

LA NUIT DES PUBLIVORES® , le retour !

Créée il y a 27 ans déjà, après 10 ans d'absence au Luxembourg, **LES GARAGES RODENBOURG Luxembourg et Foetz** ont le plaisir de vous présenter « La Nuit des Publivores® 2008 », de Jean-Marie BOURSICOT.

6 heures de spectacle vous seront proposées, avec un programme de quelques 500 films publicitaires, venus de partout à travers le monde : du Japon, de Chine, du Brésil, de France, du Danemark, du Sénégal, d'Australie ou d'Afrique du Sud.

Ce tour du monde organisé dans plus de 50 pays sera proposé en exclusivité et pour une seule soirée, le vendredi 9 mai 2008, à la ROCKHAL de Esch/Belval.

Chaque année, les inconditionnels se retrouvent pour célébrer sans réserve le "culte Publivoire" dans une ambiance surchauffée et conviviale, reprenant en coeur les "jingles" les plus connus. Animations, surprises et cadeaux à gogo !

La « Nuit des Publivores », ce spectacle unique, c'est du cinéma et c'est bien sûr un spectacle mais c'est aussi un témoignage de notre temps autour d'un langage partagé par tous les publics. Avec la publicité, pas besoin de sous-titres. Le message est suffisamment bref et dense pour être compris par tous, au-delà des différences de langues et de cultures.

Une soirée exceptionnelle à ne manquer sous aucun prétexte et à *consommer*, vraiment, sans modération !



La Nuit des Publivores soutient
Les Objectifs du Millénaire pour le Développement
en partenariat avec
Le Programme des Nations Unies pour le développement
www.undp.org/mdg



LA NUIT DES PUBLIVORES® 2008

- * Un événement créé il y a 27 ans et aujourd'hui présent dans plus de 50 pays.
- * Une « **Nuit** » de plus de 6 heures qui fait le tour du monde dans plus de 160 villes.
- * Un rendez-vous international incarnant le dialogue des cultures.
- * Un spectacle unique au monde par sa proposition originale de traiter les « identités culturelles » et la « mondialisation ».

Organisée dans plus de 50 pays et programmée par une dizaine de chaînes de télévision, la « **Nuit des Publivores** » déclenche l'enthousiasme d'un très vaste public sur tous les continents, de Pékin à Mexico, de Tokyo à Sydney, de Hong Kong à Moscou, d'Oslo à Bucarest !

Chaque année, un peu partout dans le monde, des milliers d'inconditionnels se retrouvent pour célébrer sans réserve le "culte Publivoire" dans une aimable convivialité divertissante, s'amusant à chaque publicité ou reprenant en coeur les "*jingles*" les plus connus.

UN SPECTACLE SANS FRONTIERES

La « **Nuit des Publivores** », c'est du cinéma et c'est bien sûr un spectacle mais c'est aussi un témoignage de notre temps autour d'un langage partagé par tous les publics. Avec la publicité, pas besoin de sous-titres. Le message est suffisamment bref et dense pour être compris par tous au-delà des différences des langues et des cultures.

Partout à travers le monde, les publics réagissent avec une même spontanéité à des publicités venues du Japon, de Chine, du Brésil, de France, du Danemark, du Sénégal, d'Australie ou d'Afrique du Sud.

Le programme composé de 500 films [renouvelé chaque année à plus de 90%], de 1898 à nos jours, traduit la vitalité et les tendances actuelles de la publicité mondiale. La publicité francophone rythme l'enchaînement des *spots* et se situe autour de 20% de l'affiche de la « **Nuit** ». Aucune censure n'est exercée et on y retrouve des acteurs, des sportifs et des personnalités célèbres aussi bien que d'illustres inconnus du monde entier. Les grandes causes sont également illustrées : l'environnement, le sida, Amnesty international ou l'aide humanitaire....

La « **Nuit des Publivores** » : un spectacle rare en images uniques !



PROGRAMME DE LA NUIT DES PUBLIVORES® 2008 :

La Nuit des Publivores soutient
Les Objectifs du Millénaire pour le Développement
en partenariat avec
Le Programme des Nations Unies pour le développement.

- Un panorama des films publicitaires du PNUD
- La campagne du PNUD dirigée par Wim WENDERS, produite par LDM, avec son teaser et son making-of exclusive
- Le clip des Pompiers de Genève qui on en marre d'être pris pour les renseignements téléphoniques
- Le meilleur de la publicité automobile avec le FESTIVAL SATCAR
- Le meilleur de la publicité polonaise avec le KTR FESTIVAL
- 2008, année de l'Eurofoot : Le foot dans la publicité
- Les Russes et la Russie dans le cinéma publicitaire international
- Les campagnes égyptiennes pour MOBINIL
- L'art du cinéma publicitaire par Michel GONDRY
- PARIS dans la publicité
- Les campagnes mexicaines pour PALACIO DE HIERRO
- Le meilleur de la publicité russe
- Un court métrage publicitaire exceptionnel pour BMW, réalisé par ANG LEE
- La saga OPTIC 2000 avec JOHNNY HALLYDAY
- Le cinéma publicitaire de Hong Kong
- Le meilleur de la publicité sexy
- Des stars ! Spice Girls, Novak Djokovic, Ronaldo, Zinedine Zidane, Carla Bruni, Emmanuelle Béart, Georges Clooney, David Beckham, Eric Cantona, Mikhaïl Gorbatchev, Sophie Marceau, Jean Reno, Clive Owen, etc. ...
- Les films cultes de la NUIT DES PUBLIVORES® / Bob et la Fiat 131, Super Timor, Leo, Sironimo, La Main de Perrier
- 5h30 de cinéma publicitaire, 354 spots, 52 pays représentés...
- Une tournée internationale de 150 dates d'avril 2008 à février 2009

www.publivores.com



LA NUIT DES PUBLIVORES® 2008

1981

« La Cinémathèque Jean-Marie Boursicot », créée en 1979, s'enrichit rapidement et en permanence de nombreuses productions audiovisuelles publicitaires.

Des questions de logistique, d'entretien et de préservation de ces collections cinématographiques se posent alors, nécessitant notamment de trouver de nouvelles sources de financement indispensables pour assurer la pérennité de l'activité d'une Cinémathèque originale et unique au monde.

Jean-Marie BOURSICOT émet l'idée d'organiser une séance de projection publique et payante d'une partie des archives durant toute une nuit et naturellement dans une salle de cinéma.

La première « **Nuit** », baptisée "*Friandises*", est ainsi créée et se tient à Paris au cinéma « Kinopanorama ». On y présente cinq montages composés de films publicitaires et de bandes-annonces datant de 1935 à 1981. Le petit déjeuner est offert à la fin du spectacle. Ce premier événement obtient immédiatement un franc succès.

La « Nuit des Publivores » est née.

1982

Deuxième année au « Kinopanorama ». Le public répondant en très grand nombre, il faut organiser une soirée supplémentaire. Le spectacle est renouvelé à 99 %, ce qui deviendra une règle immuable, et trois films deviennent les classiques de la « **Nuit** »: "*Fiat 131 avec Bob, Perrier La Main et Ploum Ploum*".

1983

La « Cinémathèque Jean-Marie Boursicot » se réorganise dans le but d'internationaliser son développement.

L'année est consacrée à la professionnalisation technique et administrative du traitement des inventaires des fonds cinématographiques, afin de favoriser les tournées en France et à l'étranger du spectacle de « **la Nuit** ».

1984

Le célèbre « Grand Rex » des Grands Boulevards parisiens accueille la « **Nuit des Publivores** » : huit heures de projection, quatre entractes avec de nombreuses attractions sur la scène. L'essentiel du programme est composé de réclames rétro et, pour la première fois, la projection d'un film muet de 1904 : "*Moët & Chandorl*".

La « **Nuit des Publivores** » inaugure sa première tournée en France et à l'étranger en se produisant à Lyon, Bordeaux, Milan et Genève.

1985

Deux « **Nuits** » au « Grand Rex ». La splendide "*Féerie des Eaux*" ouvre le spectacle. Munich et le Festival d'Avignon complètent la tournée française et européenne.

1986

Trois « **Nuits** » au « Grand Rex ». Le public ne cesse de croître et invente le plaisir de se manifester bruyamment en réaction aux images projetées sur grand écran. Bruxelles et Amsterdam rejoignent la tournée.

1987

Quatre « **Nuits** » au « Grand Rex ». Spectacles très animés par le public qui se passionne pour la saga des marques avec les historiques comme "*Eram*" ou "*Impulse*" ainsi qu'un très large panorama de la "*lessive*" dans le monde.



1988

"Colors" de Benetton parraine la « **Nuit** » et offre l'occasion de présenter un panorama complet des "parfums" dans le monde ainsi que des historiques de "Woolite", "Chanel" et "Gervais".

La tournée s'agrandit avec Berlin-Est et Berlin-Ouest.

1989

La « **Nuit des publivores** » fait sa révolution pendant deux nuits au fameux « Zénith » de Paris. Thèmes présentés : chorégraphie en publicité, cinéma indien et historiques de "Levi's" et "Dim".

Montréal, Québec, Sydney, La Réunion, Bilbao, Boston et Chicago s'inscrivent dans la tournée internationale.

1990

Dixième anniversaire de la « **Nuit des Publivores** ». C'est l'immense « Palais des Congrès » de la Porte Maillot à Paris qui est retenu pour célébrer cet anniversaire. Pari gagné, c'est un succès public triomphal. Première diffusion télévisée du spectacle sur la chaîne câblée « Canal + » qui diffuse la totalité de la « **Nuit** ».

Une nouvelle ville s'ajoute : Londres.

1991

Après 10 ans de succès avec la « **Nuit** », la « **Cinémathèque Jean-Marie Boursicot** » s'impose une année essentiellement consacrée à la consolidation de l'inventaire détaillé des archives constituées de plusieurs centaines de milliers de films collectés.

1992

Athènes, Varsovie rallient la tournée. « France 2 » retransmet la « **Nuit des Publivores** » dans le cadre de son programme « la 25ème heure ». Une tradition est née avec la participation amusée et sonore du public qui fait maintenant partie intégrante du spectacle.

1993

La « **Nuit** » intègre de plus en plus de films venus des pays de l'Europe de l'Est et l'Asie offre maintenant régulièrement ses créations des plus originales.

1994

Djakarta, Moscou, Saint-Pétersbourg permettent d'étendre la tournée internationale. La « **Nuit des Publivores** » rend hommage à deux organismes humanitaires : "Amnesty International" et "Greenpeace". Les créations australiennes et sud-africaines dominent le programme international.

1995

Plus de 200.000 spectateurs dans le monde et "Perrier" devient le partenaire officiel de la tournée française.

De nouvelles villes s'inscrivent dans la tournée : Hong Kong, Bucarest, Copenhague et Beyrouth.

1996

La « **Nuit des Publivores** » se développe en Asie. La Chine et les Philippines accueillent le spectacle pour la première fois. Présentation du premier film publicitaire de l'histoire du cinéma datant de 1898. "Perrier" fidélise son partenariat avec la « **Nuit** ».

1997

Les productions publicitaires de Yougoslavie et de Chine sont fortement représentées dans la « **Nuit des Publivores** ».

Mexico et Bangkok programment la manifestation.



1998

Autre épisode avec la création du site Internet « *www.nuitdespublivores.com* » qui retransmet en direct la « **Nuit des Publivores** ». Le film publicitaire célèbre ses 100 ans. "Mikd" reprend le partenariat principal de la manifestation en France.

1999

La « **Cinémathèque Jean-Marie Boursicot** » installe ses bureaux et ses archives sur les toits du « Grand Rex » à Paris.

19^{ème} édition de la « **Nuit des Publivores** » avec le soutien de "Magnum" sur le thème du cirque. Les Républiques Baltes accueillent l'événement ainsi que la Mongolie et l'Islande.

2000

La « **Nuit des Publivores** » fête ses 20 ans avec la participation de la Garde républicaine et le concours de la Mairie de Paris. Une invitée d'honneur magique, Chantal GOYA, anime les trois soirées exceptionnelles au « Grand Rex ». Pour la première fois, l'Irak reçoit la manifestation qui connaît un véritable succès. Le Japon rejoint également la longue liste des pays organisateurs de la « **Nuit des Publivores** ».

2001

La première « **Nuit** » du troisième millénaire offre à son public quatre superbes soirées au « Grand Rex ». La Chine est à l'honneur avec un programme remarquable.

Pour la première fois, les associations des professionnels de la publicité, en France comme à l'étranger, deviennent partenaires du spectacle, affichant ainsi publiquement leur reconnaissance pour l'énorme travail accompli par la « **Cinémathèque Jean-Marie Boursicot** ». Enfin, le « BVP » ouvre ses archives en offrant une appréciable gamme de films « censurés ». La Corée, Taïwan, Macao, la Malaisie s'ouvrent à la « **Nuit des Publivores** » qui se produit aussi à Monaco et à nouveau à Belgrade.

2002

La 22^{ème} « **Nuit des Publivores** » est retransmise sur « TF1 » et bat des records d'audience malgré l'heure tardive de diffusion.

La tournée se développe dans les pays arabes (Dubai, Liban, Syrie, Jordanie, Algérie). La Hongrie et l'Amérique du Sud sont à l'honneur dans le programme.

Enfin, la « **Cinémathèque Jean-Marie Boursicot** » lance le **Premier Grand Prix International des Publivores**, en proposant aux spectateurs du monde entier d'élire son film publicitaire préféré.

2003

Les amateurs de la « **Nuit des Publivores** » du monde entier, toujours plus nombreux, élisent pour la seconde fois leur film préféré qui sera récompensé à Paris.

Parallèlement à la tournée française et internationale de **La Nuit des Publivores**, la « **Cinémathèque Jean-Marie Boursicot** » développe de nouveaux projets, comme la « **Nuit de la Pub francophone** », un programme présenté dans plus de 40 pays, dans le cadre de la « **Semaine de la Francophonie** » célébrée annuellement au mois de mars

Le Chili et le Canada, sont très présents dans le programme, tandis que la « **Nuit** » se prépare à conquérir l'Amérique du Sud.

La « **Nuit des Publivores** » accueille "Playstation" et l' "UCPA" comme partenaires pour sa tournée française.



2004

La présence internationale de la « Cinémathèque Jean-Marie Boursicot » se renforce grâce au développement de la « Nuit de la Pub Francophone », diffusée dans plus de 80 villes.

La « Cinémathèque Jean-Marie Boursicot » édite de nouveaux produits vidéos et d'émissions de télévision.

La « Nuit des Publivores » connaît toujours un vif succès en Europe de l'Est (35 villes en Russie) et en Asie (5 villes au Japon, 5 villes en Chine et Hong Kong, Singapour, Macao). La « Nuit » débarque en Afrique et en Inde. Madagascar accueille le spectacle pour la première fois.

2005

La « Nuit des Publivores » fête ses 25 ans au « Grand Rex », avec un plateau d'artistes exceptionnel autour d'un spectacle de plus de 10 heures.

La tournée mondiale continue son expansion en Amérique Latine avec le Chili et confirme son succès au Moyen-Orient où les spectacles de multiplient.

C'est aussi le retour triomphal de la « Nuit des Publivores » en Belgique avec deux spectacles fous au prestigieux Cirque Royal de Bruxelles !

La « Nuit de la Pub Francophone », toujours présente dans plusieurs dizaines de pays, est diffusée sur « TV5monde ».

La « Nuit » s'installe sur les prestigieux « Champs-Élysées », à « l'Atelier Renault », le temps d'une exposition de trois mois.

ET C'EST REPARTI..... POUR 25 ANS !

En juillet 2005, la « Cinémathèque Jean-Marie Boursicot » installe ses bureaux et toutes ses archives cinématographiques en Suisse. N'étant bénéficiaire d'aucune subvention publique ou privée, la relocalisation de la Cinémathèque s'est imposée face aux obligations de réunir les meilleures conditions pour garantir la pérennité de cette rare et exceptionnelle collection cinématographique et de son programme principal, la « Nuit des Publivores ».

L'enjeu est grand pour la « Cinémathèque Jean-Marie Boursicot » qui doit trouver l'équilibre entre les réalités financières et économiques et la poursuite de son engagement pour une véritable proposition d'épanouissement des cultures dans la diversité afin de contribuer, à sa mesure, à l'avènement d'une forme de mondialisation où prévalent le respect des autres et le goût des échanges culturels et humains.

2006

La « Nuit des Publivores » promeut une importante tournée suisse d'une dizaine de villes et s'exporte dans de nouveaux pays : la Norvège, l'Argentine et Taïwan.

En Asie (Chine, Japon, Corée), en Russie et au Moyen-Orient, le succès est toujours au rendez-vous et les nouvelles villes se multiplient.

La marque "*Lancia*" devient partenaire européen de la manifestation.

La « Cinémathèque Jean-Marie Boursicot » engage le travail colossal de la numérisation des 900 000 titres de sa collection.

2007

La « Nuit des Publivores » met le cinéma à l'honneur lors des soirées au « Grand Rex » et décide de récompenser deux talentueux réalisateurs français, Patrice Leconte et Jan Kounen qui ont également mis leur talent au service de la publicité.



La « **Nuit** » fait son retour au Portugal, en Grande-Bretagne et en Espagne et est accueillie pour la première fois en Norvège.

2008

L'année 2008 est prête à se lancer et Moscou accueille la « **Nuit des Publivores** » en avril...



LA NUIT DES PUBLIVORES® 2008

JEAN-MARIE BOURSICOT – LA BIO

Le 4 juin 1953, à Montélimar, naît un bébé dont la mère se prénomme Marie et le père, Jean. Ils l'appellent Jean-Marie....Jean-Marie Boursicot, et toute la famille, s'installent à Marseille.

A l'âge de dix ans, le petit Jean-Marie découvre son premier « trésor » : une affiche 4 x 3 vantant les mérites du carré frais "*Gervais*". C'est l'éveil d'un puissant intérêt pour les « réclames », comme on appelait la publicité à cette époque.

Fasciné par le cinéma, Jean-Marie hante les salles obscures du quartier des « 5 Avenues » de Marseille où le billet valait 3 Francs. Toujours assis dans les cinq premiers rangs, Jean-Marie attend impatiemment la levée du rideau rouge qui cache l'écran et applaudit énergiquement les attractions programmées durant l'entracte.

Un soir de Noël, ses parents lui offrent un « merveilleux » petit projecteur de cinéma au fonctionnement manuel. Bonheur d'enfant !

L'opérateur du "Ciné Madeleine", qui remarque la présence répétée de cet enfant, sympathise avec lui et lui cède régulièrement des bouts de pellicule de publicité vantant les confiseries comme les bonbons "*Krema*" ou les glaces "*Gervais*".

Un embryon de collection est né.

Bien sûr, Jean-Marie en veut plus et se retrouve à « faire les poubelles », mais pas n'importe lesquelles. Ce sont celles des distributeurs de films du boulevard Longchamp qui, n'accordant aucune valeur aux bandes-annonces et films publicitaires, s'en débarrassaient systématiquement après emploi.

De « film en aiguille », Jean-Marie accumule ses « trésors » et sa collection s'enrichit rapidement où se mêlent sa passion de l'affiche, de la *pub* et celle du cinéma. Qui pouvait penser alors que ses goûts d'enfant lui donneraient un jour un métier ?

Après ses années lycée à Marseille, Jean-Marie décide de poursuivre des études de droit à l'université d'Aix-en-Provence.

Ses diplômes obtenus, il pressent très vite qu'il n'est pas fait pour les métiers juridiques. Il choisit alors, sans surprise, de s'orienter vers un emploi dans une agence de publicité. Conseillé par des amis, il monte à Paris et débarque chez « Publicis » en 1978.

Jean-Marie rêvait d'un poste de « créatif », il est nommé dans le service commercial en lien direct avec les « budgets-lessive ». Pendant les deux premières années, Jean-Marie constate à nouveau que personne ne conserve les films publicitaires. Ni les annonceurs, ni les agences, ni les producteurs ! Tout est jeté !



Des *spots* publicitaires, il y a ceux qui les tournent, ceux qui les vendent, ceux qui les diffusent et ceux qui les regardent,.....**Jean-Marie Boursicot**, lui, les collectionnera.

Son destin est tracé. Jean-Marie parcourt le monde, toujours à la recherche de la nouvelle « perle rare » et il décide finalement de monter sa propre Cinémathèque. La « **Cinémathèque Jean-Marie Boursicot** » est créée.

A l'origine, **Jean-Marie Boursicot** pensait uniquement orienter l'activité de sa Cinémathèque vers la préparation aux métiers de la publicité en s'adressant principalement aux Ecoles de commerce et aux établissements professionnels chargés de formation.

Bien accueilli par le milieu de la publicité et soutenu par les plus grandes agences, la « **Cinémathèque Jean-Marie Boursicot** » développe progressivement ses activités. Jean-Marie comprend toutefois très rapidement que sans aucune subvention publique ou privée, il est dans l'obligation de trouver de nouvelles ressources financières pour assurer la préservation des fonds d'archives publicitaires et garantir la pérennité de la Cinémathèque et son indépendance.

En 1981, il conçoit ainsi la toute première « **Nuit des Publivores** », appelée "*Friandises*", avec deux objectifs : faire partager sa passion et récolter les fonds nécessaires à l'entretien et la restauration des films anciens.

Bref, la « **Nuit des Publivores** » devient *pub* et la *pub* devient spectacle.

Le petit garçon cinéophile est devenu désormais le « gardien du temple » et la mémoire de ce monde de l'éphémère, de la mode et de la créativité.

Installée en Suisse depuis 2005 pour des raisons d'assurances et de droits de propriété, la « **Cinémathèque Jean-Marie Boursicot** » est aujourd'hui reconnue internationalement comme le plus grand musée vivant de ce secteur particulier du cinéma publicitaire mondial.

La belle histoire continue...

