

FESTIVAL FRAÎCHES SAISON 2 600 PARTICIPANTS RÉUNIS POUR CÉLÉBRER L'INCLUSIVITÉ



Jeudi 11 juin, FRAICHES, le média engagé qui anime les conversations de la Gen Z, réunissait sa communauté à La Caserne, à Paris, pour la deuxième édition de son Festival.

Au programme, une journée et une soirée placée sous le signe de l'inclusivité. Entre prises de parole, rencontres et moments de célébration, l'événement a permis de rassembler 600 participants engagés autour d'une vision commune : construire une société plus ouverte, plus représentative et plus inclusive. Des participants mobilisés autour de thématiques qui animent les conversations de toute une génération : santé mentale, sexualité, relations amoureuses, inclusion et lutte contre les discriminations.

Une journée de rencontres, d'expériences et de sensibilisation

Tout au long de la journée, les festivaliers ont **échangé et partagé une expérience collective autour de valeurs portées par Fraîches**. A travers de nombreuses animations imaginées avec les partenaires du festival, le public a pu découvrir des ateliers dédiés à la beauté avec Pomponne, des diagnostics capillaires avec Kalia Nature, nail art avec Pink Gellac, atelier de sophrologie animé par Alexandre Mallengé ou encore flash tattoos réalisés par Dicky et Zozotte. Autant d'activités qui ont rythmé la journée et permis à la communauté Fraîches de se rencontrer.

La sensibilisation occupait également une place centrale dans la programmation. Présente sur place, l'association **En avant Toute(s)** a accueilli les participants sur un espace dédié à la prévention des violences sexistes et sexuelles. Au total, 101 personnes ont échangé avec l'association et se sont sensibilisées à ces enjeux.



Le succès de cette deuxième édition confirme la capacité de Fraîches à engager ses communautés et à faire vivre les conversations au-delà des réseaux sociaux. Dans un monde où les débats sont ultra-polarisés, la marque média a rassemblé sur cet événement festif et positif des centaines d'abonné-e-s, des créateur-riche-s de contenus, des expert-e-s, des artistes, des associations et des partenaires. Fraîches poursuit ainsi son engagement à lever les tabous, valoriser les parcours singuliers et célébrer l'inclusivité.

Avec Fraîches, des conversations sans tabou

Les tables rondes ont réuni experts, associations, créateurs de contenu et partenaires engagés autour de sujets de société qui concernent directement les jeunes générations :

- **L'amour en 2026 : peut-on encore faire confiance ?** avec Tinder France et la Fédération nationale Solidarité Femmes ;
- **Premiers jobs, gérer la pression : parlons de santé mentale**, avec Claire Petin et Céline Monsoon ; proposée par le complément alimentaire EuphytoseStress Safran
- **Parlons santé intime et sexualité : briser les tabous du quotidien**, avec Orgasme et Moi et Pauline Langlade ; Bayer Pharmaceuticals et Hydralin Cosmétique
- **Une session de questions-réponses avec Le Tréma** pour questionner les normes qui façonnent nos comportements.



Pour **Alexandra Dekeyser, membre de l'équipe Santé de la Femme Bayer Pharmaceuticals** : « *Les sujets abordés lors du Festival Fraîches restent encore trop souvent tabous, alors même qu'ils sont essentiels pour les jeunes générations. Le festival a offert un cadre particulièrement propice à des échanges de qualité et dans une atmosphère bienveillante, ce qui a permis de libérer la parole de manière authentique.* »

Anne-Sophie Adesir, Directrice Marketing de Tinder France apporte également son témoignage, pour elle : « *Rencontrer quelqu'un devrait toujours être une expérience positive et respectueuse. C'est pourquoi nous étions fier-ères d'être présent-es au festival Fraîches pour échanger avec les participant-es autour de la sécurité dans les rencontres. Grâce à notre partenariat avec la Fédération Nationale Solidarité Femmes, nous contribuons à faire connaître le 3919, la ligne d'écoute nationale dédiée aux femmes victimes de violences. Sensibiliser, informer et encourager des comportements plus respectueux fait pleinement partie de notre responsabilité en tant qu'acteur des rencontres.* »

Et selon **Camille Lextray, Directrice de la communication de la Fédération Nationale Solidarité Femmes** présente sur la table ronde Tinder : « *Le 3919, la ligne d'écoute nationale dédiée aux femmes victimes de violences, est un dispositif essentiel pour écouter, informer et orienter les personnes qui en ont besoin. Chaque occasion de mieux faire connaître ce numéro est précieuse. Nous sommes heureux-ses de porter ce message auprès de nouveaux publics et de rappeler que la prévention des violences et l'accès à l'information sont l'affaire de toutes et tous.* »

Une soirée pour célébrer les talents féminins

La journée s'est poursuivie par une soirée animée par le créateur de contenu Voguebymalek, mettant à l'honneur une programmation artistique 100 % féminine.

Les performances de pole dance de Lola Courel et Extra Lucille, les showcases de Maëlle, Jeanne, Rori et Marine ainsi que le DJ set de DJ Shinny ont offert aux participants un moment de célébration à l'image de l'événement.

Cette deuxième édition témoigne de l'engagement de Fraîches à faire émerger des conversations utiles, à valoriser les parcours singuliers et à donner davantage de visibilité aux enjeux qui façonnent le quotidien des jeunes générations.

Pour revivre l'événement en vidéo, c'est [ICI](#)

[Fraîches à suivre](#)



À propos de Reworld Media - <https://www.reworldmedia.com>

Reworld Media est un groupe en développement sur deux marchés, BtoC et BtoB. Le marché BtoC par le déploiement d'offres de contenus, de services et de produits en affinité avec les centres d'intérêts des lecteurs, disponibles à l'abonnement et en vente à l'acte, auprès d'un bassin d'audiences captives de plus de 37 millions de français qu'il accompagne dans la digitalisation de leurs usages et modes de consommation. Le marché BtoB par la monétisation de ses propres audiences et l'accompagnement de ses clients dans la création et l'exécution de leur stratégie de communication et commerciale, grâce à la couverture de tous les leviers de la communication. Le Groupe a à son actif plus de 80 marques média multi-supports / multiformats (print, digital, vidéo, audio, TV, événements) génératrices d'audiences dans 12 univers thématiques (Maison & Travaux, Marie France, Grazia, Auto Plus, Science&Vie, Marmiton, Gourmand, Top Santé, Doctissimo, Télé Magazine, etc.). Il intègre aussi ses propres plateformes technologiques à la performance, notamment de partner marketing avec 180 000 sites affiliés dans le monde. Fondé en 2012, Reworld Media est présent dans 11 pays et compte 1 275 collaborateurs

À propos de Fraiches

Fondé en 2017, FRAICHES est un média historiquement engagé, féminin et féministe ! Il a opéré un virage éditorial en 2021 pour évoluer vers un média toujours engagé et féministe, mais résolument axé sur l'inclusivité. Aujourd'hui, FRAICHES se donne pour mission de faire sourire, faire réagir, faire avancer. Au coeur des conversations de la Gen Z, FRAICHES donne la parole à toutes les femmes, aux minorités et à leur.s allié.e.s. Grâce à des formats fun et porteurs de sens, FRAICHES valorise les singularités, déconstruit les normes, inspire et engage à agir. La rédaction pose un regard unique sur l'actualité pop culture et sociétale pour cultiver la réflexion dans le respect des sensibilités de chacun.e.

Contacts Médias

Séverine Templet, Directrice communication | Reworld Media
stemplet@reworldmedia.com - 06 50 46 37 31

Ségolène de Saint Martin, Founder | PCE
sdestmartin@p-c-e.fr | 06 16 40 90 73