

Ushuaïa

LA TERRE ET NOUS

HomeLook
voir chez soi autrementGardez toujours
un œil chez vous

ACCUEIL

INFO DE LA PLANETE

DECOUVERTE

CARNET DE VOYAGE

USHUAIA NATURE

MA MAISON ECOLO

PRATIQUE

Agenda

Posez vos questions

VIDEOS

PHOTOS

COVOITURAGE

FORUM

ACTU PAR THEMATIQUE

ENVIRONNEMENT

NATURE

CONSO

BIEN-ETRE

ECO/SOCIAL

TECHNOLOGIE

ENERGIES

TRANSPORTS

HABITAT

SANTE

SERVICES

AGENDA

QUESTIONS/REPONSES

METEO

COVOITURAGE

VOS ALERTES



FLUX RSS

Pour être informé(e) en
temps réel des nouveautés
>>> [En savoir plus](#)

Développement durable > Pratique > Agenda > Salon

17h10 :

Salon 1.618

12.02.09 – 17.05.09

Fév
12

[SALON]



Salon 1.618

du 15 au 17 mai 2009

Lieu : Palais de Tokyo

Entrée 25€

1.618 Paris est un nouveau Salon transversal soutenu par le Ministère de la Culture et le WWF. Ouvert au Public, il présente les meilleurs produits et services qui allient Luxe et Développement Durable dans une mise en scène novatrice et contemporaine.

Avant-Première le 14 mai : journée réservée aux membres de la conciergerie de Luxe Quintessentially, aux invités de nos partenaires et aux acheteurs des grands magasins européens. Le tarif entrée : 25 € (dont 10% reversés au WWF) et le catalogue : 30 €.

Pour 1.618 le Luxe d'aujourd'hui est avant tout éthique, essentiel, esthétique et immatériel. Il se trouve dans les notions de temps, de patrimoine, de respect, mais c'est aussi :

- La recherche et l'innovation en vue de diminuer les inégalités
- La volonté de préserver et respecter les richesses naturelles
- Le travail des sens
- La découverte de soi au travers de l'objet
- L'appréciation de la rareté
- Le respect des droits de l'homme
- La préservation des savoir-faire

Le Luxe s'inscrit dans la durabilité et continue de créer le désir dans une optique responsable. Le Luxe c'est le Développement Durable // Le Luxe est notre planète La pérennité du Luxe repose sur la réinvention du mythe, le changement et les innovations.

Un événement unique: tant dans le fond que dans la forme, à mi-chemin entre salon commercial et manifestation culturelle.

Un lieu différent : 1.618 a la volonté de présenter ses exposants dans un lieu artistique et culturel : le Palais de Tokyo.

Un nom énigmatique : 1.618 = Phi = nombre d'or.

C'est la résultante d'un calcul mathématique qui définit la proportion divine, clé universelle de l'harmonie, issue de la nature au service de l'esthétisme. Une définition en symbiose avec le positionnement du salon.

Une sélection transversale: La présence d'exposants issus de domaines variés et complémentaires permet une véritable synergie qui constitue la force du salon. Les principaux postes de consommation de notre cible haut de gamme sont présentés.

Une scénographie inattendue : Loin des salons traditionnels, la scénographie, aérienne, décloisonnée, et épurée vise à permettre une déambulation intuitive du visiteur, en faisant appel à ses sens, dans le but de provoquer chez lui de nouvelles émotions. Le produit n'est plus placé au centre, c'est le visiteur et ses perceptions qui sont sollicités. L'interactivité, le virtuel, permettent de le transformer en acteur à part entière de l'événement.

Un service de Conciergerie : présent sur toute la durée du salon il permettra aux exposants et aux visiteurs de trouver une réponse à tous leurs besoins. Ils proposeront spécialement à l'occasion de 1.618 une offre de produits et services écologiques.

Des expositions artistiques sociales : L'espace culturel est pensé à travers ces 2 axes : l'amateur d'art ou le collectionneur n'est pas là pour acquérir simplement le produit qui le touche, il devient un élément fondateur de la création même de l'objet. Ainsi, plusieurs projets seront présentés, et les personnes intéressées pourront participer financièrement ou en nature, à leur élaboration : une façon très forte de s'approprier une oeuvre, infiniment plus profonde que la simple acquisition.

L'information par l'image : Les espaces informatifs ne sont pas pensés de façon formelle. Des projections de films et de courts-métrages évoquant la consommation et le développement durable, seront effectuées de façon permanente. La transparence sera un des mots clé. De la conception de l'événement, aux produits en passant par la démarche des exposants, les explications seront là, en images.

Une communication virale : La communication du salon, est appréhendée comme un événement dans l'événement, respectant les valeurs et reprenant les caractéristiques fondamentales d'1.618. De la même manière qu'une véritable prise de conscience envahit peu à peu les esprits, la communication urbaine, imaginée pour l'événement, prendra possession de la ville à des endroits clés, toujours avec l'optique de provoquer l'interrogation. Des installations éphémères, entretiendront le mystère, de façon exponentielle jusqu'au début du salon.

Un catalogue référence : l'édition d'un catalogue/objet recensant les exposants et ceux (absents) mais remplissant les mêmes critères sera un véritable outils d'information et de référencement annuel sur l'état de l'offre internationale.

Petits Plats
en Equilibre

TOP 3 : VOTRE SELECTION



TEST :
On a testé un
cyber marché



EXPEDITION:
Nicolas Vanier
en solitaire



DIAPO :
Les aurores
boréales

Les dossiers

Pétrole : Est-il indispensable ?
Tornades : Naissance et conséquences
Bons gestes : A la maison, au bureau...
Recyclage : Comment bien recycler ?
Espèces menacées : Protégeons les !

BOUTIQUE

Byo2

Eau de rose de Damas,
Eau de rose de Damas,
eau florale
bio



13,00 €

Byo2

Savon d'Alep bio

Savon
d'Alep bio
rare huile
d'olive et de
laur



8,00 €

RECHERCHE

OK

DERNIERES VIDEOS :



Boeuf et légumes à l'asiatique



Le ski de randonnée, un sport écolo !



Randonnée en Bretagne

INSCRIPTION NEWSLETTER

OK

TAGS LES PLUS POPULAIRES

climat déchets eau energie
environnement gaz à effet de serre
grenelle de l'environnement nature planète
pollution pétrole réchauffement climatique
santé