

Pullman 7 Days Lifestyle

By Lodi

02-07-2026



Hôtellerie premium : Pullman dévoile une nouvelle campagne mondiale axée sur l'échange et l'expérience

Tenir une photo entre ses mains :
le luxe qu'aucune application ne
remplace

Bulgari dévoile une nouvelle version
bleue de l'Octo Finissimo Perpetual
Calendar

EVERY EXCHANGE
IS A TRIP

By Lodj



No 51

By Lodj iMAG

DEC
12/25

**Voici les 12
priorités
des Marocains
et Marocaines
pour 2026**

**Quand
la FIFA
met
la CAF
hors-jeu**

**Les parfums qui
ont marqué 2025
et ceux qui
feront sensation
en 2026**

**QUI SONT CES
ETRANGERS
QUI SONT PARMIS NOUS ?**

MAGAZINE 110% WEB CONNECTÉ & AUGMENTÉ EN FORMAT FLIPBOOK !
version non-commerciale

Hôtellerie premium : Pullman dévoile une nouvelle campagne mondiale axée sur l'échange et l'expérience

La marque Pullman Hotels & Resorts, filiale du groupe Accor, amorce une nouvelle étape de son repositionnement en dévoilant une campagne publicitaire mondiale centrée sur l'échange, la créativité et la connexion humaine.



LIFESTYLE

Cette annonce a été faite à Paris, à l'issue de la deuxième édition de l'événement Pullman xChange, qui s'est imposé comme un rendez-vous stratégique pour la marque.

Organisé après une première édition à Dubaï, Pullman xChange Paris a réuni plus de 150 participants issus de divers horizons : leaders d'opinion, créatifs, chercheurs et professionnels des médias autour de thématiques liées à la collaboration, à la performance et à la culture.

L'événement, conçu en partenariat avec The House of Beautiful Business, s'est déroulé dans plusieurs lieux emblématiques de la capitale française.

À travers cette initiative, Pullman entend réaffirmer son identité de marque à la croisée de l'hospitalité et des échanges culturels.

« Pullman a toujours été façonnée par les rencontres et les nouvelles perspectives », souligne Benoît Racle, Global Brand President des marques Premium chez Accor. « Nous faisons évoluer cet héritage en mêlant storytelling, expériences et culture pour redéfinir l'hôtellerie premium. »

La nouvelle campagne repose sur une idée centrale : « chaque échange est un voyage ».

Loin des codes traditionnels de la communication hôtelière, elle met en avant les interactions humaines, les croisements culturels et les moments de partage comme éléments clés de l'expérience client.

Le film publicitaire, tourné entre Dubaï et Bangkok, illustre cette vision en privilégiant l'émotion et la diversité des rencontres.

Pour Natasha Mohammed, directrice internationale de la marque Pullman, cette approche reflète une évolution des attentes des voyageurs. « Nous ne racontons plus seulement des destinations, mais des expériences humaines et créatives, ancrées dans la curiosité et les liens authentiques », explique-t-elle.

Au-delà de la campagne, Pullman déploie une stratégie globale visant à renforcer sa pertinence culturelle, notamment à travers des contenus digitaux, des événements immersifs et des activations dans ses hôtels à travers le monde.

Cette dynamique s'accompagne d'une forte expansion. La marque compte aujourd'hui plus de 150 établissements dans plus de 40 pays et prévoit de dépasser les 200 hôtels d'ici cinq ans. Plusieurs ouvertures sont annoncées, notamment en Nouvelle-Zélande, en Chine et au Maroc, avec le projet du Pullman Casa Bouskoura.

Avec cette nouvelle orientation, Pullman ambitionne de s'imposer comme un acteur majeur d'une hôtellerie premium en mutation, où l'expérience ne se limite plus au séjour, mais s'étend à la rencontre, à la création et à l'échange culturel.

Brèves Lifestyle



Rouille : une pomme de terre pour aider à éliminer la corrosion

Une demi-pomme de terre peut aider à éliminer la rouille légère sur les couteaux grâce à l'acide oxalique qu'elle contient.

Associée à du sel ou du bicarbonate, son action est renforcée en combinant effet chimique et abrasion douce.

Cette méthode convient surtout aux traces de rouille superficielles, sans abîmer la lame.

Pour éviter le retour de la corrosion, il est recommandé de bien sécher les couteaux après usage et de les entretenir régulièrement.



Sèche-linge : l'astuce de la boule d'aluminium

Une boule de papier aluminium placée dans le sèche-linge peut aider à réduire l'électricité statique en absorbant les charges générées par le frottement des vêtements.

Réutilisable pendant plusieurs mois, elle constitue une alternative économique aux lingettes assouplissantes jetables.

Cette astuce est particulièrement utile en hiver, lorsque l'air sec favorise les décharges électrostatiques.

Pour un meilleur résultat, il est aussi conseillé d'éviter de trop sécher le linge et de trier les textiles par matière.



Canapé couvert de poils d'animaux : l'astuce du vieux collant

Les poils d'animaux incrustés dans les tissus résistent souvent à l'aspirateur en raison de l'électricité statique et de leur adhérence aux fibres.

Une astuce consiste à utiliser un vieux collant en nylon, dont le frottement attire les poils et facilite leur retrait.

Un gant en caoutchouc ou un chiffon microfibre humide peuvent également être efficaces. Pour limiter leur accumulation, un brossage régulier de l'animal et un bon taux d'humidité dans le logement sont recommandés.

Brèves Lifestyle



Pain : un simple morceau de sucre peut aider à retarder l'apparition des moisissures

L'humidité emprisonnée dans la boîte à pain favorise l'apparition des moisissures.

Pour la limiter, une astuce consiste à placer un ou deux morceaux de sucre dans la boîte afin d'absorber l'excès d'humidité.

Cette méthode fonctionne encore mieux avec un contenant légèrement aéré et régulièrement nettoyé.

En revanche, le réfrigérateur est déconseillé, car il accélère le dessèchement du pain. Pour une conservation plus longue, la congélation reste la solution la plus efficace.

Canicule : l'erreur qui réchauffe votre maison

En période de canicule, ouvrir les fenêtres en pleine journée peut faire entrer un air plus chaud que celui déjà présent dans le logement.

Cette chaleur est ensuite absorbée par les murs et les meubles, qui la restituent en soirée. Pour garder une maison plus fraîche, il est conseillé de n'aérer que tôt le matin ou tard le soir, lorsque la température extérieure est inférieure à celle de l'intérieur.

Associée à des volets fermés et à une bonne protection contre le soleil, cette stratégie permet de limiter efficacement la chaleur accumulée.



La Nasa promet d'envoyer un ballon sur la Lune si les États-Unis remportent la Coupe du monde

La NASA a annoncé qu'elle enverrait un ballon officiel de la Coupe du monde sur la Lune si l'équipe masculine des États-Unis remportait le Mondial 2026. Après avoir déjà placé un ballon de la FIFA à bord de la Station spatiale internationale, l'agence prévoit de transporter ce nouveau ballon avec une mission robotique destinée à la future base lunaire américaine.

Une promesse symbolique, alors que les États-Unis ne figurent pas parmi les grands favoris du tournoi.

Tenir une photo entre ses mains : le luxe qu'aucune application ne remplace

Les photos s'accumulent par milliers sur nos téléphones, sauvegardées automatiquement, accessibles partout, indéfiniment. Et pourtant, on imprime.

On choisit une image, on attend le tirage, on la tient entre les mains — comme si le numérique, malgré tout, ne suffisait pas tout à fait à faire exister un souvenir.



LIFESTYLE

Tout est stocké. Rien n'est vraiment gardé.

Il y a une contradiction silencieuse au cœur de notre rapport aux photos numériques : nous en produisons plus que jamais, et nous les regardons moins que jamais.

La pellicule d'un appareil des années 90 contenait 24 poses. On les choisissait. On attendait le développement.

On les regardait, toutes, une par une.

Aujourd'hui, un téléphone moyen stocke plusieurs milliers de clichés. Combien sont vraiment revus ?

L'algorithme en propose quelques-uns en "souvenir du jour", et le reste dort dans un dossier que personne n'ouvre vraiment. L'abondance a produit, paradoxalement, une forme d'invisibilité.

L'impression comme acte de sélection

Imprimer une photo, c'est d'abord faire un choix — et c'est précisément là que réside une partie du plaisir.

Dans un flux continu d'images, désigner celle-là comme digne d'exister sur papier, c'est lui conférer un statut. Une valeur.

Une permanence que le cloud, avec son infinie capacité de stockage, ne peut pas vraiment offrir.

Ce geste de sélection est en soi une forme de narration. On ne tire pas toutes ses vacances — on en tire trois images.

Et ces trois images deviennent, presque automatiquement, celles dont on se souviendra.

Le papier décide de la mémoire autant qu'il la conserve.

La matière contre l'immatériel

Une photo imprimée existe dans l'espace. Elle prend de la place, elle jaunit, elle se froisse, elle peut se perdre.

Et c'est précisément pour ça qu'elle compte.

Le numérique est indestructible et invisible. Une photo dans le cloud ne vieillit pas, ne s'use pas — mais elle ne se retrouve pas non plus au fond d'une boîte à chaussures, par hasard, vingt ans plus tard, pour provoquer une émotion qu'on n'attendait pas.

La fragilité du papier est aussi ce qui lui donne sa charge affective. On ne ressent pas la même chose devant un écran que devant un tirage qu'on tient entre les doigts.

Une résistance douce à l'accélération

Imprimer ses photos en 2025, c'est aussi poser un acte légèrement à contre-courant.

Dans une culture où tout s'accumule vite, se consomme vite et se remplace encore plus vite, le tirage photo impose une temporalité différente : on choisit, on commande, on attend, on reçoit.

Ce délibéré, cette lenteur consentie, a quelque chose de presque militant dans son ordinarité.

Ce n'est pas de la nostalgie au sens réactionnaire du terme — personne ne regrette sincèrement de ne plus envoyer ses pellicules au laboratoire.

C'est plutôt une réponse instinctive à la saturation : le besoin de matérialiser, de ralentir, de tenir quelque chose de concret dans un monde qui en produit de moins en moins.

Au fond, l'étrange plaisir d'imprimer ses photos tient à une conviction simple, presque enfantine : ce qu'on ne peut pas toucher, on risque de l'oublier.

Le numérique archive, mais le papier ancre. L'un conserve les données, l'autre fabrique les souvenirs. Et tant que cette différence existera — entre stocker et garder, entre voir et tenir —, on continuera d'imprimer. Pas par habitude, pas par nostalgie.

La tendance du moment



Bvlgari dévoile une nouvelle version bleue de l'Octo Finissimo Perpetual Calendar



Bvlgari enrichit sa collection Octo Finissimo Perpetual Calendar avec une nouvelle version entièrement bleue.

Sans modifier les performances techniques qui ont fait la renommée de cette montre ultra-plate, la maison horlogère italienne revisite son design et confirme sa volonté d'allier sophistication mécanique et élégance discrète.

Récompensée en 2021 par l'Aiguille d'Or au Grand Prix d'Horlogerie de Genève, l'Octo Finissimo Perpetual Calendar se dévoile désormais dans une finition monochrome bleue. Après les versions en titane naturel, en or au carbone et en or rose, cette nouvelle déclinaison apporte une identité visuelle différente à l'un des modèles les plus remarquables de la manufacture.

Avec ce choix de couleur, Bvlgari propose une montre au caractère plus sobre et plus polyvalent. Le bleu, devenu une référence dans l'univers de l'horlogerie, apporte une touche d'élégance tout en conservant l'esprit minimaliste de la collection.

Si son apparence évolue, l'Octo Finissimo Perpetual Calendar conserve ce qui fait sa réputation : une architecture mécanique d'une extrême finesse.

Son boîtier de 40 mm affiche une épaisseur de seulement 5,80 mm, malgré l'intégration d'un calendrier perpétuel complet.

La montre est animée par le calibre automatique de manufacture BVL 305, un mouvement de 2,75 mm d'épaisseur offrant une réserve de marche de 60 heures.

Le cadran affiche les heures, les minutes, le jour, le mois, l'année bissextile ainsi qu'une date rétrograde, une caractéristique propre à ce modèle.

Cliquer sur l'image afin de continuer la lecture

By Lodj

L'ODJ MÉDIA

N'EST PAS UN SERVICE DE LIVRAISON,

mais elle vous dépose
l'essentiel à **domicile.**



L'information utile,
sans détour, sans emballage inutile.

WWW.LODJ.MA