

THE PUBLIC

TENDANCES

L'HÔTELLERIE VERTE : UN REFUGE POUR LA PLANÈTE ET LA SOCIÉTÉ

TECHNOLOGIE

DES TÉLÉMAMMOGRAPHIES POUR DIAGNOSTIQUER À TEMPS LE CANCER DU SEIN

LE SPÉCIAL

AVANTAGES DE LA PLANTATION D'ARBRES DANS LES VILLES

ENTRETIEN

LICUADORA GROUP

L'AGENCE PRÉSENTE DIGITAL X, UNE DIVISION DE SON ENTREPRISE DÉDIÉE AU MARKETING DIGITAL



Entretien avec Rodrigo Taramona, créateur de contenu et diffuseur de technologie. Et plus d'articles.

INDEX

6 L'investissement reste un défi pour la numérisation des entreprises

62% des PME ont déclaré qu'après la pandémie, la numérisation a été un facteur clé pour leur activité (Chambre de Commerce Espagnole).



10 Éducation financière pour les dirigeants d'entreprise de demain

Le manque de connaissances financières chez les jeunes pourrait avoir des répercussions négatives sur la gestion des entreprises.

10

14 Guillermo Pepe : "Une femme sur 8 pourrait être sauvée du cancer du sein grâce à la technologie"

Le cancer du sein est la principale cause de mortalité chez les femmes, tuant près de 300 000 femmes par an.



20 Le bananier : une ressource précieuse pour dynamiser l'économie agricole

La valorisation des déchets de bananes a un impact durable sur l'agriculture.

20

24 Un appel urgent pour sauver les poumons du monde

Les arbres sont confrontés à un certain nombre de défis qui menacent leur population mondiale, soulignant le besoin urgent de sensibiliser à leur protection.



28 Digital X : data et technologie pour captiver l'audience

Les créateurs du premier musée 100% virtuel s'appuient sur l'intelligence artificielle, la réalité augmentée et d'autres ingrédients pour préparer un véritable mix créatif.

28

34 Comment capter l'attention de l'utilisateur ?

Le public moderne recherche un contenu qui résonne avec ses émotions et des expériences qui transcendent la promotion.



Le design industriel : la force invisible qui façonne notre quotidien

Au-delà de la forme et de la fonction, le design industriel cherche à améliorer la qualité de vie des gens, en créant des objets qui se connectent à l'utilisateur.

38

42 L'hôtellerie verte : un refuge pour la planète et la société

De la réduction de votre empreinte carbone au soutien des communautés locales, les hôtels durables offrent une expérience unique.



Zone d'indifférence : des œuvres libres d'attentes et de jugements

L'œuvre de Mario Palacios Kaim sera ouverte au public jusqu'au 31 août au Musée de Mexico.

46

50 La beauté cachée des déchets : l'art durable de Miquel Aparici

Ses sculptures fusionnent art et conscience environnementale, révélant la beauté oubliée de ce que nous jetons.



Mode ethnique : un monde de couleurs et de traditions

Les créateurs créent un nouveau récit de la mode ethnique, aussi passionnant qu'inclusif.

56

COLONNE 60

Le pouvoir de la dénonciation pour démocratiser la justice au Mexique



[voir plus >>](#)

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

MOTS DE

ÉDITEUR

Bien que souvent sous-estimés, les arbres agissent comme des gardiens silencieux de notre bien-être environnemental et social. Concernant la Journée de l'Arbor, célébrée chaque 28 juin, nous passons en revue dans cette édition les raisons pour lesquelles ces géants verts améliorent la qualité de vie en milieu urbain.

Nous dédions notre couverture aux créateurs du premier musée 100% virtuel, Licuadora Group, qui vient de lancer sa nouvelle proposition de marketing numérique sous le nom de Digital X. Avec l'utilisation de l'intelligence artificielle (IA), de la réalité augmentée, des outils UX et plus encore. ingrédients, ils promettent de préparer un véritable mélange créatif.

Profitant de la popularité et du développement de l'IA, Mamotest se démarque dans le monde de la médecine par sa technologie avancée de détection du cancer du sein. Grâce aux « télémmogrammes », les diagnostics peuvent être stockés dans le cloud et examinés à distance par des spécialistes appuyés par l'intelligence artificielle.

Tout comme la technologie change nos vies, la durabilité est devenue une tendance inévitable sur la voie d'un avenir meilleur. Minor Hotels, qui a récemment reçu la certification Green Key au Mexique, partage avec nous les contributions les plus importantes des hôtels verts.

Pour l'avenir, il est impératif que nous continuions à favoriser une culture de responsabilité et de créativité, en veillant à ce que chaque pas que nous franchissons reflète notre engagement en faveur d'un monde plus conscient, où l'ingéniosité humaine et la nature coexistent en parfaite symphonie.



Estefani R.

ÉDITEUR

GROUPE ÉDITORIAL

THEPUBLIC

**NOUS
CONNAISSONS
VOTRE PUBLIC**



Ventes
+521 56 2774 1902
hola@grupothepublic.com

L'INVESTISSEMENT RESTE UN DÉFI POUR LA NUMÉRISATION DES ENTREPRISES

62% des PME ont déclaré qu'après la pandémie, la numérisation a été un facteur clé pour leur activité (Chambre de Commerce Espagnole).

Scénario : Estefani Rodríguez



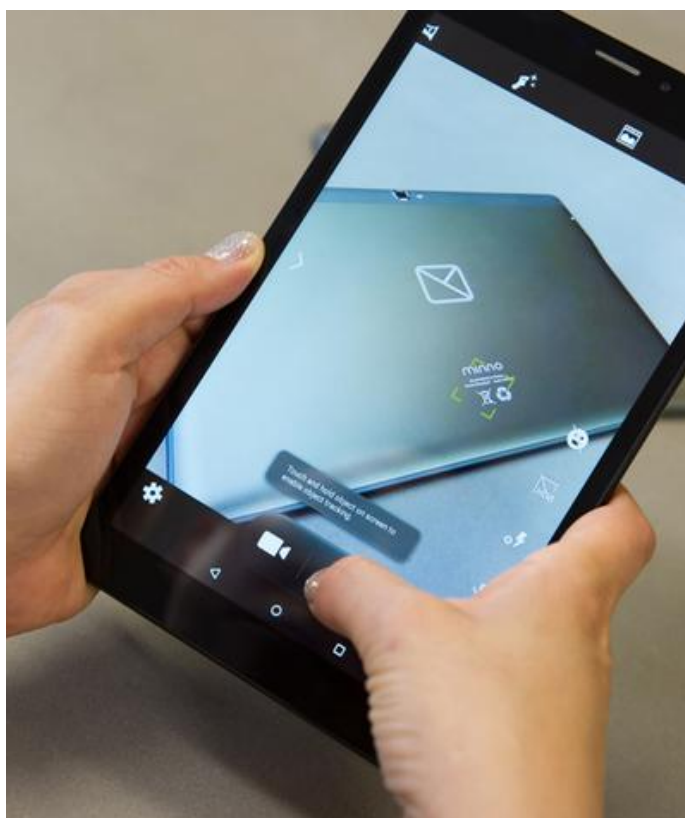
Le PME qui souhaitent accroître leur compétitivité et leur opérationnelle efficacité ont trouvé dans la numérisation une voie clé ; Cependant, ils présentent encore un défi important : l'investissement.

« Les entreprises mettent progressivement en place des appareils électroniques en fonction de leurs ressources. Le défi est de les intégrer de manière appropriée et de le faire avec une bonne planification financière. »

Carlos Sandoval, directeur général de Minno Latam

Selon le dirigeant, il est essentiel de définir la raison pour laquelle un appareil mobile est nécessaire et le processus que l'on souhaite améliorer. Pour ce faire, Minno propose un service de conseil, où, avec le client, ils évaluent leurs besoins et le type de service approprié à l'entreprise. **"Si nous savons à quoi je vais l'utiliser, lorsque viendra le temps de la question financière, il n'y aura aucun problème à réaliser cet investissement."**

Différents secteurs, comme la santé, l'éducation, la restauration ou encore le secteur agricole, se numérisent et profitent de l'utilisation des tablettes. « L'utilisation d'appareils mobiles génère de plus grandes ventes, de meilleures attentes et, surtout, une permanence sur le marché. Il peut être utilisé dans les domaines opérationnels, administratifs ou même pour rationaliser les processus. Si nous parlons de



d'une entreprise de restauration par exemple, l'expérience utilisateur devient bien plus efficace. Les erreurs peuvent également être évitées dans les processus de livraison », explique-t-il.

Dans le cas de l'Espagne, selon l'Observatoire de la compétitivité des entreprises réalisé par la Chambre de commerce, 62 % des PME ont déclaré qu'après la pandémie, la numérisation a été un facteur clé pour leur activité. L'importance de la transformation numérique pour l'avenir d'une entreprise devient plus évidente à mesure qu'elle grandit.

Par exemple, alors que 55 % des entreprises de moins de 10 salariés reconnaissent la numérisation comme un élément crucial, ce pourcentage monte à 71 % pour celles de 10 à 49 salariés, et atteint 80 % pour les PME de plus de 50 salariés.

Du côté du matériel et des logiciels, la pandémie a également forcé le développement d'appareils et de systèmes plus efficaces et plus fiables en termes de qualité et de performances. À cet égard, Sandoval commente : **“Ce qui nous a rendu forts sur le marché est d'avoir des appareils sur Android et sur la plateforme Windows, car les clients peuvent mettre en œuvre ou modifier certains processus de manière plus transparente et plus rapide.”**



En plus de permettre une plus grande efficacité et optimisation des processus, disposer d'un appareil mobile avec un système d'exploitation approprié offre également une plus grande mobilité, un retour sur investissement et améliore l'expérience du client final en modernisant, mettant à jour et réinventant les processus.

À l'ère du numérique, il est crucial pour les entreprises de s'adapter aux tendances et aux demandes du marché. Ceux qui adoptent et exploitent la technologie seront mieux équipés pour répondre aux besoins des clients, rester pertinents dans leur secteur et tirer parti des nouvelles opportunités de croissance.

Negocios
para
Negocios

« Pour réussir, il faut avoir
le cœur dans l'entreprise
et l'entreprise dans le
cœur »

Thomas Watson

negociosparanegocios.com

ÉDUCATION FINANCIÈRE POUR LES DIRIGEANTS D'ENTREPRISE DE DEMAIN

Le manque de connaissances financières chez les jeunes pourrait avoir des répercussions négatives sur la gestion des entreprises.

Scénario : Esperanza Aguilera

Le besoin d'une éducation financière solide pour le développement des jeunes est indéniable dans un monde où l'économie fluctue rapidement. Cela améliorera non seulement leur qualité de vie, mais stimulera également la consommation responsable et l'entrepreneuriat, contribuant ainsi à un avenir économique durable.

Selon les données de la Banque de développement de l'Amérique latine et des Caraïbes (CAF), au

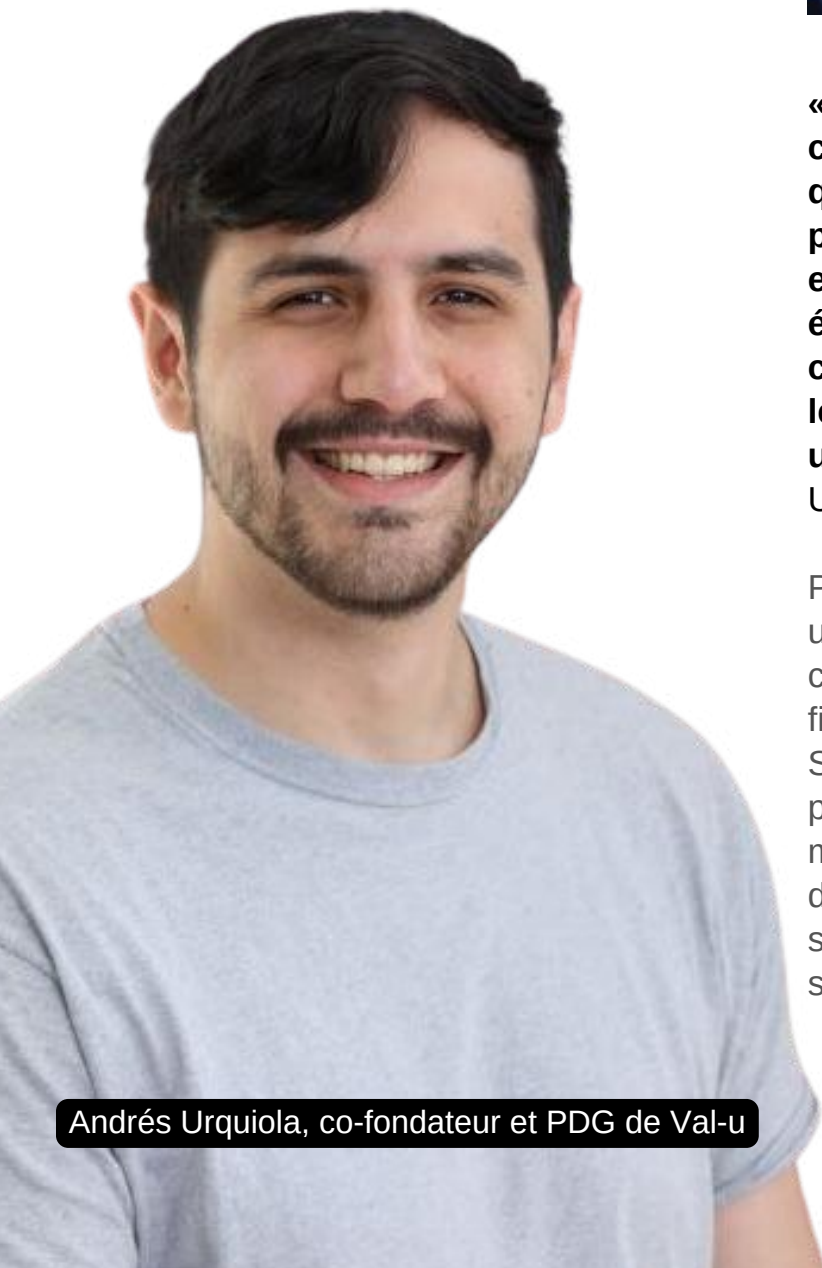
Dans la région, en moyenne, trois personnes sur cinq n'ont pas d'objectif financier défini. Au Mexique, seulement 26 % de la population a des connaissances en matière de finances personnelles, soulignant ainsi l'absence notable d'éducation financière dans la société.

L'importance d'enseigner la finance aux jeunes réside dans leur capacité à prendre des décisions financières éclairées. Connaître des concepts tels que la budgétisation, l'épargne et l'investissement leur permet de gérer efficacement leurs ressources dès le plus jeune âge, jetant ainsi les bases d'une vie économique stable et prospère.



Dans le contexte des affaires, le manque d'éducation financière des jeunes peut avoir un impact négatif sur la gestion des entreprises. Les futurs chefs d'entreprise doivent comprendre des aspects tels que la gestion des risques, l'analyse des états financiers et la planification fiscale pour prendre des décisions stratégiques judicieuses.

Selon une analyse de la firme PwC (PriceWaterhouseCoopers), le manque d'éducation financière des employés peut générer un coût annuel pour les entreprises allant jusqu'à 17 000 \$ par employé en rotation et remplacement, et jusqu'à 5 000 \$ en dépenses liées aux difficultés financières personnelles.



Andrés Urquiola, co-fondateur et PDG de Val-u

« Votre première entreprise, c'est vous, car les mêmes principes fondamentaux qui s'appliquent aux finances personnelles s'appliquent aux entreprises, mais à une plus grande échelle. Si nous sommes capables de comprendre les finances personnelles et les risques, nous pouvons les étendre à une organisation », déclare Andrés Urquiola, co-fondateur et PDG de Val-u.

Pour cette raison, Val-u est apparue comme une plateforme éducative en ligne qui cherche à répondre au besoin d'éducation financière des jeunes entre 10 et 19 ans. Son objectif va des bases des finances personnelles à la compréhension des cryptomonnaies. La flexibilité de Val-u lui permet d'être intégré dans diverses matières scolaires, soit en tant que matière autonome, soit dans le cadre du programme scolaire.

Grâce à cette application, les enseignants utilisent le contenu Val-u en classe pour mener des activités qui encouragent l'apprentissage pratique, tandis que les élèves ont accès à une variété de ressources, allant des simulations de réalité virtuelle aux jeux interactifs et aux vidéos éducatives.

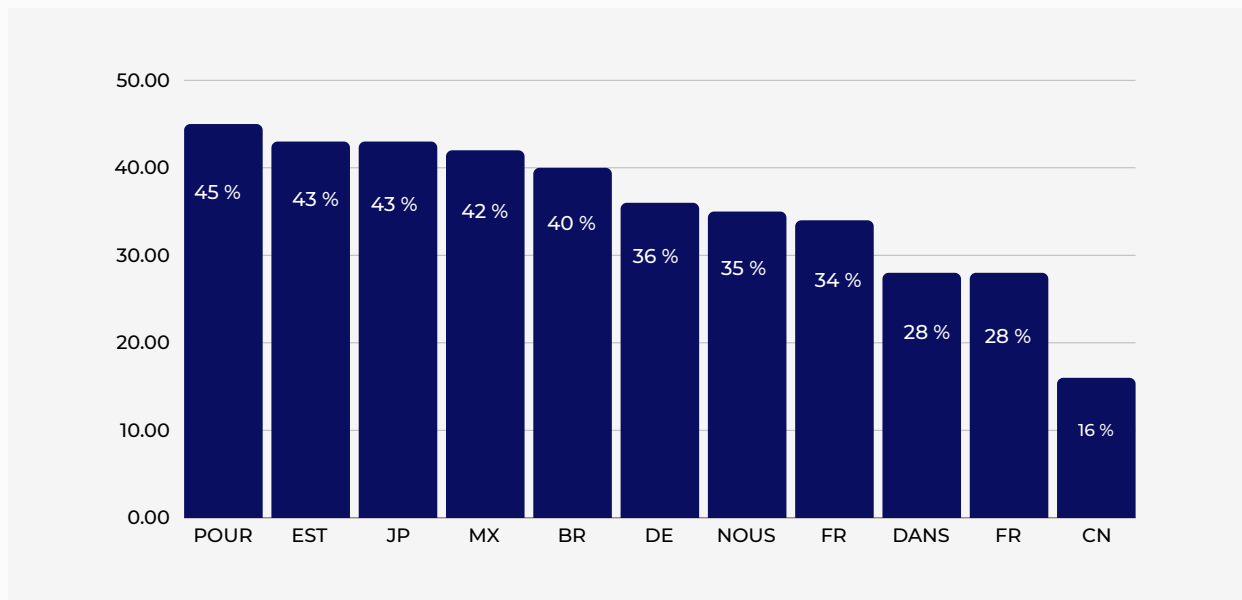
« Nous pensons que c'est la meilleure façon d'enseigner [l'éducation financière]. Nous pouvons l'imaginer comme un manuel, mais en mieux et plus confortable. Il propose de la réalité virtuelle, de la prise de décision, des jeux, de courtes vidéos et des exercices d'analyse », explique le PDG.

De plus, il dispose d'une large gamme d'outils : il propose des ateliers d'introduction et des cours en ligne sur des sujets spécifiques en matière de finances personnelles, couvrant tout, de la budgétisation à l'investissement et au crédit, en s'adaptant aux besoins et aux réalités de chaque établissement d'enseignement.

Investir dans l'éducation financière dès le plus jeune âge permet aux jeunes de prendre des décisions intelligentes à l'avenir, mais contribue également à une croissance économique durable et au développement d'entreprises plus fortes et plus compétitives. Bref, l'éducation financière est un investissement pour la société dans son ensemble.

COMBIEN S'INQUIÈTENT DE LEUR AVENIR FINANCIER ?

Pourcentage de personnes interrogées dans les pays sélectionnés qui s'inquiètent de leur avenir financier



Source : Statista

Raisons de mettre en œuvre

SEO dans votre entreprise

Il vous positionne devant votre public au moment même où il recherche ce que vous proposez.

Augmentez le trafic de manière naturelle et organique vers votre site Web.

Améliorez la présence et la reconnaissance de votre marque en ligne.

Attirez efficacement des clients potentiels.

Rationalisez le processus de conversion des clients en leur offrant ce dont ils ont besoin au bon moment.

Établissez votre autorité et votre leadership dans votre niche de marché.

Offre un retour sur investissement élevé.



SEO



GUILLERMO PEPE : "UNE FEMME SUR 8 POURRAIT ÊTRE SAUVÉE DU CANCER DU SEIN GRÂCE À LA TECHNOLOGIE"

Le cancer du sein est la principale cause de mortalité chez les femmes, tuant près de 300 000 femmes par an.

Scénario : Esperanza Aguilera

Aujourd'hui, la technologie est devenue un pilier fondamental du progrès de la médecine et des soins de santé. Les solutions technologiques ont révolutionné la manière dont diverses maladies sont détectées et traitées. Dans les régions où l'accès aux services de santé est limité, ces outils sont particulièrement cruciaux car ils peuvent combler d'importantes lacunes en matière de soins de santé.

En Amérique latine, l'un des principaux défis est de lutter contre le cancer du sein, qui est la tumeur la plus répandue chez les femmes, avec une incidence annuelle de 152 059 cas, selon les données des Nations Unies (ONU).



Aujourd'hui, le cancer du sein représente 27 % des nouveaux cas et 16 % des décès par cancer chez les femmes. En outre, une augmentation du nombre de cas est prévue d'ici 2030, avec environ 572 000 nouveaux cas et environ 130 000 décès, selon l'ONU.

Cependant, le plus grand défi réside dans le fait qu'il est fréquemment diagnostiqué à des stades avancés, ce qui réduit considérablement les risques les chances de survie.

Le manque d'accès à des mammographies de qualité et la pénurie de médecins spécialisés constituent des obstacles importants dans de nombreux pays d'Amérique latine.

Les femmes diagnostiquées à un stade précoce (I et II), si elles reçoivent un traitement, ont un pronostic positif et un taux de survie à 5 ans de 80 à 90 %, selon l'Organisation panaméricaine de la santé (OPS).

Dans ce contexte, Mamotest naît avec un seul objectif : favoriser le diagnostic précoce, l'accompagnement et la prise en charge globale des femmes atteintes d'un cancer du sein. Leur approche englobe l'ensemble du processus, depuis la réception de la mammographie jusqu'à l'accès au traitement et à un soutien continu tout au long du chemin vers le rétablissement.



Grâce à une technologie avancée, Mamotest réalise des « télémammogrammes », qui sont des mammographies numériques stockées dans le cloud et examinées à distance par des spécialistes appuyés par l'intelligence artificielle. Cela facilite une détection plus efficace et accessible.

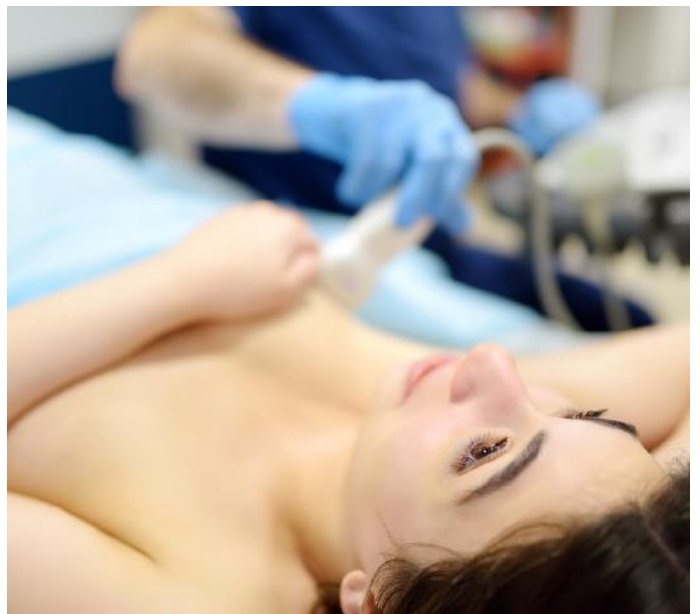
"Nous établissons des liens avec des tiers, tels que des cliniques et des hôpitaux, et coordonnons notre travail avec des entreprises dédiées à la santé des femmes pour promouvoir des campagnes de sensibilisation et les encourager à fréquenter les cliniques. Leurs diagnostics sont ensuite évalués numériquement par des experts du monde entier", explique Guillermo Pepe, fondateur et PDG de Mamotest.



La vision de cette entreprise est de démocratiser l'accès à la santé grâce à la technologie, en garantissant que toutes les femmes, quelle que soit leur localisation ou leur situation économique, aient accès à des diagnostics de qualité et à des traitements appropriés. Cette démocratisation sauve non seulement des vies, mais renforce également les communautés en garantissant qu'un plus grand nombre de femmes puissent recevoir les soins de santé dont elles ont besoin et qu'elles méritent.

"Le cancer du sein est la principale cause de mortalité chez les femmes, tuant près de 300 000 femmes par an. Une femme sur huit pourrait être sauvée si elle avait accès à un diagnostic précoce", partage-t-elle.

Leur approche innovante et leur dévouement à la détection précoce font une différence dans la vie de nombreuses femmes, sauvant des vies et offrant de l'espoir à celles qui luttent contre cette maladie.



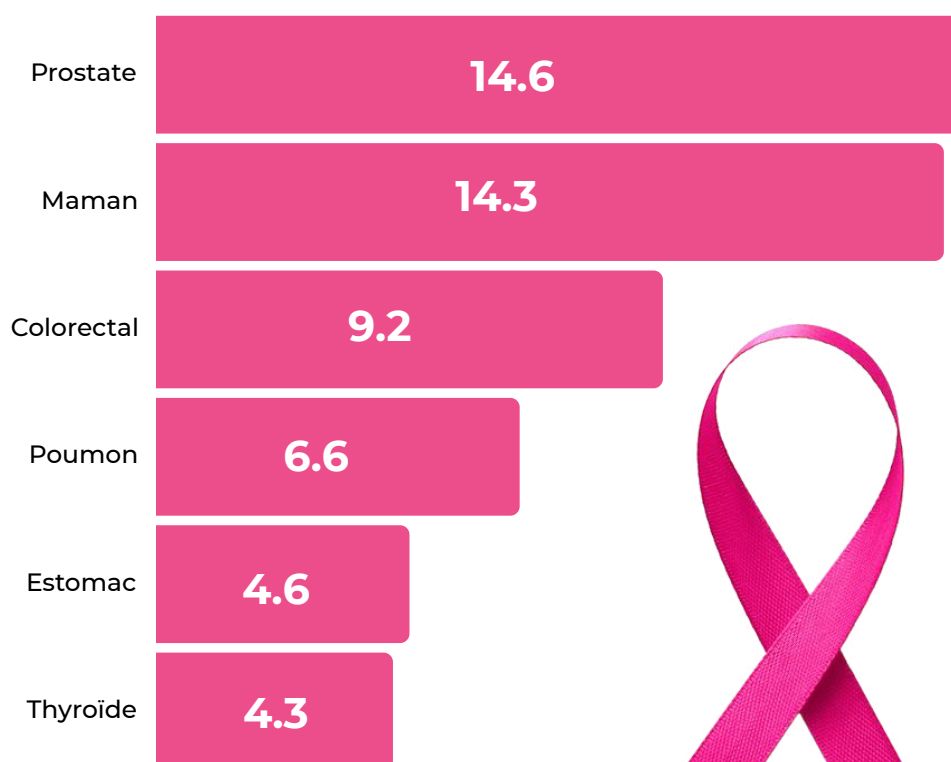
« L'avantage de la technologie est qu'elle n'a pratiquement aucune limite. Grâce aux outils technologiques disponibles aujourd'hui, il est possible de fournir des diagnostics et des traitements médicaux de haute qualité à un coût nettement inférieur, mettant ainsi la solution à la portée de tous.

L'ère numérique a ouvert la porte à la démocratisation de la santé, mais pour continuer à progresser, il est essentiel que l'ensemble de la société collabore activement. Cela inclut non seulement l'innovation et l'investissement dans les technologies médicales, mais également l'engagement des gouvernements, des entreprises et des citoyens à favoriser une culture de santé préventive et accessible.

"C'est une responsabilité partagée par toute la société. Les secteurs public et privé doivent participer à l'éducation et à la sensibilisation, depuis l'enseignement dans les écoles jusqu'aux campagnes de sensibilisation", conclut Guillermo Pepe.

CANCER : LES TYPES LES PLUS COURANTS EN AMÉRIQUE DU SUD ET DANS LES CARAÏBES

Types de cancer les plus diagnostiqués en Amérique du Sud et dans les Caraïbes en 2020 (en % du total des diagnostics)



Source : The Lancet

Source : Statista

Information sûr dans le nuage

Choisissez un **fournisseur** de services cloud bénéficiant d'une solide **réputation en matière de sécurité**.

Maintenir un **contrôle** adéquat des **accès des utilisateurs** en fonction des activités qu'ils effectuent et gérer l'identification et les accès de manière centralisée et sécurisée.

Établir la protection des **données grâce à des politiques claires** pour les utilisateurs, garantissant la confidentialité dans le traitement des données et une réponse immédiate aux incidents.

Préparez un « plan d'urgence » pour les attaques afin d'atténuer l'impact et de prévenir la perte ou le vol d'informations.

Effectuez régulièrement une **évaluation complète** de la **sécurité** grâce à des tests d'intrusion pour identifier et atténuer la vulnérabilité.

Formez régulièrement vos **employés** aux meilleures pratiques de sécurité et à la manière de reconnaître les virus et de signaler les activités suspectes.

CAMPAGNES AVEC DES INFLUENCEURS

life of v2

WATER
BECOMES
VODKA

WHEN
I GETTING
MIGHT
SWINGING
IN THE
PLAYGROUND

WHEN
MOM
WAS
OUR
HERO

grupo**the**public.com

LE BANANIER : UNE RESSOURCE PRÉCIEUSE POUR DYNAMISER L'ÉCONOMIE AGRICOLE

Scénario : Estefani Rodríguez

T

out au long de l'histoire de l'agriculture, le bananier a été l'une des plantes les plus cultivées et appréciées dans de nombreuses

régions du monde. Mais au-delà des fruits savoureux qu'il produit, le bananier génère une quantité considérable de déchets qui, s'ils sont correctement gérés, peuvent offrir d'énormes avantages tant pour l'environnement que pour le secteur agricole.

Dans la production bananière, chaque plant produit un seul régime avant d'être coupé, ce qui génère une grande quantité de déchets végétaux, notamment des feuilles, des pseudo-troncs et des rachis. Traditionnellement, ces déchets ont été considérés comme un sous-produit inutile et sont souvent laissés à se décomposer sur le terrain ou brûlés.

La valorisation des déchets de bananes a un impact durable sur l'agriculture.





Néstor Santiago, fondateur et PDG de Fibras Naturales Canarias

pratiques qui peuvent générer des problèmes environnementaux importants tels que les émissions de gaz à effet de serre et la dégradation des sols.

Cependant, à mesure que la conscience environnementale progresse, des projets émergent qui permettent une bonne gestion et valorisation de ces déchets dans le but de transformer ce problème en opportunité. Fibras Naturales Canarias, une entreprise espagnole née d'un projet dans les salles de classe de l'Université de Las Palmas de Gran Canaria, en est un exemple clair.

Selon leurs recherches, la culture de la banane aux îles Canaries revêt une grande importance, puisqu'elle occupe 22 % de la superficie agricole, soit environ 9 000 hectares. En 2018, la production a atteint 390 925 tonnes, couvrant près de 50 % de la production européenne.

Cependant, environ 16 484 371 rouleaux (déchets) sont jetés chaque année.

En étudiant ce problème, ils ont découvert que le pseudo-tronc a un potentiel exploitable, puisqu'on peut en extraire une fibre végétale de haute qualité, ainsi que de l'eau et de la pulpe, qui sont des matières premières utiles dans la fabrication de divers matériaux biodégradables dans des secteurs tels que : textile, plastique, automobile, construction, agriculture et aquaculture.

« Le bananier est en or. Cette plante naît, grandit et lorsqu'elle libère son régime de banane, nous récupérons les rouleaux dans les exploitations agricoles pour les amener à notre siège social et les transformer ; Autrement dit, nous les démontons, enlevons les feuilles et extrayons les fibres naturelles, la pulpe et l'eau », explique Néstor Santiago, fondateur et PDG de Fibras Naturales Canarias.

D'une part, la fibre extraite du bananier est considérée comme l'une des meilleures fibres du marché actuel, en raison de sa résistance et du fait qu'elle est un bioplastique. En revanche, la pulpe, qui contient 75 % de matière organique, est considérée comme une bonne option pour différentes plantations. Enfin, 10 à 12 litres d'eau sont récupérés des rouleaux, qui contiennent des minéraux et un pourcentage élevé de potassium.

« Cette eau que nous récupérons fonctionne comme un engrais naturel. De même, nous vendons la pulpe à d'autres agriculteurs, par exemple pour la culture de la laitue, car elle s'incorpore facilement dans cette plantation », explique le fondateur.

Sur le plan économique, les agriculteurs proposent aujourd'hui des déchets gratuitement, mais à terme, ils devraient être payés pour chaque rouleau.

« De cette façon, le producteur de bananes bénéficiera de la vente de ses bananes et pourra également disposer d'un revenu supplémentaire à la fin de l'année », souligne-t-il.

En transformant ce qui était autrefois considéré comme un déchet en une ressource précieuse, nous franchissons une étape cruciale vers une agriculture plus verte et plus responsable. Ce changement de paradigme profite non seulement à l'environnement, mais renforce également l'économie agricole et favorise une plus grande résilience face aux défis du changement climatique. La révolution verte de la banane est en marche et ses fruits, au propre comme au figuré, commencent à fleurir.

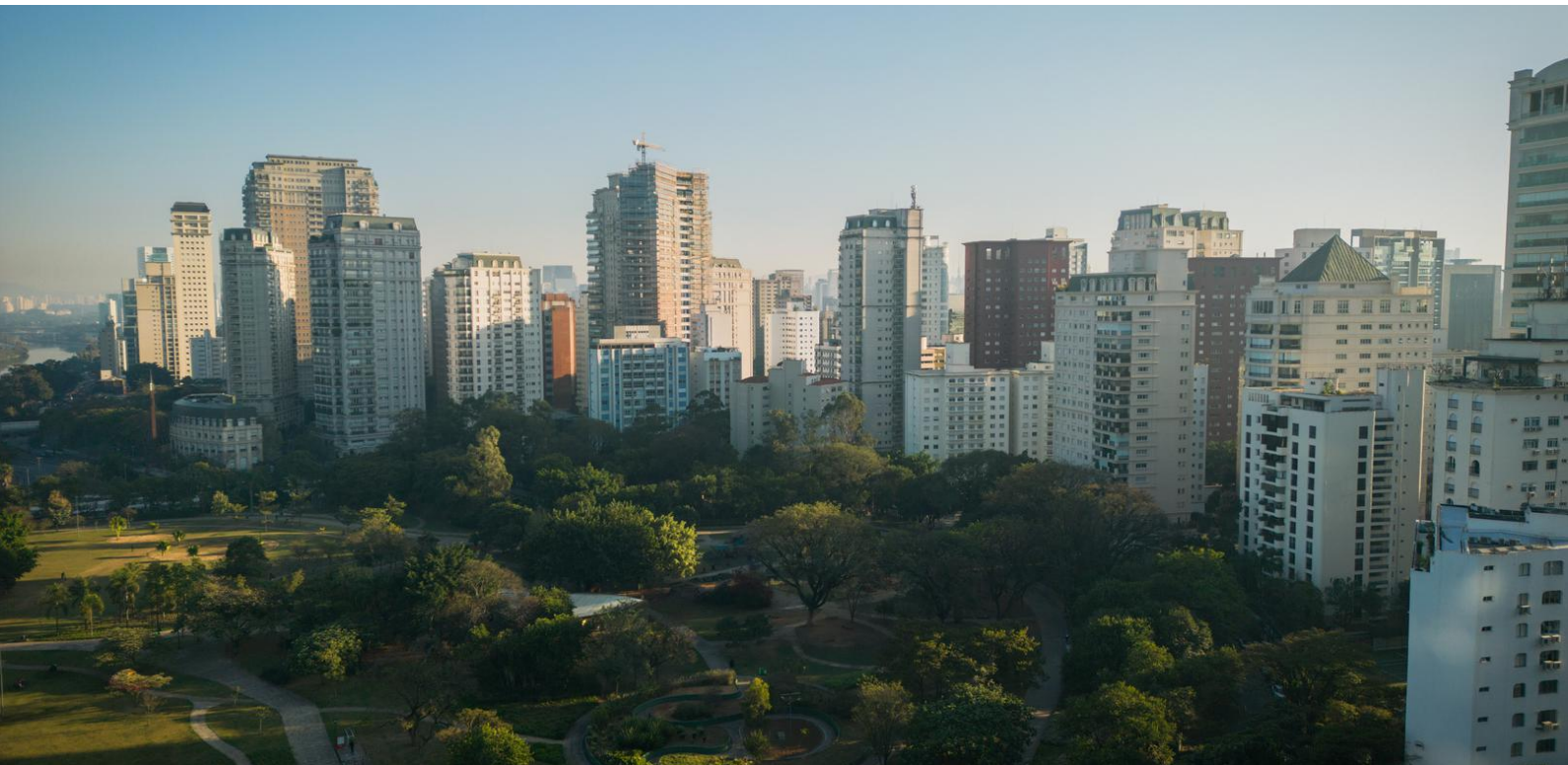
« Rien n'est gaspillé, ce qu'il faut trouver, c'est une issue. La difficulté n'est pas de sortir un produit, mais de trouver à quoi il sert », conclut le PDG.



AVANTAGES DU BANANIER POUR L'AGRICULTURE

- **Améliore la qualité du sol** : les déchets de bananiers peuvent devenir un excellent engrais organique, améliorant la structure du sol, sa capacité de rétention d'eau et sa fertilité.
- **Promouvoir la biodiversité** : L'incorporation de matière organique dans le sol favorise l'activité microbienne et la biodiversité des sols, éléments essentiels à un écosystème agricole sain.
- **Engrais organiques de haute qualité** : les restes compostés sont transformés en un engrais organique riche en nutriments, réduisant ainsi la dépendance aux engrais chimiques et améliorant la santé générale des plantes.
- **Durabilité agricole** : encourage une agriculture plus durable, permettant aux agriculteurs de maintenir la productivité de leurs terres sur le long terme sans dégrader l'environnement.





UN LLAMADO URGENTE PARA SALVAR A LOS PULMONES DEL MUNDO

Los árboles enfrentan una serie de desafíos que amenazan su población mundial, destacando la urgente necesidad de concientizar sobre su protección.

Escrito por: Leonardo Rodriguez

Además de sus fines estéticos, los árboles ofrecen una amplia serie de beneficios, desde la reducción de la contaminación hasta el fomento del bienestar social, resaltando así su papel crucial en el entorno urbano.

Sin embargo, los árboles enfrentan desafíos que amenazan su salud y supervivencia. Según el informe

Estado de los árboles en el mundo de Botanic Gardens Conservation International, podría desaparecer hasta la mitad de las especies de árboles en todo el mundo debido a diversas amenazas, lo que subraya la gravedad de la crisis que enfrentan.

Ante este contexto, nos adentraremos en la relevancia de los árboles en entornos urbanos, así como en los obstáculos que enfrentan y las posibles soluciones para su conservación.

Importance écologique et sociale

Selon une étude de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), les arbres urbains sont essentiels à l'atténuation du changement climatique en absorbant jusqu'à 150 kg de CO₂ par an et en libérant de l'oxygène, améliorant ainsi la qualité de l'air. Contrairement aux technologies coûteuses de captage du carbone, les arbres offrent une solution naturelle, durable et économique pour réduire le CO₂ atmosphérique.

De plus, ces géants verts contribuent à réduire les températures dans les villes. Une étude de l'Institut suisse des sciences de l'atmosphère et du climat révèle que les arbres peuvent réduire la température du sol jusqu'à 12°C en été.

L'étude a également montré que les zones urbaines arborées ont des températures du sol deux à quatre fois inférieures à celles des zones sans arbres, soulignant leur efficacité dans l'atténuation du réchauffement climatique.

D'un point de vue social, ils ont également un impact positif sur la santé émotionnelle des personnes. Le Dr Fátima Ponce, psychologue urbaine, mentionne que « **les espaces verts brisent non seulement la monotonie urbaine, mais favorisent également l'activité physique et réduisent le stress, l'anxiété et la dépression. De plus, il est prouvé que ces espaces naturels améliorent la concentration et la productivité.**



Les défis des villes

L'augmentation de la croissance urbaine représente un défi majeur pour la conservation des arbres. « **Les espaces naturels sont touchés par l'expansion continue des villes et le déplacement de la population des zones rurales, ce qui génère une demande croissante de ressources urbaines et la nécessité d'augmenter les infrastructures** », explique Julián Herrera, chef de projet à la Fondation Tree Network.

L'expansion des villes, en plus de diminuer l'espace disponible pour les espaces verts, augmente l'exposition à la pollution de l'air et du sol due aux activités automobiles et industrielles. Selon l'OMS, cela représente un risque important pour les arbres urbains en endommageant directement leurs feuilles et en affaiblissant leur système racinaire, augmentant ainsi leur vulnérabilité aux maladies et aux ravageurs.



Un autre défi auquel les arbres sont confrontés, selon l'article *Le changement climatique augmente le risque global pour les forêts urbaines*, publié dans Springer Nature, est le changement climatique car il a accru la vulnérabilité des arbres urbains aux vagues de chaleur et aux sécheresses extrêmes. L'étude a montré que plus de 50 % des espèces d'arbres dans 164 villes se trouvent en dehors de leur plage optimale de température et d'humidité.

Sensibilisation à l'environnement

Pour relever les défis auxquels sont confrontés les arbres en milieu urbain, une action de sensibilisation est nécessaire. Informer et promouvoir des initiatives éducatives sur l'importance de ces ressources naturelles contribue à générer une plus grande prise de conscience au sein de la communauté.



« L'éducation environnementale est essentielle et doit se concentrer particulièrement sur la population enfantine, qui dirigera la société de demain. De plus, les alliances entre municipalités, associations et secteur privé sont essentielles pour mettre en œuvre des stratégies efficaces de reboisement urbain », suggère Herrera, également ingénieur en environnement.

Grâce à la sensibilisation, des actions telles que des programmes de volontariat et

d'éducation environnementale peuvent être mises en œuvre, qui favorisent la plantation et l'entretien des arbres urbains. Ces initiatives renforcent la santé des arbres et créent des espaces plus durables et résilients.

Ainsi, les arbres deviennent d'importants trésors de protection, et ce n'est que grâce à un effort conjoint entre le gouvernement et la société qu'un environnement dans lequel l'humanité jouit d'une bonne qualité de vie en ville peut être assuré.

Des chiffres à considérer

- Sur les 58 497 espèces d'arbres dans le monde, 17 510 espèces menacées (BGCI) ont été identifiées.
- Actuellement, 64 % de toutes les espèces d'arbres sont protégées dans au moins une aire protégée (BGCI).
- Dans les villes, il faut un arbre pour trois habitants et un minimum de 10 à 15 mètres carrés d'espace vert par personne (OMS).



DIGITAL X : DATA ET TECH CAPTIVER L'AUDIENCE

Les créateurs du premier musée 100% virtuel s'appuient sur l'intelligence artificielle, la réalité virtuelle et l'AR pour préparer un véritable mix créatif.

Scénario : Estefani Rodríguez

O

On dit que pour atteindre le sommet, il faut parcourir un chemin sinueux et pas toujours facile, mais une fois là-bas,

l'homme par nature cherchera toujours plus. Cette histoire est connue de près par le Groupe Licuadora, une agence de contenu globale, qui, avec près de 28 ans d'expérience, est restée en constante évolution et innovation, et continue aujourd'hui d'évoluer pour présenter Digital X, une division de son entreprise dédiée au marketing numérique.

Mélanger passion, créativité et stratégie est la formule qui a permis à l'équipe de Licuadora de créer un lien infaillible avec ses clients, puisque dès ses débuts, l'agence mexicaine s'est spécialisée dans les expériences, les campagnes et le branding BTL. Cependant, depuis près d'une décennie, elle s'est lancée dans le tourbillon numérique pour créer des solutions et des idées disruptives qui répondent à cette demande croissante.



NOLOGIE POUR

la réalité augmentée et d'autres ingrédients pour



« Cette division commerciale est née en 2017, mais évolue désormais vers Digital X pour offrir un service plus spécialisé à nos clients, en se concentrant sur le monde des plateformes numériques, des réseaux sociaux, des influenceurs, des données et tout ce qui touche au marketing numérique », explique Vico Ruiz, vice-président créatif du groupe Licuadora.

Comme pour tout lancement de marque, la réalisation d'une identité visuelle est de la plus haute importance. « L'élément X dans notre nom est cette variable qui place la créativité au centre de la stratégie. Côté identité visuelle, nous voulions quelque chose d'assez frais et simple, mais qui ait sa propre personnalité. Lors de la conceptualisation de l'identité graphique, nous avons trouvé très attrayant d'utiliser un jaune éclatant avec du noir et du rouge pastel, ce qui nous donne un style numérique natif et tendance », explique Vico, en faisant référence au nouveau logo et au nouveau design du site Web.



Vico Ruiz, vice-président créatif du groupe Licuadora

L'un des points forts de Digital X est l'accent mis sur l'expérience utilisateur (UX), un outil devenu d'une importance cruciale dans les stratégies de marketing numérique contemporaines. «Cela nous permet de nous concentrer sur l'objectif de chaque pièce et de chaque support. De nos jours, avec autant de réseaux, d'influenceurs et d'options numériques, nous pouvons sursaturer les utilisateurs et nous comprenons que personne n'aime voir de la publicité en soi. Le défi est de proposer une proposition de valeur », mentionne-t-il.

Technologie et créativité : le meilleur mélange

La créativité est l'élément essentiel qui peut faire la différence entre le succès et l'oubli. Les entreprises qui parviennent à capter l'attention du public et à la maintenir sont celles qui osent innover, raconter des histoires uniques et remettre en question les normes établies.

Pour éveiller la créativité, l'équipe du Groupe Licuadora se tourne vers les films, les séries, les livres et même les bandes dessinées en quête d'inspiration ; puisque ces types de productions sont le reflet de l'évolution de la société actuelle.

Pour cette raison, Hugo Avanez, responsable de la stratégie numérique et de la créativité chez Licuadora, déclare que « le défi est d'humaniser les marques lors de la création de stratégies numériques pour savoir à qui nous allons parler, quel type de communication réaliser sur les réseaux sociaux, si nous allons le faire pour passer à la partie physique ou virtuelle. Il faut connaître le client final pour voir ce dont les marques ont réellement besoin.



Hugo Avanez, responsable de la stratégie numérique et de la créativité chez Licuadora

Même si la créativité est essentielle, Blender ne laisse rien au hasard. Leurs stratégies sont soutenues par une analyse exhaustive des données et accompagnées par la technologie. Grâce à des outils avancés d'intelligence artificielle (IA) et de réalité augmentée (AR), l'agence s'assure que chaque action vise à atteindre les objectifs spécifiques de ses clients. Cette combinaison d'art et de science vous permet d'obtenir des résultats mesurables et durables.

« L'une des façons dont nous utilisons l'IA est d'accélérer les temps d'exécution de nombreux processus, que ce soit pour la génération d'un certain type de copie, une idée préliminaire pour un argumentaire ou pour traiter des données », explique Avanez.



De même, la réalité augmentée permet de proposer des expériences interactives et immersives qui captent l'attention des consommateurs. **« En plus d'utiliser Chat GPT pour la partie créative, nous utilisons également d'autres technologies beaucoup plus au niveau de l'expérience utilisateur, c'est-à-dire des outils liés à la réalité augmentée ou à la réalité mixte. En combinant différents types de technologies, nous pensons qu'un équilibre peut être généré entre le physique et le virtuel, ce qui nous mènera plus loin »**, déclare le vice-président créatif.

Concernant le mois de la Fierté, et comme exemple de technologie utilisée par l'agence, il convient de mentionner que Licuadora a mené un projet très intéressant en créant un musée 100% virtuel pour la communauté LGBTQ. Le projet est né pendant la pandémie, alors que les gens ne pouvaient évidemment pas quitter la maison, c'est pourquoi le groupe créatif a remis en question l'idée de savoir comment obtenir un impact social en ajoutant la créativité à l'innovation.

« Pendant la pandémie, nous avons lancé ce musée alors que tout le monde parlait de la marche et qu'il était impossible de sortir dans la rue.

Nous avons donc créé cette initiative pour que les gens ne marchent pas, mais puissent marcher virtuellement et naviguer dans notre espace où il y avait beaucoup de contenu comme de l'histoire, des messages, des discussions et des tables rondes pour aborder le problème », explique Ruiz.

Le projet devient ainsi le premier musée 100% numérique, créé uniquement à partir de la virtualité, ce qui a valu à l'agence d'obtenir des récompenses pour le caractère innovant qu'il propose. À cet égard, Avanez déclare : **« Nous savons que la portée numérique est très large et que nous pouvons toucher de nombreuses personnes. Actuellement, le projet sera étendu à des espaces physiques où nous utiliserons également la technologie »**.

Produire des publicités dans le seul objectif de vendre un produit ou de proposer un service appartient désormais au passé. À l'ère du numérique, où les consommateurs sont constamment bombardés par un torrent incessant de contenu, la créativité et l'innovation sont devenues la cerise sur le gâteau de la publicité et du marketing actuels, où l'humanisation des marques sera essentielle pour créer des stratégies solides et rentables.



Fiche technique du Group Blender
Fondée en 1997

Tournée
Agence de publicité et de marketing

Spécialité
Stratégies numériques, événements expérientiels, créativité, sport, production de contenu et audiovisuel.

Contact
Arnoldo Urquides
Directeur Marketing et Nouvelles Affaires
arnoldo@licuadoragroup.com
+52 55 6801 6853 / 55 5532 9978
digital-x.com.mx / licuadoragroup.com

Pendant le FIP Festival Awards 2023 en Argentine, le Groupe Licuadora s'est imposé comme la meilleure agence mexicaine de l'année, avec 5 pièces d'or, 2 argent et 6 bronzes.



Stratégies complètes pour un bon planificateur

- **Mesure** : Si vous ne pouvez pas le mesurer, vous ne pouvez pas l'améliorer. L'important est que la stratégie soit mesurable, ou du moins presque tous les processus.
- **Gestion** : prendre les résultats des mesures pour les transformer en actions, car il est inutile de disposer d'informations précieuses si elles ne sont pas utilisées. Vous devez rendre les données utiles.
- **Mise à jour** : gardez un œil sur ce qui se passe dans le monde numérique et sur les réseaux sociaux. Sachez comment fonctionnent les algorithmes et gardez un œil sur les tendances. Ce n'est qu'ainsi que l'on pourra aider la marque à générer un meilleur résultat, avec moins de ressources.



Lucero Pulido, responsable de la planification et de la stratégie du groupe Licuadora



Giuliana García, productrice exécutive ; et Juan Carlo García, Manzanón, directeur de Manzanón Films.

DES HISTOIRES POUR CRÉER DES LIENS DURABLES

Le public moderne recherche un contenu qui résonne avec ses émotions et des expériences qui transcendent la promotion.

Scénario : Esperanza Aguilera

Le contenu numérique lutte constamment pour capter l'attention éphémère de l'utilisateur tandis que le marketing

fest confronté au défi crucial de créer des publicités qui ne soient pas seulement attrayantes. mais qui parviennent également à s'introduire dans un paysage en proie à des intrusions.

Le public moderne est devenu de plus en plus exigeant et sélectif en raison du bombardement constant de messages publicitaires. Cette surexposition a conduit les téléspectateurs à développer une

résistance naturelle qui réduit votre capacité d'attention à quelques secondes seulement.

En 2022, une étude menée par Wistia, la plateforme de création de marketing visuel, révélait qu'on ne dispose que de 10 secondes pour capter l'attention du public dans une vidéo. Au bout de 30 secondes, 33 % des téléspectateurs sont perdus et au bout d'une minute, près de 45 % ont déjà arrêté de regarder.

Dans ce contexte, le marketing visuel doit se réinventer pour se démarquer et connecter efficacement. La clé,

selon Manzanón Films, il s'agit de créer des expériences non seulement attrayantes, mais aussi mémorables et précieuses pour l'utilisateur, en se concentrant sur des récits publicitaires qui transcendent la promotion.

« **Le but de chaque campagne est de vendre, mais le but est de le faire avec un récit intéressant, en connectant les gens sur le plan émotionnel. Les histoires ont le pouvoir de permettre au public de se sentir identifié et de générer un lien durable avec la marque** », explique Giuliana García, productrice exécutive de Manzanón Films.

Cette approche garantit non seulement la qualité visuelle, mais aussi une connexion plus profonde et plus humaine avec le public : « **Nous essayons toujours de raconter une histoire, même si c'est dans une publicité très courte, mais toujours de manière très organique [...] Nous explorons différents angles et nous partons de ce qui nous fascine : le cinéma** », explique Juan Carlo García, Manzanón, directeur de Manzanón Films.



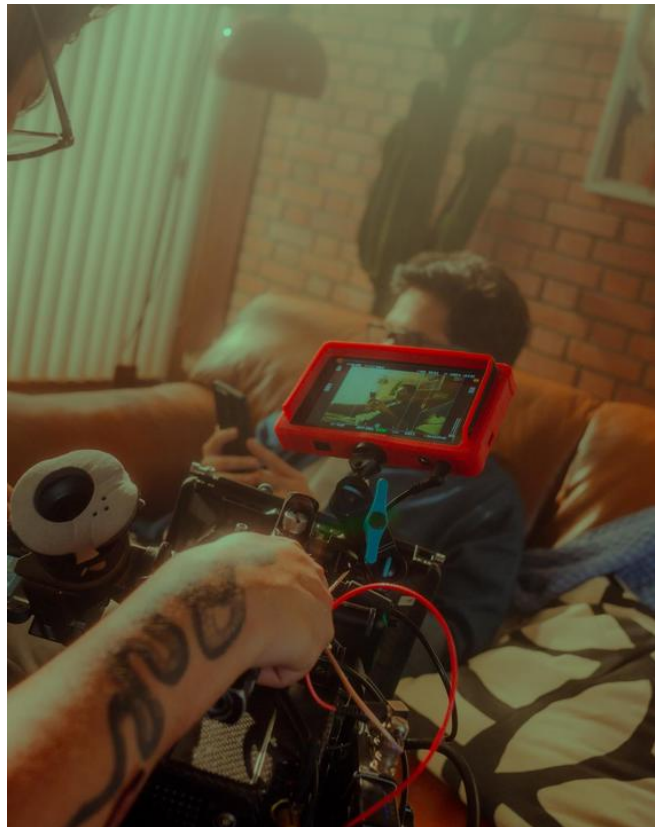
L'équipe souligne également l'importance d'un récit concis et efficace. Cela se traduit par une recherche constante d'éléments visuels et narratifs qui captent l'attention dès la première seconde, « **comme un lieu saisissant, un éclairage intéressant ou des personnages qui captivent par leur performance** », explique Manzanón.



Pour eux, certains éléments clés pour créer des campagnes marketing qui touchent le public sont :

- **Des images puissantes** : dans un paysage rempli de publicités, le premier plan d'une campagne doit capter immédiatement l'attention du spectateur. Une belle image, un personnage intrigant ou une scène surprenante peuvent être le point de départ d'une histoire mémorable.
- **Récit captivant** : l'histoire racontée à travers les images doit être claire, concise et en lien avec les émotions du public.
- **Authenticité** : le public d'aujourd'hui recherche un contenu authentique et authentique. Les marques qui parviennent à se connecter avec leurs consommateurs à travers des histoires vraies et des personnages crédibles ont plus de chances de réussir.

De même, Giuliana et Manzanón reconnaissent que la consommation de contenu a radicalement changé ces dernières années. Les gens ne passent plus de longues périodes à regarder des publicités traditionnelles.



"Les réseaux nous ont rendus très visuels, surtout pour un public jeune qui exige un contenu attractif", explique le producteur. Cette demande a conduit à une évolution dans la manière de présenter la publicité dans ces espaces, où "la clé est de générer du contenu qui soit". c'est plus organique et moins rejeté par le public", ajoute le réalisateur.



« Les influenceurs et les personnes qui créent du contenu sont les nouvelles fenêtres ou médias. En tant que producteurs créatifs, nous devons nous adapter à ces nouvelles tendances. Cela nous oblige à rester constamment à jour et à comprendre les nouvelles façons de créer de la publicité », conclut García.

MARKETING ET PUBLICITÉ

**Lobe
Mark**

**CRÉATIVITÉ
ET IDÉES**

lobemark.com



LE DESIGN INDUSTRIEL : LA FORCE INVISIBLE QUI FAÇONNE NOTRE QUOTIDIEN

Au-delà de la forme et de la fonction, le design industriel cherche à améliorer la qualité de vie des gens, en créant des objets qui se connectent à l'utilisateur.



Conception de couverture et réalisation du stand Energiamas

Scénario : Esperanza Aguilera

Du mobilier de bureau aux appareils électroniques, chaque objet que nous utilisons a été soigneusement conçu pour améliorer nos vies. Cependant, dans la plupart des cas, cette conception passe inaperçue. Nous ne réalisons pas le travail minutieux nécessaire à la forme et à la fonction de chaque produit.

Dans notre vie quotidienne, le design industriel est une présence constante et fondamentale. L'art du design joue un rôle crucial dans l'optimisation de nos routines quotidiennes. Les designers industriels cherchent à améliorer la qualité de vie des gens en créant des objets fonctionnels, esthétiques et ergonomiques.

Un exemple simple mais quotidien peut être trouvé dans une tasse de café. Sa forme, la taille de l'anse, l'épaisseur des parois et le matériau dont il est fait, tous ces éléments ont été soigneusement planifiés pour que le mug soit confortable à tenir, garde le café chaud et soit facile à nettoyer.

L'un des principaux défis du design industriel est de réaliser des objets qui, en plus d'être fonctionnels, sont intuitifs et faciles à utiliser. Les designers industriels étudient la manière dont nous interagissons avec les produits pour garantir que chaque élément est confortable et efficace.

En 1950, Dieter Rams, un leader du design industriel, a créé le premier rasoir électrique à succès commercial avec la société Braun. Bien que les premiers brevets pour cette invention remontent à la fin du XIXe siècle, ce sont les Rams qui ont changé la vie de milliers de personnes, en offrant un moyen de rasage plus sûr et plus rapide avec un design innovant qui continue de prédominer jusqu'à aujourd'hui.



Conception de la bouteille de tequila Papantla, Marco Barba



Xavier Majoral, co-fondateur de Stimulo

C'est ainsi que le design industriel s'intègre naturellement dans la vie quotidienne, sans qu'on se rende compte de sa présence : « il couvre tous les aspects de la vie quotidienne [...] cependant, je pense que cela doit passer un peu inaperçu. Un bon design n'a pas besoin d'avoir plus d'importance que la fonction que remplit l'objet ou la nécessité de s'intégrer dans un environnement », explique Xavier Majoral, co-fondateur de Stimulo.

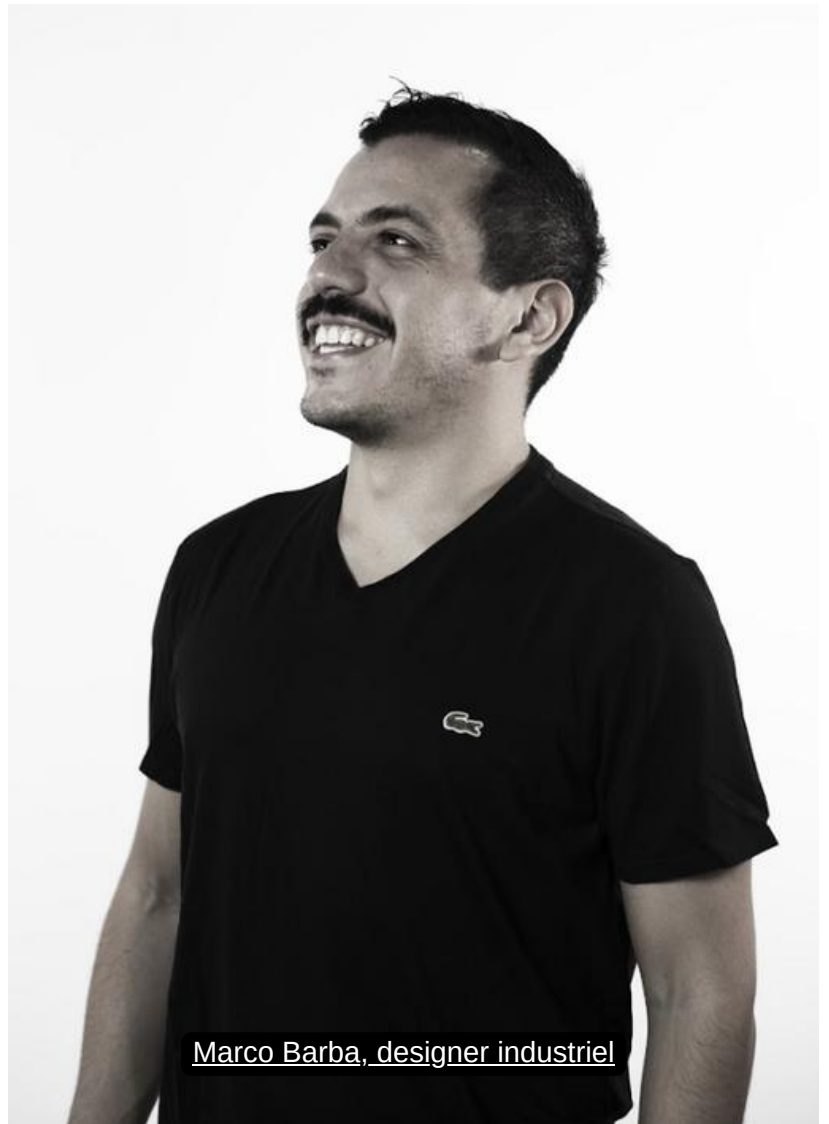
De plus, pour le designer industriel Marco Barba, le design ne se limite pas seulement à la fonctionnalité et à l'esthétique, mais cherche également à créer un lien émotionnel : « **lorsque nous concevons, nous pensons à la manière dont le produit coexistera avec les gens. Dans la façon dont il se connecte avec l'utilisateur. Il s'agit non seulement de la manière dont le produit est utilisable, mais également de la manière dont vous interagissez avec lui et de la façon dont il se connecte à partir du moment où nous le voyons** », commente-t-il.

L'essence de ce métier réside dans la création d'objets qui transcendent leur fonctionnalité, se transformant en expériences qui suscitent des émotions positives chez les gens. Les designers industriels utilisent leur créativité et leur ingéniosité pour créer des produits à la fois esthétiques, ergonomiques et émotionnels.

« Dans le design industriel, l'ergonomie couvre beaucoup de choses. Au-delà de la nécessité de l'adapter à la physiologie du corps, l'ergonomie, c'est penser à le rendre confortable socialement et visuellement, au toucher et lors de son utilisation. Il s'agit d'adapter le produit sous différents aspects », partage Barba.

Cependant, l'un des grands défis est de pouvoir répondre aux différents besoins sociaux. Cela signifie concevoir des produits qui soient non seulement utiles à la plupart des gens, mais également accessibles à ceux qui ont des capacités différentes.

De même, à une époque où le souci de l'environnement augmente, les designers s'efforcent de créer des produits durables et recyclables. Le choix des matériaux et des procédés de fabrication sont des aspects soigneusement étudiés pour réduire l'impact environnemental.



Marco Barba, designer industriel

« De plus en plus, le design va intégrer toutes les réalités de la société, une société en pleine évolution, le design doit donc rapprocher cette réalité des fabricants. [Les designers industriels] vont jouer un peu le rôle de traducteurs des besoins du marché », estime Xavier Majoral.

Le design industriel est une force invisible mais puissante qui améliore considérablement nos vies. Même si nous le remarquons rarement, chaque détail des objets qui nous entourent a été méticuleusement planifié pour façonner l'esthétique et la fonctionnalité de notre environnement.

A large, detailed view of the Moon's surface, showing numerous craters and dark lunar maria. A satellite with solar panels is in orbit in the upper right. A small, dark, winged object is visible on the left side of the Moon's surface.

LES GRANDS ÉVÉNEMENTS

DANS

SeñorNoticia

L'HÔTELLERIE VERTE : UN REFUGE POUR LA PLANÈTE ET LA SOCIÉTÉ



De la réduction de votre empreinte carbone au soutien des communautés locales, les hôtels durables offrent une expérience unique.

Scénario : Estefani Rodríguez

A

lors que les touristes prennent de plus en plus conscience de l'urgence de protéger l'environnement, l'industrie hôtelière connaît

une transformation notable vers la durabilité. Ainsi, les hôtels verts représentent non seulement un engagement à réduire l'empreinte écologique, mais offrent également une série d'avantages qui incluent l'amélioration du bien-être social et économique des communautés locales.



Lorenzo Graciano, directeur général de la région Mexique et Cuba de Minor Hotels

Les hôtels durables sont conçus et exploités de manière à minimiser leur impact environnemental. Ceci est réalisé grâce à diverses pratiques, telles que l'utilisation d'énergies renouvelables, la mise en œuvre de systèmes efficaces de gestion de l'eau, la réduction des déchets et l'utilisation de matériaux verts dans la construction et l'entretien. L'importance de ces hôtels réside dans leur capacité à :

Réduire les émissions de carbone :

L'industrie du tourisme est responsable d'une part importante des émissions mondiales de carbone. Les hôtels durables, en optant pour des sources d'énergie renouvelables et en améliorant l'efficacité énergétique, contribuent à la réduction de ces émissions, atténuant ainsi le changement climatique.

Conservation des ressources naturelles

: une gestion efficace de l'eau et la réduction des déchets sont cruciales dans le fonctionnement d'un hôtel durable. Ces hôtels adoptent des technologies telles que les systèmes de récupération des eaux de pluie et le recyclage des eaux grises, et favorisent la réutilisation et le recyclage des matériaux, contribuant ainsi à préserver les ressources naturelles.

Protection de la biodiversité :

de nombreux hôtels durables sont implantés dans des espaces naturels sensibles. La mise en œuvre de pratiques durables contribue à protéger la flore et la faune locales, en évitant la dégradation des écosystèmes et en favorisant la biodiversité.



En plus des avantages environnementaux, les hôtels verts génèrent un impact positif significatif sur la société : ils favorisent le développement économique local en privilégiant l'embauche de personnel local et l'achat de produits auprès de fournisseurs locaux ; Ils améliorent la qualité de vie, puisque la mise en œuvre de pratiques durables peut réduire la pollution et améliorer la bonne gestion des déchets ; Enfin, ils favorisent l'éducation et la sensibilisation à l'environnement, puisqu'en fournissant des informations sur leurs pratiques écologiques, ils peuvent encourager les visiteurs à participer à des activités vertes.

Sur la base de ce concept, plusieurs hôtels à travers le monde ouvrent la voie vers la durabilité. Un exemple notable est le groupe Minor Hotels au Mexique, reconnu pour ses pratiques de conservation et son engagement envers la planète.

« Notre stratégie environnementale est canalisée à travers UP FOR Planet, où la feuille de route est définie pour aller vers la décarbonation, une gestion efficace et une consommation responsable et circulaire. Pour y parvenir, nous nous appuyons sur trois axes de travail : le premier concerne les infrastructures et les bâtiments durables ; le deuxième concerne les processus et les normes opérationnelles ; et le troisième concerne les achats durables », déclare Carla Amado, PMO America.

Dans ce contexte, Minor Hotels a reçu la certification Green Key pour 13 de ses hôtels au Mexique, qui vise l'exécution de normes garantissant la promotion du développement d'une société durable.

Il est à noter que le label Clé Verte est une reconnaissance internationale accordée aux établissements touristiques qui répondent à des normes élevées de durabilité et de responsabilité environnementale. Cette certification a été accordée à plus de 5 000 établissements dans plus de 60 pays, ce qui en fait l'un des labels de tourisme durable les plus importants au niveau international.



En choisissant de séjourner dans des hôtels durables, les voyageurs peuvent soutenir ces initiatives et faire partie d'un mouvement mondial vers un avenir vert et équitable. Plus qu'une tendance, la durabilité dans l'hôtellerie est une nécessité impérieuse pour garantir une planète saine.

« Nous nous engageons à ouvrir la voie vers un tourisme plus responsable et durable et à continuer d'innover dans des pratiques et des politiques qui profitent à la fois à nos clients et à l'environnement. Nous croyons fermement que la durabilité n'est pas seulement un devoir, mais aussi une opportunité de créer un monde meilleur pour les générations futures », conclut Lorenzo Graciano, directeur général de la région Mexique et Cuba de Minor Hotels.





Hôtels au Mexique ayant reçu le certificat Green Key

- NH Collection Mexico City Santa Fe
- NH Collection Centre historique de la ville de México
- NH Collection Mexico City Reforma
- NH Collection Mexico City Airport T2
- NH México City Valle Dorado
- Hilton Mexico Aéroport
- NH Puebla Centre historique
- NH Querétaro
- NH San Luis Potosí
- Avani Cancún Airport NH Collection
- Monterrey San Pedro
- NH Monterrey La Fe
- NH Collection Guadalajara Providencia
- NH Collection Mérida Paseo Montejo



« ZONE D'INDIFFÉRENCE » FONCTIONNE SANS ATTENTES NI JUGEMENTS

L'œuvre de Mario Palacios Kaim sera ouverte au public jusqu'au 31 août au Musée de Mexico.

Scénario : Esperanza Aguilera

L'art contemporain est souvent pris dans le besoin de rechercher des concepts et des explications complexes. Mais l'art naît de l'observation attentive du monde

qui nous entoure, de la réinterprétation de l'ordinaire et de la recherche incessante de nouvelles formes d'expression. Chaque instant, chaque objet et chaque interaction a le potentiel de devenir une expression artistique.

C'est cette essence que Mario Palacios Kaim capture dans son exposition Zona de indifférence, une invitation à abandonner les notions préconçues sur l'esthétique et la beauté pour entrer dans une appréciation plus simple et plus unique de l'art.

Pour Palacios Kaim, l'appréciation va au-delà des conventions. Cette philosophie se reflète dans son exposition, où il utilise des matériaux de design industriel, comme des plaques d'acier qu'il a trouvées dans une entreprise d'armurerie en 2015 et sur lesquelles il travaille depuis. Ce n'est que début 2020 que l'artiste a réalisé la première série des 21 pièces qui composent Zona de indifférence.

Ses œuvres sont indifférentes aux conceptions du critique d'art. Ils sont « eux-mêmes » et se présentent comme des entités libres d'attentes et de jugements extérieurs. Cette liberté inhérente remet en question l'idée selon laquelle l'art doit se conformer à certaines normes ou interprétations. Au lieu de cela, les œuvres existent dans un espace qui leur est propre, où le spectateur est libre d'interagir avec elles et de trouver leur propre sens, sans restrictions imposées de l'extérieur.



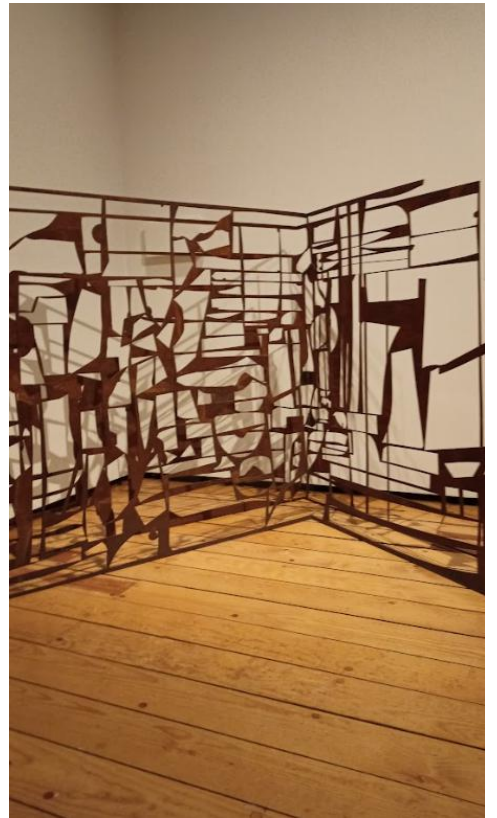
Mario Palacios Kaim
(Mexico, 1953)

Mario Palacios Kaim est né à Mexico en 1953. Il se consacre aux arts visuels depuis 1970, utilisant des techniques picturales, de dessin et graphiques, intégrant ensuite l'installation.



Irving Domínguez
(Mexico, 1976)

Il est conservateur d'art contemporain. Depuis 2005, il réalise des scénarios curatoriaux et des scénarios muséographiques pour des musées et des salles d'exposition de plusieurs États de la République mexicaine, tous appartenant à des infrastructures publiques.



« L'art va au-delà de ce que disent les spécialistes. Si nous lisons un livre d'art, nous apprenons beaucoup [...] mais ce texte va nous parler de quelque chose de mort. Nous, devant l'art, devons être vivants. Ce qui compte, c'est le contact direct, le rapprochement avec l'art », dit l'artiste.

De plus, à travers la technique de solarisation et de décoloration naturelle, Palacios Kaim nous invite à observer comment le temps et les éléments transforment des objets ordinaires en pièces extraordinaires, ou « choses » comme il les appelle. L'exposition nous amène non seulement à découvrir la beauté inattendue et éphémère, mais remet également en question profondément la notion de paternité dans l'art.

« Pour moi, le terme paternité est intéressant ; C'est complètement relativisé. [Dans ces œuvres], j'ai été l'intermédiaire entre l'énergie solaire, un tissu et des déchets, mais elles sont sorties sans aucune inspiration. Il faut essayer de voir les choses telles qu'elles sont, plus directes et plus simples. Mes œuvres sont nées du hasard, mais elles sont filles de l'obéissance et non de la liberté », souligne-t-il.

Ce faisant, il repense l'idée selon laquelle l'artiste est le seul créateur de son œuvre. Les œuvres sont présentées comme des collaborations avec le temps et la nature, suggérant que la paternité est partagée et relative, et que la véritable valeur de l'art réside dans sa capacité à transcender les intentions du créateur et à trouver une résonance unique auprès de chaque spectateur.



Pour lui, l'art n'est pas un objet statique, mais un processus dynamique qui se transforme et prend une nouvelle vie au fil du temps : « Les accidents font partie de mon travail. Il ne s'agit pas d'une reproduction fidèle, mais plutôt d'une empreinte qui inclut ce qui se passe au fil du temps », explique-t-il.

Alors que le complexe et l'élaboré sont souvent davantage valorisés, Palacios Kaim nous montre la beauté du simple et de l'authentique. Son travail avec des matériaux de conception et des techniques naturelles nous rappelle que le véritable art se trouve dans le quotidien et dans ce que nous jetons habituellement. En appréciant ces œuvres, nous sommes invités à adopter une perspective plus simple et plus directe, redécouvrant la pureté de l'art dans sa forme la plus essentielle.

LA BEAUTÉ CACHÉE DES DÉCHETS

L'art durable de Miquel Aparici

Scénario : Esperanza Aguilera

Ses sculptures fusionnent art et conscience environnementale, révélant la beauté oubliée de ce que nous jetons.



Entre son intérêt pour la biologie, l'art et l'archéologie, Miquel Aparici a trouvé l'une de ses plus grandes passions. Avec une vision unique, Aparici transforme les métaux, le bois usagé et autres déchets en sculptures, donnant vie à un large éventail de créatures, des insectes aux grands mammifères.

Même si enfant, il a toujours été attiré par le dessin, ce n'est qu'à l'âge de 35 ans qu'il commence à créer de l'art : **"Je viens du monde du graphisme, j'ai toujours été entouré d'illustrateurs, mais il m'a semblé que je ne pouvais pas le faire moi-même."**



C'est lors d'un voyage qu'Aparici a découvert en dessinant une manière de capturer la beauté de la nature et des animaux. **« J'ai découvert des lézards endémiques de l'île de Formentera, dans la mer Méditerranée, et j'ai trouvé 'ils sont beaux' et j'ai commencé à les dessiner en prenant un café ; en utilisant seulement une cuillère et mon café pour peindre. Quand je suis rentré à la maison, j'ai commencé à dessiner de plus en plus, en un mois j'ai réalisé environ 500 dessins »**, dit-il.

La graine artistique grandit rapidement en lui et peu de temps après avoir dessiné, il commence à donner du volume à ses créations. Utilisant des techniques d'assemblage, il commence à réaliser des sculptures avec des matériaux recyclés.



« À un moment donné, j'ai eu l'idée de travailler avec du fil de fer les mêmes dessins que je faisais avec du café [...] et c'est là que j'ai découvert le volume et cela m'a fasciné. Travailler en trois dimensions m'a fait réfléchir et faire plus d'efforts, à partir de là j'ai continué à joindre le fil avec des objets en bois et en métal. J'ai même dû apprendre à souder», raconte le sculpteur.

Il convient de noter qu'Aparici a trouvé une grande influence auprès de personnalités telles que Pablo Picasso et Eduardo Chillida. A l'âge de 9 ans, il voit pour la première fois une œuvre du peintre et

Le sculpteur espagnol Picasso a représenté une tête de taureau créée uniquement avec un guidon et une selle de vélo. "Cela m'a explosé dans la tête, car pour moi, l'art jusqu'alors était constitué de peintures et de sculptures classiques", se souvient-il.

Aujourd'hui, ses œuvres, qui vont des petits poissons et insectes à un énorme gorille, cherchent à capturer l'essence de la nature tout en démontrant que les déchets peuvent être bien plus que cela. Son art cherche à encourager l'appréciation de ce que d'autres considèrent comme insignifiant et jetable.

« Cela me dérangeait vraiment que les gens utilisent et jettent des choses de manière aussi compulsive. Et j'ai vu beaucoup de ces choses qui étaient belles pour moi. « J'aime montrer la beauté cachée des choses », explique-t-il.

« J'aime que mes sculptures aient de la vie, que les gens ressentent un lien avec elles. Quand j'y parviens, quand quelqu'un veut placer une de mes sculptures dans l'entrée de sa maison, j'ai l'impression d'avoir atteint mon objectif.



Aparici a trouvé dans l'art un outil puissant pour se connecter avec les gens, non seulement en donnant une seconde vie aux objets, mais en montrant que l'art peut être un moyen efficace de sensibiliser les gens et de les sensibiliser aux problèmes environnementaux.

Avec son travail, Miquel Aparici nous invite à réfléchir sur l'importance de valoriser et de préserver notre environnement naturel, tout en nous incitant à trouver la beauté dans ce que d'autres rejettent. Sans plus tarder, son art est un phare de créativité et de conscience.

Avantages de l'architecture biophilique dans les bureaux

- * L'investissement initial dans un bureau écologique est rapidement amorti, grâce à l'efficacité énergétique, qui se traduit par des économies.
- * Ils améliorent l'image de l'entreprise et font preuve de responsabilité sociale en attirant les clients.
- * Ils motivent les employés, augmentant la satisfaction et la productivité.
- * Ils favorisent de meilleures fonctions cognitives et une meilleure qualité du sommeil, réduisant considérablement l'absentéisme au travail.
- * Ils optimisent la qualité de l'air et la ventilation des espaces intérieurs.



Préparé par : Pilar Astupiña





ConStyling.com

Mode | Beauté | Style



MODE ETHNIQUE : UN MONDE DE COULEURS ET DE TRADITIONS

Scénario : Estefani Rodríguez

Les créateurs créent un nouveau récit de la mode ethnique, aussi passionnant qu'inclusif.

Le concept de mode ethnique n'est pas nouveau ; a existé tout au long de l'histoire,

mais a connu une résurgence à l'ère moderne en raison d'un regain d'intérêt pour la culture. Avec une prise de conscience croissante de l'importance de la diversité et de l'inclusion, ce style est devenu une puissante forme d'expression personnelle et sociale.

La mode ethnique s'inspire des traditions et du savoir-faire de diverses cultures du monde. Son objectif est d'honorer et de célébrer l'identité culturelle des différentes communautés, en mettant en valeur leurs valeurs, leurs croyances et leur héritage historique à travers la conception de vêtements.

Pour de nombreuses personnes, porter des vêtements qui reflètent leur héritage culturel est une façon d'affirmer leur identité et de célébrer leur origine. De plus, en soutenant les designers et artisans locaux, nous contribuons au développement économique des communautés et favorisons l'autonomie culturelle.

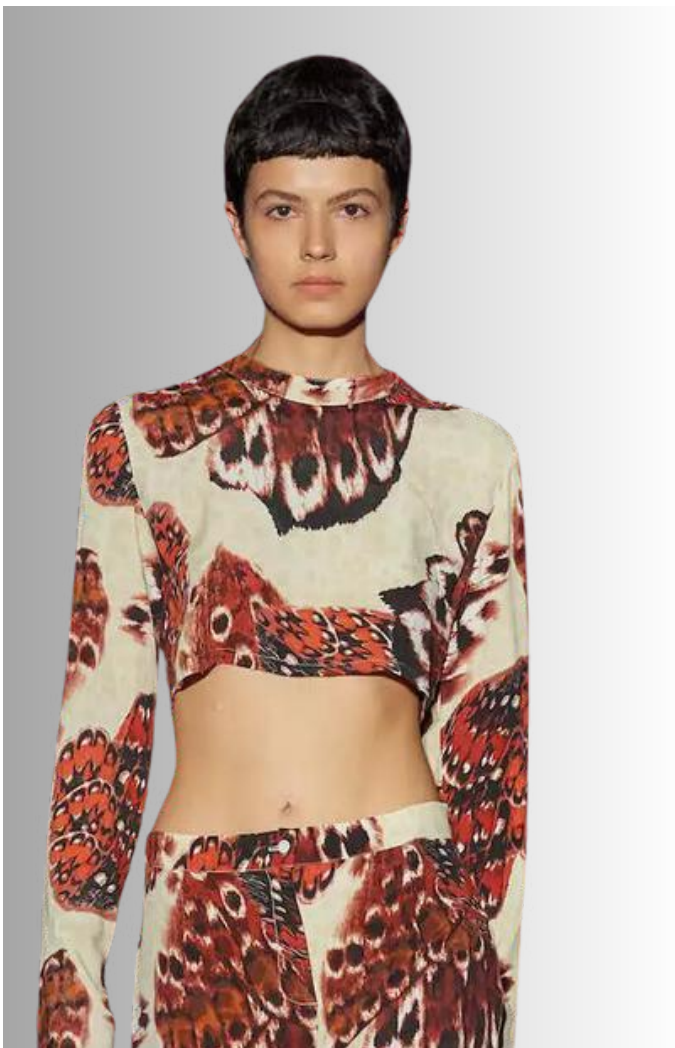


Meche Correa -
Mode péruvienne à
Madrid

Tendances actuelles

Imprimés et textiles traditionnels : Les imprimés ethniques ont gagné en popularité dans la mode contemporaine. Ces motifs vibrants et colorés ajoutent une touche d'exotisme et d'authenticité à n'importe quelle tenue.

Broderie et artisanat : Les vêtements ornés de broderies à la main, de tissage sur métier à tisser ou de techniques de teinture traditionnelles sont très appréciés dans la mode. Ces détails fabriqués à la main ajoutent non seulement de la beauté, mais racontent également des histoires et reflètent le savoir-faire et le dévouement des artisans.



Lorena Saravia - Semaine de la mode Mercedes-Benz Mexique



Ceinture TAARACH - Mireya Gómez de la Torre

Fusions culturelles : La mode ethnique contemporaine fusionne souvent des éléments de différentes cultures pour créer un style unique et éclectique. Combiner un kimono japonais avec un jean occidental ou utiliser des accessoires tribaux avec des vêtements modernes sont des exemples de cette tendance.

Accessoires ethniques : Outre les vêtements, les accessoires ethniques connaissent un regain de popularité. Des sacs et bijoux aux chaussures et chapeaux, les accessoires inspirés de différentes cultures ajoutent une touche de style unique aux ensembles contemporains.

Sous-cultures au sein de la sphère ethnique

Il existe différentes modalités stylistiques auxquelles vous pouvez recourir en tenant compte du patrimoine culturel que vous souhaitez évoquer. Opter pour un style andin, par exemple, est fascinant en incorporant une variété de tissus naturels, de chapeaux, de ponchos et de tissus vibrants à votre tenue ; tandis que si vous penchez pour le style mexicain, les manches cloche, les jupes larges et une profusion de colliers et de boucles d'oreilles ne peuvent manquer dans votre garde-robe pour sublimer vos tenues.

L'esthétique gitane inspire également la création de nouvelles tenues, où les imprimés à pois et les délicates fleurs pour cheveux s'imposent comme des éléments distinctifs. Un look d'influence persane, avec des finitions brillantes et des accessoires dorés,



Blouse gitane - Johanna Ortiz



Défilé à Santiago de Huari - Bolivie

est toujours un choix judicieux qui peut être combiné avec presque tous les vêtements. Bien entendu, le style japonais est un classique qui s'adapte à une large gamme d'imprimés sur des t-shirts, des robes et même des vêtements d'intérieur.

L'esthétique du Far West peut également servir d'inspiration pour créer des tenues ethniques, où les franges, les gilets et les tons terreux se démarquent et peuvent être idéalement combinés avec des jeans et des vêtements similaires. Cependant, le style ethnique par excellence se retrouve dans des tenues inspirées de la culture africaine, avec des tons sable, jaune et vert, ainsi que des imprimés d'une beauté surprenante.

La mode ethnique reflète aujourd'hui l'identité culturelle de manière plus audacieuse que jamais. Les créateurs et les marques créent des vêtements qui célèbrent les traditions, les symboles et les couleurs de diverses cultures, permettant ainsi aux gens de se connecter à leurs racines et d'exprimer authentiquement leur identité à travers la mode.

LE POUVOIR DE LA DÉNONCIATION POUR DÉMOCRATISER LA JUSTICE AU MEXIQUE

Par : Sergio González Directeur général d'ALTO México

Dans le contexte dans lequel nous vivons, la construction de communautés

le plus important d'Amérique latine, et pour y parvenir, nous devons non seulement nous concentrer sur des plans de formation ou de protection des biens immobiliers et mobiles, mais aussi sur la promotion d'un des outils fondamentaux dans le domaine de la justice : le reporting.

En nous concentrant sur le Mexique, nous savons que notre contexte montre une augmentation de plus de 40 % des délits, principalement ceux qui touchent les magasins libre-service, départementaux et spécialisés. Parmi eux, les statistiques indiquent que les

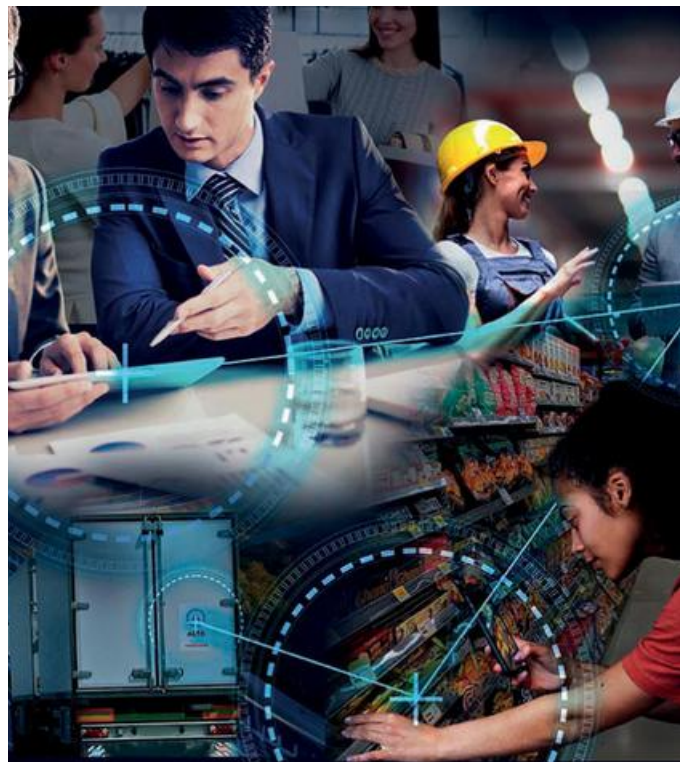


Sergio González, directeur général d'ALTO México

bandes criminelles sont responsables de 59 % des vols dans les établissements. À ce stade, il est important de changer la vision de la pertinence de la plainte, c'est-à-dire de passer du « rien ne se passera » à la considérer comme la première étape qui contribuera à promouvoir l'application de la justice.

La plainte est l'action clé qui nous distingue de l'indifférence. Un geste qui fournit, à bien des égards, des informations aux autorités afin qu'elles procèdent non seulement à punir un crime, mais à identifier les différents modes opératoires utilisés par les criminels et que cela serve à mettre en œuvre un protocole de prévention.

Parallèlement, la récupération du bien est recherchée afin que l'impact soit moindre, en plus d'obtenir des résultats dissuasifs pour l'auteur du délit, soit par une sanction financière, soit par une privation de liberté. D'après notre expérience, cela a contribué à la diminution de la récidive, en prenant comme référence les lieux où se trouve le sceau ALTO.



Au sein de notre Réseau, l'une des principales actions encouragées est la dénonciation de tout événement criminel qui survient : vols à la tire, vols de presses, vols internes, vols sur la route et, le cas échéant, pillages et autres incidents.

Mais quel a été le résultat jusqu'à présent ? Nous avons de nombreuses réalisations et des très précieuses, par exemple : nous avons pu disposer d'informations qui ont permis d'identifier un total de 70 bandes de gangs de rue qui opèrent de manière récurrente dans des entités comme Mexico, Querétaro, Puebla et l'État du Mexique. Grâce à notre analyse des processus, il a été possible de détecter les risques dans les procédures opérationnelles grâce à des conseils visant à la protection des actifs. Ainsi, en collaboration avec les autorités, des groupes criminels ont été démantelés.



Promouvoir la culture du signalement, qui facilite l'accès à la justice, augmente la possibilité d'action correcte des institutions et renforce l'accès à la réparation des dommages, ainsi que la solution aux problèmes liés à l'incidence de la criminalité. Il doit s'agir d'un travail coresponsable entre la société, les entreprises et les autorités pour créer des communautés plus sûres.

Lorsque les membres d'une communauté se sentent habilités à signaler des activités illégales ou des comportements nuisibles

comportement illégal ou préjudiciable, un environnement de responsabilité et de responsabilisation est établi qui dissuade les contrevenants et promeut le respect des règles et des lois établies.

Depuis nos tranchées, nous continuerons à promouvoir le journalisme comme outil de justice, qui soutient la création de divers programmes de travail entre la société, le secteur privé et les autorités pour lutter contre les délits tels que le vol, la fraude et l'extorsion. Le citoyen qui dénonce contribue à construire un Mexique plus sûr.

Sergio González González, directeur général d'ALTO México

Il a étudié l'ingénierie industrielle à l'Universidad Panamericana. Il est titulaire d'une maîtrise en administration de l'ITAM. Il possède plus de 20 ans d'expérience dans la conception et l'exécution de stratégies axées sur une croissance accélérée sur des marchés tels que les biens de consommation, l'industrie manufacturière, le pétrole/gaz et la construction en Amérique latine.



THE PUBLIC

Publi-reportages

AVEC +
SENTIMENT

+52 1 56 2774 1902

hola@[gruopublic.com](mailto:hola@gruopublic.com)

LAI SS E- TOI VO IR

Faites de la publicité avec nous
hola@grupothepublic.com



Señor
Noticia



Negocios
para
Negocios

Lobe
Mark

PLANETA
EN VERDE

Vivir
tec

Cobertura **Noticiosa**

Club de Empresas

Ejecutivo **POWER**

CON PODERES

MEGAMETROPOLI

COMUNICACION Y **+AS**

NR Nucleo **Rural**

ConStyling.

Noticiero **E**