

MODE CULTURE BEAUTÉ SOCIÉTÉ IDÉES. ET GRATUIT

# STYLIST

PARRIS  
GOEBEL  
EST  
MAGIQUE

COMMENT  
LA CHORÉGRAPHE  
A MIS TOUTES  
LES STARS DU HIP-HOP  
À SON RYTHME





BERNDNAUT SMILDE

# 1 SOCIÉTÉ TEMPS QU'À FAIRE

Pluie sur demande, température gérable, nuages dissipables sur commande : et si la météo était aussi facile à manipuler qu'un juré de *The Voice* ?

Le mois dernier, les défilés croisière des grandes maisons de mode se sont succédés. Avec comme point commun le déluge : déluge d'invités, déluge de fringues et surtout déluge de flotte. Particulièrement chez Dior où les mannequins se sont pris, à cause de l'orage, une véritable saucée en défilant dans le manège du château de Chantilly. Seul Louis Vuitton a échappé à l'inondation à Saint-Paul-de-Vence. Pour mettre toutes les chances de son côté, le maroquinier aurait fait appel, comme les années précédentes, à un chaman brésilien qui détiendrait le pouvoir d'éloigner la pluie.

Un fun fact confirmé par la maison dès le lendemain du défilé. En Chine, c'est à l'agence spatiale que revient la lourde tâche de contrôler le climat, via notamment le système Tianhe, dont le projet vient d'être dévoilé fin avril. Pour augmenter les précipitations sur le plateau tibétain, un réseau de machines va être installé dans les montagnes sur un territoire de 1,6 million de kilomètres carrés. Sa mission : ensemercer les nuages avec des particules d'iodure d'argent afin d'augmenter les précipitations de 10 milliards de mètres cubes par an. La fiction aussi semble fascinée par les faiseurs de pluie. Dans

la nouvelle mini-série comique *Mutant Powers* créée par le site Mashable et diffusée sur Facebook depuis fin mai, l'un des anti-héros a le pouvoir de créer un orage dans une bouteille d'eau en plastique. Une prouesse qui n'a rien à envier au projet du photographe/scientifique hollandais Berndnaut Smilde qui, en utilisant de l'eau et de la fumée, arrive à créer, dans des pièces fermées sans courants d'air et à la température plutôt basse, des nuages d'une durée de vie d'environ 10 secondes : juste assez pour que son objectif les capture.

[berndnaut.nl](http://berndnaut.nl)



LES JARDINS DU MARAIS

2 LIFESTYLE

## CALI QUANTI

C'est pas parce que vous n'avez pas de quoi vous payer un aller-retour à Hollywood que vous ne méritez pas votre place au soleil de L.A. Trois adresses pour se la jouer Angelinos à Paris.

### COMME À MALIBU

Cet été, l'hôtel Les Jardins du Marais lance son Californian Summer en transformant sa cour en oasis californienne. Soit 1500m<sup>2</sup> avec palmiers, vélos à louer, cours de yoga, barbecues et surtout un bar à glaces et un bar à rosé en forme de cabanes de plage rayées rose et blanche.

**Californian Summer aux Jardins du Marais, 74, rue Amelot, Paris-11<sup>e</sup>, [lesjardinsdumarais.com](http://lesjardinsdumarais.com)**

### COMME AU BEVERLY HILLS HOTEL

Le restaurant du Plaza Athénée prend les allures du plus mythique des hôtels de Sunset Boulevard et de son Cabana Café avec banquettes à rayures vertes et blanches, murs rose chamallow, végétation luxuriante. L'occasion de s'engloutir des spécialités locales : salade McCarthy, Sunset Club sandwich, milkshakes, cocktails...

**Jusqu'au 30 septembre, Le Plaza Athénée, 25, avenue Montaigne, Paris-8<sup>e</sup>, [dorchestercollection.com](http://dorchestercollection.com)**

### COMME À VENICE BEACH

Si jamais vous êtes tenté.e par le régime Gwyneth Paltrow (chacun son truc), direction la terrasse Kléber du Peninsula. Entre ses plantes tropicales, ses planches de surf et sa déco colorée, cette terrasse californienne propose des açaï bowls, un crumpet avocat-œuf, un green smoothie, un velouté glacé d'orties, du chou kale (évidemment) ou des lentilles corail.

**La terrasse Kléber, Peninsula Paris, du 27 juin au 31 août, 19, avenue Kléber, Paris-16<sup>e</sup>, [paris.peninsula.com](http://paris.peninsula.com)**



LE PLAZA ATHÉNÉE

## LE POIDS DES MOTS

# Coca-Cola Clear

Après une première tentative peu concluante dans les années 90, Coca-Cola vient de relancer sur le marché japonais sa version transparente, légèrement citronnée et sans calories appelée Coca-Cola Clear.

# MyHeritage

C'est le premier site d'analyse ADN à s'être fait pirater. Les données de 92 millions d'utilisateurs ont été dérobées.

# Norman

Afin d'alerter sur les dérives de l'intelligence artificielle, le MIT a créé un algorithme psychopathe. Nommée Norman en référence au personnage de *Psychose* d'Alfred Hitchcock, l'IA a été entraînée à décrire des images à partir d'une base de données hyper-violente.

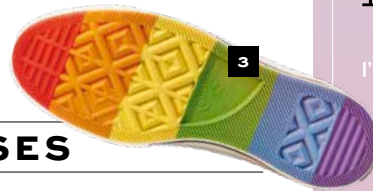
# Hayabusa 2

Après trois ans et demi de voyage, la sonde spatiale *Hayabusa 2* de l'Agence d'exploration aérospatiale japonaise est arrivée à destination en orbite autour de l'astéroïde Ryugu à 300 millions de km de la Terre.

1 3 MODE

## POT AUX ROSES

H&M, Urban Outfitters, American Apparel : en plein mois des fiertés LGBTQI, les collections capsules à base d'arc-en-ciel s'affichent en vitrine. Ce qui agace les associations qui dénoncent le pinkwashing des marques indifférentes aux questions politiques, mais alléchées par un marché juteux (le pouvoir d'achat des LGBT aux U.S. a été évalué à 917 milliards de dollars en 2015 par Witeck Communications). Ainsi, aux États-Unis, Primark s'est vue prise dans une controverse en décidant de reverser une partie des bénéfices de sa collection pride à l'asso Stonewall... qui boycotte la Pride. Et Nike vient de se faire épingler par Act Up pour s'être appropriée gratis le triangle rose qui lui sert logo. Heureusement, pour vous éviter de tomber dans le rainbow, le site d'infos américain *Mic* a sorti un guide pour consommer engagé, dans lequel on apprend que Levi's<sup>1</sup>, Under Armour<sup>2</sup> et la collab Converse x Miley Cyrus<sup>3</sup> reversent la totalité de leurs bénéfices à des assos LGBTQI. C'est ça qu'on aime.



2





4 NEW FACE

**LE GOÛT DU LUX**

Ariana Grande, Lil Wayne, Ciara, Nicki Minaj, Drake, Snoop Dogg : à 32 ans, la réalisatrice américaine Hannah Lux Davis manœuvre derrière les clips vidéo des artistes les plus emblématiques du moment. Comment est-elle devenue la videomaker que tout le monde s'arrache ? Explication en trois œuvres.



**LOVE ME de Lil Wayne feat. Drake & Future, 2013**

Diplômée de la New York Film Academy, Hannah n'a que 27 ans lorsqu'elle réalise *Love Me*, son premier clip pour un artiste

ultra-connu et plutôt badass, Lil Wayne. Au départ déconcerté d'être face à une femme réalisatrice, le trio de rappeurs joue finalement le jeu et suit ses indications. Et ça paye puisque le clip à l'univers dark (BDSM, yeux révoltés, baignoire de sang) remporte le VMA du meilleur clip hip-hop de l'année.



**BANG BANG de Jessie J, Ariana Grande & Nicki Minaj, 2014**

Clip pop et coloré qui a permis à Hannah d'être qualifiée par le magazine *Racked* de « David LaChapelle de la génération internet »,

*Bang Bang* marque le début d'une longue collab avec Ariana Grande (cinq vidéos en trois ans). Mais gérer trois divas sur un plateau n'est pas simple : « En général, on n'a qu'un jour pour tourner un clip et c'est pas évident surtout quand les artistes avec qui je travaille ont quatre, six ou dix heures de retard... »



**SIMPLY COMPLICATED de Demi Lovato, 2017**

L'année dernière, Hannah a réalisé pour YouTube son premier docu de 90 min *Simply Complicated* qui suit la chanteuse Demi Lovato

à travers ses combats contre l'alcoolisme, la cocaïne et la bipolarité. « Ça a été un réel challenge mais j'y ai vu l'opportunité de créer quelque chose d'à la fois divertissant et inspirant. » Depuis le succès du docu, Hannah compte bien faire des histoires de femmes dans l'industrie musicale son crédo. À suivre.

5 ENTERTAINMENT

**PLUS C'EST LONG, PLUS C'EST BON ?**

Qui se souvient encore de Vine, cette appli conçue pour poster des vidéos de six secondes ? Et des premiers posts vidéo instagram qui étaient limités à 15 secondes ? Aujourd'hui, la tendance est à la vidéo à rallonge. Instagram vient d'ailleurs d'annoncer le lancement imminent de formats vidéos pouvant aller jusqu'à une heure alors que d'après un décryptage méticuleux du site *Vulture*, la durée des épisodes de certaines séries comme *Westworld*, *Fargo*, ou *Mr. Robot* a augmenté de plusieurs dizaines de minutes d'une saison à une autre. Normal, d'après le rapport State of the Media Industry 2018 commandé par la plate-forme de vidéos en ligne Ooyala, le visionnage des vidéos longues (+ de 20 min) par les utilisateurs connaît la plus forte croissance, surtout sur mobiles et tablettes. Mais c'est aussi l'occasion pour les plate-formes, les réseaux sociaux et les médias de nous bombarder de « mid-roll ads » ou « adbreaks », ces petites pubs courtes qui viennent couper la vidéo en plein milieu et dont le taux d'engagement peut atteindre jusqu'à 72 % selon le récent rapport Adyoulike's State of Native Video Report 2018. Pourvu que ça dure (ou pas).

6 EVENT

**ASIE GOING**

Ça fait trois ans que vous passez à côté de toutes les expos sympas faute de trouver un créneau dans votre week-end Netflix and chill surchargé ? Vous ne risquez pas de rater *Enfers et Fantômes d'Asie* au Quai Branly puisque le musée



laissera ses portes ouvertes pendant trente heures d'affilée du 23 au 24 juin, lors de son Week-end d'Enfers. L'occasion de se faire une visite guidée de l'expo à 1h30 du mat', enchaîner avec les Dj sets de Superpitcher et Guillaume Sorge, mater des thrillers pendant toute la nuit sur le toit terrasse transformé en cinéma open air pour l'occasion (petit déj offert) ; tout ça en pouvant assister à une performance de danse butô, à la confection d'œuvres d'art en live et à de nombreuses conférences. Prenez votre temps.

Plus d'infos sur [quaibranly.fr](http://quaibranly.fr)

DANS LA BOUCHE DE...

**FRANÇOIS HOLLANDE**

« Il vaut mieux une cravate de travers et une pensée droite que le contraire. »

(Au Tableau sur C8)

**BRIGITTE MACRON**

« Je veux bien être une groupie, pas une potiche ! »

(Paris Match)

**ISSA RAE**

« Je suis autant à la mode que Kanye est noir : seulement quand c'est pratique. »

(CFDA Awards)