

THE PUBLIC

TENDANCES

DE NOUVELLES
PERSPECTIVES POUR LES
VOYAGES D'AFFAIRES

TECHNOLOGIE

VIOLETTA : CHATBOT
INTELLIGENT QUI PREND
SOIN DE LA SANTÉ
MENTALE

COUVERTURE

AGROFEST 2024
PRÉSENTE DIVERSES
APPROCHES POUR
AMÉLIORER
L'AGRICULTURE

ENTRETIEN

HECTOR FERNÁNDEZ

PDG DE VML MEXIQUE

INDICE

6 La protection des consommateurs reste un défi à l'ère de la fintech

Alors que la fintech révolutionne l'accès aux services financiers, la protection des données personnelles devient essentielle.

26

SUR LA COUVERTURE

L'agence mexicaine VML a clôturé sa participation au festival avec un total de 12 lions, répartis en 5 d'or, 5 d'argent et 2 de bronze.



8 Les logiciels de développement durable sont le moteur du changement commercial

Gérer l'empreinte carbone, se conformer aux réglementations et optimiser les ressources sont quelques-unes des tâches que les logiciels peuvent accomplir pour aider les entreprises à être plus écologiques.

14 Les chatbots intelligents optimisent les soins de santé mentale

La technologie rejoint le domaine de la psychologie pour répondre aux enjeux sociaux permettant la création d'espaces sains.

18 L'intelligence artificielle pour améliorer l'apiculture de précision

Disposer de modèles d'IA nous permet de mieux prédire le comportement des ruches et de détecter plus rapidement d'éventuels problèmes.

22 Le marché des animaux de compagnie a un avenir prometteur

Poussée par la tendance à l'humanisation des animaux et à l'investissement croissant dans leur bien-être, l'industrie des animaux de compagnie est en pleine croissance.

ÉDITION PRÉCÉDENTE



Entretien exclusif avec le Groupe Licuadora, les créateurs du premier musée 100% virtuel. Et plus d'articles.

Transmedia Storytelling : la clé pour connecter les marques et les publics

Une étude du Journal of Consumer Behaviour a confirmé que la narration augmente le pouvoir émotionnel de la publicité.

30

34 Oscar Becerra : « La tequila est l'une des plus belles choses »

Cette boisson cache une histoire pleine de tradition, de force et de passion, devenant une icône culturelle du Mexique.

La nanotechnologie ouvre de nouvelles possibilités pour la décontamination de l'air

La technologie innovante de Photio parvient à imiter le processus de photosynthèse pour dégrader les gaz polluants.

40

44 L'agriculture du futur s'engage dans la gestion de l'eau et la durabilité environnementale

Lors de l'Agrofest 2024, au Pérou, des entrepreneurs agricoles ont parlé des tendances, des améliorations et de l'innovation du secteur.



50 Une danse entre l'éternel et le fini dans l'exposition Damian Hirst

L'artiste controversé vient au Musée Jumex pour bousculer les conventions de l'art en explorant la mort, l'horreur et la beauté.

6 tendances des voyages d'affaires pour créer des expériences

L'industrie hôtelière s'adapte à un nouveau profil de voyageur d'affaires.

54

Directeur
Nayla López

Éditeur
Stéphanie Rodriguez
erodriguez@grupothepublic.com

Éditeurs
Léonard Rodríguez
lrodriguez@grupothepublic.com
Pilar Astupina
pastupina@grupothepublic.com
Esperanza Aguilera
eaguilera@grupothepublic.com

Direction artistique
Andréa García
agarcia@grupothepublic.com

Développement et technologie
Pierre Santos
jsantos@grupothepublic.com

ÉDITORIAL



La publicité est au rendez-vous. Dans le cadre du Festival de Créativité Cannes Lions 2024, l'agence VML México a obtenu un total de 12 lions : 5 d'or, 5 d'argent et 2 de bronze, devenant ainsi une fois de plus une référence dans le domaine créatif.

Nous sommes accompagnés en couverture par Héctor Fernández, PDG de cette maison de création, qui a également été reconnu cette année comme l'un des 25 leaders marketing les plus influents.

De plus, dans cette édition, nous explorons les dernières tendances en matière de voyages d'affaires, en soulignant comment l'industrie hôtelière propose des services qui allient harmonieusement travail et détente, puisque le nouveau profil du voyageur d'affaires donne la priorité à la numérisation, au bien-être personnel et aux moments forts de détente.

Devenu un important exportateur alimentaire mondial, le Pérou a beaucoup à dire sur l'agriculture moderne. La troisième édition d'Agrofest, organisée dans le pays andin, apporte une diversité d'approches innovantes pour améliorer l'agriculture avec des propositions visant à promouvoir un secteur plus efficace et plus résilient.

L'évolution des marchés oblige les entreprises à repenser leurs stratégies et leurs modes de fonctionnement. Aujourd'hui, la survie et le succès ne dépendent pas seulement de la qualité du produit ou du service, mais aussi de la capacité de l'entreprise à anticiper de nouveaux scénarios. C'est un voyage constant de découverte et d'adaptation.

Estefani R.
ÉDITEUR

GROUPE ÉDITORIAL

THEPUBLIC

**NOUS
CONNAISSONS
VOTRE
PUBLIC**



Ventes

+521 56 2774 1902

hola@grupothepublic.com

LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS RESTE UN DÉFI À L'ÈRE DE LA FINTECH

Alors que la fintech révolutionne l'accès aux services financiers, la protection des données personnelles devient essentielle.

Scénario : Esperanza Aguilera

L L'évolution rapide du paysage financier vers un environnement numérique a apporté des opportunités

infinies aux entreprises et aux utilisateurs.. Cependant, ce nouveau scénario présente également des défis importants, notamment en matière de protection des données personnelles et de cybersécurité.

Selon le dernier rapport de l'association civile de consommateurs Tec-Check, Droits et plaintes des consommateurs des banques, non-banques et Fintech du Mexique, en Amérique latine et dans les Caraïbes, 65% de la population a accès aux formalités des services financiers, qui met en évidence les avancées significatives dans la promotion de l'inclusion financière dans la région.

Cependant, les informations personnelles des utilisateurs sont plus exposées que jamais, ce qui nécessite des mesures urgentes pour garantir non seulement leur sécurité, mais également un environnement financier numérique plus robuste et plus fiable.

Les utilisateurs sont de plus en plus conscients des risques en matière de sécurité et de confidentialité en ligne. Dans un marché de plus en plus concurrentiel, les entreprises qui excellent en matière de protection des données peuvent attirer et fidéliser de précieux clients.

« Les banques et les entreprises doivent fournir davantage d'informations aux consommateurs sur leurs droits et le type de données dont ils disposent à leur sujet. D'une part pour promouvoir plus de protection, mais aussi pour créer une plus grande confiance dans les processus », explique Fiorentina García, cofondatrice de Tec-Check et auteur du rapport.

Dans le cas particulier du Mexique, la faible inclusion financière a créé un terrain fertile pour la création d'entreprises de technologie financière, qui ont stimulé l'innovation dans les services financiers et facilité l'accès à des segments de la population auparavant mal desservis.

« Malgré une économie moyennement forte et un niveau d'industrialisation notable, le Mexique est confronté à un défi important. Seulement environ 49 % de la population déclare disposer d'un compte d'épargne formel, un niveau assez faible par rapport à l'Amérique latine », mentionne García.

Ajoutant également que cette situation est due, dans une large mesure, au fait que « les banques traditionnelles n'ont pas eu intérêt à s'approcher des populations des zones rurales ou dont les revenus proviennent d'emplois précaires. "Ce qui a ouvert la porte à un boom des entreprises technologiques du secteur financier, car plus accessibles."

Ce dynamisme a généré de la concurrence et motivé les institutions traditionnelles à se moderniser et à adopter de nouvelles technologies pour améliorer la sécurité et contribuer à créer une expérience utilisateur plus fluide et plus pratique. Le co-fondateur de Tec-Check met en avant certaines technologies, telles que :

- **Authentification biométrique** : en utilisant des caractéristiques physiques uniques telles que les empreintes digitales, la reconnaissance faciale ou le balayage de l'iris pour vérifier l'identité d'un utilisateur, la fraude et le vol d'identité peuvent être évités, car ils sont plus difficiles à falsifier que les mots de passe traditionnels.
- **Systèmes de détection de fraude** : ces systèmes utilisent l'analyse statistique et l'apprentissage automatique pour identifier les modèles d'activité qui pourraient indiquer une fraude. Ils peuvent aider les entreprises à prévenir les transactions frauduleuses avant qu'elles ne se produisent.



Fiorentina García, co-fondatrice de Tec-Check

- **Notifications de transactions en temps réel** : elles constituent un outil très utile qui permet aux consommateurs de détecter et de stopper rapidement toute activité frauduleuse.
- **Interrupteurs de sécurité** : permettent aux consommateurs de désactiver temporairement leur carte bancaire ou leur compte en cas de perte ou de vol. Cela peut aider à empêcher les criminels d'effectuer des transactions frauduleuses.

De même, García assure que, malgré les technologies, la collaboration entre les entreprises et les autorités est essentielle pour développer et mettre en œuvre des solutions efficaces. Les entreprises doivent être disposées à travailler ensemble pour identifier et gérer les risques liés à la protection des consommateurs à long terme.

LES LOGICIELS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE SONT LE MOTEUR DU CHANGEMENT COMMERCIAL

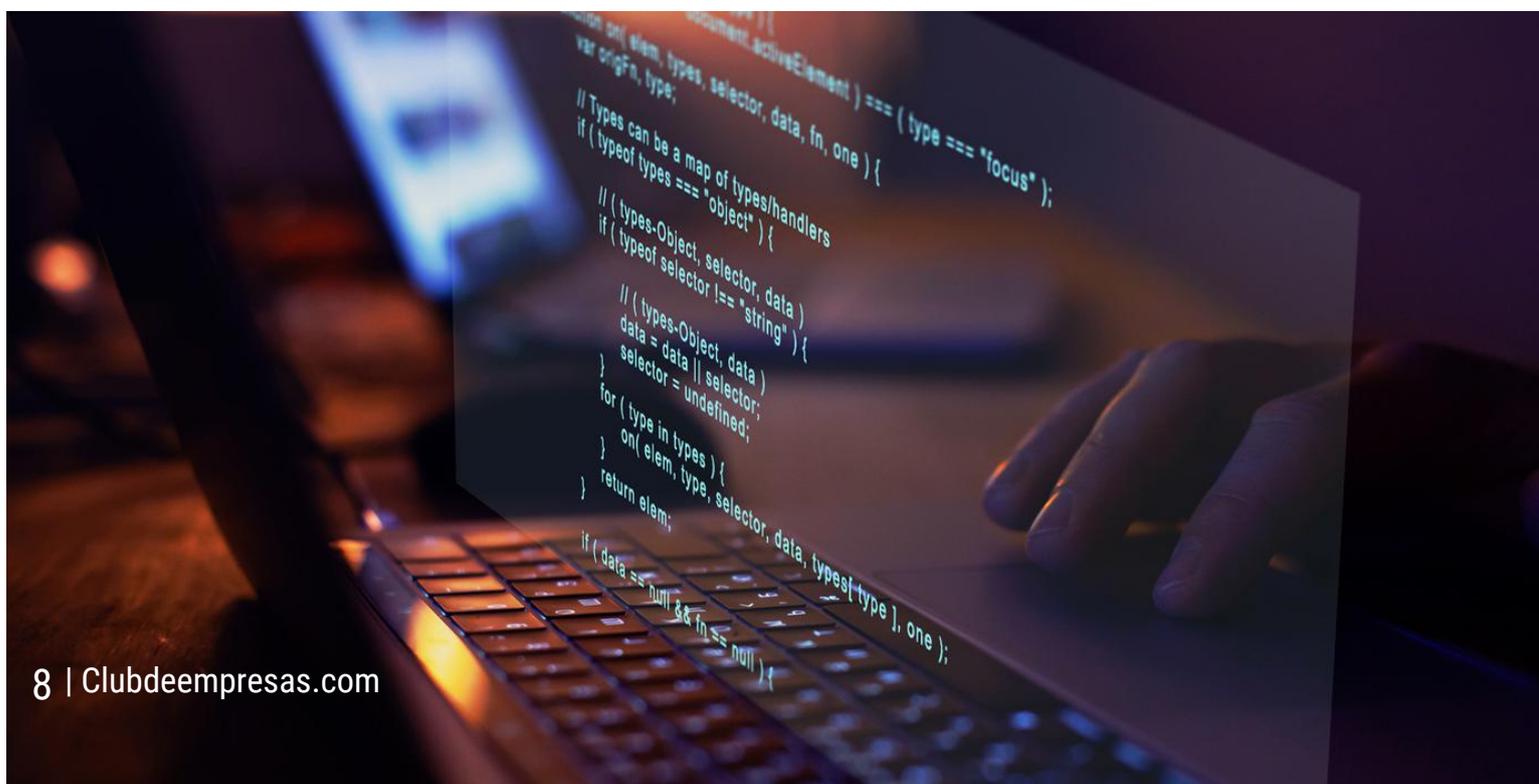
Gérer l'empreinte carbone, se conformer aux réglementations et optimiser les ressources sont quelques-unes des tâches que les logiciels peuvent accomplir pour aider les entreprises à être plus écologiques.

Scénario : Esperanza Aguilera

La température de la planète a connu une hausse accélérée au cours de la dernière décennie, atteignant les valeurs les plus élevées jamais enregistrées. Le changement climatique, la dégradation de l'environnement et l'intensification des phénomènes météorologiques extrêmes ont conduit les entreprises à faire du développement durable une priorité stratégique.

Ce changement de paradigme a stimulé l'innovation dans les technologies propres et l'adoption de pratiques commerciales plus éthiques. La pression publique et réglementaire augmente, exigeant que les organisations fonctionnent de manière plus responsable.

Par ailleurs, les consommateurs et les investisseurs préfèrent de plus en plus soutenir les entreprises engagées en faveur de l'environnement,



ce qui fait de la durabilité une question non seulement éthique, mais aussi économique.

« Dans le monde corporatif des grandes entreprises, le changement de mentalité était déjà généré il y a plus de 5 ans. La gestion durable a montré qu'il s'agit d'une stratégie commerciale intelligente et qu'elle donne également de très bons résultats en termes de rentabilité aux entreprises », déclare Cristian Bustos, PDG et co-fondateur de Beeok.

Selon une enquête du cabinet de conseil PwC, dans le monde, 77 % des investisseurs individuels manifestent un plus grand intérêt pour les entreprises qui cherchent à obtenir des performances financières compétitives tout en générant un impact environnemental et social positif.

Il est de plus en plus évident que la santé de la planète et la prospérité économique sont étroitement liées. Cependant, les défis auxquels les entreprises sont confrontées sur la voie du développement durable sont complexes. Le changement culturel et organisationnel nécessaire pour intégrer des pratiques respectueuses de l'environnement est un chemin souvent difficile.

Selon un rapport Forbes publié en 2023, même si 90 % des entreprises dans le monde souhaitent adopter des pratiques plus respectueuses de l'environnement, seules 60 % disposent réellement d'une stratégie de développement durable.



Cristian Bustos, PDG et co-fondateur de Beeok

Le manque de connaissances et d'expérience, l'investissement initial requis pour adopter des technologies propres et la complexité de mesurer l'impact environnemental sont souvent des facteurs qui peuvent décourager l'adoption de pratiques durables, limitant la capacité des organisations à mettre en œuvre des changements efficaces et mesurables dans leurs opérations. .

Pour surmonter ces défis, les entreprises considèrent les logiciels de développement durable comme un outil puissant. Ces programmes permettent aux entreprises de collecter, d'analyser et de gérer des données liées à leur performance environnementale et sociale, d'identifier les opportunités d'amélioration et de prendre des décisions éclairées.

« Les entreprises disposent d'outils et de technologies pour mesurer le domaine commercial ou financier, mais pas pour la question environnementale. Le défi est de quantifier l'impact social et d'être capable de le mesurer de manière plus efficace pour démontrer comment ils s'améliorent. C'est un exercice de transparence ; Que cela paraisse bon ou mauvais, montrer que la transparence est ce qui génère la confiance dans les entreprises », déclare Julián Trussart, fondateur et PDG de Susty.

Ainsi, les logiciels de développement durable offrent une gamme de fonctionnalités qui permettent aux entreprises d'établir des objectifs et des mesures de développement durable alignés sur leur stratégie commerciale, de gérer et de suivre les progrès vers les objectifs établis, de générer des rapports complets et transparents sur leurs performances ESG et de communiquer efficacement sur leurs initiatives en matière de développement durable.

« Pour les PME (petites et moyennes entreprises), par exemple, c'est un défi plus important. Ils sont préoccupés par les aspects du travail et maintenant ils doivent intégrer la question environnementale dans leur capacité, ils ont donc besoin de connaissances et aussi de soutien », ajoute le PDG de Beeok.



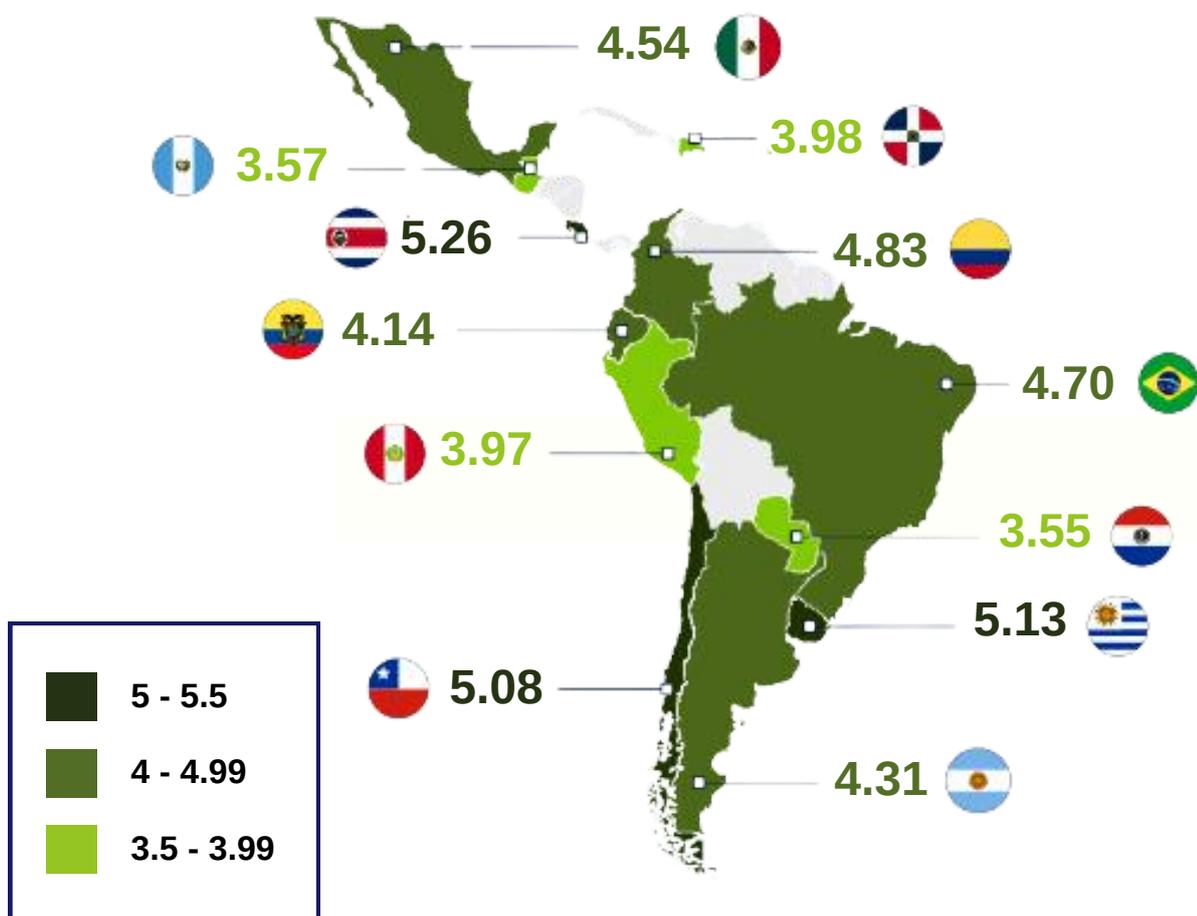
Julián Trussart, fondateur et PDG de Susty

L'avenir de la durabilité des entreprises dépend en grande partie de la capacité des organisations à adopter des technologies et des pratiques qui minimisent leur impact environnemental. Ces logiciels facilitent non seulement la transition vers des modèles commerciaux plus responsables, mais positionnent également les entreprises pour qu'elles soient compétitives sur un marché mondial qui valorise la durabilité.

« L'investissement dans le développement durable est une réalité dont nous savons déjà qu'elle se profile. Bien sûr, les entreprises peuvent continuer à l'ignorer jusqu'à ce que cela vienne frapper à leur porte, mais lorsque cela se produit, elles seront désavantagées par rapport à leurs concurrents. Y travailler est quelque chose qui demande du temps et du dévouement ; Cela implique des changements de culture et d'habitudes », conclut Trussart.

L'AMÉRIQUE LATINE EST-ELLE PRÊTE POUR UN AVENIR VERT ET PROPRE ?

Score obtenu par les pays d'Amérique latine dans le Green Future Index 2023 (maximum=6,69 ; minimum=0)



Cet indicateur mesure le degré d'adaptation aux énergies propres et renouvelables, l'investissement dans l'innovation et les politiques.

Source : MIT Technology Review
Source : Statista



Negocios
para
Negocios

"La meilleure
façon de
s'autonomiser est
d'arrêter de
penser à ce que
pensent les
autres"

Coco Chanel

negociosparanegocios.com

Comment l'ergonomie contribue-t-elle à améliorer nos vies ?

L Au travail, cela augmente l'efficacité et la satisfaction tout en réduisant le stress.

D Dans un environnement d'étude, il optimise la concentration et prévient les mauvaises habitudes posturales.

B L'application de l'ergonomie pendant le temps libre augmente le confort et le plaisir.

4 Au coucher, les matelas et oreillers ergonomiques augmentent la qualité du sommeil en offrant un soutien adéquat et en réduisant les points de pression.

5 Sur le plan physique, l'ergonomie améliore la posture et aligne la colonne vertébrale, réduisant ainsi les blessures telles que le canal carpien et les douleurs au dos et au cou.



LES CHATBOTS INTELLIGENTS OPTIMISENT LES SOINS DE SANTÉ MENTALE

La technologie rejoint le domaine de la psychologie pour répondre aux enjeux sociaux permettant la création d'espaces sains.

Scénario : Estefani Rodríguez

L’intelligence artificielle (IA) a progressé à pas de géant, et l’un des développements les plus marquants a été la création et l’amélioration des chatbots. Ces programmes, capables d’entretenir des conversations cohérentes et utiles avec les utilisateurs, transforment de nombreux domaines, dont la sphère sociale.

Un chatbot IA peut être un outil puissant pour résoudre et gérer divers problèmes sociaux, offrant une assistance, des informations et même une intervention en temps réel. Ils sont conçus pour servir les personnes qui ont besoin d’une aide émotionnelle, de conseils en cas de crise ou qui recherchent simplement quelqu’un à qui parler. Ces systèmes peuvent détecter les signes de détresse dans la langue de l’utilisateur et y répondre de manière appropriée et empathique.



Floretta Mayerson, co-fondatrice de Violetta

Además, están disponibles las 24 horas del día, lo que los hace accesibles para quienes puedan necesitar ayuda fuera del horario habitual de los terapeutas. Bajo este concepto, hace cuatro años, nació Violetta, un asistente virtual que con el paso del tiempo se ha convertido en el confidente digital de más de 250 mil personas en Latinoamérica.

“La tecnología ahora es la única forma de llegar a todas las personas. No es lo mismo leer un documento sobre violencia y sus modalidades, que establecer un vínculo de confianza con 'alguien' que se sienta cercano y empático”, comenta Floretta Mayerson, cofundadora de Violetta.

Para la elaboración de este *chatbot*, que se enfoca en la lucha contra la violencia de género, se empleó el uso de IA generativa cuyos modelos están entrenados con datos propios, tropicalizados y contextualizados.



“Entrenamos a Violetta con perspectiva de género, es decir, con diferentes corrientes y marcos teóricos que están creados por profesionales de psicología, y también con el aporte de organizaciones y asociaciones que tienen especialización de terapia sistémica y de atención a violencia de género”, explica.

Así como esta IA puede ayudar a las personas de manera individual, también puede resolver problemas dentro del entorno

De plus, ils sont disponibles 24 heures sur 24, ce qui les rend accessibles à ceux qui pourraient avoir besoin d'aide en dehors des heures normales des thérapeutes. C'est sous ce concept qu'est née il y a quatre ans Violetta, une assistante virtuelle qui, au fil du temps, est devenue la confidente numérique de plus de 250 000 personnes en Amérique latine.

« **La technologie est désormais le seul moyen d'atteindre tout le monde. Lire un document sur la violence et ses modalités n'est pas la même chose que d'établir un lien de confiance avec « quelqu'un » qui se sent proche et empathique** », explique Floretta Mayerson, co-fondatrice de Violetta.

Pour créer ce chatbot axé sur la lutte contre les violences de genre, nous avons eu recours à l'IA générative, dont les modèles sont entraînés avec ses propres données, tropicalisées et contextualisées.



«**Nous avons formé Violetta dans une perspective de genre, c'est-à-dire avec différents courants et cadres théoriques créés par des professionnels de la psychologie, ainsi qu'avec la contribution d'organisations et d'associations spécialisées dans la thérapie systémique et la prise en charge de la violence de genre**», explique-t-elle.

Tout comme cette IA peut aider les gens individuellement, elle peut également résoudre des problèmes au sein de l'environnement.

de travail **“le directeur d'une entreprise nous a approchés parce que ses collaborateurs subissaient un grave cas de harcèlement au travail. Grâce à Violetta, nous avons pu contribuer à créer un protocole pour la canalisation et le traitement pertinent de cette situation”**.

Mais l'utilisation des chatbots dans les problématiques sociales n'est pas sans défis et considérations éthiques. La vie privée et la confidentialité sont de la plus haute importance, surtout lorsqu'il s'agit d'informations sensibles telles que la santé mentale ou la violence. Les développeurs doivent garantir que les données collectées par les chatbots sont traitées de manière sécurisée et éthique.

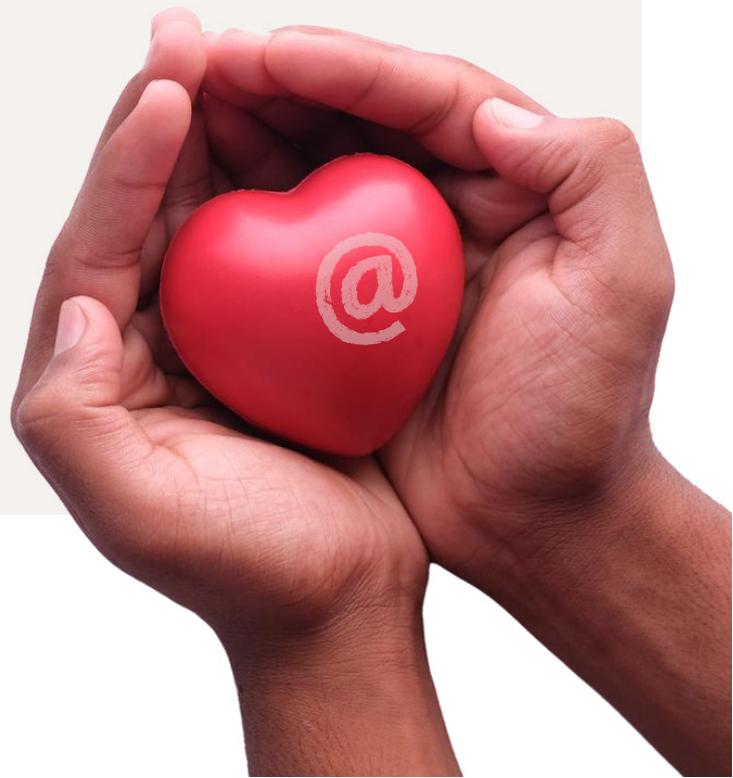
De même, il est crucial de veiller à ce que les chatbots ne remplacent pas complètement le contact humain. Même s'ils peuvent offrir un soutien précieux de première ligne, ils ne doivent pas remplacer l'interaction et le suivi par des professionnels qualifiés.

« En fonction du niveau de risque, Violetta procède à une évaluation et oriente vers une aide professionnelle ou apporte le soutien émotionnel nécessaire. Par exemple, au Mexique, nous avons une alliance avec la Fundación Origen au cas où une attention téléphonique serait nécessaire, et pour d'autres conditions qui nécessitent une attention urgente, nous avons une alliance avec Consejo Ciudadano », souligne Mayerson.

L'avenir des chatbots dans les problématiques sociales est prometteur. À mesure que la technologie progresse, ces systèmes deviendront probablement encore plus sophistiqués et capables de traiter un plus large éventail de problèmes avec plus de précision et d'empathie. L'intégration de l'IA à d'autres technologies émergentes, telles que la réalité augmentée et la réalité virtuelle, pourrait ouvrir de nouvelles possibilités d'intervention sociale et de soutien émotionnel.

Violetta en chiffres :

- *Le chatbot a pu orienter immédiatement et automatiquement plus de 40 000 personnes vers une aide professionnelle.*
- *Il est devenu le confident numérique de plus de 250 000 personnes en Amérique latine, notamment au Mexique.*
- *85 % des personnes se sentent mieux après avoir parlé à Violetta.*
- *80% des personnes ayant échangé avec le chatbot le recommandent à leurs proches.*





CAMPAGNES
AVEC
INFLUENCEURS

grupo**the**public.com

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE POUR AMÉLIORER L'APICULTURE DE PRÉCISION

Disposer de modèles d'IA nous permet de mieux prédire le comportement des ruches et de détecter plus rapidement d'éventuels problèmes.

Scénario : Estefani Rodríguez

A

u-delà des doux bienfaits du miel, les abeilles jouent un rôle crucial dans la pollinisation d'une grande variété de cultures, ce qui se

traduit par une meilleure production et qualité des fruits, légumes et autres aliments essentiels. Dans un contexte mondial où la sécurité alimentaire et la durabilité environnementale constituent des priorités croissantes, l'utilisation de la technologie en apiculture est essentielle.



Selon Ze'ev Barylka, directeur des ventes et du marketing de BeeHero, l'utilisation de la technologie dans les ruches permet une gestion détaillée et efficace des abeilles et de leur environnement, ce qui se traduit par de multiples avantages tant pour les apiculteurs que pour les producteurs agricoles.

L'un des principaux bénéfices est l'amélioration de la santé des abeilles. Grâce à une surveillance constante, il est possible de détecter et de réagir rapidement et efficacement à toute anomalie dans les indicateurs de santé des abeilles, permettant ainsi une intervention rapide pour résoudre les problèmes et prévenir d'autres complications.

"Si nous disposons de modèles d'intelligence artificielle qui commencent déjà à comprendre les changements qui se produisent dans une ruche et dans certaines parties de la planète, nous serons mieux préparés à alerter à temps les agriculteurs et les apiculteurs", explique Barylka.

De plus, une utilisation plus efficace des ruches est obtenue. Les informations précises obtenues grâce au suivi permettent de déterminer avec précision le nombre de ruches nécessaire pour chaque situation spécifique, évitant ainsi une utilisation excessive et optimisant les ressources disponibles.



Ze'ev Barylka, directeur des ventes et du marketing de BeeHero

Concernant la gestion des ruchers, une surveillance continue facilite une prise de décision éclairée sur les pratiques apicoles cruciales. Cela comprend une alimentation appropriée, un contrôle sanitaire, le remplacement des reines et la gestion des essaims, entre autres aspects essentiels au maintien d'un rucher sain et productif.

Le contrôle global de la pollinisation est un autre point en sa faveur. Les producteurs agricoles peuvent surveiller l'état des ruches sous contrat en temps réel et évaluer l'efficacité du processus de pollinisation, garantissant ainsi que les objectifs établis sont atteints. **«Nous disposons d'une plateforme logicielle qui relie les deux corps de métier (agriculteur et apiculteur) de manière très conviviale»**, souligne-t-il.



De même, une amélioration continue de la pollinisation est possible grâce aux informations constamment collectées. Ces données permettent de concevoir des bonnes pratiques, telles que l'emplacement optimal des ruches, les dates appropriées pour leur installation et leur retrait, ainsi que la densité nécessaire pour maximiser l'efficacité de la pollinisation.

La transparence des investissements est également un avantage clé. Les données fournies permettent aux producteurs agricoles de connaître le retour sur investissement en pollinisation, offrant une vision claire et détaillée des résultats obtenus et facilitant la prise de décision future.

« Traditionnellement, les investissements dans les ruches se font sans connaître exactement l'état de la ruche. Il y a des apiculteurs qui possèdent de nombreuses ruches, 500 ou 1 000, et il est difficile de les vérifier une par une. Grâce à l'utilisation de la technologie, l'apiculteur peut surveiller un grand nombre de ruches et s'assurer qu'elles sont de haute qualité. De cette façon, lorsqu'ils arrivent au champ, l'agriculteur en profite puisqu'il sera sûr que la ruche arrivée est solide, en bon état et qu'elle pollinisera sa récolte », explique-t-il.

Disposer de modèles d'IA nous permet de mieux prédire le comportement des ruches et de détecter plus rapidement d'éventuels problèmes. « La technologie peut vraiment aider à sauver des millions d'abeilles, et c'est ce que nous faisons chaque jour chez BeeHero », conclut le spécialiste.



IMPLÉMENTER LE SERVICE DE LIVRAISON DANS VOTRE ENTREPRISE

PLANIFICATION

Évaluer la demande et la concurrence pour la livraison dans la région. Calculez les dépenses associées et choisissez la meilleure plateforme pour recevoir les commandes (application, site internet, etc.).

OPÉRATIONS

Embauchez et formez du personnel, choisissez des emballages respectueux de l'environnement et définissez un moyen de transport efficace.

OUTILS TECHNOLOGIQUES

Implémenter un logiciel de gestion des commandes et intégrer un système de paiement sécurisé.

RECOMMANDATIONS SUPPLÉMENTAIRES

Conforme aux réglementations sanitaires et de manipulation des aliments. Offrez un service personnalisé à vos clients.

LE MARCHÉ DES ANIMAUX DE COMPAGNIE A UN AVENIR PROMETTEUR

Poussée par la tendance à l'humanisation des animaux et à l'investissement croissant dans leur bien-être, l'industrie des animaux de compagnie est en pleine croissance.

Scénario : Leonardo Rodríguez



L

e commerce des animaux de compagnie est une industrie en pleine expansion. Cela se reflète dans

l'augmentation constante du marché mondial des produits et services pour animaux de compagnie, qui répond à une tendance croissante pour leurs soins et leur bien-être.

Selon le rapport de Mordor Intelligence, sur l'analyse de la taille et de la part du marché des soins pour animaux de compagnie, on estime que cette année, il atteindra une valeur supérieure à 20 milliards de dollars, avec une projection de croissance qui la portera à près de 25 milliards de dollars d'ici 2029.

Dans ce contexte, nous examinerons le phénomène du boom des animaux de compagnie, en soulignant la diversité des produits et services qui ont émergé pour servir ce marché et les tendances qui façonnent l'avenir de ce secteur prospère.

Le boom des animaux de compagnie

Il existe une demande croissante dans divers pays. Au Mexique, par exemple, la possession de chiens a augmenté de 20 % au cours des trois dernières années, tandis que le secteur des animaux de compagnie a connu une croissance de 27.2 %, selon les données de l'Institut national de statistique et de géographie (INEGI).

« Le marché des animaux de compagnie et de leurs services a connu une croissance constante depuis 2017, avec un essor significatif pendant les années de pandémie », déclare Héctor Alcázar, PDG du développeur d'affaires Alcázar & Compañía.

Le rapport soutient également que l'augmentation des dépenses consacrées aux animaux de compagnie est en grande partie due à la tendance croissante à l'humanisation des animaux de compagnie, où les propriétaires considèrent de plus en plus leurs animaux comme des membres de la famille. Cela a généré un effet domino dans l'industrie, favorisant l'expansion des produits et services.



Produits et services actuels

Au fil du temps, les aliments pour animaux de compagnie ont évolué vers des options plus saines, s'adaptant aux besoins spécifiques en matière de santé et d'alimentation de chaque animal. Selon Mitofsky's Mexico, une enquête sur les pays favorables aux animaux de compagnie, 57.7% des propriétaires d'animaux achètent des aliments spéciaux pour leurs animaux, reflétant une préférence croissante pour des régimes alimentaires personnalisés et de haute qualité.

En parallèle, les services vétérinaires ont constaté une augmentation de la demande de soins médicaux avancés et d'assurance pour animaux de compagnie afin de couvrir les dépenses médicales imprévues. Selon le rapport Global Market Insight, le marché des services vétérinaires aux États-Unis a atteint 86.8 milliards de dollars en 2021 et devrait croître à un taux annuel composé de 6.7 % jusqu'en 2030, mettant en évidence l'investissement croissant dans les soins de santé et le bien-être animal.

De plus, la mode et les accessoires personnalisés sont en hausse, reflétant la tendance croissante des propriétaires d'animaux à intégrer leurs compagnons dans leur style de vie personnalisé. Des marques de luxe telles que Gucci et Louis Vuitton sont entrées sur ce marché, répondant à une demande croissante de produits exclusifs et de haute qualité.

La technologie joue également un rôle crucial avec des appareils tels que les traceurs GPS et les jouets intelligents qui améliorent la qualité de vie et le bien-être des animaux de compagnie. Dans la continuité de Global Market Insights, le marché mondial des technologies pour animaux de compagnie devrait croître à un taux annuel composé pouvant atteindre 15 % jusqu'en 2032, dépassant les 35 milliards de dollars, tiré par l'innovation et la demande croissante de produits qui renforcent la connexion et les soins aux animaux de compagnie.



Un avenir prometteur

Les ventes d'aliments pour animaux de compagnie présentent un grand potentiel. Selon le Global Business and Economics Research Center, les ventes mondiales d'aliments pour animaux de compagnie sont estimées à 179,5 milliards de dollars.

Selon Alcázar, les personnes intéressées à démarrer une entreprise dans le secteur doivent avoir un goût pour les animaux, car elles vivront avec des chiens et des chats de

d'autres personnes. Pour information supplémentaire, « les investissements nécessaires pour démarrer une entreprise varient de 500 000 pesos mexicains ».

À mesure que ce marché se développe, il est crucial que l'industrie continue d'innover et de s'adapter pour répondre aux besoins des consommateurs. Par conséquent, investir dans cette zone attractive se présente comme une opportunité d'obtenir de bons revenus économiques.

Des chiffres à considérer :

- La catégorie de produits pour animaux de compagnie la plus vendue est celle des aliments, qui représentaient plus de 203 milliards de dollars en 2023 (Euromonitor International).
- En 2023, le marché latino-américain des services de santé pour animaux de compagnie était estimé à 1,84 milliard de dollars (Département de recherche Statista).
- Plus de 60 % des ventes de produits pour animaux de compagnie en 2024 provenaient de la génération Y et de la génération Z (American Pet Products Association).



VML Mexique brille avec 12 lions aux Cannes Lions 2024



L'agence mexicaine a fait preuve de créativité et continue de gagner en reconnaissance dans l'un des secteurs les plus compétitifs.

THIS IS NOT A GAME



Scénario : Estefani Rodríguez

« **Aucun de nous n'est aussi fort que nous tous ensemble** » est un proverbe japonais qui fait référence au fait que les êtres humains deviennent plus forts lorsqu'ils s'unissent pour réaliser de grandes choses. Ce message a accompagné Héctor Fernández, PDG de VML México, tout au long de sa carrière.

Concernant le Festival international de créativité Cannes Lions 2024, l'agence mexicaine a clôturé sa participation avec un total de 12 lions, répartis en 5 d'or, 5 d'argent et 2 de bronze. Ce succès est attribué à deux campagnes innovantes : "This is not a game" pour Movistar et "Thanks for Coke-Creating" pour Coca-Cola.

La campagne « Ceci n'est pas un jeu » a remporté 4 lions : 1 lion d'or dans la catégorie Divertissement Lions pour les jeux, 1 lion d'or dans la catégorie Film, 1 lion d'argent dans la catégorie Divertissement et 1 lion de bronze dans la catégorie Film.

À travers un court métrage de sept minutes, Movistar et VML México abordent les risques du toilettage dans le monde du jeu vidéo, racontant l'histoire d'un jeune homme immergé dans cet environnement virtuel qui fait face à des dangers lorsqu'il interagit avec des inconnus.

La pièce met en valeur la méthode de tournage qui utilise une caméra flottante à la manière des jeux vidéo, tandis que de vrais acteurs imitent la marche et les erreurs graphiques des personnages numériques.

Ainsi, cette campagne en ligne, avec actuellement 1 643 901 vues, vise à donner aux joueurs et à leurs parents ou superviseurs les moyens de prendre des mesures efficaces pour créer un environnement numérique sûr et responsable.

"Thanks for Coke-Creating" a été une autre campagne réussie pour Coca-Cola, qui a obtenu 8 lions : 1 lion d'or dans la catégorie Industry Craft, 1 lion d'or dans la catégorie Creative B2B, 1 lion d'or dans la catégorie Print & Publishing, 1 lion d'argent dans la catégorie Creative B2B, 1 lion d'argent dans la catégorie Direct, 2 lions d'argent dans la catégorie Outdoor et 1 lion de bronze dans la catégorie Direct.

Cette campagne mondiale innovante célèbre les interprétations locales de son célèbre logo par des établissements vinicoles, des commerçants et des artistes, tissant une tapisserie de diversité culturelle et de créativité.

Pour cela, il a été observé que des personnes de diverses régions du monde (Brésil, Mexique, Indonésie, Australie et États-Unis) peignaient leur propre version du logo emblématique de Coca-Cola dans leurs espaces extérieurs, magasins et caves locales, motivées par leur amour de la marque. Au lieu de corriger ces variations, ils ont décidé de les adopter.

Cette initiative va au-delà d'une simple campagne de communication. En incluant des points de contact physiques avec la marque, ils reflètent le pouvoir de la publicité extérieure pour toucher un public très large, y compris des personnes qui ne consomment pas d'autres médias traditionnels comme la télévision ou la radio. En complément, des entretiens ont été menés avec des commerçants locaux, offrant ainsi une plateforme pour partager leurs histoires et leurs inspirations artistiques.

« Nous sommes fiers de la reconnaissance que nous avons reçue aux Cannes Lions cette année. Ces campagnes reflètent notre engagement envers la créativité et l'innovation, ainsi qu'en abordant des questions importantes pour notre société. Gagner ces Lions témoigne du travail acharné et du dévouement de notre équipe », souligne Fernández, qui a récemment été reconnu comme l'un des 25 leaders marketing les plus influents, dans la catégorie Groundbreaker.

Héctor Fernández, PDG de VML México, a été reconnu comme l'un des 25 leaders marketing les plus influents

- Le PDG de VML a été reconnu dans la catégorie « Groundbreaker », soulignant sa solide carrière, ses performances exceptionnelles et sa capacité à s'adapter aux tendances changeantes du marché et des publics.
- La reconnaissance accordée par Líderes Mexicanos et Advertising Week souligne la contribution exceptionnelle de Fernández au monde du marketing.



Cette reconnaissance, accordée par Líderes Mexicanos et Advertising Week, souligne sa contribution exceptionnelle au monde de la stratégie et de la créativité. « Cette réalisation témoigne d'une carrière de dévouement, mais aussi d'un bon travail d'équipe. Celui qui dit qu'il réussit tout seul ment. Tout ce que j'ai accompli est dû au fait que j'ai toujours côtoyé des personnes très talentueuses qui ont beaucoup de capacités et de courage qui me mettent au défi d'être meilleur.

L'une des choses que Fernández, qui travaille dans l'industrie depuis près de 30 ans, aime le plus dans la créativité est la capacité à résoudre des problèmes. « **Ce que nous faisons dans la publicité, c'est simplement résoudre des problèmes commerciaux** », dit-il. Pour cette raison, il affirme que VML México est une agence créative où les idées règnent.

« Nous sommes une agence très diversifiée, actuellement au Mexique nous avons 900 collaborateurs. Ces 900 professionnels viennent de domaines très différents, où se trouvent des programmeurs, des ingénieurs, des sociologues, des psychologues, des plasticiens, des créatifs, des éditeurs, des gens de l'art, etc. Cette combinaison de talents est ce qui rend le travail de l'agence si riche, nouveau et frais », conclut le PDG.

Le succès de VML México aux Cannes Lions 2024 met en évidence sa capacité à créer des campagnes percutantes qui abordent les problèmes sociaux et célèbrent la créativité mondiale. Avec Héctor Fernández à la barre, l'agence démontre son leadership dans le secteur de la publicité et son engagement en faveur de l'innovation et de la collaboration.





Alejandro Narro, PDG et co-fondateur de DG73

TRANSMEDIA STORYTELLING: LA CLÉ POUR CONNECTER LES MARQUES ET LES PUBLICS

Une étude du Journal of Consumer Behaviour a confirmé que la narration augmente le pouvoir émotionnel de la publicité.

Scénario : Estefani Rodríguez

L

La magie du storytelling transmédia réside dans sa capacité à changer la façon dont les marques racontent leurs histoires.

Cette technique nous permet de construire des récits qui non seulement élargissent leur portée, mais approfondissent également le lien émotionnel avec le public. La marque emblématique Barbie, par exemple, a su profiter de cette stratégie pour rester pertinente dans le temps.

Au-delà d'une simple poupée, l'univers de Barbie s'étend à travers des films, des produits sous licence et du contenu YouTube, créant une expérience immersive qui captive et fidélise ses adeptes. Ce cas illustre comment la narration transmédia peut transformer le divertissement et la consommation en expériences mémorables et significatives.

Selon Alejandro Narro, PDG et co-fondateur de DG73, cette stratégie s'impose comme la plus efficace pour les marques cherchant à se démarquer sur un marché saturé. À travers de multiples plateformes, cette technique permet de créer des expériences qui résonnent dans la mémoire des consommateurs.





"La narration transmédia nous a permis de concentrer notre offre commerciale sur les services de représentation artistique, de vente au détail, de marketing et de publicité numérique, faisant de notre travail un différenciateur dans les résultats publicitaires de clients tels que Mattel, PepsiCo, Unilever, Coca Cola, Google, Twitch, Meta, entre autres », partage-t-il.

Mais il ne s'agit pas seulement de la marque qui propose et du consommateur qui observe, ce dernier participe activement à l'expérience. « **Les expériences et le récit transmédia font partie des éléments qui donnent les meilleurs résultats, car c'est là que nous avons constaté une transformation pour nos clients** », explique le PDG.

Que ce soit pour la publicité, les sponsorings, les licences, le marketing d'influence ou les activations, l'expérience est l'axe de toutes ces facettes. Alors, qu'est-ce que le public trouve pertinent ?

- Des messages cohérents, où la conversation est entretenue avec le public et où chaque élément qui compose le récit contribue de manière naturelle au message central.
- Différents niveaux de profondeur dans les histoires, qui génèrent non seulement des messages, mais aussi des produits avec lesquels les utilisateurs participent.
- Et du contenu personnalisable à diffuser par tous les moyens.
- Une étude du Journal of Consumer Behaviour, en 2020, a confirmé que le storytelling augmente le pouvoir émotionnel de la publicité. Lorsqu'elle est appliquée, la distribution cohérente et systématique de l'histoire de la marque permet d'obtenir une communication efficace, générant une plus grande portée et un impact plus profond.
- En racontant des histoires qui transcendent les médias et les plateformes, les marques, en plus de transmettre des messages, génèrent également des expériences qui résonnent dans la mémoire des consommateurs, créant ainsi une fidélité et une préférence durables par rapport aux autres marques.

DG73 est une société holding présente dans le secteur depuis plus d'une décennie et qui comprend les sociétés Dogma Agency, Gazer et Smash.

INNOVATIONS MÉDICALES DU FUTUR



DENTISTERIE RÉGÉNÉRATIVE

- **Objectif** : croissance des dents complètes d'ici 2030.
- **Essais cliniques** : début en juillet 2024.

APPAREIL PARLANT AI PORTABLE

- **Fonction** : traduit le mouvement des muscles laryngés en parole audible.
- **Avantage** : Aide les personnes souffrant de cordes vocales dysfonctionnelles.
- **Précision** : 95 %.



THÉRAPIE PAR LA LUMIÈRE ROUGE POUR LA MOELLE ÉPINIÈRE

- **Technologie** : implant qui utilise la lumière rouge et proche infrarouge.
- **Efficacité** : Augmente la viabilité cellulaire de 45 % dans les études animales
- **Application** : Améliore la réparation des lésions de la moelle épinière.

THÉRAPIE GÉNIQUE POUR LA PARALYSIE

- **Percée** : régénère les fibres nerveuses et la capacité de marcher chez la souris.
- **Espoir** : traitement potentiel de la paralysie chez l'homme.



IA PORTABLE QUI LIT DANS LES PENSÉES

- **Appareil** : capuchon EEG.
- **Fonction** : Décode les pensées silencieuses et les convertit en texte.
- **Utilisation** : Aide les personnes qui ne peuvent pas parler.

Préparé par : Pilar Astupiña

MARKETING ET PUBLICITÉ

Lobe Mark

—
**CRÉATIVITÉ
ET IDÉES**



lobemark.com



OSCAR BECERRA : « LA TEQUILA EST L'UNE DES PLUS BELLES CHOSES »

Cette boisson cache une histoire pleine de tradition, de force et de passion, devenant une icône culturelle du Mexique.

Scénario : Esperanza Aguilera



Oscar Becerra, mixologue et barman

C

onsidérée comme un élixir ancien, la tequila est une icône culturelle qui représente le

identité et fierté du Mexique. Bien que son origine remonte à l'époque préhispanique, où l'on vénérât l'agave pour son lien avec la déesse Mayahuel, l'histoire de la tequila est une danse entre deux mondes, une fusion de traditions qui a donné naissance à une boisson unique.

Selon la mythologie aztèque, Mayahuel était une jeune et belle déesse gardée par sa grand-mère. On raconte que Quetzálcoatl, le dieu serpent à plumes, l'a convaincue de descendre sur terre et de fuir ensemble par amour. Cependant, leur bonheur fut de courte durée lorsqu'ils se rendirent compte que les frères de Mayahuel les poursuivaient. La déesse, qui possédait une plante magique, s'est transformée, elle et son amant, en agave pour qu'ils puissent vivre leur romance sans crainte.

De cette façon, l'agave, en tant que source d'aguamiel, est devenue un symbole de vie, de fertilité et de connexion avec le divin. Les peuples autochtones utilisaient l'hydromel pour créer des boissons fermentées qu'ils utilisaient lors de cérémonies et de rituels religieux.

Avec l'arrivée des Espagnols, cette tradition s'est mélangée aux techniques de distillation européennes, créant ainsi la tequila telle que nous la connaissons aujourd'hui. Depuis, sa production s'est perfectionnée et réglementée, donnant naissance à une appellation d'origine qui protège la qualité et l'héritage de cette boisson.

L'héritage de Jalisco pour le monde

Ce distillat a conquis les palais du monde entier, mais il a son origine et son cœur en un seul endroit : l'État de Jalisco, au Mexique. Au-delà de la mythologie entourant sa naissance, la tequila est devenue un symbole culturel et économique d'une importance vitale pour la région.

Sa production est strictement réglementée, ce qui garantit la qualité et l'authenticité du produit. Seules cinq municipalités de Jalisco (Tequila, Amatitán, El Arenal, Teuchitlán et Magdalena) ont l'autorisation de fabriquer cette boisson.

Le processus de production est complexe et artisanal. Cela commence par la sélection et la récolte de l'agave bleue, une plante qui met entre 6 et 12 ans pour mûrir.

Les agaves sont ensuite cuites dans des fours en pierre ou des autoclaves pour en extraire leurs sucres. Le jus obtenu est fermenté et distillé deux ou trois fois pour obtenir un alcool pur. Enfin, la tequila est vieillie en fûts de chêne français ou américain pendant une durée qui peut varier de quelques mois à plusieurs années.

Sa production fait vivre des milliers de familles à Jalisco et génère des revenus importants pour la région. Selon un rapport de Statista, rien qu'en 2023, le Mexique a produit 598,7 millions de litres de cette boisson.

Aujourd'hui, la tequila se déguste sous diverses formes : seule, avec du sel et du citron, en cocktails ou comme ingrédient de la haute cuisine.



Sa polyvalence et sa saveur unique en ont fait l'une des boissons les plus populaires au monde.

« **La tequila est l'une des plus belles choses. Il présente de nombreuses nuances et particularités, il peut être floral, boisé ou avoir une touche fraîche. Même un sommelier, si vous ne lui dites pas de quoi il s'agit, peut le dérouter. Je considère que c'est l'une des boissons les plus difficiles à mélanger** », partage le mixologue et barman Oscar Becerra, qui, avec plus de 20 ans d'expérience, s'est découvert une grande passion pour ce distillat.

La tequila, dans son essence la plus pure, est classée en deux grandes catégories : la tequila mixte et la tequila 100 % agave. La tequila mélangée contient au moins 51 % d'agave bleu et peut inclure d'autres sucres. D'autre part, la tequila 100 % agave est fabriquée exclusivement avec de l'agave bleu, ce qui lui confère une saveur et un arôme plus complexes et distinctifs.

De plus, on peut trouver cinq types principaux de tequila 100% agave, qui se distinguent par leur temps de vieillissement en fûts de chêne :

- **Blanche**: également connu sous le nom de tequila argentée, ce distillat vieilli moins de deux mois a une saveur fraîche et herbacée, idéale pour les margaritas, les cocktails ou à déguster seul.



- **Jeune ou or**: il est vieilli jusqu'à un an. Sa couleur dorée est obtenue par l'ajout de caramel naturel ou de colorants. Sa saveur est douce et équilibrée, avec des notes d'agave, d'agrumes et d'épices.
- **Reposée** : La tequila Reposado doit être vieillie en fûts de chêne pendant au moins deux mois, mais pas plus de neuf mois. Sa couleur ambrée et sa saveur plus complexe le rendent idéal à déguster seul ou avec de la glace.
- **Vieillie** : Cette tequila est vieillie pendant au moins un an, mais pas plus de trois ans. Sa couleur ambrée profonde et sa saveur vieillie en font une option parfaite à déguster seule ou dans des cocktails plus sophistiqués.

- **Extra Vieille** : La tequila Extra Añejo est vieillie en fûts de chêne pendant au moins trois ans. Sa couleur ambrée foncée et sa saveur profonde et complexe le rendent idéal pour les occasions spéciales ou pour les collectionneurs.

« Les techniques d'ingestion [de tequila] progressent à mesure que nous améliorons également notre palais, c'est la réalité. Par exemple, la pratique de la tequila au citron et au sel était initialement utilisée avec des tequila plus anciennes pour neutraliser les saveurs moins agréables », explique Becerra.



Mais il ajoute que les processus de tequila ont été modernisés : « maintenant nous avons de meilleures tequilas, notre palais s'est également affiné grâce à la culture. Même en gastronomie, on peut désormais associer des choses bien meilleures pour pouvoir avoir plus d'harmonie avec le produit.

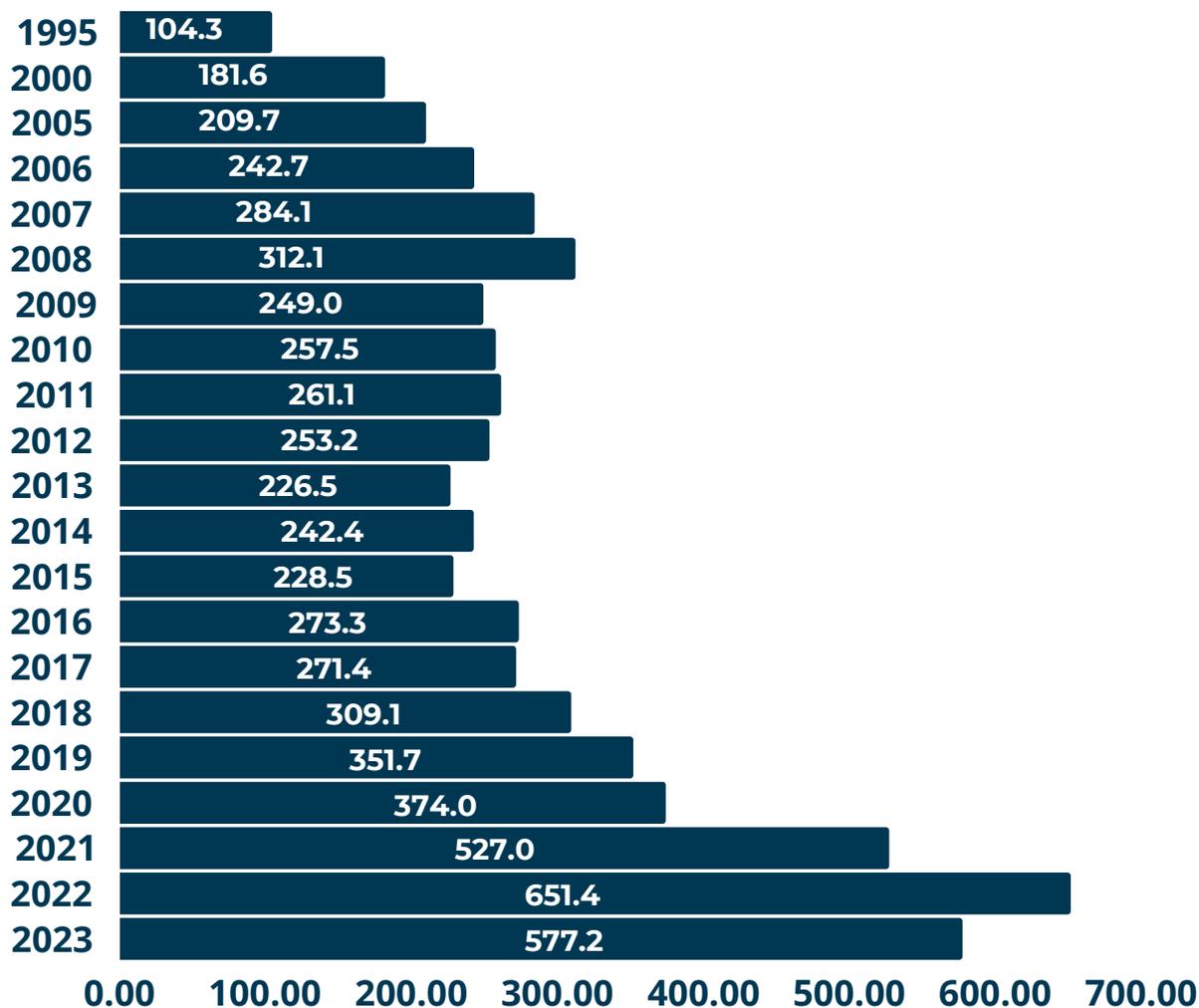
La tequila est plus qu'une simple boisson, c'est un symbole d'identité, de tradition et de fierté pour le Mexique. Son héritage continue de croître avec chaque bouteille produite et chaque gorgée appréciée, emportant avec lui l'essence et l'esprit d'une terre unique.

« Au-delà de la production, l'agave, base fondamentale de la tequila, est étroitement liée à notre passé de Mexicains, car ce sont des plantes très résistantes et qui poussent partout, même sous les pierres », conclut le mixologue.



PRODUCTION DE TEQUILA AU MEXIQUE DE 1995 À 2023 (EN MILLIONS DE LITRES)

En 2022, près de 651 millions de litres de tequila ont été produits au Mexique, soit le volume le plus élevé enregistré sur toute la période étudiée. Entre 2000 et 2023, la production de tequila dans le pays a augmenté de 120 %.



Source : Statista



L'ACTUALITÉ
RACONTÉE DE
MANIÈRE SIMPLE

DANS

SeñorNoticia

SENORNOTICIA.COM

LA NANOTECHNOLOGIE OUVRE DE NOUVELLES POSSIBILITÉS POUR LA DÉCONTAMINATION DE L'AIR

La technologie innovante de Photio parvient à imiter le processus de photosynthèse pour dégrader les gaz polluants.

Scénario : *Esperanza Aguilera*

L

a pollution de l'air est un problème environnemental majeur qui affecte la santé des personnes, des écosystèmes et de la planète en général.

Selon l'Organisation mondiale de la santé (OMS), 99 % de la population mondiale respire un air pollué, ce qui entraîne des maladies cardiovasculaires, des accidents vasculaires cérébraux et des problèmes pulmonaires.

Parmi les principales causes de cette pollution figurent les émissions de gaz nocifs provenant des industries, des transports et de la combustion de combustibles fossiles. Selon un rapport de Greenpeace, cette dernière activité causerait environ 4,5 millions de morts chaque année dans le monde. De plus, l'industrie automobile émet 36,8 milliards de tonnes de CO₂ par an.



Diverses stratégies ont émergé pour tenter de contrer ce problème. Planter des arbres, par exemple, constitue une alternative naturelle dotée d'un grand potentiel, mais ce n'est pas aussi simple qu'il y paraît. S'il est vrai que les arbres agissent comme des « filtres à air » en absorbant le dioxyde de carbone et en libérant de l'oxygène, le reboisement à grande échelle nécessite beaucoup de temps et de ressources.

Dans ce contexte, Photoio apparaît comme une alternative innovante pour lutter contre la pollution de l'air. Cette technologie utilise des nanoparticules qui, intégrées à des matériaux de construction comme la peinture, le béton ou l'asphalte, activent un processus photochimique imitant la photosynthèse.

Grâce à ce procédé, Photoio capte et dégrade les gaz polluants tels que le dioxyde de carbone, le monoxyde de carbone et les oxydes d'azote, les transformant en substances inertes et non nocives pour l'environnement.

« On dit toujours que ça marche comme un arbre car c'est une équivalence très utile pour pouvoir montrer ce que génère le produit, mais c'est assez loin d'être de la photosynthèse. La réaction Photoio est chimique. L'additif utilise des catalyseurs qui, lorsqu'ils interagissent avec une source de lumière, qu'elle soit naturelle ou artificielle, accélèrent une réaction qui dégrade les gaz polluants présents dans l'air », explique Matías Moya, PDG et co-fondateur de Photoio.



La mise en œuvre de cet additif à grande échelle a le potentiel de transformer les villes et les communautés, en créant des environnements avec un air plus pur et plus sain. Sa capacité à capter et dégrader efficacement les polluants, en plus de sa polyvalence et de sa durabilité, en font un outil durable pour lutter contre la pollution de l'air et avancer vers un avenir plus durable.

« Photoio ne remplace pas l'arbre, l'arbre est simplement une métrique qui nous aide à rapprocher la technologie des gens, mais Photoio n'a pas la même fonctionnalité au niveau environnemental. Un mètre carré de surface avec Photoio a le même potentiel décontaminant que deux arbres, mais c'est juste cela. Cela n'est pas comparable à la capacité de générer de l'oxygène ou de l'ombre, ni à tous les autres avantages générés par l'arbre », ajoute Moya.

Actuellement, Photio se concentre sur le travail avec des peintures et des matériaux de construction, ce qui l'a amené à travailler avec différentes sociétés immobilières et de construction au Mexique, au Chili, au Pérou, en Argentine et en Colombie, entre autres.

Ils ont collaboré à diverses initiatives. En collaboration avec VíasChile, ils ont peint plus de 3 200 mètres carrés de parois latérales de l'autoroute centrale de la région métropolitaine. De plus, plus de 1.600 mètres carrés ont été intervenus dans les installations du réseau de cliniques Bupa, contribuant ainsi à la décontamination de l'air.



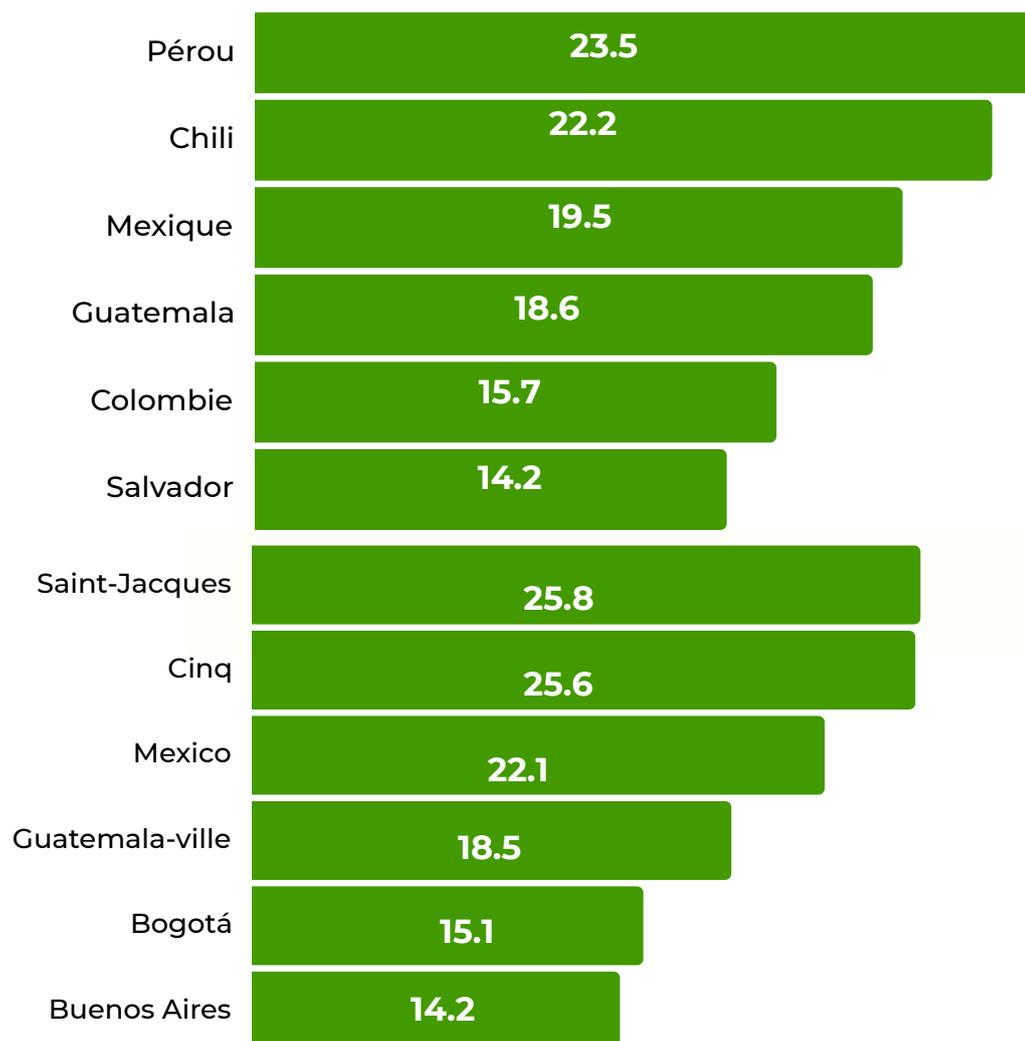
« Nous nous concentrons sur le travail avec des matériaux de construction principalement parce que nous avons besoin d'une zone exposée pour le processus chimique, et quoi de mieux que d'avoir un bâtiment, une route ou tout type d'infrastructure solide comme élément pouvant générer un certain type d'impact positif sur l'environnement », commente le PDG.

Cette technologie est en constante évolution, avec des améliorations dans son efficacité et son développement. Des applications dans les textiles, les meubles et d'autres matériaux sont également explorées, élargissant ainsi son potentiel d'impact positif sur notre environnement.



POLLUTION ATMOSPHÉRIQUE EN AMÉRIQUE LATINE

Pays et capitales d'Amérique latine avec la plus forte concentration de particules dans l'air en 2022*



Source : La Banque Mondiale
Source : L'économie mondiale

PLANETA
EN VERDE

L'AGRICULTURE DU FUTUR S'ENGAGE DANS LA GESTION DE L'EAU ET LA DURABILITÉ ENVIRONNEMENTALE

Lors de l'Agrofest 2024, au Pérou, des entrepreneurs agricoles ont parlé des tendances, des améliorations et de l'innovation du secteur.

Scénario : Estefani Rodríguez

La foire Agrofest, au Pérou, est un événement sur l'agriculture moderne qui rassemble chaque année les acteurs les plus importants

du secteur dans le monde. Des sujets tels que la technologie d'irrigation goutte à goutte, l'agriculture régénérative et la contamination biologique dans les usines alimentaires ont été

quelques-uns des sujets qui ont été abordés lors de l'événement et qui définiront une tendance en 2024.

Parmi les défis auxquels l'agriculture est aujourd'hui confrontée, la gestion de l'eau dans le secteur agricole comporte plusieurs dimensions critiques, allant de l'optimisation de l'utilisation de la ressource à la protection de l'environnement et à l'adaptation au changement climatique.



« L'eau, c'est la vie et sans eau, il n'y a pas de développement économique. Nous devons économiser l'eau et la traiter, et pour ce faire, nous devons le faire avec la technologie appropriée », explique Diego Szeinberg, directeur général de Relix Water au Pérou.

À cet égard, la technologie d'irrigation goutte à goutte s'impose comme la meilleure technique innovante et efficace. Il consiste à appliquer de l'eau directement sur la zone racinaire des plantes à travers un réseau de tuyaux, de vannes et d'émetteurs, permettant une distribution uniforme et contrôlée de l'eau.

« Cette technologie a été inventée en Israël il y a de nombreuses années. L'arrosage en dehors de la zone végétale, loin de gaspiller de l'eau, entraîne l'impact des maladies, des champignons et des bactéries. En revanche, l'irrigation goutte à goutte atteint une efficacité d'utilisation de l'eau de 90 % », explique Szeinberg.



Diego Szeinberg, directeur général de Relix Water au Pérou

D'un autre côté, l'agriculture est l'une des activités humaines qui ont le plus d'impact sur l'environnement, contribuant à la déforestation, à la perte de biodiversité et au changement climatique. La mise en œuvre de pratiques agricoles durables, telles que la rotation des cultures, l'utilisation de biofertilisants et la lutte intégrée contre les ravageurs, peut réduire ces impacts négatifs.



Eau Relix



Eau Relix

«Le Pérou dispose déjà d'une proposition et d'un protocole pour une agriculture biologique durable, durable et permanente. Le pays doit comprendre que le monde a déjà changé et que le consommateur ne veut plus d'intrants chimiques. Si nous ne trouvons pas de réponses, nous allons mourir en tant qu'agriculteurs et producteurs », déclare Jorge Raygada, président de Perú Justo y Orgánico.

L'agriculture régénérative est un modèle qui vise à restaurer la santé des écosystèmes agricoles et à accroître la résilience aux événements climatiques. « Ce sont les ressources naturelles qui donnent vie aux plantes, comme le climat, l'eau et le sol. Nous ne pouvons pas contrôler le climat, mais nous pouvons contrôler l'eau et le sol », déclare Raygada.

Après des années de recherche, les membres de Perú Justo y Orgánico ont réussi à démontrer que la terre elle-même offre les conditions nécessaires à la croissance, à la reproduction et à la production de la plante.



"Par conséquent, nous avons écarté tout ce qui est fertilisation chimique et toutes les autres variables qui affectent non seulement la plante et le sol, mais le climat général du monde", garantit le président de l'association.

Un autre point à souligner est la contamination biologique dans les usines alimentaires, qui représente un défi important pour l'agriculture durable et la sécurité alimentaire. Ce type de contamination fait référence à la présence de micro-organismes pathogènes tels que des bactéries, des virus, des champignons et des parasites, qui peuvent proliférer dans des conditions d'hygiène inadéquates au sein des installations de transformation des aliments.

Pour atténuer ces risques, il est essentiel de mettre en œuvre des mesures strictes de contrôle sanitaire et d'effectuer une surveillance constante. « Il est microbiologiquement prouvé que l'utilisation d'eau avec du détergent réduit 80 % de la charge microbienne, laissant place à l'action du désinfectant, qui aura pour tâche d'agir seulement à 20 % ; **« De cette façon, nous avons la capacité de travailler à 100 % »**, déclare Jenny Johanna Rojas, directrice commerciale principale des processus alimentaires chez Spartan Perú.

De cette manière, nous contribuons à une meilleure agriculture en garantissant que les produits agricoles arrivent sur le marché dans des conditions optimales, exempts de contaminants biologiques. **"La fréquence de nettoyage doit être quotidienne, en particulier les équipements qui sont en contact direct avec les aliments, comme les brosses cylindriques, les courroies, les paniers eux-mêmes et toutes les zones de passage des fruits"**, recommande Rojas.

Aborder l'agriculture sous différents angles est crucial pour relever les défis du 21e siècle.



Jenny Johanna, directrice commerciale principale des processus alimentaires chez Spartan Perú

De plus, investir dans une agriculture plus durable, efficace et résiliente garantit l'approvisionnement alimentaire des générations futures et contribue également à un développement économique et social plus équitable, tout en protégeant l'environnement.



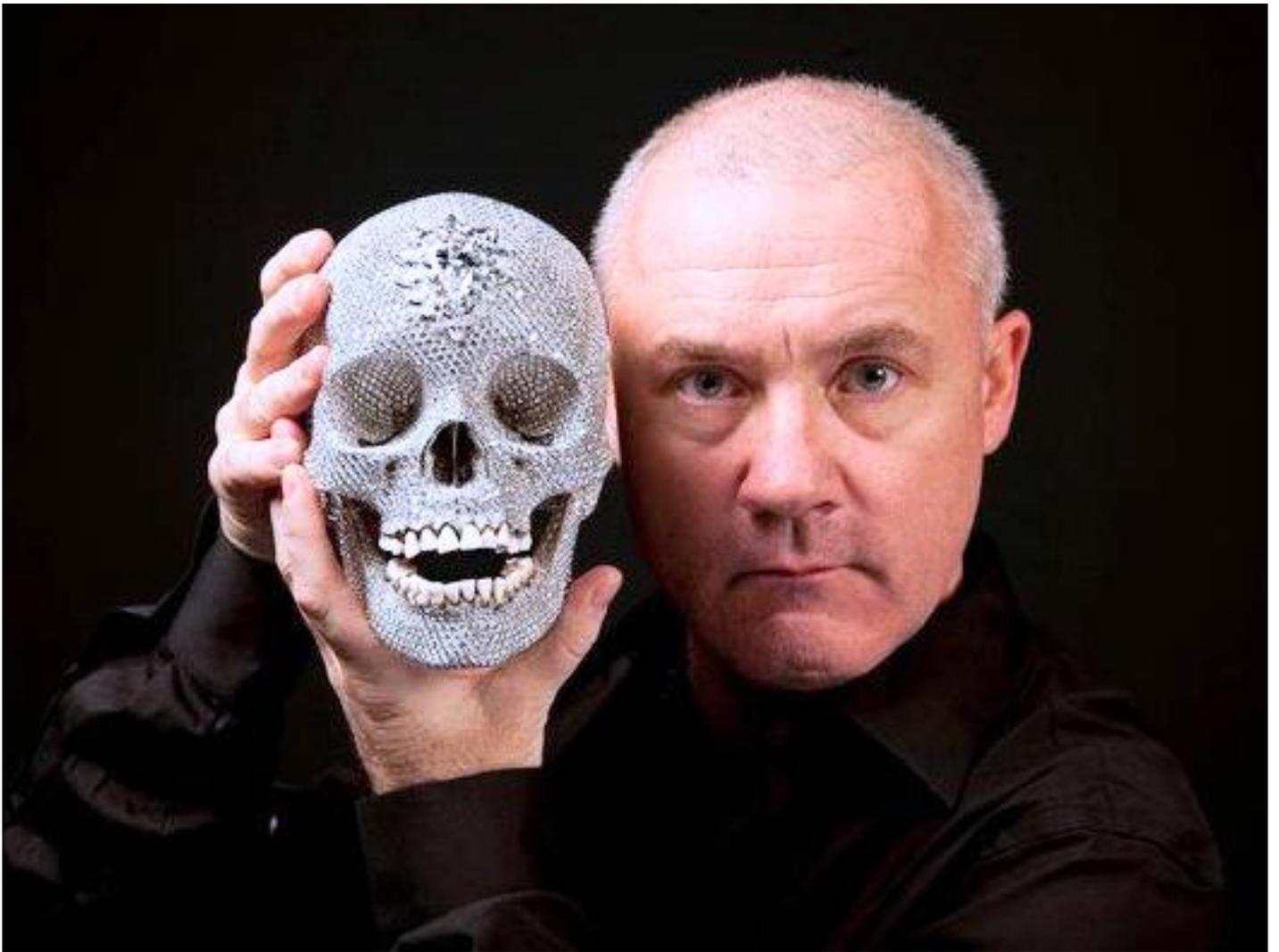


ConStyling.com

BEAUTÉ DURABLE

UNE DANSE ENTRE L'ÉTERNEL ET LE FINI DANS L'EXPOSITION DAMIAN HIRST

Scénario : Esperanza Aguilera



L'artiste controversé vient au Musée Jumex pour bousculer les conventions de l'art en explorant la mort, l'horreur et la beauté.

V

ivre éternellement (pour un instant), ce paradoxe qui contient le désir d'éternité face à la dure réalité de la mort

tel est le nom et le thème principal de l'exposition de l'artiste anglais Damian Hirst, au Musée Jumex de Mexico.

Il s'agit d'une rétrospective du parcours de l'artiste où la beauté et l'horreur s'entremêlent dans une profonde réflexion sur la vie, la mort et la transcendance. L'exposition, qui marque la première fois que l'œuvre de Hirst est présentée dans un musée latino-américain, est la pièce maîtresse de la célébration du dixième anniversaire du Jumex.

Damien Hirst a construit une carrière qui scandalise le monde depuis les années 1980. Son œuvre, chargée de provocation et de symbolisme, explore les limites du beau et du macabre, du sacré et du profane. L'artiste est devenu célèbre en utilisant des animaux conservés dans du formaldéhyde pour ses œuvres, remettant en question les notions traditionnelles d'esthétique dans un jeu de hasard et de créativité, qui remet en question le processus artistique lui-même.

L'exposition propose un tour complet de sa carrière, couvrant ses œuvres de 1986 à 2019, et incluant certaines de ses séries les plus emblématiques telles que "Medicine Cabinets", "Natural History", "Spin Paintings" et "Cherry Blossoms".



Saint Martyr, Musée Jumex

« Le thème le plus présent de l'œuvre, comme le suggère le titre de l'exposition, est notre rapport à la mort, un fait universel et inoubliable. L'artiste l'explore du point de vue de la religion, de la science, de la médecine, de l'art, des musées et de l'économie. Tous ces systèmes culturels cherchent des moyens de donner un sens ou d'expliquer la réalité de la mort et la valeur de la vie », explique Kit Hammonds, conservateur du musée Jumex.



Cependant, dès son arrivée au Mexique, le travail de Hirst a généré un dialogue unique avec la culture, permettant une réinterprétation de ses pièces. Comme on le sait, dans le pays, la mort n'est pas un sujet tabou, mais elle est plutôt célébrée comme un élément naturel de la vie et un symbole de transcendance. Cette vision a eu un impact sur la perception de l'exposition, ajoutant une nouvelle couche de sens aux créations provocatrices, explique Hammonds.



Museo Jumex



Parmi les pièces les plus importantes figurent des sculptures d'animaux comme un requin tigre de 1,2 mètre de long et des peintures de papillons mutilés. Ces œuvres, qui jouent avec la beauté et l'horreur, sont une danse entre la fragilité de l'existence et les merveilles de la nature.

De plus, « **il y a beaucoup d'humour noir dans les œuvres. Souvent, les titres des œuvres jouent avec ce que l'on voit et changent la perspective de l'œuvre ou ouvrent de nouvelles possibilités de lecture** », mentionne-t-il.

le conservateur, incitant les visiteurs à apprécier ces petits détails qui changent l'interprétation de chaque pièce.

Vivre éternellement (pour un instant) est une expérience qui ne laisse pas indifférent. C'est une invitation à réfléchir sur nos propres croyances et valeurs face à l'inévitabilité de la mort. C'est aussi un voyage dans l'esprit d'un artiste qui a transformé l'art en miroir, reflétant les aspects les plus sombres et les plus clairs de la nature humaine.





6 TENDANCES DU VOYAGE D'AFFAIRES POUR CRÉER DES EXPÉRIENCES

L'industrie hôtelière s'adapte à un nouveau profil de voyageur d'affaires.

Scénario : Esperanza Aguilera

De la digitalisation à l'attention croissante portée au bien-être personnel, le paysage des voyages d'affaires évolue

de manière significative. Il ne s'agit plus simplement de remplir des obligations professionnelles, mais de créer des expériences plus équilibrées et enrichissantes.

Historiquement, les voyages d'affaires ont été essentiels pour assister à des réunions, des conférences et des visites chez des clients ou des fournisseurs. Cependant, ces mouvements cherchent aujourd'hui à dévirtualiser les relations commerciales, permettant une interaction plus efficace. Nous vous présentons ici 6 tendances :

1. Transformation numérique

Les progrès technologiques redéfinissent l'expérience du voyageur. La mise en œuvre de l'intelligence artificielle, de la technologie sans contact et des solutions basées sur l'IoT ont amélioré l'efficacité et la personnalisation des salles. De la simplification des réservations à la personnalisation des services en chambre, la digitalisation offre une expérience plus confortable et adaptée.



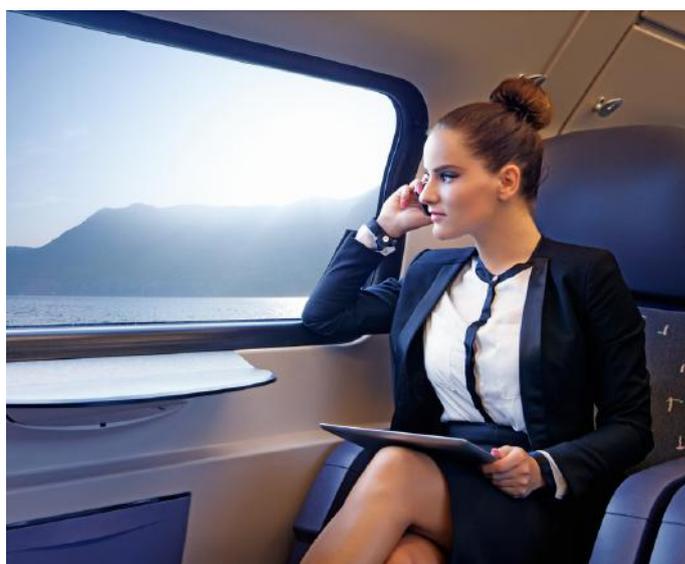
2. Focus sur le bien-être des voyageurs

L'équilibre entre vie professionnelle et vie privée est devenu une priorité. Les hôtels réagissent en proposant des équipements favorisant le bien-être, tels que des salles de sport, des spas, des espaces de détente et des options d'alimentation saine. La qualité du sommeil et la réduction du stress sont également des objectifs importants pour les voyageurs d'affaires.



3. Durabilité et responsabilité d'entreprise

La conscience environnementale influence les politiques de voyages d'affaires. Les entreprises choisissent des fournisseurs durables et promeuvent des pratiques touristiques responsables auprès de leurs employés. Cela inclut de profiter du temps libre pour en apprendre davantage sur les destinations et participer à des activités écologiques.





5. Voyages *bleisure*

La combinaison des affaires et des loisirs, connue sous le nom de *bleisure*, est en plein essor. Les voyageurs cherchent à prolonger leur séjour pour profiter d'activités récréatives et touristiques. Cette tendance reflète l'importance de concilier travail et plaisir.

4. Flexibilité et travail à distance

La pandémie a accéléré l'adoption du travail à distance, permettant aux salariés de combiner déplacements professionnels et périodes de travail flexibles. Les hôtels offrant des commodités pour le travail, comme un accès Internet de haute qualité et des espaces adaptés, sont de plus en plus demandés.



6. Personnalisation et expérience client

Les voyageurs d'affaires attendent des services personnalisés adaptés à leurs préférences individuelles. La collecte de données grâce à la technologie permet aux hôtels d'anticiper les besoins des clients et d'offrir une expérience plus personnalisée et plus satisfaisante.

Comprendre et s'adapter aux tendances émergentes peut offrir un avantage concurrentiel aux établissements cherchant à attirer cette clientèle spécifique. D'un autre côté, les voyages d'affaires deviennent une combinaison d'efficacité, d'équilibre et d'enrichissement personnel, où chaque voyage est une opportunité de grandir et d'explorer.



THE PUBLIC

Publi-reportajes
AVEC +
SENTIMENT

+52 1 56 2774 1902

hola@grupo**the**public.com

TH=PUBLIC



VOTRE
MARQUE
DANS
TOUTE LA
RÉGION

Faites de la
publicité avec nous
hola@grupothepublic.com



Señor
Noticia



Negocios
para
Negocios

Lobe
Mark



● Cobertura **Noticiosa**

○ Club de Empresas

Ejecutivo **POWER**

CONPODERES

MEGAMETROPOLI

COMUNICACION Y +AS

NR Nucleo **Rural**

ConStyling.

Noticiero **E**