

THE PUBLIC

TENDANCES

Marketing digital et réseaux sociaux d'ici 2024

ENVIRONNEMENT

La récupération de l'eau, une solution à la pénurie d'eau

JOURNÉE DE LA FEMME

Comblent l'écart entre les sexes dans l'environnement de travail

mars 2024

Édition 7



ENTRETIEN

JORGE MÉNDEZ

VICE-PRÉSIDENT CRÉATIF CHEZ GANEM MEXIQUE

ÉDITION PRÉCÉDENTE



Entretien avec Lina Lopera, Country Manager de Tous México. Et plus d'articles.



Directeur
Nayla López

Éditeur
Stéphanie Rodriguez

Éditeurs
Léonard Rodríguez
Pilar Astupina
Esperanza Aguilera

Direction artistique
Andréa García

Développement et technologie

Pierre Santos

INDICE

NEGOCIOS PARA NEGOCIOS



6 UN LOGICIEL DE RESTAURANT PROMET DE STIMULER LES VENTES ET LE SERVICE CLIENT

La technologie vous permet d'automatiser les tâches, de gérer les commandes et d'améliorer l'expérience client.

CLUB DE EMPRESAS

10 LES RÉALISATIONS COMMERCIALES NE PEUVENT PLUS ÊTRE LA SEULE MESURE DU SUCCÈS D'UNE ENTREPRISE

Le bien-être social et la durabilité doivent accompagner la réussite financière des entreprises.



VIVIR TEC



14

BLOCKCHAIN : LA NOUVELLE GÉNÉRATION DE SERVICES DE STOCKAGE CLOUD

En plus de relever les défis de sécurité, la technologie blockchain offre une solution robuste et résiliente pour le stockage des données.

NUCLEO RURAL



18

VÉGÉTAL : UN REGARD SUR L'AGRICULTURE VÉGÉTALE

La production alimentaire à base de plantes peut avoir un impact environnemental moindre, ce qui souligne son importance à l'ère d'une alimentation consciente.

OFFRES SPÉCIALES

22 RÉCOLTE DE PLUIE : UNE SOLUTION DURABLE À LA SÉCHERESSE AU MEXIQUE

Face au manque de ressources et à la mauvaise gestion de l'eau, l'engagement collectif devient crucial pour lutter contre sa rareté.



ENTRETIEN EXCLUSIF

28 JORGE MÉNDEZ : « L'IA NE REMPLACE PAS LE TALENT CRÉATIF »

L'IA appliquée à la publicité et à la créativité du point de vue de l'une des meilleures valeurs de la publicité mexicaine.



TABLE DES MATIÈRES

LOBEMARK



32 CLÉS POUR RÉUSSIR DANS L'UNIVERS DIGITAL DU MARKETING

Le marketing numérique définit la voie commerciale. Les tendances évoluent rapidement et ceux qui ne rejoignent pas la vague stagneront. Êtes-vous prêt à accepter le changement ?

SEÑOR NOTICIA

36 JOHANNA REYES : « FORMER DES FEMMES LEADERS NÉCESSITE QUE LES FEMMES CROIENT EN ELLES »

La participation active des femmes apparaît comme une force de transformation essentielle pour promouvoir l'équité et l'inclusion dans l'environnement de travail.



PLANETA EN VERDE



44 LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE MONDIAL DÉPASSERAIT LE MILLIARD DE TONNES

Résoudre ce problème nécessite des actions conjointes qui favorisent la prise de conscience individuelle et les initiatives internationales.

CONPODERES



48 BADA : UNE RÉVOLUTION SUR LE MARCHÉ DE L'ART

Cette foire d'art redéfinit l'acquisition d'œuvres, en réunissant le public et les artistes de manière simple et directe, en éliminant les intermédiaires.



54 QUAND L'ART ET LE JEU SE RENCONTRENT

Gerardo Pontierr brise les paradigmes de l'art en construisant des œuvres ludiques avec des blocs Lego.

CONSTYLING

59 MARCHER VERS UN AVENIR DURABLE AVEC DES CHAUSSURES VÉGÉTALENNES

La mode éthique se fond dans le monde de la chaussure, offrant une alternative consciente à ceux qui cherchent à allier style et valeurs.



ÉDITORIAL



En couverture, nous présentons Jorge Méndez, un publiciste mexicain avec plus de 300 prix dans des festivals de création. Aujourd'hui, depuis son poste de co-vice-président de l'agence Ganem México, il nous fait visiter les axes les plus importants de la publicité actuelle.

Le marketing est également un secteur qui s'adapte chaque année à de nouveaux paradigmes et c'est pourquoi, avec Roberto Rubio, associé fondateur et directeur de l'innovation et de la technologie chez Inside, nous passons en revue les tendances clés qui donneront le ton dans le domaine numérique en 2024.

À l'occasion de la Journée internationale de la femme, du Chili, la Communauté des femmes entrepreneurs nous parle de l'importance de la participation active des femmes, comme force de transformation essentielle pour promouvoir l'équité et l'inclusion dans l'environnement de travail.

Cette date nous invite également à reconnaître l'urgence de continuer à travailler ensemble pour éliminer la discrimination et garantir que tous les groupes sociaux aient la possibilité de prospérer dans tous les domaines de la vie.

Estefani R.
ÉDITEUR

A close-up portrait of a woman with dark hair and bangs, wearing a brown beret with a ribbon and a brown coat with a thick fur collar. She is looking slightly to the side with a soft expression. The background is dark.

CAMPAGNES

AVEC DES
INFLUENCEURS EN
AMÉRIQUE LATINE

www.grupothepublic.com

UN LOGICIEL DE RESTAURANT PROMET DE STIMULER LES VENTES ET LE SERVICE CLIENT

La technologie vous permet d'automatiser les tâches, de gérer les commandes et d'améliorer l'expérience client.

Scénario : Estefani Rodríguez



Les restaurants subissent une transformation importante en raison de

à la mise en œuvre de programmes technologiques permettant sa gestion globale ; Non seulement ils simplifient les opérations quotidiennes, mais ils sont également devenus des outils essentiels au succès durable de ces entreprises.

Last.app, une startup espagnole fondée en 2019, a réussi à se positionner comme l'entreprise FoodTech leader dans ce domaine, car il s'agit du premier logiciel d'exploitation conçu exclusivement pour la gestion de restaurants.



"L'avenir de l'industrie de la restauration dépend de l'intégration transparente d'une multitude d'outils, chacun précisément adapté pour s'adapter aux différents besoins opérationnels de chaque établissement. Chez Last.app, nous voulons permettre aux restaurants d'exploiter tout le potentiel de la technologie"

Ivan Nikolic, CPTO et co-fondateur de Last.app.

Selon leur expérience sur le marché, ces programmes ont la capacité d'intégrer diverses fonctions, telles que le traitement des bons de livraison, la gestion des réservations, la boutique en ligne et les commandes ; que nous analyserons ci-dessous.

Une gestion efficace des commandes de livraison est cruciale sur un marché où les consommateurs recherchent commodité et rapidité. Les logiciels de restauration facilitent l'intégration des plateformes de livraison, optimisant ainsi le flux des commandes et réduisant les risques d'erreurs. Ceci, en plus d'améliorer l'expérience client, augmente également l'efficacité opérationnelle du restaurant.

La fonction de réservation en ligne est une autre fonctionnalité précieuse que de nombreux restaurants ont adoptée pour optimiser leur capacité et améliorer leur planification. Les clients peuvent facilement effectuer des réservations via la plateforme, permettant au restaurant de mieux gérer l'afflux de consommateurs et d'offrir un service plus personnalisé.

De même, une présence en ligne est aujourd'hui essentielle, et les boutiques en ligne intégrées à une plateforme de restaurant permettent aux établissements d'élargir leur portée et d'augmenter leurs ventes. Offrir la possibilité de commander en ligne ou même d'acheter des produits liés au restaurant ajoute une couche supplémentaire de commodité.

Enfin, les commandants numériques constituent un outil précieux pour améliorer l'efficacité des services. Les serveurs peuvent prendre les commandes directement sur les appareils mobiles, envoyant instantanément les informations à la cuisine. Cela accélère non seulement le processus, mais réduit également le risque d'erreurs dans la communication des commandes.

Bien entendu, la mise en œuvre d'un logiciel complet pour les restaurants est aujourd'hui plus qu'une nécessité. Il est prouvé qu'il améliore l'efficacité opérationnelle et améliore l'expérience client en offrant des options pratiques et personnalisées. Cela devient donc un investissement stratégique qui favorise le succès et la compétitivité dans l'industrie gastronomique moderne.

Récemment, Last.app a clôturé un tour de table de 5 millions d'euros dans le but d'accélérer son expansion sur le continent européen. « Ce cycle d'investissement nous permet de poursuivre notre trajectoire de croissance, de devenir leaders en Espagne et de commencer notre expansion sur le marché européen », déclare Eric Nikolic, PDG et co-fondateur de Last.app.



AVANTAGES D'UN ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL POSITIF

1 RELATIONS POSITIVES

Améliore la communication et le travail d'équipe.

2 INITIATIVE ET ENGAGEMENT

Valoriser les employés augmente leur dévouement.

3 MOINS D'ABSENTÉISME

Un environnement positif réduit le stress au travail.

4 RÉTENTION DES TALENTS

L'appréciation encourage à rester dans l'entreprise.

5 UNE PLUS GRANDE PRODUCTIVITÉ

Un environnement motivant favorise l'efficacité.



Préparé par : Pilar Astupiña



LES RÉALISATIONS COMMERCIALES NE PEUVENT PLUS ÊTRE LA SEULE MESURE DU SUCCÈS D'UNE ENTREPRISE

Le bien-être social et la durabilité doivent accompagner la réussite financière des entreprises.

Scénario : Esperanza Aguilera

A

ujourd'hui, les défis auxquels est confrontée une société aussi interconnectée et complexe ne peuvent être résolus uniquement à partir de la sphère publique.

La dynamique sociale est influencée par une variété d'acteurs, où la collaboration du secteur privé constitue un pilier pour construire un avenir durable et équitable.

La participation active des entreprises n'est pas seulement un choix éthique, mais aussi un acte stratégique qui reconnaît le pouvoir

financier et l'influence que ce secteur peut exercer. Les entreprises, dotées de ressources financières considérables, sont dans une position unique pour impulser des changements significatifs dans des domaines cruciaux tels que l'éducation, l'environnement ou la sécurité.

De plus, les entreprises elles-mêmes peuvent générer des bénéfices à long terme. Bâtir une réputation positive, fidéliser les consommateurs et attirer les talents ne sont que quelques-uns des avantages que vous pouvez récolter en vous engageant activement en faveur du bien commun.



« Nous ne pouvons pas attendre des gouvernements qu'ils résolvent seuls nos grands défis. La participation du secteur privé, de la société civile organisée et de la coopération internationale est absolument nécessaire. « Chaque secteur, avec ses atouts et ses connaissances, a un rôle à jouer dans la résolution des conflits et des défis. »



Flor Pinares, coordinatrice de projet à la Konrad Adenauer Stiftung (KAS) au Pérou.

Selon les chiffres de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), le poids de la collaboration public-privé dans le PIB des pays à économie solide est nettement plus élevé que dans les pays confrontés à des défis économiques. Par exemple, les Pays-Bas (21 %) et la Finlande (18 %) affichent des chiffres nettement plus élevés que la Grèce (11 %) et la Turquie (11 %), où la collaboration est considérablement plus faible.

Cependant, ce type d'alliances est souvent entouré de méfiance. La perception d'éventuels conflits d'intérêts entre les deux secteurs qui compromettent la prise de décision impartiale, ainsi que le manque de transparence et une gestion inadéquate limitent la promotion des initiatives.

« Il y aura toujours des risques concernant la corruption, c'est une question qui affecte nos interactions à tous les niveaux, mais la transparence et la responsabilité sont importantes pour clarifier les objectifs. En outre, il est très important que les deux secteurs puissent mettre en œuvre de bonnes stratégies pour faire connaître ces alliances », déclare le coordinateur.

Cependant, la véritable efficacité de ces alliances se réalise lorsque le secteur privé s'engage de manière proactive dans l'identification des problèmes au-delà des dons, en proposant des solutions innovantes et en collaborant étroitement avec le secteur public pour obtenir un impact significatif et durable sur la société.

« De nos jours, le succès d'une entreprise ne peut plus se mesurer uniquement à ses réalisations commerciales. Il est essentiel de reconnaître que le succès d'une entreprise doit aller de pair avec le bien-être de son environnement. La tendance mondiale souligne l'importance d'aligner les stratégies, de gouvernance, d'environnement et de responsabilité sociale, pour définir le succès d'une entreprise tant au niveau financier que communautaire », conclut Pinares.

Les défis des partenariats public-privé (PPP) en Amérique latine :

- Veiller à ce que les PPP soient utilisés exclusivement pour entreprendre des projets socialement justifiés, évitant ainsi la génération de charges budgétaires importantes à l'avenir.
- Assurez-vous que les responsables des demandes gouvernementales disposent d'une solide préparation.
- Promouvoir l'utilisation des APP comme outils de gestion de projets aux niveaux régional et local.
- Encourager une plus grande participation et concurrence dans les processus d'appel d'offres.
- Diversifier les sources de financement des projets, en s'ouvrant à toutes les sources de ressources possibles du marché.
- Obtenez une perception positive de la société à l'égard des projets PPP grâce à une communication efficace.
- Mettre en œuvre des mécanismes agiles avec la participation d'experts indépendants pour résoudre les conflits.
- Accroître la transparence dans la divulgation des informations.

Source : Rapport Partenariat public-privé en Amérique latine : Apprendre de l'expérience, Banque de développement d'Amérique latine (CAF).



**CHACUN PEUT
TRANSFORMER SON
IDÉE EN RÉALITÉ**

BLOCKCHAIN : LA NOUVELLE GÉNÉRATION DE SERVICES DE STOCKAGE CLOUD

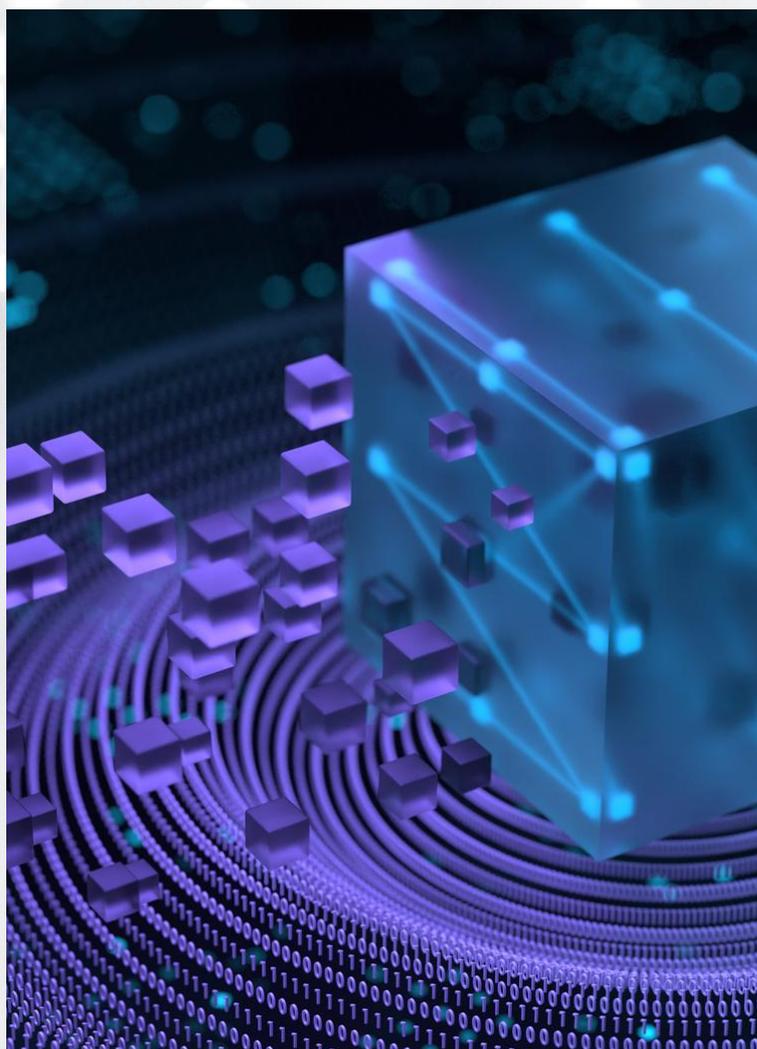
En plus de relever les défis de sécurité, la technologie blockchain offre une solution robuste et résiliente pour le stockage des données.

L

a technologie Blockchain est devenue un véritable tournant dans l'espace de stockage cloud. Traditionnellement,

La confiance a été liée à la sécurité des serveurs centralisés, mais avec l'arrivée de la blockchain, une approche révolutionnaire a été introduite en décentralisant et en sécurisant la gestion des données.

Avec une structure de blocs interconnectés et une cryptographie avancée, cette technologie offre une sécurité incassable. De plus, la décentralisation signifie que les données ne sont pas stockées en un seul endroit, mais sont distribuées entre les nœuds du réseau, ce qui rend extrêmement difficile la manipulation ou la compromission de l'intégrité des informations.



« Grâce à la technologie blockchain, les données sont pratiquement à l'abri des attaques centralisées et garantissent également la confidentialité grâce au cryptage de bout en bout. "Chaque élément de données stocké sur le réseau est crypté et n'est accessible que par son propriétaire, garantissant ainsi une sécurité supérieure."

Álvaro Pintado Santaularia, PDG
de hello.app.

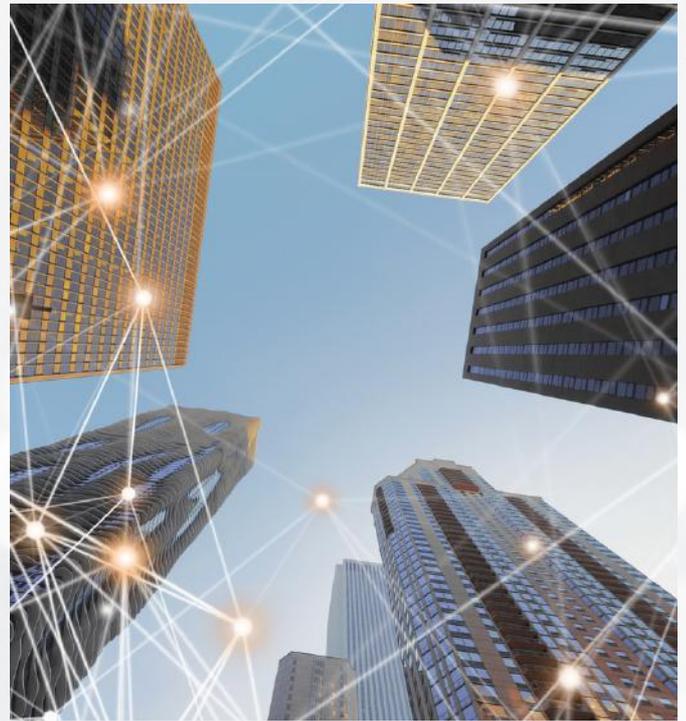


La plateforme hello.app a été créée précisément pour répondre à la nécessité de résoudre les problèmes associés aux modèles de stockage cloud traditionnels, tels que la centralisation, la vulnérabilité aux attaques et le manque de contrôle des utilisateurs sur leurs données.

« Notre objectif principal est de démocratiser le stockage de données qui non seulement redonne le contrôle des informations aux utilisateurs, mais les rémunère également pour leur contribution à l'espace de stockage inutilisé. Cela crée un réseau plus robuste et sécurisé, encourageant leur participation à notre économie numérique d'une manière accessible à tous », déclare le PDG.

Parmi d'autres solutions sur le marché, cette plate-forme présente des fonctionnalités uniques, étant le premier logiciel de stockage Web3 décentralisé open source et contrôlé par l'utilisateur au monde. Les principaux sont :

- Rémunération en euros : contrairement à d'autres plateformes qui utilisent des crypto-monnaies, hello.app récompense les utilisateurs en euros, facilitant ainsi la participation même pour ceux qui ne sont pas familiers avec les monnaies numériques.
- Décentralisation : ils éliminent les centres de données centralisés, réduisant ainsi les points de défaillance et distribuant les données de manière plus sécurisée et efficace.
- Confidentialité améliorée : ils utilisent un cryptage avancé pour garantir que seuls les utilisateurs peuvent accéder à leurs données, sans possibilité d'accès par des tiers.



D'un autre côté, cette innovation transforme également la manière dont nous collaborons en ligne, notamment dans le monde des affaires. « hello.app facilite la collaboration entre les entreprises en permettant l'échange sécurisé et efficace de données via notre plateforme. Grâce à nos fonctionnalités, les travailleurs peuvent partager toutes les informations qu'ils souhaitent, sachant que seuls les utilisateurs autorisés y auront accès », souligne-t-il.

Les algorithmes avancés permettant d'optimiser la distribution des données, ainsi que l'immutabilité inhérente de la blockchain, favorisent une évolution vers un paradigme plus démocratique et plus équitable en matière d'accès et de gestion de l'information dans le cyberspace. La révolution blockchain dans le stockage cloud est en cours, ouvrant les portes d'un avenir numérique plus transparent et plus sécurisé.



groupethepublic.com

THE PUBLIC



Publi-reportages

AVEC +
IMPACT.

+52 1 56 2774 1902

info@grupothepublic.com



VÉGÉTAL : UN REGARD SUR L'AGRICULTURE VÉGÉTALE

La production alimentaire à base de plantes peut avoir un impact environnemental moindre, ce qui souligne son importance à l'ère d'une alimentation consciente.

Scénario : Estefani Rodríguez

L

a nécessité de trouver des sources alternatives de protéines qui complètent celles existantes est devenue

un impératif pour les industries, compte tenu de la croissance constante de la population mondiale. On prévoit que d'ici 2050, 265 millions de tonnes seront nécessaires.

des protéines supplémentaires, qui doivent être soulignées pour leur durabilité environnementale, comme c'est le cas des protéines végétales.

La nutrition humaine, selon l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), dépend à 80 % des plantes, constituant un pilier essentiel de notre nutrition et de notre durabilité.

Au fil des années, la tendance vers une alimentation à base de plantes s'accroît. Selon une étude de la société suédoise Tetra Pak, 15 % des jeunes générations ont adopté une alimentation à base de plantes, tandis que 71 % des consommateurs mondiaux s'intéressent aux produits à base de plantes.

Parmi les causes fondamentales de cette tendance, 48% font référence à la santé, suivis par 37% qui apprécient les propriétés nutritionnelles. La préférence pour les ingrédients naturels et la réduction de la teneur en sucre font également partie des motivations de sélection, avec respectivement 35 % et 25 %.

Rien qu'en Colombie, l'étude réalisée par le cabinet de conseil Opinaia révèle que 93 % des consommateurs sont intéressés par les produits végétaux. Actuellement, le marché colombien expérimente déjà les huiles végétales, les fruits, les légumes et d'autres produits, ce qui représente une opportunité unique.

Agriculture responsable

Malgré certains changements dans les habitudes de consommation, l'industrie de l'élevage reste l'un des principaux responsables du changement climatique et de la dégradation de l'environnement, contribuant à de multiples problèmes environnementaux, de la rareté de l'eau douce à la destruction des terres et à la perte d'habitats, favorisant l'extinction d'espèces.

Pour contrer cette menace, l'adoption d'une alimentation à base de plantes est



présentée comme l'une des actions les plus efficaces. Des études, comme celle menée par l'Université du Michigan, indiquent que des options comme le hamburger végétalien sont plus respectueuses de l'environnement que leurs homologues à base de bœuf.

Par conséquent, la production de produits végétaux implique, en termes généraux, une moindre utilisation de la terre et de l'eau contrairement à l'élevage. De même, les pratiques agricoles durables, telles que l'alternance des cultures et l'agriculture biologique, peuvent potentiellement bénéficier à la santé des sols et promouvoir la biodiversité, tout en générant des aliments nutritifs avec une empreinte environnementale moindre.

Cultures aquatiques

Selon les experts du centre technologique AINIA, de nouvelles sources de biomasse sont explorées dans le but d'obtenir et d'améliorer des ingrédients protéiques durables. Ces sources doivent également être riches en autres composés alimentaires précieux, tels que les acides gras oméga-3, les fibres, les vitamines et les antioxydants. Parmi les options envisagées figurent les micro et macroalgues, les insectes et les protéines unicellulaires (SCP).

Dans le cas spécifique des lentilles d'eau, elles apparaissent comme une nouvelle source alimentaire d'intérêt, se distinguant par sa

composition nutritionnelle. Sa remarquable teneur en protéines de haute qualité (35 à 43 % en matière sèche) est mise en valeur, ainsi qu'en fibres (38 à 62 %), en amidon (4 à 10 %), en graisses (4 à 7 %) et en micronutriments.

Le régime alimentaire à base de plantes marque une nouvelle ère dans la façon dont les gens perçoivent l'alimentation et ses impacts. En mettant l'accent sur la santé personnelle et la durabilité environnementale, cette tendance promet de transformer, dans les années à venir, l'industrie alimentaire et de changer notre relation à l'alimentation.

Nouveaux produits à base de plantes (Alimarket 2022) :

- La croissance soutenue à deux chiffres de certains produits comme les boissons végétales sera supérieure à 12 %.
- Les yaourts et desserts végétariens connaîtront une évolution de plus de 17%.
- Les alternatives aux produits carnés connaîtront une croissance de 19%, pour atteindre 29% dans l'offre composée majoritairement de répliques de viande.





NucleoRural.com

La place de
l'agroalimentaire

RÉCOLTE DE PLUIE : UNE SOLUTION DURABLE À LA SÉCHERESSE AU MEXIQUE

Face au manque de ressources et à la mauvaise gestion de l'eau, l'engagement collectif devient crucial pour lutter contre sa rareté.

Scénario : Leonardo Rodríguez





C

es dernières semaines, l'État de Mexico et la ville de Mexico connaissent de graves pénuries

d'eau en raison du manque de pluie et d'une mauvaise gestion. Selon le Journal officiel de Mexico, cela concerne plus de 284 quartiers qui composent la ville.

Selon la Commission Nationale de l'Eau (CONAGUA), le système Cutzamala, essentiel pour approvisionner en eau la ville de Mexico et sa zone métropolitaine,

sont confrontés à une crise aiguë en fonctionnant en dessous de 40 % de leur capacité de stockage. Ce problème découle des sécheresses prolongées et de l'exploitation des ressources en eau, qui représentent une menace importante pour l'approvisionnement en eau et mettent en péril les besoins de millions d'habitants.

En réponse à la crise, le gouvernement de la capitale a lancé des projets de réhabilitation des infrastructures hydrauliques et a mis en place des mesures telles que la distribution de lots. Malgré ces efforts, le Système d'Eau de la Ville de Mexico (Sacmex) prévoit que d'ici 2030, seulement 8 % de la capitale maintiendra un approvisionnement adéquat en eau potable, de sorte qu'aucune amélioration évidente du problème n'est observée.

Dans ce contexte, une approche innovante commence à faire son chemin : la récupération de l'eau. Cette stratégie vise à utiliser efficacement les ressources en eau, en offrant une solution durable et efficace qui, grâce à un impact cumulatif, nous permet de faire face aux défis actuels.

Récupération de l'eau de pluie

La récupération de l'eau fait appel à diverses techniques, la récupération de l'eau de pluie étant l'une des plus remarquables. Selon Enrique Lomnitz, directeur général de l'association Isla Urbana, la mise en place de systèmes de collecte des eaux de pluie sur les toits des maisons peut bénéficier immédiatement aux quartiers confrontés à la crise de l'eau.

Lomnitz explique que ces systèmes sont constitués de modules interconnectés afin de garantir un approvisionnement efficace et durable. La récupération de la pluie se fait via les gouttières, suivie du transport de l'eau via des canalisations. L'eau passe ensuite par un premier système de séparation d'eau pour être purifiée et, enfin, elle est stockée dans un réservoir pour être distribuée au foyer.

Selon le rapport Étude d'alternatives pour l'utilisation durable de l'eau de pluie, préparé par l'ingénieur Luis Herrera, l'avantage de ces systèmes de collecte est qu'ils nécessitent peu d'entretien pour fonctionner efficacement. Cela se résume à un nettoyage régulier des toitures et des gouttières, à l'étanchéité des conteneurs et à une désinfection annuelle du premier système de séparation des eaux.



Avantages de la récolte de la pluie

Selon le rapport Récolte de la pluie : une stratégie pour parvenir à une ville durable et compétitive d'Yliana Mérida, la récolte de la pluie est une stratégie qui offre de multiples avantages. Surtout, cela aide à prévenir les inondations en réduisant le débit d'eau dans le système de drainage. Il contribue même à la réduction des émissions de gaz à effet de serre en nécessitant moins d'énergie pour pomper et transporter l'eau potable.

Cette approche aborde également la durabilité de l'approvisionnement en eau en réduisant la dépendance à l'égard du réseau public et en réduisant la surexploitation de l'aquifère, ce qui est essentiel pour répondre à la demande urbaine croissante en eau potable. En plus de fournir une source d'eau alternative,

la récolte des eaux pluviales améliore considérablement la qualité de vie des communautés en assurant un approvisionnement constant et durable en eau.

De même, le manuel Harvest the Rain préparé par Sedema soutient que les systèmes de collecte d'eau de pluie qui ont une conception appropriée et bénéficient d'un entretien adéquat peuvent fournir une eau de qualité supérieure au réseau public. Ceci est valable tant que le fonctionnement et l'entretien corrects du système et des surfaces collectrices des plafonds sont effectués.

De même, l'ingénieur Pino Escamilla, dans son rapport La récupération de l'eau de pluie, une alternative durable, souligne que



L'application de ces systèmes offre des avantages économiques en tirant parti d'une ressource gratuite et facile à entretenir. En réduisant la consommation d'eau potable, on obtient une réduction des coûts du service d'aqueduc, en plus de contribuer à des économies sur les dépenses liées à l'énergie d'épuration.

Surmonter les défis

Bien que les systèmes de collecte des eaux de pluie au Mexique offrent un grand potentiel pour remédier à la pénurie d'eau, ils se heurtent à un obstacle majeur : les coûts initiaux de mise en œuvre et la disponibilité limitée de ressources financières dans les communautés économiquement marginalisées. Ce défi économique soulève des questions sur la faisabilité et l'équité dans l'adoption de ces technologies durables.



En réponse à ce défi, des programmes ont vu le jour visant à soutenir et à bénéficier principalement des populations les plus marginalisées économiquement. Un exemple de ces programmes est Isla Urbana, qui installe des systèmes de collecte dans divers environnements depuis 2009. Selon les informations fournies sur son site officiel, ce projet a réussi à installer 33 904 systèmes, bénéficiant au total à 645 871 personnes.

En plus de fournir une source d'eau alternative, la récolte de pluie améliore considérablement la qualité de vie des communautés.

Les systèmes de récolte de pluie atteignent une autonomie totale d'environ six mois par an.

La pénurie d'eau représente une réalité urgente qui nécessite une réponse immédiate. Grâce à une approche globale qui aborde tout, de la gestion durable à la sensibilisation du public, le Mexique a la possibilité de surmonter ce défi et d'assurer un avenir plus sûr et plus équitable à ses citoyens. Une collaboration efficace entre le gouvernement et la société civile apparaît comme un élément fondamental pour parvenir à des changements significatifs dans la lutte contre la rareté de cette ressource vitale.

Chiffres au Mexique :

- Près de 21 millions de Mexicains n'ont pas accès à l'eau potable quotidiennement (Inegi).
- Les précipitations annuelles moyennes au Mexique sont de 771 mm, ce qui équivaut à un volume de 1 511 km³ d'eau (Semarnat).
- À Mexico, 57 % de l'approvisionnement en eau provient de sources, d'aquifères et de puits, tandis que les 43 % restants proviennent du système Lerma-Cutzamala (système d'eau mexicain).



DES STRATÉGIES EFFICACES
ET INNOVANTES

POUR ÉCONOMISER L'EAU

💧 METTRE EN PLACE DES RÉDUCTEURS DE DÉBIT

Grâce à ces dispositifs, le débit peut être réduit sans compromettre la pression. Certains mélangent l'eau avec de l'air pour augmenter la vitesse de circulation et réduire la consommation.

💧 INSTALLER DES AÉRATEURS DANS LES ROBINETS ET LES DOUCHES

Ces dispositifs réduisent le débit en mélangeant l'eau avec l'air et sont placés à l'embouchure des robinets pour éviter le gaspillage d'eau.

💧 OPTEZ POUR DES ROBINETS TEMPORISÉS

Permet à l'eau de s'écouler pendant une durée limitée en appuyant sur un bouton, favorisant ainsi les économies dans les endroits très fréquentés tels que les piscines et les salles de sport.

💧 CHOISISSEZ DES ROBINETS ÉLECTRONIQUES POUR LES ENTREPRISES

Il est activé par des capteurs lors de la détection de la présence de mains ou de corps, arrêtant automatiquement le débit pour économiser l'eau.

JORGE MÉNDEZ :

"L'IA NE REMPLACE PAS LES TALENTS CRÉATIFS"

Scénario : Estefani Rodríguez

P

Pour Jorge Méndez, plus connu sous le nom de Cometa, les changements ont toujours fait partie de sa vie, mais son talent et sa persévérance ont montré

qu'il sait toujours s'adapter avec les bonnes idées, le travail et sa grande passion : la créativité.

Graphiste de profession, le dessin a perfectionné son esprit créatif, ce qui l'a amené à devenir publiciste et à remporter plus de 300 prix dans des festivals tels que Cannes Lions, One Show, El Ojo de Iberoamérica, entre autres.





L'IA appliquée à la
publicité et à la
créativité du point
de vue de l'une des
meilleures valeurs
de la publicité
mexicaine.

Pendant 15 ans, il a été associé et vice-président créatif de l'agence (anonyme), un cycle qui s'est récemment terminé pour tenter de nouvelles expériences dans l'une des agences les plus reconnues du pays et avec plus d'un demi-siècle sur le marché : Ganem. Mexique. Aujourd'hui, depuis son poste de co-vice-président créatif, il nous livre un regard actuel sur l'intelligence artificielle appliquée à la publicité, à la technologie et aux ressources humaines créatives.

Pour le publiciste, l'intelligence artificielle (IA) est aujourd'hui au cœur de nombreux débats, car on pense qu'elle remplacera le travail humain.

« Ce n'est pas un outil qui remplace le talent créatif, mais plutôt un outil qui ajoute au développement et optimise le temps. Nous l'utilisons beaucoup pour visualiser des idées, des storyboards, des thèmes de grille ou du contenu numérique, qui sont des tâches très immédiates.

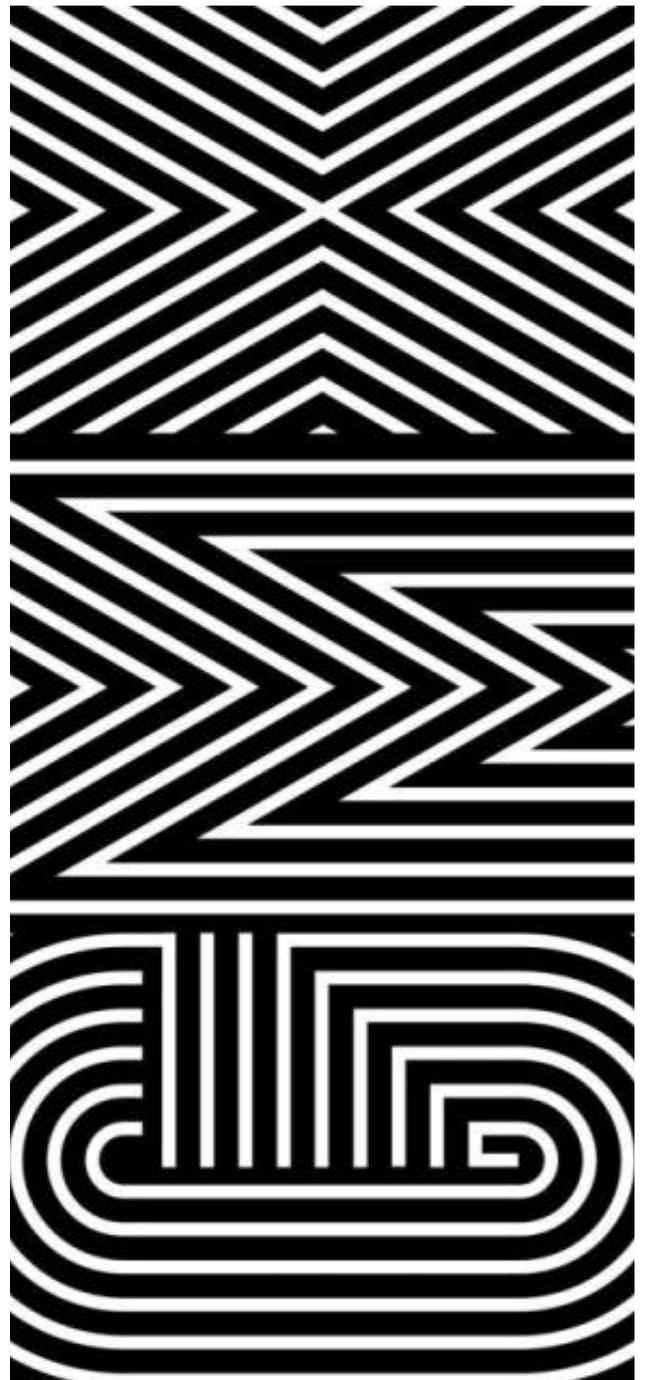
De même, il met en avant l'omnicanal comme la stratégie centrale de la publicité d'aujourd'hui. **“Cela permet à tout de fonctionner de manière très intégrée, puisque tout le monde aborde le projet dans le même canal, dans la même ligne. Lorsqu'il y a différents silos, il y a des points qui se déconnectent.**

Par exemple, à Ganem México, tous ceux qui regardent la télévision ou les médias sont les mêmes qui s'occupent de la partie numérique.”



Pour garantir le succès de toute agence, Cometa mentionne qu'il est important que l'équipe soit au courant de ce qui se passe dans l'industrie dans le monde entier, pour comprendre de près les tendances.

“Il est important de voir des œuvres qui les inspirent et de les organiser selon les catégories que nous avons déjà définies pour les ateliers. De cette manière, l'équipe créative comprend où diriger l'idée et définit la direction de l'aiguille des clients. Décidément, il faut toujours chercher un point de vue différent.”



Comparé à certains pays latino-américains comme le Brésil, l'Argentine, la Colombie et même le Pérou, le Mexique est encore endormi. **“En fait, il y a des campagnes qui rapportent de gros prix, mais ce n'est pas une constante. Et c'est frustrant d'être un pays qui a une culture assez riche et des industries créatives dans lesquelles il y a de grands talents”**, conclut-il.

CLÉS POUR RÉUSSIR DANS L'UNIVERS DIGITAL DU MARKETING

Le marketing numérique définit la voie commerciale. Les tendances évoluent rapidement et ceux qui ne rejoignent pas la vague stagneront. Êtes-vous prêt à accepter le changement ?

Scénario : Estefani Rodríguez

A

lors que nous nous dirigeons vers 2024, le paysage du marketing numérique poursuit son évolution rapide, portée par

les avancées technologiques, des changements de comportement des consommateurs et des adaptations à un environnement numérique en constante transformation.

Roberto Rubio, associé fondateur et directeur de l'innovation et de la technologie chez Inside, l'une des agences de marketing numérique pionnières au Pérou avec une vaste expérience dans les réseaux sociaux, partage avec nous les principales tendances qui devraient établir la norme dans le domaine du marketing numérique en ce 2024.



Comme point de départ, il y aura une forte consolidation de la plateforme TikTok. Selon Roberto, on estime qu'au début de l'année dernière, 17 millions de Péruviens utilisaient ce réseau social et, dans le monde, plus de 1,327 millions d'utilisateurs sont attendus pour l'année prochaine.

« TikTok change le concept de réseau social. Si nous nous souvenons bien, on disait que Facebook allait aider à connecter les gens entre eux, car TikTok change toute cette philosophie, puisqu'il connecte les gens avec le contenu. Et il ne s'agit pas de publicités télévisées typiques, bien réalisées et parfaitement techniques, mais plutôt d'un contenu authentique et réel.

La deuxième tendance concerne le commerce social. Cette approche innovante exploite la puissance des plateformes sociales pour connecter directement les consommateurs aux produits et services, transformant ainsi l'expérience d'achat en une activité sociale et partagée.

« Les réseaux, voyant qu'ils ont déjà du monde, souhaitent désormais proposer leurs propres plateformes pour réaliser des points d'achat et de vente. Aujourd'hui, nous avons par exemple Meta shop, TikTok shop et Youtube shopping. Cette année, ils ne vont pas se consolider, mais ils vont entrer en force.»

L'intelligence artificielle (IA) continue de transformer et d'optimiser les méthodes de travail. Troisième point, l'incorporation de cette technologie dans divers outils, comme Photoshop, se démarque. « Cette année, les agences et



Les utilisateurs pourront utiliser de nombreux outils dotés de l'IA, sans avoir besoin de connaissances techniques pour créer leur propre contenu. Cela permettra des créations avec une efficacité et une rapidité sans précédent.

Quatrièmement, la disparition des cookies qui accompagnent les marketeurs depuis des décennies est un aspect important à considérer. Selon Google, il a été annoncé qu'ils seraient supprimés pour le second semestre de cette année.



« Les cookies ont permis aux spécialistes du marketing et aux annonceurs de mieux cibler leurs publicités, mais pour les utilisateurs, cela a soulevé certains problèmes en matière de confidentialité. Sans aucun doute, son élimination sera pour nous tous un grand défi sur lequel nous devons travailler.

Le dernier aspect à considérer est l'adaptation massive des plateformes vidéo au format vertical. Comme on le sait, YouTube a commencé comme une plateforme au format horizontal comme Facebook, puis Instagram est entré avec le format carré. Cependant, TikTok a eu plus de succès avec le vertical et maintenant d'autres plateformes s'adaptent à cette présentation.

"C'est un format plus spontané, puisque 94% du temps les utilisateurs utilisent le smartphone verticalement,

alors pourquoi leur faire faire pivoter le téléphone s'ils l'utilisent déjà d'une certaine manière. Les professionnels du marketing doivent toujours s'adapter à ce que font les gens. En 2024, il y aura beaucoup plus d'outils et l'accent sera mis davantage sur la création de vidéos en 9:16".

Inside, désormais également présent au Chili et en Colombie, veille à ce que les réseaux sociaux soient les outils essentiels pour mieux positionner les marques et se connecter de manière significative avec leurs clients. L'ordre de popularité sera : TikTok, Facebook, Instagram et YouTube.

Dans ce paysage dynamique, les marques qui réussiront seront celles qui non seulement adopteront ces tendances, mais qui s'adapteront également rapidement, créant des expériences mémorables et authentiques qui trouveront un écho plus profond auprès de leur public.

MARKETING ET PUBLICITÉ

BLOG

Lobe Mark

**CRÉATIVITÉ
ET IDÉES**

lobemark.com



JOHANNA REYES : « FORMER DES FEMMES LEADERS NÉCESSITE QUE LES FEMMES CROIENT EN ELLES »

La participation active des femmes apparaît comme une force de transformation essentielle pour promouvoir l'équité et l'inclusion dans l'environnement de travail.

Scénario : Esperanza Aguilera





M

ême si l'Amérique latine est connue pour la mobilité des entreprises et que nous avons assisté à une incursion notable des

femmes dans des postes de direction, la région est confrontée à des défis importants. Ces progrès, bien qu'encourageants, n'ont pas permis de combler efficacement l'écart entre les sexes.

Diverses études ont montré que le leadership féminin apporte une diversité de compétences et d'approches fondamentales au

monde des affaires. Ces femmes leaders favorisent la collaboration, l'empathie et la résilience, créant ainsi des environnements de travail plus sains et plus productifs.

Cependant, la réalité des femmes leaders dans la région n'est pas homogène. Même si l'Amérique latine a fait de grands progrès vers la parité hommes-femmes dans le monde des affaires, les progrès ont été insuffisants, notamment dans le secteur privé.

Dans la région, les femmes n'occupent que 15 % des postes de direction et ne possèdent que 14 % des entreprises, selon un rapport de la Banque interaméricaine de développement (BID).

Pour Johanna Reyes, directrice exécutive de la Communauté des femmes entrepreneurs du Chili, **“les femmes sont encore confrontées à de nombreux obstacles sur le lieu de travail. Ce qui coûte quelque chose à un homme coûte trois ou quatre fois plus aux femmes car, même si cela n'est pas visible, nous trouvons ce qu'ils ont appelé le "plafond de verre”.**



Ce terme fait référence aux barrières invisibles qui entravent l'ascension des femmes vers des postes de direction dans les organisations, notamment aux plus hauts niveaux de responsabilité. Ces obstacles peuvent provenir d'une culture organisationnelle stéréotypée ou être liés à l'absence de politiques de travail facilitant l'équilibre entre la vie personnelle, familiale et professionnelle.

Cependant, Reyes souligne que, malgré les défis qui existent dans l'environnement de travail, les femmes ont le pouvoir de participer activement à la lutte contre les inégalités entre les sexes.

« C'est un défi de briser les préjugés, mais pour changer cela, il est nécessaire de se former, d'étudier et de développer ses compétences. Former des femmes leaders exige que les femmes croient en elles-mêmes, en leurs capacités et en leur autonomie économique. »

Johanna Reyes, directrice exécutive de la Communauté des femmes entrepreneurs du Chili.

En s'autonomisant et en se défendant, les femmes contribuent non seulement à leur propre avancement professionnel, mais aussi à la transformation progressive des structures organisationnelles et culturelles qui perpétuent les inégalités. La participation active et consciente des femmes devient ainsi un facteur clé du changement vers des environnements de travail plus équitables.

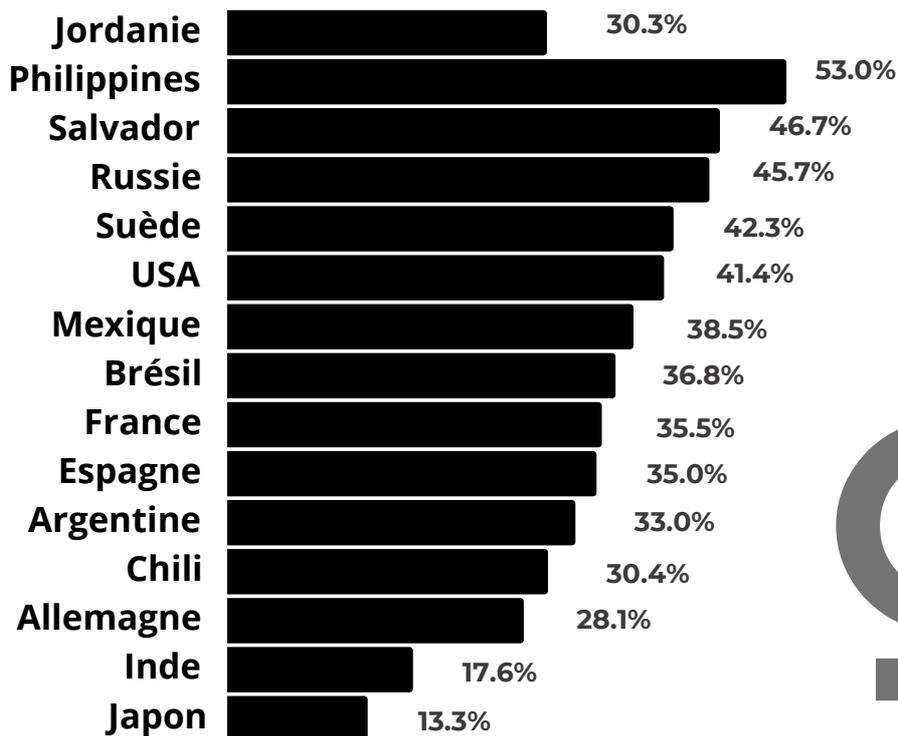
Dans la Communauté des femmes entrepreneurs, les femmes soutiennent le développement, l'entrepreneuriat et l'autonomisation d'autres femmes au Chili. **« Nous sommes un vivier d'entrepreneurs ; Nous offrons un réseau de soutien, de collaboration, d'accès à l'information**

et à la formation, le tout à un coût abordable. Dans la communauté, ils peuvent trouver des références, recevoir de l'aide pour leur entreprise et travailler ensemble pour s'autonomiser. », explique le directeur.

La création d'environnements d'apprentissage inclusifs et accessibles, ainsi que la promotion de la confiance en soi et de l'autonomie, sont des éléments cruciaux du développement des femmes leaders. La participation active des femmes stimule leur propre progression professionnelle et devient également un catalyseur essentiel de la transformation des structures culturelles et organisationnelles, ouvrant la voie à une plus grande équité et inclusion.

DANS QUELS PAYS LES FEMMES SONT-ELLES AUX COMMANDES ?

Pourcentage de femmes occupant des postes de direction dans certains pays en 2020*



*Données 2021 pour les États-Unis, le Mexique et le Chili.
Source : Organisation internationale du travail

Source : Statista

SeñorNoticia

LES NOUVELLES LES PLUS PERTINENTES



SeñorNoticia.com

CONSEILS POUR ÊTRE UNE FEMME

CROYEZ EN VOUS ET RESTEZ RÉSILIENT

Faites confiance à votre force intérieure pour surmonter les défis et atteindre vos objectifs, sans abandonner face aux difficultés.

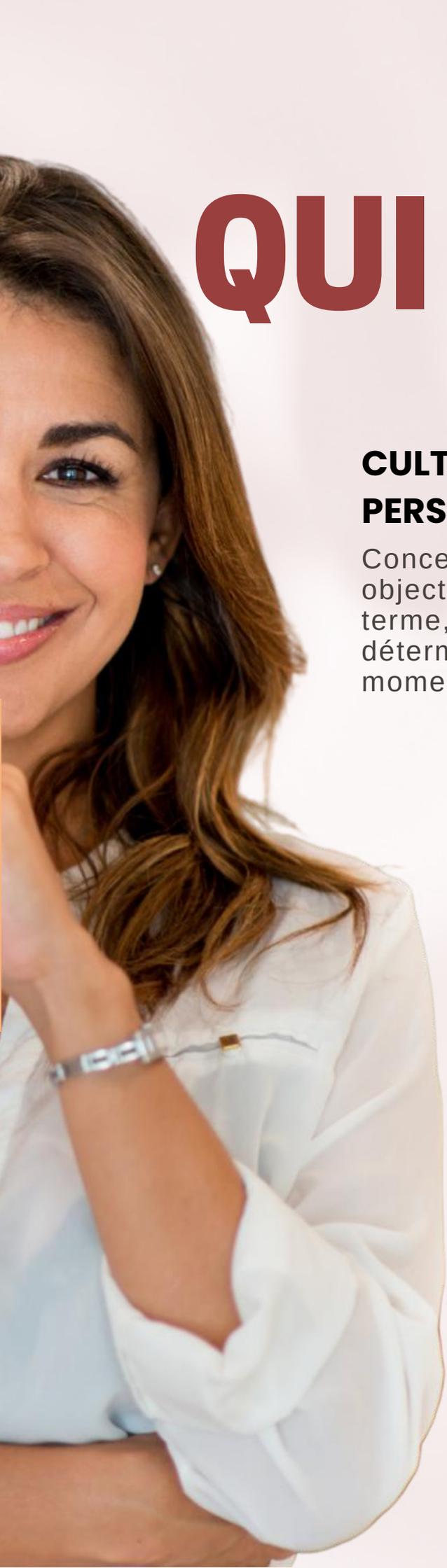
AUTONOMISEZ-VOUS GRÂCE À LA CONNAISSANCE

Passez du temps à apprendre et à développer votre pensée critique, à renforcer votre confiance en vous et à remettre en question les stéréotypes de genre.

SAL DE TU ZONA DE CONFORT

Acceptez le changement et prenez des risques calculés, en gardant vos objectifs clairs tout en explorant de nouvelles opportunités de croissance.





QUI RÉUSSIT

CULTIVER LA MOTIVATION PERSONNELLE

Concentrez votre énergie sur vos objectifs de carrière à court et à long terme, en faisant preuve de détermination et de persévérance à tout moment.

PRATIQUER LE LEADERSHIP TRANSFORMATIONNEL

Démarquez-vous en tant que leader inspirant, gagnant la confiance de vos collègues et ouvrant de nouvelles opportunités de croissance professionnelle.

INSPIREZ-VOUS DES HISTOIRES D'AUTRES FEMMES

Apprenez des modèles et utilisez leurs expériences comme source d'inspiration pour votre propre développement personnel et professionnel.

LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE MONDIAL DÉPASSERAIT LE MILLIARD DE TONNES

Résoudre ce problème nécessite des actions conjointes qui favorisent la prise de conscience individuelle et les initiatives internationales.

Scénario : Esperanza Aguilera

ET

Aujourd'hui, le gaspillage alimentaire est un problème mondial. Chaque année, selon l'Organisation des

Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), on estime que 1.3 milliard de tonnes de nourriture sont gaspillées, ce qui affecte les économies, l'environnement et la sécurité alimentaire.

De la récolte au consommateur final, les aliments sont souvent perdus en raison de mauvaises pratiques logistiques, de normes esthétiques trop strictes et de dates de péremption arbitraires.

De plus, les supermarchés, en tant que point de contact entre les producteurs et les consommateurs, sont confrontés à des défis importants dans la gestion efficace de leurs stocks. La surproduction conduit souvent au rejet de produits encore parfaitement comestibles.



Ce phénomène soulève des questions sur la pérennité de nos pratiques et leurs conséquences à long terme. Le coût total des pertes et gaspillages alimentaires s'élève à 1 milliard de dollars par an, selon la FAO. En plus d'être à l'origine de 8% de la production mondiale d'émissions de gaz à effet de serre.

"On estime que 17% du gaspillage alimentaire est généré dans les supermarchés, où 70% des produits jetés sont dus à la date de péremption, car ils n'ont pas été vendus à temps"

Mauricio Kremer, co-fondateur et PDG de Kigüi.



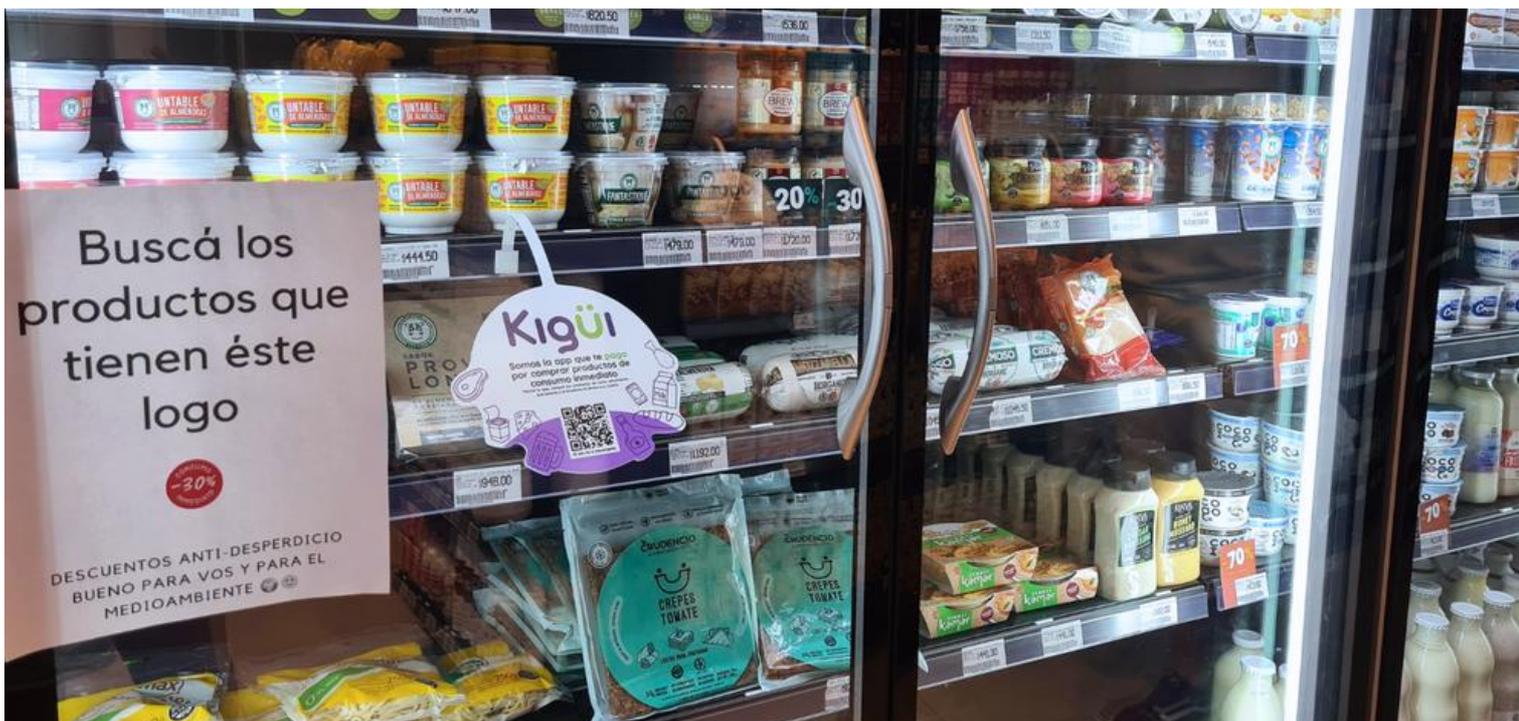
Dans ce contexte, Kigüi cherche à résoudre le problème de manière innovante en offrant aux utilisateurs du cashback, c'est-à-dire une compensation monétaire pour l'achat de produits proches de leur date d'expiration.

Cette approche, axée sur les économies économiques pour le consommateur, encourage l'achat d'aliments sur le point de périmurer et contribue de manière significative à réduire les déchets dans les établissements commerciaux.

Cependant, Kremer souligne l'importance pour le consommateur d'adopter des pratiques conscientes, ainsi que la nécessité d'initiatives au niveau international : **“Nous proposons un outil dans lequel le consommateur a le pouvoir entre ses mains, mais changer les pratiques des entreprises est essentiel pour avoir un impact positif sur le gaspillage alimentaire.”**

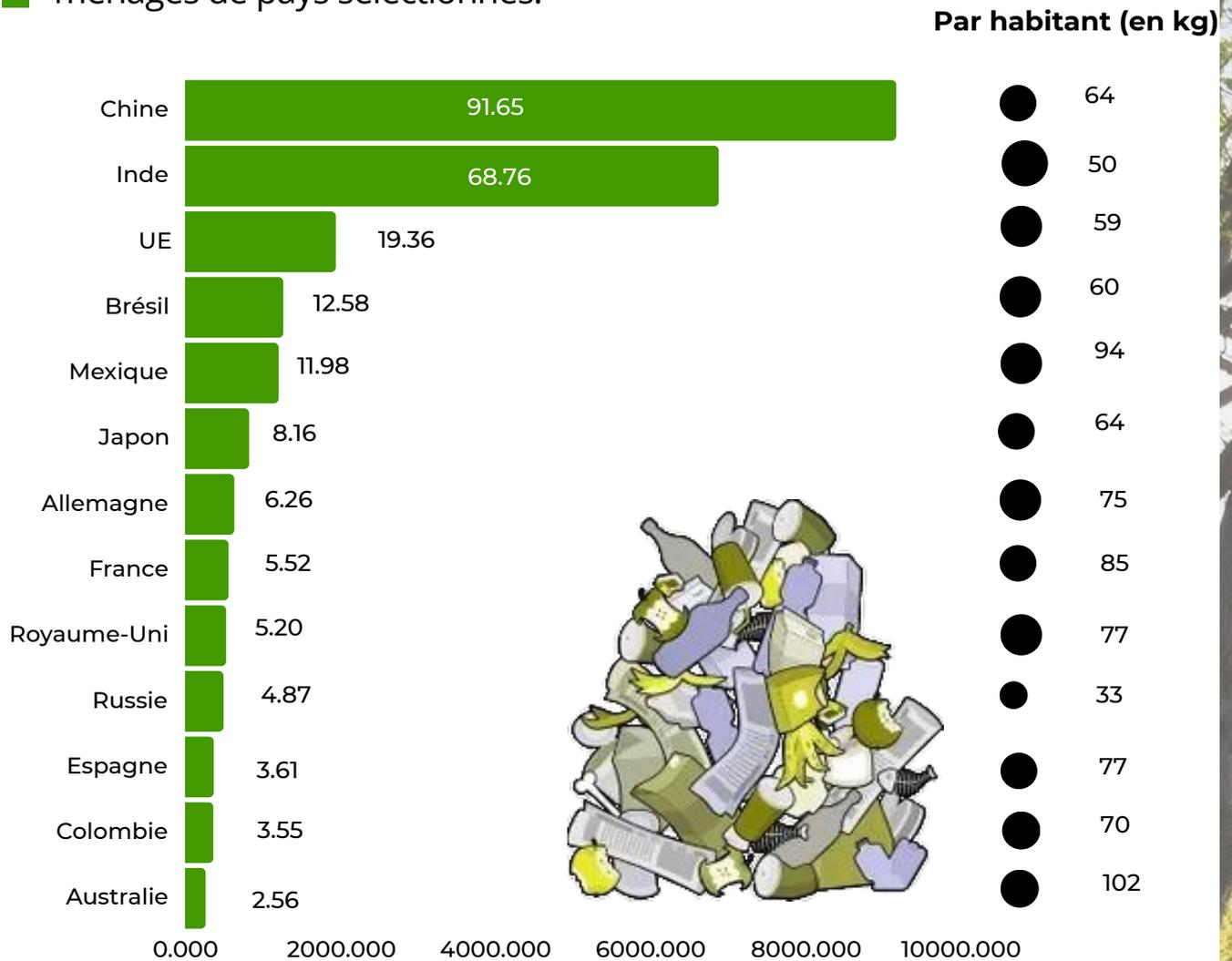


Le gaspillage alimentaire n'est pas seulement un problème éthique, mais aussi un problème urgent qui nécessite des solutions concrètes. La mise en œuvre de politiques efficaces, la promotion de pratiques durables et la sensibilisation individuelle sont essentielles pour inverser cette tendance et construire un système plus équitable et plus durable à l'échelle mondiale.



L'AMPLEUR DU GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Estimation du volume annuel de nourriture gaspillée dans les ménages de pays sélectionnés.



Source : Indice du gaspillage alimentaire 2021 – PNUE

Source : Statista



BADA : UNE RÉVOLUTION SUR LE MARCHÉ DE L'ART

Scénario : Esperanza Aguilera

Cette foire d'art redéfinit l'acquisition d'œuvres, en réunissant le public et les artistes de manière simple et directe, en éliminant les intermédiaires.

Aujourd'hui, la difficulté d'étudier l'art est accentuée par la perception selon laquelle le monde de l'art

est rarement rentable pour les créateurs.. Mais malgré cette réalité, l'art contemporain non seulement persiste, mais remet également en question les idées préconçues avec des initiatives comme BADA (Artist Direct Art Fair).

La proposition de BADA réaffirme l'idée selon laquelle l'art est une expérience partagée, où le public se connecte de manière unique et personnelle avec l'artiste et l'œuvre, brisant les barrières traditionnelles de vente. Dans cet espace, l'achat d'art devient une expérience au-delà du transactionnel, invitant chacun à s'immerger dans le monde créatif de manière simple et directe.

"BADA est née il y a 13 ans à Buenos Aires, en Argentine, suite à la nécessité d'un marché direct de l'art, sans intermédiaires. Les artistes ont besoin d'un espace où les prix sont plus justes et où ils peuvent s'adresser directement à leur consommateur final", souligne-t-il. directeur exécutif de BADA.

Daphné Ibargüengoytia, directrice exécutive de BADA.





La nécessité de revitaliser le marché de l'art a conduit Ana Spinetto, sa fondatrice, à organiser cette foire à l'échelle internationale, arrivant pour la première fois au Mexique en 2019 et en Espagne en 2022. Dans cette deuxième édition au Mexique, plus de 150 artistes ont été présentés. . de diverses disciplines et de pays comme l'Argentine, le Chili, la Colombie, l'Espagne, les États-Unis, la France et le Mexique.

"Nous cherchons à faire en sorte que les artistes puissent vivre de l'art", souligne Leni Iburgüengoytia, directrice artistique de BADA, soulignant l'engagement de la foire en faveur de la durabilité de l'artiste dans le domaine économique.



El evento no se limita solo a la exhibición de obras, también ofrecen a los niños la oportunidad de expresarse artísticamente utilizando materiales reciclados a través de talleres. Además, la colaboración con grafiteros del estado de Morelos y 360 Spray Paint generó murales únicos y vibrantes intervenidos en vivo.

En el camino por democratizar el arte, Banco Azteca se sumó a BADA con la convocatoria **"Arte para Todos"** desde hace tres años, impulsando a jóvenes artistas de entre 18 y 35 años. Este año, recibieron más de 180 aplicaciones, de las cuáles solo cinco fueron seleccionadas. Los finalistas ganaron la posibilidad de estar en esta feria sin costo alguno, contribuyendo así al reconocimiento y difusión de su arte.

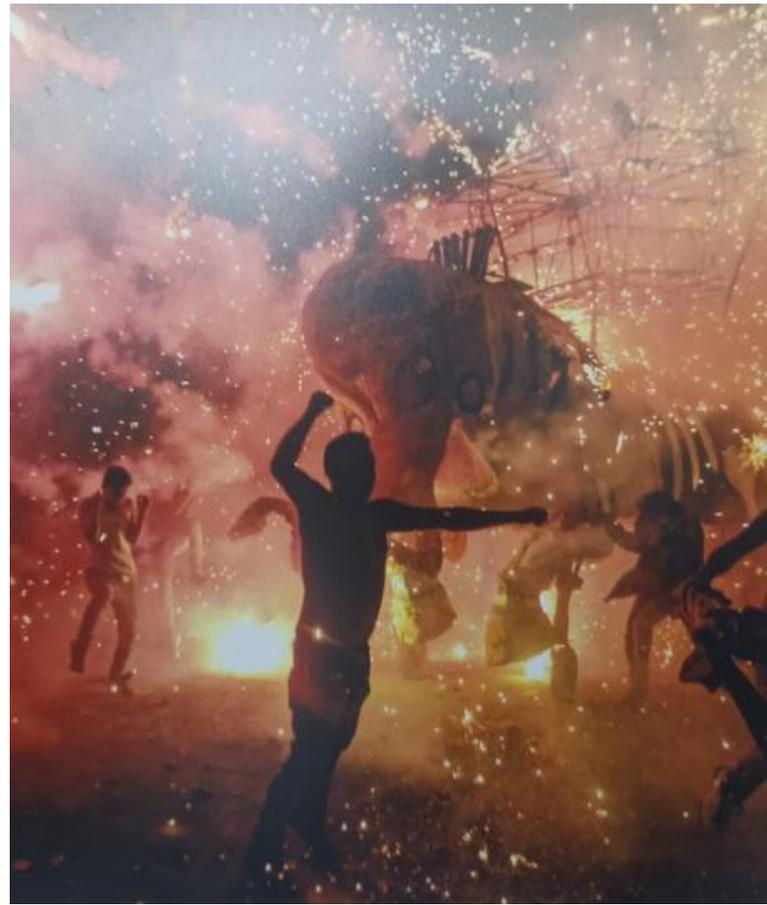




L'événement ne se limite pas seulement à l'exposition d'œuvres, ils offrent également aux enfants la possibilité de s'exprimer artistiquement en utilisant des matériaux recyclés à travers des ateliers. De plus, la collaboration avec des graffeurs de l'État de Morelos et 360 Spray Paint a généré des peintures murales uniques et vibrantes intervenues en direct.

Sur la voie de la démocratisation de l'art, Banco Azteca a rejoint BADA avec l'appel « **Art pour tous** » pendant trois ans, promouvant les jeunes artistes entre 18 et 35 ans. Cette année, ils ont reçu plus de 180 candidatures, dont cinq seulement ont été sélectionnées. Les finalistes ont remporté l'opportunité d'assister gratuitement à cette foire, contribuant ainsi à la reconnaissance et à la diffusion de leur art.





« Même si me rapprocher des gens est quelque chose que je fais constamment en tant que photographe, être ici à BADA et me sentir si proche du public est très excitant et gratifiant. Sans aucun doute, la foire aide les artistes à recevoir la reconnaissance que nous méritons », a-t-il commenté. Antonio Flores García, « le photographe de l'enfer », l'un des finalistes de « Art pour tous ».

La foire apparaît comme un phare d'innovation et d'accessibilité sur la scène de l'art contemporain. En éliminant les intermédiaires, en encourageant les connexions directes et en promouvant la diversité, BADA remet en question les conventions du marché, offrant une expérience unique aux artistes et aux amateurs d'art.





ConStyling.com

Model Beauté Style

QUAND L'ART ET LE JEU SE RENCONTRENT



Gerardo Pontierr brise les paradigmes de l'art en construisant des œuvres ludiques avec des blocs Lego.

G

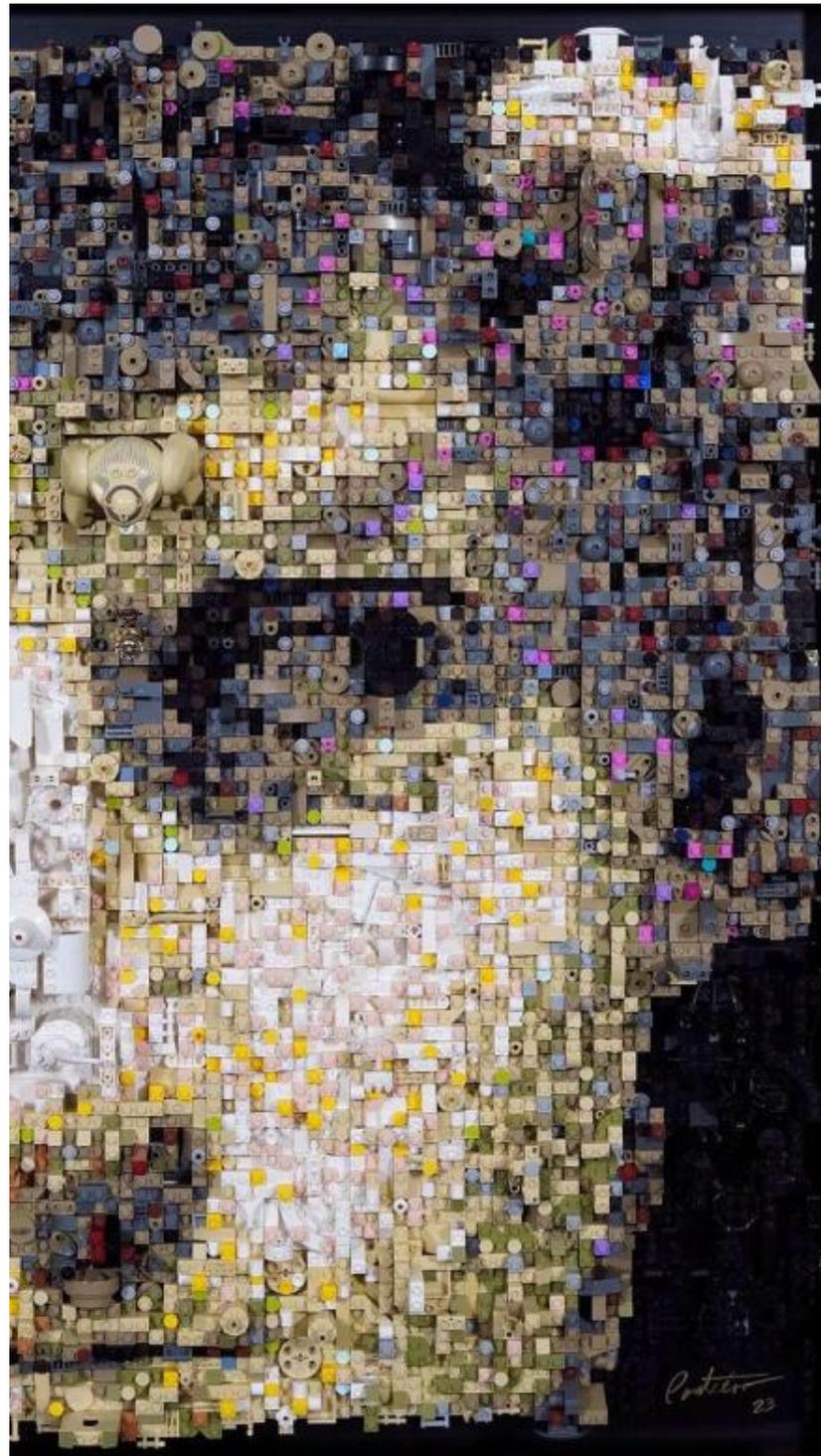
erardo Pontierr est un artiste aux multiples facettes qui a réussi à amener l'art au-delà du conventionnel. Bien que la musique soit l'une de ses principaux intérêts,

Pontierr a cultivé des passe-temps qui lui ont permis de créer des pièces artistiques qui montrent que la créativité n'a pas de limites.

Dès son plus jeune âge, il s'est intéressé aux blocs Lego et ce qui a commencé comme un jeu l'a amené à devenir champion du monde de construction Lego à l'âge de 10 ans, selon l'artiste. Aujourd'hui, il utilise ces blocs de plastique pour créer de l'art.

« Mes œuvres, plus que des peintures, sont une sculpture au format peinture. Je les appelle des mosaïques tridimensionnelles et elles sont entièrement réalisées avec des pièces Lego. »

Son travail est issu de la gamme de produits « Lego Art », des ensembles créatifs introduits sur le marché en 2020, qui proposent de recréer des personnages et des œuvres historiques à partir de petites pièces.



Cependant, l'artiste est allé plus loin avec son imagination, utilisant les blocs pour réaliser ses propres œuvres en jouant avec les lumières, les ombres et les perspectives recrées à partir de l'assemblage de Legos, sans jamais perdre l'essence ludique de chaque présentation.

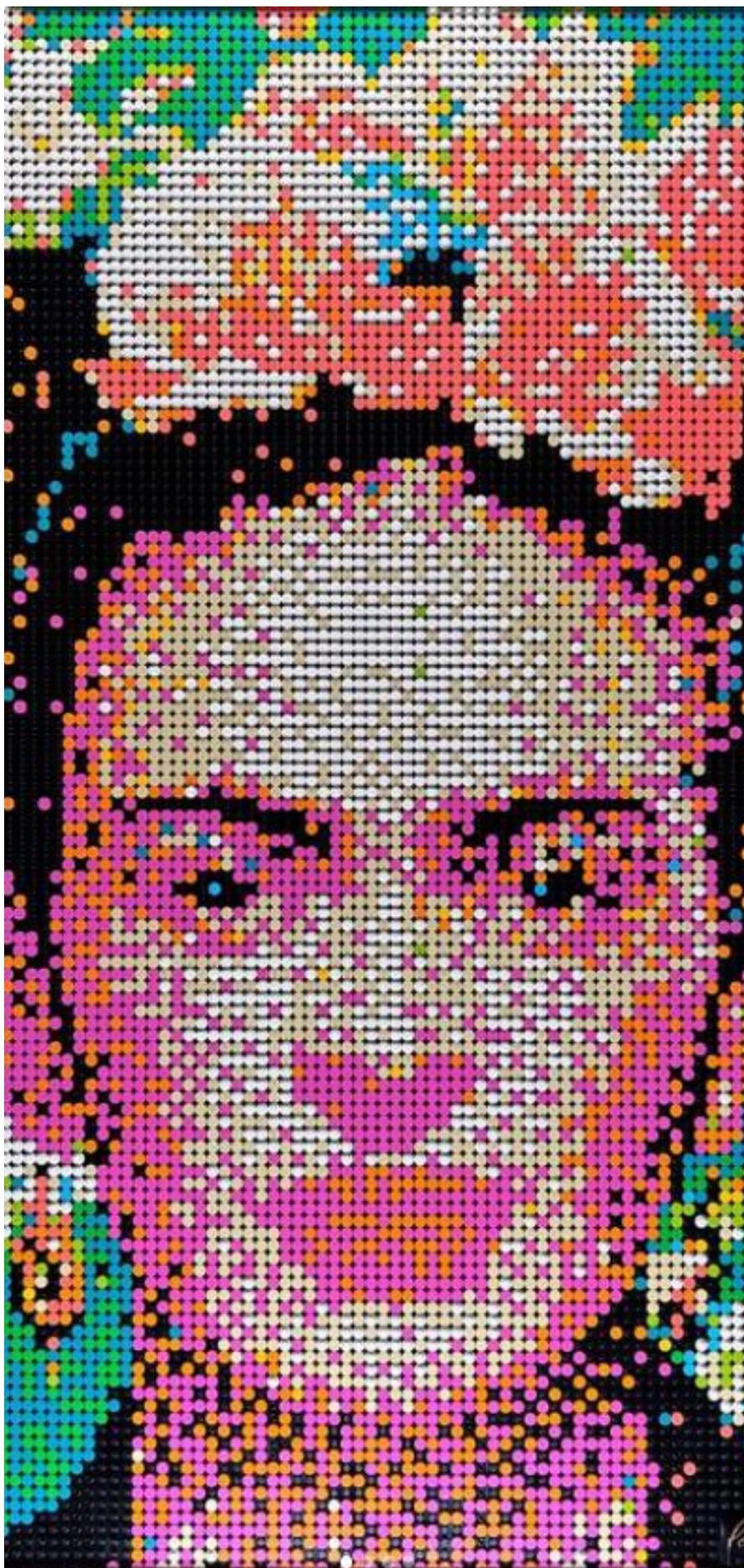
"L'idée derrière chaque œuvre est de rappeler leur caractère ludique, puisqu'elles sont réalisées en Legos. C'est pourquoi j'aime ajouter quelques détails, par exemple, dans une création de Léonard de Vinci j'ai intégré un mécanisme interactif qui tourne, mettant en valeur sa facette d'architecte et d'ingénieur, et inviter les gens à jouer avec ce rôle », explique-t-il.

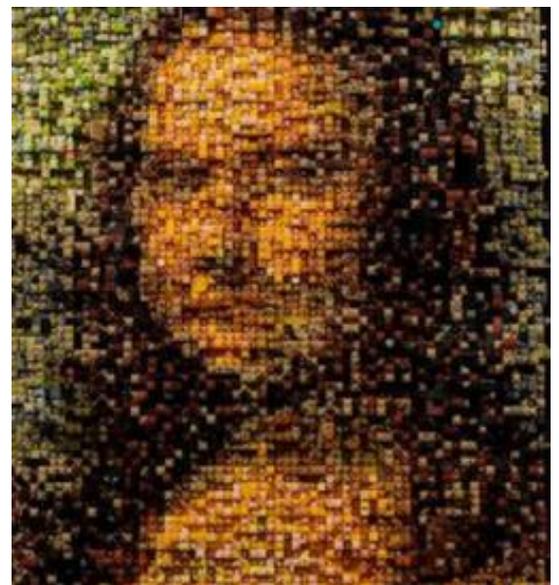


De plus, la fusion de ses deux grandes passions - la musique et les Legos - l'a amené à créer un violon entièrement fonctionnel avec ces blocs d'assemblage. Bien que la pièce soit un hybride entre les pièces en bois d'un véritable violon et le corps construit à partir de ces pièces, c'est l'une des créations qui se démarque le plus de l'artiste.



À travers ses œuvres, Pontiérr offre une expérience visuelle unique, et invite le spectateur à remettre en question les barrières conventionnelles de l'art, mettant ainsi en valeur les possibilités infinies qu'offre le monde artistique pour l'innovation et l'expression personnelle.







MARCHER VERS UN AVENIR DURABLE AVEC DES CHAUSSURES VÉGÉTALENNES

La mode éthique se fond dans le monde de la chaussure, offrant une alternative consciente à ceux qui cherchent à allier style et valeurs.

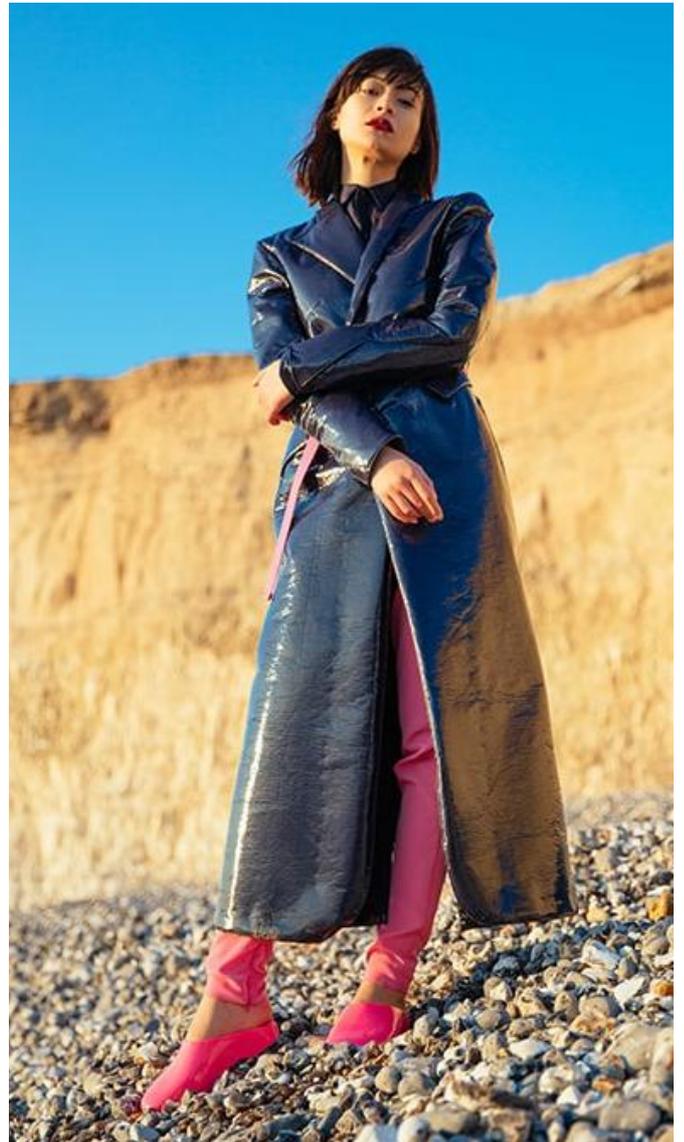
Scénario : Estefani Rodríguez

C

es dernières années, la mode durable a connu une popularité croissante et, dans le cadre de cette tendance, les chaussures

végétales sont devenues une option éthique respectueuse du bien-être animal et de l'environnement.

Ces types de chaussures sont celles fabriquées sans utilisation de matériaux d'origine animale, comme le cuir, la laine ou la soie. Au lieu de cela, des matériaux synthétiques et des alternatives innovantes sont utilisés qui imitent l'apparence et la texture des produits traditionnels, sans compromettre la qualité ou le style. Cela contribue finalement à réduire



l'empreinte écologique associée à la production conventionnelle de chaussures.

La production de cuir, par exemple, est liée au déboisement massif et à une consommation excessive d'eau, contribuant de manière significative à la dégradation de l'environnement. En revanche, les matériaux utilisés dans les chaussures végétaliennes sont souvent plus respectueux de l'environnement et nécessitent moins de ressources naturelles.

Un exemple de cette tendance est Melissa, une marque de chaussures qui fabrique sa propre matière première : le Melflex®, un matériau révolutionnaire issu du PVC. Son nom est le résultat de la combinaison de Melissa et Flexible.

« Nos Melissas sont recyclables, elles ne contiennent aucun composant toxique dans la matière première ou dans le processus de fabrication. En effet, 99 % du matériau utilisé pour créer une paire de chaussures est recyclé en usine.

José Cattan, directeur commercial de Melissa México.

De plus, la mode durable ne se limite pas aux matériaux ; Il se concentre également sur des pratiques de production éthiques et des conditions de travail équitables. Les marques végétaliennes donnent souvent la priorité aux usines qui respectent les droits des travailleurs et minimisent l'impact environnemental de leurs opérations.

« La durabilité, c'est aussi penser aux gens, et nous sommes opposés à tout type de travail des enfants ou d'esclaves. Nous recherchons toujours la durabilité à tous les niveaux de notre production. Nous sommes connectés aux meilleurs modèles internationaux, nous évitons le gaspillage, optimisons les ressources et recyclons les produits », souligne Cattan.



Les chaussures végétaliennes ne sont pas seulement une option éthique, mais aussi élégante et polyvalente. Tout comme Melissa, d'autres créateurs et marques adoptent cette tendance, proposant une large gamme de styles et d'options pour répondre aux demandes actuelles.



Il faut savoir que l'industrie de la mode émet annuellement plus de 1 000 mégatonnes d'équivalent dioxyde de carbone, ce qui en fait la deuxième industrie la plus polluante de la planète, selon l'ONU.



Avec les options végétaliennes, les consommateurs ont la possibilité d'exprimer leur mode de vie durable sans compromettre la qualité, le design ou le confort. Bien entendu, les pratiques respectueuses de l'environnement contribuent positivement au bien-être animal et à l'environnement, marquant une étape importante vers un avenir plus durable dans le monde de la mode.



Mélissa dans les données :

- Inspirée par le concept de la mer, Melissa est née en 1979, au Brésil, avec l'idée de révolutionner cette industrie.
-
- À ce jour, Melissa a une empreinte eau moindre dans sa chaîne de production.
-
- Depuis 2013, ils ont enregistré une réduction de 15,2 % de la consommation électrique pour chaque paire de Melissa fabriquée. 85 % de cette énergie est renouvelable.
-
- La marque est certifiée par la Vegan Society, une institution basée au Royaume-Uni qui fournit des conseils pour un monde sans cruauté depuis 1944.



GROUPE ÉDITORIAL

TH \neq PUBLIC



**NOUS
SOMMES
VOTRE
PORTE
D'ACCÈS
AU
MARCHÉ**

Ventes
+521 56 2774 1902
hola@grupothepublic.com

FA
IT
ES
DE
LA
PU
BL
IC
IT
ÉA
VE
CN
O
US



Vivir
tec

Lobe
Mark



● PLANETA
EN VERDE

● Cobertura Noticiosa

● Club de Empresas

Ejecutivo POWER

CON PODERES

COMUNICACION Y +AS

Noticiero E

NR Nucleo Rural

ConStyling.

MEGAMETROPOLI

THE PUBLIC

hola@grupothepublic.com