

- Yassar Lemghari tacle la mode du "filler" avec humour
- Une femme demande le divorce après que ChatGPT lui a dit que son mari la trompait

# 7 DAYS LIFESTYLE

15-05-2025



**Un pont entre deux rives : succès international pour "Morocco meets Tuscany"**

# L'ODJ MEDIA



#SURLERING



شاهد قائمة تشغيل البرنامج كاملة على قناتنا على يوتيوب



SCAN ME



@lodjmaroc



## Un pont entre deux rives : succès international pour "Morocco meets Tuscany"

**Quand l'art de vivre marocain s'invite en Toscane : retour sur "Morocco Meets Tuscany", un événement lifestyle et business aux saveurs méditerranéennes.**

**Le charme toscan s'est conjugué aux couleurs marocaines, du 2 au 4 mai, dans le cadre enchanteur de la Villa Moneta à Montespertoli, près de Florence.**

**L'événement "Morocco meets Tuscany", organisé par ELUXIOR Sarl sous l'impulsion de son fondateur Marco Viani, a rassemblé près d'une centaine de personnalités venues du monde entier. Une rencontre inédite entre le Maroc et l'Italie, où se sont mêlés culture, art, gastronomie et opportunités économiques.**

**Une vision affirmée : bâtir une passerelle vivante !**



Pour Marco Viani, entrepreneur engagé et chef d'orchestre de cet événement, l'objectif était clair : créer un écosystème durable entre le Maroc et l'Europe. « Nous avons bien plus que réussi à créer un pont ; nous avons bâti une véritable passerelle vivante entre le Maroc et l'Italie », a-t-il déclaré, soulignant l'impact durable des échanges humains, commerciaux et artistiques noués à Florence.

### **Des talents du monde entier réunis**

Parmi les invités de prestige figurait Brandon Li, réalisateur du court-métrage primé Morocco Arise, projeté en avant-première. Le célèbre Zhan Liu, producteur basé à Taipei, avait également fait le déplacement. Les photographes de renommée internationale Gabriele Galimberti, Paolo Woods, Alessandro Moggi ou encore David Bastianoni ont marqué de leur regard singulier les échanges visuels. Mention spéciale à Steve McCurry, qui a salué Marco Viani lors d'un échange virtuel symbolique.

Côté musique, Jay Gottlieb, pianiste concertiste formé par Nadia Boulanger, a enchanté l'audience. Le secteur du luxe n'était pas en reste avec la présence d'Antonella di Pietro (La Martina) et Simona Clemenza (DKNY Europe).

### **Le Maroc à l'honneur : excellence et générosité**

La délégation marocaine s'est particulièrement distinguée par la qualité de son artisanat et la chaleur de ses échanges. Mohamed Ben Amour (Benson Shoes) a offert de superbes babouches artisanales, pendant que Azzedine Amrani (Bronze Verre) dévoilait ses créations raffinées en verre et bougie. Mme Mina Binebine et Hind Bennis (Le Fabrikant) ont exposé des pièces en cuir au design audacieux, incarnation d'un héritage revisité.

### **Une immersion sensorielle entre saveurs, culture et patrimoine**

L'événement a également offert une expérience multisensorielle : entre les parfums mêlés de la cuisine marocaine et toscane préparée par la cheffe Federica Continanza, les projections de films, et les visites de lieux historiques comme le monastère de Badia a Passignano. Chaque soir, le bar La Dolce Vita à Certaldo Alto accueillait les invités pour des moments d'échange conviviaux, à l'italienne.

Autre moment fort : une escapade à la ferme viticole A Solatio Winery, propriété familiale de Marco Viani, pour une dégustation en pleine nature.

### **Un tremplin pour les opportunités maroco-européennes**

En organisant cette rencontre, ELUXIOR Sarl affirme son rôle de passeur stratégique entre l'Afrique du Nord et l'Europe. Acteur clé du sourcing pour un groupe américain comptant plus de 5 000 magasins en Amérique du Nord et en Europe, la société entend valoriser le savoir-faire marocain sur les marchés internationaux.



### Yassar Lemghari tacle la mode du "filler" avec humour

L'humoriste marocain Yassar Lemghari a fait réagir Instagram après avoir critiqué, avec humour, la tendance des injections de "filler" pour gonfler les lèvres.

Il a déclaré : "Qui vous a dit que c'était beau ? Ce n'est pas séduisant !" et ironisé sur celles qui abusent de cette pratique.

Les internautes ont largement approuvé son point de vue, dénonçant à leur tour l'excès des interventions esthétiques.

### Bridgerton saison 4 : Netflix mise sur Benedict et renouvelle pour deux saisons

Netflix prolonge La Chronique des Bridgerton pour deux saisons supplémentaires, avec la saison 4 prévue en 2026. Après Daphne, Anthony et Colin, cette nouvelle saison suivra Benedict Bridgerton (Luke Thompson) et son amour interdit avec Sophie Baek (Yerin Ha), une domestique.

Le casting s'enrichit de Katie Leung, connue pour son rôle de Cho Chang dans Harry Potter, qui jouera Lady Araminta Gun, une figure influente de la haute société liée aux intrigues amoureuses de la famille Bridgerton.



### « Astérix & Obélix : Le Combat des chefs », un triomphe mondial sur Netflix

La série animée d'Alain Chabat, « Astérix & Obélix : Le Combat des chefs », sortie le 30 avril sur Netflix, domine le classement des top 10 fictions les plus vues dans le monde avec plus de 10,1 millions de vues à ce jour. Disponible dans 190 pays et 38 langues, elle séduit toutes les générations grâce à la popularité mondiale de la BD originale.

En moins de deux semaines, la série s'est classée numéro 1 en Belgique, deuxième en Suisse et Luxembourg, et occupe de belles places dans plusieurs pays européens et africains, dont le Maroc où elle a longtemps été en tête.





## U.S. Polo Assn. s'installe au Morocco Mall

C'est officiel : U.S. Polo Assn. débarque au Morocco Mall de Casablanca avec sa toute première boutique au Maroc, portée par le groupe Chiccorner, distributeur exclusif de la marque dans le Royaume. Ambiance sport-chic, clins d'œil équestres et élégance à l'américaine s'invitent dans un espace pensé comme une immersion dans l'univers de cette marque centenaire, née en 1890 et présente dans près de 190 pays.

Plus qu'une ouverture, c'est un pari sur le Maroc comme hub de mode premium en Afrique du Nord.

## Une femme demande le divorce après que ChatGPT lui a dit que son mari la trompait

Dans la catégorie "faut le vivre pour y croire", voici Kesso Diallo, 38 ans, vivant à Athènes. Mariée depuis 12 ans, deux enfants, une vie plutôt tranquille... jusqu'à ce qu'elle décide de consulter le tout-puissant ChatGPT. Son idée ? Lui faire analyser deux photos de fonds de tasses de café. Oui, sérieusement. Et là, BIM. ChatGPT répond, façon Nostradamus 3.0 :

*"Votre mari fréquente une jeune femme dont le prénom commence par un E. Il envisage sérieusement de quitter votre foyer."*



## Fart Walk : quand TikTok vous donne des conseils de santé... qui marchent vraiment

On pensait avoir tout vu sur TikTok, mais voici que débarque une nouvelle tendance qui, sous ses airs humoristiques, cache une réalité médicale inattendue : le « Fart Walk », littéralement « la marche à pets ». Oui, vous avez bien lu. Et contre toute attente, cette idée un peu farfelue pourrait devenir l'astuce de santé la plus sérieuse de votre journée.

D'un point de vue strictement médical, le Fart Walk fait totalement sens. La marche douce après un repas facilite la digestion, stimule le transit intestinal et réduit les ballonnements.



# Quand le henné devient cri de résistance : une campagne pakistanaise brise le silence des violences conjugales

**Traditionnellement associé à la fête, à la beauté et à l'union, le henné pakistanais s'orne de significations heureuses. Il recouvre les mains des futures mariées, accompagne les célébrations religieuses, et tisse un lien puissant entre les générations. Mais en 2025, ce symbole d'apparat s'est métamorphosé en outil de résistance. Avec la campagne InkVisible, lancée par ONU Femmes en collaboration avec l'agence IMPACT BBDO, le henné ne dissimule plus la douleur : il la révèle.**

## **Des arabesques aux ecchymoses : un choc visuel pour éveiller les consciences**



Loin des motifs fleuris traditionnels, InkVisible détourne le henné pour représenter des blessures : un œil tuméfié, des lèvres fendues, des traces de strangulation. Le contraste est saisissant, dérangeant, et précisément voulu. Derrière le vernis des célébrations, une vérité crue : au Pakistan, une femme mariée sur trois est victime de violences physiques ou psychologiques.

Un chiffre glaçant, souvent passé sous silence, dans un pays où le poids des traditions pèse lourd.

Lancée lors de la Journée internationale pour l'élimination des violences faites aux femmes, la campagne ne s'est pas contentée du digital.

Des affiches ont investi les rues des grandes villes pakistanaises, et des performances ont été organisées dans les marchés, les gares, les hôpitaux – autant de lieux où les femmes circulent, souvent sans accès direct à l'information.

### **Du henné de mariage à message d'alerte**

L'un des coups de génie de la campagne réside dans son infiltration des mariages eux-mêmes. Des artistes formées par ONU Femmes ont été mandatées pour dessiner ces motifs engagés sur les mains des femmes, parfois discrètement, parfois ouvertement.

Une manière de glisser un message là où on ne l'attend pas, et de créer un moment de parole au cœur même du cercle familial.

Sur les réseaux sociaux, les visuels de la campagne ont été massivement partagés. Mais au-delà de l'émotion suscitée, l'impact est tangible : les appels à la ligne d'urgence nationale ont explosé. Pour la première fois, des femmes témoignent, demandent de l'aide, ou conseillent cette campagne à d'autres.

### **Une campagne qui s'adresse à toutes et à tous**

InkVisible ne s'adresse pas uniquement aux victimes. Elle vise également les agresseurs – et ceux qui détournent le regard.

En bousculant une tradition aussi ancrée que le henné, elle force chacun à se positionner. C'est ce qui en fait une initiative d'une rare puissance.

Et parce que les réalités rurales ne sont pas les mêmes que celles des grandes villes, la campagne a aussi pensé à celles qui n'ont ni smartphone, ni accès aux médias.

Des cônes de henné vendus sur les marchés ont été imprimés avec le numéro d'urgence. Un simple geste, mais potentiellement salvateur.

### **Des parlementaires aux marchés : un mouvement national**

Le succès de la campagne a dépassé les attentes. Certaines parlementaires pakistanaises ont arboré publiquement des motifs de blessures en henné sur leurs mains, dénonçant les violences conjugales dans les institutions elles-mêmes. Leur message a été repris dans les médias nationaux, créant un effet boule de neige : discussions parlementaires, déclarations de soutien du Premier ministre, promesses de renforcement de la législation.



## Découverte cinématique de la semaine

### Jumbo : le succès inattendu d'un film d'animation asiatique

Découvrez "Jumbo", un film d'animation indonésien sur le harcèlement scolaire, qui bat des records en Asie et rêve de conquérir le monde. À voir bientôt ?



Et si le prochain grand film d'animation ne venait pas des studios Disney ou Pixar, mais d'Indonésie ? "Jumbo", un long métrage animé signé Ryan Adriandhy Halim, fait un carton monumental dans l'archipel. Avec plus de 8 millions d'entrées et des recettes dépassant les 8 millions de dollars, ce film familial sur le harcèlement scolaire est en train de devenir une référence en Asie du Sud-Est. Mais peut-il conquérir le reste du monde ?

"Jumbo", c'est l'histoire de Don, un jeune orphelin indonésien qui se bat contre les intimidations à l'école. Sa vie bascule lorsqu'il découvre un livre d'histoires magiques et fait la rencontre d'une fée en quête de sa famille. Derrière cette intrigue simple se cache un message puissant : la résilience, le respect et l'importance d'être bienveillant envers les autres.

Le réalisateur Ryan Adriandhy Halim résume l'idée du film avec justesse : « Ce film est pour nous, pour nos enfants et pour l'enfant qui est en chacun d'entre nous ». Une phrase qui résonne dans une époque où les questions de harcèlement scolaire et de santé mentale sont plus que jamais au cœur des préoccupations.

*Cliquer sur l'image pour plus de détails*



[www.pressplus.ma](http://www.pressplus.ma)



## LE KIOSQUE 2.0 DE L'ODJ MÉDIA

100%  
FREE



**Pressplus** est le kiosque 100% digital et augmenté de **L'ODJ Média** du groupe de presse **Arrissala SA** qui vous permet de lire une centaine de nos **magazines, hebdomadaires et quotidiens** gratuitement.

Que vous utilisiez votre téléphone mobile, votre tablette ou même votre PC, **Pressplus** vous apporte le kiosque directement chez vous



SCAN ME