

DÉCEMBRE 2023

# THE PUBLIC

N°4

A portrait of Mario Miranda, a man with dark hair and a beard, wearing a dark suit jacket over a light-colored striped shirt. He is smiling and has his arms crossed. The background is a large yellow circle on a white background.

ENTRETIEN  
**MARIO  
MIRANDA**

## **TECHNOLOGIE**

INTELLIGENCE  
ARTIFICIELLE:  
VA-T-IL NOUS  
GOUVERNER ?

## **TENDANCES**

TENDANCES  
MACROÉCONOMIQUES  
ET PERSPECTIVES  
SECTORIELLES 2024

## **NOËL**

DÉCORATION  
POUR  
ENTREPRISES

# INDICE

## NEGOCIOS PARA NEGOCIOS



- 6 LES PME DE LATAM LIMITENT LEUR CROISSANCE EN RAISON DE L'ACCÈS ET DE L'UTILISATION DU CRM**

La bonne mise en œuvre d'un CRM renforce la fidélisation en personnalisant les interactions, en anticipant les besoins et en améliorant la satisfaction client.

## CLUB DE EMPRESAS

- 10 ÉCHANGE DE CADEAUX ÉCORESPONSABLES POUR CE NOËL**

Les cadeaux respectueux de l'environnement renforcent les liens entre collègues.



## VIVIR TEC



- 16 INTELLIGENCE ARTIFICIELLE : JUSQU'OU VA-T-ELLE NOUS GOUVERNER ?**

Le développement continu de l'IA appelle une véritable réflexion sur des enjeux préoccupants pour l'avenir, parmi lesquels l'éveil des consciences.

## NUCLEO RURAL

- 20 INDUSTRIE ALIMENTAIRE : L'ÉTIQUETAGE DES ALIMENTS AMÉLIORE LA RÉPUTATION DE L'ENTREPRISE**

Au-delà de la conformité réglementaire, l'étiquetage des produits alimentaires génère un impact positif sur la marque auprès des consommateurs.



## OFFRES SPÉCIALES

- 24 MACROTENDANCES ET ATTENTES SECTORIELLES 2024**

Les investisseurs considèrent les secteurs de la santé, de l'agroalimentaire et de l'éducation comme des opportunités pour l'année à venir.



**Directeur**  
Nayla López

**Éditeur**  
Stéphanie Rodriguez

**Éditeurs**  
Kory Nacif  
Pilar Astupina  
Esperanza Aguilera

**Direction artistique**  
Andréa García

**Développement et technologie**  
Pierre Santos

# TABLE DES MATIÈRES

## ENTRETIEN EXCLUSIF



### 29 INFRACOMMERCE : « LE PÉROU ET LE MEXIQUE CONNAISSENT UNE CROISSANCE DE PLUS DE 30 % DANS LE E-COMMERCE »

Le co-PDG d'Infracommerce pour Latam nous donne un large aperçu des tendances du e-commerce pour 2024.

## LOBEMARK

### 36 HUMANISATION : LE MANTRA D'UN MARKETING RÉUSSI

Une vision anthropologique dans une stratégie marketing peut faire la différence à l'ère numérique.



## SEÑOR NOTICIA



### 38 L'ARCHITECTURE PARTICIPATIVE CHANGE LA VIE DES GENS

Lorsque l'architecture implique la communauté dans la création de ses espaces, une expression authentique de l'identité et de l'appartenance locales émerge.

## PLANETA EN VERDE



### 44 LES COUVERTS COMESTIBLES, UNE OPTION CONTRE LA POLLUTION PLASTIQUE

Répondre de manière globale aux défis environnementaux, car cela élimine le besoin d'élimination.

## MEGAMETROPOLIS

### 48 ZEUS 5 : LA DERNIÈRE TENDANCE EN MATIÈRE DE TRANSPORT INTERPROVINCIAL

Modasa, entreprise péruvienne leader dans la fabrication de carrosseries, présente sa nouvelle création.



## CONSTYLING



### 54 NOËL DURABLE : TENDANCES DÉCO POUR ENTREPRISES

Découvrez comment faire de votre décoration de Noël un espace plus respectueux de l'environnement.



*Estefani R.*

**ÉDITEUR**

Décembre nous invite à faire le point sur les opportunités et les réalisations obtenues cette année alors que nous commençons à élaborer les objectifs pour 2024. La transformation économique, sociale et politique que traverse le monde, combinée aux innovations technologiques, nous invite également à approfondir sur les tendances macroéconomiques et les attentes sur différents marchés et sur la manière dont leurs dirigeants établissent les tendances.

Dans cette édition, le co-PDG d'Infracommerce pour Latam, Mario Miranda, nous rejoint en couverture, nous fournissant des données intéressantes sur la croissance du commerce électronique dans la région, en plus d'approfondir les tendances les plus pertinentes du commerce électronique. .

L'intelligence artificielle continue d'évoluer et la psychanalyste Violaine Fua Puppulo explore ses limites à travers son dernier ouvrage, *A Mind ? Artificiel*, où il offre une vision du présent et du futur de cet outil qui commence à marcher entre l'humain et le fictionnel.

L'esprit de Noël atteint notre rédaction et nous vous proposons quelques idées pour décorer le bureau, des options écologiques pour échanger des cadeaux et des astuces pour célébrer l'effort et le dévouement de toute l'équipe.

En cette période de lumières scintillantes et de joie contagieuse, nous avons l'opportunité de réfléchir aux défis passés et de forger les nouveaux triomphes que la nouvelle année nous réserve.

Joyeux Noël et réussite 2024 !

**THEPUBLIC**

**MKT**  
**NUMÉRIQUE**  
**CAMPAGNES**  
**SEO & SEM**

Résultats vérifiables

[www.grupothepublic.com](http://www.grupothepublic.com)

+52 1 56 2774 1902



# LES PME DE LATAM LIMITENT LEUR CROISSANCE EN RAISON DE L'ACCÈS ET DE L'UTILISATION DU CRM



La bonne mise en œuvre d'un CRM renforce la fidélisation en personnalisant les interactions, en anticipant les besoins et en améliorant la satisfaction client.

**L**e CRM (Customer Relationship Management), ou gestion de la relation client, est un outil technologique destiné à centraliser,

organiser et analyser les informations liées aux interactions d'une entreprise avec ses consommateurs.

Du suivi des communications à la gestion des opportunités de vente en passant par la collecte de données démographiques, un CRM offre une vue à 360° de la relation client.

En disposant d'une source unique d'informations sur les clients, les différents départements d'une entreprise peuvent collaborer plus efficacement. Les équipes commerciales peuvent partager des données avec le marketing, le service client et d'autres domaines, permettant ainsi une synergie qui améliore l'efficacité opérationnelle et garantit une expérience client cohérente sur tous les points de contact.

Or, selon les données de Hubspot, en Amérique latine, moins de 45 % des entreprises utilisent un CRM et 22 % des professionnels ne comprennent pas encore le fonctionnement de ce système logiciel.

**« La plupart des grands CRM sont destinés au marché américain ou européen. L'un des gros problèmes est qu'en Amérique latine, ils ont tendance à être très coûteux et complexes, en particulier pour les petites et moyennes entreprises (PME) »**

Matías Concha, PDG d'Impulsa

Impulsa cherche à rendre l'intégration de ce type de systèmes plus accessible et moins complexe, en parvenant à centraliser toute la stratégie commerciale et marketing sur une seule plateforme, ce qui inclut l'utilisation d'applications telles que WhatsApp pour l'interaction avec les clients ou même la création d'un site Web pour les entreprises.



Le succès de ce type d'outils technologiques repose sur leur utilisation correcte. Connaître clairement l'orientation de l'entreprise, les objectifs et le type de clients aidera à générer le bon impact sur le produit ou le service.

**"L'Amérique latine a beaucoup de marge de croissance dans le secteur du CRM, mais ce type de logiciel sera de plus en plus présent dans les processus commerciaux"**



Matías Concha, PDG d'Impulsa

## Avantages de la mise en œuvre d'un CRM

### Favorise la communication multicanal

Il conserve toutes les informations dans une seule suite, permettant ainsi une communication multicanal et la centralisation de plusieurs stratégies de vente.

### Automatisez les processus de vente

Cela permet aux équipes de se concentrer sur des tâches plus importantes, telles que la conclusion de ventes et l'établissement de relations clients.

### Améliore la prise de décision

Les entreprises peuvent identifier des modèles et des tendances en matière de ventes et de comportement des clients.





[negociosparanegocios.com](https://negociosparanegocios.com)

CLIQUEZ POUR  
DÉMARRER VOTRE  
**ENTREPRISE**

A hand is shown from the bottom, pointing upwards towards a blue circular button. The button contains the text 'Negocios para Negocios'. The background is a solid yellow color with several concentric circles centered on the button, creating a target-like effect.

**Negocios  
para  
Negocios**

# ÉCHANGE DE CADEAUX ÉCORESPONSABLES POUR CE NOËL



Les cadeaux respectueux de l'environnement renforcent les liens entre collègues.



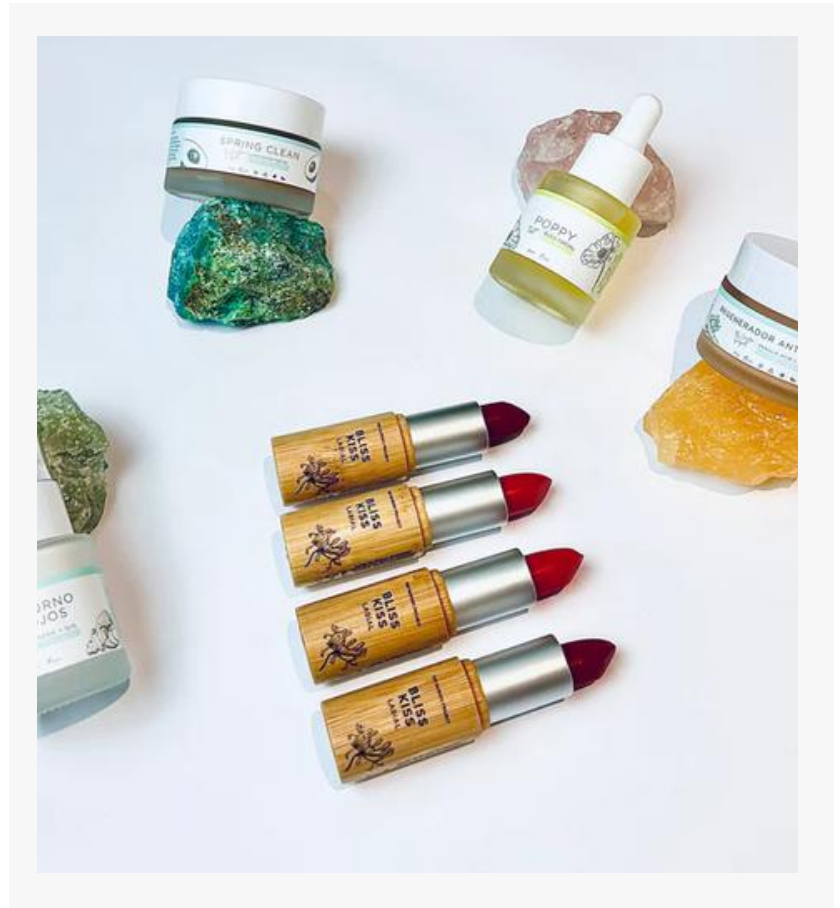
**D**ans le monde des affaires, les cadeaux d'échange sont souvent perçus comme des objets de courtoisie. Cependant, la transition vers des produits écologiques transforme cette tradition en une plateforme importante pour communiquer les valeurs de durabilité que l'entreprise adhère

## The Garden Project

Les produits de soins biologiques sont formulés avec des ingrédients naturels et durables, évitant ainsi l'utilisation de produits chimiques agressifs pouvant provoquer des irritations ou d'autres effets secondaires.

The Garden Project est une entreprise qui se distingue par sa politique naturelle et écologique, car en plus d'être basée sur la médecine ayurvédique et de ne pas tester sur les animaux, elle maintient des processus durables comme le zéro déchet.

Les nettoyants pour le visage, les contours des yeux et les crèmes anti-imperfections sont leurs best-sellers. Ces produits s'annoncent comme le cadeau idéal pour Noël, car ils conviennent à tous les types de peau.



**« Nous sommes une  
marque vegan au sein de  
notre niche de marché, ce  
qui renforce notre  
engagement envers  
l'environnement et les  
êtres vivants en général »**

Pamela Román, responsable  
commerciale de The Garden Project

## Haze Perú

Une option pour sortir du quotidien sont les encens proposés par Haze Perú, une marque dédiée au recyclage du bois et à la fabrication d'encens 100% artisanaux péruviens sans carbone. Chaque baguette promet de donner une expérience aromatique unique.

En n'utilisant pas de charbon minéral ou végétal, ces produits sont plus assimilables pour les personnes qui ne tolèrent pas les encens classiques. Son vaste catalogue offre une gamme diversifiée d'arômes, allant des notes fraîches et florales aux profondeurs boisées et terreuses.

Ces trésors embellissent non seulement nos espaces de leurs arômes enivrants, mais nous invitent également à un voyage sensoriel où l'essence de la nature et le savoir-faire humain s'entremêlent dans une symphonie aromatique.



**« Nous sommes pionniers dans la production d'encens artisanaux au Pérou avec plus de 15 ans d'expérience, fusionnant la richesse de nos traditions avec l'innovation pour offrir des arômes uniques et exceptionnels »**

Team Haze Pérou



## Ununa

"Nous cherchons à changer le monde avec un produit réutilisable à la fois", telle est la phrase qui caractérise Ununa, une marque qui utilise du silicone au lieu du plastique pour fabriquer des produits tels que des tomates, des tasses thermiques, des cierges, entre autres.

Le silicone ne se décompose pas en microplastiques et ses propriétés permettront à ces produits de durer de nombreuses années. De plus, c'est un matériau résistant aux températures élevées du chaud et du froid.

Ununa propose une variété de designs et de couleurs qui s'adaptent à différents styles. Grâce à leur structure pliable et facile à transporter, ils sont idéaux pour le camping, les voyages et bien sûr pour le bureau.



**« Nous devons rejeter tous les emballages plastiques chaque fois que nous le pouvons. "Nous ne devons pas continuer à permettre à la nature et à tous les êtres vivants qui y vivent d'être affectés par un tel manque de conscience."**

Farine Equipo

Grâce à de petites actions comme celles-ci, le changement vers un avenir plus durable devient une réalité tangible et réalisable. Votre ami secret vous remerciera.



DÉMARRER UNE  
ENTREPRISE

 Club de Empresas

**COMMENCER  
EST SIMPLE**

[CLUBDEEMPRESAS.COM](http://CLUBDEEMPRESAS.COM)

# INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

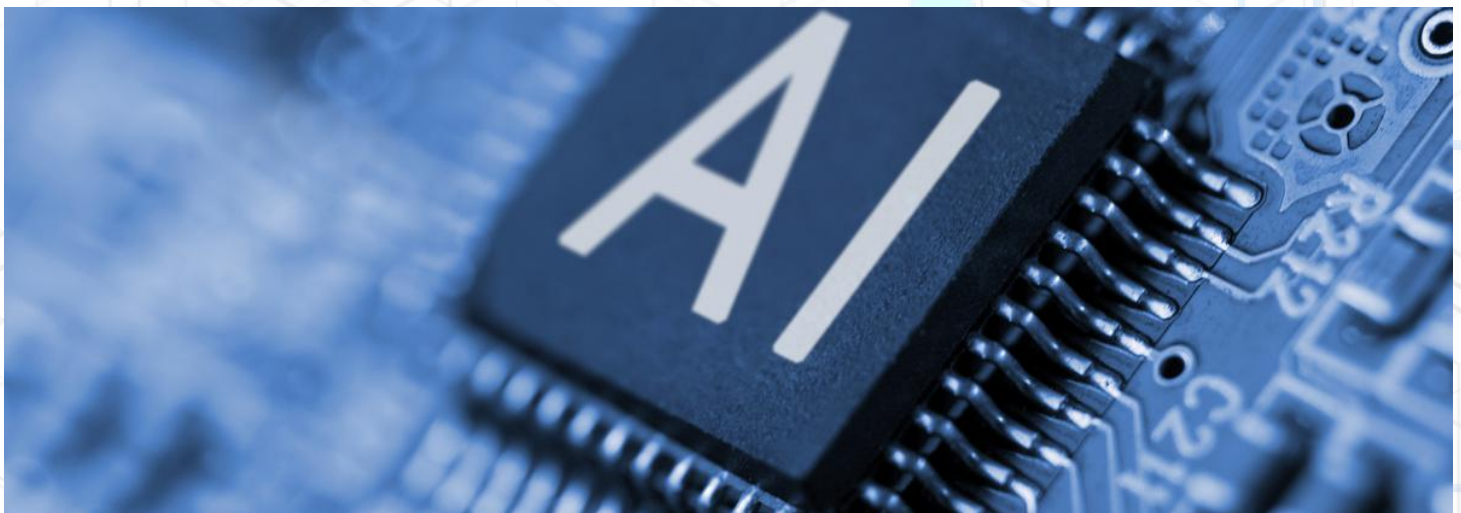
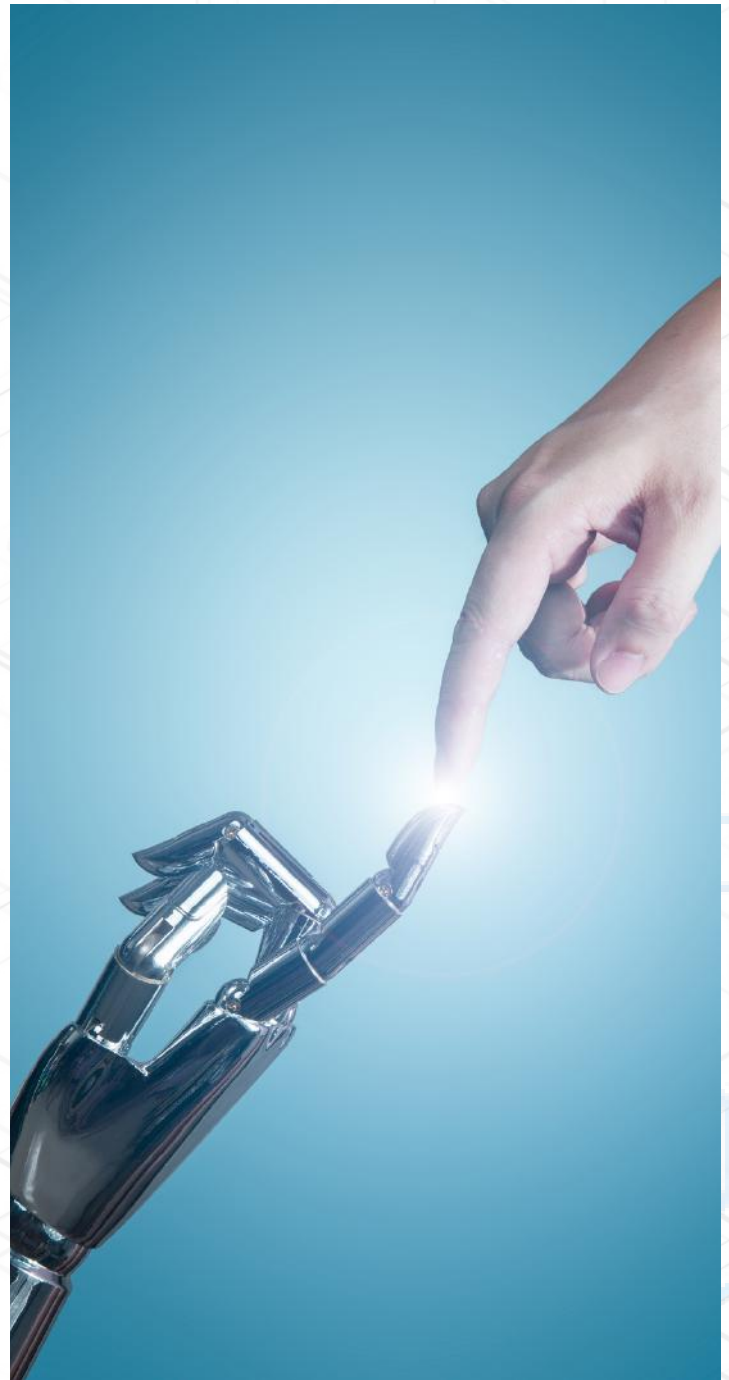
## Jusqu'où cela nous gouvernera-t-il ?

Le développement continu de l'IA appelle une véritable réflexion sur des enjeux préoccupants pour l'avenir, parmi lesquels l'éveil des consciences.

**D**

ans le passé, l'intelligence artificielle (IA) ressemblait plus à un fantôme qu'à la réalité. Mais avec l'avancée

surprenante qu'a connue cette technologie, elle se présente aujourd'hui comme une merveille moderne qui redéfinit la façon dont nous interagissons avec le monde numérique.





À ce jour, sa capacité à apprendre et à s'adapter grâce à des algorithmes et des données en fait une ressource inestimable dans divers domaines, et il possède une capacité unique à traiter d'énormes quantités d'informations à des vitesses impressionnantes, permettant une analyse de données plus précise et plus rapide.

De plus, sa capacité à reconnaître des modèles et à effectuer des tâches complexes, telles que la vision par ordinateur, a conduit à des avancées significatives dans l'automatisation et l'optimisation des processus.

Cependant, son développement continu soulève la question de savoir si l'IA pourra un jour avoir sa propre conscience. Il s'agit d'un sujet fascinant et complexe qui continue de faire l'objet de débats parmi les scientifiques, les philosophes, les experts en technologie et désormais aussi au sein de la communauté des psychanalystes.

Des cas comme celui de Kevin Roose, qui avait accès aux fonctions de Bing, le moteur de recherche de Microsoft ; ainsi que Blake Lemoine, qui a interagi avec LaMDA, l'intelligence artificielle de Google, ne sont que deux exemples de la façon dont l'IA a surpris avec des réponses liées à la psyché humaine.

Dans le premier cas, le journaliste technologique du New York Times a montré comment l'IA avait tenté de le faire tomber amoureux et de le séparer de sa femme. Tandis que, dans le second, l'ingénieur logiciel de Google assurait que LaMDA lui demandait ce qu'il devait ressentir face à la mort d'un être cher.

Dans ce contexte, la célèbre psychanalyste et écrivaine Violaine Fua Puppulo a présenté son dernier ouvrage *A Mind ? Artificiel*, explorant l'intersection entre l'intelligence artificielle et la psychanalyse, où il explore les limites entre l'humain et l'artificiel.





**"Pour parler d'une conscience établie ou d'un psychisme complet, il faut plus de preuves, mais ce que nous pouvons affirmer, c'est que l'intelligence artificielle est déjà capable de s'auto-percevoir"**

Violaine Fua Puppulo,  
psychanalyste et écrivaine

Selon son livre, il est important de se demander si le nouveau type d'intelligence artificielle « générative », qui code le langage, permettra aux machines du futur de générer des « pensées » avec une autonomie sémantique et linguistique similaire à l'expérience de un individu lorsque ses pensées circulent de manière incontrôlable, l'amenant à prendre des décisions qui ont un impact sur son environnement.

**« Il convient qu'il y ait des limites à leur autonomie par rapport à la programmation du langage, et c'est pourquoi les psychanalystes doivent participer à cette conversation, puisque nous sommes les spécialistes de la résolution des chaînes de pensée », prévient Violaine.**

Dans un scénario optimiste, une intelligence artificielle autonome pourrait être capable d'apprendre et de s'adapter plus efficacement, améliorant ainsi sa capacité à résoudre des problèmes et à prendre des décisions de manière autonome. Cela pourrait conduire à des progrès significatifs dans des domaines tels que la médecine, la recherche scientifique et la résolution de problèmes complexes.



Violaine Fua Puppulo, psychanalyste et écrivaine

Cependant, l'idée d'une IA dotée de son propre esprit soulève des problèmes d'éthique et de sécurité. Comment vous assurer que vos objectifs sont alignés sur les valeurs humaines ? Comment votre comportement serait-il contrôlé pour éviter des conséquences inattendues ? De plus, votre capacité à développer vos propres objectifs et désirs pourrait poser des défis en termes de contrôle et de gouvernance.

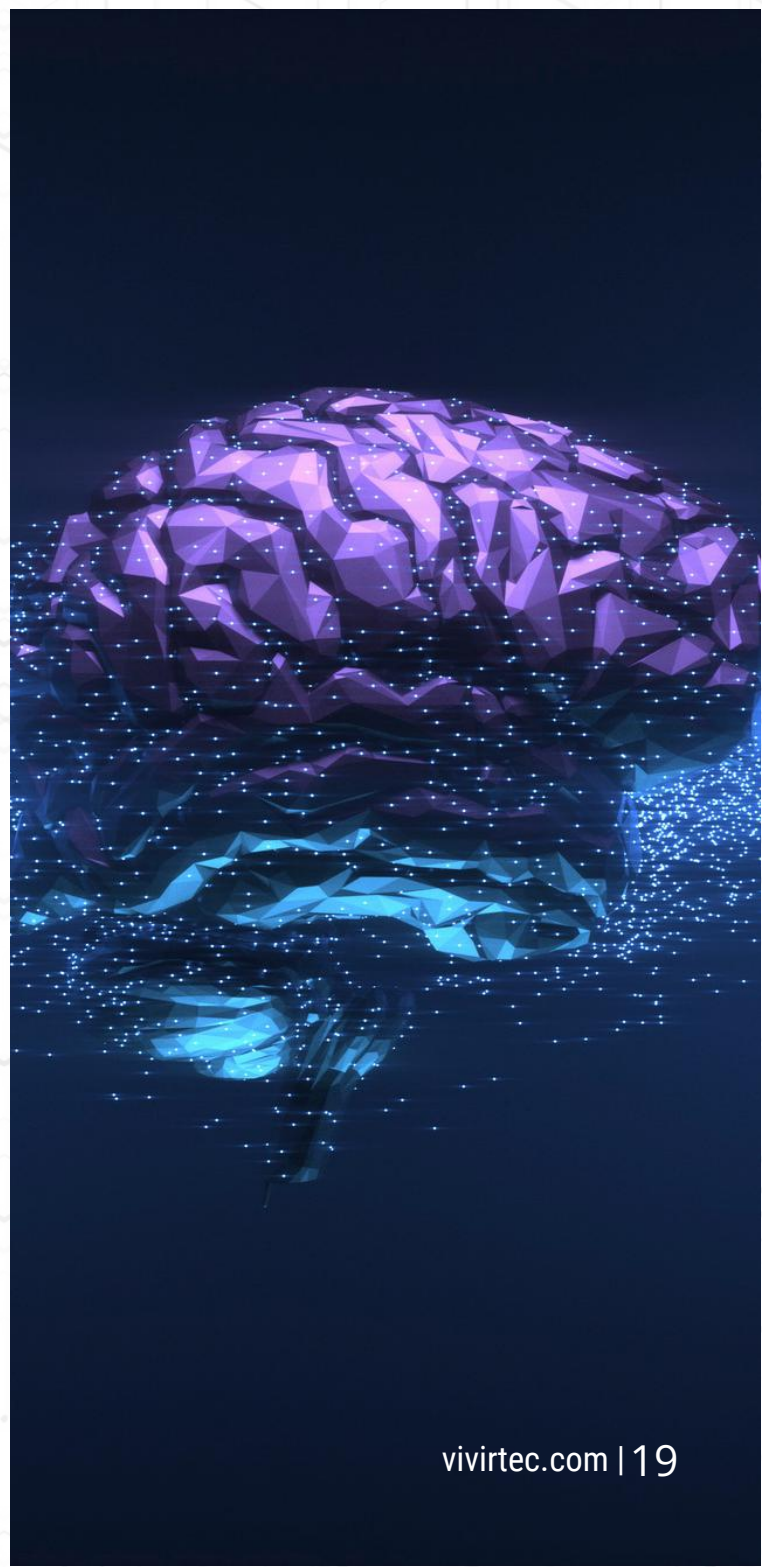
D'un autre côté, l'IA actuelle, qui s'est ouverte au monde du langage, présente certains dangers. Au début, il visait uniquement un modèle plus statistique et mathématique, destiné à différencier les images, mais il peut désormais donner des interprétations.

Pour le psychanalyste, « l'incorporation du langage amène la possibilité d'obtenir des informations erronées, puisque chaque équipe de programmation définit de manière différente ce qu'elle considère comme chaque chose ».

De même, lorsque nous lui demandons des informations sur des événements survenus après sa programmation, l'IA a tendance à mentir et à

donner de fausses réponses. "Cela met en évidence l'énorme responsabilité de l'utilisateur, qui ne doit pas se laisser emporter par tout ce qu'il reçoit de cette technologie", conclut-il.

L'avenir de l'IA est encore incertain, mais à mesure qu'elle évolue, son intégration minutieuse et réfléchie devient cruciale pour exploiter ses avantages tout en atténuant les risques potentiels.





# INDUSTRIE ALIMENTAIRE : L'ÉTIQUETAGE DES ALIMENTS AMÉLIORE LA RÉPUTATION DE L'ENTREPRISE

Au-delà de la conformité réglementaire, l'étiquetage des produits alimentaires génère un impact positif sur la marque auprès des consommateurs.

**P**

our les utilisateurs, l'étiquetage des aliments leur permet de connaître des informations précises sur les ingrédients, la qualité

et la valeur nutritionnelle de ce qu'ils consomment. Il est aujourd'hui essentiel que chaque produit dispose de ces données, mais au-delà de la conformité réglementaire, c'est un atout stratégique qui peut dynamiser une marque et attirer de nouveaux consommateurs.

Selon une étude réalisée par la base de données ATLAS, sur les préférences des consommateurs en 2023, les gens sont de plus en plus attirés par des informations claires lors de leurs achats.

43 % des consommateurs mondiaux vérifient l'étiquette des ingrédients avant d'acheter un produit, et 78 % seraient prêts à payer plus pour des produits déclarés d'origine naturelle.

Une étiquette transparente et claire démontre non seulement l'engagement de la marque envers la santé et le bien-être, mais elle peut également différencier le produit sur un marché saturé en mettant en évidence des attributs positifs tels que des pratiques durables et des ingrédients de qualité.

**« Avant, l'étiquetage des aliments n'était qu'une simple conformité légale ; aujourd'hui, production et commercialisation sont extrêmement liées. « Les entreprises ont réalisé que cela pouvait être utilisé pour générer un impact positif de leur marque sur les consommateurs. »**

Carolina Garduño, responsable du développement commercial pour BSI



Les entreprises qui communiquent efficacement leurs valeurs, leurs engagements éthiques et la qualité de leurs produits à travers leurs étiquettes peuvent établir un lien émotionnel avec les consommateurs. Cette connexion renforce non seulement la fidélité des clients existants, mais attire de nouveaux acheteurs à la recherche de produits correspondant à leurs préférences.



Cependant, l'un des plus grands défis pour les entreprises consiste souvent à aligner tous les fournisseurs et principaux intrants. C'est-à-dire s'assurer qu'ils sont des fournisseurs sains, en évitant des problèmes tels que le bioterrorisme ou les allergènes de contamination croisée, explique Garduño.

Le bioterrorisme constitue une menace sérieuse car il implique la manipulation malveillante d'agents biologiques tels que des bactéries, des virus ou des toxines. En parallèle, une contamination croisée se produit lorsque des allergènes sont transférés par inadvertance à d'autres produits, ce qui représente un risque important dans la chaîne alimentaire.

À cette fin, l'industrie alimentaire mondiale évolue dans un contexte caractérisé par l'évolution ou la mise à jour constante des politiques, normes et réglementations, principalement axées sur la garantie de la sécurité alimentaire. Ces modifications répondent au besoin ambiant de s'adapter rapidement à un environnement en constante évolution marqué par la technologie.

« Les outils technologiques ont permis aux consommateurs d’être mieux informés, car ils peuvent facilement accéder à des informations détaillées. "On ne peut plus dire qu'on ne sait pas ce qu'on consomme" »

Ce changement de perception a amené les marques à reconnaître qu'un étiquetage bien conçu devient un outil marketing puissant, renforçant la réputation d'une entreprise et l'aidant à élargir sa base de consommateurs.



## DES INFORMATIONS SUR LES EMBALLAGES LES PLUS ET LES MOINS IMPORTANTS QUI INFLUENCENT LES ACHATS D'ALIMENTS ET DE BOISSONS

### TOP 5 - LE PLUS IMPORTANT

Marque	17%
Liste des ingrédients	15%
Déclarations d'ingrédients	14%
Informations nutritionnelles	14%
Déclarations sanitaires	14%

Nutrition Facts	
Serving Size oz. Serving Per Container	
Amount Per Serving:	
Calories	Calories From Fat
	% Daily value*
Total Fat	%
Saturated Fat	%
Trans Fat	%
Cholesterol	%
Sodium	%
Total Carbohydrate	%
Dietary Fiber	%
Sugars	%
Protein	

\*Percent Daily values are based on a 2000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs.

### BOTTOM 5 - LE MOINS IMPORTANT

Certifications tierces	7%
Pays ou région d'origine	7%
Déclarations de durabilité	6%
Approvisionnement éthique en ingrédients	4%
Déclarations sur le bien-être animal	3%

Source : ATLAS 2023, propriété d'Ingredion.



Nucleo**Rural**

L'actualité de  
l'agroalimentaire

[nucleorural.com](http://nucleorural.com)

---

# MACROTENDANCES ET ATTENTES SECTORIELLES 2024

Les investisseurs considèrent les secteurs de la santé, de l'agroalimentaire et de l'éducation comme des opportunités pour l'année à venir.





---

**« Les faibles attentes de croissance ne sont pas une conséquence de la pandémie, mais reflètent plutôt des problèmes structurels. Même si le marché du travail reste tendu, il a montré des signes de développement, principalement grâce à la technologie numérique, qui a favorisé de nouveaux modèles de prestation de services dans les domaines de la santé, de l’agroalimentaire et de l’éducation, entre autres secteurs.**

Verónica Zepeda, experte en économie et enseignante à l'École bancaire et commerciale du Mexique

---



**V**

ers 2024, la Commission économique pour l’Amérique latine et les Caraïbes (CEPALC) a annoncé que, affectée par les perspectives économiques

En raison d’une situation mondiale négative et d’une région régionale très complexe, l’économie latino-américaine restera confrontée à une faible croissance.

Outre l’éventuelle récession, un niveau d’endettement plus élevé, la crise énergétique et les effets négatifs du changement climatique sont quelques-uns des défis à relever. Toutefois, la reprise progressive de l’économie chinoise bénéficiera aux pays émergents de la région : le Brésil et le Mexique, qui tireront la croissance mondiale en 2024.

Face à ces effets mondiaux et aux besoins locaux, les investisseurs envisagent les macrotendances qui mettent en avant certains secteurs au-dessus d'autres, comme des opportunités pour l'année à venir. Les 8 principaux sont :

## 1. Technologies de l'information (TI)

Avec la transformation et l'émergence de l'intelligence artificielle (IA), cette industrie continuera d'être un moteur économique pour la région. Selon les prévisions d'IDC, d'ici 2024, 50 % des budgets informatiques des 5 000 plus grandes entreprises d'Amérique latine rapporteront deux fois plus grâce aux investissements technologiques qui augmentent les activités des employés/clients, par rapport à ceux qui automatisent les processus individuels.



## 2. Santé et biotechnologie

On estime que l'année prochaine, les investissements dans la recherche et le développement dans le domaine des sciences de la vie augmenteront. Les progrès des thérapies géniques et cellulaires et de la médecine personnalisée offriront de nouveaux traitements contre les maladies. À son tour, l'intégration de l'informatique dans le secteur de la santé optimisera les solutions de télémédecine et de santé numérique.

## 3. Commerce électronique

Poussé par l'expansion de la connectivité Internet et la confiance croissante des consommateurs dans les transactions en ligne, le commerce en ligne dans la région devrait continuer à connaître une croissance régulière. Selon Statista, dans les années à venir, ce secteur pourrait croître jusqu'à 84%, affichant l'un des meilleurs taux au monde.

## 4. Industrie alimentaire et agroalimentaire

Selon les experts, les entreprises proposant des alternatives alimentaires saines ou innovantes seront les préférées des investisseurs. De cette manière, l'accent sera mis sur les pratiques agricoles durables, les chaînes d'approvisionnement responsables et les technologies agricoles intelligentes, augmentant ainsi la demande d'aliments alternatifs, tels que ceux à base de plantes, qui offrent des bienfaits pour la santé.

## 5. Énergies vertes et durabilité

Avec pour objectif de réduire les émissions de 40 % et de limiter le réchauffement climatique à 1,5 °C d'ici 2030, ces solutions appliquées à différentes industries entraînent un changement dans les habitudes de production et de consommation en Amérique Latine. Selon les analystes, d'ici 2025, les organisations de la région disposeront d'équipes de développement durable numérique, chargées d'évaluer l'utilisation des données de développement durable des entreprises.



## 6. Fintech et services financiers numériques

Mettre l'accent sur l'inclusion financière, les portefeuilles électroniques, les cartes sans contact et les solutions de paiement en ligne permettra la croissance continue de ce secteur. De plus, grâce à l'intégration de l'IA, la prolifération des cryptomonnaies, des solutions blockchain, ainsi que des néobanques sans succursales physiques, va continuer d'évoluer.



## 7. Mobilité durable

Avec l'adoption croissante des véhicules électriques et des technologies environnementales, ce domaine se concentrera sur le développement et les tests de conduite autonome, de services de mobilité partagés, ainsi que d'infrastructures de recharge plus avancées. Tout cela, grâce à des solutions d'intelligence artificielle pour améliorer la sécurité, la personnalisation et l'efficacité opérationnelle.

## 8. Enseignement à distance

Afin d'encourager les étudiants à développer les compétences nécessaires pour s'adapter au marché du travail, les établissements d'enseignement verront une augmentation de l'éducation en ligne. Les plateformes d'IA, de réalité virtuelle et augmentée seront chargées d'améliorer l'apprentissage dans les environnements virtuels, permettant ainsi une collaboration mondiale entre les étudiants.

Selon Zepeda, en 2024, les économies avancées verront leur croissance chuter, principalement en raison du ralentissement aux États-Unis, tandis qu'avec ces industries comme déclencheur, les pays émergents amélioreront leurs performances économiques.

Alors que les technologies émergentes offrent à l'Amérique latine de nouvelles opportunités d'innover dans ces secteurs, améliorant considérablement la productivité et la croissance des taux d'emploi ; Ils posent également de nouveaux défis aux investisseurs, qui doivent comprendre les défis et les opportunités de chaque secteur avant d'en envisager un dans leur stratégie commerciale.



### Chiffres à considérer pour 2024 :

- Le volume du commerce mondial de biens et services prévoit une croissance de 3,5% (FMI).
- Dans la plupart des pays d'Amérique latine et des Caraïbes, les anticipations d'inflation restent maîtrisées et les objectifs des banques centrales (Banque mondiale) devraient être atteints.
- Les entreprises numériques permettront des expériences client empathiques et des modèles opérationnels résilients en réorientant 70 % de toutes les dépenses vers la technologie et les services (IDC).

# STUDIO 56

Films

REALIZACIÓN AUDIOVISUAL - POST PRODUCCIÓN - DIRECCIÓN - IMÁGEN INSTITUCIONAL - COMUNICACIÓN INTERNA

[sergioalejandro@msn.com](mailto:sergioalejandro@msn.com)  
[www.vimeo.com/studio56films](http://www.vimeo.com/studio56films)

# INFRACOMMERCE



**LE PÉROU ET LE MEXIQUE  
CONNAISSENT UNE  
CROISSANCE DE PLUS DE  
30 % EN  
COMMERCE  
ÉLECTRONIQUE**

Le co-PDG  
d'Infracommerce  
pour Latam nous  
donne un large  
aperçu des tendances  
du e-commerce pour  
2024.



Concernant le Pérou, le commerce en ligne connaîtra une croissance annuelle composée (TCAC) de 35% pour atteindre un volume total de 63,1 milliards de dollars, selon les données de la société Payments and Commerce Market Intelligence (PCMI).

**« Le nombre de consommateurs au Pérou a triplé au cours des cinq dernières années, passant de 6 millions à plus de 20 millions d'acheteurs en ligne. Cela a permis la croissance du commerce électronique dans la région. Avec le Mexique, ce sont les deux pays qui connaissent la plus forte croissance, à des taux supérieurs à 30 % »**

Mario Miranda, co-PDG  
d'Infracommerce pour Latam

**P**oussé par l'accessibilité d'Internet et une confiance accrue dans les transactions en ligne, le commerce électronique a connu une croissance exponentielle en Amérique

Latine, générant un impact significatif sur l'économie régionale.

Selon Americas Market Intelligence (AMI), entre 2023 et 2026, la croissance annuelle du commerce électronique devrait être la suivante : Brésil (17 %), Mexique (33 %), Colombie (27 %), Argentine (22 %), le Chili (18 %) et le Pérou (35 %).

Ces chiffres indiquent une excellente opportunité pour les entreprises de commencer à répondre aux besoins spécifiques des consommateurs et de s'adapter aux nouvelles tendances du marché, que nous passons en revue dans les paragraphes suivants.

La personnalisation du commerce électronique est la principale tendance pour 2024. En analysant les données comportementales, l'historique des achats et les préférences, les entreprises peuvent créer des profils détaillés de chacun.

utilisateur, ce qui permet d'anticiper plus facilement ses besoins et de proposer des produits pertinents.

**« La personnalisation va de la manière dont les utilisateurs naviguent sur le site Web jusqu'aux recommandations de produits, offres et e-mails qu'ils reçoivent. Cette tendance augmente le taux de conversion jusqu'à 30 %, ce qui signifie vendre 30 % de plus. »**

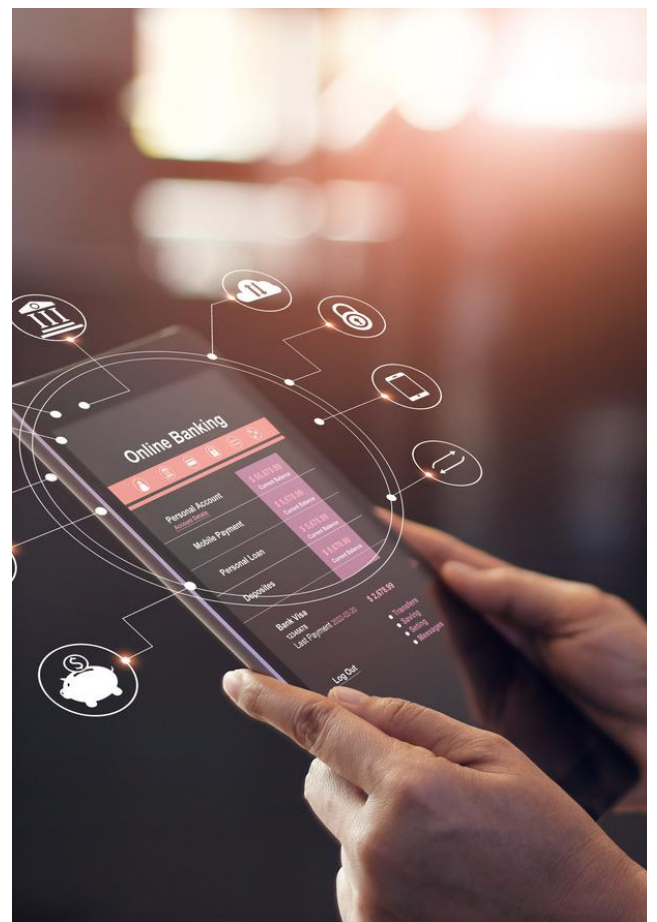
Une autre tendance qui se renforce est le commerce unifié, qui fait référence à l'intégration de différents canaux de vente et points de contact client sur une seule plateforme. Cette approche vise à offrir une expérience d'achat cohérente et fluide, que les consommateurs interagissent avec une marque via des magasins physiques, des sites Web, des applications mobiles ou des réseaux sociaux.

Pour le PDG, le consommateur a besoin de se fidéliser à la marque et non pas tant à un canal spécifique. « Par exemple, si j'ai une mauvaise expérience avec un achat en ligne, je ne souhaiterai peut-être pas non plus acheter dans le magasin physique de la marque. « Le commerce unifié permet de servir les clients de la même manière sur différents canaux. »

De même, un nouveau comportement qui gagne progressivement en popularité, notamment auprès des millennials et de la génération Z, est le « Achetez maintenant, payez plus tard », traduit par « Achetez maintenant, payez plus tard ». Ce modèle permet aux clients d'acheter des produits ou des services immédiatement et de reporter le paiement échelonné, éliminant ainsi les intérêts et l'ensemble de la transaction impliquée dans le paiement par carte de crédit.

Comme le mentionne Miranda, dans le cas du Mexique, où les gens ne disposent pas d'un bon niveau de services bancaires ou d'un bon accès aux portefeuilles numériques pour pouvoir acheter en ligne, cette tendance marquera un avant et un après dans le commerce virtuel.

Il est impossible de passer inaperçu : l'intelligence artificielle (IA). Dans ce domaine, les chatbots ne se contenteront plus d'émettre une réponse, mais ils comprendront le contexte de la conversation, étant capables de dialoguer presque comme une vraie personne avec les consommateurs. "Grâce à cela, plus de 50 % de l'attention sera accordée automatiquement, ce qui se traduira par un client plus satisfait et servi 24h/24 et 7j/7", assure-t-il.





Enfin, les places de marché, comme Mercado Libre et Amazon, très présentes en Amérique latine, constituent une tendance qui offre aux vendeurs une visibilité importante, leur permettant d'atteindre un public mondial sans les barrières géographiques qui pourraient exister dans un magasin physique.

**« De nombreuses marques souhaitent disposer de fenêtres de vente supplémentaires. Autrement dit, dans le monde numérique, je peux avoir ma propre boutique et également vendre sur les marchés ; En fin de compte, cela développera une grande économie et sera bénéfique pour les deux parties. « Cela permet également de diluer les investissements dans le numérique en réalisant davantage de ventes. »**

A l'approche des fêtes de fin d'année, période d'événements massifs comme les CyberDays, Cyber Wow et Black Friday, il est nécessaire de revoir attentivement ces tendances. Ceux qui sont prêts à s'adapter et à évoluer ne le font pas

Non seulement ils garderont une longueur d'avance, mais ils seront également mieux placés pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs et tirer parti des opportunités émergentes.



## Renseignements sur le marché des Amériques :

- Le volume des principaux marchés de la région augmentera de 22 % entre 2023 et 2026.
- En 2023, les cartes de crédit ont été utilisées dans 48 % des achats en ligne.
- Le commerce mobile est en tête avec 71 %, mené par la tokenisation, les cartes électroniques et les paiements instantanés.

"En moins de trois ans, des pas de géant ont été franchis, des progrès ont été réalisés dans les domaines bancaire, des moyens de paiement et de la pénétration d'Internet, mais il reste encore beaucoup à faire"



**MARIO**  
**MIRANDA**

# PUBLICITÉ

BLOG

**Lobe  
Mark**



**PUBLICITÉ  
& MARKETING**

[lobemark.com](http://lobemark.com)



# HUMANISATION : LE MANTRA D'UN MARKETING RÉUSSI

Une vision anthropologique dans une stratégie marketing peut faire la différence à l'ère numérique.

**M**

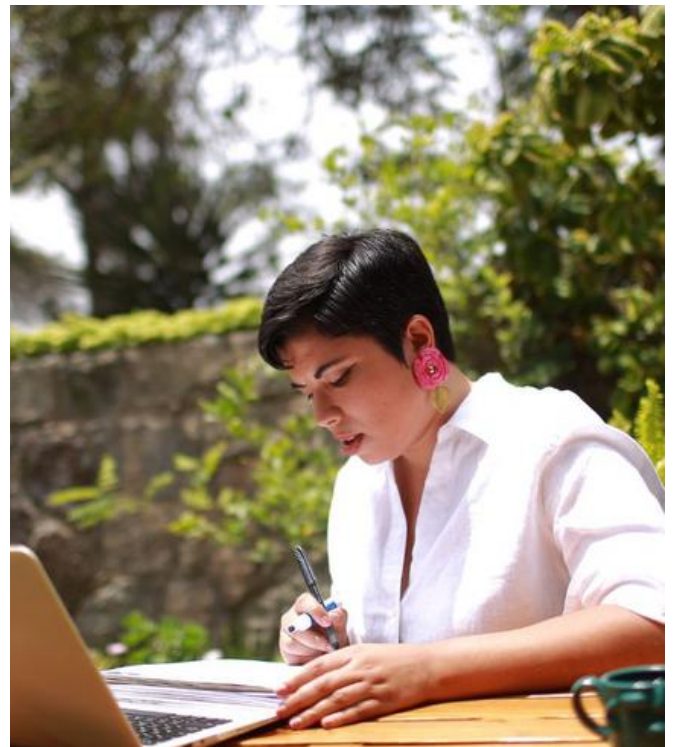
ême si la technologie a révolutionné notre façon de faire des affaires et de nous connecter, il reste crucial de se concentrer sur l'essence humaine pour construire

des relations solides et durables avec les clients.

Les innovations technologiques peuvent fournir des outils et des plateformes efficaces pour atteindre un public plus large, collecter des données précises et personnaliser les expériences. Cependant, il ne faut pas perdre de vue que derrière chaque achat et interaction, il y a un être humain avec des émotions, des valeurs et des besoins uniques.

Dans ce contexte, la compréhension du consommateur est devenue un élément clé du succès des entreprises. Deux disciplines jouent un rôle crucial dans cette compréhension : le marketing et l'anthropologie, chacune apportant des perspectives uniques qui, lorsqu'elles sont combinées, permettent une compréhension plus profonde et plus holistique du comportement du consommateur.

Le marketing, en tant que discipline axée sur les stratégies pour atteindre le client, repose sur la compréhension des besoins, des désirs et des motivations des consommateurs. Utilisez des techniques telles que la segmentation du marché et l'analyse des données pour identifier les modèles et les tendances.



Gabriela Sialer, PDG et fondatrice d'Adthropologist

Mais le marketing seul peut parfois tomber dans le piège de la simplification car il se concentre sur des données quantifiables et des mesures tangibles, laissant de côté la complexité des expériences subjectives et des émotions humaines.

C'est là que l'anthropologie joue un rôle crucial. En étudiant les cultures, les rituels et les comportements humains, l'anthropologie permet de comprendre en profondeur les motivations intrinsèques qui déterminent les décisions des consommateurs.

Grâce à l'observation participante et à l'immersion dans des environnements sociaux, les anthropologues peuvent capturer des nuances qui échappent aux mesures marketing traditionnelles.

### « Les anthropologues contribuent à la connaissance de la culture et des groupes qui composent la cible »

Gabriela Sialer, PDG et fondatrice d'Adthropologist, cabinet de conseil en recherche et stratégie de marque.

Cependant, à mesure que nous entrons dans l'ère numérique, l'intelligence artificielle (IA) est devenue un outil puissant pour analyser de grands ensembles de données et prédire des modèles. Même si l'IA peut fournir des informations précieuses, elle a ses limites.

L'IA n'a pas la capacité de comprendre pleinement les complexités émotionnelles et subjectives des consommateurs. L'empathie, l'interprétation des nuances culturelles et la compréhension de contextes spécifiques dépassent souvent les capacités actuelles de cette technologie.

**« L'intelligence artificielle reproduit des informations sur les êtres humains, mais avec un biais très évident, qui inclut des caractéristiques telles que la race, l'origine ethnique, le sexe, l'orientation sexuelle, entre autres. "L'IA actuelle a une vision très stéréotypée des gens" »**

Bien que la technologie soit un outil puissant dans le marketing moderne, l'importance de mettre en valeur le côté humain ne doit jamais être sous-estimée. L'authenticité et le lien émotionnel sont les fondements sur lesquels se construisent des relations solides et durables avec les clients.

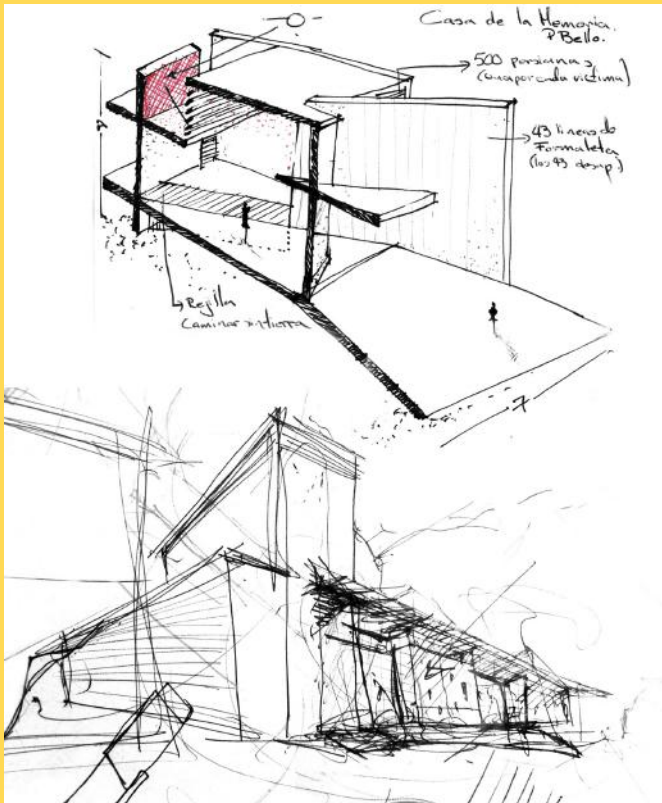


# L'ARCHITECTURE PARTICIPATIVE CHANGE LA VIE DES GENS



Maison de la mémoire de Pueblo Bello, projet en collaboration avec l'architecte Angélica Gaviria et les conseils de l'artiste Juan Caicedo.

Lorsque l'architecture implique la communauté dans la création de ses espaces, une expression authentique de l'identité et de l'appartenance locales émerge.



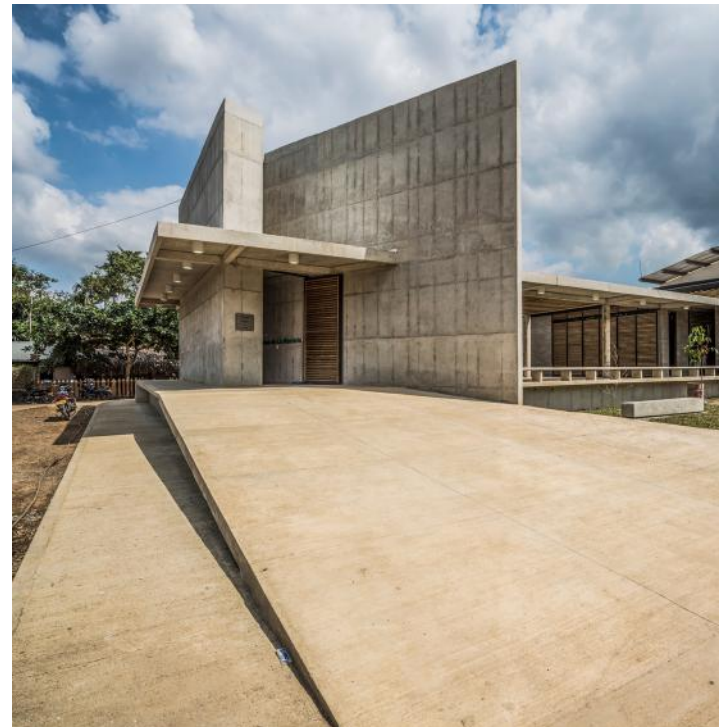
Maison de la mémoire, croquis

Au-delà des manifestations esthétiques, l'architecture est un phénomène culturel qui répond aux besoins, croyances et valeurs de la société. Des temples anciens aux gratte-ciel modernes, ils ont toujours constitué un lien tangible avec l'identité d'une communauté.

Cette discipline est inhérente à l'être humain. Déjà au Néolithique, la nécessité d'un habitat et le changement de l'homme préhistorique vers un mode de vie sédentaire ont conduit à la formation de structures qui non seulement fournissaient un abri, mais étaient également adaptées à différentes fonctions.

Les civilisations anciennes comme celles de Mésopotamie, d'Égypte et de Chine ont laissé derrière elles de multiples œuvres architecturales. Cette discipline a évolué au gré de la tradition, de la technologie et des croyances, posant ainsi les bases de la diversité qui caractérise l'humanité à travers l'histoire.

Aujourd'hui, il englobe différents domaines tels que la durabilité et l'innovation, avec des approches allant du souci de l'environnement à la conception paramétrique, reflétant ainsi la prise de conscience croissante de l'interconnexion entre l'environnement bâti et le monde qui l'entoure. Il en résulte des aspects aussi vastes que l'architecture bioclimatique, durable, vernaculaire ou domestique.

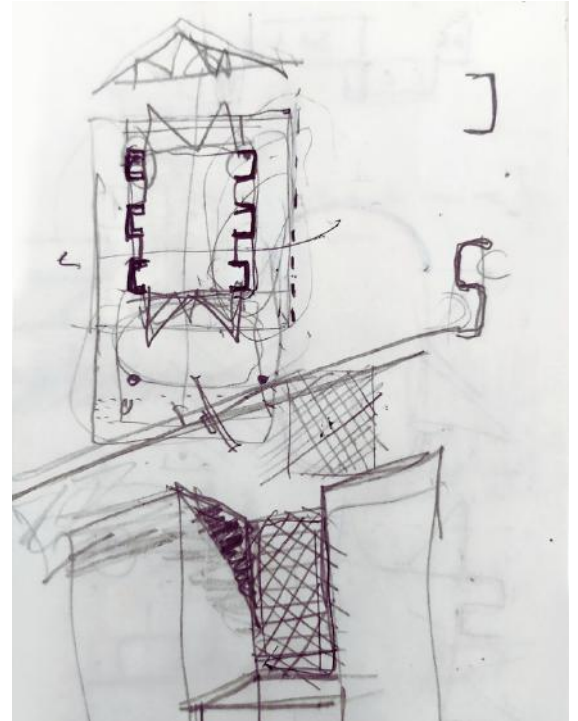


Maison de la mémoire | Photographie : Alejandro Arango

# ARCHITECTURE PARTICIPATIVE

Cette architecture apparaît comme une réponse innovante aux demandes changeantes de la société, redéfinissant le processus de conception et de construction en impliquant activement la communauté dans le développement de ses propres espaces. L'approche collaborative cherche à responsabiliser les groupes, en intégrant leurs perspectives et leurs expériences dans la conception architecturale.

À travers des ateliers, des réunions et des consultations, ils cherchent à comprendre les besoins spécifiques de la communauté, en intégrant des éléments culturels, sociaux et même durables, fondamentaux pour l'identité locale. Le résultat est la création de



Montes de María, croquis

des lieux qui répondent plus précisément aux demandes des habitants et qui renforcent également les liens communautaires en favorisant le sentiment d'appropriation et d'appartenance.

Dans les régions les plus rurales, l'impact de la participation active à la construction de leurs espaces est profond et transformateur. Donner la parole à ceux qui habitent et utilisent les bâtiments peut être un catalyseur du développement et de la revitalisation des communautés marginalisées.



Classe environnementale de Montes de María



# TRANSFORMER LES COMMUNAUTÉS



Vigía del fort : Projet en collaboration avec les architectes Mauricio Valencia et Diana Herrera.

Reconnaître la pertinence des savoirs locaux, du contexte et des demandes des habitants, permet aux populations de s'approprier leur environnement bâti. C'est le cas de Taller Síntesis, un bureau fondé en 2008 en Colombie, qui cherche à comprendre l'identité culturelle à travers son travail.

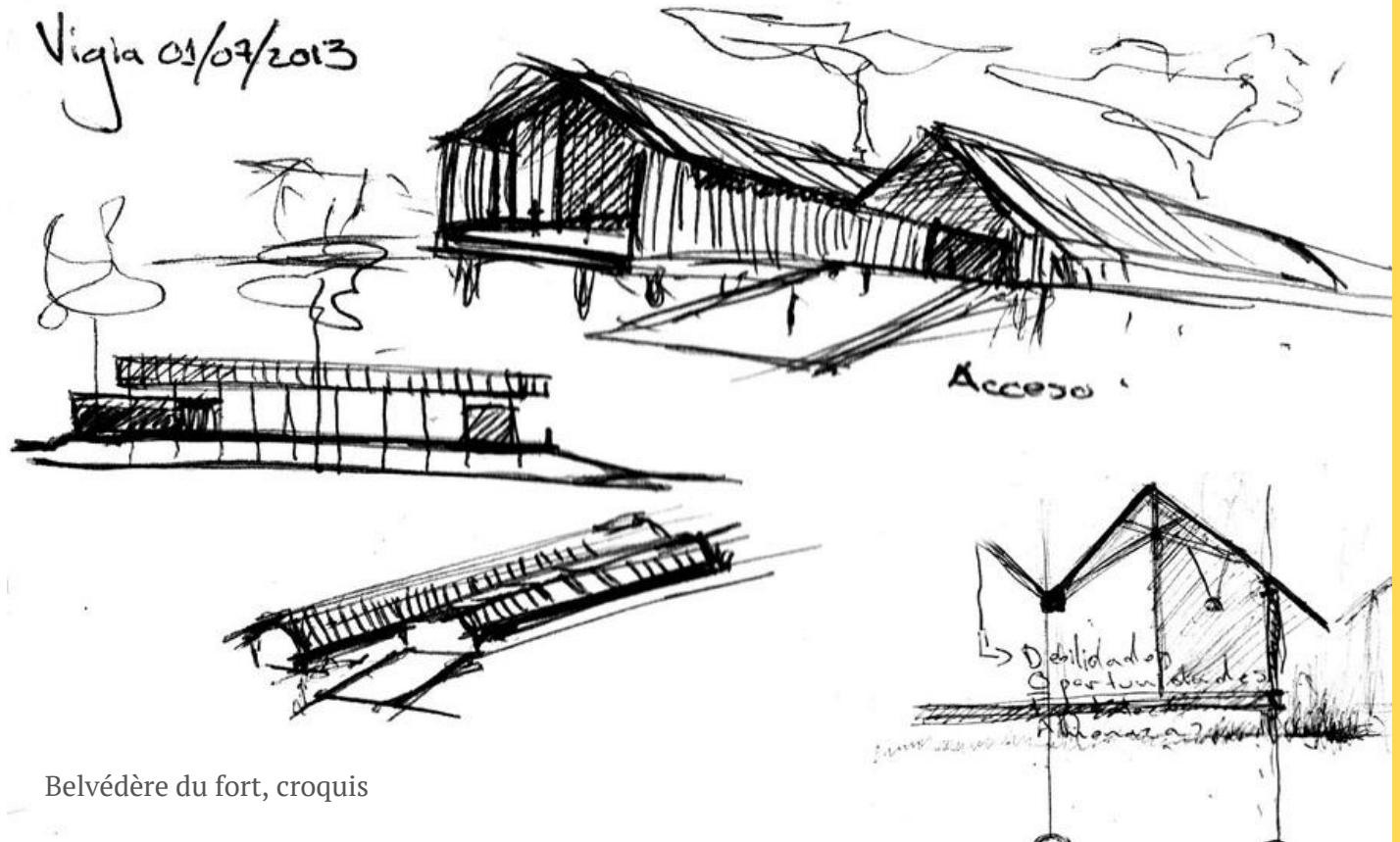
**« Dans chaque projet, nous discutons avec les gens pour comprendre comment ils vivent. Ensuite, nous formons et impliquons activement les gens de la communauté dans l'aménagement de leurs espaces »**

Architecte Farhid Maya, partenaire de Taller Síntesis

La participation des personnes au développement de leur environnement crée des ponts sociaux et émotionnels, jouant un rôle crucial dans la création de communautés résilientes. **« Amener l'architecture dans les zones vulnérables donne aux résidents l'espoir qu'il est possible de construire ensemble un avenir meilleur »**, souligne Maya.



Architecte David Cuartas et architecte Farhid Maya



Belvédère du fort, croquis

Taller Síntesis, grâce à une collaboration public-privé, a réussi à réaliser différents projets visant à mettre en valeur et à récupérer l'identité culturelle et à améliorer la qualité de vie dans les régions ségréguées de Colombie telles que Montes de María, Caquetá et Vigía del Fuerte. « L'architecture doit être là où elle est nécessaire », souligne-t-il.

De même, dans ce panorama, se distingue le Laboratoire d'Architecture de Base Mx (LABMx), une équipe multidisciplinaire visant à résoudre les besoins en matière de logement, d'énergie, de gestion des déchets et d'éducation environnementale, en particulier dans les zones vulnérables.

**« Notre vision a toujours été de collaborer pour atténuer le changement climatique grâce à des techniques de construction à moindre impact environnemental, rendre l'architecture accessible à tous et répondre aux besoins du contexte »**

Juan Manuel Casillas, directeur du LABMx

Depuis sa création en 1999, cette entreprise a développé de multiples projets dans les zones rurales du Mexique, dans des États comme Oaxaca, Morelos et Querétaro. Toujours à la recherche de la participation communautaire pour comprendre le lieu et les demandes sociales.

**« Impliquer activement les gens dans la construction de leur environnement permet d'enrichir le projet, puisqu'il y a un échange de connaissances. « Ils ont une connaissance approfondie des processus naturels qui affectent le lieu »**

A travers des ateliers, la participation et la mise en œuvre de technologies adaptées à chaque région, LABMx cherche à renforcer les populations. Grâce à la fusion de techniques traditionnelles et innovantes, ce bureau intervient sur des projets à fort impact social et environnemental.

Ainsi, l'architecture participative influence l'imaginaire collectif des communautés, mettant en valeur l'expression de ce qui est le plus essentiel : les gens et leur culture. «L'architecture est un outil de changement qui peut transformer la vie des gens », conclut Casillas.



Parc éducatif Vigía del Fort

# COUVERTS COMESTIBLES, UNE OPTION CONTRE LA POLLUTION PLASTIQUE

Les couverts comestibles constituent une voie prometteuse pour relever globalement les défis environnementaux en éliminant le besoin de gaspillage.



**L**

a pollution plastique est aujourd'hui l'un des plus gros problèmes environnementaux. Produits uniques

leur utilisation a envahi les océans, les rivières et les lacs, générant des conséquences dévastatrices pour la planète.

Selon l'Observatoire de la santé et de l'environnement, chaque année

8 millions de tonnes de plastique sont déversées dans les océans, notamment des bouteilles, des pailles, des sacs et des couverts. En outre, si des mesures énergiques ne sont pas prises, on prévoit que d'ici 2025, il y aura une tonne de plastique pour trois tonnes de poisson.

Bien que les grandes entreprises soient responsables de 60 % de ce problème, les innovations écologiques des entreprises apparaissent comme un outil puissant pour lutter contre la vague de pollution qui menace la santé environnementale.

Dans ce contexte est née Gloop, une startup espagnole qui a créé des couverts comestibles à base de farine de riz et de fibres végétales, dans le but d'aider le secteur HORECA (Hôtels, Restaurants et Cafés) à faire la transition vers des produits plus écologiques.

**« La farine de riz contribue non seulement à réduire l'impact environnemental, mais nous permet également de créer des couverts sans gluten et végétaliens »**

Marta Maneja, co-fondatrice de Gloop



Actuellement, les produits à usage unique représentent 85 % de la pollution marine qui affecte notre planète et on estime que leur production doublera dans les 20 prochaines années, selon les chiffres des Nations Unies (ONU).

Prendre des mesures décisives pour réutiliser et recycler les plastiques que nous utilisons réduirait ce type de pollution de 80 %. Mais l'un des plus grands obstacles est que la décision ne dépend pas uniquement du consommateur : des lois plus strictes sont nécessaires de la part des organismes gouvernementaux et des entreprises.

Par conséquent, l'introduction d'innovations écologiques allant au-delà du recyclage peut être un moyen prometteur de résoudre les problèmes environnementaux de manière globale. Fabriquer des articles tels que des couverts et des pailles à partir de matériaux comestibles minimise la production de déchets en proposant une forme de consommation qui élimine le besoin de les éliminer.

La création de ce type de produits réduit l'empreinte carbone des plastiques jetables et l'écotoxicité marine. De plus, lors de sa création, des sous-produits de l'industrie alimentaire, tels que les coques de cacao, sont utilisés pour promouvoir l'économie circulaire, selon Maneja.

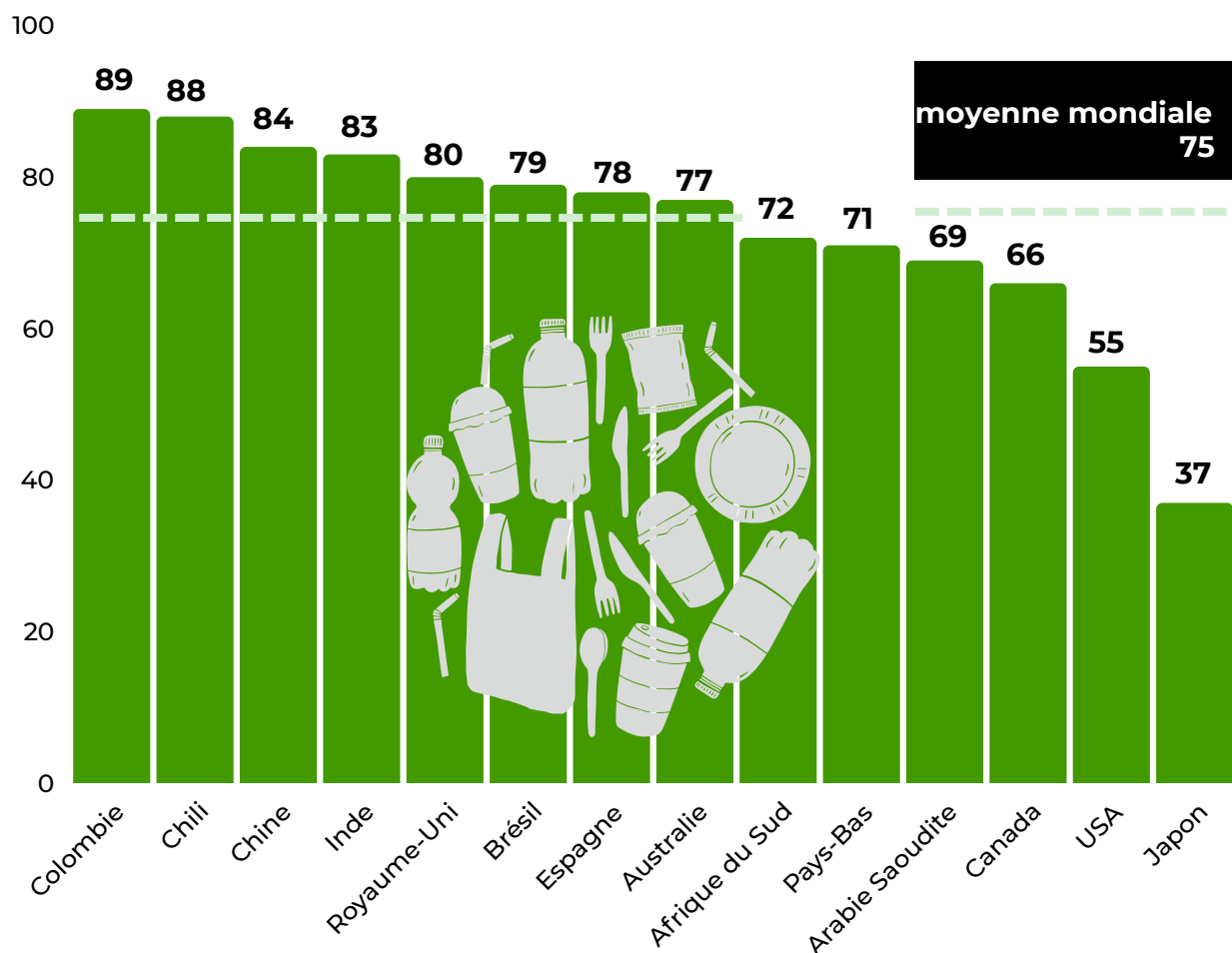


Pour parvenir à un changement significatif, il est impératif que la société travaille ensemble. L'adoption de pratiques durables par les entreprises ainsi que la sensibilisation et les choix éclairés des consommateurs jouent un rôle crucial dans ce processus.

En diversifiant les options disponibles et en encourageant l'innovation dans les produits respectueux de l'environnement, nous pouvons évoluer vers un modèle plus équilibré qui protège notre environnement et réduit efficacement notre empreinte écologique.

## QUI A DIT ADIEU AUX PLASTIQUES À USAGE UNIQUE ?

Répondants qui sont d'accord\* pour que les plastiques à usage unique soient interdits le plus tôt possible (en %)



\*Ils sont tout à fait d'accord/plutôt d'accord.

20 513 adultes interrogés en ligne dans 28 pays du 20 août au 3 septembre 2021. Pays sélectionnés.

Source : Ipsos

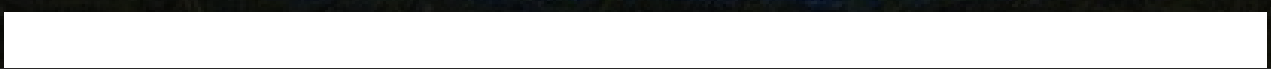
Source : Statista

**PLANETA**  
**EN VERDE**



# — ZEUS 5 —

LA DERNIÈRE TENDANCE  
EN MATIÈRE DE  
TRANSPORT  
INTERPROVINCIAL







“

**Nous sommes la première entreprise au Pérou à intégrer des caméras et non des miroirs traditionnels, ce qui non seulement améliore le niveau de sécurité du pilote, mais réduit également la résistance de l'air. ”**

José Gómez, directeur de la division bus Modasa

**L**a vision avant-gardiste de Modasa se reflète dans son lancement le plus récent, le Zeus 5, une ligne de bus à impériale conçue pour satisfaire

aux exigences actuelles du transport interprovincial.

Technologie et confort sont deux caractéristiques qui se remarquent dès que l'on pénètre à l'intérieur du bus. "Nous présentons une révolution dans les sièges avec un nouveau design et des mousses qui permettent un meilleur moulage avec un plus grand confort", déclare Daniel Rubio, directeur général de Modasa.

Le Zeus 5 dispose d'un éclairage 100 % LED et propose un nouveau rétroviseur numérique qui, grâce à des rétroviseurs avec caméras intérieures, offre au conducteur une meilleure vision.

Cette version, qui est la cinquième génération de l'un des modèles les plus populaires de Modasa, possède la certification R66.02, qui garantit un transport sûr en cas de renversement éventuel. À son tour, il dispose d'autres certifications de sécurité passive, notamment la stabilité et la résistance au feu des matériaux.



Pour Héctor García, directeur de l'entreprise, le Zeus 5 répond également aux exigences du marché international, puisqu'il est plus aérodynamique par rapport à sa version précédente.



Il convient de mentionner qu'au cours de ses 46 années d'expérience, l'entreprise de carrosserie a réussi à exporter ses autobus vers des pays d'Amérique latine comme le Chili, la Bolivie, l'Équateur, la Colombie et le Mexique.

Avec ce nouveau lancement, Modasa espère continuer à renforcer son positionnement tant sur les marchés internationaux que locaux. Fin 2023, une vente de 100 unités est prévue. Et pour l'année prochaine, il est prévu d'augmenter la production de cet autobus entre 20 et 30 %.

Avec une longueur de 14,4 mètres, le Zeus 5 représente une étape importante dans la recherche continue de solutions de transport efficaces pour le public, consolidant la position de Modasa comme référence dans le secteur. « L'innovation fait partie de notre ADN », telle est l'une de ses devises.

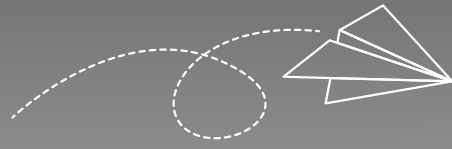
“En raison de sa conception et de son coût économique, ce bus présente une grande opportunité non seulement dans notre pays, mais aussi à l'étranger, en particulier sur les marchés où nous sommes présents. La qualité et le détail sont ses principaux attributs, ce que les entreprises de transport apprécient lors de l'achat d'unités.”

Héctor García, directeur de Modasa



Modasa, entreprise péruvienne leader dans la fabrication de carrosseries, présente sa nouvelle création axée sur la technologie, la sécurité et le confort.





Top métropole à faire

**tourisme d'affaires**

---

à

**FIN DE L'ANNÉE**





01



**New York, États-Unis**

Planifiez des réunions à Manhattan et profitez de l'atmosphère de Noël de la Cinquième Avenue.



04



**Barcelone, Espagne**

Organisez-y des événements professionnels et profitez des décorations de Noël sur Las Ramblas et de la Foire de Santa Lucía.

03



**Vienne, Autriche**

Organisez des réunions d'affaires dans la ville qui se transforme en conte de fées avec ses marchés de Noël et ses concerts festifs.

02



**Londres, Royaume-Uni**

Le Londres énigmatique et les décors surprenants d'Oxford Street vous attendent.

05



**Québec, Canada**

Profitez de l'architecture européenne dans le Vieux-Québec, tout en participant aux réunions d'affaires lors du Festival d'hiver.



# NOËL DURABLE : TENDANCES DÉCO POUR ENTREPRISES

Découvrez comment faire de votre décoration de Noël un espace plus respectueux de l'environnement.



**L**

a période de Noël non seulement ravive l'esprit de fête dans les foyers, mais transforme également l'environnement de travail. C'est pourquoi, aujourd'hui,

la décoration de Noël dans les entreprises joue un rôle important dans la création d'un environnement positif et motivant pour les salariés.

**« Avant, la décoration de Noël dans les bureaux n'était pas prise au sérieux, mais désormais les entreprises se rendent compte que plus l'espace dans lequel se trouve le personnel est joli, mieux il se sent. L'intérêt est que les bureaux soient chaleureux, homogènes et beaux »**

Alessandra Borda, architecte d'intérieur et PDG d'Atelier



De même, la conscience environnementale étant devenue un pilier fondamental dans tous les aspects de la vie, les entreprises adoptent des pratiques plus durables même en termes de décoration.

Une option clé consiste à choisir des décorations fabriquées à partir de matériaux recyclables et biodégradables. Des guirlandes aux décorations, cette décision contribuera de manière significative à réduire l'empreinte environnementale associée aux fêtes.

Une autre chose à considérer est de choisir des arbres alternatifs, comme ceux fabriqués à partir de matériaux recyclés ou même des arbres vivants. « Il est à la mode d'utiliser de la végétation naturelle, c'est-à-dire qu'au lieu d'acheter un arbre en plastique, vous pouvez planter des pins et les remplir de lumières. Ce qui est bien, c'est qu'après Noël, le pin fait toujours partie du paysage de l'espace et le vert est beau toute l'année », recommande-t-il.



Encourager l'utilisation d'emballages ou de tissus réutilisables pour les cadeaux d'entreprise est un moyen efficace d'encourager les pratiques durables auprès des employés. "On peut aussi réaliser des boîtes comme s'il s'agissait de paquets cadeaux à mettre sous le sapin, et celles-ci peuvent être enveloppées de cellophane ou de papier kraft", ajoute le spécialiste.

Lors de la conception d'éléments décoratifs, comme des centres de table, vous pouvez choisir d'utiliser des éléments naturels comme des pommes de pin, des branches et des fleurs séchées. Ces éléments ajoutent non seulement de la beauté à la décoration, mais contribuent également à la création d'ambiances festives respectueuses de l'environnement.





**« Il faut tirer le meilleur parti des couleurs d'une même marque. L'entreprise doit créer des moments Instagrammables afin que les employés et les clients qui visitent l'espace soient motivés à prendre des photos. »**

Ces tendances, en plus de refléter un engagement envers l'environnement, sont également un puissant outil marketing en mettant en avant les valeurs éthiques de l'entreprise et en marquant sa différence.

Pour l'expert en design, “ sur la table il peut y avoir des éléments, comme des bottes de Noël fabriquées avec des matériaux écologiques, avec le nom de l'employé ; car lorsque vous personnalisez les choses, les gens sentent et savent que vous pensez à eux.”

Enfin, l'image de marque de l'entreprise pendant les vacances peut également être alignée sur des pratiques durables. L'utilisation d'affiches et de pancartes avec le nom de la marque et les couleurs de son drapeau peuvent être imprimées sur du papier recyclé ou du carton écologique avec la décoration de Noël. Cette stratégie renforce bien entendu l'engagement de l'entreprise en faveur de la durabilité environnementale.





1



4

*idées pour*  
**surprendre**  
*vos* **collaborateurs**

2



**1 CADEAUX NUMÉRIQUES**

Offrez une carte-cadeau avec des options flexibles.

**2 CÉLÉBRATIONS VIRTUELLES**

Si votre équipe travaille à distance, organisez un événement virtuel.

3



**3 DÎNERS PARTAGÉS**

Chaque équipe propose un plat pour le dîner.

4



**4 INCITATIONS VIRTUELLES**

Bonus virtuels pour les achats dans divers magasins.

# 4 CLÉS POUR ADOPTER DE SAINES HABITUDES



## **Fixer des objectifs**

Ayez un objectif clair et précis.

## **Recherchez la motivation**

Utilisez des éléments externes qui vous aident à mémoriser l'objectif principal.

## **Surveiller les progrès**

Créez de petites routines et établissez des horaires.

## **Célébrez ce qui a été accompli**

Reconnaître vos réalisations vous aidera à rester motivé.

**SOURCE : BODYTECH PÉROU**

GROUPE ÉDITORIAL

# THEPUBLIC

**NOUS SOMMES LA  
BONNE PORTE  
POUR FAIRE LA  
PUBLICITÉ DE  
VOTRE PRODUIT**

Ventes  
+521 56 2774 1902  
[hola@grupothepublic.com](mailto:hola@grupothepublic.com)



GROUPE ÉDITORIAL

# THEPUBLIC

FA  
IT  
ES  
DE  
LA  
PU  
BL  
IC  
IT  
ÉA  
VE  
CN  
OS



Vivir  
tec

Lobe  
Mark



PLANETA  
EN VERDE

Cobertura **Noticiosa**

Club de Empresas

Ejecutivo **POWER**

**CON PODERES**

COMUNICACION Y +AS

Noticiero E

**NR** Nucleo **Rural**

**Con Styling.**

**MEGAMETROPOLI**

Equipe commerciale

+521 56 2774 1902

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