



J'aime Pas le foot

Pour toutes celles que le football ennueie et que la Coupe du Monde agace déjà, voici une façon de le clamer avec style et sourire.

Pas de carton jaune pour ce tee-shirt audacieux qui arbore toutefois les couleurs du Brésil, le soleil, la samba, oui, le foot non !

Tee-shirt en coton cropped, 9,90 €, points de vente Bizzbee à Paris et en province. www.bizzbee.com

64%

des hommes préféreraient une soirée en amoureux à un match de foot à la télé. Sondage Ifop pour Jules

Dragueur rémunéré...

Cherche étudiant pour draguer à ma place... Ce job insolite est proposé par un site de rencontre. Ses clients - des managers trentenaires - n'ont pas le temps, même virtuellement, de chercher l'âme sœur ! Alors si vous avez une âme d'entremetteur et des talents de « cyber-séducteur », postez votre candidature... www.NetDatingAssistant.com

TENDANCES



Photo Claude Prigent

Mobiles vintage un retour en grâce

Effet de mode ou budget télécom réduit, les téléphones portables des années 2000, indestructibles et jamais en panne de batterie, refont surface sur un marché dominé par les smartphones.

Le 1^{er} avril, le constructeur emblématique Nokia s'est fendu d'un poisson d'avril pour annoncer le (faux) retour de son légendaire 3310, doté d'un improbable écran tactile et d'un capteur photo perfectionné. Lancé en 2000, ce modèle qui n'est plus fabriqué, s'est vendu à plus de 125 millions d'exemplaires dans le monde.

Le 3310 tout comme d'autres « dinosaures » signent depuis plusieurs mois un retour remarqué dans les boutiques de mobiles d'occasion ou sur les sites de e-commerce. Ces portables rétro, sans connexion internet ni applications mobiles, ne sont plus seulement l'apanage de personnes âgées ou de consommateurs au budget télécom limité, mais ont été élevés au rang d'objets cultes par un mouvement de mode plus global.

Effet madeleine de Proust et mode déconnexion

« Il y a un effet "madeleine de Proust" et cette sensation agréable de retrouver un objet que l'on a connu à une époque, un peu comme se payer des baskets vintage qu'on ne pouvait pas s'offrir à l'adolescence ou emmener ses enfants à un concert de Chantal Goya », analyse Damien Douani, expert nouvelles technologies à l'agence FaDa, qui met aussi en avant « une logique de contre-culture en réaction à la surconnectivité de la société, la déconnexion étant la tendance du moment, avec la volonté d'un retour à l'essentiel et à un téléphone basique servant juste à téléphoner et envoyer des SMS, ce qui ne se trouve plus dans le commerce ». Certes, il reconnaît que cette « mode » ressemble parfois à « du snobisme ».

Des modèles à plus de 1.000 €

C'est à une clientèle plutôt haut de gamme que s'adresse la marque française Lekki, fondée en 2010, et qui propose des téléphones iconiques d'occasion mais « avec batterie et chargeur neufs, et remasterisés avec une couleur tendance ». Un Motorola StarTac 130 et « repeint » en orange fluo est ainsi vendu 180 €, tandis qu'un Ericsson A2628, couleur bouton-d'or, vaut 80 €. « On a deux profils-types, les 25/35 ans attirés par le côté rétro et décalé d'un téléphone qui sort de l'ordinaire, et les nostalgiques qui veulent retrouver l'appareil qu'ils avaient quand ils étaient plus jeunes. Certains l'utilisent en complément de leur smartphone, mais d'autres jouent la carte du vintage à 100 %, lassés de la course à la technologie entre les fabricants », explique le fondateur de Lekki.

« Certaines personnes n'hésitent pas à mettre le prix, on a des modèles à plus de 1.000 €. De tels prix s'expliquent par la difficulté à retrouver ces modèles, qui étaient déjà des éditions limitées à leur époque », renchérit le fondateur du site vintagemobile.fr.

Le « phénomène Free Mobile », qui a entraîné l'effondrement des prix des forfaits, participe aussi du succès des modèles vintage. La population vieillit et recherche des téléphones plus simples, tandis que d'autres consommateurs veulent un deuxième mobile mais pas cher. Et ceux qui n'arriveraient pas à se désintoxiquer de leur smartphone, pourront toujours sauver les apparences avec une coque pour iPhone reproduisant fidèlement l'aspect du Nokia 3310.



Photo DR

J'ai testé pour vous Un vernis infallible

Des ongles aux couleurs élégantes, faciles à appliquer, qui ne filent ni ne s'écaillent... On en rêve toutes. Et là franchement le packaging et les couleurs acidulées et pétantes, donnent envie de croire aux promesses de ce vernis intitulé Infaillible !

Un vernis conçu par L'Oréal Paris et qui « défie les manucures UV gel semi-permanentes ». On suit donc le mode d'emploi : application en deux étapes du vernis - couleur orange -.

Étape un. Grâce à une résine ultra-flexible, le vernis gel adhère bien, sans s'écailler et il ne coule pas malgré une application un peu maladroite.

Enrichie en pigments haute intensité, la couleur est effectivement intense et éclatante sur l'ongle **Étape 2 :** le top coat gel coloré. Il fixe la couleur et renforce la brillance.

Au premier abord, la manucure ressemble à celle d'un institut : couleur lumineuse, ongles plus volumineux et galbés.

Et la tenue ? C'est là que cela se gâche un peu : la « tenue infallible jusqu'à 12 jours » ne résiste pas plus de... deux jours aux tâches de la vie courante...

Certes, sans mettre de gants pour faire la vaisselle...

Un défaut que l'on oublie assez vite. Ce vernis étant d'utilisation facile et ludique, on passe volontiers à une autre couleur car on se dit que des ongles orange 12 jours durant, c'est trop... On passe au rose, au rouge ?

C.A.
Vernis Infaillible L'Oréal Paris: 9,90 €, disponibles en grande distribution, grands magasins et parfumeries.



UN PRODUIT, UN CRÉATEUR Un bain fleuri à offrir à nos cheveux

Notre coup de cœur : l'huile fleurie, bain gourmand des Délices d'Azylis. Attention, ce produit n'est pas destiné à l'eau du bain. Mais à notre chevelure. Avant de l'utiliser, on se doit d'oublier les codes de la cosmétologie occidentale classique. Et opter pour une découverte des rituels de l'ayurvèda, l'une des plus vieilles médecines du monde, originaire d'Inde. Cet élixir capillaire, destiné à fortifier le cuir chevelu, a, en effet, été conçu à partir d'une maturation de plantes ayurvédiques dans de l'huile de dattier du désert et de l'huile de neem. Le tout rehaussé de touches d'huiles essentielles enivrantes comme le cyprès ou la menthe poivrée. Appliquer ce produit, en se massant et en le laissant agir, exige du temps : deux heures au minimum, avec une recommandation jusqu'à une nuit entière. Mais le résultat est là : la chevelure est plus soyeuse dès la première utilisation. Un début prometteur. Et qui permet de rêver aux belles chevelures des Indiennes.



La créatrice : Cécile Courtel, une Bretonne née à Dinan (22) et qui officie, comme coiffeuse à Paris. Une créatrice, surprenante, elle ne s'arrête jamais. Ou presque. Mais au rendez-vous, elle est chaleureuse, pleine d'enthousiasme et d'idées pour sa passion : l'autre, son bien-être, sa beauté. Son parcours est atypique, semé d'embûches aussi. En commençant sa carrière, la jeune coiffeuse s'était, en effet, trouvée face à un mur : elle était allergique aux produits utilisés dans la coiffure traditionnelle. Que faire ? Changer de métier ? Cécile contourne le mur et s'essaie à d'autres pistes : les massages ayurvédiques, puis les colorations végétales. Elle combine les deux et le propose à ses clientes. Qui suivent, de plus en plus nombreuses. « Je faisais venir des produits d'Inde. Mais les tubes arrivaient souvent cassés par le transport. Je me suis donc tournée vers un formulateur passionné de plantes, Vincent Bourgeteau, à Vannes ». À eux deux, ils créent la première gamme de soins : six produits d'un coup.

CÉCILE RENOARD

Bain fleuri, flacon de 100 ml, 23 €. En vente sur terrassens.fr

FÊTE DES PÈRES Un papa élégant et responsable

Pour les papas un peu bobos bio, pourquoi ne pas leur offrir une des pièces de la collection capsule éco-responsable lancée par Jules en partenariat avec la Gentle Factory. Cette ligne de 10 produits placée sous le thème de la séduction durable, a été conçue avec des matières biologiques ou recyclées, fabriquées le plus souvent en France. Entre autres, des espadrilles en coton recyclé (19,99 €), un t-shirt marinier (24,99 €), une veste bleue marine en coton recyclé (89,99 €), une bermuda en coton bio (34,99 €) et un jean en coton recyclé (49,99 €). Un cadeau qui ne videra pas la tirelire et rendra les papas élégants. Dès à présent en magasins ou sur www.jules.com

