

# Le Guide 1.618 : le digital au service du nouveau luxe durable.

PUBLIÉ LE JEUDI 13 JANVIER 2022 PAR CLARA CIMBARO

Depuis plus de dix ans, **1.618 Paris** sélectionne et fédère les acteurs d'un nouveau luxe engagé. Aujourd'hui, un guide digital offre un voyage immersif à la découverte de ces entreprises et des visionnaires de la communauté 1.618.

## 1.618 : Donner la parole aux entreprises engagées du secteur du luxe.



*"Il faut donner à connaître ce qui est vraiment excellent, pour transformer le monde en parlant avec sincérité et en valorisant les efforts des entreprises. Elles seront d'autant plus désirables aux yeux des consommateurs."* Telle est la vision de Barbara Coignet, fondatrice de 1.618, agence créée en 2009 avec pour mission de révéler les entreprises aussi créatives que responsables.

*"Lassée par le Greenwashing ambient",* Barbara Coignet a décidé de mettre en lumière *"l'implication précieuse et essentielle"* de la communauté d'entreprises 1.618. En travaillant main dans la main avec un comité d'experts indépendants, 1.618 aide à lutter contre les fausses promesses grâce à des critères de sélection exigeants : innovation responsable, impact environnemental, éco-conception du packaging, cycle de vie du produit, entre autres, font partie des éléments passés au crible pour faire partie de leur communauté de marques.

## Une plateforme digitale créatrice d'émotions.

Alors que 1.618 a commencé par valoriser ses entreprises lors d'événements 100% éco-conçus, l'agence a décidé de développer une plateforme digitale pendant la crise de la COVID, soucieuse de continuer à faire rayonner sa sélection internationale d'entreprises du secteur du luxe engagées durablement. **Le Guide 1.618** a ainsi été créé pour répondre à un besoin de transparence et de preuves. Cet outil interactif, immersif et en libre accès, met en lumière la parole d'une quarantaine de visionnaires et d'entreprises.

La mise en place de cette plateforme a été rendue possible grâce à Joseph Azar, codeur créatif puisant son inspiration dans la nature et notamment connu pour son projet *"Le voyage Azarien"*.



Grâce à un système de storytelling inversé, le public est invité à s'impliquer activement dans l'histoire d'une marque et à découvrir ses engagements avant ses produits : loin du statut de spectateurs passifs au sein d'un récit de marque, les lecteurs voient leurs émotions s'amplifier. Cette plateforme digitale au service du durable met le beau au service du bon, et inversement. À travers ce voyage immersif, 1.618 rend le durable attrayant tout en sensibilisant chacun à ce qu'il peut faire en terme de consommation responsable face aux enjeux du durable.