

DATA ANALYTICS
 YOUTUBE GOOGLE COMMUNICATION
 POPULAR WORDPRESS WEB
 FRIENDS MEDIA GLOBAL FROM
 FLICKR SEARCH
 PEOPLE LINKED IN
 INTENT PRIVATE



more than 150 per mile per flight. The insurance industry has introduced various classes of policy to remove the compensation for sonic bang damage would be upon the airline whose SST had caused the damage. The advocates of super-transport have refused to identify the aircraft and responsible and of processing the claims that would result in operations overland. The only effect of the sonic bang varies on the ground; have heard Concorde's noise levels have said the loudest noise they have heard is the same weight category. We believe that is imperative.

On 13 October 1972 the U.S. Senate voted 61 to 17 in favour of SSTs having the same noise standards as subsonic aircraft. On this occasion the House adjournment occurred before action could be taken, but no doubt the proposal will be made again.

Exclusion of Concorde from U.S. airports would deny to Concorde the field of operation—the north Atlantic—which is most vital to its commercial pretensions, and for which it was designed.

Upper Atmosphere Pollution

There is substantial scientific support for the hypothesis that destruction of stratospheric ozone by SST exhausts would result in harmful ultra-violet solar radiation penetrating to ground level. If this hypothesis is confirmed this will override all the other arguments surrounding the SSTs. In the event of such serious risks the operation of SSTs could not be permitted.

forming to the limit. (The Concorde approach to land produces 102 EPNdB Concorde at 115 EPNdB would make much noise as about 20 Tristars landing simultaneously).

The President of the Airport Operators Council International wrote to the U.S. Secretary of State for Transportation on 6 July, 1972: "A major concern of airport operators is that there are no noise standards for supersonic aircraft at this time. . . . It is urged that noise standards for supersonic aircraft be issued now and that these standards be identical to the standards which are in effect for subsonic airplanes in the same weight category. We believe that the issuance of these standards, at this time, is imperative."

Although supersonic vanishing de- Britain and their national Britain, France ning to involve deals involving the U.S. SST lobby, "foreign Justification for de SST project.

Most of the airlines purchasers of Concorde its poor economic performance the airlines are well-in- environmental ill-effects work in this field is necessary. The British Airways Board intensive discussions with Russia concerning "a pooled service spanning two-third

SOMMAIRE

Vie Quotidienne

Page 3

A la table de Noël, quels seront les ingrédients impactés par l'inflation ?

Page 4

Les marchés de Noël éco-responsables, une mine d'or pour trouver des cadeaux engagés

Santé

Page 5

Se laver moins mais mieux, une bonne idée pour la peau... et le climat

Page 6

Si vous voulez muscler votre cerveau, mettez-vous au piano

Mode

Page 7

Malgré les critiques, la fast-fashion fait toujours l'unanimité dans le monde

Page 8

Viva Magenta, la couleur qui place 2023 sous le signe de la force et de l'optimisme

Actu / Média / Télévision

Page 9

Le climat, grand absent des fictions audiovisuelles

Page 10

La série documentaire sur Harry et Meghan attendue le 8 décembre sur Netflix



A la table de Noël, quels seront les ingrédients impactés par l'inflation ?



A lors que les négociations annuelles entre la grande distribution et les industriels détermineront prochainement dans quelle mesure les prix des aliments augmenteront en 2023, sachant qu'une estimation à 10% a déjà été évoquée, l'heure est aux préparatifs du menu de Noël. Si, malgré le contexte économique tendu, la majorité des Français ne sacrifiera pas le repas de fête, le choix des aliments que l'on posera sur la table pourrait être chamboulé par l'inflation.

A moins d'un mois du réveillon de Noël, il est temps de composer son menu.

Compte tenu du contexte inflationniste, certains choix culinaires pourraient s'imposer d'eux-mêmes pour remplacer des aliments devenus trop chers pour les foyers modestes.

En novembre dernier, les prix des produits alimentaires ont flambé de 12,2% sur un an.

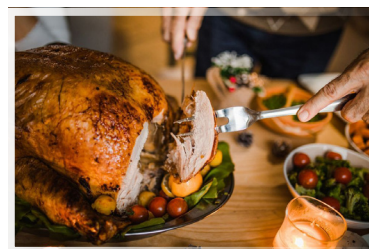
Une bonne nouvelle tout de même : selon l'Insee, la hausse des prix des produits frais a légèrement ralenti, après un mois d'octobre qui affichait un bond de 17,3%.

Alors que des articles sont toujours aux abonnés absents dans les rayons, à commencer par les

liquides tels que les eaux gazeuses et les eaux aromatisées, la situation des aliments issus de la filière avicole confirme ce qui était prévu : les oeufs font désormais partie des produits dont le taux de rupture est le plus en hausse, d'après les données de NielsenIQ tandis que les prix du foie gras sont bel et bien en progression, de l'ordre de 12,8% pour la variété au canard mi-cuite vendue en libre-service, selon les chiffres de l'institut Iri relevés en novembre dernier et comparés au même mois 2021.

De leurs côtés, les volailles entières présentent des tarifs en progression de 18,6%, sous l'effet de la grippe aviaire et des mesures d'abattage prises pour endiguer l'infection dans les élevages infectés, mais aussi de manière préventive. La dinde de Noël risque d'être d'autant plus onéreuse que le coût des marrons et des châtaignes est en progression de 11,9% et celui des cèpes en épicerie de 6,3%. Noël.

Si le foie gras concentre logiquement l'intérêt compte tenu de sa valeur symbolique sur une table de Noël tricolore, ce n'est pourtant pas le produit de fête affichant la plus forte hausse de prix.





Les marchés de Noël éco-responsables, une mine d'or pour trouver des cadeaux engagés



Tradition ancestrale venue d'Allemagne, les marchés de Noël évoluent avec leur époque. La preuve avec l'essor des «green markets», qui fleurissent un peu partout en France et en Europe.



Selon une récente enquête commandée par la société Méta, 43% des Français avouent rencontrer des difficultés à trouver des idées de cadeaux de Noël pour

leurs proches.

Les sondés expliquent toutefois être ouverts aux découvertes et 89% d'entre eux se disent prêts à essayer une nouvelle marque, tout en souhaitant privilégier les commerces de proximité.

Quoi de mieux, donc, que de trouver son inspiration en explorant un marché de Noël écoresponsable? Promouvoir le made in France, mettre en avant le travail des artisans locaux et les produits saisonniers, initier au DIY...

Les marchés de Noël éco-responsables défendent souvent une ou plusieurs de ces valeurs. Et ils se font de plus en plus nombreux depuis ces dernières années.

Dans ces marchés de Noël, on retrouve généralement l'ambiance

bouillonnante des visiteurs se délectant de mets qui sentent bon les fêtes, tout en arpentant les allées pour faire leurs emplettes.

Mais le concept va plus loin et se limite rarement aux chalets-boutiques. La Recyclerie, tiers-lieu parisien du 18e arrondissement dédié à l'écologie, propose par exemple trois concepts de marchés éco-responsables différents étalés sur les trois premiers week-ends de décembre.

Le premier offre l'occasion de participer à des conférences et à des ateliers «pour voir à quoi pourrait ressembler nos intérieurs si on cessait de craquer sur des choses qui contiennent de la pétrochimie».

Le deuxième marché «Shorba Market» (10-11 décembre) sera

l'occasion de débusquer des produits de seconde main et/ou made in France, tandis que le troisième (17-18 décembre) sera porté par l'association Low Carbon France et mettra à l'honneur le travail de créatrices et d'entrepreneuses.

Aussi écoresponsable que féministe, ce marché sera rythmé par des événements tels que des ateliers DIY, des rencontres littéraires... et même un atelier de self-défense !





Se laver moins mais mieux, une bonne idée pour la peau... et le climat



A l'heure où enflent les factures énergétiques et où les préoccupations environnementales sont prégnantes, est-il vraiment nécessaire de prendre tous les jours une douche qui consomme des litres d'eau? Pas forcément, répondent des dermatologues, à condition de respecter certaines règles d'hygiène.

Si l'on en croit une récente étude de l'Ifop, les trois quarts des Français (76%) affirment se laver entièrement quotidiennement, comme leurs voisins allemands (77%), plus que les Anglais (68%) et surtout les Italiens (53%). Or cette douche quotidienne pèse dans la facture énergétique et a un impact écologique.

Selon l'observatoire du Centre d'information sur l'eau (Cieau), une douche consomme environ 57 litres d'eau, soit près de 40% de l'utilisation totale journalière d'un Français.

Justement, est-il vraiment indispensable de prendre une douche par jour? «On n'est pas obligé de se laver quotidiennement de la tête au pied», répond Marie Jourdan,

dermatologue à Paris. La peau est un organe vivant qui se renouvelle: «elle s'auto-nettoie» en quelque sorte, explique cette membre de la Société Française de Dermatologie (SFD).

La surface de la peau est recouverte par une émulsion d'eau et de graisse qui forme un film hydrolipidique, une première barrière de protection contre les agents infectieux et la pollution. Ce film est également essentiel dans la prévention de la déshydratation. «La peau est un écosystème comme un autre et il convient de préserver son équilibre», souligne Marie Jourdan.

Si la peau est «débordée par les agressions» comme la pollution ou la transpiration, il faut la nettoyer. Mais, en règle générale, «savonner

quotidiennement les zones où la transpiration est la plus grasse, qui sont les plus sujettes aux colonies bactériennes, comme les aisselles, les interstices entre les orteils ou les parties intimes, suffit», explique-t-elle.



A l'inverse, «se laver trop souvent peut créer de la sécheresse, voire de l'eczéma», ajoute-t-elle.





Si vous voulez muscler votre cerveau, mettez-vous au piano



Le piano compte de nombreux adeptes dans le monde. Rien d'étonnant puisque c'est une activité aussi agréable pour nos oreilles que notre cerveau. Des chercheurs de l'université de Bath ont récemment découvert que la pratique de cet instrument renforce notre plasticité cérébrale.

La communauté scientifique sait, depuis des années, que la pratique de la musique a une grande influence sur la formation, l'activité et la communication des circuits neuronaux.

Mais Yuqing Che et ses collègues de l'université de Bath sont allés plus loin en se demandant si les pianistes ont naturellement des cerveaux plus puissants que les non-instrumentistes, ou si leur plasticité

cérébrale est due aux nombreuses séances d'entraînement auxquelles ils s'astreignent, souvent depuis le plus jeune âge, pour se perfectionner.

Pour répondre à cette question, ils ont réparti 31 adultes ne pratiquant pas d'instrument de musique en trois groupes distincts.

Le premier a suivi des leçons hebdomadaires de piano d'une heure durant 11 semaines, le second a écouté les morceaux sur lesquels se sont exercés les participants du groupe 1, tandis que le dernier n'a pas été exposé à la musique durant la durée de l'expérience.

Les scientifiques ont constaté que les membres du premier groupe arrivaient plus facilement à traiter des informations sensorielles en lien

avec la vue et l'ouïe après quelques cours de piano.

Cette découverte est d'autant plus significative que le cerveau reçoit, à chaque instant, des informations sensorielles qu'il doit être capable d'intégrer et de différencier. Par exemple, voir un véhicule et entendre le bruit de son moteur permet au cerveau de faire une déduction, par intégration multisensorielle, de l'existence d'une même cause, c'est-



à-dire le véhicule.

A l'inverse, voir une voiture et entendre simultanément le gazouillement d'un oiseau nécessite de dissocier les sources visuelles et auditives en deux représentations distinctes.

Les chercheurs de l'université de Bath ont observé que les personnes ayant suivi des cours de piano ont fait preuve d'une plus grande précision lors de tests où ils devaient déterminer si des «événements» sonores et visuels se produisaient en même temps. «Nous avons constaté que le groupe formé au piano présentait une amélioration significative de la sensibilité à la synchronisation audio-visuelle», ont-ils écrit dans une étude parue récemment dans le journal *Scientific Reports*.



Malgré les critiques, la fast-fashion fait toujours l'unanimité dans le monde



L'impact environnemental et humain de la fast-fashion fait régulièrement l'objet d'enquêtes, de polémiques et de débats, mais elle a pourtant toujours les faveurs du public. C'est ce que révèle une nouvelle étude, qui élève même Shein au rang de marque la plus populaire au monde en 2022.

Quelle est votre marque de mode préférée ?

À en croire un nouveau rapport réalisé par **Money.co.uk**, il y a de fortes chances qu'il s'agisse d'une enseigne de fast-fashion tant elles semblent populaires aux yeux des consommateurs.

Après avoir analysé douze mois de données de recherche via Google dans (absolument) tous les pays du monde, le comparateur nous apprend même que le géant chinois Shein est la marque la plus populaire

de la planète.

Une première puisque l'enseigne d'ultra fast-fashion ne figurait pas dans le classement l'an dernier. Plus fort que Zara...

Parmi les quinze premiers de ce classement des marques les plus plébiscitées au monde, six sont des enseignes de fast-fashion, témoignant d'un intérêt croissant pour cette mode rapide articulée autour d'une production en masse, plutôt que sur une fabrication de qualité, à moindre coût.

Mais Shein, pourtant régulièrement sous le feu des critiques, se révèle être la favorite des consommateurs, en termes de recherches en tout cas, et ce dans 113 pays.

L'enseigne vole la vedette à un autre géant de la fast-fashion, Zara,

relégué au second plan, et en tête dans 'seulement' 26 pays.

Shein arrive (largement) en tête des recherches sur tous les continents, et notamment en Europe où Zara perd sa domination.

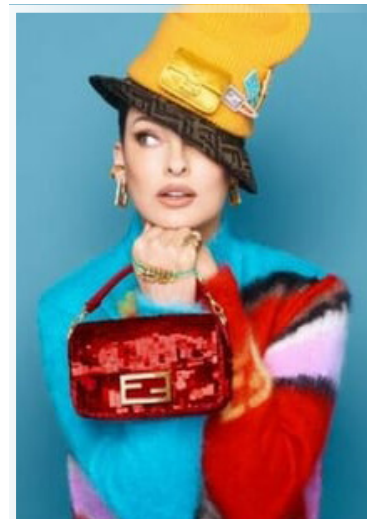
Notons à ce titre, que l'enseigne chinoise semble faire l'unanimité en France, où elle s'empare de la première position.

Même constat en Amérique du Nord où le spécialiste de la mode à très petits prix s'impose dans 20 pays (sur 24) devant la chaîne de magasins Macy's, tandis que la marque de vêtements sportifs Lululemon, bien plus responsable, caracole en tête au Canada. Asie, Amérique du Sud, Océanie, et Afrique...

Le règne de Shein est sans précédent, s'imposant dans la

majorité des pays de ces continents.

Si le classement se base sur les données de recherches, et non les ventes, force est de constater que l'enseigne chinoise pointée du doigt pour son lourd impact sur l'environnement suscite un intérêt hors-normes dans une industrie qui semble bel et bien tirée par la fast-fashion...





Viva Magenta, la couleur qui place 2023 sous le signe de la force et de l'optimisme



Puissance, exubérance, vigueur, bonheur, et optimisme. 2023 s'annonce sous les meilleurs auspices, à en croire les symboles et significations attribués à la couleur de l'année, le Viva Magenta. Dérivée du rouge, sans être ni agressive ni dominante, cette nuance est également synonyme d'expérimentation et d'expression de soi, mais pas que... Voici ce que le Viva Magenta nous dit de l'année à venir.



«Une teinte non conventionnelle pour une époque non conventionnelle : une nouvelle vision».

C'est en ces termes que Pantone présente la couleur de l'année 2023, le Viva Magenta. De quoi souffler un peu, et voir venir, après des mois peu engageants au regard des contextes économique et géopolitique.

La prochaine année pourrait être celle du changement, ou, à en croire le spécialiste de la couleur, celle où l'on pourrait entrevoir des perspectives nouvelles.

Soulagement. D'autant plus que les experts Pantone associent cette nouvelle teinte à la joie, l'optimisme, la force, le dynamisme, et même la vigueur, des termes effectivement

empreints d'un certain optimisme qui, on peut le dire, avait plutôt manqué ces dernières années.»

«Une nouvelle histoire»

Après le «Very Peri», couleur de l'année 2022, qui était associé à l'inventivité et la créativité, le Viva Magenta - nom de code Pantone 18-1750 - entend insuffler une nouvelle dynamique, en écrivant «une nouvelle histoire», entre puissance et exubérance.



Tout un programme. Il faut le reconnaître, au regard du descriptif fourni par Pantone,

cette couleur entre le rouge, le violet et le rose ne se traduit que par des superlatifs ultra positifs.

De quoi foncer tête baissée vers l'avenir, et embrasser cette nouvelle vision qui semble loin - très loin - de la morosité ambiante de ces derniers mois - années. Courageuse et intrépide, une couleur palpitante dont l'exubérance favorise l'optimisme et la joie. (...) C'est un rouge animé qui encourage l'expérimentation et l'expression de soi sans retenue; une teinte électrisante, sans limites», peut-on lire sur le site de Pantone. Et pour ne rien gâcher, il s'agit également d'une nuance «audacieuse, pleine d'esprit et ouverte à tous, [qui] accueille tout le monde avec le même esprit rebelle».



Le climat, grand absent des fictions audiovisuelles



Que ce soit à la télé ou au cinéma, les fictions ont montré leur pouvoir pour faire changer les esprits dans beaucoup de domaines. Mais relativement peu en ce qui concerne le changement climatique.

Sur un total de 37.453 scénarios de films et téléfilms analysés par des chercheurs de l'université de Californie du Sud (USC), seuls 1.046 (soit 2,8%) comportaient des mots relatifs au climat... et seulement 0,6% mentionnaient spécifiquement le «changement climatique.»

La grande majorité des films et des spectacles que l'on regarde

se déroulent dans une réalité parallèle, où le changement climatique n'existe pas, ce qui entretient une illusion pour les spectateurs», analyse Anna Jane Joyner, la fondatrice de Good Energy, spécialisé dans le conseil aux scénaristes sur la question du climat.

La fiction a pourtant été un puissant levier pour faire sauter des tabous et changer les mentalités, par exemple sur les questions d'homosexualité et de genre.»

Les auteurs qui se sentent concernés par le changement climatique peuvent penser que le public n'y sera pas sensible,

mais c'est faux», ajoute Erica Rosenthal, de l'Université de Californie du Sud.

Cette universitaire a étudié dans ses travaux la façon dont les spectateurs forment des relations «para-sociales» avec les personnages à l'écran, qui les sensibilisent à de nouvelles idées et de nouvelles personnes, et peuvent changer les comportements, sur l'immigration ou l'encadrement des armes par exemple.

«Beaucoup de personnes sont profondément inquiètes du changement climatique, mais en parlent à peine», ajoute Anna Jane Joyner.

«Même si c'est juste abordé au passage dans une émission que nous aimons, de façon inconsciente, cela valide le fait que cette préoccupation est normale», un préalable à l'envie d'agir.

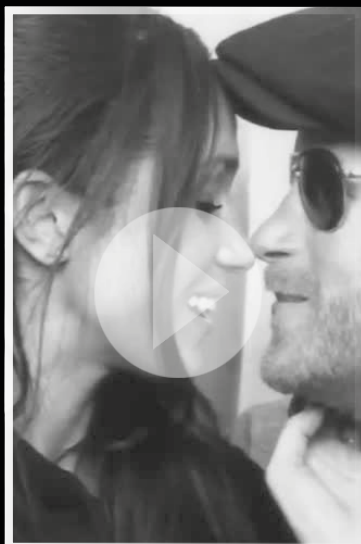




La série documentaire sur Harry et Meghan attendue le 8 décembre sur Netflix



La série documentaire attendue avec appréhension par la famille royale britannique sur Harry et Meghan sortira le 8 décembre sur Netflix, alors que le géant du streaming diffusait une courte bande-annonce.



Selon ce biographe Omid Scobie, cette série en six épisodes «partagera l'autre côté de leur histoire d'amour et les défis qu'ils ont rencontrés».

Dans la bande-annonce intitulée sobrement «Harry & Meghan» on voit défiler sous une musique dramatique des photos en noir et blanc du couple.

«Personne ne voit ce qui se passe derrière des portes fermées» y déclare Harry.

«Je devais faire tout mon possible pour protéger ma famille», ajoute-t-il.

Cette annonce intervient en pleine visite aux États-Unis du prince William et de son épouse Kate,

en froid avec Harry et Meghan désormais installés en Californie. Le voyage du prince culmine avec la deuxième édition de son prix environnemental «Earthshot» à Boston (nord-est). William, héritier de la couronne, est notamment en froid avec son frère depuis qu'ils ont l'an dernier révélé avec Meghan qu'un membre de la «Firme» s'était interrogé avant sa naissance sur la couleur de peau de leur fils, Archie.

«Quand les enjeux sont si importants, est-ce que ça n'a pas plus de sens d'entendre notre version de l'histoire?», dit aussi Meghan dans la bande-annonce qui décrit la sortie de la série documentaire comme un «événement mondial».

Le prince Harry doit également sortir ses mémoires début janvier, promettant là aussi son lot de révélations embarrassantes.

Le début de la visite aux États-Unis du prince William a déjà été perturbé par une polémique raciste au Palais de Buckingham. La responsable noire d'une association d'entraide a affirmé que, lors d'une réception, la marraine du prince et amie proche d'Elizabeth II, Susan Hussey, lui avait demandé avec insistance d'où elle venait «vraiment».

