

VIVA VOUS

Le magazine qui vous va bien !



JUIN 2021

#5

PPA PEOPLE

Les événements reprennent !
Retour sur l'inauguration d'un lieu culturel
unique : la Galerie by PPA

WORKPLACE

TikTok, un levier de vente
Vis ma vie d'alternant

BON PLAN

Top 3 des sorties à Paris
Zoom sur la mixologie

TABOU

La précarité menstruelle
Le ghosting



EDITO

Quel soulagement !

Cela faisait plus d'un an que nos habitudes avaient été bouleversées. Des cours à distance, des événements reportés, des séminaires réadaptés, mais surtout il manquait vos visages si familiers.

Malgré le temps et les épreuves, les étudiants ont prouvé qu'ils étaient capables d'inspirations géniales, de rebonds et de talent !

Ce nouveau numéro Viva Vous est le fruit du travail collectif de trois classes de 4 com et des 5 com brand content & nouveaux médias pour la partie digitale. Ils partagent avec passion ce qui nous a tant manqué : les rencontres, les sorties, les événements à suivre..

Ce 5^e numéro est frais, pétillant, joyeux, plein de good vibes. Il est à l'image de cet espoir qui pointe le bout de son nez.

Aujourd'hui, tout redevient possible.. et c'est aussi grâce à vous !

Belle lecture.

Emilie Broussouloux

SOMMAIRE



04

PPA PEOPLE

La Galerie by PPA
La web-série En Terrasse



74

EN MOUVEMENT

Nos océans de plastique
Le genre masculin s'assume enfin



24

TABOU

La précarité menstruelle
Le ghosting



76

WORKPLACE

TikTok, un levier de vente



78

HIGH TECH

BeReal, la nouvelle appli



36

BON PLAN

Zoom sur la mixologie



Le nouveau lieu dédié à la culture

LA GALERIE BY PPA

Il était temps ! Le 3 juin dernier marquait le grand retour des événements à PPA Business School. Et pas n'importe lequel... L'inauguration de la Galerie by PPA ! Un espace unique dédié à la culture au cœur du campus. Morgane Calmès, attachée de promotion des filières communication et en charge du développement du pôle culture et nouveau média au sein de l'école porte ce projet inédit depuis plusieurs mois..

D'où vous est venue l'idée de lancer la Galerie by PPA ?

Cette idée est venue d'une envie collective entre Valérie Briançon, la direction et moi-même d'avoir un lieu dédié à la culture au sein de l'école.

Il ne s'agit pas d'un lieu fixe. C'est l'école toute entière qui se transforme en galerie, c'est totalement inédit.

Qu'est-ce qui vous a donné envie de vous battre pour ce projet ?

On avait envie de rendre la culture accessible à tous et de défendre les artistes de demain, sans distinction d'âge ou de pratique artistique.

La Galerie by PPA s'adresse aux visiteurs novices et aguerris : étudiants, enseignants, intervenants extérieurs, invités et partenaires du réseau des Grandes Ecoles Spé-



cialisées. L'objectif est même d'ouvrir ce champ artistique au public externe.

Comment s'est déroulée cette inauguration ?

A merveille ! Nous avons eu le plaisir d'accueillir notamment la maire du 14^e arrondissement, Mme Petit.

Cette soirée a mis à l'honneur la photographie avec le vernissage de l'exposition « Emotion », un ensemble de



dix photographies de Serge Arnal, photographe professionnel dans la mode et le cinéma, et parrain de la galerie. C'était un privilège pour nous.

La soirée a également été marquée par la remise de prix du concours Vision, un concours photo ouvert à tous les étudiants du réseaux GES sur le thème de la rencontre, dont Romain Burillon a remporté le premier prix avec sa photographie prise au Pays basque. Le thème de la rencontre a été assez évident pour nous car ça nous a terriblement manqué ces derniers mois.

Enfin, cet événement a mis en lumière le travail de trois photographes internationaux venus d'Argentine, du Venezuela et de France, qui ont été invités à présenter une réflexion et un dialogue communs : Onirium. Cette exposition immersive a été mise en place par Cristina Soto Arias dans le cadre de son projet de fin d'étude et soutenu par Adeline Cuberes.

Comment avez-vous vécu cette soirée ?

C'était un moment très émouvant. Nous attendions depuis si longtemps de pouvoir nous retrouver au sein de l'école lors d'un événement. Personnellement, je l'ai vécu comme une renaissance. Je remercie toutes les équipes de PPA Business School ainsi que l'agence Opal, créée par des étudiants de 4^e année et encadrée par Marine Trochet, qui a contribué à ce que cet événement voie le jour.

Que nous réserve la Galerie by PPA dans les mois à venir ?

Les œuvres de Serge Arnal et des dix finalistes du concours Vision seront à découvrir jusque fin juin à PPA Business School. Puis, la Galerie by PPA accueillera de nouvelles expositions éphémères avec d'autres artistes mais aussi des associations humanitaires.

La photographie gagnante du concours Vision

Serge Arnal

Erwan Poiraud directeur de PPA Business School

Le saviez-vous ?

Le Réseau GES vient de signer un partenariat avec Paris Spectacles (Scène libre, Bobino, Théâtre libre, Grand point Virgule, Point Virgule).

Restez bien attentifs ! Des tarifs préférentiels pour des places de spectacle, des offres d'alternance, des visites de coulisse vous seront bientôt proposées !

En Terrasse

LA NOUVELLE *web série* DE PPA BUSINESS SCHOOL

Après le succès de la web-série #SansFiltre diffusée l'année dernière sur les réseaux sociaux, PPA Business School revient un an plus tard avec une toute nouvelle production : En terrasse.

Au lendemain de la réouverture des terrasses, ce thème sonnait comme une évidence pour les étudiants de 5e année spécialité Brand Content et Communication 360.

La web-série En terrasse a vu le jour à l'issue d'un séminaire de six jours intenses, regroupant une trentaine d'étudiants. Composée de 13 épisodes, les étudiants racontent leur retour en terrasse et exposent leur regard sur l'actualité et le quotidien avec humour.

Ces épisodes ont été conçus de A à Z par eux : écriture, réalisation, tournage, montage, graphisme...

Durant ce projet, ils ont été encadrés par des professionnels des médias : Émilie Broussouloux (journaliste, présentatrice et productrice), Caroline Delage (journaliste présentatrice sur C8 et productrice de l'émission « Au Tableau ! »), Emmanuel Nakach (comédien, réalisateur et professeur de théâtre), Fabien Cardoen (chef monteur à France Télévisions) et Arthur Delicque (chef opérateur et monteur).

Pour voir ou revoir les épisodes d'En terrasse, clique sur les différents QR Code !



Clique !

enfin en terrasse



les connasses



Clique !

la jalousie



Découvrez Bi

gossip

Clique !



la piece d'identité



koh lan_quoi

Clique !

pas d'oseille



l'influenceuse

le no bra

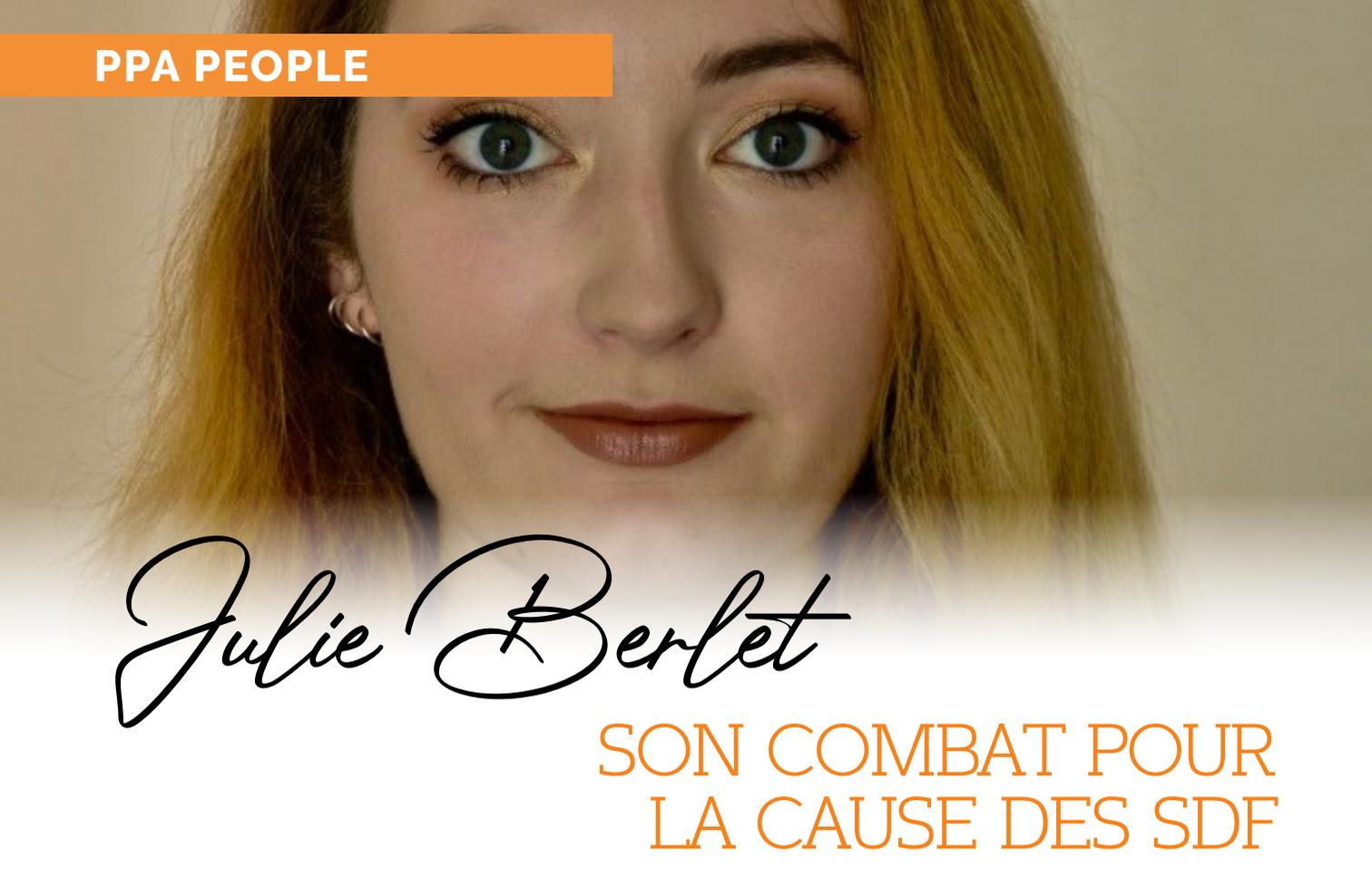
le date tinder



le ticket de caisse

un peu d'assurance





Julie Berlet

SON COMBAT POUR LA CAUSE DES SDF

Julie, jeune étudiante de 23 ans, a fait de la cause des SDF (Sans Domicile Fixe), son combat. Engagée depuis presque 7 ans, elle a accepté de nous en dire un peu plus sur cette action qui l'a construite et a changé sa perception de la vie.

Comment as-tu développé un engagement pour la cause des SDF ?

Tout a commencé quand j'étais adolescente. En dernière année de lycée à Strasbourg, j'ai suivi la spécialisation art qui m'était proposée et notre objectif était de créer un projet photo terrain sur un sujet qui nous tenait à cœur ou nous intéressait. Sans trop d'idées au départ, c'est en déambulant dans les rues autour de mon lycée que l'évidence a frappé. De nombreux SDF y étaient installés, et piquée par une certaine curiosité adolescente, je me suis lancée vers ces personnes qui me semblaient si mystérieuses à l'époque. Je me suis ainsi immergée dans leur quotidien : nous discussions ensemble, ils me racontaient leur histoire et me laissaient les prendre en photos. C'était très intéressant de découvrir les multitudes de situations et de raisons qui avaient menées ces personnes à la rue. Suite

à ce projet, de nombreux questionnements ont surgi et ont attisé mon intérêt pour la cause des SDF.

A la suite de ce projet, tu t'es donc complètement investie dans la cause ?

C'est seulement vers mes 18-19 ans que j'ai commencé à développer de vraies valeurs, de vrais engagements autour de ce sujet. En effet, à cette époque j'étais fraîchement arrivée à Paris pour mes études supérieures et j'ai été frappé par le nombre de SDF que je croisais dans la rue. Je suis rapidement devenue bénévole que ce soit

pour de grandes associations nationales telle que la Croix Rouge ou pour des associations indépendantes comme les associations étudiantes ou plus spécialisées.

«C'est à ce moment-là que je me suis dit que mon engagement allait au-delà de l'associatif, c'était devenu personnel !»

Quelles sont les actions que tu as pu mener au cours de tes différentes expériences de bénévolat ?

J'ai pu participer aux aides classiques telles que les maraudes. Il existe deux types de maraudes : les statiques et les non-statiques. Dans le premier cas nous tenions un stand régulier dans un quartier de Paris, à une heure précise, où nous proposions de la nourriture, des vêtements ou des couvertures. Dans le second cas, la proposition restait la même, seulement nous étions répartis en petits

groupes de 3 à 4 personnes et nous allions directement voir les SDF. Au-delà de ça j'ai pu héberger ponctuellement les SDF qui vivaient en bas de chez moi, que ce soit pour dormir au chaud, pour une douche ou tout simplement pour discuter dans un environnement autre que la rue. Car en effet, à force de côtoyer ces gens-là on apprend que ce dont ils ont le plus besoin c'est d'attention et d'écoute. Cette population est très seule et a besoin de parler, de rire, comme tout le monde. Ainsi, plus je passais de temps à leur côté, plus je discutais et plus je m'attachais. Nombre d'entre eux sont notamment devenus mes amis, nous sortions ensemble, vivions la vie telle qu'elle devrait être vécue, ensemble. C'est à ce moment-là que je me suis dit que mon engagement allait au-delà de l'associatif, c'était devenu personnel !

Cet engagement a-t-il changé ta perception de la vie, ta façon de vivre au quotidien ?

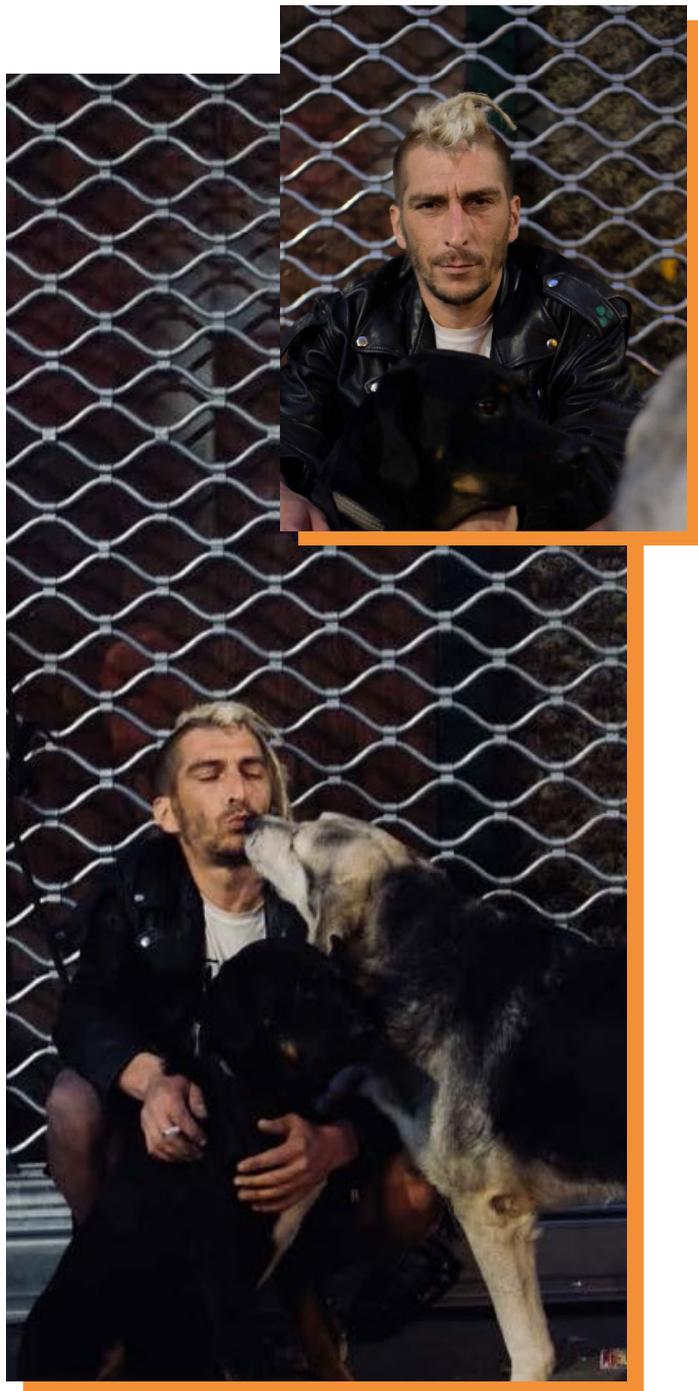
Totalement ! Il m'a responsabilisée et fait grandir très vite. Côtoyer au quotidien la souffrance, la misère, et même la mort, ça vous change, ça vous fait prendre conscience de l'injustice de notre monde. En effet, j'ai très vite réalisé que ces personnes qui avaient tout perdu, n'étaient pas si différentes de moi, mais le sort a fait que la misère s'est abattue sur eux et pas sur moi. Finalement, on se rend compte qu'on peut très vite tout perdre, peu importe les conditions de vie dans lesquelles l'on peut se trouver à un instant T.

Comment ont réagi tes proches ? J'ai été très seule dans cet engagement. Mes proches avaient beaucoup de préjugés sur les SDF, des préjugés que beaucoup partagent malheureusement. Selon eux, les sans-abris étaient des personnes sales et malades qui n'allaient m'apporter que du négatif. Mais cela ne m'a pas découragée, au contraire, j'ai tout fait pour essayer de changer leur vision des sans-abris, jusqu'à les amener sur le terrain avec moi pour organiser des rencontres et leur prouver que ce sont bien des êtres à part entière avec des émotions, des besoins, qui méritent tout autant d'attention que n'importe qui ayant un toit au-dessus de sa tête.

Vas-tu poursuivre dans cette voie à la suite de tes études ?

Je pense que cette sensibilité pour les SDF, la misère, la souffrance en général, sera ancrée en moi pour toujours. Ces sujets m'inspirent. Aujourd'hui, étudiante en communication, j'espère par la suite mener des campagnes de sensibilisation via mon travail pour ouvrir les yeux à la population sur cette cause qui me tient à cœur.

Chloé Soulian



LE CONSEIL DE JULIE

Le seul conseil que je pourrais donner c'est de ne pas ignorer les SDF que l'on croise quotidiennement dans la rue, un simple bonjour contribue à leur soutien.

Photos : Julie Berlet
Projet Photo SDF - Strasbourg



MA VIE *d'alternant*

En 2019, la France comptait 485 800 apprentis selon le ministère du Travail.

Obtenir une alternance relève parfois du miracle. Les alternants le savent et un bon nombre d'eux ont tendance à accepter une charge de travail conséquente... même si ces sacrifices valent souvent le coup. Nathan Szenkier, élève en MBA Communication Événementiel & Relations Publiques à PPA Business School et alternant au sein du groupe hôtelier POPINNS en est un parfait exemple. Il vous dit tout.

Ta recherche d'alternance a-t-elle été difficile ?

Avec le contexte actuel, trouver une alternance se révèle être particulièrement rude. J'ai postulé sur un bon nombre de job boards tels qu'Indeed, LinkedIn, Monster... Ce fut un échec. Très souvent, des refus automatiques ou tout simplement aucune réponse. Ça joue énormément sur le moral, on se dit qu'on n'a pas le niveau requis pour une entreprise. C'est extrêmement frustrant, je me demandais souvent "pourquoi lui et pas moi?".

«Ne faites pas la même erreur, osez dire non tout de suite quand ça ne va pas»

Tu as obtenu ce fameux sésame au bout de 6 mois de recherches. Comment cela s'est passé ?

Grâce au contact d'une personne de mon entourage, j'ai pu décrocher un entretien avec la directrice de POPINNS. Cela s'est très bien passé, je misais tout sur cet entretien car je n'avais pas de plan B. Après 6 mois de recherches, j'étais heureux de pouvoir me dire que j'étais devenu alternant dans une grande entreprise comptant plus de 12 000 salariés.

Cette nouvelle aventure répond-elle à tes attentes ?

Totalement ! C'est une expérience stimulante. L'équipe est géniale avec moi. Je suis en lien permanent avec la directrice et c'est ce côté-là qui me plaît. Elle a une vision directe sur ce que j'entreprends, elle me fait confiance et m'accorde une certaine indépendance sur les missions. C'est incroyable de se dire qu'on passe de rien à tout, d'aucune mission à missions à hautes responsabilités qui vont toucher plus de 12 000 personnes.

Rencontres-tu parfois des difficultés ?

Évidemment que je suis stressé, cela serait insensé de ma part de ne pas l'être. Je dois assurer l'ouverture d'un hôtel en construction, tout est à faire. Il faut gérer les imprévus, les différents prestataires et beaucoup d'autres points. J'essaie de transformer ce stress en stress positif. Je me dis que cette opportunité aurait pu ne jamais se présenter.

La charge de travail est très intense et j'ai tendance à ne pas dire « non ». Tout simplement parce que je ne veux pas être vu comme un handicap pour l'entreprise, j'ai à cœur de vouloir bien faire. A un moment donné, je n'arrivais clairement plus à gérer ma vie personnelle, je mangeais Popinns, je réfléchissais Popinns et je rêvais Popinns.

Et jongler avec les cours, c'était vraiment dur. Récemment, j'ai décidé d'en parler à ma responsable. J'appréhendais beaucoup mais elle a été vraiment compréhensive et je me suis senti soulagé.

Comment envisages-tu la suite ?

Je sais que j'ai encore beaucoup de chemin à parcourir. Il faut que je travaille continuellement ma confiance en moi. J'ai une équipe formidable derrière moi qui me suit et qui me soutient dans mes prises de décisions. Il ne faut pas que j'oublie que je suis alternant et que je suis là pour apprendre et progresser. Nous avons tous droit à l'erreur, je l'ai compris trop tardivement.

Quel conseil donnerais-tu à d'autres étudiants qui gèrent peut-être mal leur stress en travaillant dans une grande entreprise ?

Avoir une charge de travail peut être fatiguant mais cela prouve que vos responsables vous font confiance. C'est une consécration mais la charge de travail doit être raisonnable. Parlez-en quand ça ne va pas.

Sinon, ne pas s'inquiéter d'être stressé. C'est positif, cela veut dire qu'on se sent impliqué dans la réussite d'un projet.

Pétula Amankwaah

PPA ET LE TENNIS

nouveau partenariat

PPA Business School, PPA Sport et Campus Educative Aix en Provence deviennent officiellement partenaires du tennis et de l'Open pays d'Aix. L'objectif ? Accompagner la dynamique des grands événements, du sport, des acteurs business du territoire, mais aussi développer de très jolis partenariats avec de nombreuses entreprises au profit des étudiants et alumnis.

A l'occasion de ce tournoi, les équipes de PPA étaient présentes pour couvrir l'événement. Cliquez ici pour revoir les temps forts de cet événement !



Clique !



Le genre masculin S'ASSUME ENFIN !

De nombreuses qualités (comme défauts) caractérisent depuis longtemps les hommes comme la virilité, la maîtrise des émotions ou encore le courage. Cependant, à l'aube d'une génération qui bouleverse les codes du genre, la gent masculine est-elle aussi concernée ? En brisant les stéréotypes ancrés depuis trop longtemps dans la société, nous vous proposons de lever le voile sur une vision moderne et réaliste du sexe masculin.

72% des hommes interrogés ne se sentent pas représentés dans la communication à ce jour. Ce chiffre met en lumière une grande partie de la gent masculine qui ne se reconnaît pas dans l'image qu'on leur accorde.

En effet, si une valorisation abusive des hommes est connue pour être néfaste auprès des femmes (premier facteur des inégalités entre les sexes), ces stéréotypes sont également préjudiciables auprès de ces derniers.

À OILP.

«En 2016, 29% des hommes se trouvent trop sensibles et 32% trop anxieux»

Une masculinité toxique...

Il s'agit de l'image stéréotypée et imposée de ce que doit être un homme dans la société : il doit prouver qu'il

est fort, qu'il sait se battre et doit subvenir aux besoins de sa famille ; toute émotion « à tendance féminine » est radiée comme la peur ou la tristesse.

Exergue : En 2016, 29% des hommes se trouvent trop sensibles et 32% trop anxieux.

Déborah Czechowski, co-fondatrice du média AOILP, un média qui donne la parole aux hommes, donne notamment son opinion à ce sujet, précisant que le mot "toxique" se réfère à des injonctions à la virilité et à des stéréotypes qui les font souffrir. Source de frustration, cela peut même engendrer des comportements vio-

AOILP

LA PHRASE DU JOUR

**“ Je suis pour l'égalité des sexes :
15,5 cm pour tout le monde ! ”**

lents envers autrui, notamment envers eux-mêmes. Aujourd'hui, nombreux sont ceux qui tentent de déconstruire ces clichés qui amputent les comportements des hommes.

...Qui influe sur le comportement des hommes.

En 2016, 29% des hommes se trouvent trop sensibles et 32% trop anxieux mais que signifie « trop » ?

Dès leur enfance, la plupart des hommes se construisent avec des modèles de héros de films et de BD intrépides et capables de tout surmonter : de quoi assimiler ces responsabilités très jeune. Frustrés, ceux qui sortent du cadre se sentent alors différents comme le constate YOUNGOV (société d'études de marchés internationale) dans une étude.

Benjamin Névert, créateur de contenu sur Youtube, les déplore justement: «Des hommes qui déconstruisent les stéréotypes et qui ressemblaient à ce que moi j'étais, je n'en ai pas eu en fait. Il est temps que les gens aussi voient des mecs qui assument leurs différences». Il faut croire que ce dernier a décidé d'être son propre

modèle, puisqu'en 2019 il complète sa chaîne avec son nouveau concept *Entre mecs*. Dédié à la gent masculine, il tente, accompagné de ses invités, de décomplexer les clichés autour de la masculinité en mettant la vulnérabilité des hommes en première ligne.

Selon lui, les hommes ne se confient pas assez, de surcroît quand il s'agit de leur estime de soi. Il insiste sur ce problème sociétal qui débute dans les cours d'école : «Moi, les complexes sur mon corps, ils sont arrivés très tôt. A 6 ans, on s'est rendu compte que j'avais un retard de croissance. Pour moi ce n'était pas un problème, jusqu'à ce que les autres me le fassent ressentir, surtout les autres garçons ».

Aujourd'hui, c'est un combat qu'il mène dans *Entre mecs*. A table avec ses comparses, ils partagent ensemble leurs expériences dans un format vidéo de 15 minutes.

Il faut croire que cette masculinité positive parle à d'autres puisque la chaîne est aujourd'hui suivie par près de 273 000 personnes !

Enfin, Déborah Czechowski ajoute qu'il n'y a aucune définition d'un homme aujourd'hui. Comme elle l'explique, "bien loin des clichés, il y a justement une multiplicité des personnalités, des sensibilités, des créativité des hommes d'aujourd'hui, qui a besoin d'être reconnue". En tout cas, nous suivons cette affaire de près !

*Pauline Fabrega, Clara Blicq
& Sharon Benarous*

Clique !

Retrouvez ici les dernières vidéos
"Entre mecs"



Nos océans de PLASTIQUE

600 millions d'emballages plastiques à usage unique en 2020. La livraison de repas à domicile en est notamment la cause. Le recyclage est une solution pour préserver notre planète mais il convient surtout de lutter contre la pollution plastique.

8 millions de tonnes de plastique se retrouvent dans les fonds marins chaque année, selon la Fondation Ellen MacArthur. D'après les scientifiques, le bilan est sans appel : en 2050 il y aura plus de plastique que de poissons dans les océans.

Manon Rieutord, animatrice de campagne pour l'association Agir pour l'environnement, souhaite alerter sur la gravité de la situation : « Le plastique est un réel fléau. Le recyclage n'est pas la solution à cette surconsommation de plastique. Il est malheureusement impossible de détruire un emballage fait à base de plastique, la solution est donc d'arrêter d'en produire ! Il faut sensibiliser les adultes mais aussi les plus jeunes à consommer de manière plus responsable. »

Le plastique dans nos poumons

Tous les plastiques qui terminent dans les fonds marins se décomposent. La plupart de ces plastiques ne sont quasiment plus visibles parce qu'ils se sont désintégrés en micro-particules. Par exemple, une simple bouteille en plastique peut se décomposer en plusieurs milliers de particules de microplastique. On parle de "soupes de plastique". Dans l'océan Pacifique nord, on compte près de 80 000 tonnes de plastique. Les oiseaux, les poissons et les mammifères marins ingèrent toutes ces particules et morceaux de plastique. Il est courant de retrouver des animaux morts avec les estomacs remplis de débris de

plastique. Un oiseau peut avoir jusqu'à 1,5 kg de plastique dans son estomac, ce qui serait l'équivalent de 6 kg pour un estomac humain. Beaucoup de personnes ne sont pas directement touchées par cette situation. Mais, il s'agit en réalité de réfléchir encore plus loin ... Ces animaux, où finissent-ils ? Dans nos assiettes. Les microparticules de plastiques se retrouvent également dans l'air... Que nous respirons. Et dans l'eau... Que nous buvons.



LE SAVIEZ-VOUS ?

Rien qu'en mangeant, en buvant et en respirant nous ingérons 5 grammes de plastique par semaine. Soit une carte de crédit.

Une prise de conscience urgente

De nombreuses actions sont mises en place pour lutter contre cette pollution-plastique extrême. Les grandes enseignes (telles que Mcdonald's ou Burger King par exemple) ont supprimé le plastique de leurs emballages. Tout est recyclable. La France et même l'Europe souhaitent interdire le plastique à usage unique en 2021. Et l'objectif serait d'avoir 100% des plastiques recyclables en 2025. Dans cette continuité, il est important d'encre plus sensibiliser la population au recyclage et surtout la sensibiliser pour bien le faire. C'est pourquoi, la France s'est engagée à simplifier le tri sélectif pour qu'il soit mieux effectué.

Justine Pinra est étudiante en dernière année de sociologie et tente de sensibiliser ses proches au quotidien : « L'urgence de la situation est plus qu'évidente. Comment est-ce possible, en 2021, d'acheter des bananes emballées dans un sachet plastique ou des oranges déjà épluchées emballées aussi dans du plastique ? Il faut réagir. » Et vous, que faites-vous pour la planète ?

Samantha Ruiz-Berhaut



A regarder

« A plastic ocean » sur Netflix



Clique !

Découvrez Agir pour l'environnement, une association qui fait bouger les choses.





TIKTOK, UN LEVIER DE VENTE POUR LES "small business"

« Moins d'un mois » c'est le temps qu'Ilona étudiante et auto-entrepreneuse a mis pour lancer son "small business" de cosmétique. Connaissez-vous les « small business » ? Traduction littérale de "petites entreprises", elles fleurissent aujourd'hui : cosmétiques, prêts à porter, joailleries, bougies, il y en a pour tous les goûts ! Mais quelles sont les démarches pour ouvrir sa petite entreprise ?

D'après le site du gouvernement, la création d'entreprise comporte cinq grandes étapes : le choix du statut juridique de l'entreprise, les déclarations et immatriculations, la prise de contact avec les centres de formalités des entreprises (CFE), l'identification et enfin les démarches supplémentaires non prises en charge par les CFE.

Un réseau social s'est jeté sur cette tendance : TikTok. Nouvelle star des médias sociaux, cette plateforme a vu le jour en 2016 et a réellement explosé en 2020 avec 1,65 milliard de téléchargements dans le monde. La plateforme comptabilise plus de 800 millions d'utilisateurs par mois dont 11 millions en France. Le concept, des vidéos de 15 secondes, 60 secondes, ou 3 secondes maximum. Au fil des derniers mois, la plateforme est devenue entre autres le réseau social de prédilection des jeunes auto-entrepreneurs.

TikTok, un algorithme très différent des autres réseaux sociaux...

C'est sur un coup de tête que Timothé a créé herb.custom, une entreprise dans le prêt à porter avec son ami Tim.

Un business lui permettant de mettre à profit son temps

libre, tout en gagnant un peu d'argent.

Quant à Ilona, elle a créé inacosmetics, une entreprise dans la revente de cosmétique américain dans le but d'investir ses bénéfices dans ses propres produits cosmétiques.

Tous deux comme de nombreuses personnes ont décidé de se servir de TikTok pour promouvoir leurs produits.

En l'espace de quelques jours, Ilona a atteint le million de vues sur TikTok avec une simple vidéo de préparation de commande.

« Facebook et Instagram sont basés sur la proximité, c'est rare voire inexistant que l'on arrive à avoir des suggestions de personnes du monde entier.

TikTok lui peut nous emmener dans les

« pour toi » de n'importe qui, que ce soit en France, aux USA, en Italie, n'importe où, juste avec une seule vidéo. » - nous raconte Ilona

C'est ce que confirme Laetitia experte vidéo et réseaux sociaux : « les « pour toi » sur tiktok sont le flux des utilisateurs. « Le flux de chaque utilisateur de TikTok est unique et adapté en fonction de ses goûts et de ses centres d'intérêts ».

Cependant, Timothé dit pouvoir être très vite catégorisé par l'algorithme de Tiktok.

« Si une personne vend des montres par exemple, l'algorithme de TikTok va faire en sorte que ses vidéos soient montrées aux utilisateurs qui portent des montres ».

- nous apprend Timothé

Alors en quoi TikTok aide vraiment dans la vente ?

Selon Timothé, tiktok a un effet indirect sur les ventes. Le réseau social permet de faire des centaines de milliers de

«Tiktok peut nous emmener dans les «pour toi» de n'importe qui, que ce soit en France, aux USA, en Italie, n'importe où, juste avec une seule vidéo.»

vues et de la publicité gratuitement. Il est moins difficile de gagner en visibilité contrairement au réseau social Instagram où il faut beaucoup plus de temps pour acquérir des abonnés. Cependant, Instagram est beaucoup plus « stable » pour Timothé qui déclare que les abonnés sont plus fidèles.

« Sur Insta, les gens ont envie de te suivre quand ils s'abonnent à toi derrière, grâce à tes photos, tes stories, et vont pouvoir communiquer avec toi beaucoup plus facilement que sur TikTok ».

En effet, selon notre experte Laetitia, Tiktok choisit des vidéos au hasard et les propose à un petit groupe d'internautes. En fonction de l'engagement, l'application propose les vidéos à d'autres utilisateurs ce qui signifie que n'importe qui peut faire le « buzz » sur TikTok.

Le réseau social aurait ainsi cette possibilité de pouvoir propulser plus facilement du contenu au monde entier en peu de temps, mais se révèle moins stable, car les utilisateurs seraient moins fidèles à un compte tiktok où ils ont tendance à scroller plus vite de par le concept de l'application. Qu'est ce qui plait autant aux utilisateurs sur TikTok ?

Pour Ilona et Timothé, les utilisateurs sont séduits en partie par le côté ASMR des vidéos à travers l'emballage des commandes mais aussi par les retours d'expériences.

« Un jour on a fait 200 000 vues il y a 1600 personnes qui sont allés sur le site mais 0 achats ce jour-là, mais c'est dans les semaines qui ont suivi que nous avons eu des commandes. »

Pour Timothé, TikTok fait partie du circuit grâce auquel il va vendre ses produits. Les gens vont connaître le produit grâce à la grande visibilité de tiktok, ils vont ensuite passer par le compte Instagram pour se faire une idée plus précise du produit, puis, vont aller sur le site internet pour concrétiser leur achat.

Tiktok se révèle ainsi important dans une stratégie d'acquisition mais ne s'utilise pas comme un tout. L'application a notamment développé des fonctionnalités telles que « Hub TikTok » pour aider les petites entreprises dans leur croissance et leur notoriété. Grâce aux hashtags : #smallbusinesscheck ou #smallbusinessowner, elles peuvent raconter leurs histoires et leurs parcours. Il y a aussi TikTok Ads Manager qui est une plateforme publicitaire où toutes les entreprises peuvent gérer leurs campagnes promotionnelles.

La plateforme TikTok, se révèle ainsi être un vrai levier pour la vente avec des fonctionnalités pour les petites entreprises en constante évolution. Nous n'avons donc pas fini d'en entendre parler.

Et vous, miseriez-vous sur TikTok pour faire émerger votre « small business » ?



LE SAVIEZ-VOUS ?

Tik Tok a aussi séduit de grands médias tels que gala, au féminin, l'équipe ou encore 20 minutes qui utilisent désormais la plateforme.



Vanessa Bonpapa - Jasmine Radji



BeReal

LE NATUREL N'ATTEND QUE TOI !

Tu en as marre de voir des corps (faussement) parfaits et un quotidien de rêve sur Instagram ou sur TikTok ?

Laisse de côté le monde superficiel des filtres et des retouches photo... Place à la spontanéité et à l'imperfection : l'application française BeReal s'est lancée en 2020, elle est gratuite et elle n'attend que toi !

C'est LA nouvelle app qui va te décomplexer de ta tête toute bouffi du matin ou de ton rythme de vie que tu trouves un peu trop banal..

Le principe ? Tu reçois chaque jour, à une heure aléatoire, une notification pour prendre une photo recto-verso. Tu as deux minutes chrono pour la poster alors... pas le temps de faire le beau gosse, ni de choisir ton décor !

C'est une nouvelle façon de partager, authentique et novatrice qui te permet de découvrir la vie de tes proches d'un nouveau point de vue.

Pas de place pour les touristes, tu ne peux voir les BeReal de tes potes qu'après avoir posté le tien... c'est donnant donnant !

Tu as loupé le coche parce que tu étais en plein meeting ? Ce n'est rien, tu peux faire un "Late BeReal". Le retard sera affiché juste en haut.

Oui, on sait que tu veux quand même poster un selfie parfait... mais si tu recommences 15 fois ton BeReal, ce sera noté juste en dessous. On ne fait que prévenir !

Tu peux aussi commenter et réagir aux BeReal de tes amis. Le plus ? Tu ne réagis pas avec les 6 smileys habituels mais avec ta propre tête. L'app te permet d'enregistrer 6 RealMojis pour remplacer les smileys impersonnels par un selfie.

Par défaut, tes BeReal seront partagés avec tes amis seulement, mais tu peux les partager en public si tu le souhaites.

Une alternative authentique

Selon Alexis Barreyat et Kevin Perreau, fondateur et co-fondateur de BeReal, "C'est une nouvelle façon d'aborder les réseaux sociaux et leur pression constante de la vie parfaite".

Et oui, tout comme toi, ils ont été utilisateurs d'Instagram, TikTok, Snapchat et c'est à partir de leurs observations et problématiques personnelles qu'est née l'idée de BeReal... Ils n'en pouvaient plus de la saturation de ces plateformes par les influenceurs ou les placements de produits. Comme ils le disent si bien, "la perfection constante n'est pas la représentation de la vraie vie".

Et une réelle différence se fait sentir chez les utilisateurs-trices de cette nouvelle application. D'après eux, la pression ressentie vis-à-vis de leur apparence ou de leur quotidien sur d'autres réseaux sociaux n'existe pas sur BeReal. Ils apprécient de pouvoir s'exprimer et partager de façon plus libre et authentique avec leurs proches ou même avec des inconnus.



Selon Erwan et Mélina, utilisateur-trice de BeReal, "C'est une bouffée d'air frais de voir que la plupart de tes potes passent aussi leur journée de télétravail ou de cours en pyjama, pas lavé(e)s et avec une sale tête". D'après eux, cela permet de relativiser sur leur quotidien et la banalité qui va avec, surtout durant cette période de Covid.

"C'est un réseau social plus humain, qui ne nous fait pas complexer par rapport à notre vie en général."

Car les réseaux sociaux sont à l'origine faits pour partager des moments de vie et prendre plaisir à découvrir de nouvelles choses. Aujourd'hui, BeReal permet de retrouver une façon plus saine et réelle de rester connecté avec ses amis.

Et d'un point de vue psychologique ?

Depuis l'arrivée des smartphones, les générations Y et Z (dont tu fais sans doute parti-e) sont ultra connectées et nombreux sont les jeunes pour qui les réseaux sociaux sont devenus une réalité virtuelle dans laquelle ils se plongent corps et âme. Et oui... Selon une étude Diplomeo, en France, 84% des 16-25 ans utilisent quotidiennement Instagram, 74% Snapchat et 38% TikTok avec une moyenne de 2h22 par jour...

Selon Héléne Rabaud, art-thérapeute, les réseaux sociaux font partie de la vie des adolescent-e-s et des jeunes adultes ! Aujourd'hui, ils sont devenus un outil indispensable !

Mais les risques d'enfermement et dévalorisation sont bien réels. D'après une étude de Eclinical Medicine menée sur plus de 10 000 adolescent.e.s de 10 à 15 ans, 40% des jeunes filles utilisant régulièrement les réseaux sociaux présentaient des signes de mal-être mais aussi une mauvaise image corporelle.

D'après Héléne Rabaud, "Ce qu'ils voient sur internet devient un objectif à atteindre. Les adolescents ont du mal à relativiser et veulent ressembler à certaines photos, ce qui met à mal leur estime d'eux-mêmes".

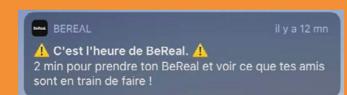
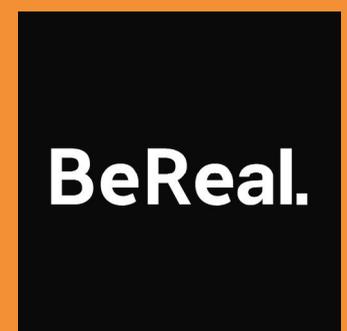
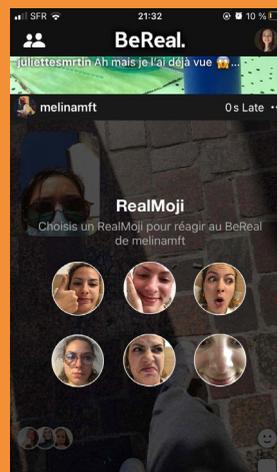
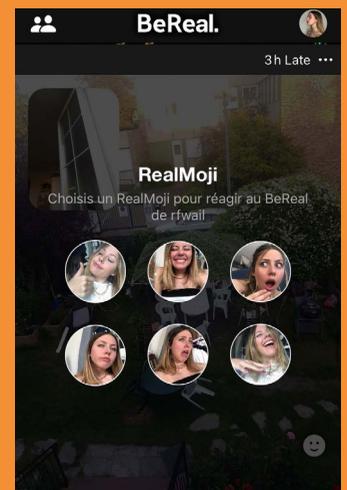
Contrairement aux autres réseaux sociaux, BeReal permet de ne pas se noyer dans les comparaisons. Il promeut le vrai, l'authentique et c'est justement cette authenticité et ce retour au naturel qui peut aider à renouer avec une image plus conforme à la réalité et restaurer cette estime de soi un peu escamotée, selon l'art-thérapeute.

Apprendre à s'accepter peut prendre du temps alors si chacun assume ses petites imperfections cela facilitera le processus.

BeReal est là pour ça ! Encore toute jeune, l'application est en constante évolution, attends-toi alors à voir du nouveau dans les prochains mois.

Stay tuned !

Constance Rabaud & Juliette Martin





Mangez bien, DONNEZ PLUS !

Après de longs mois d'attente, nous voilà déconfinés. Certains se sont précités en terrasse tandis que d'autres préfèrent toujours commander pour manger chez eux. La crise sanitaire qui dure depuis plus d'un an a mis à mal beaucoup de personnes, les restaurateurs mais aussi les consommateurs. Alors coup de projecteur sur Giveats, la première application food qui transforme vos commandes en dons alimentaires collaboratifs pour lutter contre l'insécurité alimentaire des précaires en Île-de-France.

Mangez mieux, mangez solidaire !

Chaque année, 10 millions de kilos de nourriture sont gâchés soit 16 milliards d'euros. La crise sanitaire a accentué la précarité de certains étudiants. Pendant le confinement, un tiers des étudiants a déclaré avoir rencontré des difficultés financières et parmi eux un étudiant sur deux les considère plus importantes, ce sont principalement les dépenses d'ordre alimentaire qui ont posé problème aux étudiants concernés. Avec ses effets sur la santé psychologique, la précarité est incontestablement la conséquence majeure de cette épidémie. Giveats est la nouvelle expérience food à votre portée, elle lutte et agit contre la précarité alimentaire pour permettre à tous de bénéficier d'une alimentation qualitative en évitant que les denrées encore consommables ne partent à la poubelle. Cette expérience est le fruit du travail de quatre co-fondateurs : Roméo Bernard, Anaïs Ferrandez, Joseph Pijaud et Sidi Camara) et s'avère être la

«La première application food qui transforme vos commandes en dons alimentaires collaboratifs»

première appli foodtech à proposer tous les types de commande avec un engagement socio-environnemental. C'est avant tout une entraide collaborative, « l'envie de lancer Giveats est accompagné d'une envie d'agir, de donner à notre génération une solution pour lutter ensemble contre la famine en France », explique Anaïs, co-fondatrice de Giveats.

Découvrez l'expérience optimisée de livraison de repas éthiques en sauvant les invendus et en réduisant le gaspillage de denrées alimentaire. Des millions de personnes dépendent d'une aide alimentaire, la précarité peut être éliminée par des restaurants solidaires et engagés.

Prenez part à la mission et devenez les premiers Givers en vous inscrivant sur notre site internet giveats.io, l'application sera lancée en juin 2021 à Paris », nous conseille Roméo, fondateur de Giveats qui s'engage à ce que toute personne dans le besoin puisse bénéficier d'un repas gratuit par jour sur la durée. « L'idée, c'est que les étudiants précaires, les familles nombreuses avec des petits revenus ou les personnes avec une petite retraite puissent bénéficier des repas gratuits de manière régulière [...]. Cela pourra être un repas offert par jour pendant trois mois, six mois, voire un an », reprend Anaïs.

Comment fonctionne l'application ?

La solution est très simple ! Avec l'application, les utilisateurs, Givers, peuvent se faire livrer des repas, réserver une table, commander des plats à emporter ou sur place grâce à un paiement 100% mobile. Les Givers

gagnent des « geeds » (crédit de consommation sur l'application) et des réductions (jusqu'à -30%) selon leur consommation dans les restaurants. La seconde appli, des personnes précaires, les Takers, sélectionnées par des associations caritatives partenaires ou la mairie, peuvent gratuitement récupérer des repas et des invendus que les restaurants mettent en ligne. Giveats les achète à bas prix grâce aux micro-dons des Givers sur l'addition et 10% de ses gains.

L'impact de notre contribution

Vous pouvez suivre l'impact de votre belle contribution grâce à l'application où « les mesures de l'impact sont entièrement transparentes. Les Givers pourront suivre un rapport complet de leur impact avec une visibilité sur le volume de repas sauvés ainsi que son impact en CO2 et ils pourront également constater les nombres de précaires c'est-à-dire, les Takers nourris grâce à eux en temps réel ». Maintenant, nous pouvons nous demander si des personnes mal intentionnées ne vont pas profiter de cette application pour récupérer des repas qu'ils pourraient très bien se payer... C'est impossible car l'application Takeats demande un code d'activation que seule une association à but humanitaire ou encore la Mairie de Paris vont donner aux personnes référencées et dans le besoin. Giveats, quant à lui, vise les personnes



Roméo Bernard, fondateur de Giveats, dans ses bureaux, Paris, 2021.

qui ont vraiment très peu de moyens pour s'acheter à manger, mais qui ont tout de même un smartphone : des étudiants dans le besoin, de jeunes retraités qui gagnent très peu, une famille où les parents ont perdu leur travail. Si l'on ne possède pas de smartphone, il est impossible d'utiliser ce service.

Les avantages d'un restaurateur

« Vous bénéficiez d'une application pour fidéliser une communauté de foodies qui partage notre mission à savoir, éliminer complètement la faim en France. Ensuite, on digitalise entièrement le parcours d'achat aux clients afin de vous concentrer uniquement sur l'accueil, le service et vos cuisines. Votre restaurant s'inscrit d'une action éthique engagé positivement pour la planète qui va plaire aux consommateurs. Enfin, c'est l'occasion pour votre restaurant de mieux se connecter avec ses clients pour améliorer son expérience, se différencier, créer une nouvelle source de revenus pérenne et durable avec notamment notre offre d'abonnement sur des paniers à cuisiner du chef ». Cela n'a pas été facile pour Giveats mais plutôt été un gros travail de recherches sur les réseaux, puis des déplacements aux restaurants. Leur choix s'est porté sur des restaurants dans une optique solidaire, qui préparent beaucoup de nourriture et au lieu de le jeter, le donne aux personnes dans le besoin. Quand la footech rencontre le social, cela peut réellement produire de jolies choses. L'application arrive dans le mois et démarre à Paris et plus particulièrement dans le 13ème arrondissement et cela devrait se répandre au fur et à mesure dans de plus en plus de restaurants parisiens puis français.

*Nguyen Minh-Anh
& Garnier Marie-Claire*





La vie sociale

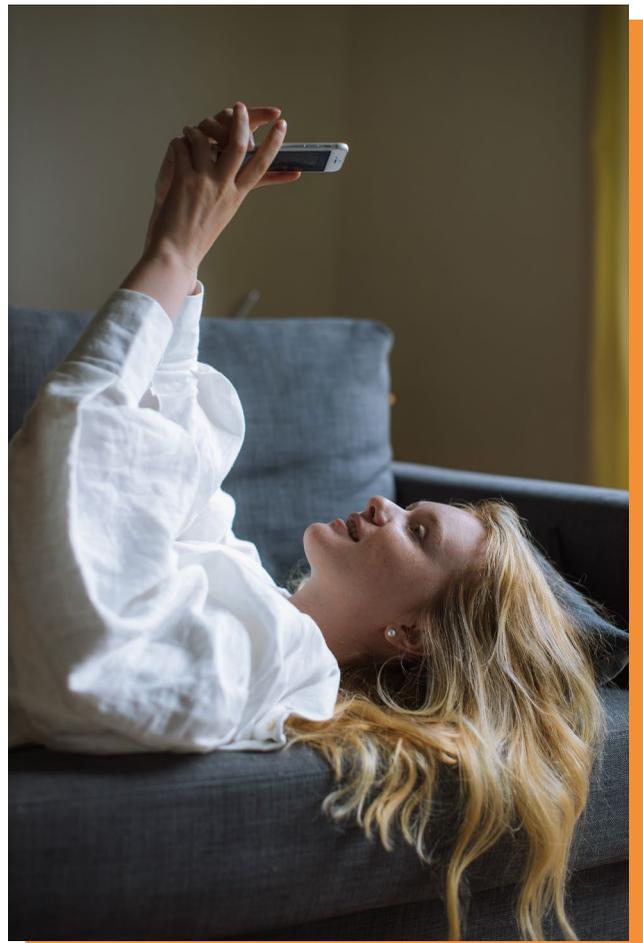
EN TEMPS DE COVID : LES RENCONTRES 2.0

Tout ça à cause d'une chauve-souris

17 mars 2020 : fermeture des restaurants, bars et boîtes de nuit en France. C'est le début d'une année noire pour notre vie sociale.

La pandémie s'est installée sur le territoire et le gouvernement a dû mettre en place des mesures sanitaires strictes pour stopper la propagation du virus. Avant, il y avait les soirées dans les bars, les rendez-vous au cinéma, les échanges de numéros en boîte de nuit, autant d'évènements qui permettaient de faire des rencontres, à présent il y a Netflix et la solitude. Alors, comment faire des rencontres quand tout est fermé ?

L'homme est un animal profondément sociable, c'est ce qui explique son appétence à vouloir se lier à d'autres notamment à l'aide des nouvelles technologies. On se rassemble dans des grandes villes pour se rencontrer, se croiser, se lier à autrui dans le but de ne jamais être seul. En effet, la relation à l'autre est le centre de toute vie en société "l'homme doit être en relation avec d'autres. Si l'homme est sans lien à l'autre, il est fou" comme le rappelle Erich Fromm, sociologue et psychanalyste. Pourtant, le confinement a ralenti les espaces de ren-





contre et a transformé une habitude que personne ne remarquait en un besoin vital puisque "pour être bien portant, il (l'Homme) doit absolument être en relation d'une manière ou d'une autre" comme l'explique Erich Fromm. « Tous les moyens de socialisation habituels pour nous, jeunes adultes, sont interdits : se rencontrer, prendre un verre, aller au cinéma, faire des concerts... » nous dit Grégoire. Alors, comment se rencontrer si les dates physiques ne sont pas possible ? Vous avez certainement déjà entendu parler de Meetic, Tinder, Bumble ou encore Fruitz. Peut-être utilisez-vous une de ces applications ? Saviez-vous, qu'en octobre 2020, 31% des français, étaient inscrits sur un site de rencontre ? Soit plus d'un Français sur trois. Ces données, issues d'une étude de l'Institut Français d'opinion publique, montrent bien une hausse de la fréquentation de ces sites puisqu'ils n'étaient que 26% en 2018. Et si l'on regarde de plus près ces chiffres, on observe un bond de 2 points en 2020 en seulement 6 mois, prouvant ainsi le besoin de rencontres durant le confinement.

Du réel au virtuel

« Il nous est impossible de faire de nouvelles rencontres avec la fermeture des bars, mais il est également difficile de voir nos amis à l'extérieur » nous explique Lisa, étudiante en alternance. En effet, le sondage réalisé par notre équipe met en avant le manque de lien social pendant la pandémie puisque 83% des répondants disent ressentir un manque d'interaction depuis le début de la COVID-19.

Avec une vie sociale réduite au strict minimum, les jeunes se connectent sur les applications de rencontre qui connaissent un véritable boom. Les verres en terrasse sont interdits ? Pas de souci, place à l'apéro visio.

L'isolement pèse sur le moral et les applications de rencontre sont parfois la seule éclaircie vers une socialisation. La preuve en est avec Tinder qui a enregistré le dimanche 29 mars 2020 son record mondial du nombre de « swipes » avec pas moins de trois milliards de doigts qui ont glissé sur les écrans en une seule journée. A l'échelle

nationale, les conversations quotidiennes sur l'application battent leur plein avec une augmentation de 23% depuis le début du confinement. Tinder est rejoint par Happn qui enregistre aussi une hausse de 18% des échanges de ses utilisateurs français. En mars 2020, Bumble a réalisé une enquête qui montre que le nombre d'appels vidéo a augmenté de 44% en France, et 21% dans le monde.

Et demain ?

Au-delà des applications de rencontre, plusieurs initiatives ont vu le jour ces derniers mois. Justine nous présente l'une d'elles lancée par Diane Perreau, une influenceuse qu'elle suit sur Instagram : Meet By Didi. Le principe ? Diane a créé un compte spécial sur lequel elle partage le profil de ses abonné.e.s et précise leurs attentes : recherche amicale ou amoureuse. En 2 jours, 21k personnes se sont abonnées et pas moins d'une centaine de profils partagés. Sophie, a quant à elle utilisé l'application "Mes Voisins" qui lui a permis de venir en aide et d'échanger avec les habitants de son quartier durant la pandémie. Parce que c'est aussi ça le lien social : la solidarité !

Oui mais voilà, depuis quelques semaines, la France se déconfiner doucement mais sûrement. On peut alors se demander comment les applications de rencontre vont survivre face au retour de la drague du samedi soir en ville. Selon notre enquête, seulement 5% des personnes inscrites pendant la pandémie disent vouloir continuer à utiliser leur compte après la crise du COVID. 19% ne savent pas et manquent encore de visibilité. Les timides



garderont peut-être une préférence pour l'appel vidéo en guise de première rencontre là où les amateurs de mojitos n'hésiteront pas à retrouver la convivialité des bars et la chaleur humaine. Les créateurs de ces différents sites vont donc devoir garder et fidéliser leurs abonné.e.s en se réinventant parce qu'il est inutile de miser sur une nouvelle pandémie : les français ont eu leur dose.

Joris de Labarthe et Camille Leblond





Ça m'a fait plaisir de te voir hier !

Tu veux qu'on se revoie quand ?

T'es là ?

“...ET PUIS, JE N'AI PLUS JAMAIS EU DE SES *nouvelles*”

Les balades main dans la main, les dîners au restaurant, les câlins du matin...

Vous êtes sur votre petit nuage, vous pensez vivre l'idylle avec votre moitié. Soudain, il y a comme un froid dans l'air, un silence s'installe... Votre partenaire ne répond plus à vos messages. Vous avez été ghosté ! Et vous n'êtes pas le seul. Selon une étude publiée dans le *Journal of Social and Personal Relationships* en 2018, sur 1300 personnes interrogées, un quart affirment avoir déjà été ghostés par leur partenaire.

De l'anglais "ghost", qui signifie "fantôme", le terme ghosting désigne le fait d'interrompre soudainement toute communication avec une personne, sans avertissement ni explication, dans le but de mettre fin à la relation - qu'elle soit amicale, amoureuse ou professionnelle. Jérémy, 30 ans, Directeur artistique, raconte : "Une fois, je devais passer un entretien dans une boîte mais je n'y suis pas allé et je ne les ai jamais recontactés. Je venais d'être embauché par une autre entreprise, du coup comme j'avais le choix, je n'avais pas pris la peine de répondre négativement à toutes les autres que j'avais démarchées dans ma re-

cherche d'emploi." Aujourd'hui avec les réseaux sociaux, ce phénomène s'accélère, notamment dans le milieu professionnel : 10 à 20% en plus en 2018, constate le cabinet de recrutement Robert Half. Alors pourquoi ?

Tous ghosters

Il existe une multitude de raisons de ghoster, inconsciente ou pas. "Dans les relations amoureuses, les raisons peuvent être liées à la peur" nous explique Lula Cazals, psychologue. "La peur de se confronter, la peur de s'engager face à une personne trop intrusive, parfois même la peur de blesser l'autre : on pense alors qu'une non-réponse peut être moins douloureuse que les vraies raisons de la rupture". On

peut aussi noter la tendance dans notre société que nous avons à considérer l'autre comme un objet pour répondre à nos attentes et à nos satisfactions. Comment l'expliquer ? Avec la multiplication des applications de rencontre, le choix de partenaires potentiels s'est élargi. Conséquence : on ne valorise plus suffisamment l'autre car on peut facilement le remplacer.

"Nous sommes habitués à l'instantanéité" poursuit Lula Cazals. On estime la tolérance d'attente à 3h pour un

« Aujourd'hui avec les réseaux sociaux, on peut disparaître en 1 clic. C'est 1 de perdu, 10 de retrouvés. Easy »

message, et dans la journée pour un email, selon l'étude menée sur le ghosting par Malene Rydahl, Senior Advisor chez Boston Consulting Group. Mais le ghosting n'est pas toujours un acte conscient : parfois nous sommes simplement saturés de textos, tweets, snapchat ou posts... Ainsi, il arrive bien souvent que la raison d'une non-réponse soit tout simplement: j'ai trop de messages, et pas assez de temps pour y répondre quand je le reçois, puis j'oublie d'y répondre plus tard. D'ailleurs, le saviez-vous ? Xavier Niel reçoit 1000 messages par jour et répond à tous dans les 12 minutes. Cela lui permet de construire un capital de sympathie. Sa relation avec les autres est de meilleure qualité car il répond aux messages, même si ses réponses sont courtes. Sa réputation s'en trouve améliorée. En effet, 50% des gens qui ne reçoivent pas de réponse à leur message jugeront leur interlocuteur prétentieux, égoïste ou mal organisé, selon l'étude de Malene Rydahl.

Vous êtes hanté.e

Quelles sont les conséquences du ghosting ? Alice, 24 ans: "j'étais énormément inquiète, je pensais qu'il lui était peut-être arrivé quelque chose de grave." C'est souvent le premier sentiment que l'on éprouve. Puis vient le doute: "Est-ce c'est ma faute ? J'ai fait quelque chose qui ne fallait pas ?" Avant de passer par la colère "quel ingrat ! Je mérite mieux." Mais pour résumer : le ghosting fait mal. Il active dans notre cerveau les mêmes parties que celles qui s'activent lorsque l'on ressent une douleur

physique. Lula Cazals nous explique "nous sommes des « creatures of meaning » : nous cherchons et nous avons besoin d'explication, que les choses aient un sens. En plus de la douleur et du rejet, les victimes de ghosting se posent un milliard de questions non résolues auxquelles ils ne trouveront aucune réponse." Et du côté du ghoster ? Un sentiment d'inachevé, de culpabilité. "Est-ce que je suis faible parce que je n'arrive pas à dire ce que je pense ?" témoigne Juliette, 24 ans. "Je me remets toujours en question." Il n'y a d'ailleurs pas de différence culturelle d'un pays à l'autre : qu'on soit en Corée du Sud ou au Brésil, 2 personnes sur 3 se sentiront rejetées et humiliées par une non-réponse.

Que faire pour éviter le ghosting ? Voici quelques tips. Si vous êtes saturé.e de messages, trouvez votre propre système de réponse : quand répondre, avoir des réponses types préparées pour gagner du temps, si votre réponse est « non » répondre immédiatement car cela ne nécessite pas de réflexion, ou bien choisissez le canal qui vous convient (emails, textos,...) pour que les autres s'y adaptent et sachent mieux comment vous joindre. Si vous avez peur de la confrontation, notez que 90% des gens préféreront un « non » clair même si cela peut être désagréable.

*Dumaina El Qualifi,
Naomi Lebog et Delphine Boursier.*



Tendances été 2021

LE GRAND RETOUR DES ANNEES 70

Qui ne s'est jamais posé la grande question «qu'est-ce que je vais mettre aujourd'hui ?». Afin de vous éviter ce petit souci, nous allons vous proposer des idées de looks tendances pour cet été. Osez les motifs et les lunettes aux verres colorés car les «septenties» sont à l'honneur. On l'a vu avec le fameux pantalon flare aux motifs psychédéliques que l'enseigne de fast fashion ZARA a sorti et qui a rapidement été sold out. Pour vous, nous avons sélectionné 3 tendances de l'époque pour arborer le parfait look groovy.

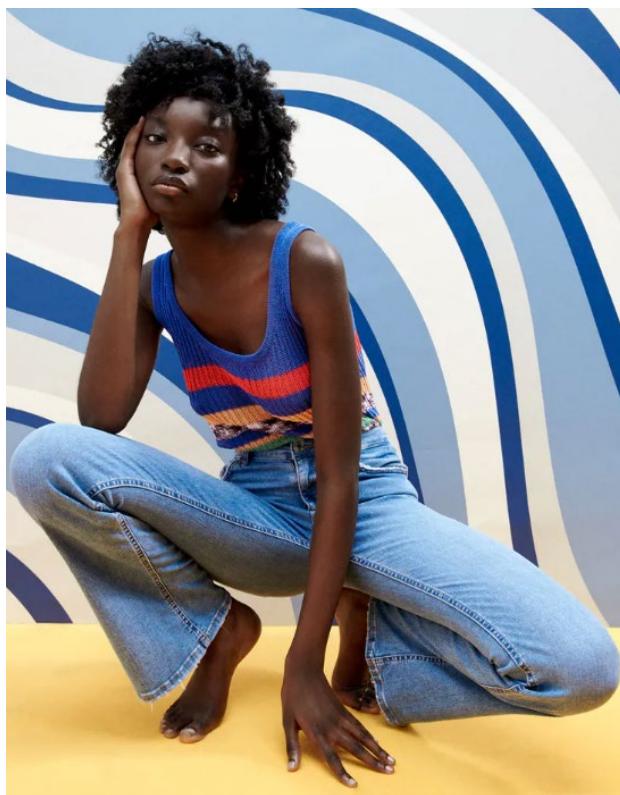
1. Le jean flare

Comment ne pas citer l'incontournable des 70's. Nous faisons bien évidemment référence au jean flare alias le jean «pattes d'eph» (pattes d'éléphant), qui n'a pas pris une ride depuis sa naissance.

« Pour la petite histoire, ce jean est redevenu à la mode à la fin des années 60 et durant toute l'ère 70 car il était très apprécié des hippies.»

Mesdames (et messieurs), sachez que cette coupe de denim s'harmonise parfaitement avec tout type de morphologie car il élance la silhouette, allonge la jambe et donne une allure de folie.

Pour l'associer, rien de plus simple : misez sur une blouse



Jean flare ZARA, 39,95€



Farrah Fawcett, actrice américaine dans la série «Drôles de dames».



Jean flare PIMKIE, 10€



Jean flare MAJE, 195€

vaporeuse et des sandales à talons en bois pour jouer le total look bohème à fond, ou un chemisier en broderie anglaise et des converse blanches pour moderniser le style et ajouter une touche rock.

Pour vous, nous avons sélectionné un jean flare de la marque MAJE (notre coup de coeur) après être parties en repérages aux Galeries Lafayette, mais nous proposons également des alternatives pour les plus petits budgets.

2: Les imprimés psychédéliques

Vous vous rappelez du papier peint de votre grand-mère ? Celui aux formes géométriques dans les tons jaune, orange, marron, qui donnait le tournis ?

Et bien sachez que les motifs psychédéliques font leur grand retour et s'invitent à toutes les sauces ! En top, en pantalon flare (ou pas), en robe, jupe, etc... Sachez que si vous n'osez pas porter le motif sur vous, pensez aux accessoires afin d'apporter cette petite touche en plus : un bandeau, un foulard aux motifs 70s noué dans les cheveux donnera un coup de pep's à votre tenue.

Un peu dans le même style que les formes psychédéliques, le motif fleurs «marguerites» (et non le motif «Liberty») est aussi très tendance

Ci-dessous les pièces qui nous ont tapé dans l'oeil aux Galeries Lafayette et approuvées par Nicolas, personal shopper depuis 6 ans.

3: Les accessoires

Pour celles et ceux encore réticents à l'idée de ressembler à un hippie, l'option des accessoires apparaît comme la meilleure alternative. Vous pouvez miser sur des lunettes de soleil style aviateur aux verres teintés, mais le foulard noué autour de la tête façon grand-mère est plus en vogue. Dans le même style, pensez à ressortir



Jackie Kennedy en robe à motifs psychédéliques, août 1969.

Le «it-pantalon»
ZARA, 39,95€



145€



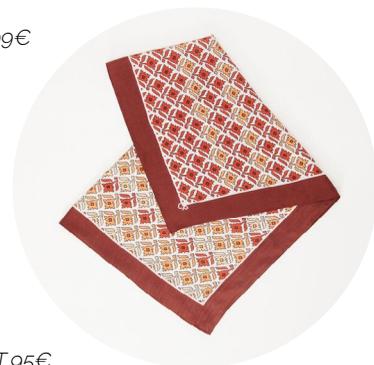
365€



Robe STRADIVARIUS, 29,99€



75€



Foulard
CLAUDIE PIERLOT, 95€

vos bandeaux, vous savez celui que votre maman vous forçait à porter pour avoir l'air sage ? Et bien sachez que c'est de nouveau très tendance.

Plutôt classique avec un modèle uni ou tape-à-l'oeil avec un tissu à motifs colorés ?

Voici notre sélection d'accessoires cheveux, adaptés à tous les porte-monnaie.

Bandeau ZARA, 9,95€ ; Foulard CLAUDIE PIERLOT, 95€

Si vous avez regardé « Le serpent » sur Netflix, alors vous avez forcément dû être charmé(e) par les looks tendance de la femme du personnage principal, Monique. Entre nous, un look sans accessoires c'est un peu comme un appartement sans meubles. Un accessoire peut changer votre tenue en un rien de temps.

Découvrez en exclusivité nos coups de coeur lunettes
CHLOE - Gemma - 410 € ; ASOS - Monture carrée - 13,50€
Le personnage «Monique», complice de Charles Sobhraj,



Bandeau ZARA, 9,95€



ASOS - Monture carrée - 13,50€



Lunettes NASTYGAL, 12€



CHLOE - Gemma - 410 €



Le personnage «Monique», complice de Charles Sobhraj, de la série «Le Serpent», disponible sur Netflix.

de la série «Le Serpent», disponible sur Netflix. Pourquoi ce retour foudroyant aux années 70 ? « La cause reste inexplicée, mais la tendance revient : les seventies font leur retour dans nos armoires et même nos intérieurs. ». Succomberiez-vous à la tentation ? Faites-le nous savoir ! Postez vos tenues spécial seventies avec le hashtag suivant #PPAété70. Les meilleurs looks seront publiés dans le prochain magazine VivaVous ! À vos téléphones, prêts, partez !

Maddy Futeberg & Carla Saguet

Le récap'

- Les pièces incontournables : le pantalon patte d'éléphant (le fameux jeans flare), les jeans taille haute, le foulard, les lunettes de soleil teintées, la jupe longue et bohème et la jupe midi (sous le genou), le body, le tee-shirt imprimé, le maillot de bain une pièce, les boucles d'oreilles oversize, les chaussures à plateforme, les bottes et les cuissardes.
- Les couleurs : pop (orange, violet, rouge, rose ...), terre vive (marron orangé, moutarde, ...)
- Les motifs : Imprimés orientaux (notamment les tissus indiens), floraux, psychédéliques, les rayures, le tie & dye.
- Les matières : les tissus fins et fluides (mousseline, soie), le jean, la (fausse) fourrure, la suédine
- Les icônes et inspirations mode : Jane Birkin, Mireille Darc, Françoise Hardy, Lauren Hutton, Janis Joplin, Joan Baez, Cher, Farrah Fawcett, Romy Schneider, Catherine Deneuve





K Beauty

QUAND LA CORÉE S'INSTALLE DANS NOS SALLES DE BAIN

Vous avez sans doute déjà jeté un œil curieux sur toutes ces nouveautés fleurissant dans vos rayons beauté ? BB crèmes, CC crèmes, masques en tissus : les tendances beauté coréennes ne cessent d'envahir nos magasins depuis quelques années. Quand les Françaises utilisent environ 5 produits dans leur routine beauté, les coréennes en ont 27. Reportage sur ces tendances d'ailleurs qui révolutionnent la beauté occidentale.

Qu'est-ce que la K Beauty exactement ? Au-delà des cosmétiques venant de Corée du Sud, la K Beauty est une révolution pour le monde de la beauté. Les soins et le maquillage sud-coréens ciblent en premier lieu la santé de la peau grâce à des ingrédients naturels. Grâce aux soins de la K Beauty, Juliette a pu régler ses problèmes de peau : "Les produits coréens sont révolutionnaires pour l'acné, je n'en ai plus depuis que je les utilise".

Mais pourquoi sont-ils aussi en avance dans ce domaine ? Les diktats de la beauté en Corée sont bien plus ancrés dans la population qu'en Occident ou en Amérique. Dès leur plus jeune âge, les coréennes doivent faire attention à leur ligne, leur peau et leur apparence de façon générale. Cette ob-

session pour la beauté a fait avancer très rapidement les recherches scientifiques autour des cosmétiques. Les molécules, assemblages et formulations y sont novatrices, la plupart des nouveautés dans le monde de la beauté viennent souvent d'une avancée scientifique sud-coréenne. C'est ainsi que l'on fait face à l'émergence de nouveaux produits venus d'ailleurs dans nos magasins européens, des textures plus fluides, plus légères, souvent gorgées de protection UV. Laura, étudiante en BTS cosmétique l'a bel et bien remarqué : "Je n'ai jamais vu autant de produits coréens dans les rayons des magasins, on en trouve même au supermarché maintenant". En plus des marques sud coréennes émergentes comme Erborian par exemple, les marques françaises ou européennes

comme Garnier, Maybelline ou Sephora sortent elles aussi des produits inspirés de la K Beauty. Ces produits ont donc totalement investi nos salles de bain, y compris celle de Juliette : "J'ai commencé avec les masques en tissus, puis les exfoliants et j'ai fini par avoir une routine beauté 100% coréenne". On prévoit une

forte augmentation de ce marché avec 21,8 milliards de CA dans le secteur d'ici 2026.

Pourquoi tant d'engouement autour des produits de la K Beauty ?

«J'ai découvert une autre façon de se maquiller avec la K-Beauty, ma peau va mieux et j'ai le teint beaucoup plus lumineux»



A l'opposé des tendances américaines du "toujours plus" que l'on observe sur les réseaux sociaux, on constate que les diktats de beauté coréens peuvent s'avérer bien différents : on ne recherche plus un teint halé ou bonne mine, mais plutôt un teint extrêmement lisse et pâle. C'est pourquoi la beauté coréenne accentue la majorité de ses produits autour d'une

protection UV : qu'il s'agisse du maquillage ou de la crème hydratante, toutes regorgent d'une protection solaire très élevée. Laura nous explique justement que "C'est en voyant tous les filtres UV présents dans les produits coréens que j'ai compris l'importance de se protéger du soleil"

Côté maquillage, on cherche à ouvrir le regard plus qu'à le charger de fards et les lèvres restent généralement de couleur rosée. Les femmes recherchent notamment plus de naturel. Carla, étudiante, a totalement changé sa façon de se maquiller depuis plusieurs années : "J'ai découvert une autre façon de se maquiller avec la K beauty, ma peau va mieux et j'ai le teint beaucoup plus lumineux".

Capillairement, de nouvelles technologies de soins voient le jour. S'armant habituellement d'huiles ou de masques épais et nourrissants pour hydrater et réparer nos cheveux, désormais il faudrait utiliser des produits moins occlusifs pour la fibre capillaire, comme l'eau lamellaire : un soin concentré en acides aminés et protéines. Ce nouveau traitement aussi fluide que de l'eau saurait réparer la fibre capillaire en profondeur et non plus en surface.

Les cosmétiques asiatiques, une nouvelle norme occidentale ?

Nous sommes forcés de constater que les attentes occidentales en matière de beauté évoluent constamment. Finalement,



«J'adore les textures plus légères des produits coréens, mais souvent il n'y a que deux ou trois teintes disponibles, avec ma peau mate c'est très compliqué.»



ment, les exigences des Françaises rejoignent celles des coréennes autour d'une beauté moins extravagante et plus précise.

La Corée n'est pas seul acteur sur le marché, on retrouve de plus en plus de marques japonaises comme Shiseido ou Bioré aux côtés des produits de K



Beauty. La tendance devient asiatique plus que coréenne ; les sites comme Yesstyle se multiplient : premiers à commercialiser les cosmétiques asiatiques en Europe.

Malgré tout, la K Beauty a un gros défaut : le choix des teintes reste très restreint, la pluralité des carnations ne s'y retrouve pas forcément, la cosmétique asiatique a quelques efforts à faire pour devenir une norme occidentale. Magalie nous le confirme "J'adore les textures plus légères des produits coréens, mais souvent il n'y a que deux ou trois teintes disponibles, avec ma peau mate c'est très compliqué."

@virginie_grn @a.pinto17



LES CULOTTES MENSTRUELLES, PLUS QU'UNE TENDANCE : *une révolution !*

Alternative moderne aux serviettes hygiéniques et aux tampons, les culottes menstruelles envahissent le marché français depuis quelques années. Moins nocives pour la santé, plus écologiques et surtout plus économiques que les protections traditionnelles, ces culottes bouleversent le marché et le quotidien des femmes qui les portent. Mesdames, on fait le point sur ce nouvel incontournable de nos placards !

Lancée aux États-Unis en 2014, Thinx est la première marque à commercialiser les culottes menstruelles. Trois ans après, le modèle s'exporte en France avec la naissance de la marque Fempo. A partir de cette date, tout s'accélère, le concept plait, et c'est l'effervescence. Cinq ans après, la culotte fait parler d'elle et les femmes se l'arrachent : « C'est à mes débuts en 2019 que j'ai vraiment senti un vif engouement de la part des femmes, tous les stocks partaient en pré-commandes, c'était un rythme effréné, le marché a explosé ! » Marion, fondatrice de Marguette.

Aujourd'hui, les marques ayant développé leurs propres culottes ne se comptent plus, parmi elles on retrouve donc Marguette mais aussi Réjeanne, Moodz, So Cup, Blooming, Modibodi, et bien d'autres... « A partir de 2020, l'offre s'est multipliée, laissant aux consommatrices un large choix de produits. » Marion, fondatrice de Marguette.

Mais concrètement, une culotte menstruelle c'est quoi ? C'est une protection hygiénique externe réutilisable qui prend l'apparence d'une culotte de lingerie classique. Au niveau de l'entrejambe, une partie absorbante, en coton ou en bambou, a été intégrée, comprenant 4 couches dont une anti-humidité, une à action anti-microbienne, une absorbante et une anti-débordement.

Féministe et responsable

« Au début de Fempo, 7 femmes sur 10 étaient insatisfaites de leurs protections hygiéniques actuelles, qu'elles décrivaient comme "inconfortables". Elles avaient peur pour leur santé mais aussi pour la planète, parce qu'elles génèrent beaucoup de déchets tous les mois, mais n'avaient pas le choix. », Claudette et Fanny, fondatrices de Fempo.

En effet, d'après une étude Fempo, une femme utiliserait

Le saviez-vous ? Le 28 mai c'est la journée mondiale de l'hygiène menstruelle

Lancée en 2014 par l'organisation Wash United, cette journée a pour but de sensibiliser sur la précarité menstruelle et l'hygiène, de former autour de cette dernière mais aussi et surtout de briser les tabous sur les règles.

Pourquoi cette date ? Car le chiffre 28 représente la durée du cycle menstruel. Le mois de mai, quant à lui, est le 5ème mois de l'année soit la durée moyenne des règles (5 jours).

environ 12 000 à 15 000 protections menstruelles au cours de sa vie, tampons ou serviettes hygiéniques en majorité. A l'échelle mondiale, cela représente une consommation de 1 447 serviettes hygiéniques chaque seconde, soit 45 milliards par an. 45 milliards de produits qui mettent plus de 500 ans à se dégrader, soit autant qu'une bouteille en plastique.

Nocives pour l'environnement, ces dernières s'avèrent l'être également pour la santé et ont fait l'objet de nombreuses controverses ces dernières années : résidus chimiques, matières premières polluées, défauts dans les processus de fabrication ou encore chocs toxiques font partie des risques encourus pour porter un produit de première nécessité.

C'est ainsi que depuis quelques années, une prise de conscience est née en France et en Europe sur le sujet, et la culotte menstruelle est la solution simple, saine et surtout ultraconfortable à ces nombreux problèmes. Facile à utiliser, fabriquée à partir de matières biologiques, respectueuse de l'environnement et économiques, les culottes conviennent à toutes personnes. Assurément, les culottes sont accessibles à toutes, bien que le prix puisse représenter une barrière au premier abord, elles se rentabilisent très rapidement (environ trois mois), un plus pour les femmes en situation de précarité. « En effet c'est une grosse somme à mettre d'un coup, mais il faut vraiment penser au long terme ! Ici le calcul est vite fait, acheter des culottes de règles c'est plus rentable que des serviettes/tampons quand on sait qu'on peut les garder environ 3-4 ans. Puis c'est bien plus écologique au niveau des produits utilisés, de la méthode de production et de la provenance. » Faustine, jeune consommatrice et ambassadrice chez Moodz.

Stop au « je ne peux pas, j'ai mes règles » !

Face à ce succès, le concept s'étend : la culotte est totalement adaptée à d'autres problèmes féminins tels que le post-partum ou les fuites urinaires.

On observe ainsi de nombreuses innovations comme le maillot de bain menstruel auquel la partie absorbante initialement en bambou dans les culottes est ici remplacée par du coton, permettant au maillot de ne pas gonfler au contact de l'eau : « le sang prendra la place de l'eau dans la partie absorbante et du coup, pas besoin d'essorer ton maillot de bain en sortant de la mer ou de la piscine », FEMPO. Idéal pour cet été, vous n'aurez plus besoin de reculer devant les baignades, les promenades et les activités sportives en plein air ! Désormais, tout est possible.

Cependant d'autres marques, peu convaincues par la réussite de cette utilisation du maillot de bain, ont pris le parti d'axer leur innovation sur les textiles et le côté esthétique des culottes. C'est le cas de Marguette : « En effet, là où avait une offre très basique, la différence va se faire sur une offre mode ». L'objectif étant alors d'adopter tous les codes de la

lingerie traditionnelle en proposant des collections, des modèles à motifs, en dentelle et de différentes couleurs.

Mais ce n'est pas tout ! Certaines marques choisissent, de leur côté, d'axer l'innovation sur les modèles pour que chaque femme puisse se retrouver et se sentir à l'aise dans sa culotte. On retrouve par exemple des shorty non-genrés, adaptés à tous types de flux et accessibles à toutes et tous.

Ainsi, la culotte menstruelle c'est bien plus qu'une protection hygiénique, c'est une révolution : elle pousse la femme à aborder son corps et ses règles différemment, à le comprendre et à écouter ses besoins mais aussi et surtout à avoir une autre image d'elle-même : celle d'une femme forte, en confiance et en adéquation avec elle-même.

*Youra Cheikh, Chloé Soulián,
Manon Gouhier*

Comment ça marche ?

1) Quel type de culotte choisir ?

Il existe 3 modèles de culottes, chacun adapté à un flux particulier :

- La culotte flux léger
- La culotte flux moyen
- La culotte grand flux

De plus, une large gamme de tailles et de couleurs est proposée, car chaque femme a le droit à une protection digne de ce nom.

2) Combien de temps la porter ?

La culotte est efficace pendant 8 à 12h (soit l'équivalent de 3 à 4 tampons réguliers ou serviettes) et est donc capable d'absorber le flux d'une journée ou d'une nuit entière.

3) Et pour le lavage ?

C'est très simple :

Commencez par bien rincer à l'eau froide jusqu'à ce que l'eau devienne claire

Mettez en machine à 30 degrés

Laissez sécher à l'air libre

4) La durée de vie d'une culotte ?

En fonction de la marque et du soin apporté à la culotte, elle peut vous durer de 2 à 7 ans, ce qui n'est pas négligeable !





Précarité MENSTRUELLE, L'HEURE DU CHANGEMENT ?

Elles sont parfois gênantes, elles peuvent être douloureuses et parfois tabous. Pourtant, les règles sont naturelles, normales et font parties du quotidien des femmes. En moyenne, une femme aura ses règles durant 2 000 jours dans sa vie soit pendant plus de 5 ans d'affilé. Malgré tout, en parler reste bien souvent compliqué. Ce manque d'informations et parfois d'éducation peut avoir des conséquences dramatiques. Pour lutter contre ce phénomène et contre la précarité menstruelle, de nombreuses actions se mettent en place.

La précarité menstruelle, c'est le manque ou la difficulté d'accès aux protections hygiéniques, par manque de moyens. De nombreuses femmes n'ont pas les ressources financières pour s'acheter des protections. Elles se tournent alors vers des alternatives : papier toilette, tissus, conservation trop longue des produits. Les conséquences sur la santé peuvent être désastreuses. « Les protections internes utilisées de manière prolongée peuvent provoquer des infections graves parfois mortelles » explique Antoinette, sage-femme à l'hôpital Saint-Antoine (Paris). « L'autre risque de ce genre d'uti-

lisation est plus social, par exemple, l'isolement, la peur des regards extérieurs, l'exclusion, la stigmatisation ». De plus, certaines femmes ne sont pas suivies régulièrement par un gynécologue. Il est difficile d'estimer leur nombre mais souvent, les raisons sont le manque d'informations ou la difficulté de trouver un professionnel de santé pour suivi gynécologique. En France, on manque de gynécologues, ce qui cause des déserts médicaux, des délais de rendez-vous très longs ... ». On estime qu'en France, 2 000 000 femmes sont touchées par la précarité menstruelle. D'après une enquête réalisée par OpinionWay et l'association Règles Élémentaires en mai 2021, 57% des Français estiment que les règles sont un sujet tabou dans la société.

«57% des Français estiment que les règles sont un sujet tabou dans la société.»

Pour lutter contre la précarité et les préjugés, de nombreuses initiatives se mettent en place : collectes, dons, mise à disposition de protections hygiéniques dans les universités.

Une initiative individuelle reprise par une université
En novembre 2019, Mélanie Jaoul, maitresse en droit à Montpellier Management décide de mettre à disposition



des étudiantes deux boîtes avec des protections au sein de son université : « J'ai acheté 80 paquets de protections et j'ai reçu des dons de copines puis j'ai lancé le projet ». Elle partage son initiative sur Twitter où un grand nombre de ses étudiants et étudiantes la suivent. Très vite, le projet fait vite parler de lui et est relayé par les médias.

Une association locale étudiante, Les Solibox, qui avait le même projet est alors intégré dans la démarche. Les retours sont alors unanimement positifs, de la part des étudiantes, mais pas uniquement. La direction de l'université, qui n'avait pas conscience de la problématique, appuie immédiatement l'initiative de Mélanie Jaoul dès qu'elle en prend connaissance.

Près de deux ans plus tard, cette dernière est « heureuse de penser que ce petit rien peut faire beaucoup... et si ce n'est, ne serait-ce que pour une seule femme qui ne se retrouve pas avec un choc pour avoir gardé trop un tampon, qui n'a pas manqué les cours parce qu'elle n'avait pas de serviettes... et bien c'est une victoire ».

«En septembre 2021, tous les sites universitaires seront équipés de distributeurs de protections.»

Depuis, le dispositif a été repris par l'Université elle-même, qui l'a étendu à tous ses établissements et bibliothèques universitaires. Il est intitulé Relax, car chaque étudiante doit pouvoir vivre sereinement sa période de menstruations.

Des artistes en résidence ont été sollicités pour réaliser les box. Ces dernières sont devenues des sacoches. Mélanie Jaoul continue de les alimenter régulièrement.

Enfin une prise de conscience collective ?

La grande distribution s'implique également. Depuis le mois de mars 2021, Carrefour offre une boîte de tampons ou de serviettes hygiéniques « Carrefour Soft »

de distributeurs de protections. Certains de nos voisins européens sont pourtant bien en avance sur nous. Le 25 novembre 2020, les députés écossais ont adopté une loi à l'unanimité qui est une première mondiale : l'accès gratuit aux protections hygiéniques dans les lieux publics. Il s'agit là d'une révolution et d'une avancée phénoménale. Cette loi ne signifie pas que les protections périodiques sont gratuites en grande surface. En revanche, les écoles, universités, entreprises, lieux publics devront mettre à dis-

position celles-ci en accès libre.

Peu à peu, les regards vis-à-vis des règles et de la précarité menstruelle évoluent. Mélanie Jaoul nous confiait : « à la rentrée ce sont tous les sites étudiants qui devront mettre en place ce type de dispositif [des distributeurs de protections] ... preuve que les règles deviennent moins tabou et que l'on évolue dans le bon sens ».

Plus de 5 ans après la baisse du taux de TVA sur les protections hygiéniques (passé de 20% à 5,5%), il reste cependant de nombreuses étapes à franchir.

Valentine Scipion et Anne Dechaumont

LE SAVIEZ-VOUS ?

Chaque année, depuis 2014, une journée mondiale de l'hygiène menstruelle est organisée le 28 mai. Pourquoi cette date ?

En moyenne, un cycle menstruel dure 28 jours. Le nombre moyen de jours de règles est de 5. C'est pourquoi, la journée de l'hygiène menstruelle est le 28 mai (28/05).



Top 3

DES LIEUX INCONTOURNABLES À PARIS CET ÉTÉ

Sur l'eau, dans les airs ou sur terre, partons à la découverte de 3 lieux incontournables à Paris cet été.

Un apéro sur l'eau ? Un dîner dans les airs ? Ou la découverte d'un open air sous le périph ? VIVA VOUS vous partage aujourd'hui le TOP 3 des lieux incontournables à découvrir à Paris cet été.

Envie d'une sortie originale ? On vous recommande **Marin d'eau douce** à découvrir sans modération ! On l'a testé pour vous et on vous le recommande ! Que ça soit pour l'apéro ou pour un moment détente, c'est l'activité à faire à Paris !

sements, des assiettes gourmandes, des planches qui rendront votre journée inoubliable. On vous recommande vivement le plateau de fromage ! Vous pouvez aussi décider de manger avant ou après votre balade fluviale sur la terrasse prévue à cet effet. La rédaction a passé un moment agréable entre amis avec une superbe vue.

Un apéro Chez Marin d'eau douce est l'occasion parfaite pour un doux moment en amoureux, un après-midi en famille ou avec ses amis. On se retrouve sur l'eau très vite.

Alors que les commerces et restaurants rouvrent peu à peu depuis le 19 mai suite aux annonces du gouvernementales, on vous propose dans VIVA VOUS le tout nouveau QG de l'été que la rédaction a testé pour vous !

PEDZOUILLE,

le premier restaurant qui ne se mange pas mais qui se vit

Après Pedzouille L'étable et Pedzouille La Bassecour, découvrez cet été Pedzouille La Grange : un rooftop situé dans le 15ème arrondissement.

Situé au 8ème étage du Novotel Porte de Versailles, ce rooftop et sa vue imprenable sur la capitale est fait pour vous. Venez profiter des longues soirées d'été entre amis sur la terrasse conviviale. Si le temps n'est pas au rendez-vous, pas de panique ! vous découvrirez un intérieur au décor original avec un thème assez rustique qui vous fait voyager dans l'univers de Pedzouille.

Vous êtes amateurs de bonnes viandes ? Ce concept restaurant 100% français comblera vos papilles avec des plats conviviaux et une carte avec des produits français





qui évolue au fil des saisons.

Lors de notre passage, nous avons rencontré Valentin le serveur qui nous a présenté Pedzouille comme le premier restaurant qui ne se mange pas MAIS QUI SE VIT. Selon lui, Pedzouille défend les valeurs et l'art de vivre à la française.

N'oubliez pas de vous y prendre à l'avance et de réserver votre table, la terrasse du restaurant affiche complet depuis son ouverture le 19 mai.

Après un voyage sur l'eau et dans les airs, retournons maintenant sur terre !

Partons à la découverte d'un nouveau lieu sous le périphérique qui ouvrira ses portes le 18 juin prochain : Kilomètre 25.

KILOMÈTRE 25.

Le lieu de vie des cultures périphériques

Annoncé comme "lieu de vie des cultures périphériques", ce lieu doit son nom à sa localisation, le 25^e kilomètre du boulevard périphérique. Un espace de 2200m² dédié à la musique, la culture et l'art vous attend !

Kilomètre25 est un lieu de vie, d'échange et de partage où se retrouvent des projets artistiques alternatifs et engagés.

Chaque jour, Kilomètre25 met à l'honneur la musique électronique, notamment en invitant des collectifs locaux comme La Mamie's, Astropolis. Le lieu accueillera également des Festivals & DJs Set. Ne manquez pas leurs programmations.

Ce nouveau spot a pour but de mettre en avant les projets engagés à travers des pop up store, friperies, créations artistiques. De nombreuses activités vous attendent, en famille, entre amis mais aussi pour les sportifs ou les amateurs de culture. Encore une fois, Kilomètre 25 est le

spot à ne pas manquer cet été!

Installé au bord du canal de l'Ourcq, le lieu sera ouvert durant les journées et tous les soirs du mercredi au dimanche.

Ce nouveau spot en plein air s'annonce plein de surprises ! Découverte culinaire avec un étage dédié à la food, avec des bars terrasse et foodtruck !

Ouverture le 18 juin

Retrouvez toute la programmation sur les réseaux sociaux : [kilometre25](#)

*Camille & Denis-Faustine Leconte
& Fati Sow*





DÉCOUVREZ LA *mixologie*

La mixologie, c'est l'association du mélange des boissons et de la création de cocktails. C'est également l'art d'associer de délicieux mets pour faire cohabiter les saveurs. Le cocktail a traversé les siècles et les époques en se renouvelant au fil des générations. Il est devenu, avec le temps, LA boisson emblématique des soirées et des occasions festives que nous aimons tous. La préparation du cocktail est devenue un Art à part entière, un savoir-faire avec des codes, des coutumes et surtout des accessoires qui lui sont propres : strainer, shaker, ou encore doseur, sont autant d'instruments qui font des bartenders, des « techniciens » de talent.

Cette tendance est devenue un véritable état d'esprit et conduit à des moments de partages et d'émotions. Avec la réouverture des terrasses du 19 mai 2021, nous avons décidé de mener l'enquête pour vous dénicher les meilleures adresses de Paris. Alors rejoignez vos amis, votre famille, vos collègues, dans ces lieux insolites et partagez votre expérience avec le hashtag #bestmixologists. La mixologie a encore de beaux jours devant elle.

NOTRE SÉLECTION !

Experimental Cocktail Club

L'Experimental Bar, ouvert depuis 2007, est le premier bar à cocktails de la capitale. Savourez des cocktails origi-

naux à partir de 10€ seulement, dans le quartier du Sentier. Créé il y a plus de 10 ans, l'experimental Bar conserve une image et un cadre chaleureux grâce à ses murs de pierre, son gros canapé Chesterfield et son DJ situé derrière un vieux piano. Découvrez une ambiance funky et une carte riche proposant une dizaine de recettes à base d'alcool infusé, de sirops maison et de fruits frais. Omar, client régulier et lui-même barman, déclare «C'est en fréquentant ce lieu avec mes amis, que j'ai eu envie de pratiquer la mixologie».

Ouverture : 7j/7

Horaires : 19h-2h (4h vendredi et samedi, 20h dimanche)

Adresse : 37 rue Saint-Sauveur 75002 PARIS

Métro : Sentier, Etienne Marcel, Réaumur - Sébastopol

Tarif : À partir de 10€



Photographie du bar de l'Experimental Cocktail Club.

Barman en train de préparer un sherry Fino Innocente.

Cocktails fraîchement préparés.

Danico

Le Danico est le dernier spot à la mode. Ce petit duplex est idéal pour déguster des cocktails rigolos et originaux. L'ambiance moderne et funk se singularise par un comptoir à chevrons marbrés, des fauteuils de velours et des appliques en laiton. Profitez d'un moment de détente face à la galerie Vivienne. Vous trouverez forcément votre bonheur parmi la sélection proposée : savourez le Kota Ternate, un mélange de rhums, de fruits et d'épices pour 14€ ou bien tournez-vous vers le sans alcool et optez pour un duo de jus de betterave et eau de coco pour 9€. Paul Carpentier, mixologue anglophone, a pris le temps de nous détailler son cocktail phare intitulé «Un petit pois dans un ascenseur» composé de vodka aux pêches, sirop de petits pois, jus de citron vert, sirop de sucre de canne, absinthe, champagne et menthe fraîche. Il déclare également que le lieu est sympa pour un premier rencard.

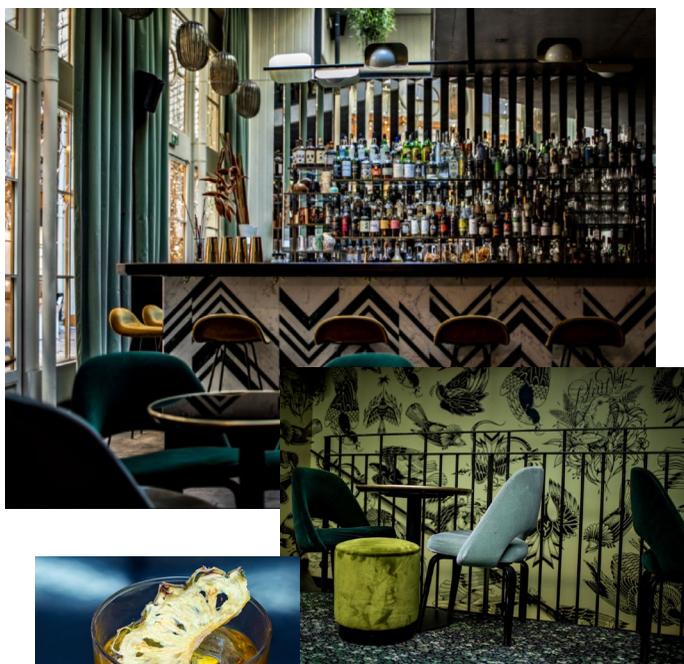
Ouverture : 7j/7

Horaires : 18h-2h

Adresse : 6 rue Vivienne 75002 PARIS

Métro : Bourse, Pyramides, Sentier

Tarif : À partir de 9€



Photographie du bar du Danico.
Cocktails préparé par Paul Carpentier.
Photographie de la mezzanine.



« DES COMBINAISONS
AUDACIEUSES À DES PRIX
ABORDABLES »

Dirty Dick

Découvrez ce bar emblématique de Pigalle. Baptisé en hommage à l'histoire de ce quartier, le Dirty Dick est un bar à cocktail branché. Profitez d'une ambiance estivale avec un papier peint à motifs palmier, des vahinés au mur et des fauteuils en rotin. Idéal pour sortir entre amis ! Scotty Schuder, colossal taurinier tatoué, a pris le temps de nous parler de son métier. À la question «Pourquoi venir au Dirty Dick ?», il nous répond «Ici, vous trouverez des combinaisons audacieuses à des prix abordables.» N'hésitez pas à dégainer votre dernière chemise à fleurs et venez déguster de savoureux cocktails à base de grenade, de vanille, de pastèque pour une évasion gustative.

Ouverture : 7j/7

Horaires : 18h-2h

Adresse : 10 rue Frochot 75009 PARIS

Métro : Pigalle

Tarif : À partir de 10€



Photographie d'un coin
cosy du Dirty Dick.
Cocktails préparé par
Scotty Schuder.
Scotty Schuder et son
collègue préparant des
cocktails.



Le saviez-vous ?

Pourquoi portons-nous un «toast»? Prêt pour un petit voyage dans le temps ? Dans l'Antiquité, les Romains avaient pour habitude de déposer un morceau de pain grillé dans leur vin car ils pensaient que cela contribuait à une bonne santé. Ils en plaçaient aussi dans les verres de leurs convives et c'est de cette habitude qu'est apparue l'expression «porter un toast».





VIVA VOUS

Le magazine qui vous va bien !