



1, 2021

Wochenzeitung

Seite 14-17, 22-29 / 364'225 mm²

Sehen, wer was sagt.

blueReport

<u></u>

CHF 115'012 Werbewert

339'000 Auflage

GÉNÉRATION DEMAIN

Génération Y: né(e)s entre 1984 et 1996 Z: né(e)s entre 1997 et 2010

MAËVA WEISSEN 26 ANS

Au nom de la liberté des looks et du recyclage

aëva Weissen est une artiste genevoise à conjuguer au pluriel. Dans ses pratiques mais aussi dans son ADN. Ayant grandi à Onex, Suédoise par sa mère et Espagnole par son père, la jeune femme réalise le portrait de sa génération, dont les codes émanent des quartiers populaires. «Je raconte les histoires de ce que j'ai baptisé la troisième culture, car on est mixtes. J'utilise comme médium la mode, mais aussi la vidéo et les installations», explique l'étudiante en master en arts visuels à la HEAD, à Genève. La durabilité et le multiculturalisme sont devenus ses inspirations. En 2019, elle a notamment remporté le Prix Art Humanité 2019, décerné par la Croix-Rouge genevoise, le CICR et la HEAD, pour son projet de bachelor. Sur le podium, le jury avait découvert ses vêtements «upcyclés», soit des créations de haute couture réalisées à partir de déchets textiles. Entre ses doigts, d'anciens maillots de football sont retravaillés en robes fièrement portées par des mannequins d'origine africaine, maghrébine ou d'Europe de l'Est. «Je suis optimiste, car l'upcycling est en train de toucher toute la population. Je perçois de nouvelles sensibilités, qui valorisent les matières existantes plutôt que de les jeter.» Pour Maëva Weissen, ce mode de vie s'impose pour combattre l'industrialisation de masse. «Il faudrait surtout que l'Occident arrête d'envoyer tout ce dont il n'a pas besoin en Afrique, en mode déchèterie.» Engagée, la styliste revient aussi sur le scandale récent du «t-shirt de la honte» dans les écoles en Suisse romande. «Qu'on arrête de vivre avec les mœurs du Moyen Age! Avant, on critiquait les jeunes qui portaient des jeans et des vestes en cuir et, maintenant, ce sont les crop-tops et les trainings. Comme ce serait bien qu'on puisse tous et toutes porter les vêtements que l'on veut, sans que ce soit sujet à discussion ou une excuse pour une agression!» J. A. .







Wochenzeitung

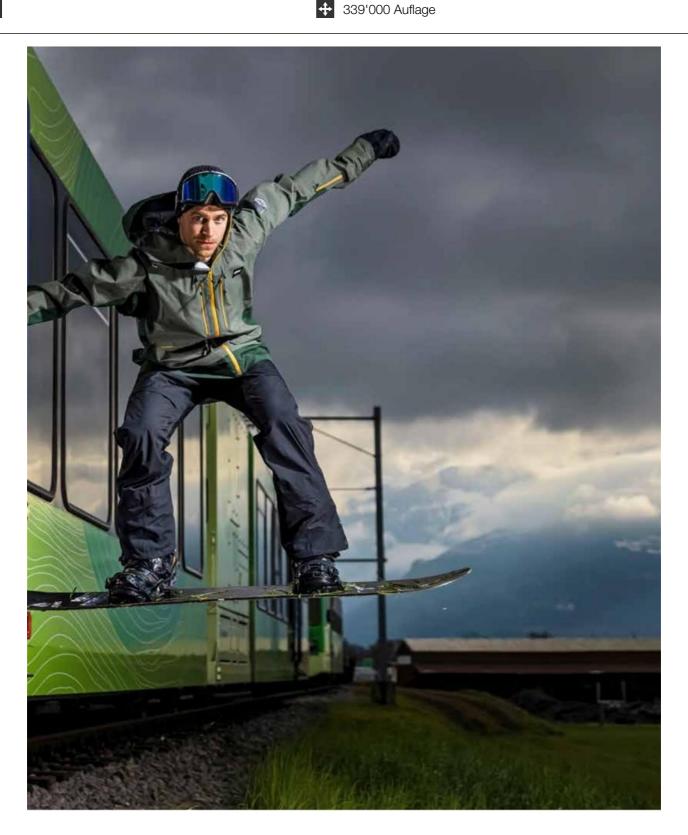
blueReport

Seite 14-17, 22-29 / 364'225 mm²

Sehen, wer was sagt.

S CHF 115'012 Werbewert







Wochenzeitung



Seite 14-17, 22-29 / 364'225 mm²

Sehen, wer was sagt.

CHF 115'012 Werbewert

339'000 Auflage



CÉLIAN HIRSCH 29 ANS

Plaidoyer pour une justice accessible à tous

ils et petit-fils d'avocats, Célian Hirsch a très vite attrapé lui aussi le virus du droit. Une simple rencontre suffit à mesurer la passion qui l'anime. «Le droit en tant que tel, ce n'est pas très intéressant, explique-t-il. Ce que j'adore, c'est en discuter, convaincre

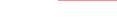
ou se laisser convaincre.» En famille, cette passion se partage grâce à un concept original: les trains juridiques. Une fois par an, ils organisent un tour de Suisse en train pour discuter de thèmes juridiques choisis à l'avance, en étant accompagnés d'un professeur de droit, expert dans le domaine.

Sa volonté de partager autour du droit l'a poussé à créer le site LawInside. «Pendant mes études, je me suis rendu compte que nous lisions beaucoup mais que nous ne rédigions presque pas.» Avec un collègue, il commence à résumer des arrêts et à les commenter. Et ils décident de publier leurs travaux sur un site internet, sans imaginer le succès que celui-ci allait rencontrer. Très vite, de nombreux avocats et professeurs s'en servent. La consécration arrive en novembre 2020 quand le Tribunal fédéral les cite comme référence dans un arrêt fédéral. Entre-temps, Célian Hirsch a lancé, avec des collègues, un second site du même type, spécialisé dans la protection des données. Après avoir suivi ses études à Fribourg et à Zurich - son oncle, Christian Lüscher, lui avait recommandé d'apprendre l'allemand -, le Genevois est de retour dans son canton d'origine, où il effectue un doctorat en droit bancaire et protection des données.

A l'avenir, il rêve que l'accès à la justice s'élargisse. «Soit vous êtes très riche et vous pouvez vous payer un avocat, soit, au contraire, vous êtes très pauvre et l'Etat vous en paie un. Mais pour les personnes entre deux, soit l'immense majorité, un avocat est trop cher.» Un autre vœu lui tient à cœur: que se généralisent les actions collectives permettant à plusieurs consommateurs avant subi le même préjudice de se mettre ensemble pour faire le poids face à une entreprise. Pour que justice soit faite. R. T. .







U 1, 2021

Wochenzeitung



Seite 14-17, 22-29 / 364'225 mm²

Sehen, wer was sagt.

CHF 115'012 Werbewert

339'000 Auflage



CHLOÉ CARRIÈRE 22 ANS

La scientifique galactique qui veut plus d'espace

hloé Carrière est une étudiante hors normes. Férue d'espace depuis l'adolescence, la Lausannoise d'adoption a commencé par importer en 2018 le concept Astronomy on Tap, soit des échanges informels pour démocratiser les sciences spatiales à l'heure de l'apéro à l'EPFL. Un an plus tard, elle rempile en fondant l'association Space@yourService. Avec un projet, Asclepios, qui simule, avec d'autres apprentis astronautes, des voyages sur la Lune. «Je rêve d'être la première femme à poser un pied sur ce satellite», sourit celle qui suit un master en management, technologie et entrepreneuriat. Depuis quelques mois, cette experte en communication scientifique a lancé son propre talk-show, The Galactic Chloé Show, où son alter ego en combinaison argentée accueille toutes les trois semaines des experts pour qu'ils vulgarisent leurs recherches pour le grand public. L'émission, agrémentée de petits interludes pop culture en vidéo, fait son chemin sur YouTube.

L'épisode avec Marcel Salathé, professeur à la tête du Lab of Digital Epidemiology, compte plus de 1500 vues! Intarissable dès qu'il s'agit de parler du cosmos, Chloé Carrière aspire évidemment à travailler à l'Agence spatiale européenne. «La science spatiale touche de plus en plus de gens. Regardez comme on est curieux des aventures d'Elon Musk avec SpaceX.»

Pour elle, l'espace est le nouvel eldorado de notre civilisation. Par contre, la jeune femme espère que la priorité de ces futures explorations sera l'étude du système solaire ou le développement des technologies qui auront un impact positif sur la planète. «Imaginez si on pouvait résoudre une infime partie de l'énigme autour de la genèse de l'humanité, d'où on vient...» rêve-t-elle. Galactic Chloé aspire à mieux comprendre l'Univers, mais savoure aussi le vertige de l'inconnu. «Dans un monde parallèle, je ne sais pas si je voudrais tout savoir. Le mystère, c'est l'un des moteurs de toutes les sciences.» J. A. •





1, 2021

Wochenzeitung

blueReport

Seite 14-17, 22-29 / 364'225 mm²

Sehen, wer was sagt.

CHF 115'012 Werbewert

Quelles sont les convictions des générations Y et Z*? Ces dix personnalités façonnent le futur de notre société, se battant avec passion pour leurs causes, que ce soit l'environnement, l'égalité ou la science. Rencontre avec une jeunesse romande créative et engagée.

Textes Jade Albasini et Robin Torrent - Photos Valentin Flauraud







1, 2021

Wochenzeitung

blueReport

Seite 14-17, 22-29 / 364'225 mm²

Sehen, wer was sagt.

S CHF 115'012 Werbewert

339'000 Auflage







1, 2021

Wochenzeitung



Seite 14-17, 22-29 / 364'225 mm²

Sehen, wer was sagt.

CHF 115'012 Werbewert

339'000 Auflage



son atelier Workshop 4.0. à Sierre, où ses collègues et lui ne cessent d'innover en matière de robotique.



Des robots pour que la vie soit plus riche

yperactif, touche-à-tout, serial entrepreneur: voilà autant de qualificatifs qui collent à Nicolas Fontaine. Originaire du canton de Fribourg, le paysagiste de formation a déménagé en Valais à 22 ans, sur un coup de tête, pour rejoindre des amis. «Avec du recul, une des meilleures décisions de ma vie.» Dans son canton d'adoption, il commence par ouvrir son entreprise de paysage à Grimisuat. Avec des amis, il lance ensuite la société Dionysia, qui transforme de vieilles barriques à vin en meubles design, puis l'association Satellite, qui encourage la culture et le vivre-ensemble en ville de Sierre. Mais depuis quelques années, ce qui fascine l'entrepreneur, c'est la robotique. Un domaine qu'il explore grâce à sa start-up Workshop 4.0. «Il y a une grande excitation car c'est un univers dont on ne connaissait rien il y a trois ans.» A la base, lui et ses amis investissent dans un robot venu d'Allemagne dans le but de l'utiliser pour faire des œuvres d'art à partir de troncs d'arbres. Mais très vite, la curiosité prend le dessus et plusieurs projets naissent, comme celui du roboclette, qui s'offre un buzz planétaire. Derrière ces expérimentations se cache surtout une volonté de démocratiser l'utilisation des machines tout en sensibilisant les gens sur notre rapport à la technologie. «Souvent on nous l'impose, explique-t-il. Les caisses automatiques dans les supermarchés en sont un excellent exemple. On a supprimé des places de travail sans aucune réflexion derrière.» Dans un monde idéal, Nicolas Fontaine aimerait supprimer les tâches ingrates et faciliter nos vies grâce aux robots. «Cela nous permettrait de reconnaître de nouveaux métiers, comme celui d'être papa ou maman.» Et de nous offrir plus de temps pour se recentrer sur des choses essentielles comme «l'art et le soin de la nature». Donner du sens à chacune de ses actions, voilà ce qui motive ses valeurs d'entrepreneur. Afin, comme il aime le dire, «que les gens se souviennent de ce qu'on a fait, pas de qui on était». R. T. .





1, 2021

Wochenzeitung

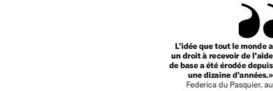


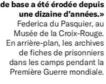
Seite 14-17, 22-29 / 364'225 mm²

Sehen, wer was sagt.

CHF 115'012 Werbewert

339'000 Auflage







L'humanitaire ou la quête de l'essentiel

uand elle doit expliquer où elle puise sa motivation pour le travail humanitaire, Federica du Pasquier aime parler de recherche de l'essentiel. «Au-delà de nos spécificités culturelles, il y a des besoins, des envies que nous avons tous en commun.» Des besoins pour lesquels la Genevoise, désormais, se bat au quotidien. Passionnée par les langues, c'est initialement pour apprendre l'arabe qu'elle décide de partir six mois en Syrie après sa maturité. Puis deux bachelors à l'Université de Saint-Gall et un master à Harvard, où elle se spécialise dans le droit de la guerre, la mèneront tout naturellement vers le CICR.

Pour le compte de la Croix-Rouge, elle effectue plusieurs missions sur le terrain, notamment en Cisjordanie, dans la bande de Gaza, et en Syrie. Dans ce pays qui l'avait marquée dix ans auparavant, elle et ses collègues travaillent d'arrache-pied notamment pour rétablir des liens familiaux partis en éclats. Les familles déchirées par les conflits sont un exemple des nombreux moments très durs vécus sur le terrain. «Il faut développer une sorte d'élasticité émotionnelle car on navigue entre deux réalités qui coexistent mais qui ont tellement peu de points d'accroche qu'elles sont difficiles à concilier.» Le défi: digérer ces expériences pour en faire un moteur d'action et non un frein pour la suite. Le rêve absolu de Federica du Pasquier serait qu'il n'y ait plus besoin d'aide humanitaire. En attendant, elle s'inquiète du rétrécissement de l'espace humanitaire qu'elle constate depuis une dizaine d'années. Avec la vague d'attentats qui a touché l'Europe, l'opinion publique s'est durcie et les lois antiterroristes entravent l'accès à certains acteurs essentiels au travail humanitaire. «L'idée que tout le monde a un droit à recevoir de l'aide de base a été érodée. Les craintes liées au terrorisme sont légitimes, mais j'ai peur que ces mesures soient contreproductives et desservent nos valeurs.» R. T. •







Wochenzeitung

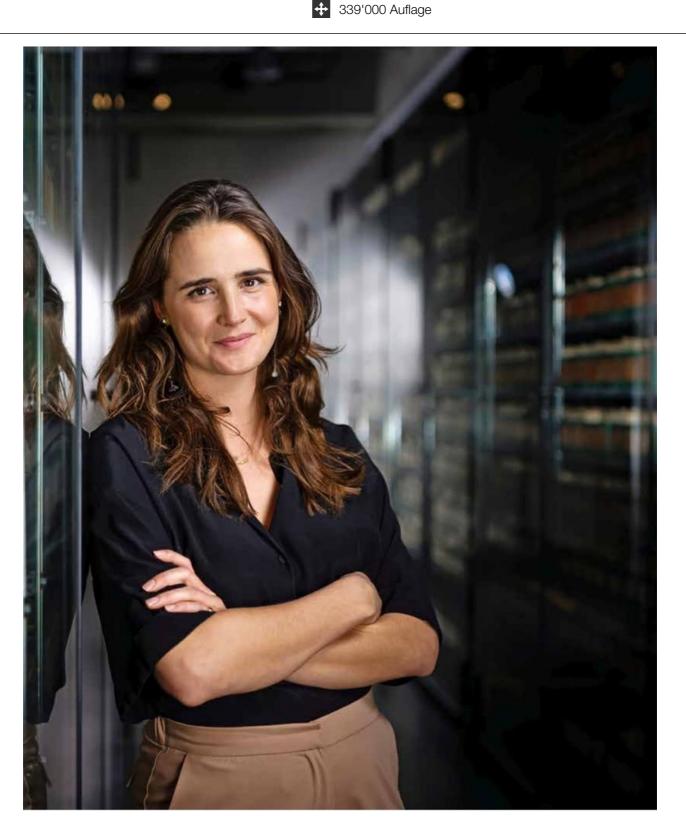
blueReport

Seite 14-17, 22-29 / 364'225 mm²

Sehen, wer was sagt.

S CHF 115'012 Werbewert









1, 2021

Wochenzeitung



Seite 14-17, 22-29 / 364'225 mm²

Sehen, wer was sagt.

CHF 115'012 Werbewert

4 339'000 Auflage







1, 2021





Seite 14-17, 22-29 / 364'225 mm²

Sehen, wer was sagt.

CHF 115'012 Werbewert



339'000 Auflage



ça te dévoile.» La devise de Princesse GenderFuck est mise en couleur par sa styliste, Safia Semlali, qui lui confectionne des tenues espiègles et glamours.

PRINCESSE GENDERFUCK 31 ANS

Militant·x·e* pour la fluidité des genres

orsqu'iel* monte sur scène, Princesse Gender-Fuck, 31 ans juste fêtés, déploie toute la flamboyance de son art. Avec ses shows éclatants, la drag-queen - qui est aussi infirmier ère magnifie les différences. «L'humanité, c'est comme la nature. C'est sa diversité qui fait sa beauté», prône la·le performer avec son accent québécois chantant. Pour le·la Lausannois·se d'adoption, on s'identifie à un genre et non le contraire. En bouleversant les normes, iel se définit comme une personne qui navigue entre le féminin et le masculin, de genre fluide. Il a fallu la liberté de parole sur les réseaux sociaux pour briser l'ancrage autour de la binarité homme-femme. «Tu peux être trans, non binaire, gender fluid, queer... C'est la fin de ce qu'on appelle la cisnormativité.» Qu'entend-iel par là? La fin du préjugé culturel ou social, souvent implicite, selon lequel tout le monde est cisgenre (identité où le genre ressenti d'une personne correspond au genre assigné à sa naissance, en opposition à transgenre). Pour Princesse GenderFuck, ce constat néglige une partie de la population. «Je suis plus qu'un astérisque en fin de page», ajoute la·le militant·e culturel·le. Au quotidien, iel chérit son prénom masculin - reçu par sa mère mais préfère ne pas l'exposer. En 2021, Princesse GenderFuck se dit enfin soulagé·e que les minorités soient davantage visibles dans les médias dits traditionnels. «On a le droit au respect et d'être considéré·e! Il faut qu'on arrête de parler d'acceptation comme s'il y avait une norme de base et qu'on devait tolérer le reste! Prônons la diversité!» Son monde idéal serait un espace où son soi n'est plus vu comme une pathologie. Où la bienveillance est conquérante. «Au lieu de me noyer dans mon genre comme dans un océan, j'ai construit un bateau, mon drag. Cette barque me permet de célébrer ce que je suis.» J. A. •

* Ce texte a été écrit en écriture inclusive. Par exemple: iel = il/elle. Comme dans le titre, il faudrait idéalement ajouter le x à tous les adjectifs pour faire référence aux personnes trans, non binaires et «gender fluid».





Wochenzeitung



Seite 14-17, 22-29 / 364'225 mm²

Sehen, wer was sagt.

CHF 115'012 Werbewert

339'000 Auflage







Le snowboarder qui soigne sa trace

nfant, Mathieu Schaer avait un rêve: devenir snowboarder professionnel. Et ce rêve, il l'a réalisé. A peine sa maturité en poche, il est engagé par une grande boîte de production qui réalise des films de freeride. Durant trois ans, il parcourt le globe à la recherche de la meilleure pente de poudreuse. Mais, rapidement, le rêve s'étiole. Titillé par son frère étudiant en environnement, il commence à s'instruire au sujet du réchauffement climatique, lit les rapports du GIEC. «Plus j'en connaissais, plus je me rendais compte que mon mode de vie était incompatible avec la vision de l'avenir que je me créais.» A 22 ans, il effectue donc un virage à 180 degrés et entame aussi des études en sciences de l'environnement à l'EPFL. Pensant mettre de côté le snowboard, il se découvre en fait une nouvelle motivation: associer son sport à un message écologique. Fini les trajets en avion, en hélicoptère et à motoneige, désormais il ira rider en transports publics. «Au début, je le faisais uniquement pour moi, pour avoir de la cohérence. Puis je me suis dit que c'était intéressant de communiquer là-dessus.» Soutenu par des marques en accord avec son éthique, il tourne le film Shelter, qui prône la pratique du freeride avec une empreinte carbone réduite au maximum. Dans le film, il est accompagné par le snowboarder américain Jeremy Jones, fondateur de l'ONG Protect Our Winters. Une association avec laquelle il essaie de faire bouger les choses en Suisse. Ils collaborent avec les stations pour que celles-ci facilitent l'accès à la neige grâce à la mobilité douce puisque «deux tiers des émissions de carbone liées aux sports d'hiver sont dues aux transports des touristes».

Actuellement employé chez MétéoSuisse, où il travaille sur l'amélioration des prévisions météo, Mathieu Schaer sait que la pratique de son sport dépend de la mobilisation pour le climat. Son souhait? «Que les acteurs du sport outdoor montrent l'exemple et aient une voix unie pour défendre ces terrains qu'ils chérissent.» R. T. •

