

Tout art s'adresse
plus qu'à l'esprit.

aux sens, d'abord,

Francis Carco, écrivain français

RUBRIQUE RÉALISÉE PAR BRICE
AUCKENTHALER, ASSOCIÉ
D'EXPERTS CONSULTING, CONSEIL
EN MANAGEMENT DE L'INNOVATION,
DE LA MARQUE ET DE LA PROSPECTIVE

Spécial merveilles insolites

Des merveilles "inouïes" qui vous démontreront que tout est possible lorsqu'il y a une vraie vision et une vraie volonté partagées. Ce mois-ci, la rubrique a été préparée avec Brigitte et Jean-Jacques Evrard, fondateurs des Pentawards.

Fermer les yeux pour voir

● Fruit de l'association entre le comité Louis Braille et la designer Audrey Dodo, le projet de packaging et d'étiquetage "Fermer les yeux pour voir" apporte une nouvelle dimension à nos linéaires où le marketing ne prend pas suffisamment en compte les besoins des malvoyants. En effet, ce projet amène un nouveau langage universel, alternatif au braille, qui répondrait aux besoins d'une population vieillissante et malvoyante et en augmentation constante. Graphiques et tactiles, des pictogrammes en relief sur les étiquettes représenteraient la nature des produits. Conserves, viandes et fruits et légumes illustrés par ces pictos permettraient à tous, enfants, étrangers, voyants, malvoyants et non-voyants ne connaissant pas le braille, de reconnaître plus aisément ces produits en grande distribution.

Pensez à... concevoir des initiatives simples à comprendre et à maîtriser. Vous ferez gagner du temps à tout le monde.

Le temple du recyclage

● C'est en 1984 que les moines bouddhistes du Wat Pa Maha Chedi Kaew, situé à 600 km au nord-est de Bangkok, ont commencé leur collecte de bouteilles de bière vides. Des vertes (Heineken) et des brunes (Chang, la marque locale) se sont entassées par centaines. Lorsque, soudain, une illumination : « Et si l'on se servait de ces bouteilles comme matériaux de construction ? », s'est écrié un des moines. Séduits par ce projet, les habitants du coin se sont, eux aussi, mis à la collecte. Depuis, une vingtaine de bâtiments ont vu le jour : des salles de prières, des dortoirs, des toilettes, un crématorium et, bien sûr, un superbe temple baptisé Wat Lan Kuad, "le temple aux millions de bouteilles". Une base en béton fortifie les structures liées entre elles par du ciment. L'effet est saisissant quand la lumière du soleil, si belle en ces contrées, fait chanter le verre. Les moines ne sont pas peu fiers de leur exploit, car en plus des économies faites sur le matériau de base très solide, les bâtiments sont faciles à entretenir et à nettoyer. Qui plus est, cet ensemble architectural, hors du commun, commence à attirer les visiteurs friands d'écotourisme. Pour



parfaire le projet, les moines récupèrent des capsules de toutes marques pour en faire des mosaïques à l'effigie du bouddha... Après avoir servi de récipient, la bouteille devient temple ! Pour une religion qui croit en la réincarnation, voilà une belle façon symbolique de la représenter.

Pensez à... construire, en Irlande, un stade de rugby avec des bouteilles de Guinness, une piscine olympique, à Paris, en bombonne d'Évian ou de Volvic, une église, à Lisbonne, en bouteilles de porto Sandeman, ou bien un hôtel Absolut, à Stockholm...



Quand le banal devient luxe

● Une boucherie aux allures zen, où tout est dépouillé, aseptisé, épuré, maîtrisé... C'est au Japon que cela se passe. De belles armoires frigo aux lumières LED aménagent l'espace. Des pièces de viande présentées comme des œuvres d'art, donnent à la chair un aspect pur et noble. Le boucher, armé de lames de samouraï, exécute une découpe

impeccable de cette viande de très grande qualité. Une longue feuille séchée de plante exotique aux vertus antibactériennes sert d'emballage. À Midtown, quartier commercial le plus select de Tokyo, se trouve Sun Fruits. À première vue, on dirait un fleuriste. Des vitrines frigo suréclairées dans lesquelles des montages très colorés attirent le regard. Un comptoir garni de dérouleurs de rubans multicolores. Beaucoup d'espace pour circuler librement d'une vitrine à l'autre. Mais point de fleurs, seulement des fruits. Les plus beaux, avec une présentation raffinée, souvent de splendides boîtes en bois blond marquées de calligraphies élégantes à l'encre noire. Rehaussée du cachet rouge, signature

idéogramme du cultivateur. Des melons à la peau au dessin incroyable, dont le pédoncule a été élégamment torsadé des mains de maîtres en bonzaïs. Une mangue vaut 100 euros, un melon, accompagné d'un certificat d'origine, le double... Au vu de la crise économique, s'agit-il d'un commerce dépassé ou précurseur ?

Pensez à... consommer plus frugalement après des années d'abondance. En privilégiant la qualité, en dégustant les yeux fermés. En préférant le travail des artisans passionnés à celui des usines automatisées.



MeatWater : boisson 2.0

● MeatWater propose des boissons aux goûts variés : bœuf séché, cheese burger, bœuf Stroganov, poulet Teriyaki, dirty hot-dog, Fish'n Chips, goulasch hongrois, sauce italienne, canard pékinois, poulet Tandoori, Texas BBQ... Le concours est ouvert pour le prochain parfum : www.dinnerinabottle.com

Pensez à... imaginer des goûts, formes et initiatives aussi improbables. C'est en période de crise que le consommateur a besoin d'étonnement.

