

# Brussels Games Festival

15-16-17  
08/2014



## *Dossier de présentation*

**15 - 16 - 17 août 2014**

*Rue de l'Enseignement - Galerie du Parlement*

**1000 Bruxelles**

Une organisation de LUDIRIS asbl

# SOMMAIRE

1. Pourquoi un festival des jeux à Bruxelles? ..... 3
2. Le Brussels Games Festival en 2013 ..... 5  
Aux origines : "Les 24 heures du jeu"  
Bilan de l'édition 2013
3. Le Brussels Games Festival en 2014 ..... 7  
Une nouvelle structure porteuse: LUDIRIS asbl  
Un projet socio-ludique
4. Le programme de l'édition 2014 ..... 9
5. Promotion et couverture média ..... 13
6. Equipe et partenaires ..... 15

## LE BRUSSELS GAMES FESTIVAL EN BREF

- ▶ Le **premier festival d'été à Bruxelles** consacré au jeu sous toutes ses formes: jeux familiaux, jeux de stratégie et de gestion, party games, jeux de figurines, jeux éducatifs, jeux géants, jeux de rôle, grandeur nature, jeux de cartes à collectionner, jeux classiques (go, échecs)...
- ▶ **Trois jours de festivités du vendredi 15 au dimanche 17 août 2014** dont 32 heures non-stop du samedi 10h au dimanche 18h.
- ▶ Un **événement gratuit, chaleureux, populaire et convivial** pour tous les publics et toutes les générations: familles, amateurs de jeux, joueurs aguerris, occasionnels ou tout simplement curieux...
- ▶ Un festival au cœur de Bruxelles, **dans le quartier Notre-Dame-aux-Neiges**, entre les stations de métro Madou et Parc.
- ▶ Des **activités en salle et en plein air**.
- ▶ Des **centaines de jeux en accès libre et gratuit**, de nombreuses **animations**, des **tournois** dotés de prix prestigieux.
- ▶ Une équipe motivée d'**animateurs bénévoles** au service du public pour conseiller et expliquer les jeux, des plus simples aux plus complexes.
- ▶ Une formidable **plateforme de rencontre des acteurs du monde ludique en Belgique** : auteurs confirmés ou en devenir, éditeurs, distributeurs, boutiques spécialisées, ludothèques, fédérations et associations.

*Moment festif, mais aussi éducatif et citoyen, le Brussels Games Festival met en valeur la dimension sociale, humaine et relationnelle du jeu.*



## Pourquoi un festival des jeux à Bruxelles?

Nous avons tous, et nos parents plus volontiers, une multitude de souvenirs de soirées passées autour d'une table, après un bon repas, jouant pendant des heures à des jeux de société qui nous paraissent aujourd'hui quelque peu simplistes, enfantins, basiques pour tout dire. A l'évocation de ces souvenirs, le jeu de société pourrait apparaître désuet voire hors du temps à une époque friande de technologies numériques. Et pourtant on assiste depuis quelques années à un retour en force de ce « bon vieux jeu de société » !

A part que ces jeux de société sont tout ce qu'on veut, sauf « vieux » ! Il est bien loin le temps du Monopoly et du Trivial Pursuit. Plusieurs centaines de titres sortent par an (863 nouveautés recensées au dernier salon d'Essen en octobre 2013), les styles se diversifient (du simple jeu d'ambiance au jeu de stratégie complexe), la création vive et très innovante est en plein essor, les produits sont de plus en plus soignés, la notion d'auteur de jeu se met en place, des théories s'élaborent, des musées et des collections voient le jour. Les salons et festivals se multiplient, certains comme en France (Cannes en février) ou en Allemagne (Essen en octobre) drainent des centaines de milliers de visiteurs venus du monde entier pour jouer à des jeux faits de bouts de cartons et de cubes en bois qui repoussent toujours plus loin les limites de l'imagination des créateurs! Créateurs dont les œuvres sont distinguées par des remises de prix prestigieuses (Spiel des Jahre en Allemagne, As d'Or en France, notamment).

### Faire reconnaître le jeu de société dans sa dimension culturelle et sociale

Les acteurs du jeu de société moderne se battent au quotidien pour briser les idées reçues. De simple divertissement réservé aux enfants, ils se démènent pour faire reconnaître le jeu de société dans sa dimension culturelle et sociale. Le jeu de société moderne partage avec les autres arts cette capacité à «faire monde», à créer un système fictif qui est le reflet – réduit et/ou augmenté – de la réalité. Ce micro-monde est à même de réunir les imaginaires, tout comme l'histoire d'un film ou le souffle d'une musique réunissent leur public.

Que se passe-t-il concrètement ? Pourquoi ce besoin de revenir à ces jeux, à ce que ces jeux permettent sur le plan humain? Le besoin de se réunir est évident, de se créer des espaces d'insouciance et de plaisir mais ensemble. L'acte de jouer - sans doute parce qu'il est infiniment gratuit - nous nourrit d'un essentiel. Il nous relie à nous-mêmes et nous relie aux autres. Il épanouit notre enfant intérieur. Il nous ajuste par rapport à la loi. Il nous permet des chemins de créativité et de démocratie. Il nous fait découvrir une version miniature de la vie avec ses joies et ses peines, avec ses règles et sa discipline, avec ses compromis et ses frustrations. Jouer, c'est donc se rencontrer, c'est tisser des liens, c'est essayer des registres inattendus.

## Infos pratiques

### Les adresses du festival

#### Outpost Gamecenter

Rue de la Tribune 8  
+32 (0)2 218 04 00  
www.outpost.be

#### La Table Food & Games

Rue de l'Enseignement 63  
+32 (0)2 223 08 02  
www.latablefoodandgames.be

#### En extérieur

Rue de l'Enseignement  
Galerie du Parlement

### Entrée libre

Toutes les activités sont gratuites à l'exception de la participation aux tournois (3€/tournoi).

### Contacts

www.brusselsgamesfestival.be  
E-mail: info@brusselsgamesfestival.be  
Facebook: BrusselsGamesFestival  
Twitter: @bgamesfestival

### Transports

**Métro** Parc lignes 1 et 5 - Madou lignes 2 et 6  
**Trams** 92 et 94 arrêt Congrès  
**Bus** 63, 65, 66 arrêt Treurenberg  
**Noctis** NO4 arrêt Royal - NO5 arrêt Parc  
**Collecto** station Parc 137  
**VILLO** station 48 - Congrès

Le Brussels Games Festival est un projet de Ludiris asbl, avec la collaboration du Centre Bruxellois d'Action Interculturelle, la Table Food & Games, l'Outpost, Ludo asbl, Boardgame Monkeys, Mushroom., l'Association des Commerçants et Habitants des Quartiers Royal et Notre-Dame-aux-Neiges.



## Créateur de lien social

Aujourd'hui plébiscité comme créateur de lien social, le jeu peut représenter un atout non négligeable pour les pouvoirs publics dans leurs soutiens aux politiques d'intégration et de cohésion sociale. Le jeu est une valeur universellement partagée. Le jeu rassemble, il est convivial, populaire, il se pratique entre amis ou en famille, dans l'intimité de la maison ou dans les espaces publics, il se transporte aisément, et contrairement à bien d'autres loisirs, il est peu onéreux.

Le secteur du jeu tend à se professionnaliser, il devient un objet de recherche et intègre des programmes de formation au niveau académique. Une année de spécialisation en sciences et techniques du jeu vient de voir le jour à l'initiative conjointe de la Haute Ecole de Bruxelles-Debré et la Haute Ecole Paul-Henri Spaak. Destinée en particulier aux diplômés du pédagogique, du social et du paramédical, cette formation diplômante reconnue par la Fédération Wallonie-Bruxelles place le jeu au cœur de la pratique professionnelle. Comme l'écrit Michel Van Langendonck, président de la HEB Debré, «*Utilisé de manière adéquate, le jeu nous construit, nous entretient et, au besoin, nous répare ; il est temps de le prendre au sérieux.*»

Le jeu se diversifie et son public aussi. Si de nombreuses initiatives locales se sont développées depuis quelques années pour promouvoir le jeu, **il manquait à Bruxelles, capitale de l'Europe, un grand événement populaire, festif et fédérateur, capable, à terme, de rivaliser avec les manifestations ludiques qui ont vu le jour dans les grands pays voisins.**

“ *Utilisé de manière adéquate, le jeu nous construit, nous entretient et, au besoin, nous répare ; il est temps de le prendre au sérieux.* ”

Michel Van Langendonck,  
HEB Debré et président de  
Ludo asbl



Brussels  
Games  
Festival  
15-16-17  
septembre 2013



## Le Brussels Games Festival en 2013

### Aux origines: “Les 24 Heures du jeu”

Un marathon de 24 heures non-stop consacré au monde du jeu fut organisé à Bruxelles pour la première fois en septembre 2012, à la Tentation, à l'initiative du **Festival Checkpoint**, un festival artistique et pluridisciplinaire placé sous le signe de la « rencontre ».

Cette expérience, qui s'est révélée extrêmement positive, a permis de nouer des relations solides avec les acteurs du monde ludique bruxellois. Répondant à une très forte demande, le projet initial porté par **Checkpoint Creative asbl** et le **Centre Bruxellois d'Action Interculturelle** a bénéficié de l'arrivée de nouveaux partenaires actifs dans l'animation socioculturelle à Bruxelles: l'asbl **LUDO**, association de promotion du jeu qui fédère les principales ludothèques francophones de Belgique, l'**Association des Commerçants et Habitants des Quartiers Royal et Notre-Dame-aux-Neiges**, la **Table Food & Games** et l'**Outpost**, deux lieux phares de l'animation ludique à Bruxelles, et un jeune éditeur belge, **Mushroom Games**.

Changement de nom, changement de décor, changement de date aussi. Implanté dans le quartier Notre-Dame-aux-Neiges, à proximité du Cirque Royal, inscrit dans le calendrier des festivals d'été, le week-end des 17 et 18 août 2013, le Brussels Games Festival était né.

### Bilan de l'édition 2013

Cette première édition du Brussels Games Festival, organisé en un temps record de 3 mois et malgré la faiblesse des moyens financiers, fut un véritable succès, public et médiatique, bien au-delà des attentes des organisateurs. Soutenu par une formidable équipe de bénévoles, réunissant sur un week-end plus de 2000 visiteurs (dont quelques centaines de noctambules), le BGF a attiré l'intérêt de la presse écrite, en ligne et audiovisuelle (articles parus dans le Soir.be, la Dernière Heure, la Libre Belgique, reportage dans le JT de RTL-TVI, [Cf la revue de presse: [www.brusselsgamesfestival.be/website/presse](http://www.brusselsgamesfestival.be/website/presse)]).

### Le BGF 2013 en chiffres

- ▶ **3 mois** de préparation.
- ▶ **32 heures** non-stop d'activités.
- ▶ Plus de **2000** visiteurs.
- ▶ **17 créateurs de jeux** et **4 illustrateurs**
- ▶ **7 éditeurs belges** : Art of Games, Azao Games, Editions du Hibou, Mushroom Games, Repos Production, Pearl Games, Oddysee/Pepper Pilou.
- ▶ **5 distributeurs** : L'Antre Jeux, Asmodée Bénélux, C.L.D., Hop-la (jeux Djeco), Patrick Detaille (jeux Gigamic).
- ▶ **6 boutiques spécialisées** : C'Ki le Roi, Les Chroniques Ludiques, Dédale, La Maison des Echecs, Wonderland.
- ▶ **10 tournois** : 7 Wonders, Catane, Krosmaster Arena, League of Legends, Magic: The Gathering, Takenoko, Vanguard, Yu-Gi-O, X-Wing, Molkky. Avec plus de **200 participants**.

Brussels  
Games  
Festival  
15-16-17  
septembre 2013



Pendant ces 32 heures non-stop de folie, de partage, de rencontre et de convivialité, ce fut un heureux mélange de publics : familles au grand complet, groupes d'amis plus ou moins joueurs, véritables "geeks", mais aussi habitants du quartier ou simples curieux qui se sont côtoyés autour des tables et des espaces de jeu. Rassembler autant de personnes, en si peu de temps, dans une ambiance bon enfant et sans enjeu économique, seul le jeu de société peut relever un tel défi.

Les visiteurs pouvaient faire connaissance avec les acteurs du monde ludique en Belgique au travers de la « Belgian Touch », véritable vitrine dédiée aux auteurs, éditeurs et distributeurs belges. Découpé en différentes zones, le festival comptait parmi celles-ci, l'Espace Proto ouvert aux auteurs de jeux en développement, l'occasion pour le public de se rendre compte du cheminement que représente la création d'un jeu de société. Mais ce n'est pas tout, une rencontre-débat sur le rôle des illustrateurs a témoigné de la vitalité de la création ludique en Belgique.

De nombreuses activités proposées aux familles, avec des jeux accessibles au plus grand nombre, permettaient d'initier en douceur au monde du jeu: atelier peinture sur figurines, animations ludiques proposées par le label LUDO, jeu de rôle grandeur nature à partir de 7 ans. Des jeux géants, jeux traditionnels, jeux en bois et jeux de plein air

étaient proposés en démonstration pour le plaisir des petits et des grands. Deux terrains de Mōlkky, les quilles finlandaises, ont été aménagés pour l'occasion. Dix tournois furent organisés avec de nombreux lots à la clé, attirant plus de 200 participants, joueurs aguerris et occasionnels.



## Le Brussels Games Festival en 2014

### Images et Sons du BGF 2013

La société de production audiovisuelle Digital TransMedia, partenaire du festival, a réalisé 12 capsules vidéos au ton décalé, montées et diffusées pendant le festival sur la plateforme Youtube et notre page Facebook. Elles sont consultables dans la galerie vidéo de notre site web:

[www.brusselsgamesfestival.be/website/les-videos-du-festival](http://www.brusselsgamesfestival.be/website/les-videos-du-festival)

Un montage vidéo de 4 minutes revient également sur les moments forts de cette première édition:

[www.youtube.com/watch?v=7ua\\_uPn6j5s](http://www.youtube.com/watch?v=7ua_uPn6j5s)



Le succès de ce premier ballon d'essai, l'enthousiasme du public et des exposants donnent aux organisateurs la volonté de poursuivre le projet et d'en faire une activité récurrente, prenant place dans l'agenda des événements festifs incontournables de l'été.

Le Brussels Games Festival grandit et se donne de nouvelles ambitions. Il se déroulera désormais sur 3 jours, du vendredi 15 au dimanche 17 août 2014, dont 32 heures non-stop le week-end. La surface d'exposition sera également doublée. Nous attendons pour cette nouvelle édition plus de joueurs et de professionnels, espérant ainsi franchir la barre des 3000 visiteurs.

Pour pouvoir se développer, il a paru indispensable aux membres du comité organisateur de se doter d'une structure autonome prenant en charge la gestion du festival.

### Une nouvelle structure porteuse : LUDIRIS ASBL

Cette nouvelle structure, LUDIRIS asbl, fondée en octobre 2013, réunit en son sein et mobilise l'ensemble des partenaires de la première heure. L'association se donne pour but de promouvoir le jeu sous toutes ses formes et, notamment de sensibiliser à la pratique du jeu pour tous les citoyens sans distinction d'âge, de sexe, de condition sociale ou d'origine ethnique. L'association met en avant la dimension culturelle, éducative, sociale, humaine et relationnelle du jeu. Elle inscrit sa démarche dans des dynamiques de médiation culturelle, d'éducation permanente et de cohésion sociale.



“ *Toutes les initiatives qui permettent à nos enfants d’avoir accès aux jeux et aux loisirs doivent être encouragées, promues et soutenues non seulement parce qu’elles vont permettre à ces jeunes de se construire en sortant du cadre purement scolaire, mais encore parce qu’elles créent les conditions d’une possible intégration, d’une mixité sociale que d’aucuns essayent désormais de concrétiser en légiférant. Les rencontres que vont susciter les activités de jeux et de loisirs de nos enfants sont la source de souvenirs pour une vie entière et d’un brassage culturel extraordinairement riche dont on ne mesure pas assez les conséquences positives pour le mieux vivre en société.* ”

Bernard Devos, Délégué général aux droits de l’enfant, extrait de *Les règles du jeu : un écho aux valeurs éducatives*.



## Le programme de l'édition 2014

### Un projet socio-ludique

Jouer est un droit fondamental et universel de l’enfant, comme de l’adulte. Il doit être accessible à tous. En collaboration avec d’autres opérateurs de première ligne (ludothèques, centres d’accueil et d’insertion des personnes en situation de handicap, écoles, organisations de jeunesse, maisons de quartier, AMO...), LUDIRIS met en œuvre un programme d’actions volontaristes et accorde une attention particulière aux publics ou aux groupes sociaux situés en marge de l’offre et des services culturels.

Tous les opérateurs culturels sont confrontés à la question des publics et de la manière dont les personnes qui les composent réagissent ou non à l’offre programmée. Entre sensibilisation, facilitation de l’accès à la culture et participation, l’animation socio-ludique fournit un éventail d’outils, d’expériences et de réflexions pour mieux appréhender la réalité des personnes hors-champ des institutions dédiées à la culture. Le jeu crée des opportunités de rencontres et d’échanges, dans une ambiance détendue et conviviale, sans obligations, contribuant à réduire les barrières culturelles, socioéconomiques, psychologiques, linguistiques ou encore physiologiques (handicap).

Comme plateforme de rencontre des acteurs du monde ludique, LUDIRIS asbl développera tout au long de l’année des partenariats pour initier et accompagner des actions de sensibilisation sous forme d’ateliers, de stages ou de conférences, encadrés par des animateurs et intervenants spécialisés.

Pendant le Brussels Games Festival, une partie du site sera mise à la disposition des ludothèques, institutions et associations qui à l’intersection du culturel, de l’éducation, de la formation continue et du loisir, utilisent le jeu comme support à la communication et à l’apprentissage, comme outil thérapeutique, ou encore comme vecteur de solidarité, d’émancipation sociale et de développement individuel. Ces espaces permettront au grand public de découvrir des pratiques professionnelles innovantes, des expériences inédites et des projets alternatifs.

Pour cette deuxième édition, le Brussels Games Festival se déroulera sur 3 jours, du vendredi 15 au dimanche 17 août 2014, et une nuit du samedi au dimanche.

### VENDREDI 15/08 DE 10H A 18H

#### Bourse aux jeux d’occasion

L’objectif de cette journée est de promouvoir les comportements éco-responsables dans le cadre du jeu.

- ▶ Une **brocante ouverte aux particuliers et aux boutiques** donnera une nouvelle chance à des centaines de jeux de société qui s’entassent sur les étagères, voués à l’oubli.
- ▶ Un **marché gratuit du jouet fondé sur le principe du troc** : les parents déposent les jouets qui n’ont plus la cote auprès de leurs enfants pour les laisser en choisir d’autres qu’ils pourront emporter. L’initiative vise à encourager la reconversion des objets en leur donnant une deuxième vie. En collaboration avec Freecycle, un réseau de citoyens qui valorise la consommation basée sur le don et la réutilisation des biens.
- ▶ Une **boutique de pièces détachées de jeux**, car un jeu ne se jette pas, il se complète!

## SAMEDI 16/08 ET DIMANCHE 17/08

Le festival sera ouvert **32 heures non-stop**, avec un programme « IN » le jour et un « OFF » la nuit.

**Les journées du samedi et du dimanche de 10h à 18h** seront largement ouvertes aux familles. Les parents pourront découvrir avec leurs enfants les vertus du jeu de société dès le plus jeune âge. C'est un formidable outil pour développer l'imagination, le langage et le raisonnement tout en s'amusant.

**La nuit à partir de 18h le samedi et jusqu'à 10h le dimanche matin** sera le royaume des joueurs passionnés. Nous espérons toutefois qu'une partie des visiteurs du jour, venus par curiosité et envie de découverte, séduits par les valeurs de partage et de convivialité du festival, resteront le soir pour s'atteler à des jeux plus longs, voire très longs, et vivre de grandes émotions ludiques.



Nous retrouverons les stands et animations qui ont fait le succès de la première édition du BGF. Voici les grandes lignes de la programmation :

### Animations et tables de jeux

Quoi de plus rébarbatif que la lecture interminable de règles. Pour beaucoup, c'est un obstacle au plaisir ludique. Au BGF, les gentils animateurs se feront un plaisir de conseiller et d'expliquer les jeux, des plus simples aux plus complexes. Tous les types de jeux seront présents, reflets de la grande diversité de la création ludique actuelle : jeux de communication, jeux d'ambiance ou party games, jeux familiaux, jeux pour enfants, jeux de

stratégie et de gestion, jeux de cartes à collectionner... Il y en aura pour tous les goûts et tous les âges.

Le public pourra découvrir les dernières nouveautés et avant-premières des éditeurs et distributeurs partenaires ou s'initier aux grands « classiques » qui ont marqué la révolution ludique de ces 15 dernières années.

Tout en poursuivant son soutien à la création ludique en Belgique (voir ci-dessous la rubrique « Belgian Touch »), le festival prendra dès cette année une dimension internationale avec des éditeurs et des créateurs de jeu en provenance de France principalement, mais aussi des Pays-Bas et d'Allemagne.

Une sélection de jeux surdimensionnés, jeux en bois et en plein air, aux mécanismes simples et originaux, à découvrir en famille ou entre amis, sera proposée avec un encadrement adapté. Sans oublier le fameux mölkky, le jeu de quilles finlandaises, à fois tactique, convivial et surtout très addictif.

Les jeux traditionnels tels que le go et les échecs, les jeux de figurines, les jeux de rôles sur plateau (JDR) et grandeur nature (GN) ne seront pas en reste, avec des stands d'initiation et de démonstration animés par les associations, fédérations et clubs de jeux associés.



### Belgian Touch

Le BGF sera l'occasion de favoriser la rencontre entre les acteurs du monde ludique belge: éditeurs, illustrateurs, créateurs, distributeurs, associations, ludothèques afin de faire découvrir le jeu à tous. Des espaces seront réservés aux auteurs, éditeurs et distributeurs belges qui pourront ainsi présenter leur production et animer des tables de jeux. Les jeux en démonstration seront disponibles à la vente sur les stands des boutiques partenaires dont la qualité et la diversité combleront largement les attentes de tous nos visiteurs. Conseils, services et tables de jeux pour petits et grands. Enfin des conférences et tables rondes seront organisées avec de nombreux intervenants du secteur.

### Label Ludo

Chaque année, le Label Ludo désigne le jeu de société familial de l'année, pouvant réunir enfants, adolescents et adultes autour d'un même plaisir de jouer ensemble. Le Label Ludo est une garantie de qualité inscrite dans une perspective de promotion culturelle du jeu de société, indépendamment de tout intérêt commercial. Le Label Ludo, encadré par le réseau des ludothèques de la Fédération Wallonie-Bruxelles, est décerné par le public

des ludothèques [adultes et enfants] qui vote parmi 5 jeux finalistes à l'aide d'un bulletin type. Les critères de sélection prennent en compte le plaisir de jouer mais aussi la qualité du matériel, l'originalité et l'aspect familial du jeu. Le Label Ludo est aussi un outil de promotion culturelle et de sensibilisation pour inciter le public à découvrir des jeux de qualité et à se rencontrer autour du jeu, en famille, entre amis, en couple, groupe,...

Les 5 jeux finalistes de cette année sélectionnés fin juin seront présentés au BGF.





### Zone Proto

Le BGF soutient la création ludique. Toute une zone du festival sera dédiée aux nouvelles créations en cours de développement. Occasion pour les auteurs, débutants ou confirmés, de faire tester leurs jeux et de rencontrer des éditeurs.

### Espaces « Jeu & société »

Une partie du site sera mise à la disposition des ludothèques, institutions et associations qui à l'intersection du culturel, de l'éducation, de la formation continue et du loisir, utilisent le jeu comme support à la communication et à l'apprentissage, comme outil thérapeutique, ou encore comme vecteur de solidarité, d'émancipation sociale et de développement individuel. Ces espaces permettront au grand public de découvrir des pratiques professionnelles innovantes, des expériences inédites et des projets alternatifs. Avec l'aide d'animateurs spécialisés, une attention particulière sera portée à l'accessibilité pour les personnes en situation de handicap (déficiences visuelles, sourdes et malentendantes, personnes à mobilité réduite...) afin de leur permettre de profiter du festival, comme tous les autres visiteurs.

### Tournois

De nombreux tournois pour tous niveaux, joueurs amateurs ou confirmés, seront organisés tout au long du week-end avec une distribution de lots à gagner grâce au soutien de nos partenaires. Des séances d'initiation seront prévues avant chaque début de tournoi.

### La nuit du BGF

Du samedi à partir de 18h et jusqu'au dimanche matin, les joueurs en quête d'expériences ludiques mémorables pourront continuer à jouer dans les établissements (l'Outpost et à la Table Food & Games) qui resteront spécialement ouverts avec une pléthore de jeux en libre service. Les organisateurs et partenaires du BGF se plient en quatre pour transformer cette nuit du jeu en un événement hors-norme. Dans un esprit de partage et de convivialité, chacun pourra aussi proposer des jeux de sa ludothèque personnelle et faire découvrir ses coups de cœur.



Pour les plus résistants, un petit déjeuner sera offert le dimanche à partir de 8h.



## Promotion et couverture média

Le groupe cible du BGF est large. Il s'adresse au grand public, aux passionnés, mais aussi aux habitants du quartier et aux personnes éloignées (socialement, économiquement) de l'offre culturelle. S'appuyant sur un large partenariat, l'information autour du festival sera réalisée sur le plan local, national mais aussi international. La communication se fera principalement en français, mais aussi en néerlandais et en anglais.

La campagne de promotion du Festival s'articulera autour de 4 axes : affichage dans l'espace public, communication web et multimédias, échanges et partenariats médias, mobilisation du tissu associatif et socio-ludique.

### Axe 1 : Affichage dans les espaces publics

L'affiche officielle du festival sera révélée au public dès la fin mars 2014. La campagne de promotion démarrera en avril, avec l'impression et la diffusion de 25.000 flyers et cartes postales, 300 affiches, 500 stickers autocollants, dans les réseaux associatifs, culturels, institutionnels et Horeca à Bruxelles, les établissements d'enseignement, les ludothèques et les boutiques spécialisées dans tout le pays, à Bruxelles, en Flandre et en Wallonie.

Les logos des partenaires, pouvoirs subsidiaires et sponsors privés seront repris sur tous les outils de communication.

### Axe 2 : Communication web et multimédia

La communication web du BGF s'appuie sur un site internet ([www.brusselsgamesfestival.be](http://www.brusselsgamesfestival.be)), un compte Twitter (@BGamesFestival) et une page Facebook (BrusselsGamesFestival). Ces outils d'information autant que de partage seront complétés par une newsletter régulière avec une mailinglist de plus de 7000 adresses. L'actualité et les coulisses du festival seront présentés sur un ton ludique et dynamique : entre information et humour, entre paroles et portraits d'invités et de partenaires, entre anecdotes et témoignages.

Pour la couverture multimédia, le festival poursuit sa collaboration avec l'équipe de **Digital TransMedia**, une jeune maison de production belge qui a vu le jour en 2011. Digital TransMedia évolue principalement dans la réalisation de vidéos d'entreprises, la couverture d'événements, la présentation de nouveaux produits et tend à se démarquer comme média représentatif du monde ludique. L'ambition de Digital TransMedia est avant tout de diffuser l'image positive du jeu de société en mettant en avant les valeurs qu'il véhicule, telles que l'amitié, la réflexion, le partage ou encore la convivialité.

L'intervention de DTM se déclinera en 3 phases :

- ▶ **A partir d'avril 2014** : diffusion d'une bande-annonce (teaser) et d'un court vidéo promotionnelle (trailer) sur le site internet, les réseaux sociaux et les plateformes de partages vidéos (Youtube).
- ▶ **Durant les trois jours de festival** : captation audiovisuelle couvrant la totalité des animations proposées. Des séquences vidéos seront diffusées en temps réel, mettant en avant tout le processus créatif autour du jeu de société, avec des interviews de créateurs, qu'ils soient auteurs confirmés ou néophytes présentant leurs créations sous forme de prototype, donnant aussi la parole aux différents acteurs du secteur du jeu : éditeurs, distributeurs, ludothécaires, clubs et associations de joueurs...
- ▶ **A l'issue du festival** : un compte rendu complet et pertinent reprenant chacune des activités proposées et agrémenté d'interviews et de réactions des joueurs, des organisateurs, des invités et également de badauds découvrant l'événement.

### Axe 3 : Echanges et partenariats médias

Fort du succès de la première édition et de sa réception médiatique, nous souhaitons développer des partenariats médias avec des **diffuseurs radio/TV et presse écrite grand public** : RTBF, RTL, Télé-Bruxelles, *Télé-Moustique*, *Le Soir*, *La Libre Belgique*, *La Dernière Heure*... Les démarches sont en cours. Ce partenariat médiatique prendra diverses formes rédactionnelles : reportages avec les invités, mises en valeur de projets innovants, virées dans les coulisses du festival...

Le soutien de la Ville de Bruxelles nous permettra de bénéficier d'une **large couverture dans Le Brusseloir**, le magazine d'information locale, diffusé à 100.000 exemplaires et distribués gratuitement dans toutes les boîtes aux lettres de la Ville.

Des partenariats ciblés, sous forme d'échange de visibilité et de contenus réactionnels, seront également mis en œuvre avec des **magazines, sites et blogs ludiques** : *Plato* (B/FR), *TricTrac* (FR), *Jedisjeux* (FR/B), *Ludigaume* (B), *Proxi-jeux* (FR)...

Nous poursuivrons notre collaboration avec le **Brussels Summer Festival**, l'événement musical majeur de l'été à Bruxelles, qui nous offre une présence sur tous ses supports promotionnels. En échange, les détenteurs du bracelet pass BSF bénéficieront d'une remise de 10% pour tout jeu acheté dans les points de vente du Brussels Games Festival.

### Axe 4 : Mobilisation des réseaux associatifs et socio-ludiques

Ludiris asbl, la nouvelle structure organisatrice du Brussels Games Festival, est un regroupement d'associations actives dans l'animation socioculturelle ou en lien avec le monde du jeu.

Sur le plan local, l'**Association des Commerçants et Habitants des Quartiers Royal et Notre-Dame-aux-Neiges** est le relais auprès des habitants. Elle édite une feuille d'information, le *Canard des Neiges*, largement diffusé dans le quartier.

Sur le plan régional, le **Centre Bruxellois d'Action Interculturelle** reliaera l'information dans le tissu associatif socio-culturel bruxellois. A l'initiative du projet, le CBAI, est une association d'éducation permanente et d'insertion socio-professionnelle qui œuvre à la promotion active des relations interculturelles à Bruxelles. Elle accompagne notamment les opérateurs de la Cohésion sociale dans la Région de Bruxelles-Capitale (230 associations reconnues).

**LUDO asbl** est une association de promotion culturelle du jeu. Reconnue en éducation permanente par le Ministère de la Culture de la Fédération Wallonie-Bruxelles, elle fédère depuis 1982 un maximum de ludocentres francophones belges tels que les ludothèques, clubs de jeux, musées du jeu et du jouet et autres associations ludiques non commerciales. LUDO asbl qui coordonne avec le CBAI le volet « Jeu & société » mobilisera les professionnels du monde du jeu et leurs publics.

**L'outpost** et la **Table Food & Games**, deux établissements qui accueilleront les activités en intérieur, sont des lieux phares de l'animation ludiques à Bruxelles et totalisent plusieurs centaines d'aficionados.



## Équipe et partenaires

### L'équipe du BGF

<b>Tanju Goban</b>	Coordination, sponsoring, communication, «Jeu & société»	+32 (0)496/62 93 71 tanju.goban@brusselsgamesfestival.be
<b>Nicholas Bodart</b>	Coordination, représentation, espace proto, bourse aux jeux	+32 (0)478/11 23 62 nicholas.bodart@brusselsgamesfestival.be
<b>Bernardo da Costa Cabral</b>	Tournois, trésorerie	+32 (0)473/484 211 bernardo@brusselsgamesfestival.be
<b>Patrick Beukeleirs</b>	Responsable bénévoles, interface exposants (boutiques)	+32 (0)479/81 64 08 patrick.beukeleirs@brusselsgamesfestival.be
<b>Jean-François Gonet</b>	Responsable bénévoles, catering	+32 (0)478/08 92 04 jean-francois.gonet@brusselsgamesfestival.be
<b>Stephan Patte</b>	Interface exposants (JDR, GN, figurines, boutiques), catering	+32 (0)474/30 87 88 stephan.patte@brusselsgamesfestival.be
<b>Silvana Recchia</b>	Interface exposants (éditeurs, distributeurs), «Jeu & société»	+32 (0)477/88 16 04 silvana.recchia@brusselsgamesfestival.be
<b>Eric Lukac-Kuruc</b>	Interface exposants (éditeurs, distributeurs)	+32 (0)486/83 68 82 eric.lukac@brusselsgamesfestival.be
<b>Pierre-Gilles Pecquereau</b>	Coordination et gestion du planning	+32 (0)472/80 05 98 pierre-gilles.pecquereau@brusselsgamesfestival.be



## Les partenaires membres du comité d'organisation

### Centre Bruxellois d'Action Interculturelle

Le Centre Bruxellois d'Action Interculturelle (CBAI) œuvre à la promotion active des relations interculturelles à Bruxelles en particulier, et dans la société belge en général, au travers de 5 axes : l'information, la formation, la diffusion culturelle, le soutien aux associations et l'accompagnement des acteurs de la Cohésion sociale dans la Région de Bruxelles-Capitale. Avec Checkpoint Creative asbl, le CBAI fut à l'initiative des « 24 heures du Jeu de Bruxelles » qui deviendra ensuite le Brussels Games Festival.

[www.cbai.be](http://www.cbai.be)

### LUDO asbl

Association de promotion culturelle du jeu, reconnue en Education permanente par le Ministère de la Culture de la Fédération Wallonie-Bruxelles. LUDO asbl fédère depuis 1982 un maximum de ludocentres francophones belges tels que les ludothèques, clubs de jeux, musées du jeu et du jouet et autres associations ludiques non commerciales. Elle organise le label LUDO qui consacre le jeu de société familial de l'année, pouvant réunir enfants, adolescents et adultes autour d'un même plaisir de jouer.

[www.ludobel.be](http://www.ludobel.be)

### MushroomM

MushroomM Games est l'une des dernières sociétés d'édition dans le domaine du jeu à voir le jour dans le paysage belge. Après un premier jeu, Time Masters, dont la sortie est prévue en mai, les champignonnistes comptent bien ne pas s'arrêter en si bon chemin, tout en développant leurs offres d'animations ludiques sous le label MushroomM Party.

[www.mushroom-games.be](http://www.mushroom-games.be)

### Outpost

Le premier magasin Outpost a été fondé en 1997 à Anvers avec le souhait de proposer à toutes les communautés de joueurs un lieu de rendez-vous offrant tous les services dont peuvent rêver les joueurs: un espace boutique (tous les jeux de cartes, jeux de société et accessoires), un grand espace tournoi, un bar/brasserie et un cyber-café. En 2006, ce fut au tour d'Outpost Gand d'ouvrir ses portes, suivi en 2008 par l'Outpost Bruxelles, créant ainsi la seule chaîne d'espace de jeux en Belgique. Depuis 2009, l'Outpost Bruxelles a investi dans la participation à des événements nationaux (Made in Asia, Brussels Games Festival, etc...) et internationaux (Essen, Comicon, Grand Prix Magic the Gathering, Yu-Gi-Oh Championship Series, etc..).

[www.outpost.be](http://www.outpost.be)

### La Table Food & Games

La Table Food and Games est un concept. Jouer en mangeant ou manger en jouant, comme vous voulez... voire même, boire un verre et jouer.

Souvenez-vous de votre enfance... ne vous a-t-on jamais dit sur un ton de reproche : «On ne joue pas en mangeant!!!» Eh bien aujourd'hui, Stephan, Jeff, Sebastian et Hervé vous convient à désobéir et à jouer tout en vous restaurant... Plusieurs dizaines de jeux sont à votre disposition, du petit casse-tête qui se manipule seul, aux jeux de stratégie, de gestion se jouant de 2 à 6 personnes, voire plus. Si vous ne connaissez pas de jeux, ne savez pas vers lequel vous orienter, l'équipe de La Table est là pour vous guider, vous expliquer les règles, voire même en fin de service... jouer avec vous!

[www.latablefoodandgames.be](http://www.latablefoodandgames.be)

### Boardgame Monkeys

L'association se donne pour objectif de promouvoir la pratique du jeu de société moderne auprès de la communauté des expatriés à Bruxelles, en organisant principalement des soirées ludiques thématiques.

[www.boardgamemonkeys.be](http://www.boardgamemonkeys.be)

## Les partenaires associés au projet

### Association des Commerçants et Habitants des Quartiers Royal et Notre-Dame-aux-Neiges

L'asbl a été créée en vue d'assurer la défense de l'environnement, du patrimoine et de la qualité de vie du quartier Notre-Dame-aux-Neiges. Elle veille notamment à promouvoir le développement commercial et culturel du quartier, tout en valorisant son habitat et ses espaces publics.

### BRAVVO

BRAVVO asbl centralise la politique de prévention mise en place par la Ville de Bruxelles. Elle gère entre autres le réseau des Centres de jeunes actifs sur le territoire de la Ville.

[www.brawvo.be](http://www.brawvo.be)

### Digital TransMedia

DTM évolue principalement dans la réalisation de vidéos d'entreprise, la couverture d'événements, la présentation de nouveaux produits et tend à se démarquer comme média représentatif du monde ludique.

[www.digitaltransmedia.be](http://www.digitaltransmedia.be)

### Freecycle

Réseau de citoyens qui valorise la consommation basée sur le don et la réutilisation des biens.

[www.freecycle.org](http://www.freecycle.org)



**LUDIRIS asbl**

[www.brusselsgamesfestival.be](http://www.brusselsgamesfestival.be)

[info@brusselsgamesfestival.be](mailto:info@brusselsgamesfestival.be)

N° entreprise : 0542.475.171