



# Make Change Happen !

Un bureau d'étude en motivation sociale.

## ***Vers un certain Bonheur Régional Brut!***

*Proposition d'un nouveau type.*

Une Compagnie.  
De Réenchanteurs Citoyens.



[www.b-i-b.be](http://www.b-i-b.be)

Bureau d'étude: Jean-Philippe Remy +32.487.319.409  
Animations et Spectacles: Emilie Puits +32.498.74.60.85  
[info@b-i-b.be](mailto:info@b-i-b.be) [www.b-i-b.be](http://www.b-i-b.be)



Le changement d'habitudes  
sociales et le passage  
à l'acte citoyen nécessitent  
de la motivation.


Celle ci est grandement  
facilitée par la suggestion de  
plaisir, non !

Or vous en êtes justement,  
fournisseur...



La vie est dure,  
Manquerait plus  
Qu'elle soit molle !






Le Développement Durable  
au travers  
de la Recherche-Action !


L'artistique comme  
paire de lunettes  
d'un nouveau regard !

Au début ça surprend.  
Après aussi !







*Ce que tu feras de mieux,  
c'est ce qui va t'échapper !*  
Michel Serrault




*On ne résout pas un problème  
avec les éléments qui l'ont créé.*  
Albert Einstein




*L'art nous ouvrira les possibles  
de nos envies.*  
Emilie Puits



*Pas de motivation  
individuelle sans projection dans  
un imaginaire collectif et joyeux !*  
Pierre Radanne



*L'énergie d'aujourd'hui  
pour demain, est contenue  
dans le désespoir et à la résignation  
des citoyens !*  
Jean-Philippe Remy



*« Le monde est un théâtre  
où chacun à son rôle à jouer »*  
Shakespeare



## Nous.

En tout état de cause, nous sommes motivés à l'idée de pouvoir accompagner et réenchanter vos envies et vos projets. Cela vous intrigue ? Parlons-en sans tarder !

### Emilie Puits

- Membre de la fédération d'improvisation amateur, elle termine le Conservatoire Royal de Mons en juin 2007. Elle est issue de la classe de Bernard Cognaux et a pu travailler avec de grands metteurs en scène comme Vincent Goethals ou Michael Delaunoy. Elle s'intéresse à tous les aspects des arts de la scène, du jeu d'acteur à l'écriture en passant par la mise en scène.

Piquée au vif par le virus du BiB il y a deux ans, elle ouvre de plus en plus de possibles pour ce petit papillon. Elle est permanente dans l'Asbl.

### Jean-Philippe Remy

- Chercheur sur le tas et le tard, il met au point le Motivator Social. Vendeur de cristal dans une autre vie, n'a de cesse que de faire tinter les écologies. Car elles le valent bien... Accessoirement sorti indemne de la célèbre Solvay Business School, ça lui permet de parler à l'aise de Valeur Ajoutée Plaisir, de marketing et aussi de pouvoir transformer tout aussi à l'aise le P.I.B en B.I.B. Possède un certain talent à réenchanter tout ce qui lui passe dans les mains.





## Modus Operandi

Il y a :

### Vous

- Vous êtes une administration, une organisation culturelle, un comité de quartier, une association, une entreprise,...
- Vous organisez un événement culturel ou tout autres manifestations attirant du monde.
- Vous organisez une campagne de sensibilisation à l'un ou l'autre enjeu social ou environnemental.
- Vous avez un message à passer autour des enjeux du 21ème siècle.
- *En bref, vous avez envie de proposer de la saveur citoyenne avec efficacité autour de vous et de votre projet.*

### Un activateur de citoyenneté:

- Propreté publique, Développement Durable, Sécurité Routière, Ecologie, ...

### Le public

- Est « visiteur » par rapport à votre campagne de motivation. Il n'est pas là pour ça.
- Représente toujours la raison pour laquelle vous ou votre initiative existe.
- A plutôt envie de contribuer à vos propositions citoyennes.
- *Est la solution à votre envie.*





## Modus Operandi

Puis, il y a une hormone

- Nous sommes affectivo-dépendants. (pas que nous, vous aussi !)  
Nous sécrétons une hormone d'attachement, l'ocytocine, dès que nous nous sentons reliés aux autres ou à la nature. La même hormone qui nous jette à corps perdu dans les bras d'un amoureux avant de faire l'amour.

Pas loin il y a nous.

- Des chercheurs curieux de réfléchir à la motivation citoyenne assistée par l'artistique et le marketing social.
- Une joyeuse compagnie de réenchanteurs qui n'a qu'une obsession, celle de transformer un enjeu social ou environnemental en activateur de plaisir citoyen.
- Des porteurs de talents artistiques pour que la culture se mette pleinement au service du Développement Durable.

Ensuite, il y a une idée.

- Que chaque geste citoyen soit activateur de lien et donc de plaisir. Imaginez par exemple qu'une canette, un mégot, un chewing gum, un passage pour piéton, un interrupteur, une clé de contact, votre envie deviennent pour votre public un moyen très simple de se sentir reliés à la nature ou aux autres.





## Modus Operandi

### Et le tout donne...

- Une couleurs et une saveur efficaces pour la communication vers le public..
- Des coachings d'équipes, des briefings et des recommandations ou des formations.
- Un spectacle, des déambulations en théâtre action.
- Des installations de matériels.
- Et tout ce que vous allez nous faire faire, qu'on ne connait pas encore..

### Et si vous le désirez, la mise à disposition...du mot magique



- Synthèse de 8 années de recherche en motivation.
- Cri de joie du geste chouette. Ponctue quelque chose de généreux, gratuit et poétique dans le sens du beau. Qui sort directement du coeur sans passer par le cerveau.



## En résumé.

### Emulation

- Conférence-Causerie. Introduction dans votre organisation aux plaisirs du Développement Durable. Sur le temps de midi par exemple. Durée 1h30 à 2h00. (cfr Ballotin de pralines)
- Accompagnement ou coaching créatif. Tempête d'esprit (Brain Storming) avec vous et vos services sans autres buts que de faire émerger des projets de l'intérieur. Vos idées, votre savoir-faire, notre regard extérieur et notre approche des possibles associés à quelques talents de modérateur seront un cocktail très efficace. (Cfr Ballotin de pralines)
- Animation et conduite de vos colloques et conférences en mode créatif et participatif.

### Création

- Recherche-Action et consultance pour la création de vos campagnes de sensibilisation et de changement de comportements. Grâce à nos recherches en marketing social. (Cfr Motivator Social)

### Votre Événement en Saveur DD.

- Avec nos partenaires, Exosantd et Ecofest, nous avons la plateforme la plus complète pour vous accompagner et goûter l'onctuosité citoyenne d'une dynamique durable.





## Le Motivator ?

### La disruption

- Cette méthode de travail issue du monde de la pub. Interactive et intuitive, nous permettra d'avoir à tout niveau un mode opératoire en rupture avec les schémas de pensées habituels. Ce qui suit en découle directement.

### L'art

- Il serait un peu stupide de se passer du point de vue des artistes à un moment où la solution n'est probablement pas là où on la cherche. L'art nous ouvre les possibles.

### Bon sens

- Préalable indispensable à toute démarche de changement. Se débarrasser de ses à priori souvent négatifs, c'est l'ingrédient d'espérance sans lequel il n'est même pas utile de commencer.
- Permet de se mettre dans le sens du possible de vos intentions. Le public devient potentiellement en position (à nos yeux) de contribuer à la réalisation de vos objectifs.





## Le Motivator ?

### Systemique

- Science du lien, du système et du complexe. Affute notre regard sur les inter dépendances, les relations dans le tout.
- Permet de répertorier tous les intervenants et les ressources et assure d'avoir pensé à toutes les implications de nos recommandations.

### Endocrinologie

- Qui nous prouve que la bienveillance est une source de sécrétion d'hormones de plaisir identiques à celles de l'acte d'amour. Grâce au lien rassurant qu'elle crée à l'autre ou à la nature.
- Vous installe résolument dans une posture de fournisseur de plaisir citoyen. Ce regard empathique, sera déterminant de l'efficacité et de votre rôle positif.

### Psychologie sociale de comportement

- « Qui donne un œuf, donne un bœuf ! ». Plus pratiquement, cela veut dire que toute personne sollicitée librement pour une petite attention a une probabilité bien plus grande de poser un acte plus engageant.



## Le Motivator ?

### Neuro-Sciences

- Étude des personnalités très complète qui permet d'optimiser l'efficacité de la communication.
- Mettre les mots pertinents et adéquats qui donneront au public l'envie de mettre en application les recommandations proposées.

### Marketing

- Science vivante de la communication. Il ne faut pas hésiter à se servir de ce qu'on fait de mieux pour faire changer certaines habitudes.



## Une Compagnie d'artistes

### Improvisateurs

Pour la plupart issus du conservatoire de Mons, ils et elles ont un talent certain à se mettre à l'écoute de votre projet ET aussi à ne pas aborder aveuglément votre public.  
Capacité d'écoute maximale.



### Artistes de rue

Jongleurs, musiciens et conteurs. Surtout habitués à se produire là où on ne les attend pas !

### Stylisme

Dans notre compagnie, nous avons aussi une styliste. Nos vêtements colorés, et originaux égayeront nos déambulations et spectacles



Une toute nouvelle  
production des Bib'z.

PELLICULE  
&  
MOLECULE



Un Roman photo,  
dont **VOUS** êtes le Héros !

On parle de PLAISIR autour  
du Développement Durable

Un roman avec  
de la PEUR,  
de l'AMOUUUUR,  
des BÉBÉS...  
et des  
effets spéciaux  
**Très Très  
Spéciaux!**

Mais ça c'est  
**WAOUUUH!**

Elles sont complètement  
détonnantes!





# NOS STATUTS

Du but social poursuivi....

## Article 3

§ 1: L'association est avant toute autre chose un endroit ouvert à toute personne qui ressent cette envie de faire bouger les choses autour d'elle.

§ 2: L'association accueillera toutes les idées pourvu qu'elles aient pour fil conducteur un certain plaisir de l'acte GGP (Gratuit, Généreux et Poétique).

§ 3: L'association a pour but de redonner goût aux plaisir de la citoyenneté par la suggestion d'une série de gestes simples de la vie de tous les jours y compris au boulot.

§ 4: L'association a pour but : d'émerveiller, sensibiliser, informer, relier les citoyens de la planète sur leur de pouvoir de bienveillance dans des domaines aussi divers que:  
L'écologie et le développement durable  
la simplicité volontaire et le lien social  
le sentiment de sécurité, la propreté publique, la sécurité routière, la tranquillité en rue  
le vivre ensemble, la mobilité douce, le savoir-faire  
La Responsabilité sociétale des entreprises  
Ou d'autres non encore mentionnés.



# Ils nous font confiance !

