

LA NUIT DES **PUB** LIPHOBES

21 DECEMBRE AU CINEMA NOVA

3, RUE D'ARENBERG - BXL

La pub est partout. Elle envahit l'espace et le temps contre une petite part de l'argent prélevé des portefeuilles des bons citoyens-consommateurs qui la financent en consommant les produits qu'elle vante. La pub utilise toutes les techniques scientifiques disponibles pour rendre ses messages plus intrusifs, plus efficaces et plus influents. Elle impose ses messages commerciaux privés à tous, y compris dans l'espace public. Faisant l'éloge de l'égoïsme, de la réussite clinquante, du bonheur conforme et de l'avenir radieux par la consommation. La pub est le symbole de l'économisme mortifère qui organise nos sociétés, en même temps qu'elle en est une force majeure. Comprendre et déconstruire la logique du système publicitaire dans un ambiance festive, c'est l'objectif de cette première "Nuit des publiphobes". Une soirée organisée par le Nova et Respire, une association fondée en 2005 et dont l'objectif est de libérer l'espace public de la publicité commerciale. Ses actions, qui s'inscrivent dans la tradition de la non-violence active, ont pour but de sensibiliser aux dangers de la surconsommation et de promouvoir la décroissance de la consommation, pour plus de solidarité, sur une planète vivante.



★ 19h00 EXPOSITION

Exposition d'affiches et de dessins publiphobiques

★ 20h00 DEBAT: Les ONG et le secteur non-marchand peuvent-ils utilement faire de la pub?

De plus en plus d'ONG ont recours à des techniques marketing pour faire passer leur message. Certaines campagnes publicitaire d'ONG récupèrent carrément l'imagerie publicitaire classique, brouillant la frontière entre "commerce normal" et "commerce équitable", comme on l'a vu par exemple dans le cas d'OXFAM l'an dernier. Par ailleurs, d'autres acteurs du non-marchand déploient des moyens importants dans la communication pour tenter de s'assurer une forte visibilité.

Simultanément, en ces temps de désastre écologique, les industriels renforcent quant à eux les opérations de "greenwashing" (écoblanchiment) et autres "responsabilité sociale" pour se présenter sous des jours avantageux autant que trompeurs.

Ces démarches posent des questions. La publicité et le marketing peuvent-ils être des outils pour changer le monde, ou sont-ils intrinsèquement porteurs d'une logique sans-issue? Le secteur

LA NUIT DES **PUB** LIPHOBES

21 DECEMBRE AU CINEMA NOVA

3, RUE D'ARENBERG - BXL

La pub est partout. Elle envahit l'espace et le temps contre une petite part de l'argent prélevé des portefeuilles des bons citoyens-consommateurs qui la financent en consommant les produits qu'elle vante. La pub utilise toutes les techniques scientifiques disponibles pour rendre ses messages plus intrusifs, plus efficaces et plus influents. Elle impose ses messages commerciaux privés à tous, y compris dans l'espace public. Faisant l'éloge de l'égoïsme, de la réussite clinquante, du bonheur conforme et de l'avenir radieux par la consommation. La pub est le symbole de l'économisme mortifère qui organise nos sociétés, en même temps qu'elle en est une force majeure. Comprendre et déconstruire la logique du système publicitaire dans un ambiance festive, c'est l'objectif de cette première "Nuit des publiphobes". Une soirée organisée par le Nova et Respire, une association fondée en 2005 et dont l'objectif est de libérer l'espace public de la publicité commerciale. Ses actions, qui s'inscrivent dans la tradition de la non-violence active, ont pour but de sensibiliser aux dangers de la surconsommation et de promouvoir la décroissance de la consommation, pour plus de solidarité, sur une planète vivante.



★ 19h00 EXPOSITION

Exposition d'affiches et de dessins publiphobiques

★ 20h00 DEBAT: Les ONG et le secteur non-marchand peuvent-ils utilement faire de la pub?

De plus en plus d'ONG ont recours à des techniques marketing pour faire passer leur message. Certaines campagnes publicitaire d'ONG récupèrent carrément l'imagerie publicitaire classique, brouillant la frontière entre "commerce normal" et "commerce équitable", comme on l'a vu par exemple dans le cas d'OXFAM l'an dernier. Par ailleurs, d'autres acteurs du non-marchand déploient des moyens importants dans la communication pour tenter de s'assurer une forte visibilité.

Simultanément, en ces temps de désastre écologique, les industriels renforcent quant à eux les opérations de "greenwashing" (écoblanchiment) et autres "responsabilité sociale" pour se présenter sous des jours avantageux autant que trompeurs.

Ces démarches posent des questions. La publicité et le marketing peuvent-ils être des outils pour changer le monde, ou sont-ils intrinsèquement porteurs d'une logique sans-issue? Le secteur

... non-marchand peut-il utiliser les techniques publicitaires sans se griller les ailes? Un panel d'intervenants issus d'horizons divers se pencheront sur ces questions avant un débat avec la salle.

★ 22h00 OPEN
PUBLIPHOBIC SCREEN

Vous avez réalisé un court métrage inspiré par l'omniprésence de la publicité dans l'espace public? Une pub détournée?... Voici l'occasion de les montrer en public lors de cette séance gratuite qui fonctionnera comme le traditionnel Open Screen du Nova: chaque film proposé avant le 15



Graphisme: www.titom.be

décembre
(et envoyé au bureau du Nova, 65 rue de l'Ecuyer, 1000 Bruxelles) en lien avec cette thématique et ne dépassant pas 15 minutes, sera montré.

★ 24h00 CONCERT: FUNK SINATRA + DJ's Sunsetters

Venez vous renforcer le système immunitaire en écoutant la musique festive, décalée et énergisante du groupe liégeois "Funk Sinatra", rencontre de musiciens venant d'horizons très variés (classique, rock, jazz, musique contemporaine, pop, improvisation libre...). Un sextet péchu et généreux ouvrant un univers empreint de folklore, d'humour, de révolte et d'intrigues, et laissant une large part à l'improvisation. Et pour terminer la nuit, des DJ's jusqu'à l'aube.

★ INFOS: www.nova-cinema.org
www.respire-asbl.be

... non-marchand peut-il utiliser les techniques publicitaires sans se griller les ailes? Un panel d'intervenants issus d'horizons divers se pencheront sur ces questions avant un débat avec la salle.

★ 22h00 OPEN
PUBLIPHOBIC SCREEN

Vous avez réalisé un court métrage inspiré par l'omniprésence de la publicité dans l'espace public? Une pub détournée?... Voici l'occasion de les montrer en public lors de cette séance gratuite qui fonctionnera comme le traditionnel Open Screen du Nova: chaque film proposé avant le 15



Graphisme: www.titom.be