

N.21

THE PUBLIC

05/2025

RÉSEAUX
SOCIAUX

NOUS AVONS DE
MOINS EN MOINS DE
CAPACITÉ D'ATTENTION

CRÉATIVITÉ
PUBLICITAIRE

CE N'EST PAS DANS
LES MESURES, MAIS
DANS LES RÉSULTATS.

AUTOMATISER

C'EST INVESTIR DANS
L'EFFICACITÉ ET LA
COMPÉTITIVITÉ

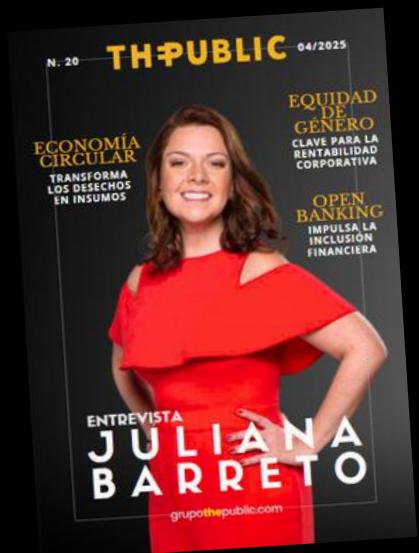
ENTRETIEN **DANIELA OSORES**

Directeur général de la Banque alimentaire du Pérou (BAP)

grupothepublic.com

THE PUBLIC CONTENU

ÉDITION PRÉCÉDENTE



Entretien avec Juliana Barreto, femme d'affaires colombienne.

6 **L'automatisation, c'est investir dans l'efficacité et la compétitivité**

78 % des entreprises mondiales appliquent déjà l'automatisation des processus robotiques.

10 **La gestion de l'énergie définit l'avenir des entreprises**

En 2023, la consommation mondiale d'énergie atteindra un niveau record de 620 exajoules.

16 **L'avenir de la technologie doit être circulaire**

L'économie circulaire permet de repenser le cycle de vie des produits technologiques.

22 **L'éclairage artificiel transforme la culture alimentaire**

Au Japon, l'usine de production Mirai cultive jusqu'à 10 000 laitues par jour dans un système fermé avec éclairage LED.

26 **Entretien exclusif avec Daniela Osores**

Nous gaspillons la moitié de ce que nous produisons dans un pays où plus de 17 millions de personnes souffrent d'insécurité alimentaire.

THE PUBLIC CONTENU

34

Entretien avec Carlos Tapia

Les métriques ne mesurent que les chiffres, pas la créativité.

38

Notre capacité d'attention est de plus en plus réduite à cause des réseaux sociaux.

11.3 % des personnes âgées de 15 à 24 ans présentent un risque élevé d'utilisation compulsive des médias sociaux.

44

Les champignons transforment les déchets en matériaux biodégradables

Dans des pays comme le Chili, plus de 50 % des déchets municipaux sont des matières organiques.

50

5 gadgets qui changent le bien-être personnel

Ces appareils rendent les soins personnels plus précis, accessibles et personnalisés.

54

Des sculptures qui capturent le temps et le mouvement

Miriam Pérez Guerrero a fait du métal son langage pour capturer le mouvement, la mythologie et sa passion pour l'art.



Directeur

Nayla López

Éditeur

Stéphanie Rodriguez
erodriguez@grupothepublic.com

Rédacteurs

Pilar Astupiña
pastupina@grupothepublic.com

Esperanza Aguilera
eaguilera@grupothepublic.com

Direction artistique

Andrea García
agarcia@grupothepublic.com

Développement et technologie

Pierre Santos
jsantos@grupothepublic.com

THE PUBLIC

E
D
I
T
O
R
I
A
L

Chaque édition est l'occasion de regarder de plus près ce qui change, tant dans le monde des affaires que dans la société. Dans ce numéro, nous rassemblons des histoires qui reflètent la manière dont différentes voix ouvrent de nouvelles voies pour construire un présent plus efficace, plus humain et plus conscient.

En couverture, nous avons parlé avec Daniela Osores, directrice générale de la Banque alimentaire du Pérou, de la manière dont les réseaux collaboratifs peuvent faire la différence dans la lutte contre la faim. Leur message est clair : si nous voulons un pays plus juste, nous devons repenser nos habitudes de consommation et de gaspillage et nous engager auprès de ceux qui en ont le plus besoin.

La gestion de l'énergie entre également dans cette conversation sur la responsabilité. Comprendre la consommation d'électricité n'est plus seulement une question technique ; Il s'agit d'un élément clé pour que les entreprises puissent fonctionner efficacement, se conformer aux réglementations et, surtout, faire preuve de responsabilité face aux défis environnementaux.

Du point de vue de l'innovation, nous avons discuté avec le PDG de Rocketbot de la manière dont l'automatisation des processus robotiques (RPA) transforme la façon dont les entreprises fonctionnent. Cette technologie nous permet d'optimiser les ressources, de réduire les erreurs opérationnelles et de concentrer le talent humain sur des tâches stratégiques qui ajoutent réellement de la valeur dans des contextes en constante évolution.

Enfin, nous explorons le pouvoir expressif de l'art avec la sculptrice mexicaine Miriam Pérez Guerrero, qui a trouvé dans le métal un moyen de représenter le mouvement, l'histoire et l'identité. Son travail traverse les frontières et s'installe dans l'espace public comme symbole d'une sensibilité qui, au-delà de la technique, se connecte à l'essentiel.

Dans un contexte de défis mondiaux, ces histoires nous rappellent qu'avancer n'est pas seulement une question d'innovation, mais aussi d'intention. De penser au collectif, de prendre soin des ressources et de trouver de nouvelles façons de raconter l'histoire de qui nous sommes et où nous voulons aller.

Estefani R.
ÉDITEUR



RADIO LE 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



Radio The Public



© 2018 Radio The Public. All rights reserved. Radio The Public is a registered trademark of ZENO SRL.



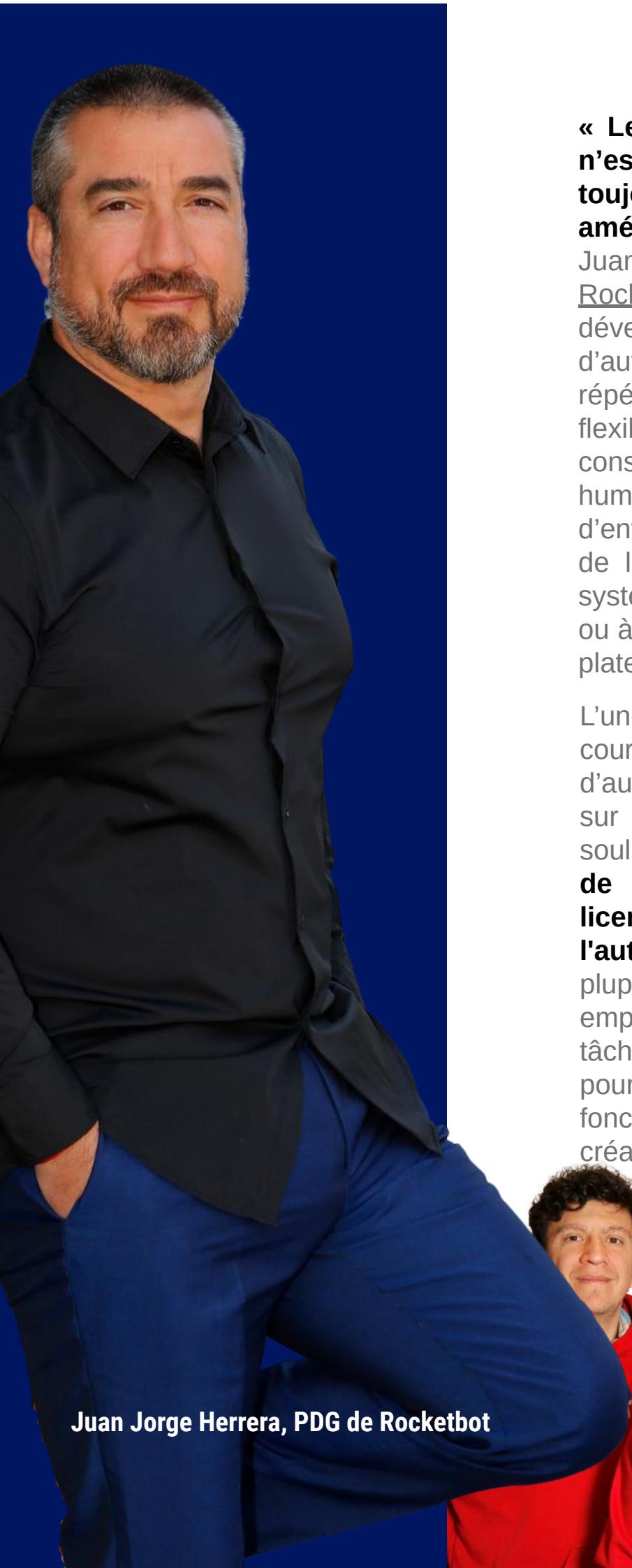
AUTOMATISER

C'EST INVESTIR DANS L'EFFICACITÉ ET LA COMPÉTITIVITÉ

78 % des entreprises mondiales mettent déjà en œuvre le RPA et signalent des économies allant jusqu'à 30 % dans leurs opérations.

L'automatisation, et en particulier l'automatisation des processus robotisés (RPA), transforme la façon dont les entreprises optimisent leurs opérations. En déléguant les tâches répétitives et routinières à des robots logiciels, les organisations peuvent améliorer leur efficacité, tout en améliorant leur rentabilité et leur capacité à s'adapter aux changements inattendus.





Juan Jorge Herrera, PDG de Rocketbot

« Le concept d'automatisation n'est pas nouveau ; il a toujours été essentiel pour améliorer l'efficacité », explique Juan Jorge Herrera, PDG de Rocketbot, une solution développée en Python qui permet d'automatiser les tâches répétitives avec une grande flexibilité. Dans sa vision, le RPA consiste à reproduire les actions humaines au sein d'environnements numériques : de la copie d'informations entre systèmes à la rédaction d'e-mails ou à la saisie de données sur des plateformes Web.

L'une des préoccupations les plus courantes lorsque l'on parle d'automatisation est son impact sur l'emploi. Cependant, Herrera souligne qu'il existe « **très peu de cas où du personnel est licencié en raison de l'automatisation** ». Dans la plupart des scénarios, les employés abandonnent les tâches routinières et répétitives pour se concentrer sur des fonctions plus stratégiques et créatives.



Bien que son adoption initiale ait été plus marquée dans des secteurs tels que la banque, l'assurance et la finance, l'automatisation s'est désormais répandue dans pratiquement tous les secteurs. Même dans le secteur manufacturier, où l'automatisation physique a traditionnellement été privilégiée, des opportunités sont désormais explorées dans les processus administratifs et de gestion.

« L'AUTOMATISATION NE REMPLACE PAS UN MAUVAIS PROCESSUS, ELLE L'AMPLIFIE. »

Une étude de Deloitte indique que 78 % des organisations dans le monde ont déjà mis en œuvre une forme de RPA et que 92 % prévoient d'étendre son utilisation au cours des trois prochaines années. De plus, ceux qui ont adopté l'automatisation à grande échelle signalent jusqu'à 30 % de réduction des coûts d'exploitation et des améliorations significatives en termes de précision et de temps de réponse.

Cependant, l'automatisation ne signifie pas simplement l'intégration de la technologie. Pour Herrera, l'une des erreurs les plus courantes est de penser que le RPA résoudra tous les problèmes sans d'abord examiner les processus internes.



Il souligne également la nécessité de prendre en compte les changements possibles sur les plateformes numériques : « **Si un site Web est mis à jour et que le robot a été programmé pour y accéder, il cessera probablement de fonctionner s'il n'est pas ajusté à temps.** » Par conséquent, contrairement à d'autres outils, Rocketbot propose des licences abordables et la possibilité d'exécuter plusieurs processus en parallèle sans entraîner de coûts supplémentaires.

En bref, le RPA ne représente pas seulement une évolution technologique, mais aussi une opportunité pour les entreprises de redéfinir leur mode de fonctionnement. Grâce à elle, il est possible de libérer le talent humain, d'optimiser les ressources et de répondre plus rapidement aux défis de l'environnement actuel.

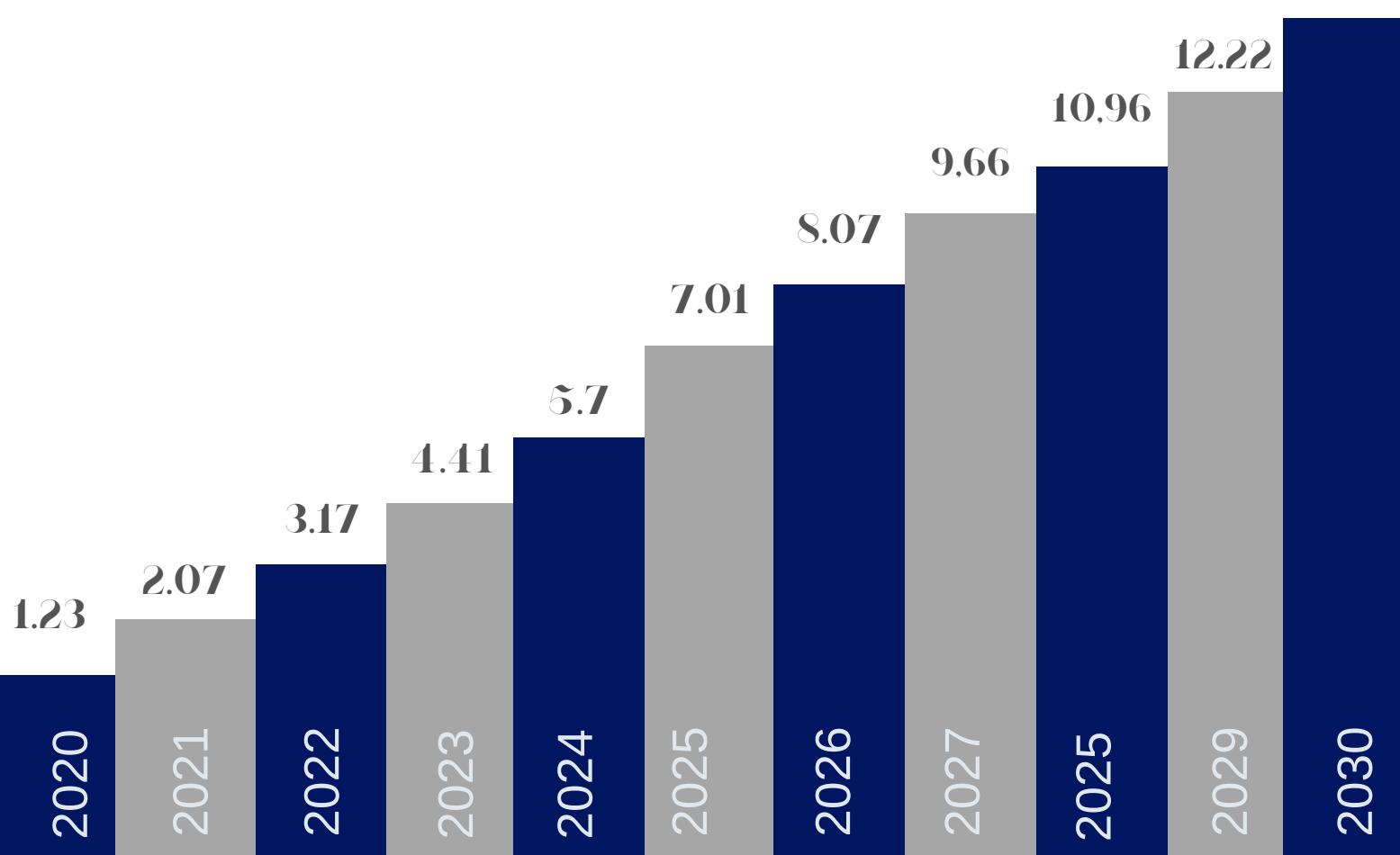
« **L'automatisation est une décision stratégique. Que vous souhaitiez croître sans augmenter vos effectifs ou gagner en efficacité, l'automatisation vous permet d'avancer sans heurts** », conclut Herrera.

Taille du marché mondial de l'automatisation des processus robotisés (RPA) de 2020 à 2030.

(en milliards de dollars américains)

Source : Monde entier ;
2020

13.39





LA GESTION DE L'ÉNERGIE DÉFINIT L'AVENIR DES ENTREPRISES

Comprendre la consommation d'électricité est essentiel pour optimiser les opérations, se conformer aux réglementations environnementales et faire preuve de responsabilité climatique.

P

our de nombreuses entreprises, l'énergie représente l'une des dépenses d'exploitation les plus importantes. Cependant, on lui accorde rarement l'attention stratégique qu'elle mérite. L'efficacité énergétique permet aux entreprises d'optimiser leurs processus, améliorant ainsi leur compétitivité sur le marché. Mais au-delà de cela, réduire la consommation d'énergie signifie moins d'émissions de gaz à effet de serre, moins de dépendance aux sources non renouvelables et une contribution significative à l'atténuation du changement climatique.

En 2023, la consommation mondiale d'énergie atteindra un niveau record de 620 exajoules, principalement tirée par la croissance économique et la forte demande d'électricité dans les économies émergentes comme la Chine, qui a été à l'origine d'une grande partie de l'augmentation au cours de la dernière décennie.

En Amérique latine, malgré l'abondance des ressources naturelles et la demande croissante due au développement industriel et urbain, d'importantes inefficacités persistent dans la consommation et la gestion de l'énergie. Cet écart n'a pas seulement un impact sur les coûts, il représente également un obstacle à la progression vers les objectifs de durabilité.



« Certaines entreprises n'ont toujours pas une vision claire de leur consommation énergétique. Elles constatent leurs dépenses, mais ne peuvent expliquer leur augmentation ou leur diminution, ni identifier la composante de leurs opérations qui en est la cause », explique Juan Felipe Puerta, responsable marketing chez Erco Energy, filiale de Neu Energy, une entreprise colombienne qui propose des solutions numériques pour la commercialisation de l'énergie électrique, permettant à ses clients de suivre et d'optimiser leur consommation énergétique en temps réel.



Lorsqu'une entreprise peut visualiser graphiquement sa consommation d'énergie dans chaque domaine ou processus, elle commence à se poser des questions importantes : pourquoi consommons-nous plus le week-end ? Est-il nécessaire de laisser certains équipements allumés toute la journée ? Pouvons-nous changer nos habitudes ou mettre en œuvre de nouvelles technologies ? Puerta dit. Ce type d'information facilite l'identification des inefficacités et permet la conception de stratégies spécifiques pour réduire la consommation.

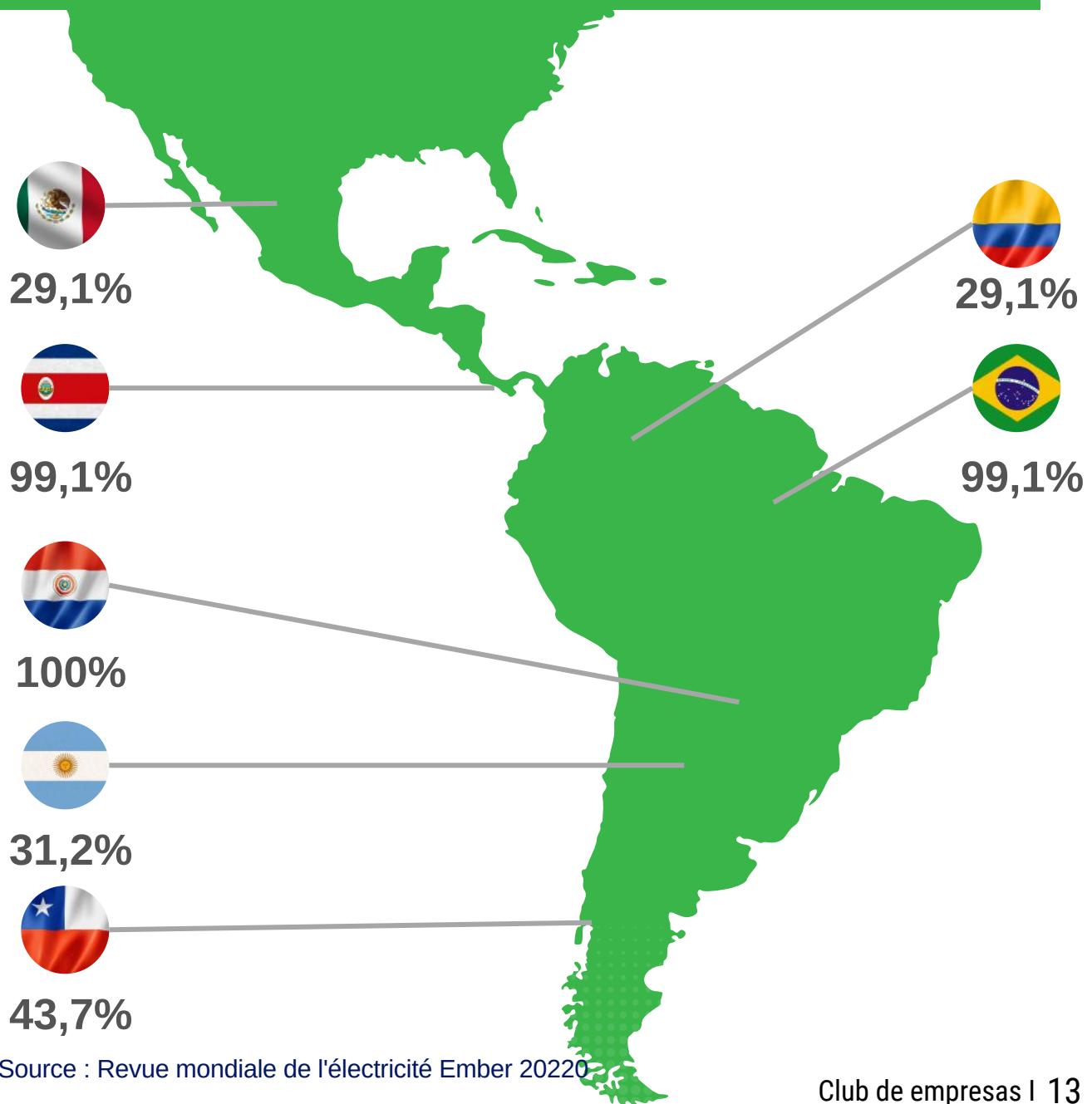
De plus, l'accès à des données précises facilite le respect des réglementations environnementales, des certifications et des rapports de durabilité, qui sont de plus en plus exigés dans divers secteurs. Cela pourrait même être la première étape vers une transition énergétique plus profonde, comme l'intégration de sources renouvelables, de modèles d'autoproduction ou de programmes d'efficacité énergétique.

« Chaque action que nous entreprenons aujourd’hui en tant qu’entreprises a un impact économique, et ces décisions feront également une différence sur la voie vers un avenir énergétique plus durable », note Puerta.

Dans un environnement commercial de plus en plus concurrentiel et réglementé, comprendre sa consommation énergétique n'est plus une option : c'est une nécessité. Les outils numériques qui permettent cette visualisation non seulement renforcent les entreprises dans leurs décisions opérationnelles, mais les positionnent également comme des acteurs actifs dans la lutte contre le changement climatique.

L'électricité verte en Amérique latine

Électricité produite par énergie propre en 2021



L'AVENIR DE LA TECHNOLOGIE DOIT ÊTRE CIRCULAIRE

La rénovation des équipements et la réutilisation des ressources modifient le paysage technologique.





L'économie circulaire dans le secteur technologique apparaît comme une stratégie clé pour atténuer l'impact environnemental et promouvoir la durabilité. Ce modèle vise à minimiser les déchets et à maximiser la réutilisation des ressources, transformant ainsi la manière dont les produits technologiques sont conçus, produits et recyclés.

« L'économie circulaire nous permet de repenser le cycle de vie des produits technologiques, de la conception à l'élimination finale, en garantissant que chaque composant ait une seconde vie ou soit recyclé efficacement », explique Carlos Serranos, co-PDG et CGO de Rematech, une entreprise qui fait partie de l'écosystème Sustainable Technology For Everyone.

Cette entreprise mexicaine opère à travers trois marques stratégiques : Rematech, axée sur la redistribution d'appareils électroniques reconditionnés ; Circular IT, responsable du processus de récupération des équipements ; et Bridge IT, qui développe des technologies pour optimiser les modèles circulaires. « **Notre objectif n'est pas de concurrencer les grands acteurs du marché, mais de nous différencier grâce à la technologie et à l'intelligence opérationnelle** », explique Serranos.



All rights reserved. This equipment contributes to the reduction of electronic waste.

Cependant, Serranos souligne que l'un des plus grands obstacles à la technologie reconditionnée est que les gens ne la considèrent toujours pas comme une nécessité. « **Les gens n'achètent pas la durabilité, ils achètent la commodité. Si vous proposez un ordinateur portable à un prix abordable, ils l'achètent pour les économies réalisées, et non pour son impact environnemental** », soulignant que ce type de consommation répond à des priorités immédiates plutôt qu'à une prise de conscience environnementale générale.

Actuellement, on estime que plus de 50 millions de tonnes de déchets électroniques sont générés chaque année dans le monde, et moins de 20 % sont formellement ou correctement recyclés. Cela représente une menace environnementale et une perte de ressources matérielles et économiques valant des millions.

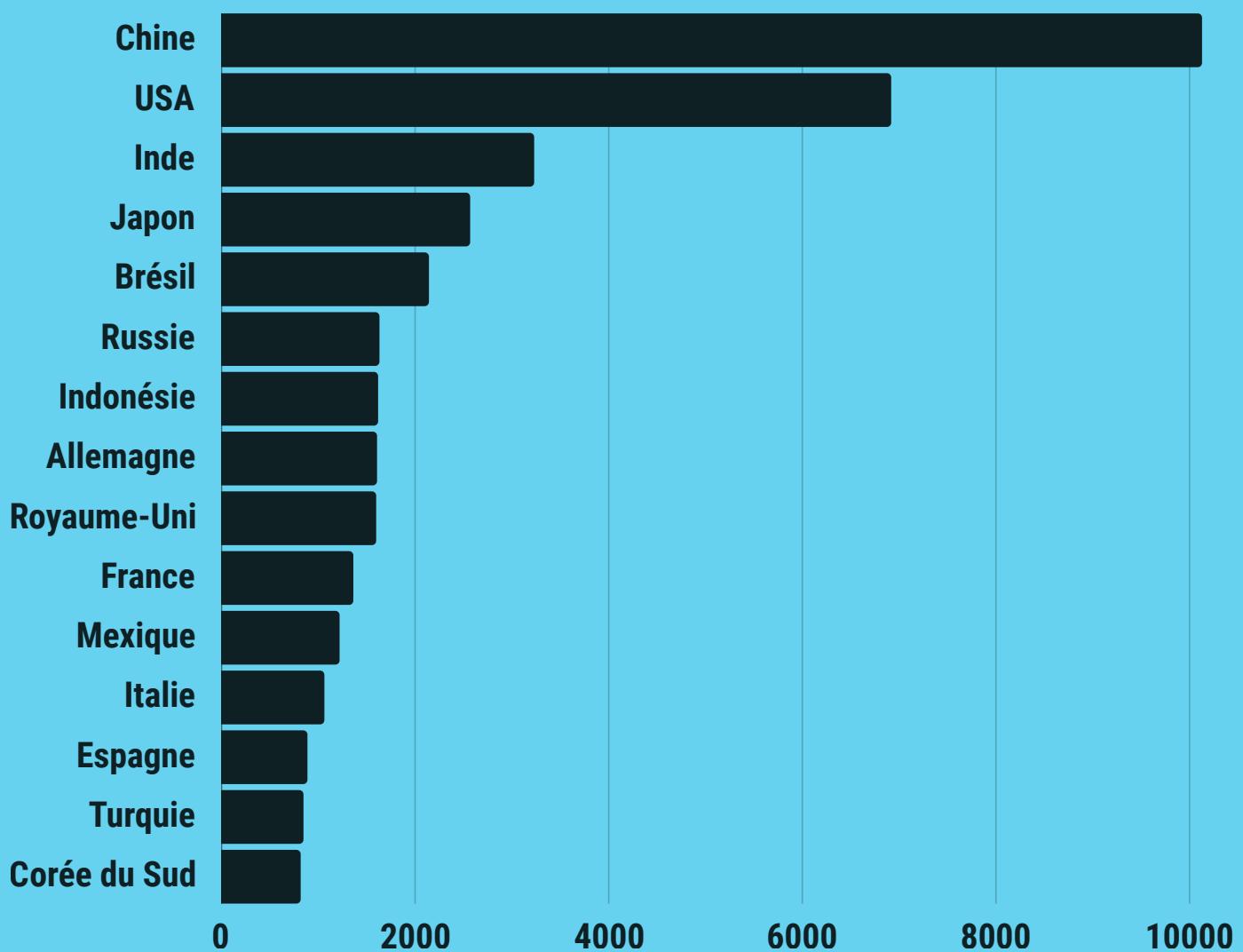


Mais au-delà de ce changement de mentalité nécessaire, Serranos souligne que nous ne pouvons pas faire progresser la durabilité sans nous attaquer à la racine du problème : la production de déchets. Selon lui, l'économie circulaire doit cesser d'être une solution réactive. « **Tant que les déchets existent, le problème n'est pas résolu. Le défi est de concevoir de manière à éviter de générer des déchets à la source** », explique-t-il.

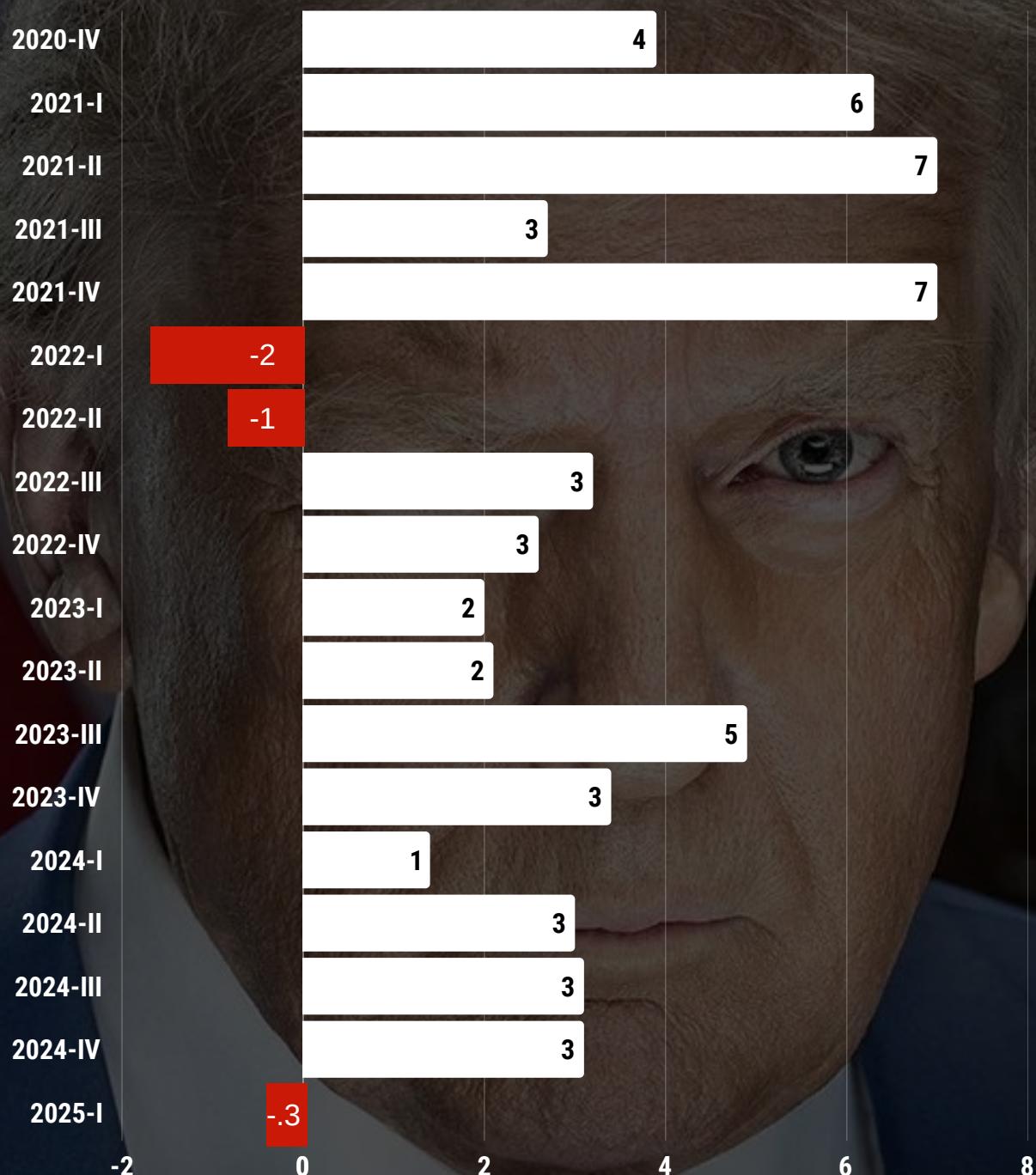
« **L'économie circulaire crée de nouveaux marchés, elle ne remplace pas ceux existants** », note le PDG. Grâce à la revalorisation des produits et des ressources, la technologie devient un moteur essentiel de la durabilité. En ce sens, ce modèle n'est pas seulement économiquement viable, il est également socialement transformateur.

Les pays qui génèrent le plus de déchets électroniques

Classement des pays selon le volume de déchets électroniques générés en 2019 (en milliers de tonnes métriques)



L'ÉCONOMIE AMÉRICAINE SE CONTRACTE POUR LA PREMIÈRE FOIS DEPUIS 2022 EN RAISON DE L'INCERTITUDE ENTOURANT LES POLITIQUES PRÉSIDENTIELLES.



Taux de pourcentage annualisé - série non saisonnière Source : Département du Commerce.



**Negocios
para
Negocios**

negociosparanegocios.com

L'ÉCLAIRAGE ARTIFICIEL TRANSFORME LA CULTURE ALIMENTAIRE

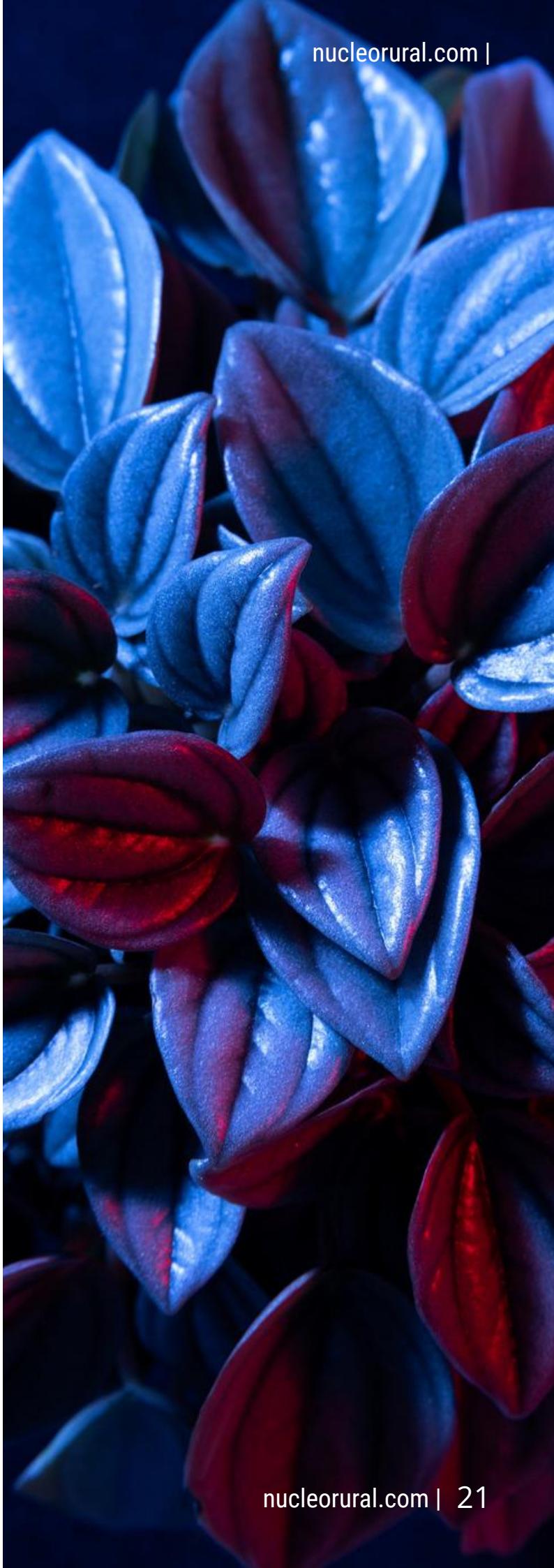
Grâce à des systèmes LED adaptables et à une production dans des environnements contrôlés, l'éclairage artificiel permet des récoltes plus efficaces, plus cohérentes et plus durables tout au long de l'année.

Face au besoin croissant de produire davantage de nourriture de manière efficace et durable, l'agro-industrie adopte des technologies qui semblaient autrefois réservées à la science-fiction. L'un des plus perturbateurs est l'éclairage artificiel, qui permet de cultiver sans dépendre des saisons, du climat ou de la situation géographique.



Cette technologie a gagné en importance pour sa capacité à reproduire et à optimiser la lumière du soleil à l'aide de systèmes LED réglables. Selon un rapport du cabinet de recherche Market Research Future (MRFR), le marché de l'éclairage agricole était évalué à 11,7 milliards de dollars en 2023 et devrait atteindre 30.5 à 42.7 milliards de dollars d'ici 2035, selon le scénario de croissance.

Le principe de cette innovation réside dans la photosynthèse. Les plantes réagissent à différentes longueurs d'onde : la lumière bleue (avec des longueurs d'onde comprises entre 400 et 500 nanomètres) favorise la croissance végétative, tandis que la lumière rouge (600–700 nm) est essentielle à la floraison et à la fructification. Même la lumière ultraviolette et la lumière rouge lointaine ont des effets positifs, allant de l'amélioration des nutriments à la stimulation de la germination. Comprendre ces réponses vous permet d'adapter la lumière au type de culture et au stade de croissance, ce qui est impossible avec la lumière naturelle du soleil.



Des exemples pratiques montrent déjà des résultats surprenants. Au Japon, l'usine de production Mirai cultive jusqu'à 10 000 laitues par jour dans un système fermé avec éclairage LED, réduisant ainsi la consommation d'eau et d'énergie. Dans les serres de haute technologie, la lumière artificielle complète la lumière du soleil pour prolonger les saisons de croissance et améliorer les rendements des tomates, des poivrons et des fleurs.

Les avantages sont nombreux : productivité accrue, qualité constante, utilisation réduite de ressources telles que l'eau et les pesticides, et culture dans des zones improches à l'agriculture traditionnelle. Cependant, il existe également des défis et des préoccupations importants, principalement la consommation et les coûts énergétiques élevés, ainsi que les coûts d'investissement initiaux des systèmes d'éclairage, qui soulèvent des inquiétudes quant à la viabilité économique et à la rentabilité.

Cependant, l'éclairage artificiel a cessé d'être un simple outil complémentaire et est devenu un pilier fondamental de l'agriculture moderne. Grâce à la technologie LED et à son adaptabilité, cette innovation se positionne comme un pilier clé de l'avenir de l'agro-industrie. Le défi ? Adaptez-le de manière durable et rendez-le accessible à davantage de producteurs.





campagnes numériques

GESTION DES INFLUENCEURS EN AMÉRIQUE LATINE

hola@grupothepublic.com

+51 963 567 326



DANIELA OSORES

« Nous gaspillons la moitié de ce que nous produisons dans un pays où plus de 17 millions de personnes souffrent d'insécurité alimentaire. »



Avec plus d'une décennie de travail, la Banque Alimentaire du Pérou réaffirme son engagement en faveur d'un pays plus juste et sans faim en promouvant de nouvelles formes de collaboration et de don.

En Amérique latine, des millions de personnes sont confrontées à l'insécurité alimentaire, une réalité quotidienne. La région, l'une des plus inégalitaires au monde, produit suffisamment de nourriture pour nourrir sa population, mais elle est confrontée à des taux alarmants de faim, de malnutrition et de gaspillage alimentaire. Cette contradiction reflète une défaillance structurelle qui nécessite des solutions urgentes et durables.

« Environ 47.6 % de la nourriture produite chaque année est gaspillée. Et chaque fois que de la nourriture est gaspillée, nous privons de nombreuses personnes de la possibilité de se nourrir. Notre pays ne peut pas continuer à banaliser la faim », déclare Daniela Osores, directrice générale de la **Banque alimentaire du Pérou (BAP)**.



Dans des pays comme le Pérou, la situation est particulièrement grave : 51,7 % de la population (environ 17,6 millions de personnes) vivent dans une insécurité alimentaire modérée ou sévère. De plus, six Péruviens sur dix ont passé un jour ou plus sans manger en raison du manque d'accès à la nourriture.

Face à cette situation, le BAP a renforcé son engagement dans la campagne « La faim n'est pas un choix », une initiative qui vise à fournir 100 000 rations alimentaires à plus de 7 200 personnes en situation de vulnérabilité.

« Au cours de ces onze années, nous avons pu récupérer plus de 50 000 tonnes de nourriture. Nous servons actuellement 80 000 personnes chaque jour, mais nous cherchons à atteindre une population toujours croissante, non seulement celle en situation d'insécurité alimentaire, mais aussi celle vivant dans l'extrême pauvreté », souligne Osores.

L'un des problèmes les plus préoccupants, selon Osores, est l'anémie infantile : « Dans des régions comme Loreto, en Amazonie péruvienne, plus de 90 % des enfants de moins de trois ans souffrent d'anémie. On ne peut pas parler de développement quand des millions d'enfants grandissent sans avoir accès à une alimentation aussi minimale et adéquate », souligne-t-il. Pour elle, la lutte contre la malnutrition doit être une priorité transversale, avec la participation active de tous les secteurs.



Son modèle repose sur la récupération des excédents des entreprises, des supermarchés et des producteurs agricoles. Grâce à une décennie de travail ininterrompu, le BAP a réussi à livrer de la nourriture en bon état aux communautés à travers le pays. « Alors que nous couvrons 22 régions du pays, nous voulons atteindre tout le Pérou de manière plus cohérente », dit-il.

Pour Osores, cette formule répond non seulement à un besoin urgent, mais démontre également que « la solidarité peut être organisée, professionnalisée et avoir un impact à grande échelle ». Sous sa direction, l'organisation a consolidé un réseau de plus de 400 entreprises partenaires, ainsi qu'une base de bénévoles qui s'accroît chaque année.

La campagne « La faim n'est pas un choix » invite les citoyens à devenir des donateurs récurrents, avec des contributions à partir de 20 soles, qui se traduisent directement en rations alimentaires. « La sensibilisation au gaspillage alimentaire et à l'insécurité alimentaire est la base pour mobiliser la population afin qu'elle puisse participer et créer le changement », souligne le responsable.

C'est pour cette raison que, ces dernières années, BAP a mis en place des ateliers d'éducation nutritionnelle, de recyclage et d'entrepreneuriat dans les communautés vulnérables. « Il ne s'agit pas seulement de livrer de la nourriture ; il s'agit également de donner de la dignité aux gens, de les soutenir sur leur chemin vers l'autonomie et de garantir que les générations futures auront de meilleures opportunités », dit-il.





Cependant, Osores souligne également que la participation du secteur privé est essentielle pour élargir le champ d'application. Bien qu'ils collaborent actuellement avec de grandes entreprises, il existe encore un énorme potentiel à exploiter. L'adhésion d'un plus grand nombre d'entreprises, que ce soit par le biais de dons, de campagnes conjointes ou d'un soutien logistique, renforce non seulement la capacité opérationnelle du BAP, mais multiplie également son impact social.

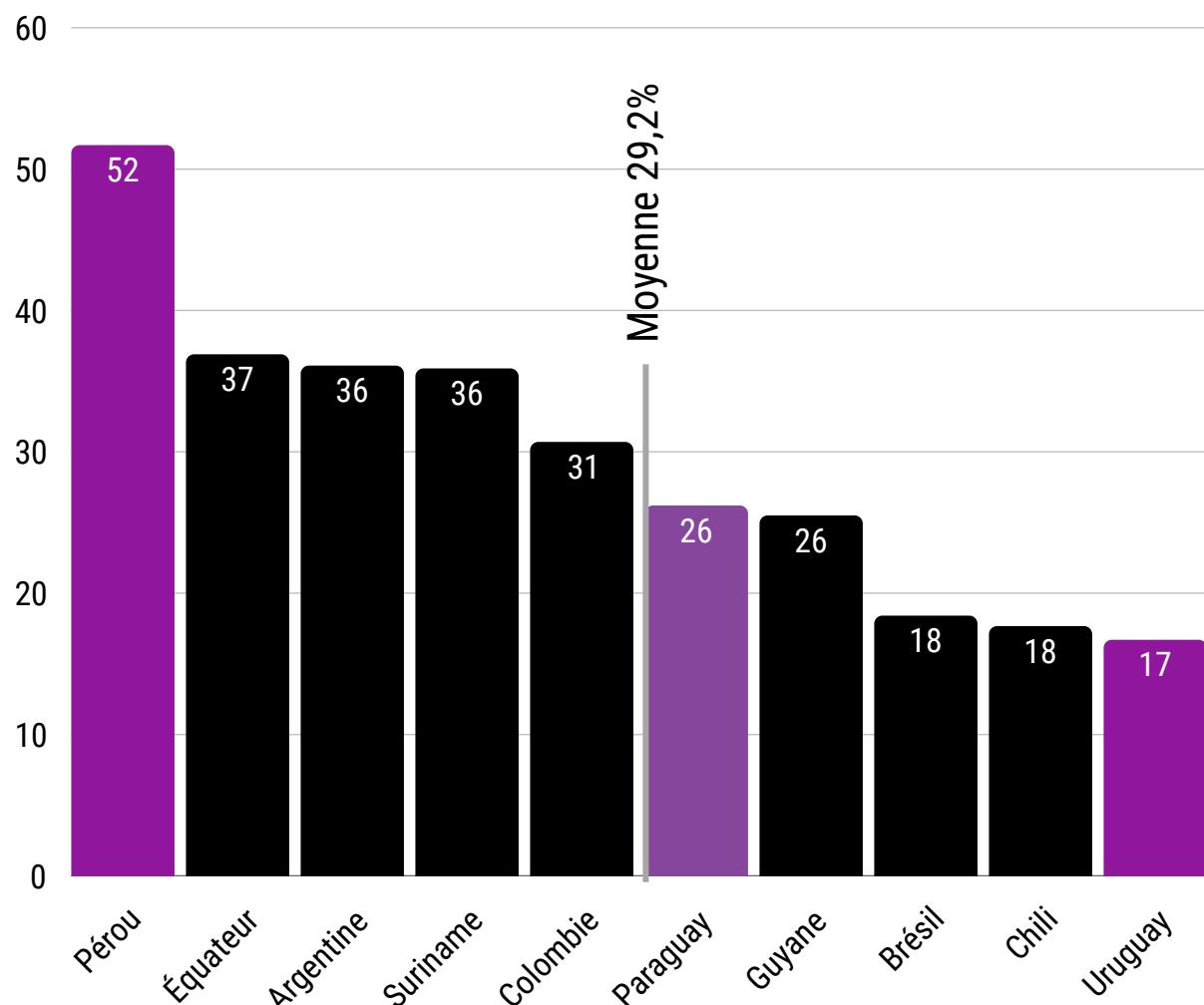
Nos partenaires manifestent un vif intérêt. Ils nous donnent non seulement de la nourriture, mais collaborent également à des programmes de marketing et de publicité. Grâce à leurs marques, ils nous permettent de mieux faire connaître la Banque Alimentaire.

Malheureusement, notre travail reste méconnu. C'est pourquoi ces partenariats avec de grandes entreprises sont si précieux : ils nous offrent une grande visibilité et nous permettent de toucher davantage de personnes susceptibles de s'associer à cette cause.

La faim ne connaît ni âge, ni sexe, ni lieu. N'importe qui peut se retrouver, à tout moment, sans les moyens de se nourrir. Dans ce panorama, « La faim n'est pas un choix » prend une importance particulière dans le cadre de la commémoration du dixième anniversaire de la Banque alimentaire du Pérou. Son appel d'aujourd'hui vise à rallier des soutiens pour que manger cesse d'être un privilège et devienne enfin un droit garanti pour tous.



Pourcentage d'insécurité alimentaire modérée en Amérique du Sud.



Le rapport n'inclut pas la Bolivie et le Venezuela.

Préparé par le Centre péruvien d'études sociales (CEPES) sur la base du dernier rapport SOFI 2024 de la FAO

VILLES LES PLUS RICHES

Source New World Wealth, Henley & Partners

1 New York

2 San Francisco

3 Los Angeles

8 Chicago

4 Londres

10 Paris

5 Hong Kong

7 Pékin

10 Shanghai

6 Singapour



384 500 millionnaires.

66 milliardaires

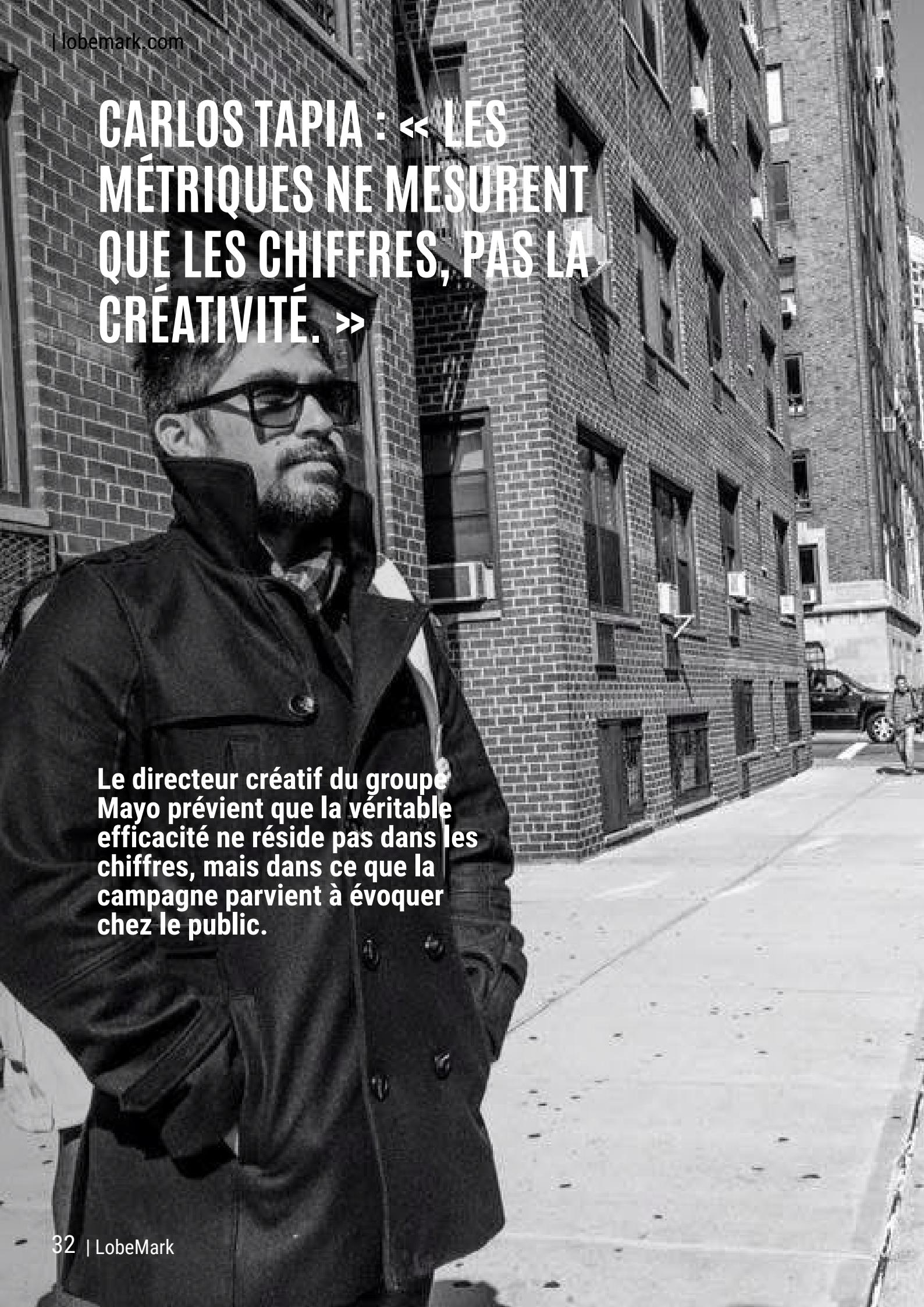
818 centimillionnaires

Lobe
Mark



lobemark.com

CARLOS TAPIA : « LES MÉTRIQUES NE MESURENT QUE LES CHIFFRES, PAS LA CRÉATIVITÉ. »



Le directeur créatif du groupe Mayo prévient que la véritable efficacité ne réside pas dans les chiffres, mais dans ce que la campagne parvient à évoquer chez le public.

Aujourd'hui, mesurer l'impact réel d'une campagne publicitaire nécessite de regarder au-delà des clics, des conversions ou des vues. Lorsque la narration devient un pont pour générer des expériences partagées et renforcer la fidélité, les indicateurs traditionnels ne suffisent plus.

« Avant, le seul moyen de mesurer l'impact était le bouche-à-oreille. Au Pérou, lorsqu'une publicité était un succès, les émissions humoristiques ou d'information en parlaient pendant le week-end. Ainsi, on savait lesquelles étaient les plus importantes », se souvient Carlos Tapia, directeur exécutif régional de la création du groupe Mayo.

Ce phénomène n'était pas exclusif au Pérou ; Toute l'Amérique latine partageait cette façon de valider le succès publicitaire en se basant sur la reconnaissance populaire.

Alors que les algorithmes et les plateformes numériques dictent des règles sur la manière de retenir l'attention, Tapia met en garde contre la sous-estimation de la valeur émotionnelle qu'une marque peut avoir pour une communauté. « Les indicateurs ne mesurent que les chiffres », note-t-il, mais ajoute que l'efficacité d'une campagne doit se concentrer sur la profondeur et la créativité de ce qui est dit, et pas seulement sur le respect de formules préconçues.



En ce sens, de plus en plus d'agences et de marques investissent dans des mesures qui tentent de capturer quelque chose au-delà de la performance technique : l'engagement émotionnel. Certains parlent déjà de « métriques de passion » pour désigner des indicateurs qui reflètent le degré d'attachement ou d'identification que les gens ressentent envers une marque. Ils cherchent à comprendre la manière dont une histoire est partagée, commentée, voire appropriée culturellement.

De plus, les progrès de l'intelligence artificielle et des outils d'analyse émotionnelle ont commencé à fournir de nouvelles façons de mesurer cet impact symbolique. Des technologies telles que la reconnaissance faciale, l'analyse vocale et le suivi oculaire permettent de détecter des micro-expressions et des émotions authentiques dans une pièce publicitaire.

On voit souvent des campagnes qui cartonnent sur les réseaux sociaux, cumulant des millions de vues, mais qui n'apportent rien de créatif. Elles fonctionnent parce qu'elles suivent à la lettre les formules des plateformes, mais où est l'histoire ?



Tapia prévient cependant que ces outils doivent être utilisés avec discernement : « L'intelligence artificielle est une bonne chose, mais elle ne remplace pas la sensibilité humaine ni la compréhension profonde des émotions et des codes partagés qui rendent une communauté unique. »

La publicité, plus qu'une simple industrie de résultats mesurables, devrait être une extension de l'identité culturelle et personnelle de ceux qui la créent. Travailler avec passion, engagement et authenticité est, selon Tapia, la véritable formule pour construire des campagnes qui non seulement vendent des produits mais laissent également une marque dans la mémoire collective.

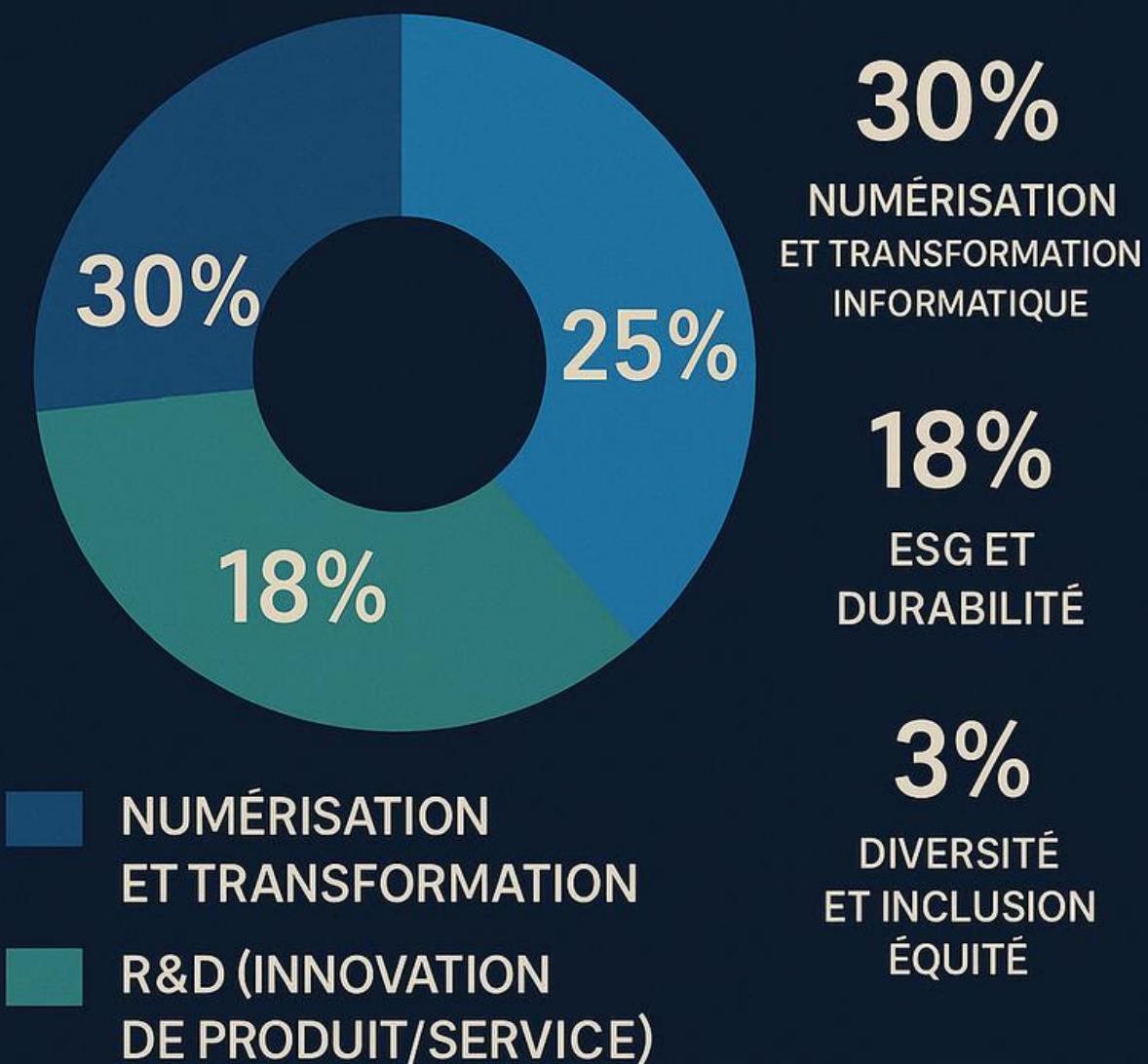


“Nous vivons à une époque où la publicité risque de devenir totalement mécanique. Si un contenu ne correspond pas aux critères imposés par les plateformes, il est tout simplement rejeté, quelle que soit sa valeur émotionnelle ou symbolique.”

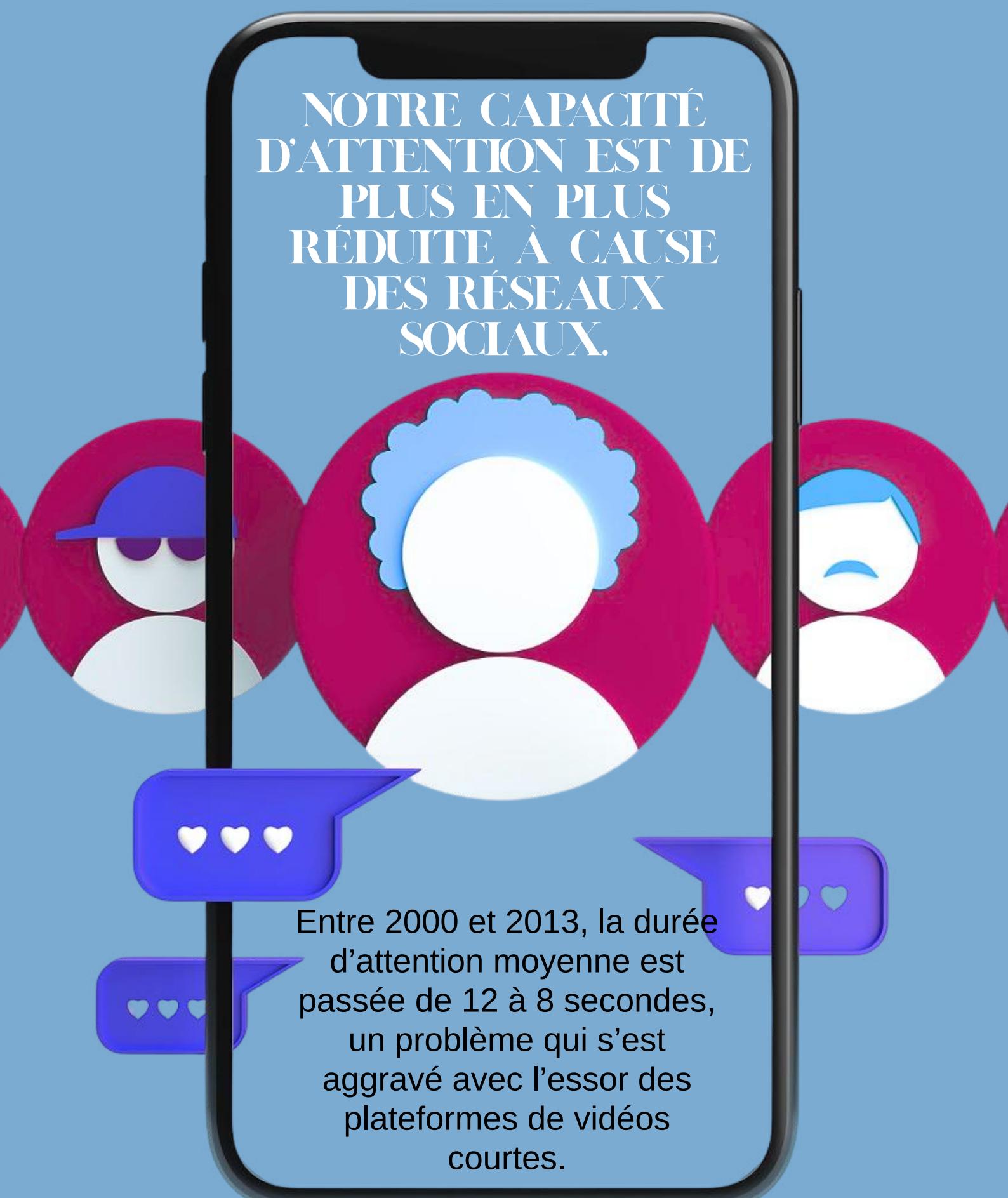


SECTEURS D'INVESTISSEMENT DES ENTREPRISES LEADERS

Dans quels secteurs les entreprises leaders investissent-elles le plus ?



NOTRE CAPACITÉ
D'ATTENTION EST DE
PLUS EN PLUS
RÉDUITE À CAUSE
DES RÉSEAUX
SOCIAUX.

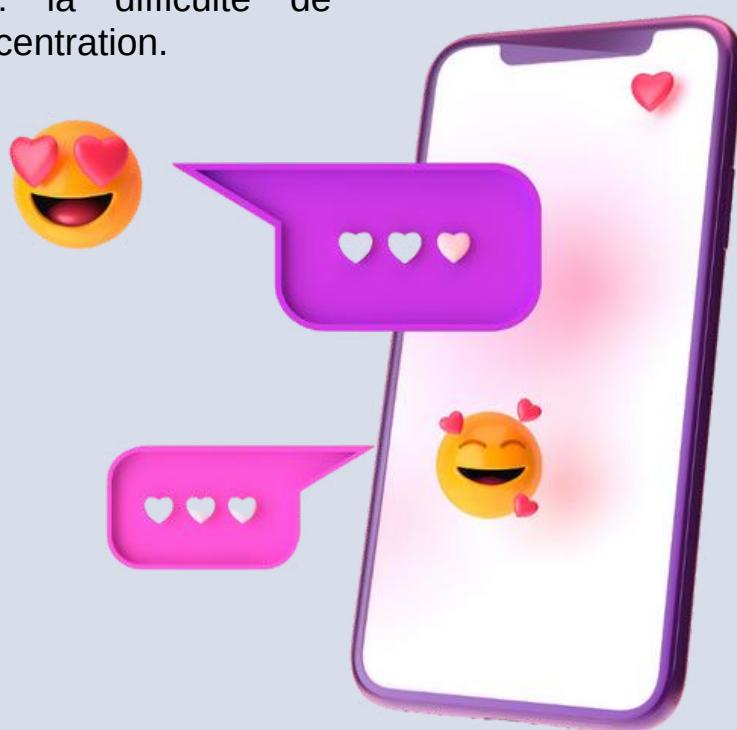


Entre 2000 et 2013, la durée d'attention moyenne est passée de 12 à 8 secondes, un problème qui s'est aggravé avec l'essor des plateformes de vidéos courtes.

À

l'ère du numérique, la technologie est devenue un élément fondamental de la vie quotidienne, transformant la façon dont les gens communiquent, accèdent à l'information et se divertissent. Cependant, cette connectivité constante s'accompagne d'un défi de plus en plus évident : la difficulté de maintenir la concentration.

L'exposition constante à une variété de stimuli peut fragmenter l'attention et rendre difficile le maintien de la concentration sur des tâches qui nécessitent une immersion plus profonde. La structure même de ces plateformes, avec leurs flux infinis de contenu, leurs notifications constantes et l'utilisation d'algorithmes de personnalisation, semble entraîner le cerveau à rechercher la nouveauté et la gratification instantanée.



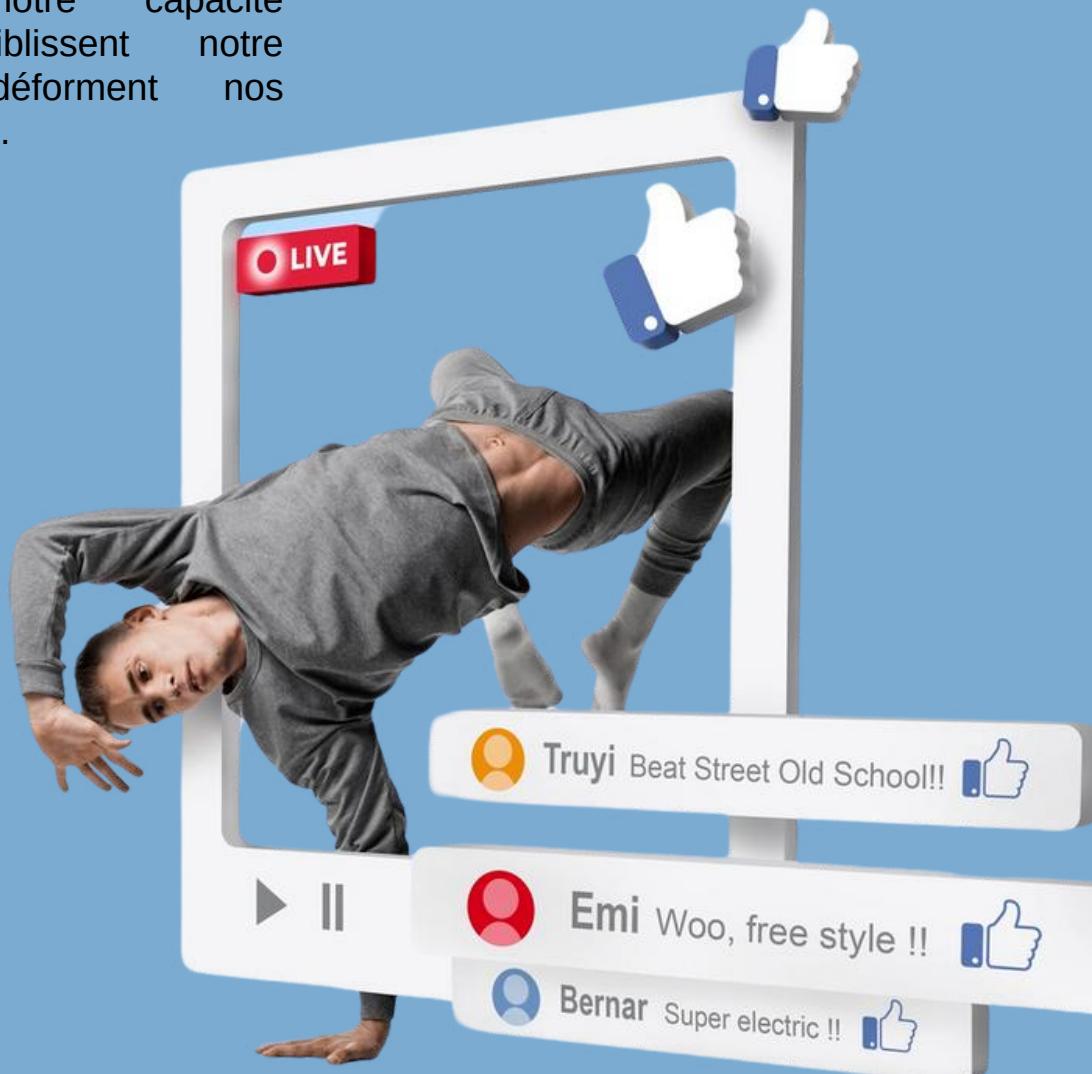
Les plateformes de médias sociaux sont devenues profondément intégrées dans la routine quotidienne de millions de personnes à travers le monde. Bien que ces plateformes offrent des avantages indéniables, leur conception et la nature de leur contenu présentent des défis importants pour nos capacités cognitives.

Selon le rapport de Microsoft, Microsoft Canada Consumer Insights (2015), entre 2000 et 2013, la durée moyenne d'attention humaine a diminué de 12 à 8 secondes, coïncidant avec l'essor des médias sociaux. Et les médias sociaux sont intrinsèquement conçus pour capter et maintenir l'attention des utilisateurs.

En particulier, l'essor des contenus vidéo de courte durée ces dernières années, tels que TikTok, Instagram Reels et YouTube Shorts, peut conditionner le cerveau à déplacer rapidement son attention, ce qui rend difficile la concentration sur des tâches plus longues et plus exigeantes.

Selon une recherche publiée dans le journal britannique The Guardian en 2024, diverses études de la Harvard Medical School et du King's College de Londres ont montré que ces types de formats vidéo courts réduisent notre matière grise, raccourcissent notre capacité d'attention, affaiblissent notre mémoire et déforment nos processus cognitifs.

L'attrait des médias sociaux est en grande partie dû à leur capacité à activer le système de récompense du cerveau. Chaque interaction sur ces plateformes déclenche la libération de dopamine, un neurotransmetteur lié au plaisir et à la récompense. Ce phénomène renforce le désir de continuer à interagir, ce qui peut conduire à des comportements de vérification compulsifs.



Les neuroscientifiques soulignent que ce mécanisme est similaire à celui de la dépendance, car le cerveau s'habitue à recevoir une gratification immédiate, ce qui favorise la dépendance psychologique. Selon une étude de l'Observatoire national des technologies et de la société, 11.3 % des personnes âgées de 15 à 24 ans présentent un risque élevé d'utilisation compulsive des médias sociaux.

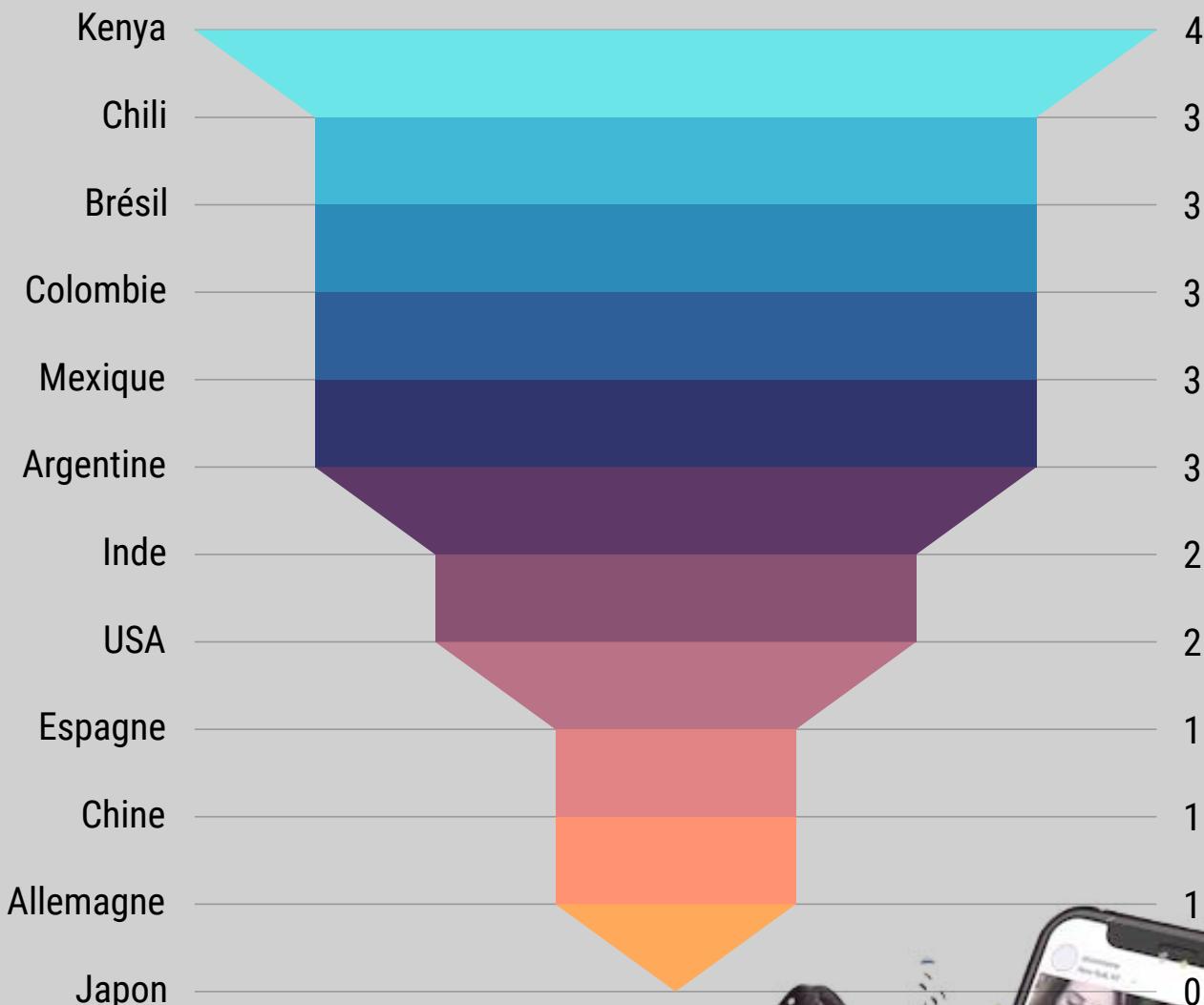
La difficulté de se concentrer à l'ère numérique est un défi complexe et multiforme. La conception des médias sociaux, pilotée par des algorithmes qui cherchent à maximiser l'engagement, peut conditionner les utilisateurs à avoir une durée d'attention plus courte et à rechercher constamment une gratification instantanée.

Pour relever ce défi, il faut accroître la sensibilisation aux mécanismes de distraction, promouvoir la littératie numérique et potentiellement mettre en œuvre des mesures réglementaires qui favorisent une utilisation plus saine et plus équilibrée de la technologie dans la société moderne.



Combien de temps passez-vous sur les réseaux sociaux ?

Temps quotidien moyen passé sur les réseaux sociaux en 2024 en heures et minutes.



Source : Rapport de données du Global Web Index





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

PLANETAENVERDE.COM

LES CHAMPIGNONS TRANSFORMENT LES DÉCHETS EN MATÉRIAUX BIODÉGRADABLES

Grâce au mycélium, le réseau racinaire des champignons, il est possible de combiner les déchets organiques et de les transformer en matériaux solides, compostables et sans microplastiques.



Les déchets organiques représentent une grande partie des déchets générés quotidiennement dans les foyers et les industries. Souvent considérés comme inoffensifs et biodégradables, l'accumulation de ces déchets constitue un grave problème environnemental, car ils peuvent contaminer l'eau, l'air et le sol.

Dans des pays comme le Chili, plus de 50 % des déchets municipaux sont des matières organiques, selon le ministère de l'Environnement (MMA). La pratique courante consistant à éliminer ces déchets dans des décharges est non seulement inefficace en termes d'utilisation des ressources, mais crée également des problèmes de pollution et des risques environnementaux.



La réponse à ce défi s'est matérialisée dans l'application d'une technologie biologique fascinante : l'utilisation du mycélium fongique comme agent liant pour transformer les déchets organiques en divers types de matériaux. Cette innovation repose sur la capacité naturelle du mycélium, le réseau de filaments qui constitue la partie végétative des champignons, à se développer à travers des substrats organiques et à les unir entre eux, formant ainsi un matériau composite solide.

« La fonctionnalité du mycélium varie selon sa souche, son origine et le mélange de substrats. Par exemple, un substrat léger est utilisé pour l'emballage afin de faciliter le transport, tandis qu'un substrat plus lourd peut être utilisé pour des produits décoratifs. Cependant, ce matériau est très polyvalent et pourrait avoir des milliers d'applications », explique Lorenza Zanoni, PDG de Fungaltech, une start-up chilienne innovante spécialisée dans l'utilisation du mycélium pour développer des produits tels que des emballages biodégradables.

Étant 100% compostables et biodégradables, les produits dérivés de ce matériau ne génèrent pas de microplastiques et ne contaminent pas le sol ou l'eau. De plus, sa production a un faible impact environnemental, car elle ne nécessite pas l'utilisation de produits chimiques nocifs et peut se décomposer naturellement en peu de temps.

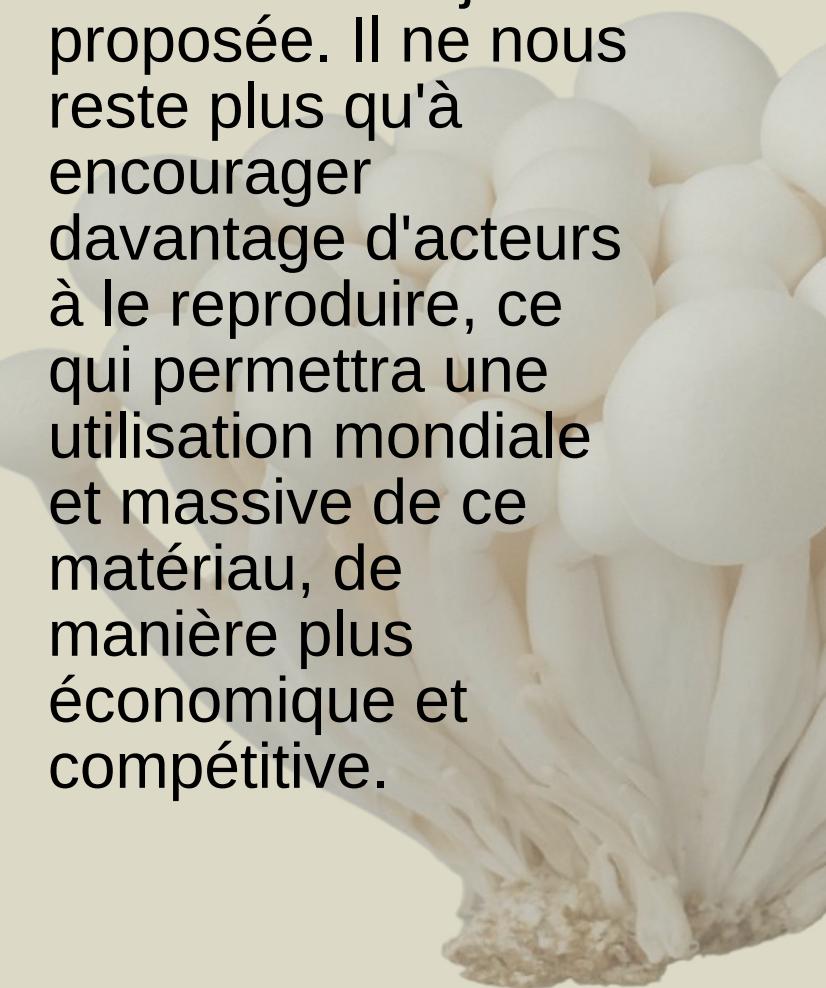


Mini jardinière BioMyc

Concernant la durabilité, Zanoni précise : « Cela dépend de la souche utilisée et de la fonctionnalité souhaitée. Certains matériaux que nous avons développés ont prouvé leur durabilité pendant plus de cinq ans, aussi bien en intérieur qu'en extérieur. De plus, nous avons testé des bouées fabriquées avec du mycélium qui ont résisté à des conditions difficiles en eau libre, démontrant ainsi leur capacité d'adaptation aux environnements aquatiques. »

Cependant, l'adoption de ce type de biomatériaux présente encore des défis importants sur le marché. Lorenza Zanoni reconnaît que l'un des plus grands défis est la concurrence des produits à base de plastique synthétique, qui dominent actuellement le marché. « Bien que le mycélium ait un grand potentiel, il ne peut toujours pas rivaliser directement avec ces matériaux en termes de durabilité et de résistance, mais son développement continue de progresser », note-t-il.

Être pionnier est toujours un défi, mais je crois que nous avons réussi à créer une vague d'entrepreneurs prêts à bousculer les traditions. Ce matériau est déjà bien implanté dans l'écosystème et cette solution est déjà proposée. Il ne nous reste plus qu'à encourager davantage d'acteurs à le reproduire, ce qui permettra une utilisation mondiale et massive de ce matériau, de manière plus économique et compétitive.





**CRÉER UNE
ENTREPRISE EST
FACILE**

CLUBDEEMPRESAS.COM



ConStyling.com
BEAUTÉ DURABLE

5 GADGETS QUI MODIFIENT LE BIEN-ÊTRE PERSONNEL



CES APPAREILS RENDENT LES SOINS PERSONNELS PLUS PRÉCIS, ACCESSIBLES ET PERSONNALISÉS QUE JAMAIS.

Le paysage des technologies de la santé connaît une transformation sans précédent, marquée par une convergence croissante entre la technologie et les soins de santé. Cette évolution a transcendé les dispositifs médicaux traditionnels, inaugurant une nouvelle ère de gadgets de santé axés sur le consommateur.

Ces avancées technologiques s'inscrivent dans une tendance vers des soins de santé personnalisés et préventifs, où elles jouent un rôle clé dans le suivi des paramètres de santé, l'amélioration du sommeil et la promotion d'habitudes alimentaires saines. Voici 5 gadgets qui permettent aux gens de prendre le contrôle de leur santé de manière proactive, pratique et avec plus de précision :



Cuillère électrique Kiring

Une consommation élevée de sodium représente un problème aux conséquences graves telles que l'hypertension artérielle, les accidents vasculaires cérébraux, l'insuffisance cardiaque, entre autres. C'est pour cette raison que la société japonaise Kiring Holdings a lancé cette cuillère en 2024. Elle utilise de douces impulsions électriques pour stimuler les récepteurs gustatifs de la langue et rehausser la saveur salée des aliments, réduisant ainsi la consommation de sel.



Conçus pour améliorer la qualité du sommeil, ces écouteurs diffusent des sons apaisants toute la nuit sans avoir besoin d'être connectés à un smartphone. De plus, ils sont équipés de capteurs supplémentaires de lumière, de bruit et de température pour surveiller les facteurs environnementaux qui pourraient affecter négativement la qualité du sommeil.

Écouteurs de sommeil Ozlo

Anneau circulaire 2

Cette bague intelligente allie élégance et fonctionnalité, offrant une surveillance complète de la santé, y compris la détection de la fibrillation auriculaire approuvée par la FDA, le suivi du sommeil, la surveillance du stress, les niveaux d'oxygène dans le sang et la surveillance de la fréquence cardiaque, le tout sans abonnement.



iSleePad

L'iSleePad est un matelas de sommeil intelligent qui offre une surveillance du sommeil sans contact. Il utilise la technologie de détection par micro-ondes à faible puissance (LPMS) pour suivre la fréquence cardiaque et la respiration sans contact avec la peau. Il intègre également un générateur de résonance Schumann, qui vise à favoriser un sommeil profond et réparateur.



Amazfit Vital

Bien qu'il s'agisse encore d'un prototype et qu'il soit prévu de le commercialiser prochainement, cet appareil compact enregistre vos repas grâce à une caméra intégrée, fournissant des informations nutritionnelles détaillées sans nécessiter de saisie manuelle. Il s'intégrera à l'application Zepp pour un suivi complet du régime avec juste une photo.



Ces dispositifs représentent une nouvelle ère dans le domaine des soins de santé, où la prévention et la surveillance continue sont intégrées à notre quotidien de manière discrète et efficace. La santé du futur est désormais à notre portée.



A woman with dark curly hair, wearing a black turtleneck sweater, stands in a lush green field, smiling at the camera. She is holding a large green plastic crate filled with ripe yellow and green bell peppers. The background is a dense, out-of-focus green foliage.

NR NucleoRural

Cultiver les chemins de
la croissance.

nucleorural.com

Des sculptures qui capturent le temps et le mouvement

L'artiste mexicaine Miriam Pérez Guerrero a fait du métal son langage pour capturer le mouvement, la mythologie et sa passion pour l'art.



D

epuis qu'elle était petite, Miriam Pérez Guerrero savait que l'art était sa voie. Il lui suffisait d'un crayon dans les mains pour comprendre que son destin était lié à la couleur, à la forme et à la transformation. « Toute ma vie a été consacrée au dessin, à la coloration, au modelage », dit-il avec la certitude de quelqu'un qui ne se souvient pas d'un début parce qu'il est simplement né artiste.

Originaire de Mérida, Yucatán, Mexique, Miriam a développé une inclination pour les arts dès son plus jeune âge. Sa formation artistique s'est consolidée à la prestigieuse Académie San Carlos, École Nationale d'Arts Plastiques (ENAP), où il a acquis une base solide dans les pratiques artistiques traditionnelles.

Ainsi, Miriam défend avec conviction l'éducation artistique, déplorant que de nombreux jeunes d'aujourd'hui négligent la technologie dans leur recherche de leur propre voix. Pour elle, les deux choses doivent aller de pair : le talent et la compétence.



Je suis une femme qui respecte profondément l'éducation. Bien sûr, tous les artistes ne sont pas de bons professeurs, et tous les bons professeurs ne sont pas de bons artistes, mais il faut savoir reconnaître quand un artiste vous enseigne. C'est très important.

Tout au long de sa carrière, il a exploré différents matériaux, mais c'est dans les métaux, notamment le bronze, qu'il a trouvé son langage. Contrairement à l'argile ou au verre, dont la fragilité et le poids imposaient des limites, le bronze lui offrait la liberté de suspendre des formes dans l'air et, paradoxalement, de capturer le mouvement dans un matériau aussi solide.



Son expérience de chorégraphe et sa profonde connaissance du corps humain ont puissamment influencé sa sculpture. « **Danser, c'est réaliser un million de sculptures en une seconde. Sculpter, c'est figer une seconde de cette danse pour toujours** », dit-il.



Ainsi, Miriam a été reconnue au Mexique et à l'étranger pour son travail exceptionnel en sculpture métallique. En 2016, il remporte la première place à l'unanimité à la Biennale de sculpture de Valldoreix à Barcelone, en Espagne. L'année suivante, il reçoit le Prix international de sculpture Andrés Villa Pérez à Villaldemiro, Burgos, Castille-et-León, pour sa carrière exceptionnelle.

Ses œuvres sont exposées dans divers espaces publics et musées. Parmi eux se trouvent Danza, situé dans le Circuit Panaméricain d'Athlétisme de Guadalajara et dans le Complexe Culturel de l'Université Autonome Benemérita de Puebla ; Kukulcán, le vol du serpent, à San Diego, Californie ; Les Roues du Temps, au Musée de l'Automobile d'El Paso, au Texas ; et The Sun Chariot, à Cuernavaca, Morelos.

Au-delà de la forme, son œuvre est profondément imprégnée de symbolisme. Influencée par la mythologie maya, mexicaine et gréco-romaine, elle trouve dans ces visions du monde une source constante de réflexion. Le mythe et la métaphore de la croissance spirituelle deviennent un symbole tangible à travers le bronze et l'acier.

Miriam n'a jamais cessé de créer ; Son œuvre est un témoignage constant d'une vie consacrée à l'art. « Le talent est une petite graine que Dieu nous donne, mais il faut la planter dans une bonne terre, la fertiliser, l'arroser », dit-il avec sagesse. Pour Miriam, cet engras s'appelle technique, travail et expérimentation. Parce que l'art, comme la vie, exige aussi discipline et passion.



THE PUBLIC

MARKETING DE CONTENU

qui positionne

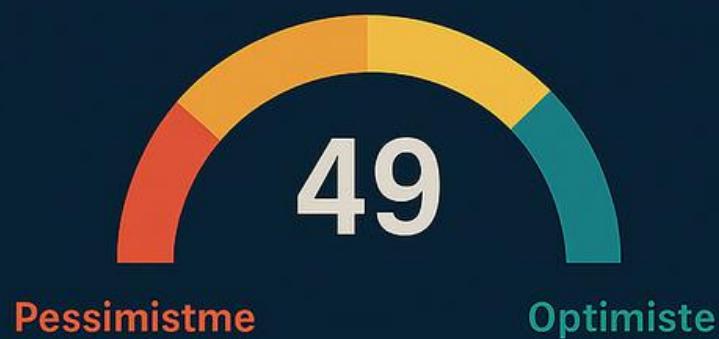
www.grupothepublic.com

+51 963 567 326

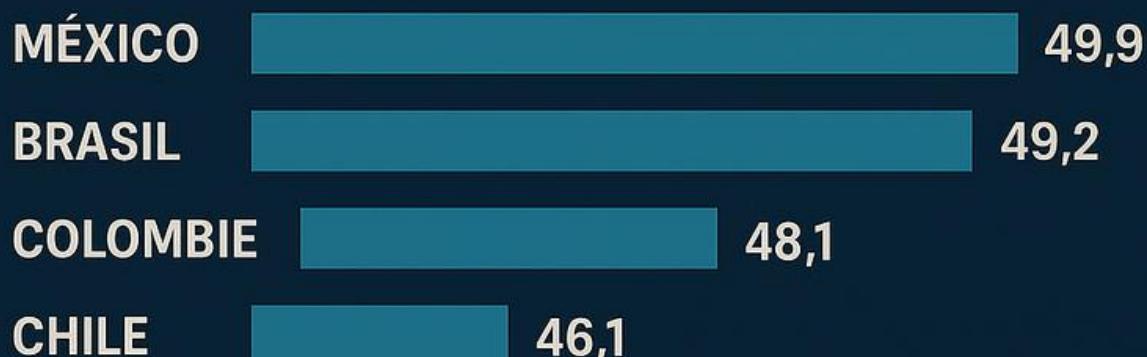


NIVEAU DE CONFIANCE DES ENTREPRISES EN AMÉRIQUE LATINE (T 2025)

Dans le secteur industriel



AMÉRIQUE LATINE



FACTEURS INFLUENTS



Inflation et taux d'intérêt élevés



Demande sectorielle et restrictions commerciales

POINTS CLÉS

- Confiance faible en général : La majorité des économies montrent des indices en dessous de 50
- Augmentation des prêts mexicains liés à la hausse de l'inflation et des intérêts

THE PUBLIC



DIFFÉRENCI
ATION POUR
VOTRE MAR
QUE

Negocios
para
Negocios

Vivir
tec

Lobe
Mark

Señor
Noticia

● 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