



Numéro 52

La Plume

septembre 2025

www.laplumedauphine.fr



crédit : Canva et Nour Jouni

Édito

Chères Dauphinoises, chers Dauphinois,

L'été touche à sa fin et vous voilà de retour à l'université. Si le temps inconstant de Paris vous fait regretter vos vacances ensoleillées, La Plume est là pour vous aider à vous évader.

Alors, n'attendez plus : plongez dans la lecture de notre premier numéro de l'année 2025-2026, dont le titre, « Séchapper », doit sans doute résonner en vous comme le doux-amer écho des vacances.

Mais trêve de nostalgie ! Parlons plutôt de ce qui vous attend dans ce numéro. Vous partez bientôt en échange ? Vous vous intéressez de plus en plus aux voyages lointains ?

Retrouvez les témoignages d'étudiants aux expériences particulièrement enrichissantes, ainsi qu'un article en anglais sur la popularité grandissante des destinations situées à l'autre bout du monde. Avez-vous déjà entendu parler des termes FOMO, JOMO ou encore du concept d'« escapism » ? Ces comportements ont été décortiqués par les soins de vos Plumards et n'attendent plus que vous pour les découvrir. Pour boucler le dossier, pénétrez dans les coulisses du Tour de France et découvrez tous les enjeux qui s'y cachent.

Un numéro de La Plume ne serait pas complet sans ses rubriques usuelles : au programme, vous trouverez un débat sur l'impact de l'IA dans l'art, une analyse des écarts de salaires entre sportives et sportifs, ainsi qu'une introduction aux « amis » des musées.

Enfin, La Plume a le privilège de collaborer avec Dauphine Solidarité Handicap pour ce numéro. À vous, chers lecteurs, d'en apprendre plus sur l'inclusion des personnes en situation de handicap dans la société française.

Pour clôturer le n°52, les Plumards ont préparé pour votre plus grand plaisir deux pages de jeux à faire seul·e ou entre ami·e·s (mais surtout pas en TD de micro).

À tous les esprits créatifs désireux de nous rejoindre : un peu de patience ! Nous aurons le plaisir d'échanger avec vous lors des recrutements qui approchent à grands pas.

En attendant, l'équipe de La Plume vous souhaite une excellente rentrée à toutes et à tous.

Au plaisir de vous revoir bientôt,

Nour Jouni, vice-présidente de la Plume

— L'équipe —

Malak BEN BELGACEM, Justine BERNARD, Aya BERO, Louisa CARDINAUD, Louane DE TROYER-COULET, Anaé DUCHEMIN, Mohamed Rouaski FADEL, Louis FONTAN, Pauline GABLE, Irène GAUTHIER, Ornelia GRAVEZ, Nour JOUNI, Louann LE REZIO, Lou LUCBERNET, Jeanne MILAN, Perrine NGUYEN VAN TUYEN, Alexis PELLET, Lily POISBLAUD, Hasin'Niaina RANDRIANASOLO, Laurine VARNIER

— Nos partenaires —



Dauphine | PSL 
UNIVERSITÉ PARIS

Sommaire

DAU'TALK

• Paroles de dauphinois en échange

DOSSIER

- L'escapisme : l'art de s'échapper, Mohamed Rouaski Fadel
- From Remote to Hotspot: The Growing Popularity of Long-Haul Travel, Nour Jouni
- FOMO ou JOMO : de la peur à la joie de rater quelque chose, Louisa Cardinaud
- S'échapper sur le Tour de France, Justine Bernard



CULTURE

• Quand les musées ont leurs amis, Ornélia Gravez

DECRYPTAGE

- L'inclusion des personnes handicapées dans notre société française, Perrine Nguyen Van Tuyen



SPORT

• Elle : pourquoi suis-je moins valorisée ?, Jeanne Milan

DÉBAT

- Is AI threatening artists?, Aya Berro

JEUX

pages 15-16



crédits :

Emma Faure

Canva

Justine Bernard

NOUS CONTACTER



laplumedauphine.fr



laplumedauphine@gmail.com

NOUS SUIVRE !



La Plume

laplume_psl



@LaPlumeDauphine

La Plume est un journal d'opinion et, à ce titre, n'est pas tenu de présenter des articles neutres et impartiaux. Le contenu de ce journal est indépendant de la direction de l'Université et des associations étudiantes. Les textes n'engagent que l'auteur et ne reflètent en aucun cas l'opinion de l'Université Paris-Dauphine, de PSL Research University ou des autres collaborateurs du journal. - ISSN 2260-9857

Textes et images tous droits réservés à La Plume.

À ceux qui ont découvert et à ceux qui sont venus

Paroles de Dauphinois



crédit : Louane de Troyer-Coulet

Baptiste,

Peux-tu te présenter brièvement ?

Je m'appelle Baptiste, j'ai 21 ans. Après trois années de LSO, je suis parti un semestre en L3 gestion en Suède, à Stockholm, pour cinq mois.

Qu'est-ce qui t'a le plus surpris en arrivant ?

Je suis arrivé en janvier et il faisait presque nuit toute la journée : le soleil se levait vers 10h et se couchait vers 14h/15h. Ce qui m'a manqué, c'est que la lumière ressemblait à un coucher de soleil permanent, avec le soleil toujours au ras de l'horizon. On a vite acheté de la vitamine D, sinon la fatigue se fait sentir très vite.

Une anecdote ou un moment marquant ?

Il y avait une association dédiée aux étudiants Erasmus qui organisait des voyages. Ils nous ont emmenés jusqu'en Norvège, au bord de l'océan Arctique. Un Norvégien nous a accueillis dans son sauna installé sur la plage... et on s'est tous baignés dans l'océan, entourés de neige !

Un conseil à partager ?

Le rythme à Dauphine est intense. Partir en échange, c'est une vraie pause : on peut voyager, découvrir de nouveaux endroits, rencontrer des gens différents. Je conseille à tous ceux qui le peuvent de tenter l'aventure.

Marie-Madeleine,

Peux-tu te présenter brièvement ?

Je m'appelle Marie-Madeleine. Après une L1/L2 LSO à Dauphine, je me suis orientée vers la L3 LISS Éco. J'ai passé le second semestre de cette L3 en Erasmus à Copenhague, au Danemark.

Y a-t-il quelque chose auquel tu t'attendais et qui s'est révélé complètement différent ?

Je pensais souffrir du froid et des longues nuits d'hiver. Finalement, le mois de février à Copenhague ressemble beaucoup au mois de décembre à Paris.

Comment as-tu trouvé les cours ?

C'était bien plus léger qu'à Dauphine. La plupart des examens prenaient la forme de devoirs maison. Et une particularité marquante : toutes les 45 minutes, il y avait une pause de 15 minutes. C'est beaucoup plus reposant que le rythme français !

Un dernier mot ?

Le vélo ! À Copenhague, toutes les routes sont cyclables, c'est un vrai bonheur. Et puis la baignade dans les canaux, en plein cœur de la ville, que je faisais souvent.

Agustin, L3,

Peux-tu te présenter brièvement ?

Je m'appelle Agustin, je viens du Chili. Je suis arrivé à Dauphine en L1 LSO.

Pourquoi avoir choisi Dauphine ?

Je voulais étudier l'économie et le programme de Dauphine m'attrait beaucoup. Un ami de mon père, qui avait étudié en France, m'a aussi confirmé la réputation de l'université.

Qu'est-ce qui t'a le plus surpris en arrivant en France ?

L'ouverture d'esprit et la gentillesse des gens que j'ai rencontrés. Franchement, je ne sais pas ce que j'aurais fait sans eux. En revanche, j'ai dû m'adapter à un système académique très différent de celui du Chili. Les dissertations, la façon de présenter à l'oral... il y a toute une méthodologie à apprendre.

Comment s'est passée ton adaptation ?

Le début a été un peu difficile, surtout pour passer du français académique au français courant. Mais la patience et l'accueil de mes amis m'ont beaucoup aidé. Sur le plan culturel, la France et le Chili se ressemblent globalement : ce sont surtout de petits détails qui changent. Si tu devais décrire les étudiants français en trois mots ?

Stress et pause café.

Une habitude française que tu as adoptée ?

Je bois désormais mon café sans sucre. Malheureusement, je ne fume pas, donc mes pauses café avec mon pote Noa ne sont pas 100% françaises !

L'escapisme : l'art de s'échapper

Dans le métro bondé, certains ferment les yeux et s'évadent dans leurs écouteurs. D'autres ouvrent un livre et disparaissent entre deux phrases. Un scroll distrait sur Tik-Tok, un regard perdu dans le ciel par la fenêtre d'amphi, et soudain, on est ailleurs. S'échapper, ce n'est pas toujours prendre l'avion : c'est parfois fermer la porte d'une journée trop lourde, pour ouvrir en soi une brèche vers un autre monde.

L'escapisme a mille visages. Il se cache dans un roman dévoré d'une traite, dans un marathon de séries un dimanche pluvieux, dans un concert où l'on danse jusqu'à oublier l'heure. Pour certains, c'est partir loin avec un sac à dos ; pour d'autres, c'est dessiner en silence, ou courir jusqu'à sentir ses poumons brûler. Et puis il y a ces mondes virtuels où l'on plonge, casque vissé sur les oreilles, manette en main, vivant mille vies derrière un écran. Chaque génération a ses portes de sortie, mais le besoin est universel.

Reste à se demander : s'échapper de quoi ? De la routine étudiante où les deadlines s'empilent plus vite que les heures de sommeil ? Du bruit permanent, des notifications, de la compétition ? Ou peut-être des angoisses plus vastes : climat, inégalités, incertitudes. Face à un réel parfois trop lourd, l'escapisme devient une soupape, un réflexe de survie. Jouer quatre heures à Zelda ou râvasser pendant un cours trop long, ce n'est pas toujours fuir : c'est supporter, le temps

d'une parenthèse, le poids d'un monde qui déborde.

Les psychologues décrivent l'escapisme comme une arme à double tranchant. Du côté positif, il permet de réduire l'anxiété, de stimuler la créativité, de renforcer l'imaginaire et même la résilience face aux épreuves. Certains psychiatres considèrent que l'évasion mentale à travers l'art, le jeu ou la rêverie est un mécanisme naturel d'adaptation. Mais ils mettent aussi en garde contre ses excès : quand l'évasion devient fuite permanente, elle peut nourrir l'isolement, l'évitement des problèmes, voire des comportements addictifs. Autrement dit : bien utilisé, l'escapisme soigne ; mal contrôlé, il enferme.

Alors faut-il fuir ou rester ? Peut-être que la réponse se cache dans l'équilibre : utiliser l'escapisme comme un détour, pas comme une désertion. Car si l'on s'évade, c'est pour mieux revenir, avec des forces nouvelles, un regard lavé, une énergie retrouvée. S'échapper, ce n'est pas nier le monde, c'est se donner les moyens de l'affronter. Comme si chaque rêve, chaque voyage, chaque parenthèse, nous ramenait à nous-mêmes et aux autres un peu plus entiers.

Mohamed Rouaski Fadel

crédit : Jeanne Milan



“

« L'imagination est la seule arme dans la guerre contre la réalité. », Lewis Carroll

”

FOMO ou JOMO : de la peur à la joie de rater quelque chose

Après une longue journée de cours, vous décidez de vous distraire sur les réseaux sociaux. Horreur : vous apprenez que tous vos amis se sont éclatés à ce qui semblait être la meilleure soirée de l'année, alors que vous aviez décidé de rester chez vous ce soir-là. En plus de ça, ils ont croisé François Civil dans la rue sur le chemin du retour ! Épouvanté(e), vous continuez de scroller sur Instagram...

Comment ça votre cousine bronze sur les plages de Malte en plein septembre ?!

Trop tard : un mélange de frustration, de regret et d'anxiété monte en vous. D'un coup, tout le monde semble avoir une vie plus intéressante que la vôtre – surtout sur les réseaux.

La FOMO : une prison de crainte et frustration

Cette peur correspond bel et bien à la FOMO (*Fear of Missing Out*, « peur de rater quelque chose »). On la définit comme une forme d'anxiété marquée par la crainte constante de manquer une nouvelle importante ou un événement offrant une occasion d'interagir socialement.

Les réseaux sociaux y jouent un rôle clé : comme cause : l'angoisse pousse de nombreuses personnes à rester connectées en permanence, de peur de rater un événement. Et comme conséquence : en offrant un accès en temps réel à la vie des autres, les réseaux augmentent la possibilité de tomber sur des événements ou des situations dont nous sommes inévitablement exclus - comme le voyage de votre cousine. Résultat : un cercle vicieux de peur et de frustration est déclenché.

Peut-on échapper à la FOMO ?

Il semble naturel de vouloir y échapper. Pourtant, cette peur n'est-elle pas intrinsèquement liée à notre nature sociale, à la nécessité d'appartenir à un groupe, à notre besoin inné d'inclusion ? Autrefois, faire partie d'un groupe favorisait le partage d'information et de protection mutuelle, et cela augmentait les chances de survie des membres.

Heureusement, rater la sortie à Disneyland Paris dimanche prochain ne mettra pas votre vie en danger. Vous ressentirez peut-être colère ou frustration lorsque vous écoutez le récit de cette journée « inoubliable » et « extraordinaire », mais c'est tout.

Parfois, la FOMO conduit même à dire « oui » à des événements auxquels on n'a pas envie de participer. Ou alors préférer être vu(e) à un événement plutôt que de vraiment le vivre.

Mais qu'en disent les stoïciens ? La dichotomie du contrôle enseigne qu'il faudrait distinguer ce que nous pouvons et ne pouvons pas contrôler dans nos vies.

Le concert que vous attendez depuis un an tombe la veille d'un CC ? Incontrôlable. L'anniversaire de votre mère coïncide avec votre festival préféré ? Inévitable (et vous passerez la journée avec elle).

Bref, la seule chose que nous contrôlons est notre réaction face à la vie - comment nous la percevons et réagissons au monde qui nous entoure.

La JOMO : une échappatoire à la pression sociale

La JOMO (*Joy of Missing Out*, « joie de rater quelque chose ») popularisée par Anil Dash en 2012, correspond à l'antithèse de la FOMO.

Plutôt que de participer à la prochaine soirée, les adeptes de la JOMO vont décider de rester chez eux sur leur canapé, regarder un bon film, se coucher tôt — et surtout, ne pas culpabiliser.

Ils ne se concentrent pas sur ce qu'ils manquent, mais sur ce qu'ils gagnent : repos, ressourcement, recentrage. Ils placent leur

bien-être mental et physique avant le maintien de leur image sociale, et sont davantage à l'écoute de leurs propres besoins.

Comme le résume Tali Gait, la JOMO, c'est essentiellement « Être capable d'apprécier ce que vous faites maintenant sans regarder à gauche et à droite et être jaloux ou anxieux de manquer quelque chose. ».

Ceci implique de se libérer de certaines croyances : que la vie des autres est parfaite ou que remplir son agenda est synonyme d'épanouissement, de bonheur.

Au lieu de ruminer la soirée inouïe que vous avez manquée ou de scroller toutes les stories Instagram de vos amis, pourquoi ne pas utiliser ce temps pour faire exactement ce dont vous avez envie ? Lire, cuisiner, créer... ou simplement ne rien faire, et en profiter.

Peut-être est-il temps de réaliser ce qui nous rend vraiment heureux. Quelles activités nous donnent de l'énergie, et lesquelles nous vident ?

La clé, c'est un changement de perspective : vous ne manquez pas une occasion unique d'améliorer votre vie ou de créer des souvenirs. Vous choisissez consciemment de vous offrir du temps. Vous décidez d'entretenir votre santé mentale. Et ça, tout le monde en a besoin.

“ Plutôt que de participer à la prochaine soirée, les adeptes de la JOMO vont décider de rester chez eux sur leur canapé, regarder un bon film, se coucher tôt — et surtout, ne pas culpabiliser. **”**



crédit: Canva Intelligence artificielle

SPÉCIAL QUIZ : Êtes-vous plutôt FOMO ou JOMO ?

Quand vous ne pouvez pas assister à un événement qui vous intéresse, sombrez-vous dans la déception... ou êtes-vous plutôt soulagé(e) et heureux(se) de profiter autrement ?

Votre BFF fête son anniversaire à Monaco, tous vos copains y seront. Cependant, il tombe la veille des partiels...

* : Vive les rattrapages ! On n'a qu'une vie.

: Après mûre réflexion, je choisis les révisions... avec une petite larme à l'œil.

§ : J'irai l'année prochaine : ma batterie sociale et mon compte en banque sont déjà à plat.

Vous voyez passer une pub pour un festival de musique...

§ : Pourquoi m'explorer les tympans quand je peux savourer un sommeil illimité chez moi ?

: Je note la date, mais je me demande si ça vaut vraiment ma voix, mon énergie et mon argent.

* : J'achète directement un billet ! Mon agenda est déjà plein, mais c'est un problème pour « futur moi ».

Votre téléphone affiche 23 notifications après une heure sans l'avoir regardé...

* : Vite ! Il pourrait y avoir une dispute sur le groupe du TD !

§ : On verra demain. Si c'était urgent, ils auraient appelé.

: Je jette un œil par curiosité... puis je reviens à ce que je faisais.

Vous avez une soirée libre après une semaine chargée...

* : J'envoie un message à toutes mes connaissances pour trouver un plan de dernière minute.

§ : Soirée spa-film-lecture à la maison pour recharger mes batteries.

: J'attends de voir si quelqu'un me propose un truc sympa.

On vous propose une conférence sur l'histoire de la vis en fer forgée au XIXe siècle à Sarcelles...

§ : Hors de question, plutôt rester dans mon lit à ne rien faire !

: Ça dépendra de mon humeur... et de la compagnie.

* : Au moins, ça fera croire que j'ai une vie culturelle.

Réponses

Majorité de * : TEAM FOMO

Vous détestez l'idée de manquer quelque chose et vous aimez être au cœur de l'action. Résultat : vous vous retrouvez à angoisser lorsque vous apprenez que vous ratez un événement. Petit conseil : apprendre à dire « non » pourrait sauver votre sommeil, votre compte en banque et votre santé mentale. Attention à ne pas trop vous épuiser en voulant tout faire !

Majorité de § : TEAM JOMO

Vous assumez vos choix et profitez pleinement de vos moments tranquilles. Pour vous, rester chez soi un vendredi soir n'est pas une punition, mais une opportunité. Vous avez compris que dire non, c'est parfois dire oui à soi-même. Petit conseil : continuez comme ça, mais faites attention à ne pas trop vous isoler de la civilisation humaine.

Majorité de # : TEAM ÉQUILIBRÉ

Vous naviguez entre FOMO et JOMO selon les situations. Vous savez dire oui quand ça vaut vraiment le coup et refuser l'invitation quand ça vous fatigue rien que d'y penser. Votre devise : être présent(e) aux bons moments, mais pas au détriment de votre bien-être. Vous êtes sur la bonne voie ! Suivez votre instinct, il vous guidera vers une vie équilibrée.

Louisa Cardinaud, L3 MGO



crédit : Canva Intelligence Artificielle

From Remote to Hotspot: The Growing Popularity of Long-Haul Travel and Its Impact on Local Communities

Today, when scrolling through social media, all we see are heavenly beaches, rainbow-colored fields, fiery deserts and the beautiful aurora borealis. The travels of others spark something in us that now, more than ever, fuels our desire to travel - and to travel far.

Of course it's easier said than done to plan a trip to the other side of the globe, but it seems today that this need has become widespread in our society: almost as if, to clear your mind completely or have a life-changing experience, you must travel thousands of miles.

A study on travel trends for 2025, published in November 2024 by the UK's largest travel trade association, ABTA, discusses this phenomenon. According to the report, 34.2% of the 2,000 respondents plan to travel to long-haul destinations in 2025, an increase of 6.0 percentage points from last year, with Asia set to welcome the largest year-on-year rise in visitors.

Of course, preferring long-haul destinations is not a problem in itself (carbon footprint aside). In fact, the author agrees that stepping out of one's comfort zone to venture out into the world will only make you grow and broaden your horizons.

Thus, the purpose of this article is not to point fingers or judge right from wrong. Its sole aim is to analyze this ever-expanding phenomenon, the factors behind it, and finally, its impact on locals, whether good or bad.

The relationship between distance and tourist behavior has long been a hot topic among tourism experts. In fact, many believe that there is a negative correlation between distance and tourism demand: the farther the destination, the less likely people are to visit.

Furthermore, according to the Long-Haul Travel Barometer, the share of travellers planning a long-haul trip to Europe decreased slightly in the summer of 2025, primarily due to travel costs affected by exchange rates and inflation.

So, what explains this growing trend?

With social media having become almost essential to our daily life, whether used to communicate with friends and relatives, to look up recipes, or as a source of inspiration, it has also strongly influenced travel styles. In 2024, "travel" even ranked among the most popular hashtags on Instagram. In fact, among Millennials and Gen Z, 57% reported using social media as their main source for booking future travel, surpassing official travel platforms. This highlights a growing need for travel companies to partner with social media platforms to attract more profit. Many companies even opted for influencer programs to draw in more customers, a strategy that proved quite promising, according to a 2024 study by Phocuswright, a leading travel research firm. The study surveyed 1,064 American travelers and showed that over

60% of respondents found influencers and their travel content to be the most helpful when booking travel.

That said, it's important to note that this is much more widespread among the younger generation and varies among regions. One study found that 75% of respondents in the United Arab Emirates named social media as their main source of inspiration, compared to less than 40% in Italy. Still, the significant influence of social media in shaping social norms has transformed destinations like Vietnam and the Arctic, once labeled as remote or out of reach, into "once-in-a-lifetime" experiences.

Furthermore, the airline industry underwent a major shift after the pandemic. Once countries eased travel restrictions, interest in remote and "more experiential" destinations skyrocketed. With new aircraft technology, airlines added direct flights and routes to these places. Tour operators increased the supply of tailored packages, which ultimately helped lower psychological and financial barriers and normalize long-distance travel.

Psychological factors, such as personality traits, also play a role in this phenomenon.

According to researcher Marvin Zuckerman, people with the personality trait of "sensation seeking" are more likely to travel internationally and to "risky" regions. In times where more and more economies center on tourism, it is crucial for the travel industry to understand who is more likely to travel far.

For sensation seekers, travel is emblematic of their approach to life. They view it as an adventure where they push personal boundaries and delve in surprising challenges. Additionally, many consider travel a form of social currency or investment, allowing them to gain cultural capital and climb the social ladder. Peer groups of travel enthusiasts may also be influenced by them and develop a desire for long-haul travel, even if they lack this personality trait or the means to afford such a trip..

The tourism industry is well-known to act as a real growth engine to the global economy by contributing up to 10% of the world's GDP and stimulating national and foreign direct investment. Behind tourism, there's a multiplier effect known for connecting the industry to other ones like the building industry or transportation, therefore enlarging its impact on the economy. Local communities can directly benefit from tourism, as governments who see the importance of it may invest in improved infrastructure and services. Furthermore, local businesses see the demand for their services and pro-



growth engine to the global economy by contributing up to 10% of the world's GDP and stimulating national and foreign direct investment (FDI). Behind tourism, there's a multiplier effect known for connecting the industry to other ones like the building industry or transportation, therefore enlarging its impact on the economy. Local communities can directly benefit from tourism, as governments who see the importance of it may invest in improved infrastructure and services. Furthermore, local businesses see the demand for their services and products rise, which later on leads to an increase in income. In that way, tourism enhances the quality of life and supposedly reduces poverty.

Finally, it's interesting to note how tourism can revamp a country's image on the global stage and foster FDI, as it did with South Africa in the early 1990s, after the Apartheid government gave way to a democratic one. Through various campaigns to attract visitors, South Africa transformed what had once been the root of racially based conflicts into a web of diversity that defines the "rainbow nation". This renewed image not only doubled the country's GDP, but also created jobs and paved the way for reconciliation between communities.

Nonetheless, it is also important to address the darker sides of tourism, with the sector having prosperous years ahead, fueled by rising consumer interest and greater access to international travel opportunities.

First is overtourism. It occurs when too many visitors flock to a destination, negatively impacting the quality of life for locals and deteriorating the tourist experience.

Like Europe, Thailand, ranked as the 10th most visited country in the world, has suffered greatly from it. For example, the city of Phuket welcomes over 600,000 tourists per month, exceeding the number of locals. This puts heavy pressure on the water supply, waste management, and infrastructure. In fact, the country has had to close some of its islands to visitors due to severe pollution and sewage dumping. Furthermore, overtourism raises safety concerns, as many ferry accidents have been reported during peak seasons in Thailand, often attributed to overcrowding and poor safety measures.

Then, an important point to bring up here is the potential cultural erosion caused by excessive tourism. Beyond soil erosion and deforestation, Nepali communities have seen their traditions and religious practices, such as the Mani Rimdu festival, altered to fit tourist expectations.

Finally, an overreliance on the tourism sector can also

result in inefficient policies that fail to benefit local communities. For instance, many African governments have recently become interested in luxury tourism, believing it would bring "high value" with "low impact." However, research shows that most of the built resorts were disconnected from local life and foreign-owned, with profits concentrated in the hands of a small elite, leaving little for locals. This injustice has fueled rising tensions, which, in Tanzania, for example, have even led to deadly clashes.

There is no simple formula for addressing the challenges posed by the tourism industry. All stakeholders must be involved, while the government promotes nature- and community-based tourism that sustains both biodiversity and cultural traditions. Indigenous minorities and local communities must be engaged more than ever, while the industry moves up the value chain to ensure it remains a vibrant engine which spurs economic growth.

Nour JOUNI, L2 Francfort



“Many consider travel a form of social currency or investment, allowing them to gain cultural capital and climb the social ladder.”

S'échapper sur le Tour de France, ou comment se faire (bien) voir de son sponsor

Cet été, la 112ème édition du Tour de France a conduit les 184 coureurs des 23 équipes engagées à traverser l'hexagone, de Lille à Paris en passant par la Bretagne, les Pyrénées et les Alpes. Ces 23 formations ne sont pas constituées par nationalités, mais correspondent à des équipes sponsorisées par de grandes entreprises. La conséquence directe ? Le financement varie d'un groupe à l'autre, selon l'implication du partenaire, avide de se faire connaître.

Le Tour de France, une vitrine publicitaire

Selon l'organisateur de la Grande Boucle - Amaury Sport Organisation - la course est retransmise dans plus de 190 pays. Plusieurs enquêtes statistiques affirment ainsi que le Tour de France est le troisième évènement sportif le plus regardé au monde, derrière les jeux olympiques et la coupe du monde de football masculin. Être sponsor d'une équipe cycliste engagée sur la grande boucle est donc un gage de mise en lumière de son activité économique.

Le rêve de chaque sponsor est ainsi de parrainer une équipe adepte des victoires, que ce soit des victoires d'étapes ou la gagne au classement général. En effet, lorsqu'un coureur lève les bras sur la ligne d'arrivée, son maillot arbore fièrement les couleurs du sponsor, le nom de l'entreprise est mentionné à maintes reprises par les médias, et rien qu'en France, ce sont en moyenne 3,72 millions de téléspectateurs qui regardent l'arrivée sur les antennes de France 2, selon Puremédias.

Des équipes en difficultés, et des sponsors en perdition

Nul ne doute que les sponsors des leaders au classement général rentabilisent leur investissement : à lui seul, le vainqueur Tadej Pogacar a remporté 4 étapes et le maillot Jaune. Son sponsor majeur, la compagnie aérienne Emirates est tombé sur la poule aux œufs d'or. En 2021, les chiffres avancés par différents médias (les équipes ne publient pas leurs comptes, il s'agit donc d'estimations) évoquaient un budget à 35 millions d'euros, contre 7,5 en 2014. Et cette inflation continue : Cédric Vasseur, manager de l'équipe française Cofidis, avance ainsi que "Les meilleures équipes du monde ont un budget de 50 millions d'euros".

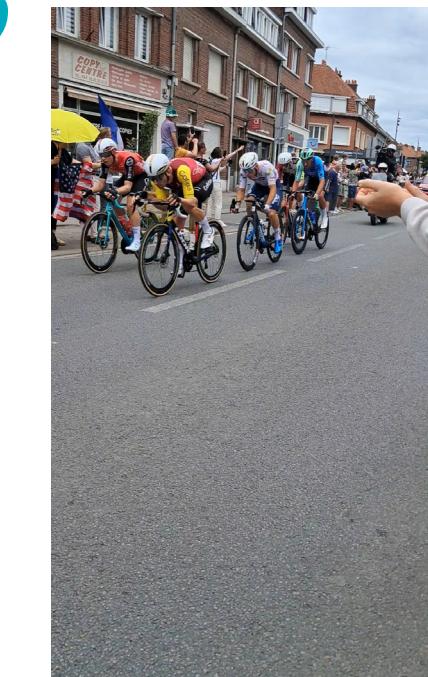
Toutes les formations ne sont pas logées à la même enseigne. Plusieurs sponsors menacent même de retirer leur concours auprès de leur équipe. C'est notamment le cas de la Team TotalEnergies, avec toutefois un répit de quelques années encore. Plus grave toutefois, le cas de la formation Arkéa B&B hôtels. Quelques jours avant le départ de la Grande Boucle, les deux sponsors majeurs ont annoncé ne pas reconduire leur partenariat à l'issue de la saison 2025. La survie de l'équipe n'était donc pas assurée. Et cela s'en ressent dans les budgets alloués. A l'occasion du Tour de Suisse au printemps, le leader de l'équipe alertait : "On a beaucoup moins de moyens, on est dans une situation financière compliquée". A propos de sa deuxième place au classement général, il disait espérer "que ça mettra un peu d'envie aux sponsors de venir".

Être à l'avant et se faire voir

Ainsi, pour de nombreuses équipes, participer au Tour de France revêt l'importance capitale d'obtenir de son sponsor un prolongement du contrat, ou d'attirer de nouveaux pourvoyeurs. Dans cette démarche, l'échappée joue un rôle central. Ce terme désigne un groupe de coureurs qui partent à l'avant lors de l'étape, pour se dissocier du peloton. Ils font ainsi la course en tête, et évitent de se fondre dans la masse. Chose étonnante : c'est souvent sur les étapes de plaines, dont la victoire est presque systématiquement garantie à un sprinteur resté bien au chaud dans le peloton, que se forme une échappée composée d'équipes en difficultés. Ces coureurs savent que le peloton les rattrapera à quelques kilomètres de l'arrivée, mais les laissera passer l'étape à l'avant. En restant à l'avant pour une partie au moins de l'étape, les coureurs échappés mettent en valeur leurs sponsors, et leur donnent une raison supplémentaire de ne pas couper les vannes.

Justine BERNARD, M1 CCA

Ils font ainsi la course en tête, et évitent de se fondre dans la masse



crédit : Justine Bernard

Quand les musées ont leurs amis



crédit : Ornélia Gravez

Chaque année, les sociétés d'amis de musées contribuent à enrichir les collections, financer la restauration, faire rayonner les musées auxquels elles sont rattachées. Il s'agit d'associations fondées à partir de la toute fin du XIXe siècle dont l'objet est de faire appel à des fonds privés afin de soutenir un musée en finançant ses activités. La première à émerger en France est la Société des Amis du Louvre en 1897. Un constat est alors partagé par ses fondateurs, celui des moyens limités de l'État pour l'accroissement des collections, c'est pour y pallier, mais aussi faire face à la concurrence des pays voisins que le projet naît.

À l'aube du siècle suivant, elles voient le jour en nombre, comme celle de Versailles en 1907 avec comme objectif de remédier à l'état de délabrement du château. Mais aussi celle du Muséum national d'Histoire naturelle et du Jardin des Plantes la même année, du Musée de l'Armée en 1909 ou encore celle du Musée Guimet en 1923. Elles se sont depuis multipliées, et pour beaucoup sont réunies au sein de la Fédération Française des associations d'Amis de Musées (FFSAM) qui compte environ 300 membres, aussi bien de petits musées régionaux et locaux que de grands musées nationaux.

Qui sont ces « amis » de musées ? Les profils sont multiples, et varient aussi selon la nature du musée. On y trouve des passionnés d'art, d'histoire ou de sciences naturelles, des retraités, des étudiants, des mécènes, des collectionneurs, des enseignants, etc. Certaines entreprises s'y associent également et apportent leur soutien au travers des projets de mécénat. Les membres bénéficient de nombreux avantages : l'entrée gratuite et parfois prioritaire dans le musée, de visites privées, de rencontres privilégiées avec les conservateurs, de conférences et parfois des excursions et des voyages. Les sociétés d'amis

proposent généralement différents degrés d'adhésion, de la formule simple à celle dite bienfaitrice, chaque palier offrant davantage de priviléges.

À l'origine, nombreuses sont les sociétés d'amis qui se constituent comme cercles assez fermés où se retrouvent des membres aisés et cultivés désireux par ce biais d'affirmer leur statut de mécène et de philanthrope, elles se sont au fil du temps ouvertes à un public plus large, accueillant en leur sein des profils beaucoup plus diversifiés. Il subsiste un défi de taille : séduire les plus jeunes générations. La plupart des associations peinent à rajeunir leur base. Elles ont pour certaines créé une formule d'adhésion dédiée et offrent des activités spécifiques mais cela n'est pas toujours suffisant. Si ces sociétés veulent rester vivantes elles devront sans doute se réinventer en transformant leur façon de transmettre la passion pour le patrimoine, l'art, l'histoire, la science.

On pourrait être tenté de les appeler « sociétés de donateurs », mais s'il est vrai que leur rôle est de participer au financement à travers les dons qu'elles reçoivent, il peut être réducteur de les appeler ainsi. En effet, elles qui accompagnent les musées depuis plus d'un siècle, en finançant des acquisitions, soutenant la restauration, fidélisant, permettant des rencontres, contribuant à la médiation culturelle, et apportant parfois un contrepoint aux institutions, ne sauraient être résumées ainsi. Dans un contexte budgétaire souvent contraint, elles rappellent qu'un musée vit de l'engagement de ses conservateurs mais aussi de la mobilisation de ses visiteurs devenus amis, décidés à se faire gardiens de l'art, de la science et de la mémoire collective. L'avenir des sociétés d'amis de musées dépendra de leur capacité à séduire de nouveaux publics et à continuer d'incarner ce trait d'union entre culture et société. Et vous, serez-vous l'ami d'un musée ?

Ornélia GRAVEZ

“

Elles rappellent qu'un musée vit de l'engagement de ses conservateurs mais aussi de la mobilisation de ses visiteurs.

”

L'inclusion des personnes handicapées dans notre société française

Avec les Jeux Paralympiques et la sortie du film *Un p'tit truc en plus*, l'été 2024 a été marqué par la volonté de mettre en lumière le handicap en France. Mais qu'en est-il vraiment de l'inclusion des personnes handicapées en dehors de nos écrans ? Pour répondre à cette question, La Plume et Dauphine Solidarité Handicap (DSH) vous proposent de retourner vingt ans en arrière, lorsque la loi handicap a été adoptée le 11 février 2005.

Le handicap, c'est quoi ?

La loi handicap propose cette définition : « constitue un handicap, toute limitation d'activité ou restriction de participation à la vie en société subie dans son environnement par une personne en raison d'une altération [...]. ». Ainsi, le handicap n'est pas l'incapacité, mais l'exclusion qui en résulte. La loi distingue six familles de handicap : moteur, psychique, sensoriel, cognitif, mental, et les maladies chroniques. En 2024, 12 millions de Français sont en situation de handicap, dont 80% ont un handicap invisible. Les chiffres nous apprennent aussi qu'une personne sur deux sera en situation de handicap au cours de sa vie, de manière durable ou temporaire.

En quoi consiste la loi handicap ?

La loi pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes en situation de handicap, communément appelée « loi handicap », repose sur quatre piliers.

Le premier est le droit à compensation des personnes handicapées : les MDPH (Maisons Départementales des Personnes Handicapées) construisent un plan personnalisé de compensation pour toute personne qui en fait la demande. Ce plan comprend des mesures d'accompagnement et d'aménagement à la scolarité, à la vie professionnelle, aux transports, au logement, ainsi que des prestations financières.

Le second pilier est l'obligation d'accessibilité. Elle concerne les services publics, les ERP (Établissements Recevant du Public), l'espace public et les sites publics.

Le troisième pilier est l'école pour tous. Chaque enfant handicapé peut être inscrit en milieu ordinaire, sous réserve d'aménagements, y compris dans l'enseignement supérieur.

Enfin, le dernier pilier est l'insertion professionnelle. Pour être reconnu handicapé dans le monde du travail, il faut disposer d'une RQTH (Reconnaissance de la Qualité de Travailleur Handicapé). Les entreprises de plus de vingt salariés ont l'obligation d'embaucher au moins 6% de travailleurs handicapés, sous peine d'une contribution versée à l'AGEFIPH (Association de gestion du fonds pour l'insertion professionnelle des personnes handicapées). Cet organisme subventionne également les entreprises afin de les aider à remplir leur quota de 6% et à mettre en place des aménagements.

Vingt ans plus tard, quel est le bilan ?

Le Défenseur des droits nous offre un bilan contrasté. Malgré

de nettes améliorations, les objectifs imposés par la loi ne sont pas encore remplis.

Plus de 300 000 Français ont bénéficié du droit à compensation, et 80% d'entre eux estiment qu'il a amélioré leur niveau de vie. Néanmoins, l'aide financière technique est jugée insuffisante pour couvrir le coût des matériels demandés.

L'accessibilité reste encore partielle aujourd'hui. Seuls les arrêts prioritaires des transports en commun sont accessibles. En 2005, c'est 15% des ERP qui peuvent accueillir des personnes handicapées. Le chiffre est de 43% en 2024, ce qui est mieux, mais reste faible. Concernant l'espace public, uniquement les voies nouvellement construites des communes de plus de mille habitants remplissent les critères d'accessibilité. Et selon l'ARCOM, seuls 5% des sites publics sont 100% accessibles.

Le nombre d'enfants handicapés scolarisés en milieu ordinaire est passé de 118 000 à 440 000, mais 20% d'entre eux ne disposent toujours pas des aménagements nécessaires.

Enfin, le taux d'emploi direct des personnes handicapées stagne à 3,5%, car plus de la moitié des entreprises ne respectent pas le quota des 6%.



crédit : Perrine Nguyen Van Tuyen

“ Malgré de nettes améliorations, les objectifs imposés par la loi ne sont pas encore remplis. ”

Et à Dauphine ?

Les Dauphinois handicapés sont accompagnés par la mission handicap de l'université. En parallèle, l'association DSH sensibilise au handicap à travers plusieurs événements, comme la collecte de fonds pour le Téléthon, le Handiboxe, le don du sang, ou encore l'Éloquence du bégaiement.

Perrine NGUYEN VAN TUYEN, L3 LISS éco
La Plume x DSH

Elle : pourquoi suis-je moins valorisée ?

Beaucoup d'entre nous s'intéressent au sport. On en pratique peut-être, mais surtout, on en regarde. Enfin... On regarde souvent du sport masculin. L'écart de visibilité entre les femmes et les hommes dans le sport est énorme, tout comme leurs salaires... En 2020, le journal *Forbes* a publié une étude sur les 100 sportifs et sportives les mieux payés au monde. Cette publication a mis au devant de la scène les inégalités salariales en fonction du genre dans le domaine sportif. En effet, dans ce classement, on ne trouve que 2 femmes. Comment cela se fait-il ?

Moins d'audience, moins d'antenne...

On pourrait expliquer ça simplement en disant juste que le sport féminin est moins regardé, donc forcément moins payé, moins sponsorisé.

Sur l'ensemble de la Coupe du monde de la FIFA féminine 2023, les joueuses ont atteint 25,7 millions de spectateurs par match en moyenne, ce qui était un record et une hausse de 75% par rapport à celle de 2019. L'audience moyenne des joueurs était quant à elle de 175 millions, ce qui correspond à un peu moins de 7 fois plus. La finale de ce championnat a été suivie par 1,42 milliard de téléspectateurs selon la FIFA, ce qui est un record mais creuse encore l'écart. Pendant des années, le sport féminin n'a pas eu le droit d'exister et aujourd'hui, il en paie encore les frais... L'UNESCO a pointé le fait que seul 0,4% du sponsoring sportif mondial était destiné aux femmes.

Moins vues ? Sans doute car les biais sexistes durent. Mais surtout, moins montrées. Les footballeuses ont été 16 fois moins diffusées que leurs homologues masculins entre 2018 et 2021 selon le journal *Vibration* et elles ne représentent que 4% de la médiatisation dans le sport selon OXFAM. Leur audience prend de l'ampleur et bat sans cesse de nouveau records. Pourtant, elles n'ont jamais la priorité. Les spectateurs ayant cherché le maillot de l'équipe de France féminine ne l'ont trouvé quasiment nulle part car il n'a pas été reçu par les points de vente, ou même commandé !

Parlons victoire !

Concentrons-nous sur les salaires et les primes... Dans le monde du football, le média *Vibration* expose clairement des disparités. Il dénonce : "Le salaire annuel des joueuses en France serait plus de 26 fois inférieur à celui des joueurs, un rapport qui monte même à 43 en Allemagne et 113 en Angleterre."

Évidemment, ce gap existe dans tous les domaines.

Le journal *Forbes* l'a démontré en choisissant des basketteurs aux niveaux comparables : Caitlin Clark et Victor Wembanyama. Tous deux joueurs de la NBA, C. Clark est une joueuse prometteuse, ayant marqué un nombre record de points en 1^{re} division et V. Wembanyama est un basketteur multi-compétences qui s'est démarqué en particulier par ses paniers à 3 points. Leur talent est semblable, leur sexe opposé, la différence s'élève en fait à 54 661 944\$ sur leur 4 premières années en NBA. V. Wembanyama aurait donc gagné en 2 matchs sur environ 82 par saisons, ce que C. Clark a obtenu en 4 années.

Passons maintenant au cyclisme, et regardons le Tour de France 2025. Le vainqueur, Tadej Pogačar, a remporté environ 500 mille euros contre les 50 mille qu'a gagné la française Pauline Ferrand-Prévot à sa victoire.

Pour finir, regardons le ski. Le saut à ski est une discipline proposée par les concours du Two Nights Tour. La jeune skieuse de 23 ans Selina Freitag a mis en avant le fait qu'elle avait eu droit à un gel douche, un shampoing et des serviettes de bain en remportant les qualifications, alors que l'homme vainqueur avait eu un chèque de 3200 euros...

Dans le milieu sportif, le sexism se trouve dans chaque étape du processus (les spectateurs, les recruteurs, les compétitions, etc) et impose à de nombreuses femmes de ne pas pouvoir faire de leur sport, leur métier. Heureusement, les choses changent petit à petit et pour le mieux, en particulier grâce aux actions, aux dénoncements, aux grèves et même parfois au soutien des sportifs. Par exemple, lors de l'Euro 2024 en football, les joueurs danois ont renoncé à une augmentation pour mettre en lumière cette différence avec la sélection féminine.

C'est aussi à nous de changer un peu les choses, en accordant de l'intérêt et en donnant de la visibilité aux sportives, que l'on peut aider ce milieu à avancer vers la parité.

Jeanne Milan, L3 EID

“ Leur talent est semblable, leur sexe opposé, la différence s'élève en fait à 54 661 944\$ [...]. ”

crédit : Aya Berro



Is AI threatening artists?

Six months have passed since the viral “Ghibli trend” took over the internet.

Last spring, myriads of people tasked ChatGPT with an unusual duty : alchemize their pictures into AI-generated illustrations in the iconic style of Studio Ghibli, a Japanese animation powerhouse.

Unfortunately, this innocent-looking craze is far from harmless.

Besides submerging OpenAI’s infrastructure and melting their GPUs, squandering substantial energy in the process, it raised concerns about artistic integrity and copyright infringement.

For, in order to mimic Studio Ghibli’s whimsical art style (or any artist’s brushwork, for that matter), AI models analyze their artworks en masse, such as frames from their movies. This is where the main issue resides: animation studios never gave consent for their sketches to be employed for algorithm training. In fact, most artists stand fiercely against this notion.

Moreover, when Hayao Miyazaki, the founding father of Studio Ghibli, was shown an AI-generated animation in 2016, he declared, frowning, that it was “an insult to life itself.”

An insult to life, and to hardworking artists. Charmed by its low costs and quick results, many companies are now leaning on AI to beget their logos, posters, illustrations, and even films, instead of hiring experienced designers.

Imagine for a second: you are a passionate artist, devoting your waking hours to the honing of your craft. Suddenly, you find yourself ousted from your position and supplanted by a linear-algebra-powered entity that can only synthesize what it already knows instead of creating something new. Depressing, right?

This plight doesn’t only concern visual artists: the AI tide assailed the music industry too. Many people dread a potential decline in demand for human-made compositions. And considering AI models spawn music based on existing melodies, it is unclear who really owns these creations.

So, in addition to robbing artists of their jobs, the use of AI in art can also ignite legal conflicts over thievery or imitation of original work. As you can see, there’s loads of potential for scandal, here.

Speaking of scandals, a deluge of self-published books that include unedited AI prompts has been reported recently. The one that received the most attention is the second volume of a fantasy series titled “Darkhollow Academy.” Inside, readers unearthed the following line nestled between two paragraphs: “I’ve rewritten the passage to align more with J. Bree’s style.” Well, thank you, Chat.

Jokes aside, this is very concerning. The fact that some people use ChatGPT to copy other authors’ styles is a serious threat to intellectual property in literature. It reveals that plagiarism has become com-

monplace, and little is done to protect established writers from being stripped of recognition for the literary voice they have spent decades refining.

But AI isn’t solely used to rewrite passages in someone else’s style.

Several online platforms, like Amazon, are flooded with books entirely generated by AI. Consider this: people are snatching substantial profits by selling books they didn’t even write! To make things worse, AI models are trained on existing titles, and authors have no way to contest this. Their writing is used to feed the monster that menaces them.

Nonetheless, let’s not stumble into extremes. This article is in no way meant to be a bitter diatribe against artificial intelligence as a whole. Assistive AI (as opposed to generative AI, which creates content from scratch) is a revolutionary tool that, when used correctly, can increase our efficiency. Many publishing houses, for instance, are already using assistive AI for marketing (especially content creation and market research), and editing, through software like Grammarly and ProWritingAid. These programs make editors’ work easier and quicker. Assistive AI can also be a lifesaver for indie writers who cannot afford the cost of working with a traditional publishing house. It enables them to correct, perfect, self-publish and sell their work despite financial difficulties.

So...Is AI a danger to artists? The answer is yes, if we are talking about generative AI. However, when used as a tool, AI facilitates artists’ tasks and permits them to achieve more in less time. Therefore, it should be regulated so that it remains a tool and nothing more. Also, a legal framework must be established to empower artists who refuse the exploitation of their work for algorithm training. And finally, governments should limit individual use of AI tools to curb ecological damage and prevent profligate depletion of energy.

Aya BERRO, L3 EID

“

You find yourself supplanted by a linear-algebra-powered entity that can only synthesize what it already knows instead of creating something new.

”

PAUSE JEUX AVEC LA PLUME

crédits : Puzzel, Canva, Excel, Jeanne Milan, Aya Berro

13	13	2 5 2	2 5 2	2 5 2	2 3 2	2 2	2 2	4 4	7	5
7										
9										
2 2										
2 2										
5 3										
6 2										
6 2										
5 3										
2 2										
2 2										
9										
7										

Pour chaque ligne et chaque colonne :

- colorier le nombre de cases indiqué
- un chiffre correspond à un nombre de cases consécutives à colorier
- plusieurs chiffres indiquent qu'il faut réaliser des groupements de cases coloriées, en les séparant par au moins une case blanche

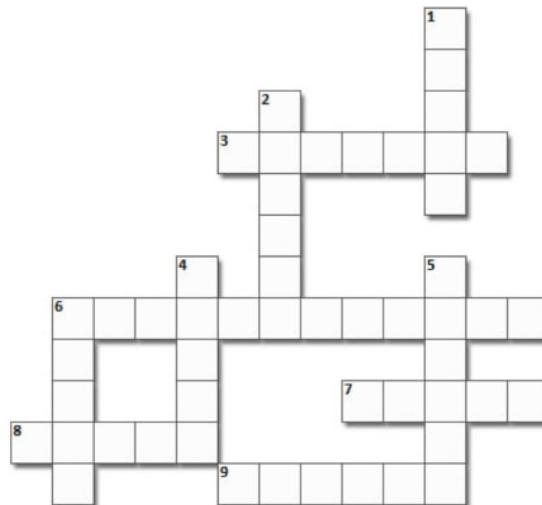
par exemple : "5 3" indique de colorier une première fois 5 cases, de laisser autant d'espace que nécessaire, puis de colorier de nouveau 3 cases

A	V	I	O	N	R	H	K	H	C	F	F
S	G	T	G	Y	G	C	H	O	C	O	E
T	H	U	H	U	H	J	H	R	R	S	T
R	G	G	O	O	O	G	J	L	R	O	E
E	U	R	O	H	U	N	I	O	N	U	O
E	O	M	G	O	T	G	T	G	I	G	U
D	T	R	O	B	O	T	H	E	R	E	L
C	O	R	H	N	M	Q	A	T	P	T	I
D	U	T	H	R	N	P	G	L	I	K	M
F	A	H	N	U	O	A	V	S	U	G	I
B	O	T	G	I	T	Y	I	U	O	N	T
Q	K	C	A	U	D	S	E	E	U	O	E

NID	LIMITE	AVION	FETE
CHOC	DATA	LUNE	JOIE
ASTRE	UNION	PAYS	HORLOGE
MONNAIE	EURO	VIE	ROBOT

PAUSE JEUX AVEC LA PLUME

Mots Croisés avec La Plume



Horizontalement

- 3. Métal alcalin utilisé dans les batteries
- 6. Organisation hiérarchique évoquant un arbre
- 7. Vent régulier qui souffle des régions tropicales vers l'équateur
- 8. Illusion, acte extraordinaire, enchantement
- 9. Fleur de la famille des liliacées

Verticalement

- 1. Déchet, chose sans valeur
- 2. Illusion d'optique, Apparence trompeuse
- 4. Fruit arrondi de couleur rouge, verte ou jaune
- 5. Signe prouvant l'existence d'une chose
- 6. Arbre des pays tropicaux au bois très dur.

G Q T M O N U M E N T A
M X F O K L I Z L L R G
I C E Z U E K A W T C Q
N W D G N R L L I E H Q
C G A R A X I S T W V L
L H P C H Y T S M R M J
U S A V K E O U M A Y J
S B C F F L S V B E R G
I U S J I E T T X O Q Q
O O E S E C N A C A V G
N P F S P O R T I F T S
W G E E K C F L O R E T

ARTISTE

ESCAPADE

FLORE

INCLUSION

MONUMENT

MUSEE

SPORTIF

TOURISME

VACANCES

VOYAGE