

GUÉRIR GRÂCE À LA MUSIQUE CLASSIQUE



L'expression "effet Mozart" est devenue populaire dans les années 1990 lorsqu'une étude publiée dans *Nature* a révélé que

l'écoute de la Sonate pour piano K448 de Mozart améliorerait significativement les capacités de raisonnement spatial. D'autres recherches ont prouvé que la musique classique améliorerait les fonctions cognitives, réduisait le risque d'atrophie cérébrale et ralentissait le déclin cognitif. (...)

Le secret réside dans la complexité et la structure de la musique classique. Clara James, professeur à la Haute école de musique de Genève et ancienne violoniste professionnelle, explique que la musique classique suit des règles strictes de proportion, d'équilibre et d'harmonie. Le cerveau apprécie intrinsèquement cette complexité structurée. Intégrer cette musique dans son quotidien est un moyen simple et efficace d'améliorer sa qualité de vie. Travail, étude ou simplement détente, la musique classique constitue une toile de fond apaisante, apte à stimuler la concentration et la créativité.

FURIFURI : LE FURIKAKÉ QUI REMPLACE LE SEL



Le furikaké quoi ? Ce n'est ni plus ni moins qu'un mélange aromatique vendu en épicerie asiatiques, surtout japonaises. Le furikaké est une excellente alternative pour consommer moins de sel.

Créé au début du siècle dernier par un pharmacien japonais, il est parfait pour

accompagner le riz blanc. À l'origine, il était fabriqué à partir d'os de poissons broyés, de graines de sésame et d'algues. Les os de poisson étant parfaits pour combler le manque de calcium.

Natsuko Perromat est franco-japonaise. Elle a travaillé plusieurs années avec le groupe Alain Ducasse, et depuis le confinement elle a décidé de créer son propre furikaké. Elle s'est entourée de professionnels et a créé la marque Furifuri. Contenant des algues de Bretagne, la chef d'entreprise propose de furikaké au citron, au piment, au gingembre ou uniquement du sésame et des algues, des produits sains, sans aucun additif.

> Par ANNE-LAURE GIRARDOT

La Fondation de la mer envoie un message fort

En vue des Jeux de Paris 2024, la Fondation de la mer déploie une campagne de sensibilisation.

Profitant de la période des Jeux olympiques et Paralympiques pour sa portée mondiale, la Fondation de la mer a lancé une campagne publicitaire afin d'attirer l'attention sur la protection des océans. Ainsi, pour faire connaître son action et sensibiliser le plus grand nombre d'individus, la fondation a détourné le sport à travers une campagne originale, réalisée par l'agence The Pill by Creapills. Parmi ces publicités, on peut lire : "Il y a des records qu'on ne devrait jamais battre", "1 cm pour un record c'est peu, pour l'océan c'est trop", "Parfois, avoir la médaille d'or c'est la honte" ou encore un détournement de la célèbre phrase de Pierre de Coubertin "L'important c'est de participer" en "L'important n'est plus de participer, mais d'agir".

L'objectif est de mettre en avant les statistiques et les faits alarmants, à savoir que chaque année, 8 millions de tonnes de plastiques sont rejetées dans les océans, battant des records de pollution aux particules plastiques ; ou encore que 90 millions de tonnes de poissons, mollusques et crustacés sont pêchés annuellement, conséquence de quoi 34% des stocks de poissons sont surexploités, etc. Bref : "Il est temps d'agir".

> fondationdelamer.org.



POURQUOI LES JEUNES LISENT MOINS ?

Selon une étude d'avril 2024 du Centre national du livre, les jeunes, surtout les garçons, décrochent de la lecture. Un décrochage préoccupant. Le travail portait sur le rapport aux livres des jeunes âgés de 7 à 19 ans. Et les chiffres dévoilés sont éloquentes. 19 minutes : c'est le temps que les jeunes passent par jour à lire dans le cadre de leurs loisirs. Soit 4 minutes de plus qu'en 2022. Mais ce chiffre reste très largement en dessous des 3h11 passées quotidiennement sur les écrans.

Il faut dire que pour leurs loisirs, la lecture est loin d'être une priorité. Plus d'un jeune sur trois préfère faire autre chose de son temps libre. Pire, 19% d'entre eux affirment ne pas aimer lire, en particulier les 16-19 ans. Mais l'étude met en avant quelques points positifs. En effet, près de la moitié des interrogés ont déjà lu un livre, notamment numérique. Une donnée encourageante, et ce, même si la majorité d'entre eux préfèrent lire une bande dessinée ou un manga. Bilan : le décrochage à l'adolescence se confirme, précise l'étude. Fortement à partir de 16 ans pour les lectures dites obligatoires. Et dès 10-12 ans pour les lectures personnelles dans le cadre des loisirs, en particulier chez les garçons.

