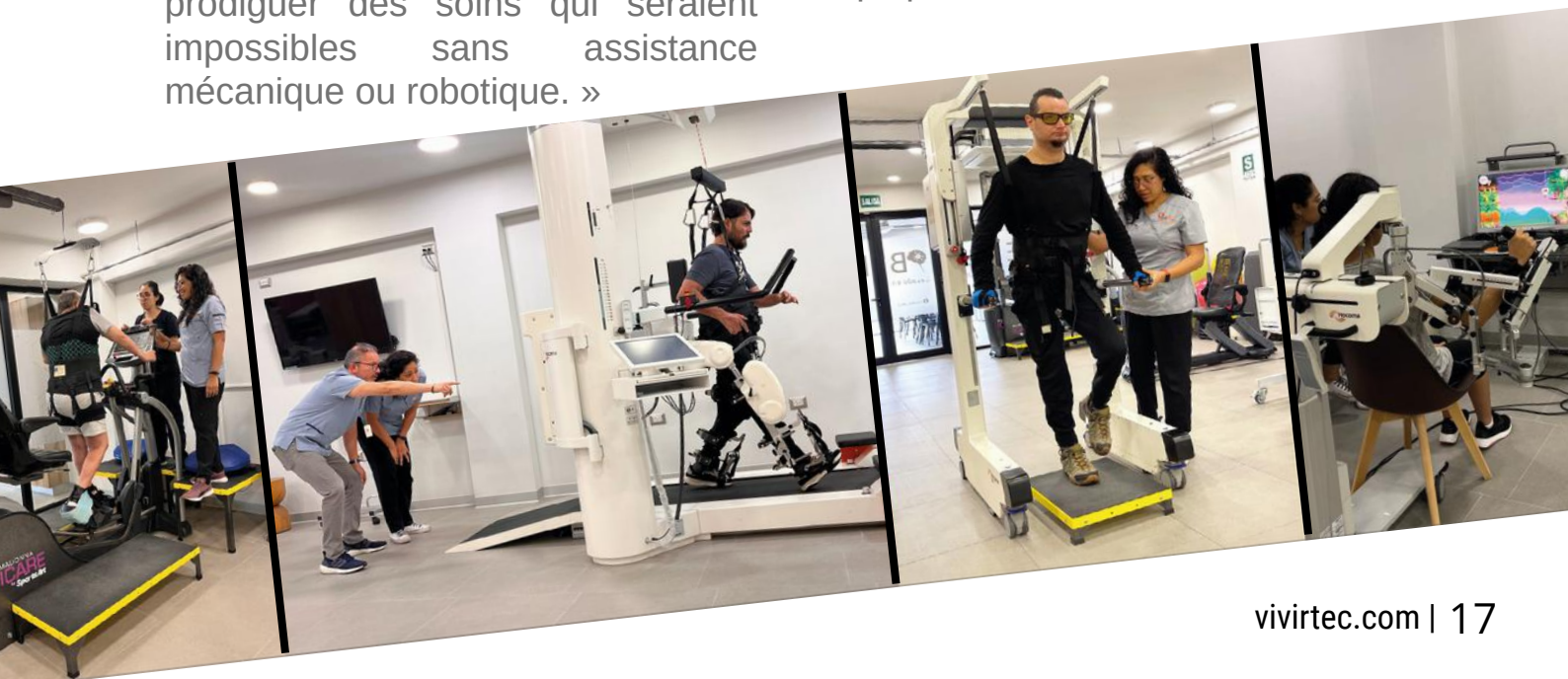


Les progrès technologiques ont considérablement pénétré le domaine de la santé, ouvrant de nouvelles perspectives pour le traitement des maladies neurologiques. Des exosquelettes robotisés aux plateformes de réalité virtuelle immersive, la neurorééducation a cessé d'être exclusivement manuelle et est devenue un terrain fertile pour l'innovation.

CEREBRO, le centre de réadaptation robotique situé au Pérou, illustre parfaitement cette évolution. Il associe la physiothérapie traditionnelle à des outils technologiques de pointe. Jorge Luis Pinto Lagos, directeur général du centre, explique que l'objectif n'est pas de remplacer les physiothérapeutes, mais plutôt de renforcer leur travail : « La technologie me permet de commencer les traitements plus rapidement, de réduire la fatigue de mes physiothérapeutes et de prodiguer des soins qui seraient impossibles sans assistance mécanique ou robotique. »

CEREBRO adopte une approche personnalisée. Il utilise des outils tels que la bioimpédance, qui permettent de déterminer la masse musculaire, la densité osseuse et d'autres paramètres corporels clés. À partir de ces données, un programme est conçu, allant de la stimulation électrique intelligente à l'entraînement par exosquelette, qui assiste le mouvement en fonction des capacités physiques du patient.

Cette transformation vise à accélérer les processus de récupération, mais aussi à les rendre plus précis, personnalisés et efficaces. « Auparavant, on demandait seulement aux patients s'ils pouvaient marcher plus loin ou bouger un bras. Nous quantifions désormais leurs progrès grâce à des indicateurs tels que la vitesse de réaction, la symétrie corporelle et le contrôle du centre de gravité », explique Pinto.



Il est important de souligner que, malgré toutes ces avancées, la rééducation manuelle reste essentielle. « Nous disposons de kinésithérapeutes spécialisés en neurorééducation qui appliquent des techniques manuelles. Le robot est un assistant, mais le kinésithérapeute est celui qui enseigne les exercices et les positions et accompagne le patient en dehors de l'environnement technologique », précise Pinto.

Tourné vers l'avenir, Pinto reconnaît que l'adoption d'autres outils, comme l'intelligence artificielle (IA), sera essentielle. Bien que l'IA ne soit pas encore pleinement intégrée aux équipes, elle sert à optimiser les processus internes. De plus, les tendances intégrant la stimulation électrique de la moelle épinière, les thérapies physiques et les médicaments pour améliorer la neurorééducation seront également cruciales.

Selon Pinto, la clé est de comprendre que les meilleurs résultats découlent d'une approche multidisciplinaire. La technologie offre précision et efficacité, mais le succès réside dans son utilisation stratégique, ainsi que dans les connaissances cliniques et l'empathie du professionnel de santé.

“La combinaison de la robotique, de la thérapie manuelle et des médicaments sera la clé de la neuroréadaptation du futur”



-Jorge Luis Pinto, directeur général du CEREBRO.



NR Nucleo**Rural**

Cultiver les chemins de
la croissance.

nucleorural.com



LA DURABILITÉ DE L'AVENIR RÉSIDE DANS UNE AGRICULTURE QUI IMITE LA FORÊT

LES FORÊTS DITES
COMESTIBLES SONT UNE
ALTERNATIVE AGROÉCOLOGIQUE
QUI COMBINE PRODUCTION,
CONSERVATION ET
DÉVELOPPEMENT
COMMUNAUTAIRE DANS UN
SEUL MODÈLE DURABLE.



Face au changement climatique et à la perte de biodiversité, un modèle agricole émerge dans diverses régions rurales du monde : les forêts nourricières. Contrairement aux monocultures traditionnelles, cette approche favorise la diversité, l'autosuffisance et la régénération écologique.

« Les forêts comestibles reposent sur trois piliers : ce qui est mangé, ce qui est vendu et ce qui est protégé », explique Nicolas Terrién, directeur technique et cofondateur de Chasseurs de Saveurs, une entreprise franco-mexicaine qui collabore avec les communautés rurales pour développer ce type de systèmes agricoles durables et diversifiés.

« L'objectif est de fournir une alimentation saine aux familles, des cultures génératrices de revenus sur de petits espaces et une structure forestière régénératrice de l'environnement », ajoute-t-il. Cette vision holistique implique l'intégration d'arbres fruitiers, de plantes indigènes et de cultures commerciales sur une même terre, créant ainsi un écosystème résilient.



Les forêts nourricières trouvent leurs racines dans les systèmes agricoles traditionnels à plusieurs niveaux utilisés par de nombreuses cultures autochtones, comme les jardins familiaux en Asie ou les systèmes agroforestiers amazoniens. Grâce à la diversification, ces systèmes réduisent les risques, favorisent le stockage du carbone, améliorent la fertilité des sols et contribuent à la souveraineté alimentaire.

Terrién explique que l'un des principaux avantages sociaux et environnementaux de ce modèle est l'indépendance vis-à-vis des fluctuations des marchés, car il ne dépend pas d'une seule culture. Il facilite également la transmission des savoirs communautaires et autochtones, encourage la participation des familles et transforme les pratiques agricoles néfastes. « Les enfants connaissent souvent très peu leur région. C'est

pourquoi, dans ce type d'écosystème, nous encourageons l'éducation environnementale dès le plus jeune âge. »

Le système n'est pas imposé de manière uniforme. Les épices les plus adaptées sont choisies en fonction du type de sol, du climat et de la culture locale. La vanille, la cannelle, le poivre, la cardamome et le miel de mélipone comptent parmi les produits phares de Chasseurs de Saveurs. Cependant, ajoute-t-il, « notre objectif est de garantir que chaque producteur dispose de récoltes à vendre, mais aussi de denrées alimentaires à consommer. »

La mise en place d'une forêt comestible n'est ni immédiate ni simple. Elle nécessite formation, assistance technique et, surtout, une vision à long terme. L'entreprise a développé des réseaux de producteurs et créé des mécanismes pour évaluer ses impacts. « Tout ne se mesure pas en chiffres. On le constate parfois dans les améliorations apportées aux maisons, dans la fierté des enfants pour le travail de leurs parents, dans la vie quotidienne à la campagne », commente-t-il.

Cependant, l'un des principaux obstacles à leur expansion réside dans l'absence de politiques publiques reconnaissant leur valeur écologique et productive. À cela s'ajoute la nécessité de former des techniciens spécialisés et d'adapter les cadres réglementaires qui privilégient actuellement l'agriculture intensive. Pourtant, leur potentiel est évident : les forêts comestibles offrent une solution concrète et régénératrice à la crise agroalimentaire et environnementale.

« UNE FORÊT COMESTIBLE PRODUIT NON SEULEMENT DE LA NOURRITURE ET DES REVENUS, MAIS AUSSI DE LA RÉSILIENCE POUR L'AVENIR. »





**Negocios
para
Negocios**

negociosparanegocios.com

TH≠PUBLIC

MKT DE CONTENU POUR L'AMÉRIQUE LATINE

Contenu qui positionne

www.grupothepublic.com

+51 963 567 326



L'emballage est le moteur de l'avantage concurrentiel d'une entreprise

Au Mexique, Expo Pack 2025 se positionne comme un point de rencontre clé pour comprendre comment l'emballage évolue vers des solutions plus efficaces et durables.



La chaîne de valeur de l'emballage connaît une profonde transformation. La pression pour s'adapter à une économie circulaire, réduire les déchets, optimiser les matériaux et rester compétitif a conduit ce secteur à repenser ses processus de fond en comble. Loin d'être un élément secondaire, l'emballage occupe désormais une place centrale dans les décisions stratégiques des entreprises.

Trois axes marquent l'actualité du secteur : la durabilité, l'automatisation et le design. L'intégration des technologies numériques, comme l'intelligence artificielle (IA), transforme non seulement la conception des emballages, mais aussi leur test, leur fabrication et leur optimisation.



De son côté, la nécessité d'adopter des matériaux plus durables a favorisé le développement de monomatériaux, de biomatériaux et de solutions recyclables cherchant à concilier fonctionnalité et impact environnemental. Le design devient également un terrain fertile pour l'innovation, alliant esthétique, fonctionnalité et communication directe avec le consommateur.

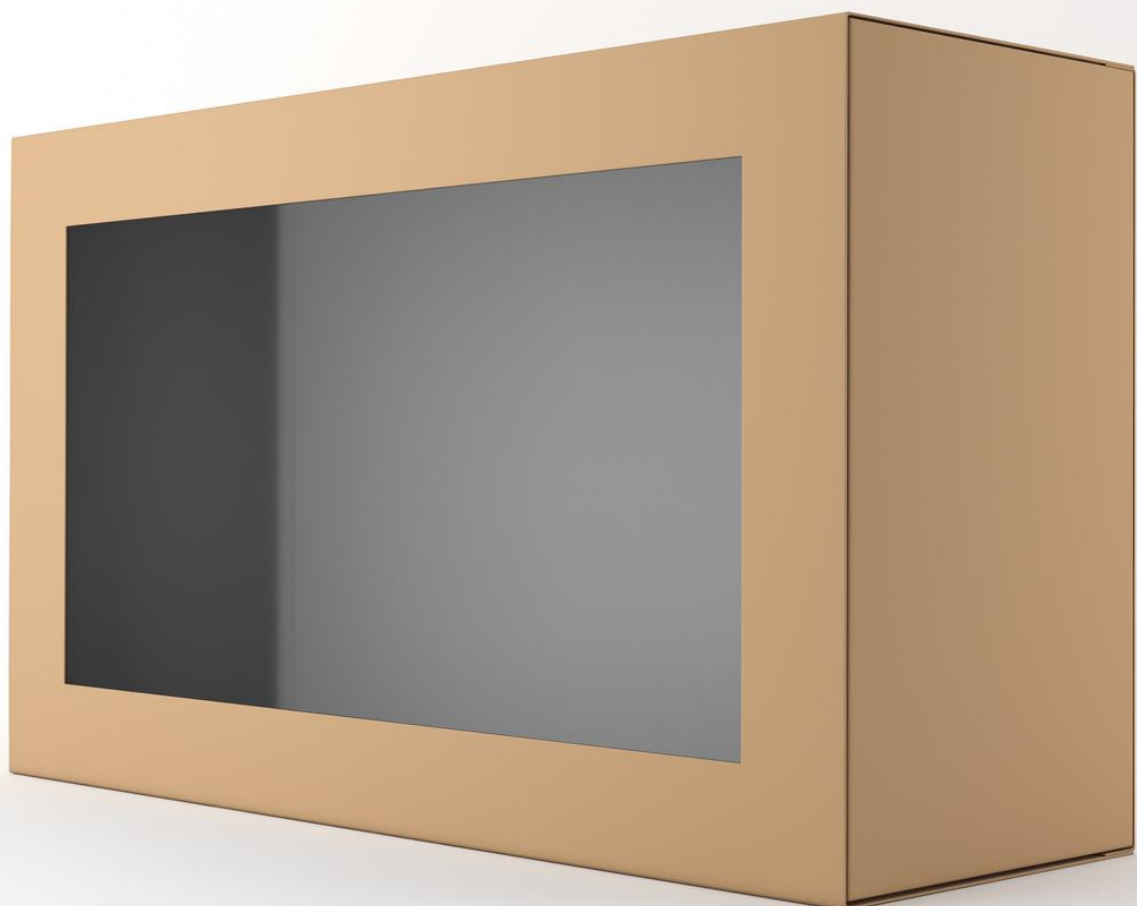
Ces sujets sont au cœur de [l'Expo Pack Guadalajara 2025](#), l'une des plateformes les plus importantes du secteur en Amérique latine pour découvrir, échanger et promouvoir des solutions innovantes dans le secteur de l'emballage et de la transformation. **Celia Navarrete**, directrice de l'événement, souligne que l'édition de cette année sera marquée par « l'intégration de l'intelligence artificielle appliquée à l'industrie de l'emballage et de la transformation, les avancées en matière de développement durable et les nouvelles propositions de design ».



Navarrete souligne également le rôle transformateur des startups et des petites entreprises dans le secteur. « Elles recherchent des solutions plus personnalisées, des emballages plus compacts, des designs attrayants ou de nouvelles formes de tests pouvant être déployées à grande échelle », explique-t-il. Ce dynamisme permet à des secteurs tels que l'agroalimentaire, l'électronique, l'automobile et l'industrie pharmaceutique de trouver des solutions adaptées à leurs besoins spécifiques.

L'un des défis les plus importants est opérationnel : « Nous souhaitons investir dans le capital humain pour rendre ces transitions plus agiles. Nous misons sur le fait que la connaissance, les bonnes pratiques et la compréhension des outils numériques permettront de créer une industrie plus flexible, productive et rentable », a souligné Navarrete. C'est pourquoi l'événement propose non seulement des expositions, mais aussi un large éventail de contenus pédagogiques sur les tendances, la durabilité et l'automatisation.

Aujourd'hui, l'emballage offre un potentiel infini. Il est un outil clé de la compétitivité des entreprises.



La numérisation, bien que prometteuse, rencontre encore des obstacles à sa mise en œuvre efficace. De nombreuses entreprises craignent les coûts ou ignorent la portée de ces outils. Il a également souligné le potentiel d'outils comme l'IA dans des étapes telles que la conception narrative ou la simulation du comportement des produits.

« On a parfois l'impression que l'intégration des technologies peut être très coûteuse. Il est donc essentiel d'ouvrir des espaces de discussion sur la mise en œuvre des processus de numérisation, dès la conception d'emballages pour de nouveaux marchés. Ces outils émergents nous permettent d'intégrer la créativité, le design et l'innovation issus des environnements numériques, et c'est précisément ce type de dialogue que nous devons continuer à encourager au sein du secteur », a déclaré Navarrete.

L'emballage a cessé d'être un simple emballage pour devenir un atout stratégique. « Les codes QR sont désormais intégrés, permettant la traçabilité, l'interaction avec les consommateurs et les stratégies marketing. Aujourd'hui, l'emballage vend, positionne et fidélise », a souligné le directeur.



INDICE MONDIAL DE L'INNOVATION DE L'OMPI

(Organisation mondiale de la propriété intellectuelle)

1 Suisse

2 Suède

3 États-Unis

4 Royaume-Uni

5 Singapour

6 Finlande

7 Pays-Bas

8 Allemagne

9 Corée du Sud

10 Danemark



Pour déterminer quelles nations sont des leaders technologiques, divers rapports et études analysent des facteurs tels que l'investissement dans la recherche et le développement (R&D), l'infrastructure numérique, le nombre de brevets déposés, l'enseignement scientifique et la force de leur écosystème d'innovation.

**Lobe
Mark**

PLUS
CRÉATIVITÉ

lobemark.com



**TU NE SAUVES
PAS LA
PLANÈTE.
TU TE SAUVES
TOI-MÊME.**

PLANETAENVERDE.COM

**OCTAVIO NAVARRO :
« LES UTILISATEURS
NE SE CONTENTENT
PLUS D'ÉCOUTER, ILS
PARLENT AUSSI ET
CONSTRUISENT DES
CAMPAGNES AVEC
LES MARQUES. »**

**Au-delà de
l'intelligence
artificielle, les
véritables
transformations du
marketing numérique
se concentrent sur la
manière dont les
marques comprennent
et se connectent à
leurs communautés.**



Les règles du marketing digital évoluent, mais toutes les marques ne semblent pas l'avoir compris. Comprendre le comportement des utilisateurs sur chaque plateforme, comment se construisent les communautés et comment se crée une réelle valeur ajoutée est devenu plus important que de simplement suivre la tendance actuelle. Octavio Navarro, responsable du digital chez Ganem Mexico, analyse ces transformations et propose une approche plus stratégique et authentique pour toucher les publics en 2025.

Bien que l'intelligence artificielle (IA) ait eu un impact significatif sur le secteur publicitaire, son adoption est inégale. « Nous savons tous qu'il est nécessaire d'adopter l'IA, mais j'ose dire que tout le monde ne sait pas exactement comment », prévient-il.

Cependant, l'expert souligne que les tendances du marketing numérique ne peuvent pas se limiter à l'IA : « C'est un outil précieux, oui, mais le véritable défi réside dans la compréhension de la manière de se connecter avec les gens », souligne-t-il.



L'une des erreurs les plus courantes, prévient Navarro, consiste à traiter toutes les plateformes numériques de la même manière. « Nous continuons à mettre Facebook, Instagram et TikTok dans le même panier, alors que chacun a sa propre logique, son propre langage et une communauté aux attentes très différentes », commente-t-il. Au lieu de reproduire du contenu ou des formules, les marques devraient « comprendre comment ce contenu est consommé et à quoi servent réellement ces plateformes ».

Navarro cite Duolingo comme exemple de marque ayant parfaitement compris cet écosystème : « Ils osent être des créateurs, pas seulement des annonceurs. C'est ce qui les rend pertinents, divertissants et appréciés du public », ajoute-t-il.

La figure de l'influenceur évolue également. « Les marques ne doivent plus considérer les influenceurs uniquement comme un canal ; aujourd'hui, ce sont des créateurs avec leurs propres récits, et le défi est de collaborer avec eux de manière authentique. »



Une autre tendance clé est l'évolution de l'expérience utilisateur. « Aujourd'hui, les utilisateurs ne se contentent pas d'écouter ; ils parlent, réagissent et participent aux campagnes. La relation n'est plus à sens unique », explique-t-il. Dans ce nouveau contexte, la publicité doit être flexible, collaborative et ouverte pour permettre au public de façonner le message.

À cela s'ajoute l'intégration de valeurs telles que le développement durable. « Il ne s'agit pas de créer des communications visuellement attrayantes, mais plutôt d'accompagner les clients, véritables partenaires, pour traduire leurs efforts en matière de responsabilité sociale en une approche pertinente et honnête pour leurs publics », souligne Navarro. Le défi consiste à comprendre en profondeur l'activité du client et, à partir de là, à construire des récits pertinents.

Pour l'avenir, Navarro est clair : la clé résidera dans l'intégration des disciplines. « Il ne suffit pas d'avoir la créativité d'un côté et les données de l'autre. Ceux qui parviendront à aligner stratégie, médias, plateformes et contenu autour d'une vision unifiée seront ceux qui créeront une véritable connexion. Et même si cela paraît évident, ce n'est pas encore le cas dans le secteur. »

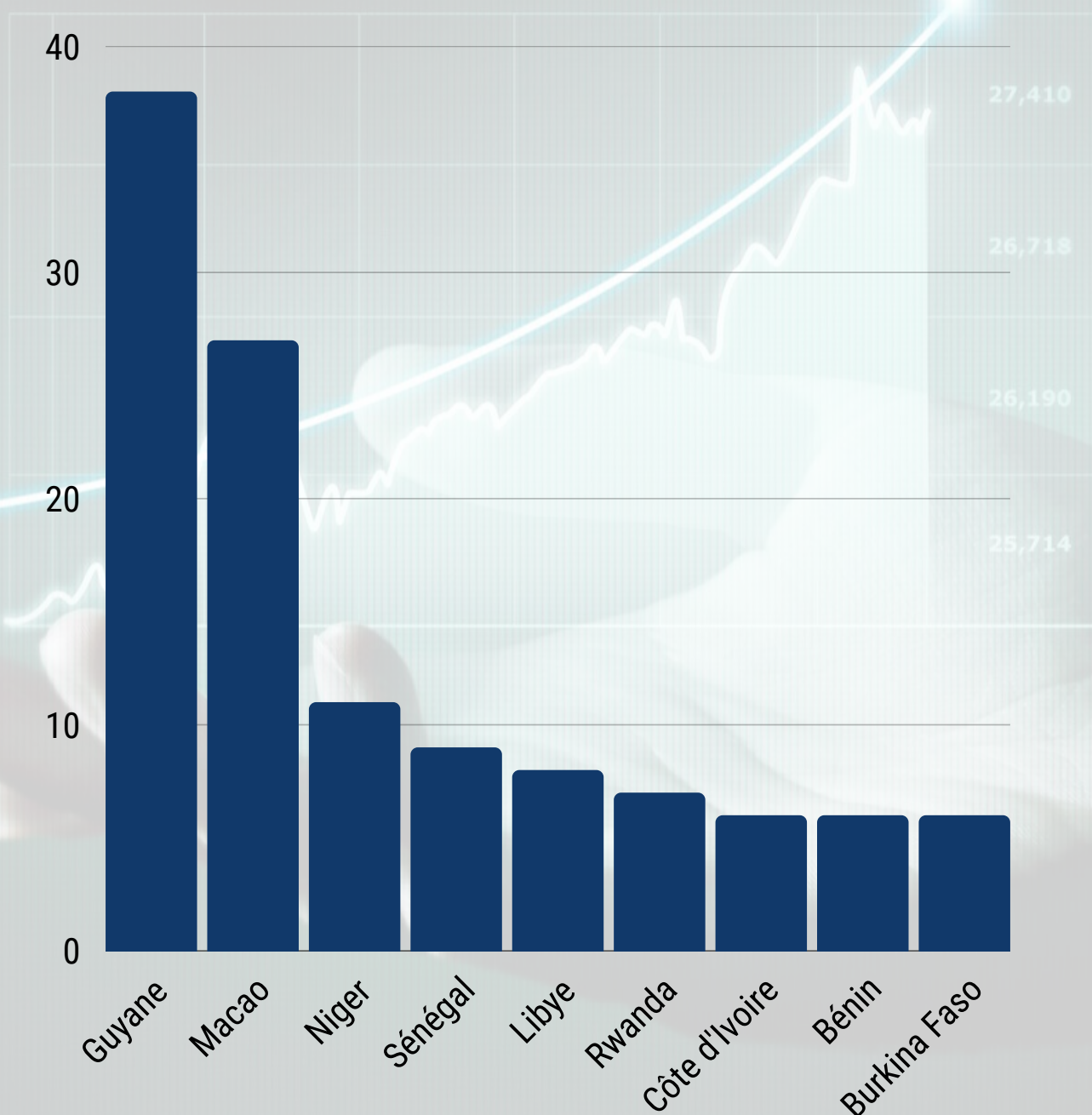


Les tendances qui donnent le ton

- **Plus que l'IA** : l'intelligence artificielle est utile, mais elle ne fait pas tout. Les marques doivent aller au-delà de l'automatisation des processus.
- **À chaque réseau sa langue** : Toutes les plateformes ne fonctionnent pas de la même manière, il est donc essentiel d'adapter le contenu à la langue de chaque réseau.
- **Utilisateurs actifs** : il ne suffit plus de simplement leur parler ; les utilisateurs veulent participer, influencer et faire partie de la conversation.
- **Les marques créent aussi du contenu** : tout ne dépend pas des influenceurs ; les marques qui osent être créatrices se connectent de manière plus authentique.
- **Un contenu avec un objectif** : la durabilité et les valeurs ne sont pas des accessoires ; elles doivent être véritablement intégrées à la stratégie.



Croissance projetée du PIB en 2025 (année de base 2023)



Ces chiffres sont des projections et sont soumis à la volatilité économique mondiale, ainsi qu'aux facteurs politiques et sociaux internes à chaque pays. Ils offrent néanmoins un aperçu précieux des tendances de la croissance économique mondiale pour l'année à venir.

Comment nous nourrissons-nous DANS UN MONDE POLLUÉ

A

u-delà des calories et des nutriments, les aliments que nous consommons chaque jour contiennent des particules et des produits chimiques qui menacent notre santé à long terme.

Dans notre alimentation quotidienne, souvent sans que nous nous en rendions compte, de minuscules menaces invisibles menacent notre santé. L'une des plus alarmantes est la présence de microplastiques : de minuscules particules de moins de 5 mm qui se sont infiltrées dans notre alimentation.

Selon une étude publiée dans la revue scientifique *Proceedings of the National Academy of Sciences*, un seul litre d'eau en bouteille contient jusqu'à 240 000 microparticules et nanoparticules de plastique. L'ampleur du problème est telle que, selon un rapport d'Ocean Conservancy et de l'Université de Toronto, un adulte moyen pourrait ingérer plus de 11 000 microparticules de plastique par an, uniquement en consommant des protéines transformées.

Dans le cas des fruits de mer, comme les crevettes, les moules et les huîtres, des microplastiques ont été détectés dans 99 % des échantillons analysés. De plus, 90 % des marques de sel de table dans le monde étaient contaminées par ces particules, avec une concentration allant jusqu'à 19 800 par kilogramme pour le sel marin.



Les microplastiques suscitent des inquiétudes non seulement quant à leur présence dans les aliments, mais aussi quant à leurs effets potentiels sur la santé humaine. Bien que le sujet reste encore largement méconnu, des études ont révélé que ces particules peuvent traverser la barrière intestinale et atteindre des organes tels que les poumons, le foie et même le placenta humain.

Des recherches menées par l'Université de médecine de Vienne, publiées dans *Exposure & Health* (2023), indiquent qu'une exposition prolongée pourrait être liée à une inflammation chronique, au stress oxydatif, à des perturbations endocriniennes et à un risque accru de maladies cardiovasculaires. Un rapport de l'Institut national des sciences de la santé environnementale met également en garde contre le risque que les nanoplastiques affectent le système immunitaire et perturbent les processus cellulaires fondamentaux.



Cependant, la **contamination** ne se limite pas aux plastiques. Notre alimentation contient également des métaux lourds, des toxines et des bactéries. Parmi les aliments les plus contaminés, on trouve :



- **Riz** : L'Autorité européenne de sécurité des aliments (EFSA) estime que le riz peut contenir entre 0,08 et 0,20 mg/kg d'arsenic inorganique, un cancérigène, en particulier lorsqu'il est cultivé dans un sol contaminé.

- **Tassergal (thon, espadon, requin, maquereau royal)** : Selon la Food and Drug Administration (FDA) américaine, le thon obèse peut contenir jusqu'à 0,689 ppm de mercure, le requin 0,979 ppm et l'espadon 0,995 ppm. Ces valeurs dépassent les limites autorisées.



- **Légumes à feuilles vertes (laitue, épinards)** : Une analyse mondiale publiée dans l'International Journal of Environmental Research and Public Health a révélé des niveaux de cadmium allant jusqu'à 0,22 mg/kg dans les épinards et des niveaux de plomb allant jusqu'à 0,3 mg/kg dans la laitue cultivée dans les zones urbaines et industrielles, dépassant les limites autorisées par le Codex Alimentarius.

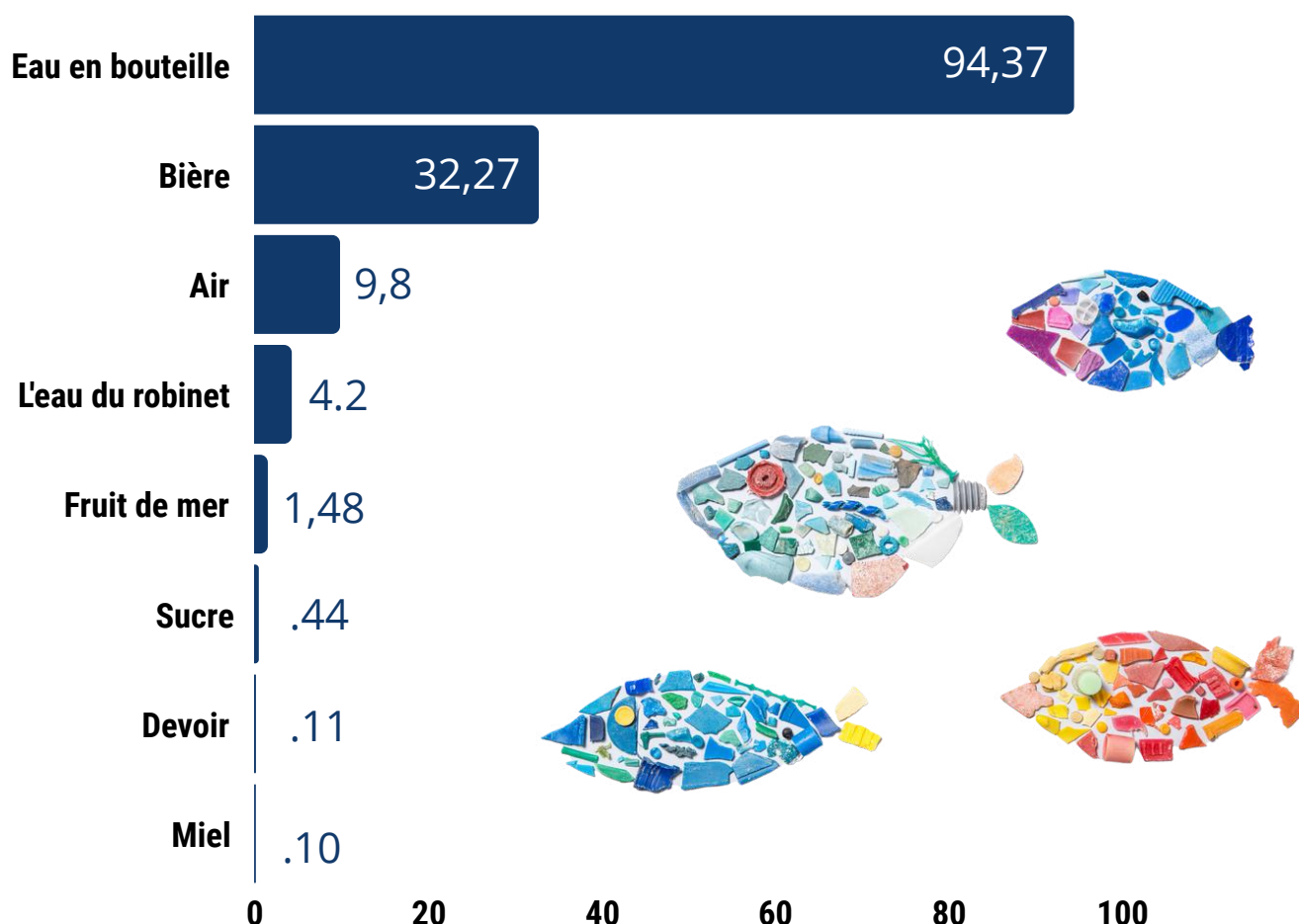
- **Saumon** : Une étude menée par l'Environmental Working Group (EWG) a révélé que le saumon d'élevage contenait en moyenne 27,7 parties par milliard (ppb) de biphényles polychlorés (PCB), un groupe de produits chimiques nocifs.



En ce sens, l'évolution vers une alimentation plus nutritive et exempte de composants toxiques ne peut dépendre uniquement des habitudes individuelles. Volonté politique, responsabilité des entreprises et cadres réglementaires plus stricts privilégiant la santé plutôt que la rentabilité sont nécessaires. Car la question n'est plus de savoir ce que nous mangeons, mais quelle quantité supplémentaire nous consommons sans le savoir.

Nous nous nourrissons de microplastiques

Chaque jour, nous ingérons des particules de microplastique présentes dans les produits de consommation. Voici quelques chiffres moyens :



Basé sur un régime alimentaire américain.
Source Consommation humaine de microplastiques.



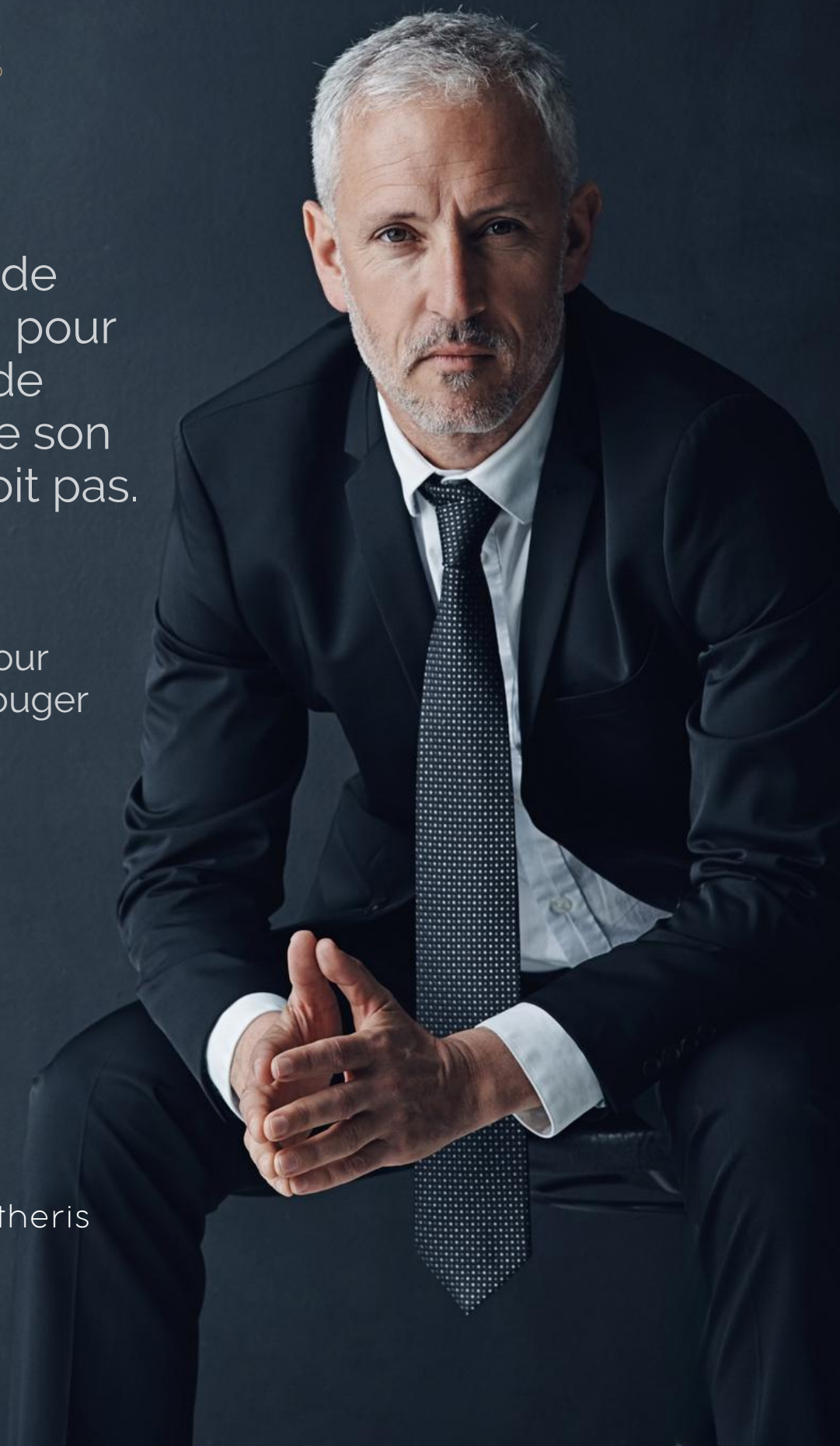
AETHERIS
CENTRO HOLÍSTICO

La plus grande
amélioration pour
un PDG est de
guérir ce que son
équipe ne voit pas.

Thérapies
énergétiques pour
ceux qui font bouger
le monde



/centroaetheris



TOITS VERTS

LES TOITS VERTS SONT LA RÉPONSE À LA CHALEUR URBAINE

Les toitures végétalisées offrent une alternative efficace et naturelle pour transformer l'environnement, réguler la température, absorber les eaux de pluie et favoriser la biodiversité.

La concentration de béton, d'asphalte et de surfaces imperméables a intensifié un phénomène appelé « îlots de chaleur », où les températures urbaines dépassent largement celles des zones rurales. Face à cette situation, des solutions fondées sur la nature, telles que les toitures végétalisées, émergent, contribuant à atténuer les effets du changement climatique tout en transformant les environnements urbains en espaces plus habitables.

Une toiture végétalisée est, par essence, un système constructif composé de plusieurs couches techniques permettant la croissance de végétaux sur les toits ou les terrasses. « Sa structure protège le bâtiment des racines et du poids de la végétation, tout en créant les conditions nécessaires à sa croissance », explique Silvana Amézquita, architecte et fondatrice d'Addgreen Project.





En recouvrant les surfaces dures des villes de végétation, les toits végétalisés contribuent à atténuer l'effet d'îlot de chaleur, un phénomène qui augmente considérablement les températures en milieu urbain. Lors de la photosynthèse et de l'évapotranspiration, les plantes absorbent la chaleur de leur environnement, contribuant ainsi à réduire la température ambiante et à créer des microclimats plus frais.

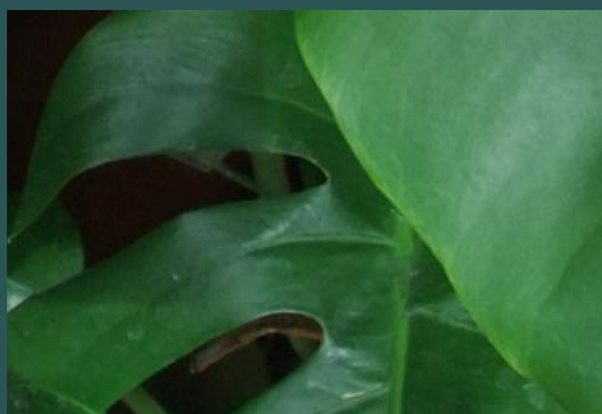
À cela s'ajoute leur capacité à absorber et à retenir l'eau lors de fortes pluies : ils agissent comme des éponges naturelles, réduisant à la fois le volume et la vitesse avec laquelle elle atteint les égouts urbains, contribuant ainsi à prévenir les inondations.



Ces infrastructures ont également un impact positif sur la biodiversité en offrant des refuges aux oiseaux, aux pollinisateurs et à d'autres espèces dans des espaces où ils n'existeraient normalement pas. Elles contribuent également à améliorer la qualité de l'air en captant les particules polluantes et en réduisant la présence de CO₂.



Amézquita explique qu'il existe deux principaux types de toits verts : les toits extensifs, plus légers et utilisant une végétation nécessitant peu d'entretien, et les toits intensifs, qui permettent une plus grande diversité végétale, y compris des arbustes ou des petits arbres, en fonction de la capacité structurelle du bâtiment.

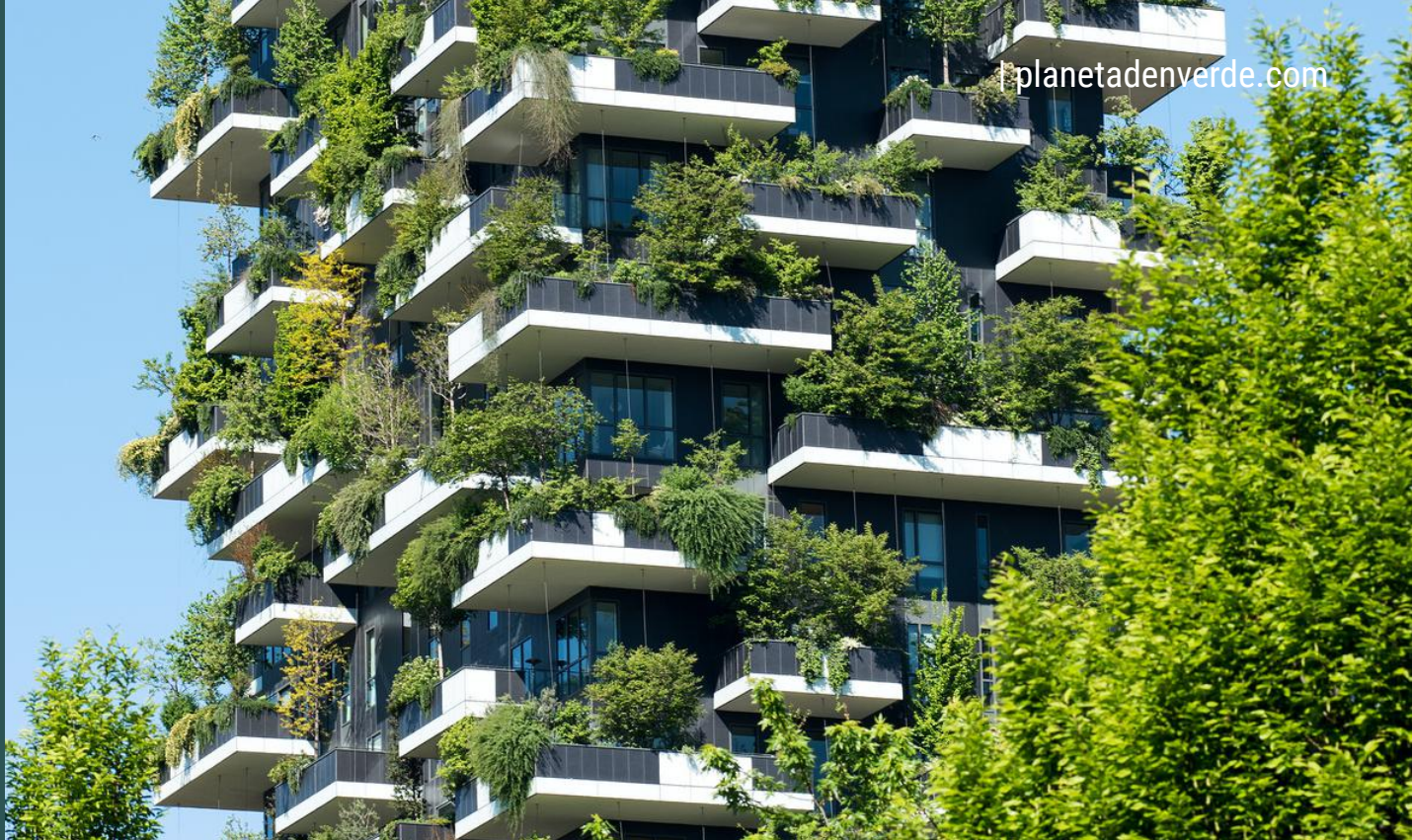


Cependant, un entretien et une installation appropriés sont essentiels pour garantir sa durabilité. « Le plus important est une bonne étanchéité avec protection anti-racines », explique l'architecte. Cela permet d'éviter les fuites et de préserver le bâtiment. Une toiture végétalisée doit être abordée avec des critères techniques rigoureux, car elle nécessite des matériaux spécifiques et un personnel qualifié.

Silvana Amézquita a fondé le projet Addgreen avec un objectif personnel : allier architecture et nature au service de l'environnement. « Je voulais me consacrer à un projet qui aurait un impact positif sur le monde », explique-t-elle. Addgreen se concentre sur la conception et la construction de toitures végétalisées, principalement en Espagne, et promeut cette technique par le biais de projets, de contenus pédagogiques et de conseils. L'entreprise promeut également la formation de nouveaux professionnels dans ce domaine.

Les toits verts sont plus qu'une tendance architecturale ; ils représentent un véritable outil pour construire des villes résilientes, saines et avant-gardistes.





Plus grande durabilité : Ils protègent l'imperméabilisation en réduisant l'exposition au soleil, au vent et aux changements de température.

Isolation thermique naturelle : elles réduisent la chaleur intérieure en été grâce à l'ombre, à l'albédo des plantes et à leur évapotranspiration.

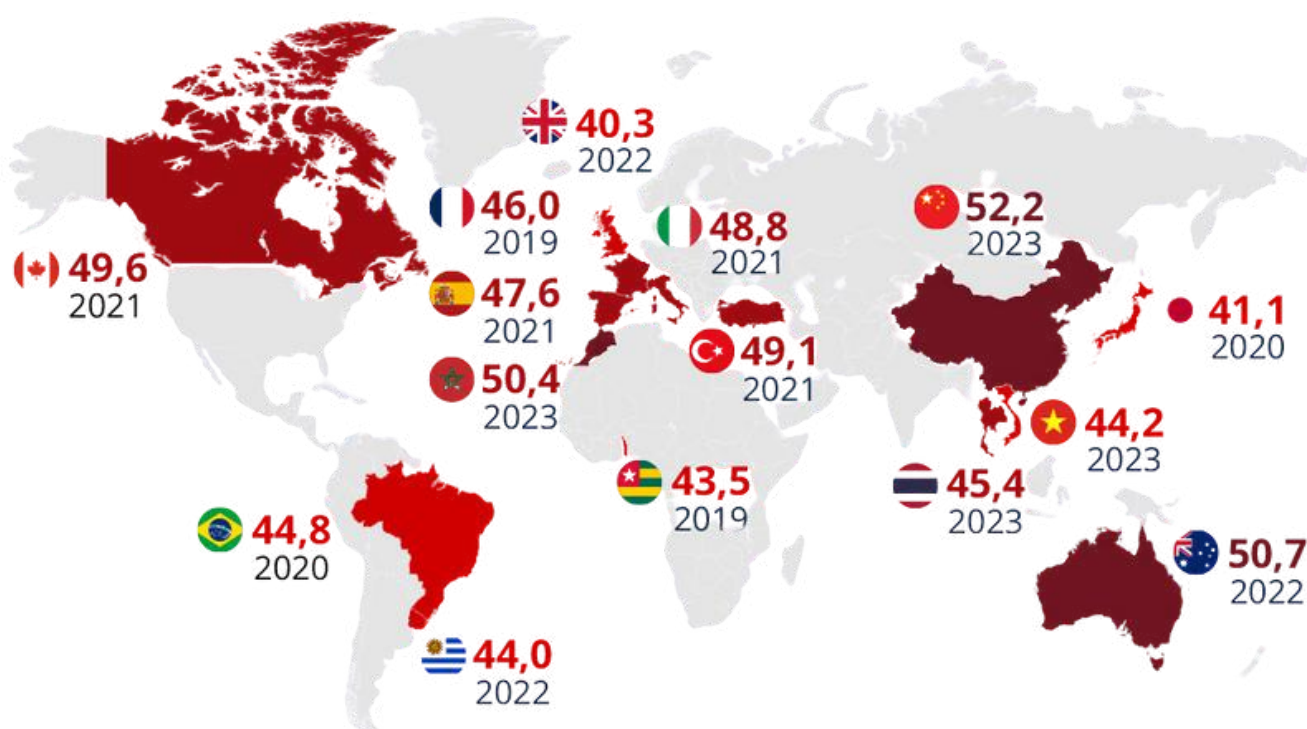
Augmentation de la valeur et de l'esthétique : ils améliorent l'image du bâtiment et augmentent sa valeur marchande.



- **Consommation énergétique réduite :** En maintenant des températures plus stables, ils réduisent l'utilisation de la climatisation.
- **Bien-être émotionnel :** le contact avec la végétation améliore l'humeur et réduit le stress (thérapie biophilique).
- **Nouveaux espaces :** créer des espaces verts pour socialiser, se détendre ou encore cultiver des aliments en ville.

TEMPÉRATURES EXTRÊMES AU COURS DES 6 DERNIÈRES ANNÉES

TEMPÉRATURE EN °C



Données jusqu'en 2024 Source : Organisation
météorologique mondiale (OMM) / Statista



CRÉER UNE ENTREPRISE EST FACILE

[CLUBDEEMPRESAS.COM](https://clubdeempresas.com)

LE NOUVEAU LANGAGE DE LA MODE LATINO- AMERICAINE

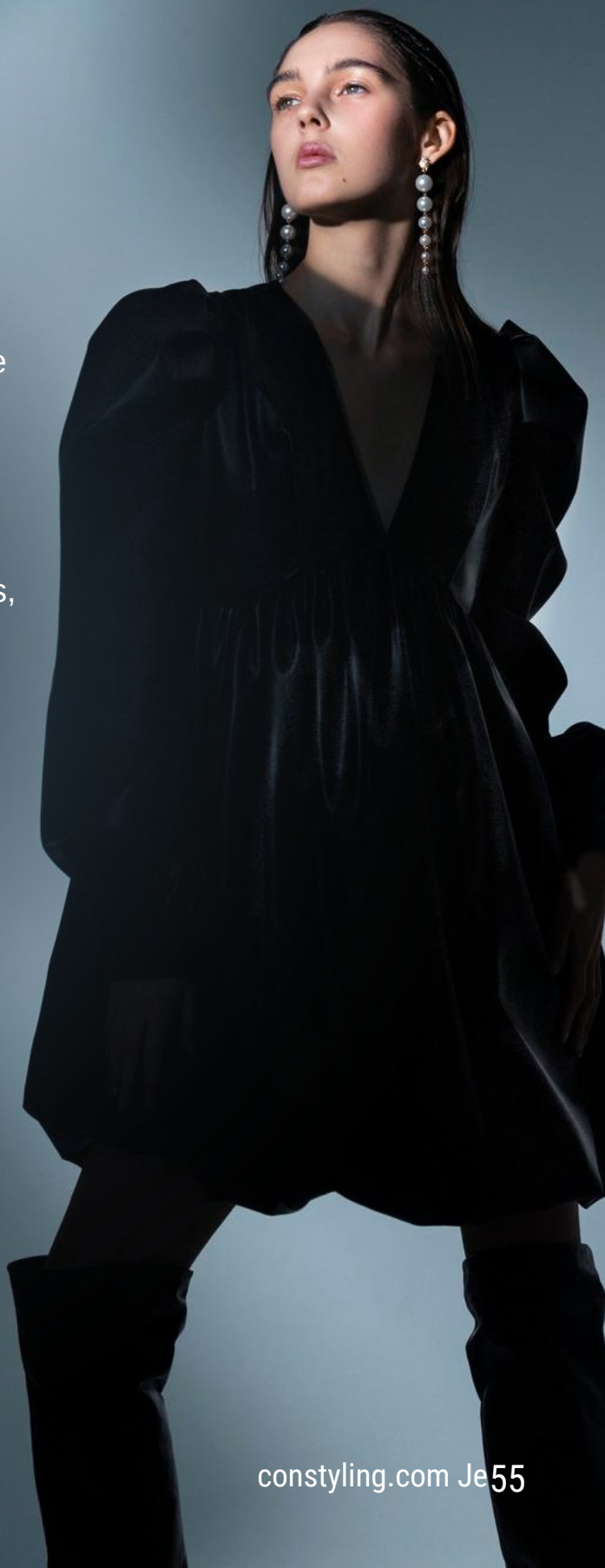
Avec des créations qui fusionnent tradition et avant-garde, une nouvelle génération de créateurs latino-américains transforme la mode mondiale.



D

epuis des décennies, la mode latino-américaine est reconnue internationalement par des personnalités telles qu'Oscar de la Renta et Carolina Herrera. Aujourd'hui, une nouvelle génération de créateurs émerge avec des propositions audacieuses et sophistiquées, profondément ancrées dans leur contexte culturel.

Ces créateurs non seulement redéfinissent l'esthétique, mais intègrent également des dimensions éthiques, sociales et politiques dans leurs propositions, établissant de nouvelles coordonnées pour le design contemporain :



Patricio Campillo

Patricio Campillo (Mexique) : Originaire de Mexico, le créateur réinterprète la tradition charro avec une sensibilité contemporaine. Inspirés par le réalisme magique, l'architecture moderniste et l'artisanat traditionnel, ses pièces intègrent des éléments tels que des blazers en plumes de coq, des boutons en forme de fleur de café et des coupes soignées. En 2024, il a été demi-finaliste du Prix LVMH, décerné par le conglomérat de luxe LVMH (Moët Hennessy Louis Vuitton).



Raúl López

Raúl López (République dominicaine) :
Fondateur de la marque Luar, Raúl transforme son expérience d'homme d'origine dominicaine élevé à Brooklyn en une création visuelle à la fois provocatrice et autobiographique. Sa conception du « luxe ouvrier » s'exprime à travers des silhouettes sculpturales, des accessoires emblématiques et une esthétique rappelant la culture club-kid. Son talent lui a permis de clôturer la Fashion Week de New York.

Caroline Vitto

Karoline Vitto (Brésil) : La créatrice brésilienne a révolutionné la façon dont la mode aborde la diversité corporelle. Plutôt que de dissimuler les courbes ou les plis du corps, ses créations les subliment avec des pièces métalliques sculpturales, des superpositions transparentes stratégiques et des tissus drapés. Vitto a étudié à la Central Saint Martins et au Royal College of Art, deux des plus prestigieuses institutions académiques de mode du Royaume-Uni. Elle a été nommée « Créatrice émergente de l'année » aux Latin American Fashion Awards.



Chiara et Giuliana Macchiavello

The image features two models against a solid black background. The model at the top is lying horizontally, wearing a long-sleeved, floor-length red dress with a delicate lace pattern. Her head is turned slightly to the left. The model at the bottom is in a dynamic, crouching pose, also wearing a red lace dress. Her right arm is extended upwards, and her gaze is directed towards the camera. The lighting highlights the intricate details of the lace and the vibrant red color of the dresses.

Chiara et Giuliana Macchiavello (Pérou), fondatrices de la marque ESCVDO, incarnent un modèle exemplaire de luxe durable. Leurs créations allient des techniques de tissage ancestrales, comme l'utilisation de coton Pima biologique et de laine d'alpaga, à un design moderne et intemporel. Chaque vêtement est confectionné par des artisans locaux. La marque a été reconnue pour ses pratiques durables et a remporté le prix Bicester Collection Award for Emerging Designers, décerné lors des CNMI Sustainable Fashion Awards pendant la Fashion Week de Milan.

Malgré leurs différences esthétiques,
ces créateurs partagent une vision
qui transcende les codes du style.
Leur travail témoigne d'une mode qui
non seulement habille, mais qui
réfléchit, questionne et communique.



ConStyling



constyling.com

SANTÉ

BEAUTÉ

CLICK

STYLE

ÉCO

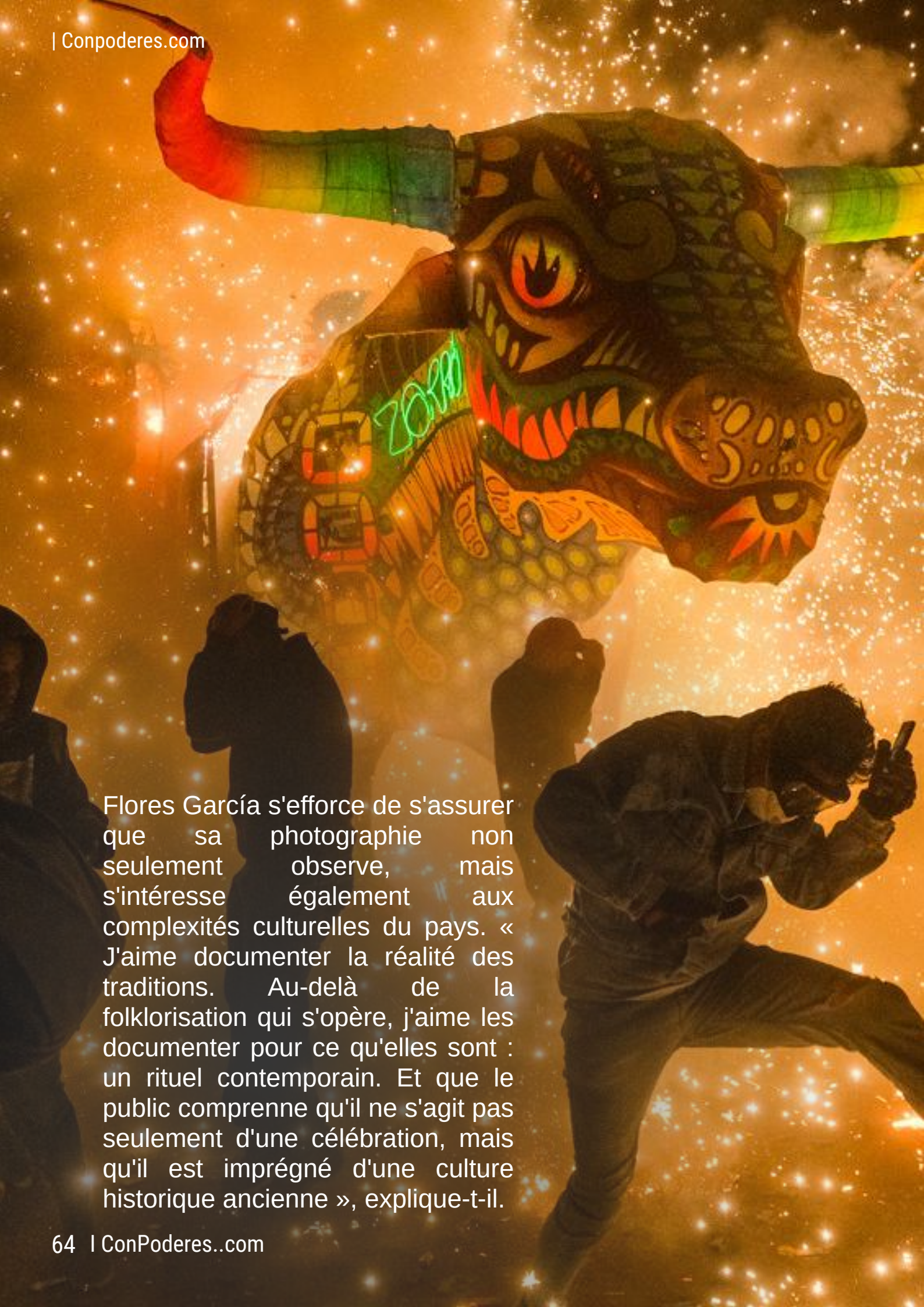
Antonio Flores : « J'aime documenter la réalité des traditions. »

Antonio Flores García transforme les festivités en photographies qui révèlent la richesse symbolique et la profonde dimension culturelle de ces rituels.



A u cœur d'un pays où les traditions se vivent avec force et contradiction, l'œuvre d'Antonio Flores García apparaît comme une fenêtre vivante sur les festivités et les rituels mexicains. Sa photographie ne se contente pas de documenter : elle interprète, questionne et expose les strates symboliques des manifestations populaires.

Antonio Flores a fait de la rue et de l'expression collective son principal terrain d'exploration. Bien que son travail soit diversifié, il se concentre principalement sur les feux d'artifice et les fêtes populaires de Tultepec, au Mexique, où la couleur, le chaos et l'énergie se condensent en images chargées de tension et d'émotion.



Flores García s'efforce de s'assurer que sa photographie non seulement observe, mais s'intéresse également aux complexités culturelles du pays. « J'aime documenter la réalité des traditions. Au-delà de la folklorisation qui s'opère, j'aime les documenter pour ce qu'elles sont : un rituel contemporain. Et que le public comprenne qu'il ne s'agit pas seulement d'une célébration, mais qu'il est imprégné d'une culture historique ancienne », explique-t-il.

Dans sa vision, il y a une volonté claire de rompre avec les stéréotypes qui accompagnent souvent les représentations traditionnelles. « Je souhaite représenter ce qui sert souvent à vendre une idée romancée de ce que signifie être Mexicain, mais avec une perspective plus fidèle et plus honnête. Et même, si possible, de briser certains tabous entourant nos propres traditions », explique-t-il.

Son travail a reçu de nombreux prix, mais au-delà du prix, ce qu'elle apprécie le plus, c'est la possibilité pour son travail de circuler et d'interagir avec d'autres publics et espaces. « Ce qui me tient le plus à cœur, c'est la diffusion de mon travail et sa reconnaissance nationale et internationale. Mais plus encore, c'est de pouvoir faire connaître mon travail à un plus grand nombre, par d'autres moyens de diffusion et d'expression », confie-t-elle.

Flores García considère la photographie non seulement comme un outil d'enregistrement, mais aussi comme un moyen de comprendre et de transformer la réalité. Dans chacune de ses images, on perçoit une volonté d'être présent, de regarder au-delà de l'évidence et de maintenir un lien direct entre l'image et le monde qui la produit.





TH=PUBLIC

**DIFFÉRENCI
ATION POUR
VOTRE MARQ
UE**



**Vivir
tec**

**Lobe
Mark**



**PLANETA
EN VERDE**

Cobertura Noticiosa

Club de Empresas

Ejecutivo POWER

CON PODERES

COMUNICACION Y +AS

Noticiero E

NR Nucleo Rural

Con Styling.

MEGAMETROPOLI

Équipe de vente
+51 963 567 326
hola@grupothepublic.com