

Ce catalogue, réalisé sous la direction de Vincent Baudoux, Johnny Bekaert, Constantin Sunnerberg, Michel Michiels & Patrick Regout, a été édité à l'occasion de l'exposition Boobs Art organisée par La Maison de l'Image chez Seed Factory. Vernissage le 23 mars 2017.

Deze catalogus werd tot stand gebracht onder leiding van Vincent Baudoux, Johnny Bekaert, Constantin Sunnerberg, Michel Michiels & Patrick Regout en is uitgegeven ter gelegenheid van de tentoonstelling Boobs Art, een organisatie van het Huis van het Beeld in de Seed Factory. Vernissage 23 maart 2017.

Copyrights. Tous droits réservés aux auteurs. La reproduction partielle ou totale des oeuvres et textes publiés dans cet ouvrage est autorisée après accord des auteurs et de la Maison de l'Image.

Copyrights. Alle rechten voorbehouden aan de auteurs. Reproductie, geheel of gedeeltelijk, van de tekeningen en teksten in deze uitgave is enkel toegestaan mits het akkoord van de auteurs en het Huis van het Beeld.

Editeur responsable :

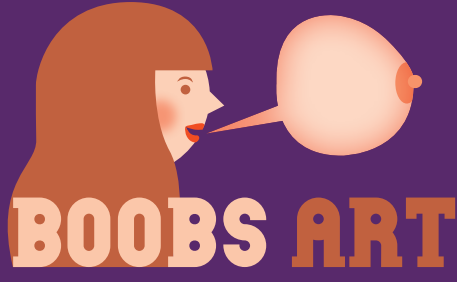
La Maison de l'Image
Avenue des Volontaires 19
1160 Bruxelles, Belgique
www.seedfactory.be

Verantwoordelijke uitgever :

Huis van het Beeld
19 Vrijwilligerslaan
1160 Brussel, België
www.seedfactory.be

Cover: Johnny Bekaert

Cover: Johnny Bekaert



Catalogue de l'exposition
Catalogus van de tentoonstelling



Pr. Martine Piccart

Oncologue belge de renommée internationale, Martine Piccart se bat quotidiennement pour faire avancer la recherche internationale sur le cancer du sein dans le but d'améliorer les traitements. En 1999, elle co-fonde l'association BIG against breast cancer, qui forme aujourd'hui le plus grand réseau mondial de recherche dans ce domaine. Comme l'illustre l'exposition BOOBS ART à la Maison de l'Image, le monde de l'art et la scène créative en général ont souvent répondu présents à l'appel de diverses associations pour se joindre à elles dans le combat contre le cancer du sein. Parfois étonnant, le résultat de la recherche artistique parvient à captiver et à communiquer les épreuves physiques et émotionnelles liées à la maladie. Créativité. Innovation. Générosité. Voilà des moteurs tout aussi indispensables à la recherche scientifique qui vise à mettre au point les traitements innovants de demain. Ceux qui sauveront des vies. Certainement moins glamour, la recherche de meilleurs traitements contre le cancer du sein se doit aussi de faire preuve de créativité et d'innovation. La technologie aide, mais sans la créativité des scientifiques, nous ne pouvons imaginer de nouvelles voies thérapeutiques qui guérissent mieux et qui améliorent la qualité de vie pendant les traitements. Le cancer du sein nous concerne toutes... et tous. Il touche une femme sur huit... et un homme sur huit cents. En Belgique, on compte plus de 10.000 diagnostics chaque année. Même si le dépistage précoce et l'amélioration des traitements font que l'on guérit de plus en plus souvent, cette maladie continue à bouleverser la vie des patient(e)s qui en sont atteint(e)s et leurs familles. Il nous reste un long chemin à parcourir. Tout comme les traitements d'aujourd'hui sont le fruit de la recherche d'hier, les guérisons de demain seront le résultat des recherches menées aujourd'hui, avec votre aide. C'est en unissant nos efforts que nous parviendrons à éliminer ce crabe malveillant.

Martine Piccart is een Belgische oncoloog met internationale bekendheid. Ze zet zich dagelijks in om het internationale onderzoek rond borstkanker te stimuleren zodat behandelingen verbeterd kunnen worden. In 1999 staat ze mee aan de wieg van de organisatie BIG against breast cancer, het grootste onderzoeksnetwerk ter wereld rond borstkanker. Zoals blijkt uit de tentoonstelling BOOBS ART in het Huis van het Beeld, hebben de kunstwereld en de creatieve sector vaak gehoor gegeven aan de oproep van verschillende verenigingen om deel te nemen aan de strijd tegen borstkanker. Op een soms verbazende manier wil de artistieke zoektocht de fysieke en emotionele beproevingen van de ziekte vormgeven en aan de mensen overdragen. Creativiteit. Innovatie. Vrijgevigheid. Drijfveren die even onmisbaar zijn voor het wetenschappelijk onderzoek dat ernaar streeft om de innoverende behandelingen van morgen op punt te stellen. Drijfveren die levens redden. Het onderzoek naar behandelingen tegen borstkanker is zeker geen rozengeur en maneschijn maar ook hier zijn creativiteit en innovatie noodzakelijk. Technologie helpt maar zonder de creativiteit van wetenschappers kunnen we geen nieuwe behandelingen bedenken die patiënten beter genezen en die hun levenskwaliteit verhogen tijdens de behandelingen. Borstkanker belandt ons allemaal aan, zowel man als vrouw. Een vrouw op acht ... en één man op achthonderd krijgt ermee te maken. In België worden er elk jaar meer dan 10 000 nieuwe gevallen vastgesteld. Hoewel mensen steeds vroeger gescreend worden en de behandelingen ervoor zorgen dat we steeds meer mensen kunnen genezen, blijft deze ziekte het leven van patiënten en hun families door elkaar schudden. We hebben nog een lange weg af te leggen. Net zoals de behandelingen van vandaag het resultaat zijn van het onderzoek van gisteren, zijn de genezen patiënten van morgen het resultaat van de onderzoeken die vandaag gevoerd worden, met uw hulp. Het is door de krachten te bundelen dat we deze kwelgeest de wereld uit kunnen helpen.



Michel Michiels

En 2015, l'impertinente exposition Pen is Art avait surpris, d'autant que beaucoup d'œuvres exposées étaient dues à des artistes femmes. La Maison de l'Image réunissait alors ce que le thème avait inspiré de mieux à travers l'histoire jusqu'à nos jours. On y a vu des œuvres audacieuses qu'un public sensible aurait pu qualifier à juste titre de « pornographiques ». Dans ce cas, nous avons eu soin de n'accrocher aux cimaises que ce qui est issu des collections permanentes des plus grands musées du monde. Dès lors il paraissait évident qu'il était hors de question de rééditer une exposition avec un thème féminin correspondant à Pen is Art. Jusqu'au jour où notre amie Henriette Christiansen nous a suggéré ce que précisément nous n'avions pas envie de faire. Avec cette différence qu'Henriette était comme tant d'autres femmes confrontée au cancer du sein. Avec elle, le point de vue avait changé et tout changeait, une expo sur l'art du sein devenait une évidence. Ce qui ne nous était pas apparu devenait lumineux : Boobs Art sera donc aussi une contribution à cette action humanitaire planétaire qui dédramatise le cancer du sein pour faire apparaître la prévention comme une nécessité, et la croissance constante de la rémission comme une évidence. Le Parlement européen ne s'y est pas trompé en nous accordant son « soutien ». Une fois de plus le hasard et la nécessité nous montrent que les heureuses stratégies sont souvent le fruit des circonstances.

In 2015 zorgde de gewaagde tentoonstelling Pen is Art voor een verrassing omdat vele tentoongestelde werken van de hand van vrouwelijke artiesten waren. Het Huis van het Beeld verzamelde de best geïnspireerde werken rond het thema die in het verleden en vandaag gemaakt werden. Er waren gedurfde werken bij die door een gevoelig publiek misschien als 'pornografisch' bestempeld zouden kunnen worden. We hebben er voor onze tentoonstelling dan ook zorg voor gedragen om enkel voor kunstwerken te kiezen uit de permanente collecties van de grootste musea ter wereld. Het was voor ons van in het begin duidelijk dat we geen tentoonstelling wilden samenstellen rond een vrouwelijk thema dat vergeleken kan worden met Pen is Art. Tot op de dag dat onze vriendin Henriette Christiansen ons precies datgene voorstelde wat we eigenlijk niet wilden doen. Met dat verschil dat Henriette, zoals vele andere vrouwen, te maken kreeg met borstkanker. Met haar veranderde ons standpunt en kreeg alles een nieuwe wending. Een tentoonstelling over de borst als kunstobject werd vanzelfsprekend. Iets wat niet in ons opkwam werd plots een schitterend concept: Boobs Art zal dus ook een bijdrage zijn aan de wereldwijde en menselijke opvatting die borstkanker toegankelijker maakt om te laten zijn dat preventie een noodzaak is en om te bewijzen dat steeds meer mensen van de ziekte genezen. Het Europees Parlement heeft een verstandige beslissing genomen door haar 'steun' toe te kennen. Eens te meer tonen het toeval en de noodzaak ons dat geslaagde strategieën niet altijd te danken zijn aan strategen maar ook het resultaat van omstandigheden kunnen zijn.



Isha Van Alsenoy

La Lune et les 13 femmes à un sein

Les plaines de Troie sont désertes. Les combats qui, depuis tant d'années font rage entre les deux armées ennemies, se sont tus. Dissimulées derrière les broussailles, douze Amazones sont rassemblées autour d'un feu de camp. Leur cheffe, Penthésilée, vient de rentrer de négociations avec l'armée de Troie. Elle jette sa double hache à côté du feu. « Demain, nous combattons aux côtés des Troyens. Ce soir, trinquons au combat et à notre victoire. » Un murmure d'approbation retentit. La jeune Aïnia se tient debout, tremblante. Pour elle, la bataille qui se déroulera à l'aube sera sa première. Elle lève son verre de vin et s'adresse à sa maîtresse. « Ô Penthésilée, ma reine, mère des Amazones, créatrice et destructrice de vies, mon héroïne, ma bien-aimée, au clair de lune et devant mes 11 sœurs, je souhaite chanter mon amour pour toi. Il y a des années, j'ai appris ce que signifie être une Amazone. Tu m'as créée à ton image : dénudée, deux bras, deux jambes, le côté gauche de mon corps pareil au côté droit, si ce n'est ce sein unique ; voilà notre apparence à nous, archers. Je vois mes propres doutes et mes propres désirs dans ton visage. Je suis reconnaissante pour le corps que tu m'as donné et pour la force et la précision avec lesquelles nous allons frapper nos adversaires. Depuis des années, je reste dans l'ombre. Demain, cela va changer : je me battrai à tes côtés. Je veux esquisser mon avenir sur le champ de bataille que tu as choisi. Je baise la tête avec humilité, comme un de tes douze serviteurs. Je n'ai aucun regret. À la veille du combat, je sens que mon sort est lié au tien. Demain, le sang rouge comme l'aurore sera versé ; la chair sera tendre et les os seront durs comme de la pierre. Tout ce que je demande, c'est que tu me tiennes la main lorsque la flèche me transpercera et que la vie fuira mon corps, jusqu'à ce que Perséphone vienne me chercher. Ô Penthésilée, tu es plus grande que la vie elle-même et pourtant mon cœur t'appartient. Pour toi, je porte avec fierté le titre d'Amazone, mon unique sein est le symbole de ce que nous allons transmettre aux femmes qui nous succéderont.

Je bois à notre santé et au récit de cette guerre qui sera raconté des années après notre existence. »

Douze femmes et leur cheffe arrivent. La lueur de la lune tombe sur les 13 têtes qui se touchent. Même le sort ne peut briser leur lien.

De maan en 13 vrouwen met één borst

De Trojaans vlaktes lijken verlaten. De gevechten die al jaren een hoge tol eisen van de legers aan beide zijden van het strijdtoneel, liggen even stil. Verscholen tussen het struikgewas hebben twaalf Amazones een kampvuur gemaakt. Hun leidster, Penthesilea, is net terug van onderhandelingen met het Trojaanse leger. Ze gooit haar dubbele bijl naast het vuur. 'Zo, morgen vechten we aan de zijde van de Trojanen. Laat ons vanavond klinken op eerlijke strijd en overwinning.' Instemmend gemompel weerklinkt. De jonge Aïnia staat bevend recht. Voor haar is de strijd bij dageraad haar eerste. Ze heft haar beker wijn en spreekt haar meesteres toe. "O Penthesilea, mijn koningin, moeder der Amazones, geefster en neemster van leven, mijn heldin, mijn edele geliefde, In het licht van onze Maanmoeder en in het aanschijns van mijn 11 zussen, wil ik mijn liefde voor jou bezingen. Jaren geleden mocht ik leren wat het is om Amazone te zijn. Je hebt mij geschapen naar jouw evenbeeld. Twee armen, twee benen, naakt, links en rechts gelijk op die ene borst na, zoals wij, boogschutters, allen zijn. In jouw aangezicht zie ik mijn twijfels en mijn verlangens. Dankbaar ben ik voor het lichaam dat jij me hebt gegeven, en voor de kracht en de precisie waarmee wij morgen onze tegenstanders zullen raken. Al jaren zit ik opgesloten in de loopgraven van het leven. Daar komt morgen verandering in. Ik wil mijn toekomst verzilveren op het slagveld dat jij uitkoos. Nederig buig ik mijn hoofd, als één van je twaalf trouwe dienaressen. Ik heb geen spijt in mijn hart. Aan de vooravond van deze queeste voel ik dat mijn lot met het jouwe vervlochten is. Morgen is het bloed echt en rood als het ochtendgloren, is het vlees zacht doorkliefbaar en zijn de botten hard als steen. Al wat ik vraag is dat je mijn hand vasthoudt, als de pijn me raakt en het leven uit me glijdt, tot Persephone me komt halen. O Penthesilea, je bent groter dan het leven zelf en toch pas je in mijn hart. Voor jou draag ik met trots de titel Amazone, mijn ene borst staat symbool voor wat wij zullen doorgeven aan de vrouwen die na ons komen. Ik drink op ons en op de verhalen die later over deze oorlog zullen worden verteld."

Twaalf vrouwen en hun leidster klinken. Het schijnsel van de maan valt op de 13 bekert wijn die elkaar raken. Zelfs het lot kan hun verbondenheid niet breken.



Vincent Baudoux

On dit que le premier regard d'un homme vers une femme porte sur sa poitrine. Conscientes de la chose, bien des femmes en jouent, mettant en avant – plus ou moins indiscreètement – leurs arguments, que l'on nomme aussi parfois leurs charmes. Le langage populaire et l'argot ne s'y trompent pas, qualifiant ces objets du désir des mots les plus tendres comme les collines de l'amour ou les jumeaux frémissants; ou des mots qui renvoient à la chaleur et la tendresse du nid comme nibards, ou nichons avant que cette dernière acception dérive en vulgarité. La poésie le cède parfois à la technique, on les nomme alors têtes, ou Roberts. Ce dernier mot trouverait son origine en hommage à Edouard Robert, l'inventeur du biberon, ou de manière moins romanesque à Robert d'Arbrissel, le fondateur de l'Ordre de Fontevraud, adepte du syneisaktisme, forme d'ascèse qui consiste à établir une relation très proche mais absolument chaste avec une personne de l'autre sexe afin de surmonter ses tentations charnelles par la mortification. Loin de ces soucis physiques et métaphysiques, il y a les contemporains et triviaux pare-chocs, airbags, ou obus, gants de toilette, miches, flotteurs, planches à repasser, gyrophares, melons de toutes saisons, et d'autres encore. Entre ces extrêmes, on trouve les lolos, les gougouttes, les loches, les roploplos, les appas bien nommés comme le savent les enseignants face à l'étudiante décidée à en tirer avantage. Quoi qu'il en soit, la femme douée sur ce plan est réputée avoir de la conversation, une belle avant-scène ou du monde au balcon. Cette variété de mots et d'expressions témoigne de l'imagination que déclenche la poitrine des femmes (platement destinée à nourrir les petits affirment certains), au singulier alors que la paire se présente en duo, en couple, en tandem. Un des plus beaux hommages que nous puissions leur rendre est de savourer le champagne en leur intimité, puisque l'on raconte que la première coupe aurait été moulée à partir du sein de la

marquise de Pompadour, maîtresse du roi. Trinquons à elle, à eux, sans plus cacher ces seins que l'on souhaite tant voir.

Men zegt dat een man altijd eerst naar de borsten van een vrouw kijkt. Vrouwen weten dat, spelen hierop in en gooien – meer of minder discreet – hun troeven of charmes in de strijd. In de volksmond of het jargon worden die lustsymbolen omschreven met de meest lieve woorden zoals liefdesballonnen of genotshevels of met woorden die warmte en zachtheid illustreren zoals kussentjes of pretpakketjes alvorens die laatste term een vulgaire bijklank kreeg. De techniek haalt het soms van de poëzie. Borsten krijgen dan de benaming mamma of Roberts. Die laatste naam zou ontstaan zijn als eerbetoon aan Edouard Robert, de uitvinder van de zuigfles, of in een minder romantische opvatting, als eerbetoon aan Robert d'Arbrissel, de stichter van de Orde van Fontevraud, aanhangers van het syneisaktisme, een ascetische opvatting die erin bestaat om een zeer hechte maar kuise relatie uit te bouwen met een persoon van het andere geslacht om op die manier de lichamelijke verlangens volledig uit te schakelen. Ver weg van die fysische en metafysische perspectieven zijn er de hedendaagse en triviale woorden als bumpers, airbags, kanonnen, handwarmers, meisjes, bloemkolen, strijkplank, koplampen, meloenen, en tal van andere omschrijvingen. Ongetwijfeld hebt u ook al gehoord van memmen, lebberaars, lufters of uiers. Allemaal namen voor de troeven die sommige studentes weleens durven uit te spelen. Wat er ook van is, een vrouw die rijkelijk bedeed is door moeder natuur heeft altijd een streepje voor en trekt steeds de aandacht. Die verscheidenheid aan woorden en uitdrukkingen laat zien hoe een vrouwenborst tot de verbeelding spreekt (hoewel ze voor sommigen louter dient om kinderen te voeden). Samen worden ze vaak omschreven als duo, koppel of tandem. Een van de mooiste eerbetonen die we kunnen geven, is het drinken van een glas champagne in hun gezelschap. De legende wil immers dat de eerste champagnecoupe gevormd werd naar de borst van Madame de Pompadour, de maîtresse van de koning. Laten we op haar, op hen, proosten zonder die borsten nog te verbergen die we eigenlijk zo graag willen zien.

Finding a cure for breast cancer is one of the biggest challenges faced by researchers from around the world.

Significant progress has been made to improve both the chances of survival and the quality of life of women affected by the disease. However, breast cancer remains the second most common cancer in the world and is still responsible for too many deaths annually.

By bringing together the top breast cancer experts from around the world to conduct innovative research, BIG has the global reach and expertise required to find a cure. We need to support such critical research to give hope to women affected by this devastating disease, and their families."

Mathilde de Belgique
Mathilde van Belgie



Roundtable on Developing a Research Program for Metastatic Breast Cancer,
hosted by HRH Princess Mathilde at the Royal Palace in Brussels, on February 27, 2013.

(from left to right, front to back)

Robin Carney (BIG fundraising), Mrs Guariglia (Italy), Martine Lang (France),
Prof. Martine Piccart (BIG Chair & Co-Founder), HM the Queen of Belgium (Honorary President),
Prof. Angelo Di Leo (Italy – BIG Board), Mr and Mrs Barrie Webb (UK), Princess of Chimay (Belgium),
Ségolène Gailienne (Belgium), Jessica Parser (President of the BIG Ambassadors' Committee),
Serge Schmitz (BIG Fundraising Manager).

**Today's donations support
tomorrow's trials and
future cures.**



BIG against breast cancer forme le plus grand réseau mondial de recherche de meilleurs traitements contre le cancer du sein. La collaboration internationale est cruciale pour réaliser des progrès significatifs dans la recherche sur le cancer du sein, éviter les doublons, partager les données, contribuer au développement plus rapide de meilleurs traitements et ainsi améliorer les chances de guérison. C'est pourquoi BIG facilite la recherche sur le cancer du sein au niveau international en stimulant la coopération entre académiques et en collaborant en toute indépendance avec l'industrie pharmaceutique. Fondée en 1999, BIG constitue aujourd'hui un réseau de 56 groupes coopératifs provenant d'Europe, du Canada, d'Amérique latine,

d'Asie et d'Australasie, attachés à plus de 3000 hôpitaux et de centres de recherche spécialisés. BIG travaille aussi en étroite collaboration avec l'Institut National du Cancer américain et les groupes de recherche nord-américains du cancer du sein. Ensemble, ils représentent une force d'intégration puissante dans le domaine de la recherche sur le cancer du sein. Actuellement, le réseau BIG chapeaute plus de 30 études cliniques en cours ou en voie de développement.

BIG against breast cancer vormt het grootste internationaal netwerk van academische onderzoeksgroepen die zich specifiek op borstkanker richten.

Wereldwijde samenwerking is cruciaal om borstkankeronderzoek sneller te laten vorderen, te voorkomen dat inspanningen onnodig herhaald worden, gegevens te delen, en bij te dragen aan een snellere ontwikkeling van betere behandelingen om de kans op genezing te verhogen. Door samenwerking tussen academische netwerken te stimuleren en door in alle onafhankelijkheid samen te werken met de farmaceutische industrie, bevordert BIG borstkankeronderzoek op internationaal niveau.

BIG werd in 1999 opgericht in Brussel en is uitgegroeid tot een netwerk van 56 onderzoeksgroepen uit Europa, Canada, Zuid-Amerika, Azië en Australazië. Deze entiteiten zijn verbonden aan meer dan 3000 gespecialiseerde ziekenhuizen en onderzoekscentra over de hele wereld. Momenteel zijn er meer dan 30 klinische onderzoeken die onder de koepel van BIG worden uitgevoerd of opgezet. BIG werkt nauw samen met het National Cancer Institute (NCI) en de North American Breast Cancer Groups (NABCG), zodat ze samen een sterke integrerende kracht uitmaken op gebied van borstkankeronderzoek.

Today's donations
support tomorrow's trials and future cures
www.BIGagainstbreastcancer.org

Info prévention

Collaboration avec les représentants des patients

EUROPA DONNA est une association indépendante à but non lucratif. Ses membres sont des groupes affiliés de différents pays à travers l'Europe. Cette organisation fondée en 1994 est parvenue à rassembler 46 pays sur le continent européen. L'association souhaite sensibiliser la population à la problématique du cancer du sein. En outre, elle tente de mobiliser les femmes européennes afin d'informer la population, de dépister cette maladie, de la traiter de manière optimale et d'accroître les financements pour la recherche. EUROPA DONNA représente les intérêts des femmes européennes en matière de cancer du sein auprès des autorités locales et nationales et des institutions de l'Union européenne.

Où s'adresser en Belgique

Information dédiée à celles qui n'ont pas encore décidé vers quel groupe médical elles allaient se diriger et notamment en fonction de leur situation géographique.

En cancérologie, les meilleurs résultats - c'est-à-dire les plus hauts taux de guérison mais aussi la préservation optimale de la qualité de vie des patients - sont obtenus dans des filières associant pluridisciplinarité, spécialisation et recherche.

Ceci suppose de très hauts niveaux qualitatifs à chaque maillon de la « chaîne », du dépistage aux traitements, sans oublier toutes les disciplines « annexes » comme l'imagerie médicale, le laboratoire d'analyse, l'accompagnement psychologique, les soins infirmiers, la kiné, etc. Cette qualité, dans ses volets techniques, nécessite une pratique soutenue, autrement dit un nombre suffisant de patients. Dans ses aspects humains également, une prise en charge digne de ce nom suppose un travail d'équipe associant compétence, expérience et disponibilité. Sur base des recommandations scientifiques, le Parlement Européen a adopté en juin 2003 une résolution demandant aux états membres, d'organiser et de reconnaître des cliniques du sein répondant à des critères qualitatifs précis.

Unités de mammographie agréées en Belgique

A Bruxelles

www.brumammo.be/documents/cest-ou.xml?lang=fr

En Wallonie

www.ccref.org/unites/

En Flandre

www.borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/overzichtmammografische-eenheden

Autres sources d'information

www.cancer.be

www.europadonna.be

Collaboration en matière de recherche avec les États-Unis

Le groupe nord-américain sur le cancer du sein (North American Breast Cancer Group ; NABCG) - un réseau d'importants groupes de recherche américains et canadiens aidés par l'Institut National du Cancer américain (US National Cancer Institute ; NCI) - est l'un des partenaires du BIG. Ensembles, le BIG et le NABCG tentent d'améliorer les soins et les remèdes des patientes atteintes du cancer du sein via la collaboration internationale.

Partenaires Pharma

Afin de tester de nouveaux traitements, le BIG travaille en étroite collaboration avec l'industrie pharmaceutique, tout en gardant son indépendance. Les études du BIG appliquent un code de principes spécifiques pour la conduite de la recherche afin de maintenir l'indépendance scientifique et de sauvegarder les intérêts des patientes.

Info preventie

Samenwerken met patiëntenbelangengroepen

EUROPA DONNA is een onafhankelijke non-profitorganisatie waarvan de leden aangesloten groepen uit heel Europa zijn. De organisatie werd opgericht in 1994 en heeft momenteel 46 fora (nationale landenorganisaties) over heel Europa. De partners werken samen om het bewustzijn rond borstkanker te vergroten en hun steun te bieden aan Europese vrouwen die ijveren voor een betere opleiding rond borstkanker, efficiënte screening, optimale behandeling en meer financiële middelen om onderzoek te voeren. EUROPA DONNA vertegenwoordigt de belangen van Europese vrouwen met betrekking tot borstkanker ten aanzien van lokale en nationale overheden maar ook de instellingen van de Europese Unie.

Waar kan ik in België terecht

Informatie bestemd voor vrouwen die nog niet beslist hebben tot welke medische groep ze zich zullen wenden, vooral in functie van hun geografische ligging.

In de oncologie worden de beste resultaten – zijnde het hoogste genezingspercentage maar ook de best mogelijke levenskwaliteit van de patiënten – behaald in instellingen die multidisciplinariteit, specialisatie en onderzoek combineren. Hieruit volgt dat de kwaliteit in elke schakel van de ketting bijzonder hoog moet zijn, van de screening tot de behandelingen, zonder alle 'bijkomende' elementen als medische beeldvorming, laboratoriumanalyses, psychologische begeleiding, verpleging, kinesitherapie, ... over het hoofd te zien. Die werkwijze, gezien haar technische aspecten, vereist dan ook een onderbouwde aanpak, met andere woorden een voldoende aantal patiënten. Om een menselijke manier van werken na te streven is het bovendien noodzakelijk om samen te werken als een team dat bekwaamheid, ervaring en beschikbaarheid combineert. Op basis van wetenschappelijke aanbevelingen heeft het Europees Parlement in juni 2003 een resolutie aangenomen die aan haar lidstaten vraagt om borstklinieken met specifieke kwaliteitsvereisten op te starten en te erkennen.

Erkende mammografische eenheden in België

In Brussel

www.brumammo.be/documents/cest-ou.xml?lang=nl

in Wallonië

www.ccref.org/unites

In Vlaanderen

www.borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/overzicht-mammografische-eenheden

Andere informatiebronnen

www.kanker.be

www.europadonna.be

Onderzoekssamenwerking met de VS

De Noord-Amerikaanse borstkankergroep (NABCG) – een netwerk van toonaangevende, Amerikaanse en Canadese onderzoeksgroepen ondersteund door het Amerikaanse nationale kankerinstituut (NCI) – is een van BIG's partners. Samen streven BIG en NABCG ernaar om de behandeling en verzorging van borstkankerpatiënten te verbeteren via internationale samenwerking.

Farmaceutische partners

Om nieuwe behandelingen te testen werkt BIG op onafhankelijke basis nauw samen met de farmaceutische industrie. De studies van BIG passen specifieke onderzoeksprincipes toe om de wetenschappelijke onafhankelijkheid te garanderen en de patiënt op de eerste plaats te zetten.

Historical



23.000 AV. JC, AUTRICHE.
ART PALEOLITHIQUE

Vénus de Willendorf. Déesse mère, symbole de la fécondité féminine ou tout simplement représentation de l'idéal féminin du Paléolithique supérieur? Découverte en 1908. Des restes de pigments laissent supposer qu'originellement la statuette était peinte en rouge.
Pierre calcaire, hauteur 11 cm, Musée d'histoire naturelle de Vienne.

23 000 V.C, OOSTENRIJK.
PALEOLITISCHE KUNST

Venus van Willendorf. Moedergodin, symbool van de vrouwelijke vruchtbaarheid of gewoon een afbeelding van het vrouwelijke ideaalbeeld in het Laat-paleolithicum? Ontdekt in 1908. De pigmentresten laten vermoeden dat het beeldje oorspronkelijk in een rode kleur geverfd was.
Kalksteen, hoogte 11 cm.
Natuurhistorisch museum Wenen.



2016, BELGIQUE. JEAN-GRÉGOIRE SAVAYAN
WILLENDORF

L'artiste génère l'image par la seule manipulation de l'outil numérique via sa «brique» de base, le pixel. Les logiciels se combinent, et les infimes mutations qui émergent donnent naissance à des variantes aléatoires insoupçonnées, impossibles à obtenir par tout autre moyen.

2016, BELGIË. JEAN-GRÉGOIRE SAVAYAN.
WILLENDORF

De artiest creëert het beeld enkel en alleen door een manipulatie van zijn digitale "bouwsteen", de pixel. Verschillende computersystemen worden samengevoegd en de minime veranderingen die eruit voortvloeien creëren chaotische en opvallende variaties die via andere middelen onmogelijk te verkrijgen zijn.



23.000 AV. JC, FRANCE. ART PALEOLITHIQUE

Vénus de Lespugue reconstituée. Exhumée en 1922 en Haute-Garonne. Ivoire de Mammouth, haut. 15 cm. Reconstitution d'après l'original fortement abîmé lors de sa découverte. Musée de l'homme, Paris



23 000 V.C, FRANKRIJK. PALEOLITISCHE KUNST

Venus van Lespugue gerestaureerd. Opgegraven in 1922 in Haut-Garonne. Mammoetivoor, hoogte 15 cm. Gerestaureerd volgens het origineel dat tijdens de opgraving erg beschadigd werd. Musée de l'Homme, Parijs.

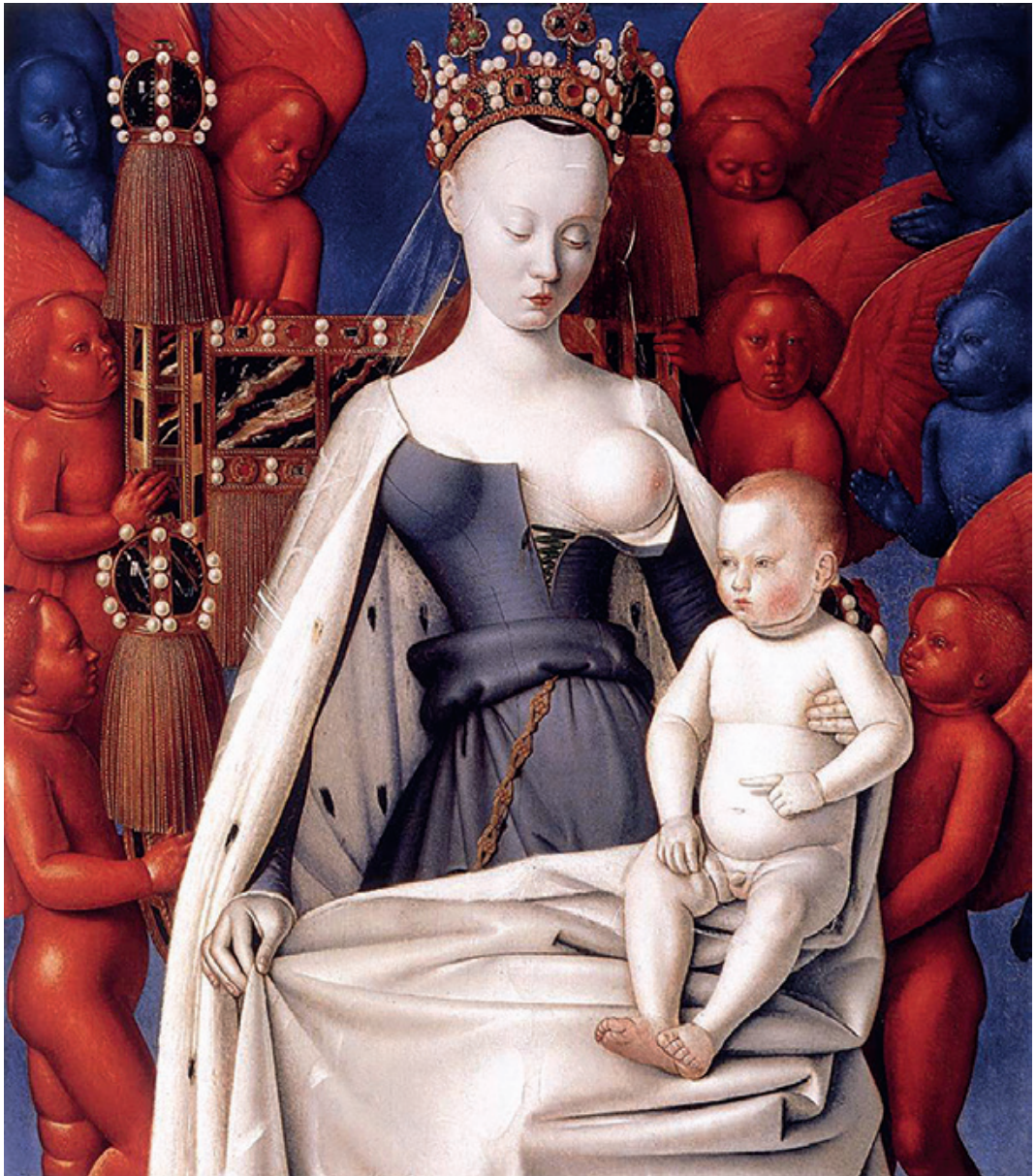


II^e SIÈCLE AC, ITALY. ARTÉMIS MULTIMAMMIA

Son sanctuaire original est le Temple d'Artémis à Éphèse, l'une des sept merveilles du monde. Artémis est une déesse «vierge», elle punit sévèrement les hommes qui tentent de la séduire : Quand Actéon, petit fils Apollon et grand chasseur la surprend par hasard dans son bain, elle le métamorphose en cerf et le fait déchiqueter par ses chiens. Marbre et Bronze, II^e siècle avant JC. Haut. 115 cm. Musée archéologique de Naples. Photo Michel Michiels

2^e EEUW N.C., ITALIË. ARTEMIS MULTIMAMMIA

Zijn oorspronkelijke heiligdom is de Tempel van Artemis in Efeze, een van de zeven wereldwonderen. Artemis is een 'maagdelijke' godin en straft de mannen die haar proberen te verleiden bijzonder zwaar. Wanneer Aktaion, kleinzoon van Apollon en een groot jager haar toevallig in haar bad verraste, veranderde ze hem in een hert en liet ze hem verscheuren door zijn eigen honden. Marmer en brons. 2^e eeuw n.C. Hoogte 115 cm. Archeologisch museum van Napels. Foto Michel Michiels.



1455, FRANCE. JEAN FOUQUET

Diptyque de Melun, La vierge à l'enfant. Les techniques les plus avancées des primitifs flamands et celles des premiers artistes de la Renaissance italienne. Certains historiens considèrent qu'il s'agit d'une vierge sur le point d'allaiter. Une théorie plus contestée voit dans la vierge le portrait d'Agnès Sorel la favorite de Charles VII. Huile sur bois, 93 x 85 cm, Anvers, Musée Royal des Beaux-Arts.

1455, FRANKRIJK. JEAN FOUQUET

Melundiptiek. Maagd met kind. De meest gevorderde technieken van de Vlaamse Primitieven en die van de eerste artiesten van de Italiaanse renaissance. Enkele historici zien in het schilderij een beeld van een maagd die de borst gaat geven. Een meer gecontesteerde theorie ziet in de maagd het portret van Agnès Sorel, de favoriete vrouw van Kare VII. Olieverf op paneel. 93 x 85 cm. Antwerpen, Koninklijk Museum voor Schone Kunsten.





1594, ECOLE DE FONTAINEBLEAU.
GABRIELLE D'ESTRÉES

Portrait présumé de Gabrielle d'Estrées au bain avec une de ses sœurs. Gabrielle (à droite) fut la favorite de Henri IV. Le geste étrange et affectueux de sa soeur, qui pince le sein de Gabrielle, est interprété comme un symbole de sa grossesse. Gabrielle est en effet enceinte d'un enfant naturel d'Henri IV. Selon cette interprétation, la couturière de l'arrière plan prépare des vêtements d'enfant. Cette œuvre remarquable est restée anonyme. Musée du Louvres, Paris.

1594, SCHOOL VAN FONTAINEBLEAU.
GABRIELLE D'ESTRÉES

Vermoedelijk portret van Gabrielle d'Estrées in bad met een van haar zussen. Gabrielle (rechts) was de favoriete vrouw van Hendrik IV. Het vreemde en liefkozende gebaar van haar zus, die in de borst van Gabrielle knijpt, wordt geïnterpreteerd als een symbool van haar zwangerschap. Gabrielle is inderdaad zwanger van een kind van Hendrik IV. Volgens die interpretatie is de kleermaakster op de achtergrond de kinderkleertjes aan het maken. De schilder van dit opmerkelijke werk is tot op vandaag onbekend. Het Louvre, Parijs.



1908, FRANCE. GEORGES CHICOTOT (1868-1921) AUTO PORTRAIT DU RADIOLOGUE

L'un des premiers essais de traitement aux rayons X et sans protection, d'une patiente atteinte d'un cancer du sein. Chicotot porte le haut-de-forme du patron. En 1914, trop âgé pour être mobilisé, il se porte volontaire pour une unité combattante. Il termine la guerre chef de bataillon et reprend ses activités médicales. Les irradiations l'emporteront 3 ans plus tard. Il fut donc parallèlement artiste-peintre, médecin et chef de bataillon. Musée de l'assistance publique, Paris.

1908, FRANKRIJK. GEORGES CHICOTOT (1868-1921) ZELFPORTRET VAN DE RADIOLOOG

Een van de eerste behandelingspogingen met röntgenstralen en zonder bescherming van een patiënte met borstkanker. Chicotot draagt de hoge hoed, kenmerkend voor een belangrijk persoon. In 1914 was hij te oud om in de oorlog te strijden. Hij meldde zich aan als vrijwilliger bij een gevechtseenheid. Aan het einde van de oorlog was hij bataljonleider en hernam hij zijn medische activiteiten. Drie jaar later ging hij zich bezighouden met bestralingen. Hij was dus zowel artiest-schilder, dokter en bataljonleider. Musée de l'Assistance Publique, Parijs.



1910, FRANCE. LOUIS BÉROUD (1852-1930).
LES JOIES DE L'INONDATION

Louis Bérour, marqué par la grande crue de 1910 (200.000 sinistrés à Paris) a peint la même année ce pastiche de Rubens : Le débarquement de Marie de Médicis à Marseille. Bérour est aussi entré dans l'histoire comme celui qui le premier a signalé le vol de La Joconde au Louvre.

1910, FRANCE. LOUIS BÉROUD (1852-1930).
LES JOIES DE L'INONDATION

Louis Bérour, getekend door de grote overstroming van Parijs uit 1910 (200 000 slachtoffers in Parijs), schilderde in hetzelfde jaar deze pastiche van Rubens' Aankomst van Maria de Medici in Marseille. Bérour is ook de geschiedenis ingegaan als de eerste persoon die de diefstal van de Mona Lisa in het Louvre ontdekte.

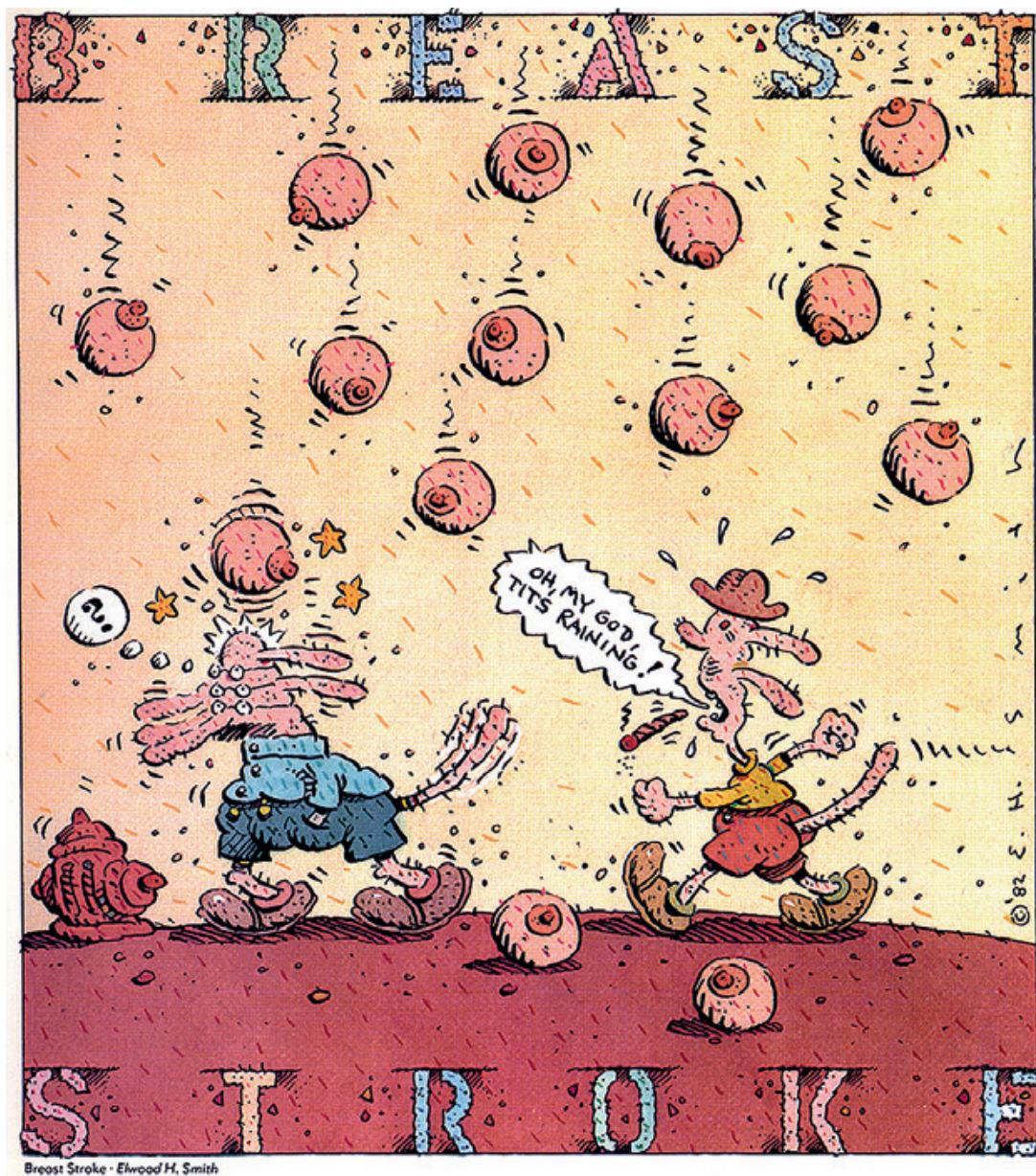


Art & Illustration





2012, UNITED KINGDOM. OLLY MOSS,
Spider-Woman



1982, USA. ELWOOD H. SMITH

Excerpt from «Sex Book», Brad Benedict, Filipacchi Ed.





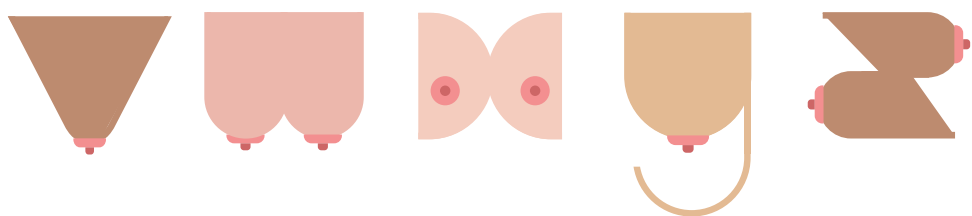
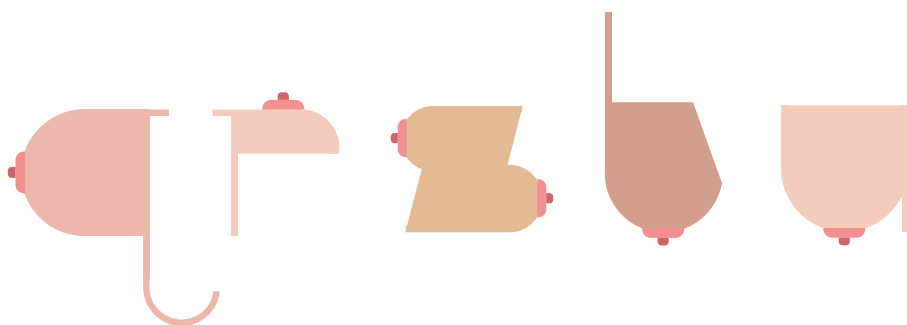
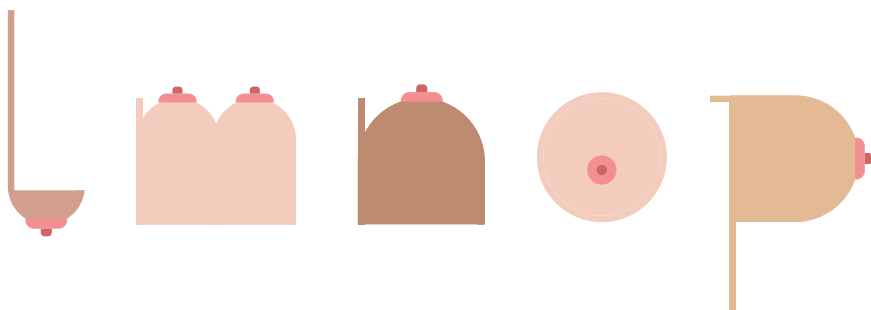
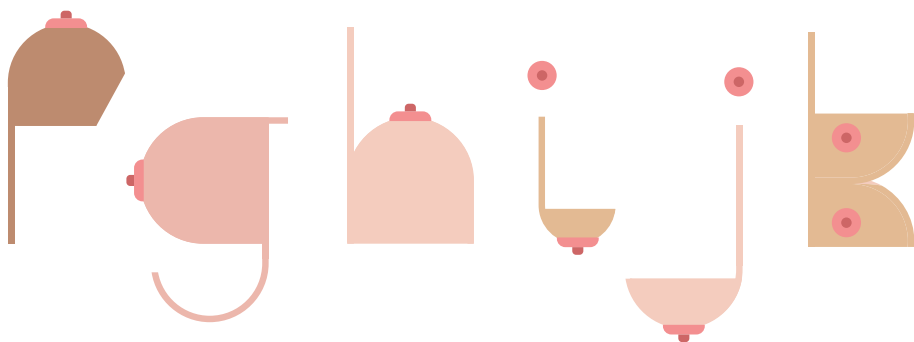
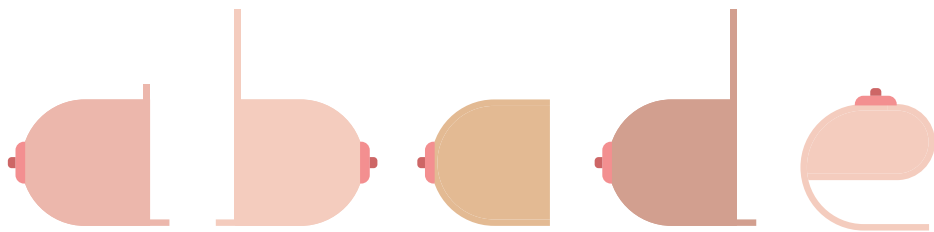
2015, USA. ISAAC NICHOLS (GROUP PARTNER)

The Brooklyn Ceramicist Behind the Insanely Popular
"Boob Pots"

Right page

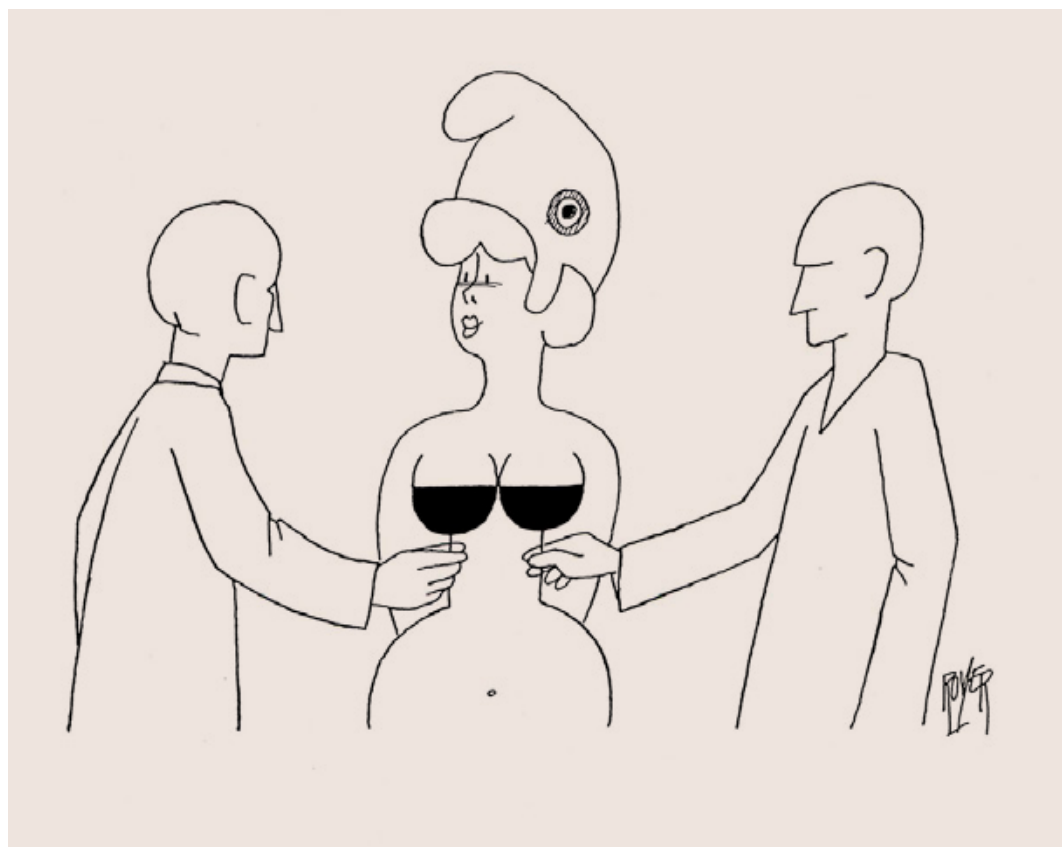
2015, USA. TERRI BETH MITCHELL

"Boob Font". For a 2-day comedy and variety show held at
Finest City Improv benefitting Making Strides Against Breast.



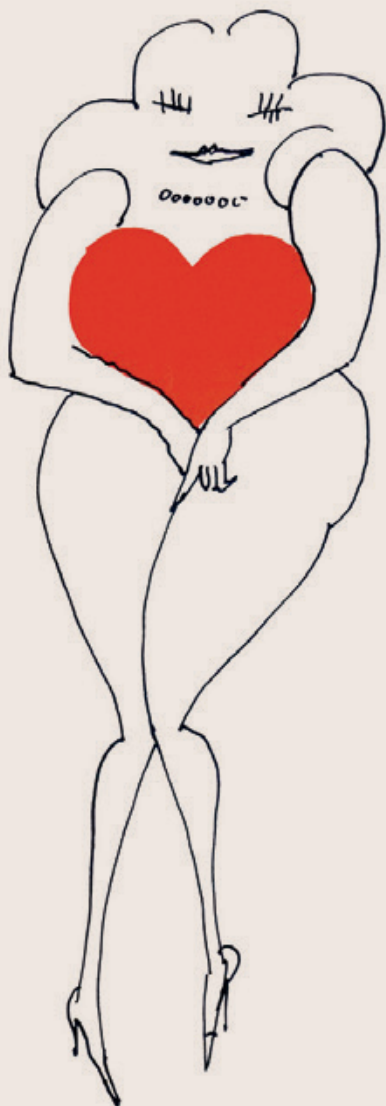
Hubou





1987, BELGIUM. ROYER

Tchin tchin Marianne.





1969, FRANCE. TOMI UNGERER

© Diogenes Verlag Zurich.



1972, UNITED STATES. WOODY ALLEN

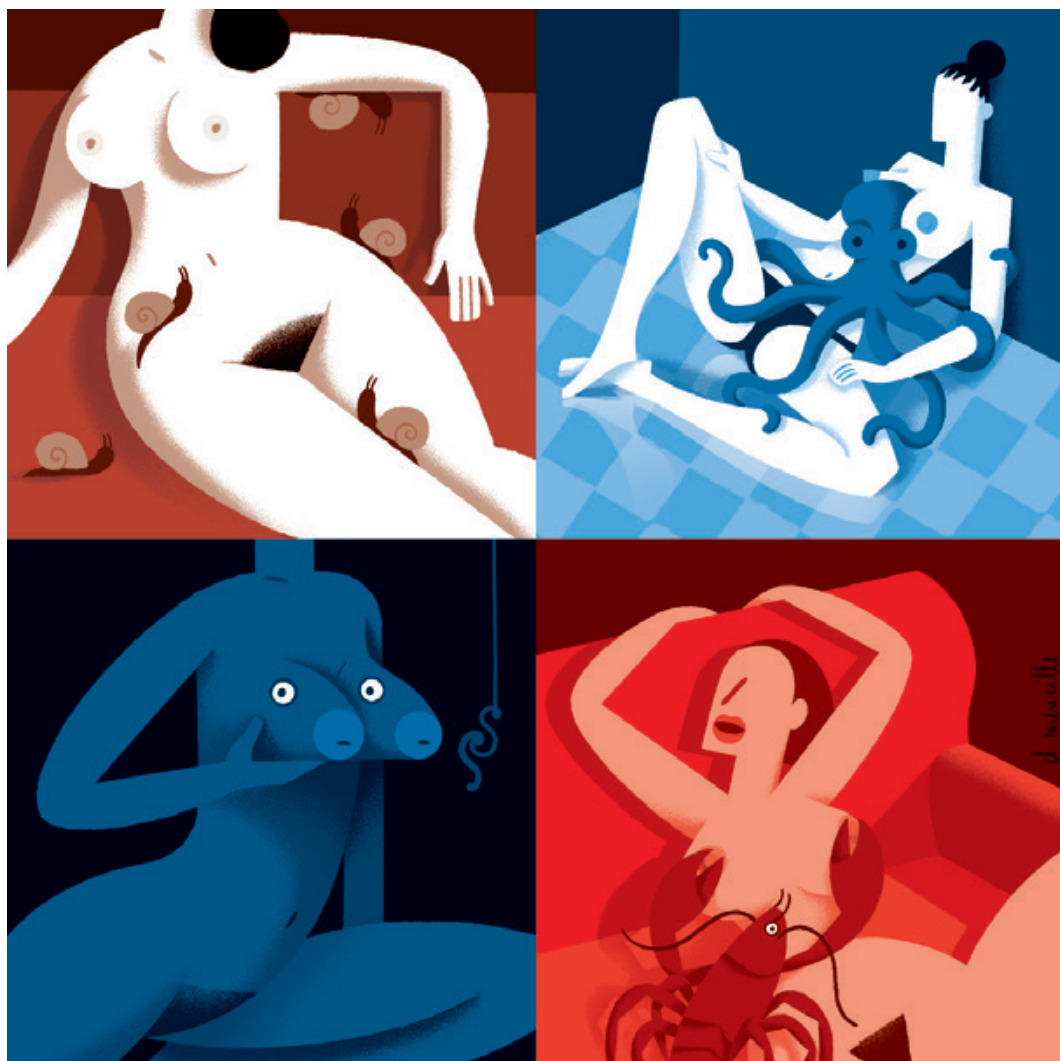
«Giant runaway Breast» from «Everything you always wanted to know about Sex». Comedy film.

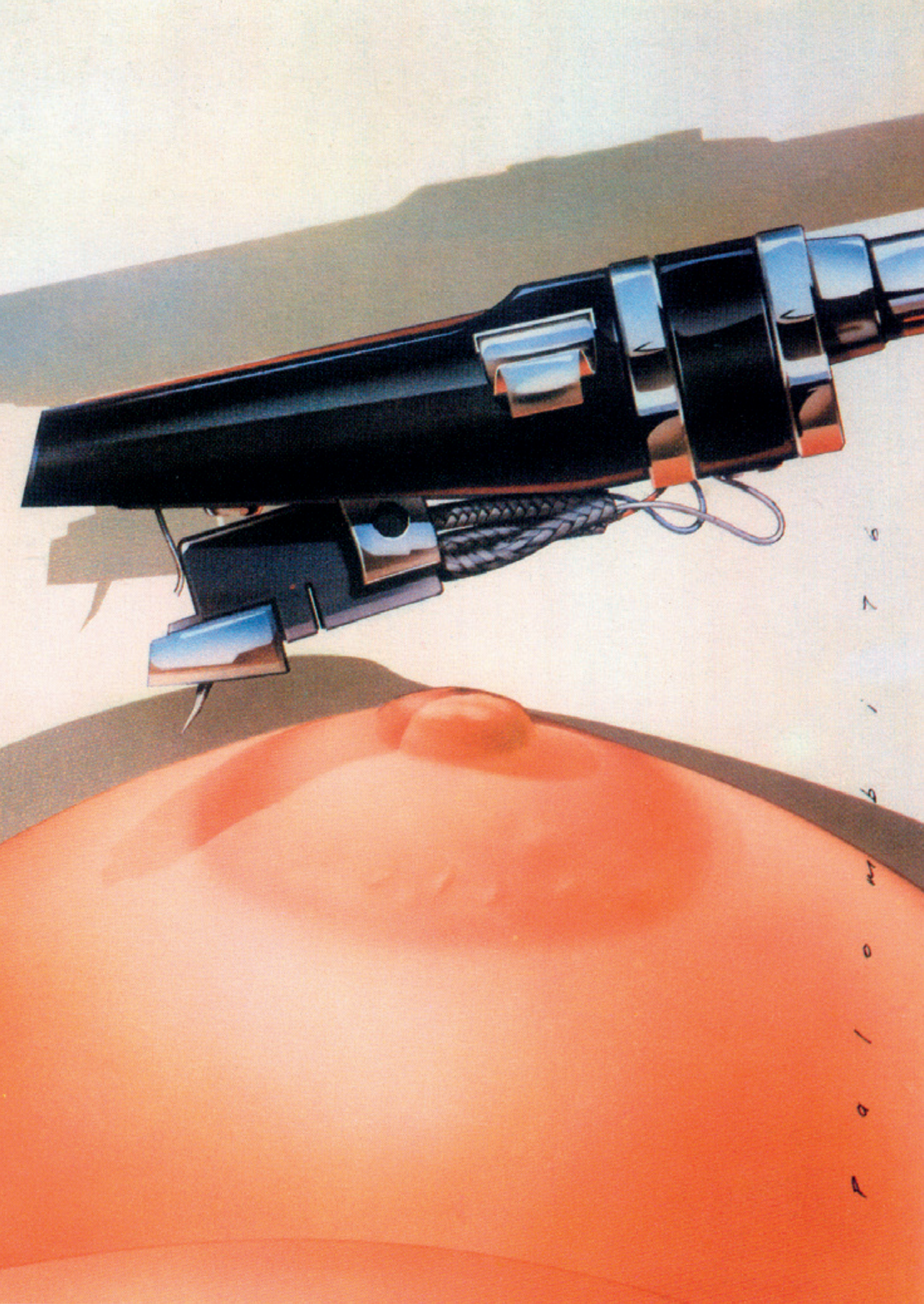


1973, FRANCE. HENRI CARTIER-BRESSON

Magnum.







P a / o m i 7 8



1957, UNITED STATES. JOE SHERE
JAYNE MANSFIELD ET SOPHIA LOREN

A Beverly Hills, lors d'une fête organisée par la Paramount. Plus de 50 ans après Sophia Loren en parle : Non, ce n'était pas du mépris dans ses yeux, mais de la peur. « Regardez l'image. Où sont mes yeux ? Je fixe ses tétons car j'ai peur qu'ils atterrissent dans mon assiette ». Les 2 sex-symbols des années 50 avaient respectivement 23 et 24 ans. C Rex Features / Sipa.

1957, UNITED STATES. JOE SHERE
JAYNE MANSFIELD EN SOPHIA LOREN

Beverly Hills, tijdens een feestje georganiseerd door Paramount. Meer dan 50 jaar later praat Sophia Loren over de foto: "Neen, het was geen minachtig in mijn ogen maar angst. Kijk naar de foto. Waar zijn mijn ogen? Ik focus me op haar borsten omdat ik bang ben dat ze in mijn bord zullen belanden." De twee sekssymbolen van de jaren 50 waren respectievelijk 23 en 24 jaar oud. C Rex Features / Sipa.

Left page

1980, UNITED STATES. PETER PALOMBI

Excerpt from «Sex Book», Brad Benedict, Filipacchi Ed.



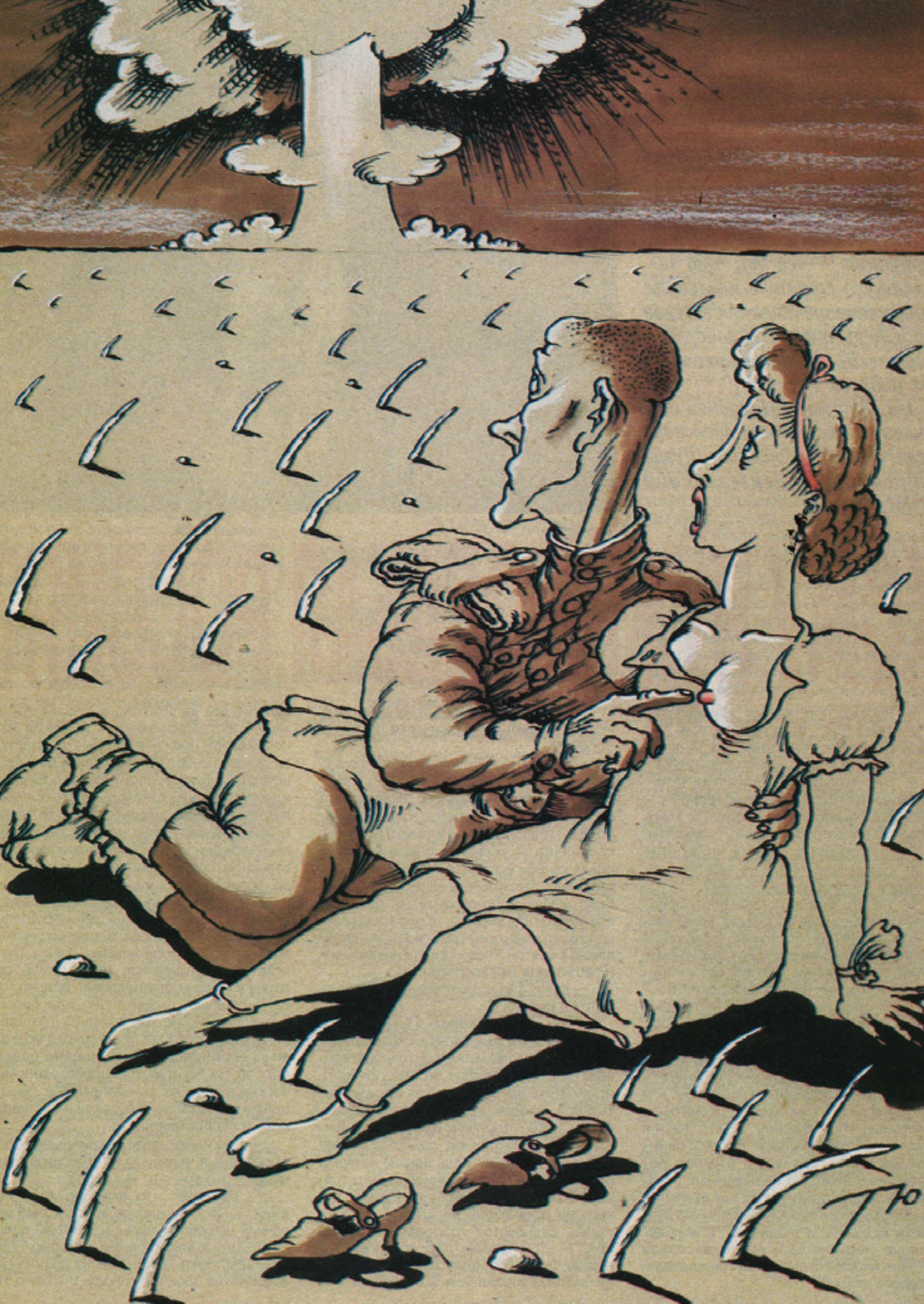
1987, RUSSIA. VICTOR BOGORAD

Published in his book *Nuances*, Brod Publishing 1994

Right page

1994, RUSSIA. SERGEI TUNIN
LIBIDO

Published in «Machaon» magazine N°1 1994





1988, BELGIUM. GAL (GERARD ALSTEENS)

Paru dans Panorama dans la série De Prehistorie.
Rédac chef Karel Anthierens.

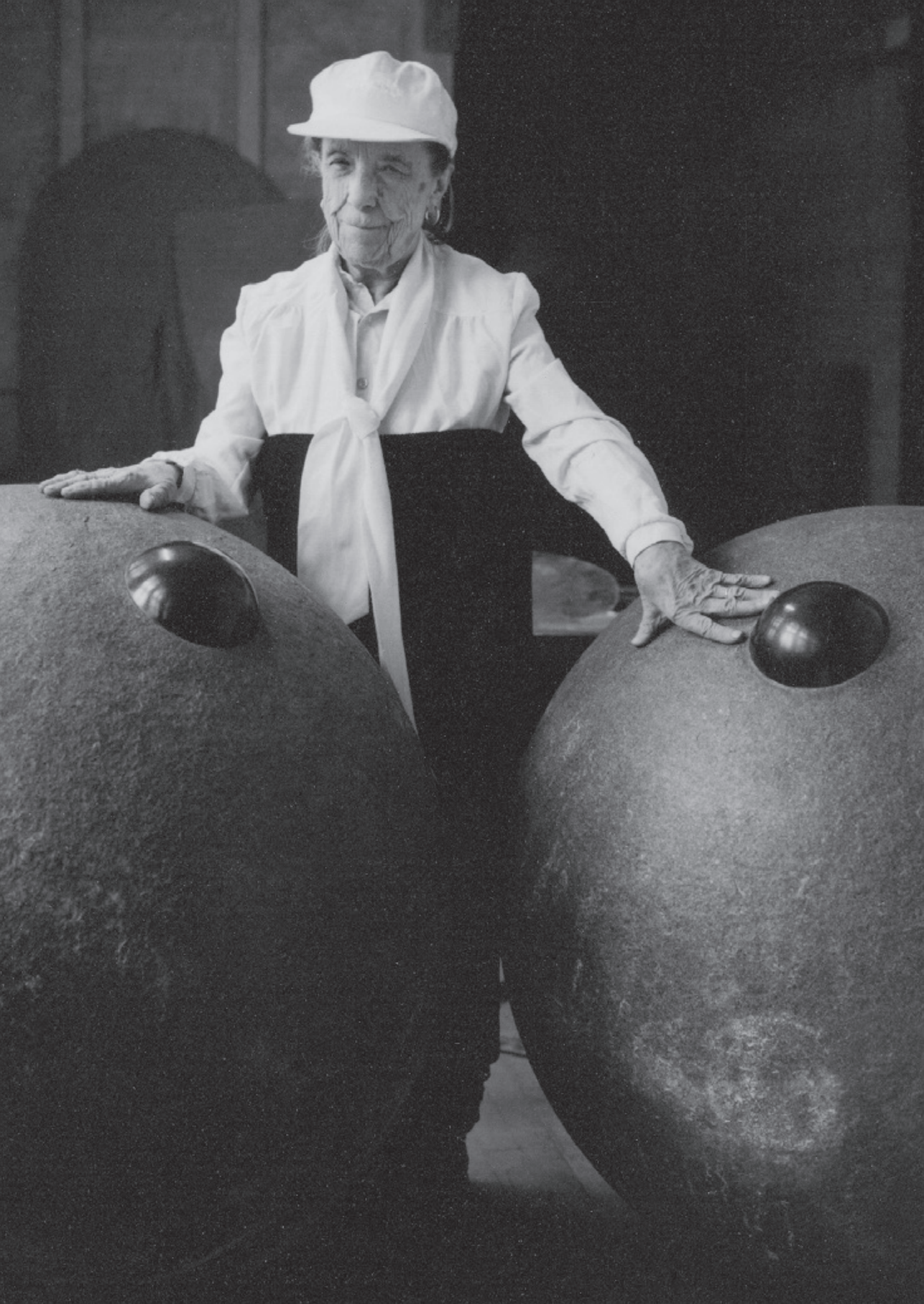
1988, BELGIUM. GAL (GERARD ALSTEENS)

Verschenen in Panorama in de reeks De Prehistorie.
Hoofdredacteur Karel Anthierens.



1997, GERMANY. MIRKO KRIZANOVIC

«Belle, Belle-filles à Carrara», Italy 1997.





Page de gauche

1995, FRANCE. LOUISE BOURGEOIS

Photographie de Jean-François Jaussaud (Brooklyn 1995).

Linkerpagina

1995, FRANKRIJK. LOUISE BOURGEOIS

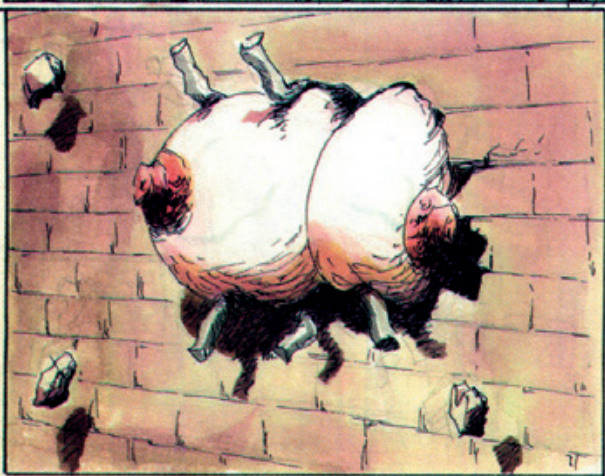
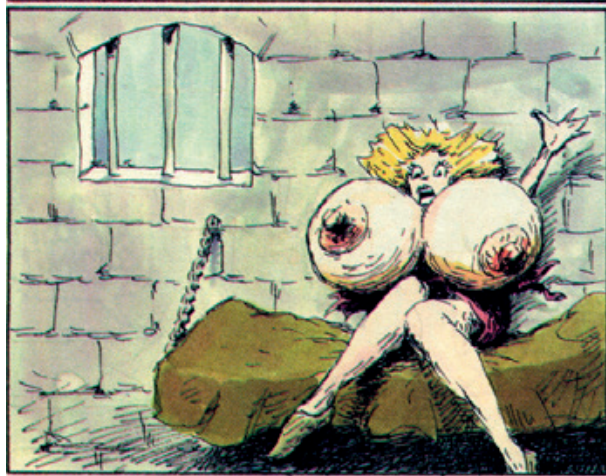
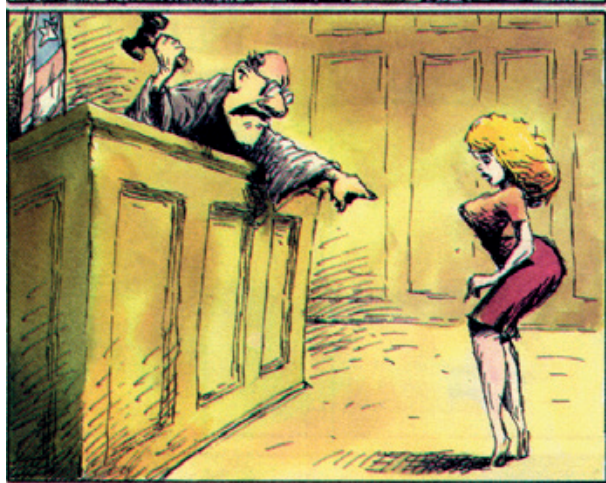
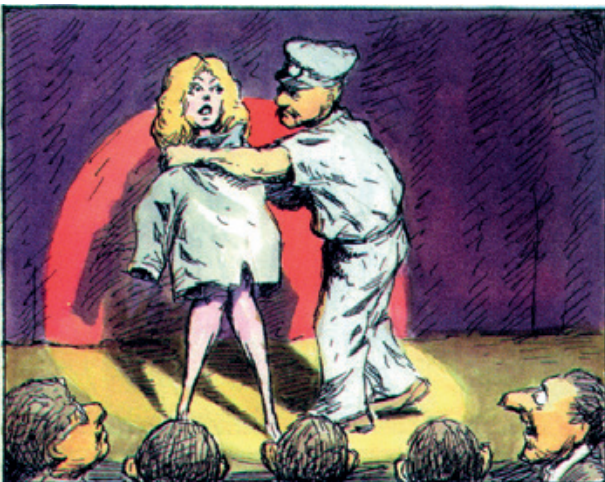
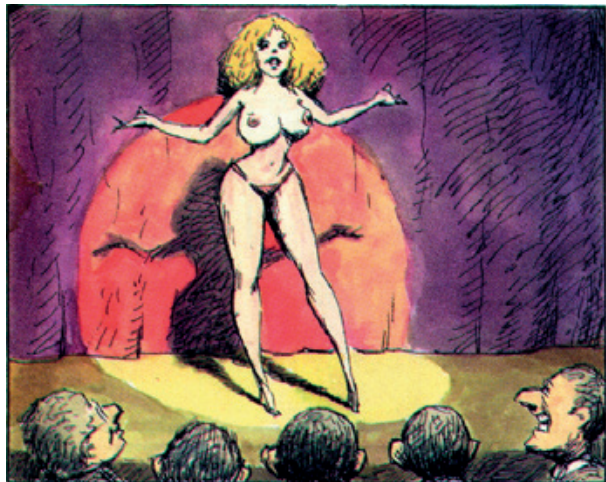
Foto van Jean-François Jaussaud (Brooklyn 1995).

2010, FRANCE - USA. LOUISE BOURGEOIS

Sculptrice Française naturalisée américaine 1911-2010. Le fil rouge de son œuvre est le phallus. Rétrospectives : Moma en 1982, Lion d'or de la Biennale de Venise en 1999. Pompidou & Tate (conjointes) en 2008. « Eyes » sculpture. Battery Park NY.

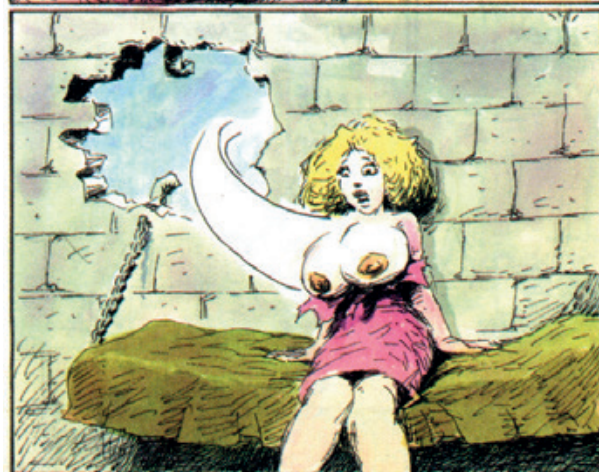
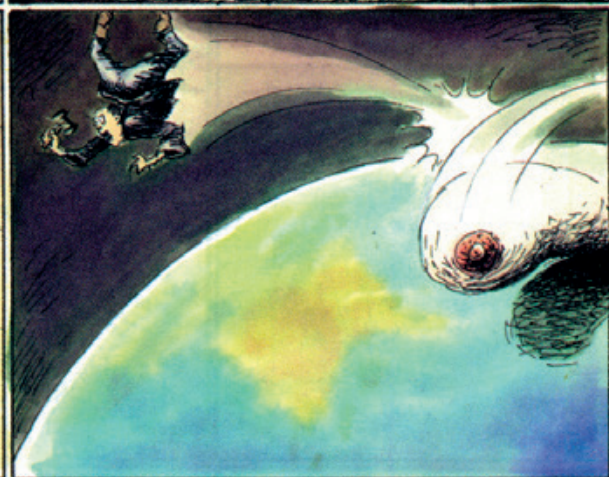
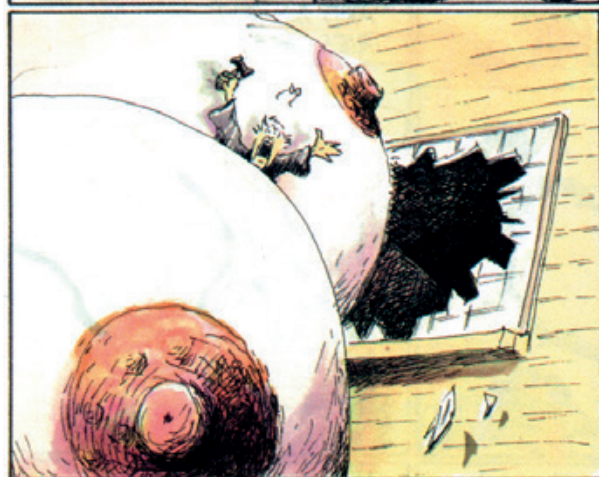
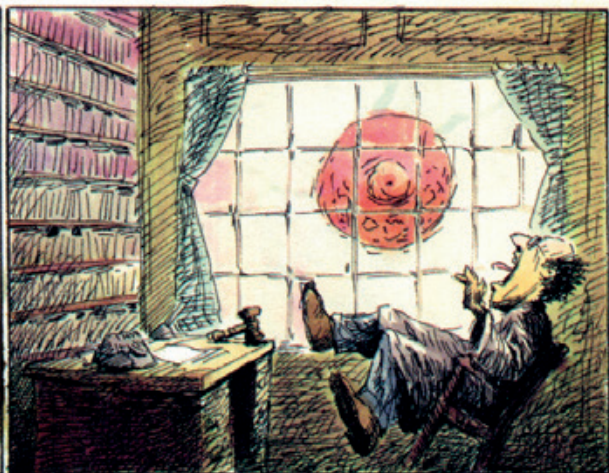
2010, FRANKRIJK - VS. LOUISE BOURGEOIS

Tot Amerikaanse genaturaliseerde Franse beeldhouwster (1911-2010). De rode draad door haar werk is het mannelijke geslachtsorgaan. Retrospectieven: Moma in 1982, Gouden Leeuw op de Biennale van Venetië in 1999, Pompidou & Tate (samenwerking) in 2008. Beeldhouwwerk 'Eyes'. Battery Park, New York.

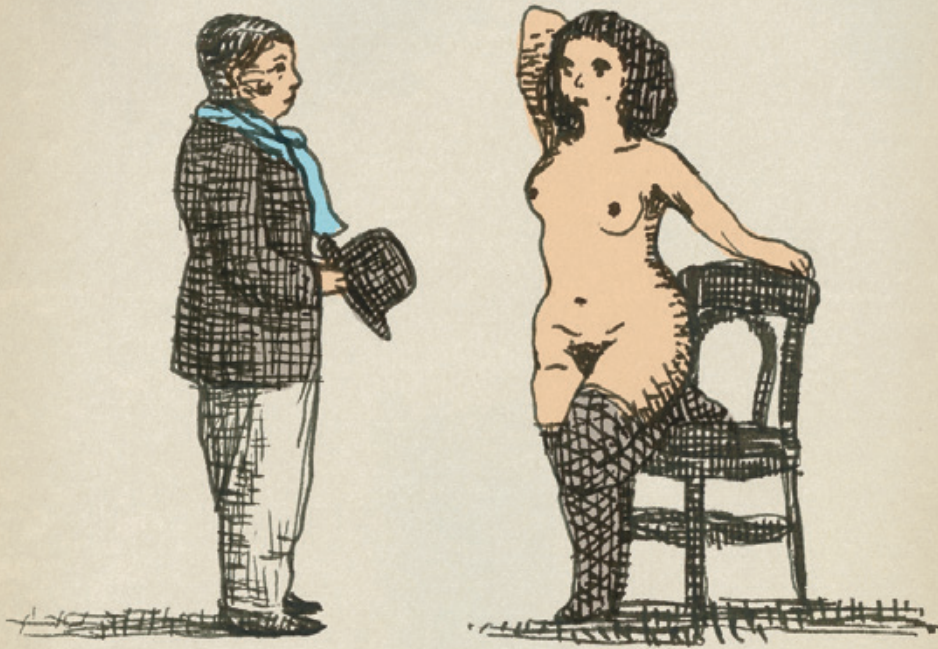


1996, UNITED STATES, BILL PLYMPTON

Excerpt from «The Sleazy Cartoons of Bill Plympton»,
Bill Plympton Publishing.







Où puis-je accrocher mon chapeau?

2000, CANADA. GERARD DUBOIS

Left page

2000, FRANCE. MARTIN JARRIE



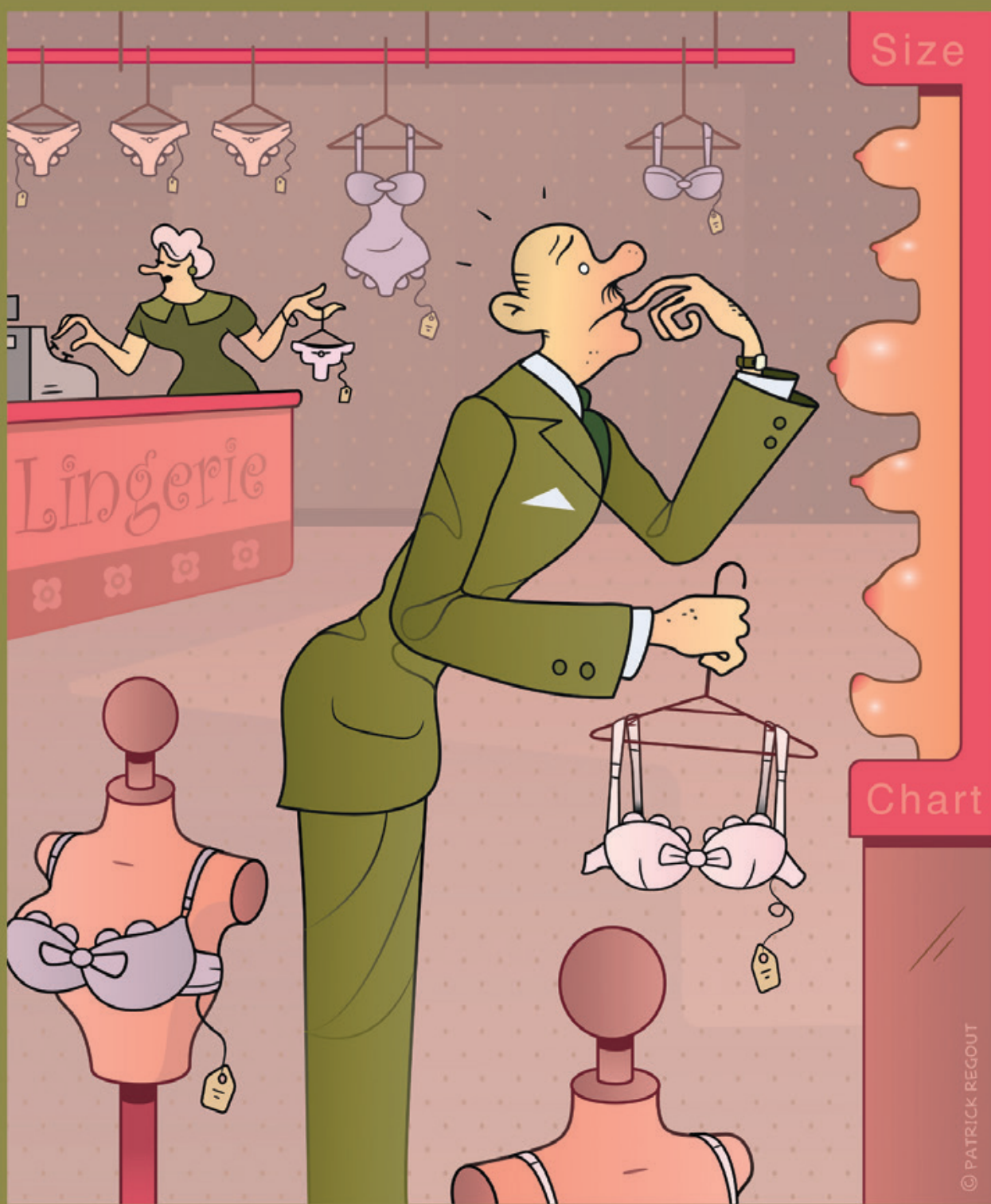
2004, TCHEQUIE. JERSY GLUSZEK

Time for the supper.



2007, POLAND. PAWEŁ KUCZYŃSKI

Loch Ness Monster.





2004, FRANCE. JACK ESPI





Left page

2010, USA. DAVID LACHAPELLE

The Boobs Room

2008, FRANCE. JOELLE MERIZEN

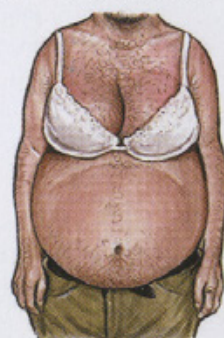
«Pourquoi les femmes mettent 3 heures dans la salle de bain.» Excerpt from «Grand Hôtel Orbis II» Orbis Pictus Club Publisher.



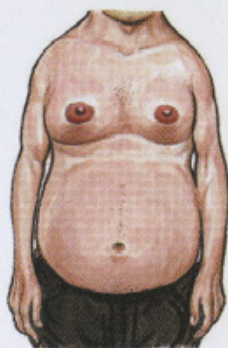
Sidewinders



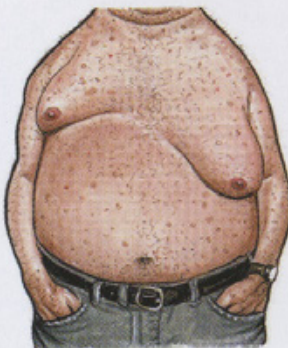
Old Man Droopers



D-Cuppers



Perkies



Lopsiders



Woolly Mammaries



Back Boobs



Cross-Eyes



Frightened Freckles

A MAD Factoid...This is the first time MAD Factoids are being printed in the margins of the magazine

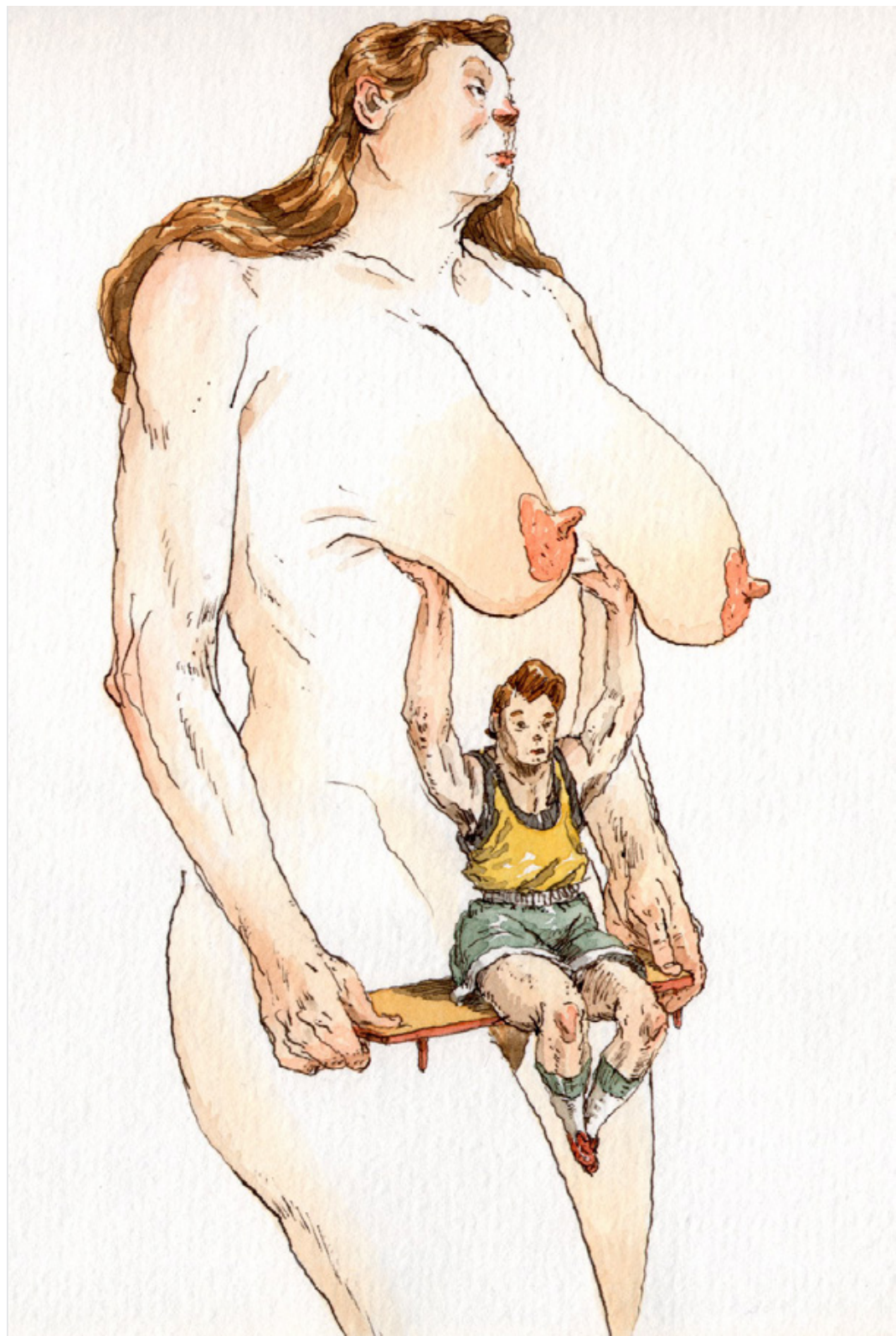
2009, UNITED STATES. DREW FRIEDMAN
MAD MAGAZINE. THE JIGGLE'S UP DEPT.

Abstract from The mad guide to man boobs. More than just
evolutionary dead ends, men's breasts have developed a wide
range of diversity. Writer: Ryan Pagelow.





2009, UNITED STATES. JOHN CUNEO





Page de gauche

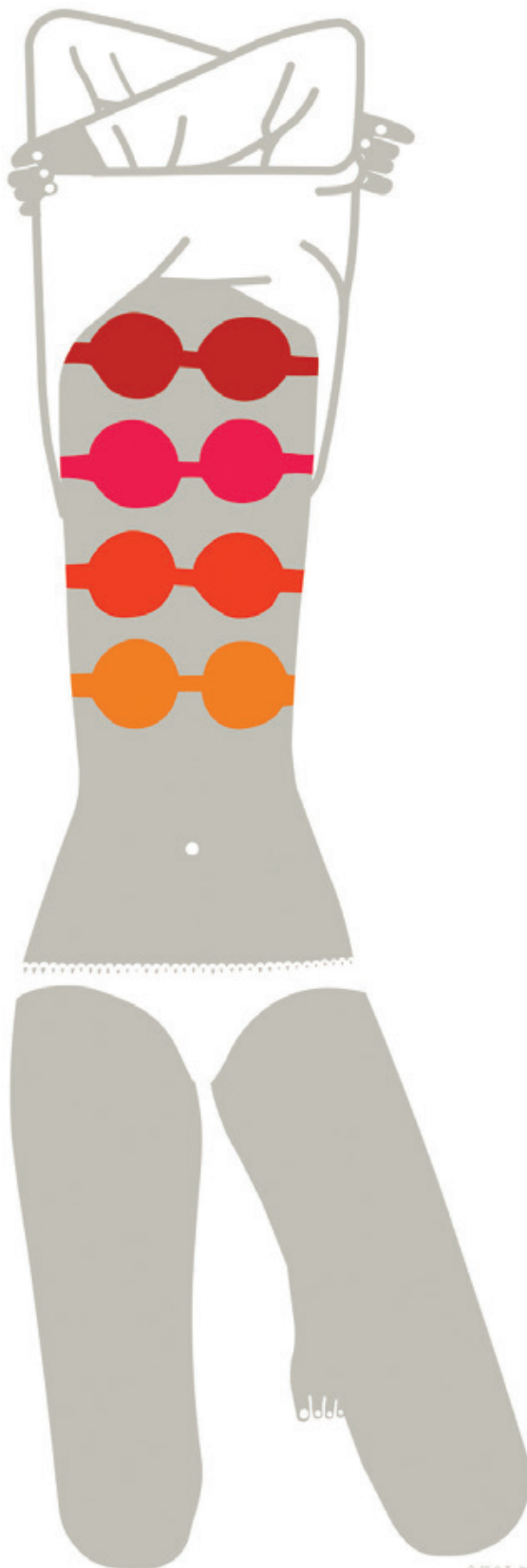
2010, JAPAN.
TAKASHI MURAKAMI

3-Meter Girl, sculpture.
Murakami est l'un des artistes japonais actuels les plus influents. Docteur de l'Université Nationale des Beaux-arts et de Musique de Tokyo en 1983. Murakami appartient à la génération néo-pop japonaise. La pratique artistique de Takashi Murakami renouvelle les liens entre l'art d'élite et la culture populaire dans l'idée que l'art appartient pleinement à l'économie.

Linkerpagina

2010, JAPAN.
TAKASHI MURAKAMI

3-Meter Girl, beeldhouwer.
Murakami is een van de meest invloedrijke Japanse artiesten van onze tijd. Hij werd in 1983 benoemd tot doctor aan de Nationale Universiteit voor Schone Kunsten en Muziek van Tokio. Murakami behoort tot de Japanse neopopgeneratie. De artistieke creaties van Takashi Murakami vernieuwen de banden tussen de elitekunst en de populaire cultuur volgens de opvatting dat de kunst volledig tot de economie behoort.







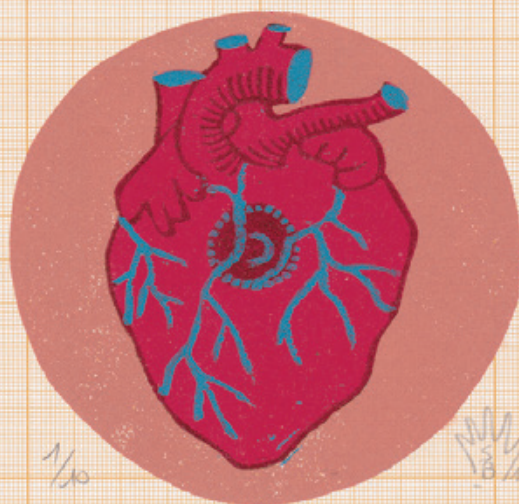
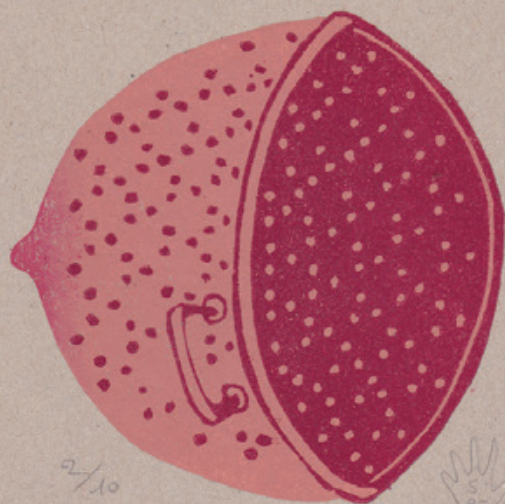
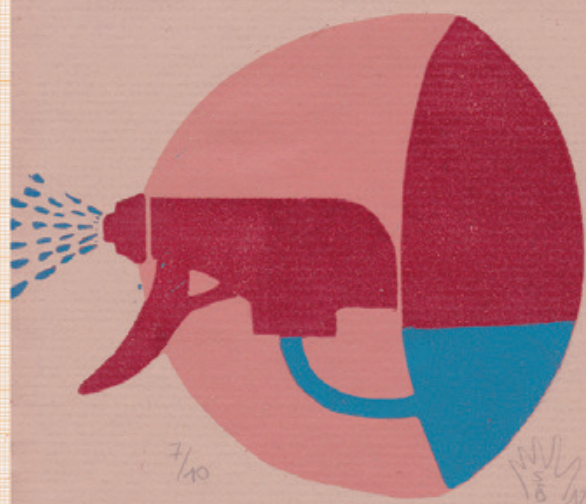
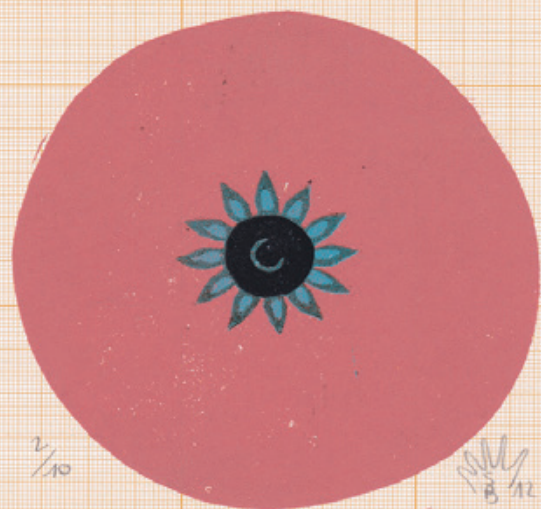
2012, RUSSIA. MARINA BYCHKOVA

A porcelain tribute to breast cancer fighters and the choices they face. In the growing awareness of Breast Cancer, a disease which appears to be the inevitable side-effect of womanhood (though males can also develop it, but a lot less frequently), this doll was my attempt at working through my own personal fear of it, and facing up to the possibility that one day I could be amongst hundreds of thousands of women who develop it. I can only hope to be brave, like so many other women.

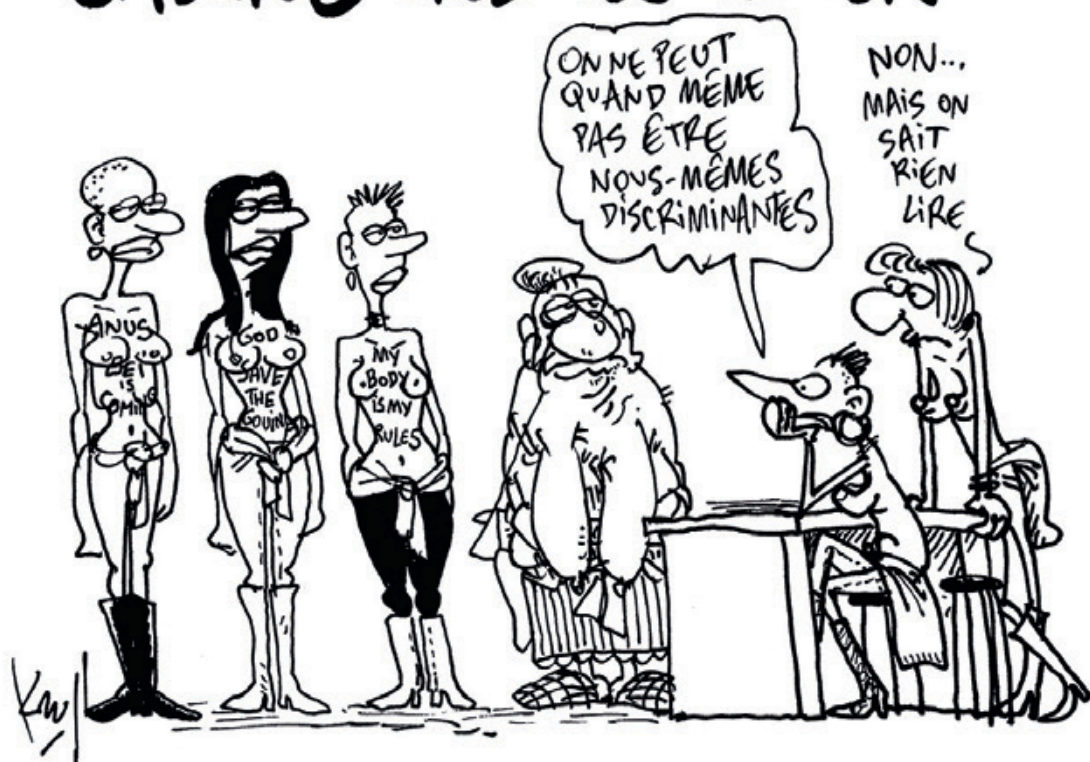


2010, UNITED STATES. JOHN KILHUFF





CASTING CHEZ LES FEMEN



71

2013, BELGIUM. PIERRE KROLL

Left page

2012, SWITZERLAND. SANDRA BAUD

«Six seins à tout faire». Linogravures à fond perdu.



72



2013, UNITED KINGDOM. SERENA KORDA
Godzilla and the Boob Meteorite (Art performance)





2016, FRANCE. ADAM.

Artwork specially created for this exhibition.



2013, FRANCE. ADAM. FINALLY TOGETHER POUR VALÈGE LINGERIE

A tous ceux faits pour être ensemble, Valège souhaite une bonne Saint Valentin. Cette campagne print & TV (3 clips de 30 sec.) qui a fait date illustre une scène de retrouvailles. Elle invite les femmes à réunir leurs seins, grâce à un soutien-gorge push up. Agences : Publicis Spain et Agence Marcel. Directeur de création : Erik Vervroegen (Belgique). Character Design & Illustration 3D : Adam. Photographe : Barnaby Coote.

2013, FRANCE. ADAM. FINALLY TOGETHER VOOR VALÈGE LINGERIE.

Valège wenst een leuke Valentijnsdag aan elk koppeltje dat gemaakt is om bij elkaar te horen. Deze opmerkelijke campagne op tv en papier (3 clips van 30 sec) draait rond het thema weerzien. Ze nodigt vrouwen uit om hun borsten te verenigen met behulp van een push-upbeha. Agentschappen: Publicis Spain en Agence Marcel. Creatief directeur: Erik Vervroegen (België). Personageontwerp & 3D-design: Adam. Foto: Barnaby Coote.

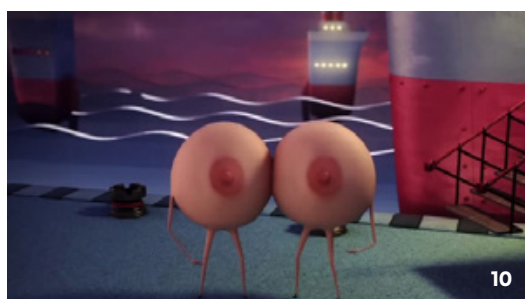
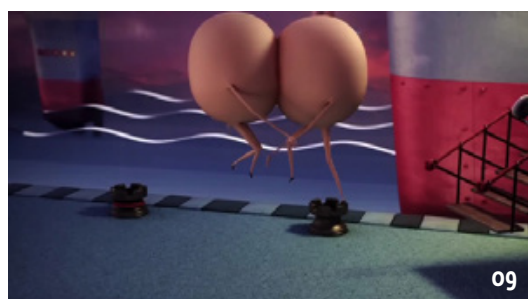
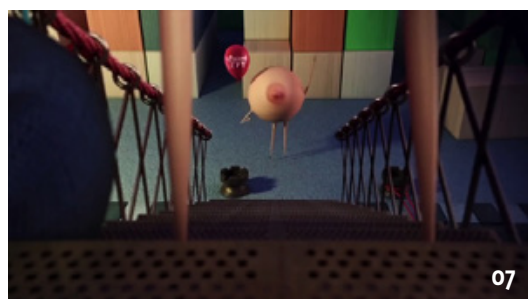
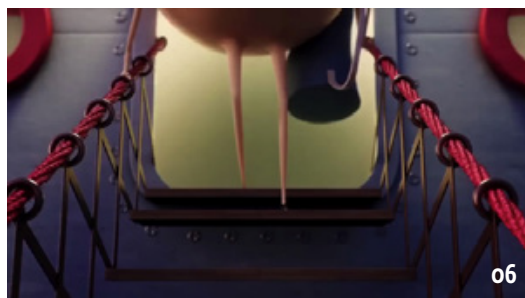
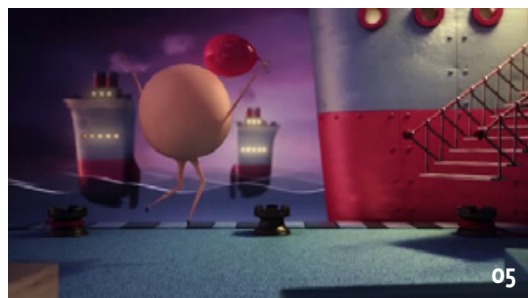
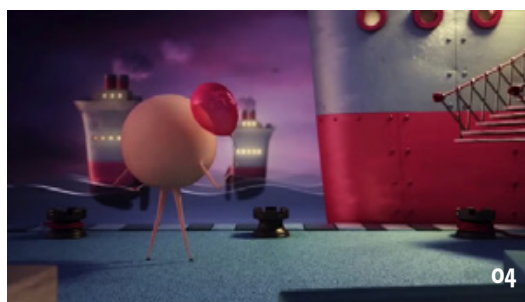
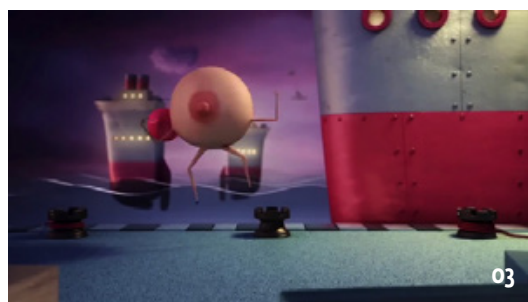
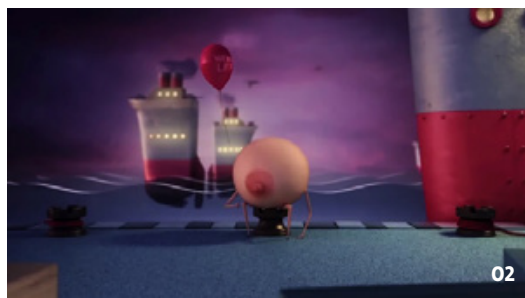
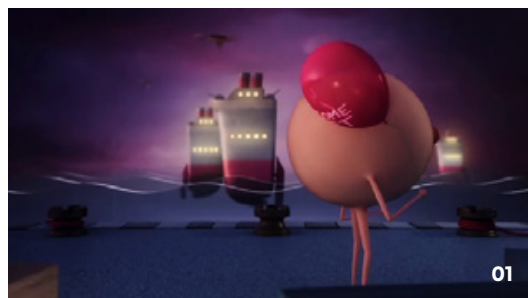


2013, FRANCE. FINALLY TOGETHER POUR VALÈGE LINGERIE

A tous ceux faits pour être ensemble, Valège souhaite une bonne Saint Valentin. Cette campagne print & TV (3 clips de 30 sec.) qui a fait date illustre une scène de retrouvailles. Elle invite les femmes à réunir leurs seins, grâce à un soutien-gorge push up. Agences : Publicis Spain et Agence Marcel. Directeur de création : Erik Vervroegen (Belgique). Character Design & Illustration 3D : Adam. Photographie : Barnaby Coote.

2013, FRANCE. FINALLY TOGETHER VOOR VALÈGE LINGERIE.

Valège wenst een leuke Valentijnsdag aan elk koppeltje dat gemaakt is om bij elkaar te horen. Deze opmerkelijke campagne op tv en papier (3 clips van 30 sec) draait rond het thema weerzien. Ze nodigt vrouwen uit om hun borsten te verenigen met behulp van een push-upbeha. Agentschap- pen: Publicis Spain en Agence Marcel. Creatief directeur: Erik Vervroegen (België). Personageontwerp & 3D-design: Adam. Foto: Barnaby Coote.



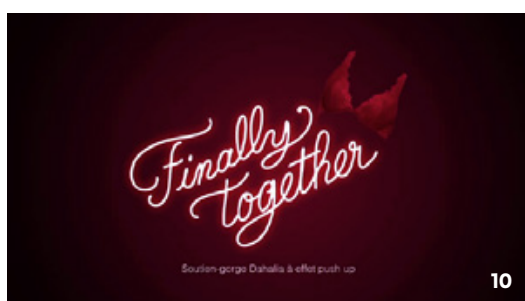
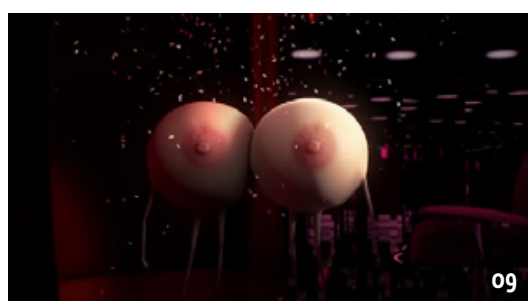
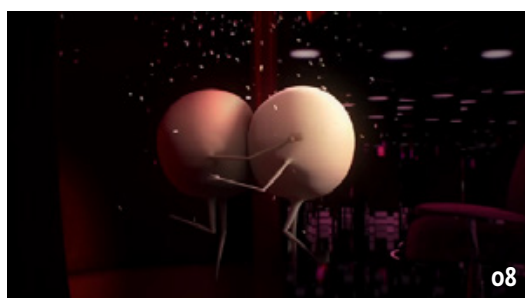
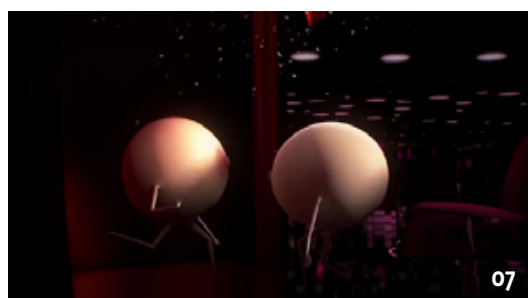
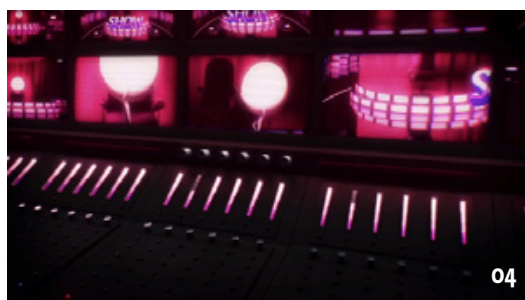
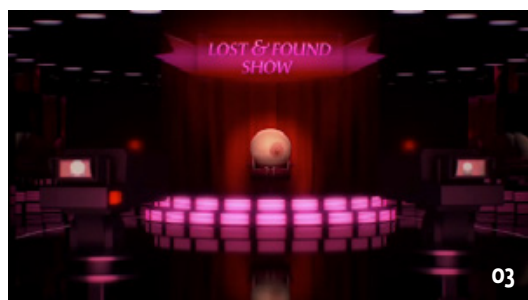
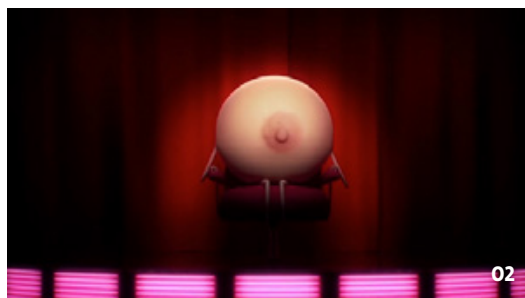
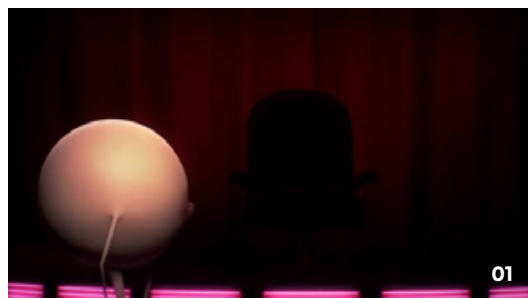


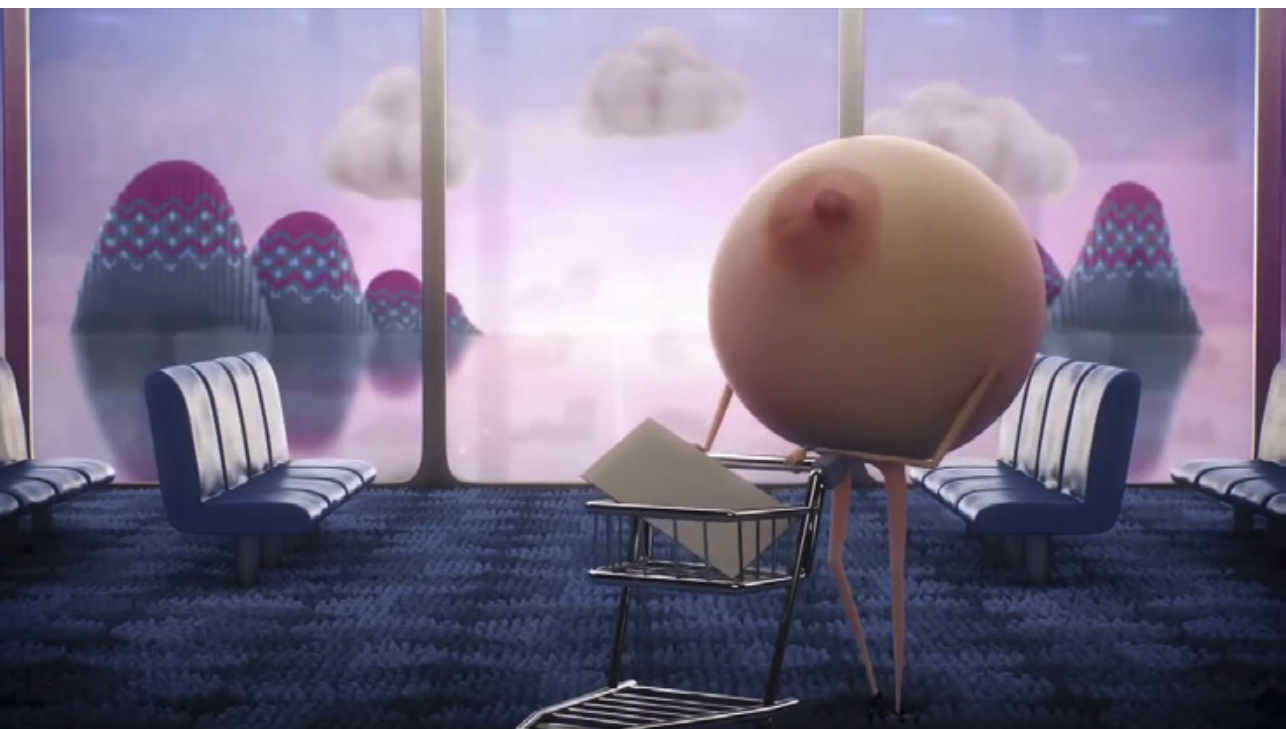
2013, FRANCE. FINALLY TOGETHER POUR VALÈGE LINGERIE

A tous ceux faits pour être ensemble, Valège souhaite une bonne Saint Valentin. Cette campagne print & TV (3 clips de 30 sec.) qui a fait date illustre une scène de retrouvailles. Elle invite les femmes à réunir leurs seins, grâce à un soutien-gorge push up. Agences : Publicis Spain et Agence Marcel. Directeur de création : Erik Vervroegen (Belgique). Character Design & Illustration 3D : Adam. Photographie : Barnaby Coote.

2013, FRANCE. FINALLY TOGETHER VOOR VALÈGE LINGERIE.

Valège wenst een leuke Valentijnsdag aan elk koppeltje dat gemaakt is om bij elkaar te horen. Deze opmerkelijke campagne op tv en papier (3 clips van 30 sec) draait rond het thema weerzien. Ze nodigt vrouwen uit om hun borsten te verenigen met behulp van een push-upbeha. Agentschappen: Publicis Spain en Agence Marcel. Creatief directeur: Erik Vervroegen (België). Personageontwerp & 3D-design: Adam. Foto: Barnaby Coote.



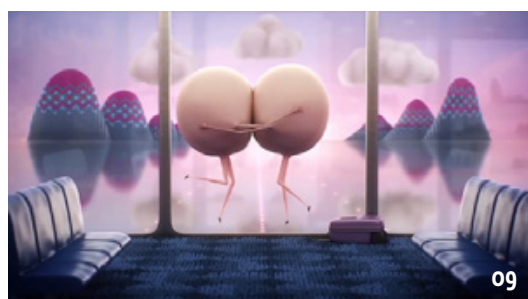
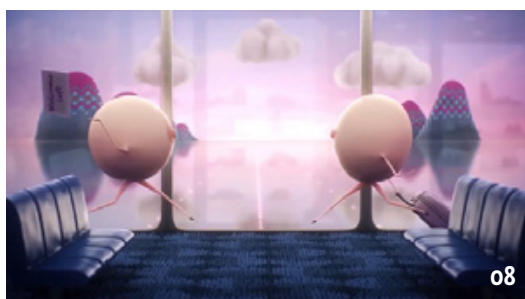
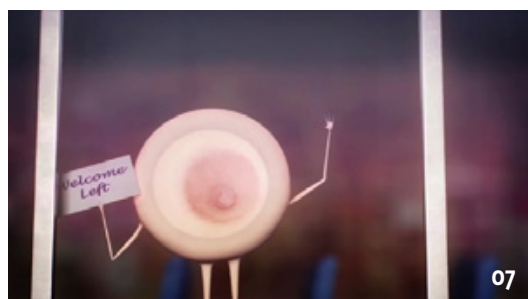
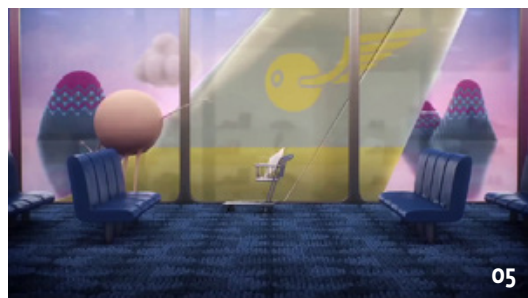
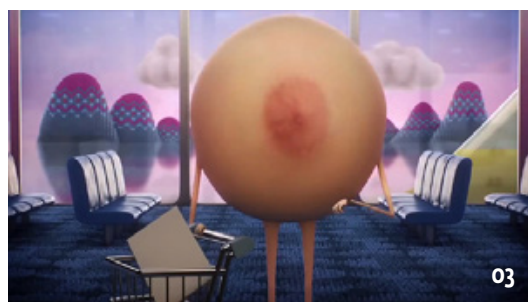
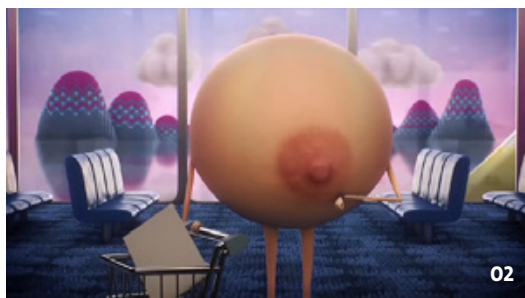
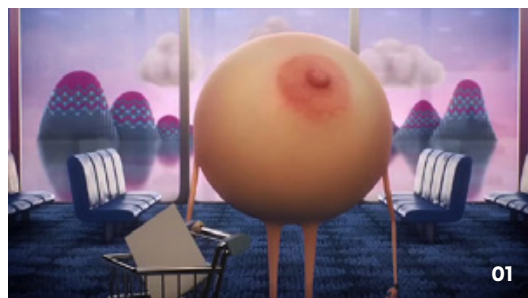


2013, FRANCE. FINALLY TOGETHER POUR VALÈGE LINGERIE

A tous ceux faits pour être ensemble, Valège souhaite une bonne Saint Valentin. Cette campagne print & TV (3 clips de 30 sec.) qui a fait date illustre une scène de retrouvailles. Elle invite les femmes à réunir leurs seins, grâce à un soutien-gorge push up. Agences : Publicis Spain et Agence Marcel. Directeur de création : Erik Vervroegen (Belgique). Character Design & Illustration 3D : Adam. Photographie : Barnaby Coote.

2013, FRANCE. FINALLY TOGETHER VOOR VALÈGE LINGERIE.

Valège wenst een leuke Valentijnsdag aan elk koppeltje dat gemaakt is om bij elkaar te horen. Deze opmerkelijke campagne op tv en papier (3 clips van 30 sec) draait rond het thema weerzien. Ze nodigt vrouwen uit om hun borsten te verenigen met behulp van een push-upbeha. Agentschappen: Publicis Spain en Agence Marcel. Creatief directeur: Erik Vervroegen (België). Personageontwerp & 3D-design: Adam. Foto: Barnaby Coote.





2015, SOUTH AFRICA. KRONK





2015, GRECE. ΕΛΕΝΑ ΜΠΑΚΑ
PARTICIPATION À TOOLKIT STARTUP 2

Participation à la deuxième rencontre de graphistes à Thessalonique. Des femmes graphistes, de Grèce, ont conçu des affiches sur le thème de l'information et la prévention du cancer du sein. Avec la collaboration de «Alma Zoïs» et sous l'égide de l'Union des Graphistes de Grèce.

2015, GRIEKENLAND. ΕΛΕΝΑ ΜΠΑΚΑ
DEELNAME AAN TOOLKIT STARTUP 2

Deelname aan de tweede ontmoeting van grafische ontwerpers in Thessaloniki. Vrouwelijke grafische ontwerpers uit Griekenland hebben affiches ontworpen rond het thema informatie en preventie over borstkanker. Met samenwerking van 'Alma Zoïs' en onder de vleugels van de Unie van grafische ontwerpers van Griekenland.

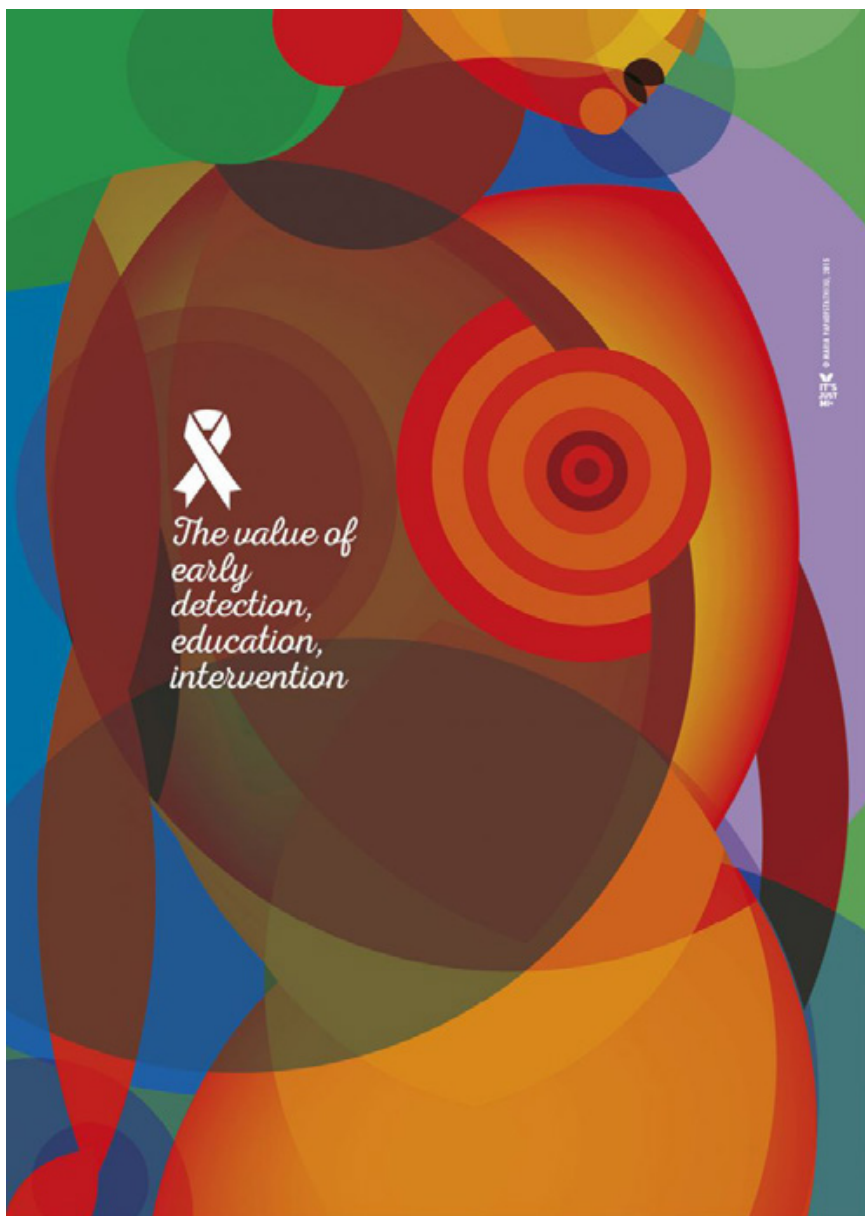


2015, GRECE. ΛΙΛΑ ΣΚΑΝΑΒΗ
PARTICIPATION À TOOLKIT STARTUP 2

Participation à la deuxième rencontre de graphistes à Thessalonique. Des femmes graphistes, de Grèce, ont conçu des affiches sur le thème de l'information et la prévention du cancer du sein. Avec la collaboration de «Alma Zoïs» et sous l'égide de l'Union des Graphistes de Grèce.

2015, GRIEKENLAND. ΛΙΛΑ ΣΚΑΝΑΒΗ
DEELNAME AAN TOOLKIT STARTUP 2

Deelname aan de tweede ontmoeting van grafische ontwerpers in Thessaloniki. Vrouwelijke grafische ontwerpers uit Griekenland hebben affiches ontworpen rond het thema informatie en preventie over borstkanker. Met samenwerking van 'Alma Zoïs' en onder de vleugels van de Unie van grafische ontwerpers van Griekenland.



2015, GRECE. MARIA PAPAESTATHIOU
PARTICIPATION À TOOLKIT STARTUP 2

Participation à la deuxième rencontre de graphistes à Thessalonique. Des femmes graphistes, de Grèce, ont conçu des affiches sur le thème de l'information et la prévention du cancer du sein. Avec la collaboration de «Alma Zoïs» et sous l'égide de l'Union des Graphistes de Grèce.

2015, GRIEKENLAND. MARIA PAPAESTATHIOU
DEELNAME AAN TOOLKIT STARTUP 2

Deelname aan de tweede ontmoeting van grafische ontwerpers in Thessaloniki. Vrouwelijke grafische ontwerpers uit Griekenland hebben affiches ontworpen rond het thema informatie en preventie over borstkanker. Met samenwerking van 'Alma Zoïs' en onder de vleugels van de Unie van grafische ontwerpers van Griekenland.



2015, GRECE. ΛΙΛΑ ΣΚΑΝΑΒΗ
PARTICIPATION À TOOLKIT STARTUP 2

Participation à la deuxième rencontre de graphistes à Thessalonique. Des femmes graphistes, de Grèce, ont conçu des affiches sur le thème de l'information et la prévention du cancer du sein. Avec la collaboration de «Alma Zoïs» et sous l'égide de l'Union des Graphistes de Grèce.

2015, GRIEKENLAND. ΛΙΛΑ ΣΚΑΝΑΒΗ
DEELNAME AAN TOOLKIT STARTUP 2

Deelname aan de tweede ontmoeting van grafische ontwerpers in Thessaloniki. Vrouwelijke grafische ontwerpers uit Griekenland hebben affiches ontworpen rond het thema informatie en preventie over borstkanker. Met samenwerking van 'Alma Zoïs' en onder de vleugels van de Unie van grafische ontwerpers van Griekenland.

SCORPIONS



LOVEDRIVE

1979, UNITED KINGDOM. HIPGNOSIS

La fameuse jaquette 33 tours des Scorpions réalisée en 1979 par le célèbre studio graphique britannique Hipgnosis.

1979, VERENIGD KONINKRIJK. HIPGNOSIS

De beroemde hoes van de 33-toerenplaat die in 1979 door de Scorpions werd uitgebracht. Ontworpen door de het Britse grafische bureau Hipgnosis.





2016, BELGIUM. ALAIN DRESSOU

Une référence à cette célèbre pub française de 1981 (page de droite), dont le slogan est entré dans le langage courant. Une pub en 3 temps au succès phénoménal. Ses affiches ont un nom, et même un prénom, celui de leur héroïne : Myriam Szabo. On les appelle les affiches Myriam. La protagoniste a 19 ans. Elle est mannequin. Elle est à présent chorégraphe, bouddhiste et est installée à Bruxelles.

2016, BELGIUM. ALAIN DRESSOU

Een verwijzing naar de beroemde Franse reclame uit 1981 (rechterpagina) waarvan de slogan ingeburgerd is geraakt in het dagelijkse taalgebruik. Een reclame in drie delen die een fenomenaal succes kende. De affiches hebben een naam, zelfs een voornaam, die van hun heldin: Myriam Szabo. Vandaar de naam Myriam-affiches. De hoofdrolspeelster is 19 jaar oud en model. Momenteel is ze choreografe, boeddhiste en woont ze in Brussel.





2016, FRANCE. ALAIN LACHARTRE

Right page

2016, FRANCE. ALAIN LACHARTRE

Door, Malaga, Spain.





2016, FRANCE. BEB-DEUM

Excerpt «Mondiale™» Coming soon 2017
Publisher «Les Impressions Nouvelles».



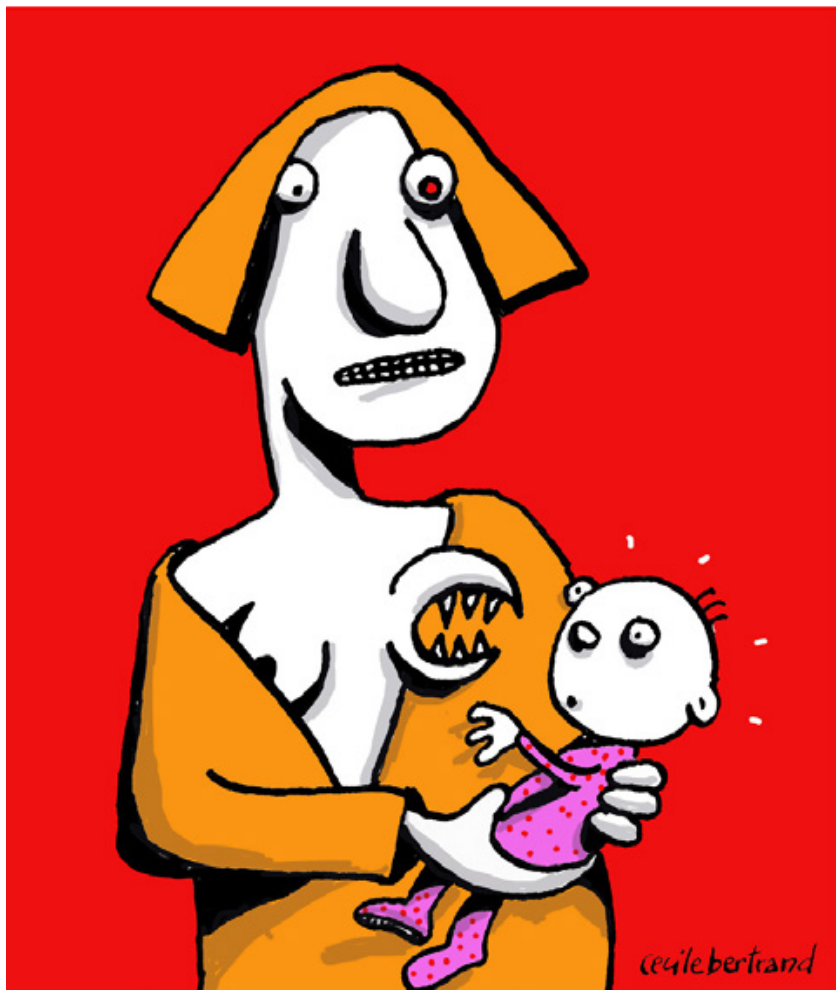
2016, FRANCE. BEB-DEUM

Excerpt «Mondiale™» Coming soon 2017
Publisher «Les Impressions Nouvelles».





LES MÈRES MONSTRES



98

2016, BELGIUM. CÉCILE BERTRAND

« Les mères monstres » Dessin paru dans le Journal de l'ULB.

2016, BELGIUM. CÉCILE BERTRAND

"Monstermoeders" Tekening verschenen in de krant van de VUB.



2016, BELGIUM. CHARLOTTE PEYS
Artwork specially created for this exhibition.



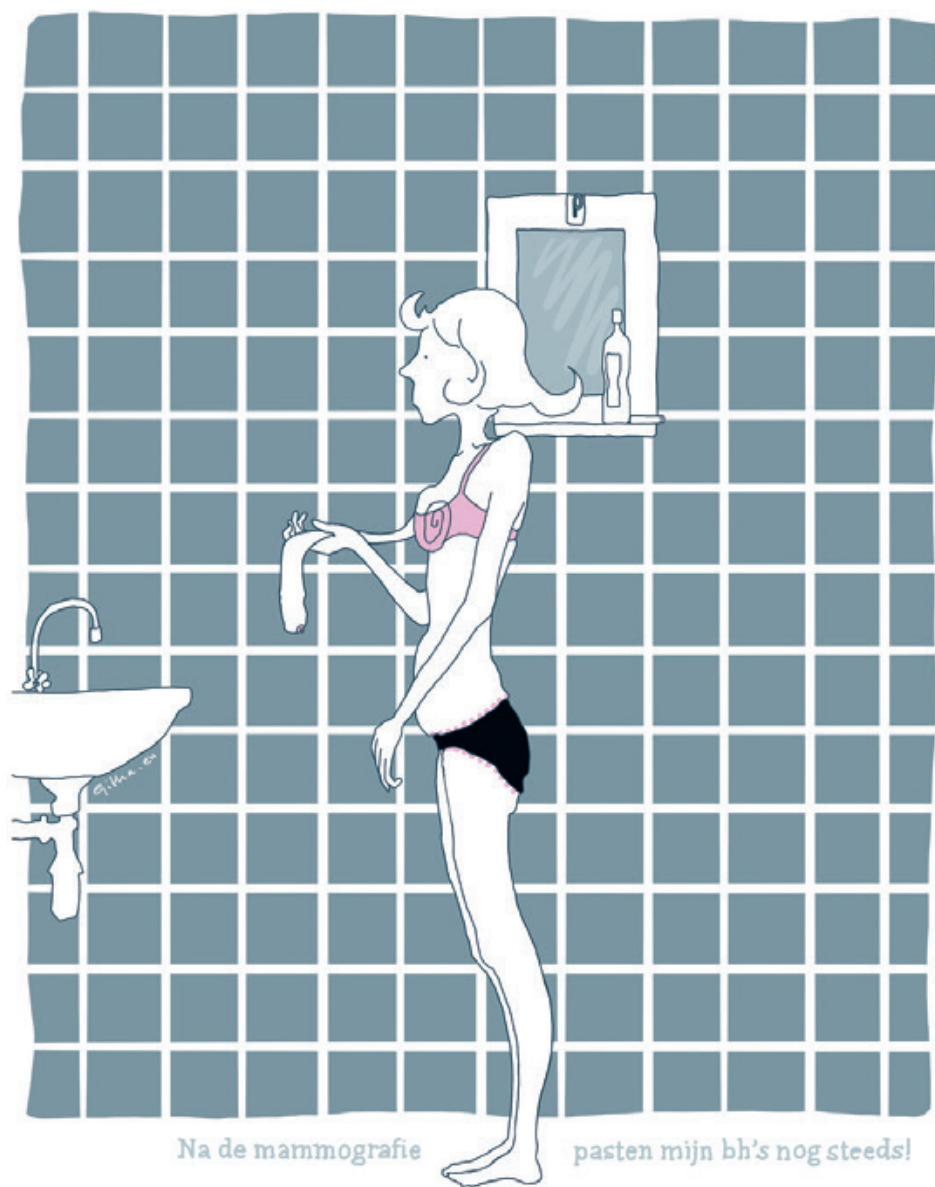
2016, BELGIUM. ELENI DEBO

Artwork specially created for this exhibition.





2016, BELGIUM. GERDA DENDOOVEN
Artwork specially created for this exhibition.



2016, NETHERLANDS. GITHA SCHRIJVER

Artwork specially created for this exhibition.

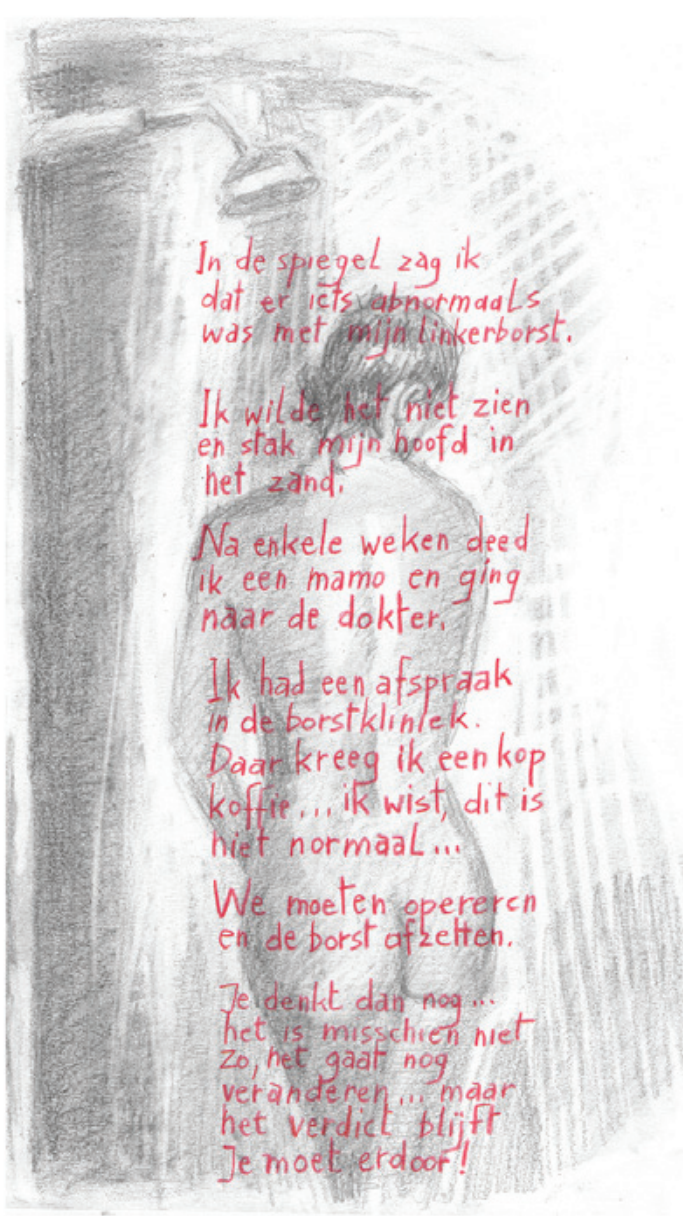


2016, SERBIA. GRAMIDIR SMUDJA



2016, BELGIUM. INGE BOGAERTS

Artwork specially created for this exhibition.



In de spiegel zag ik
dat er iets abnormaals
was met mijn linkerborst.

Ik wilde het niet zien
en stak mijn hoofd in
het zand.

Na enkele weken deed
ik een mamo en ging
naar de dokter.

Ik had een afspraak
in de borstkliniek.
Daar kreeg ik een kop
koffie... ik wist, dit is
niet normaal...

We moeten opereren
en de borst afzetten.

Je denkt dan nog...
het is misschien niet
zo, het gaat nog
veranderen... maar
het verdicht blijft
Je moet erdoor!



2016, GREAT BRITAIN. JOE ROBINSON

'Because I'm Worth It' tells a gender bending tale of how breasts can also become a beautiful addition to anyone's body, even a man's.

Artwork specially created for this exhibition.



2016, BELGIUM. JEAN-LOUIS LEJEUNE



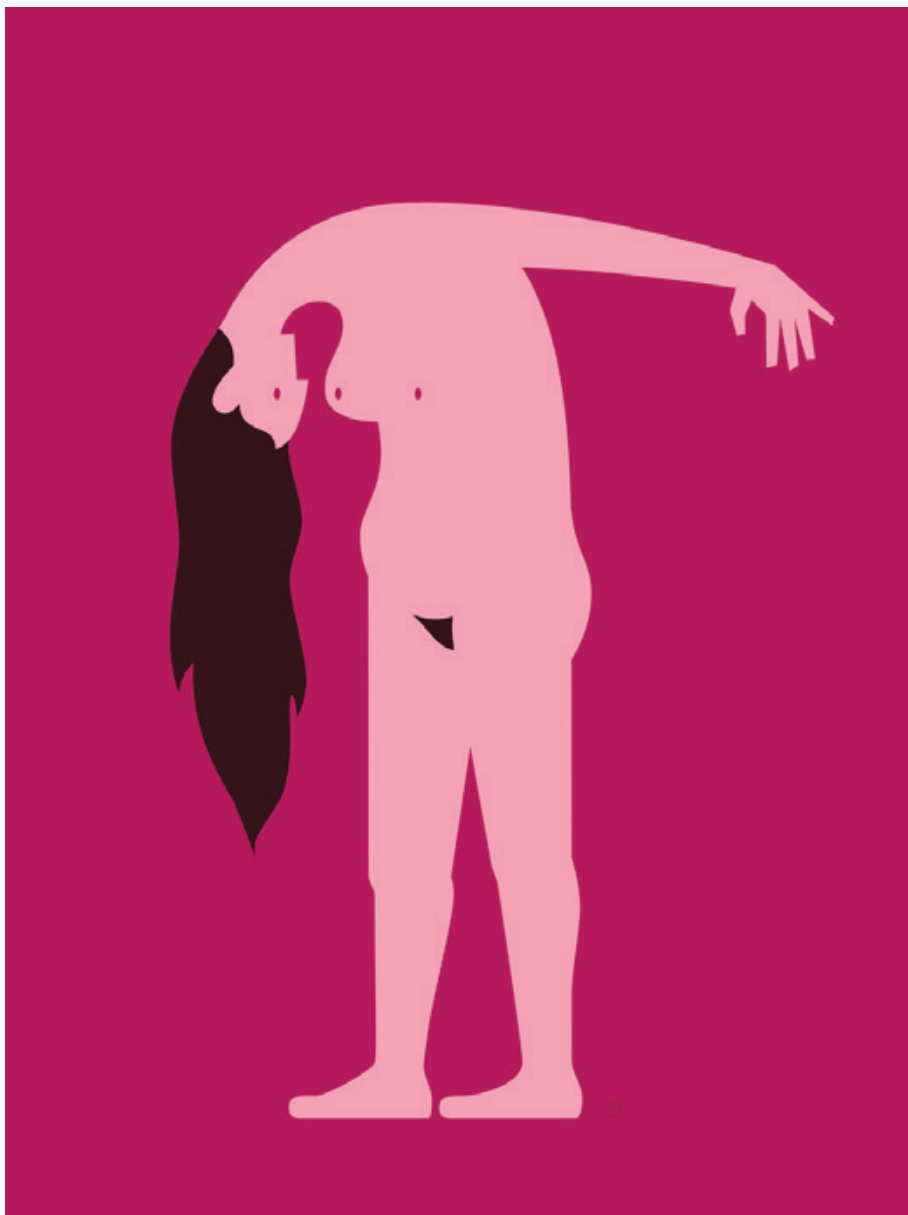
2016, BELGIUM.
JOHAN DEVROME

Artwork specially created for
this exhibition.



2016, BELGIUM. JOHNNY BEKAERT

Artwork specially created for this exhibition.







2016, BELGIUM. KAATJE VERMEIRE

Illustratie voor 'De Zeer Vermoeide Man en de Vrouw die hartstochtelijk van Bonsai hield' – tekst Peter Verhelst, De Eenhoorn

Page de gauche

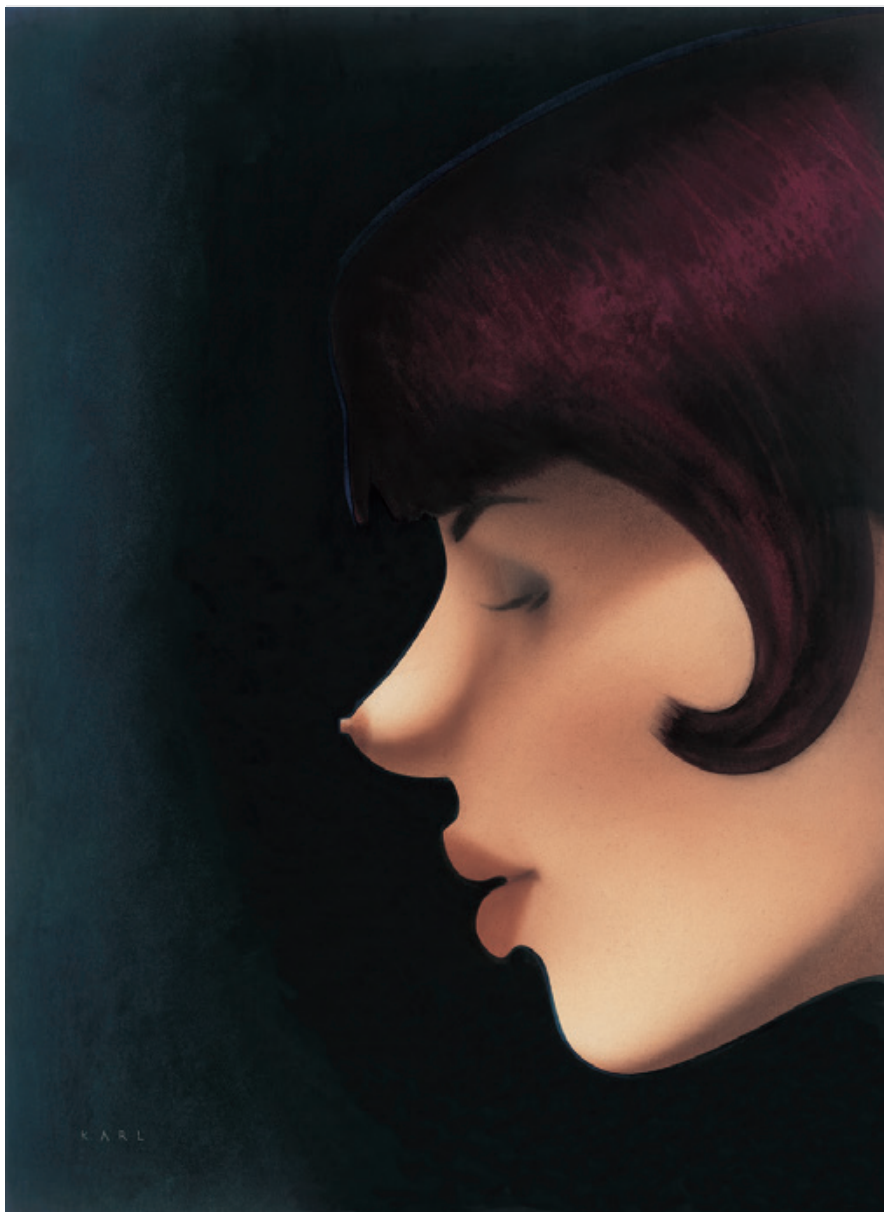
2016, BELGIQUE. RENAUD GARNIER

Il y a des expositions qui résonnent en vous, surtout après l'annonce de mon amie Henriette Christiansen et de son combat contre le cancer du sein... Et à l'époque l'issue n'était aucunement garantie. J'ai dès lors essayé, modestement, de lui rendre hommage. Un hommage visuel à sa défiance, à sa force, à sa tenacité et à son intelligence de vie. J'espère que cette image traduit en toute simplicité mon admiration pour cette magnifique amazone survivante, qui est, et restera, un exemple pour toutes et tous.

linkerpagina

2016, BELGIË. RENAUD GARNIER

Er zijn tentoonstellingen die iets in een mens losmaken, vooral na de aankondiging van mijn vriendin Henriette Christiansen en haar strijd tegen borstkanker ... En vroeger wist je niet of het goed zou aflopen. Ik heb dan ook geprobeerd om haar op bescheiden wijze te eren. Een visueel eerbetoon aan haar opstandigheid, haar kracht, haar doorzettingsvermogen en haar levenswijze. Ik hoop dat dit beeld in alle eenvoud mijn bewondering toont voor deze schitterende, overlevende klas-sevrouw die voor iedereen een voorbeeld is en altijd zal blijven.



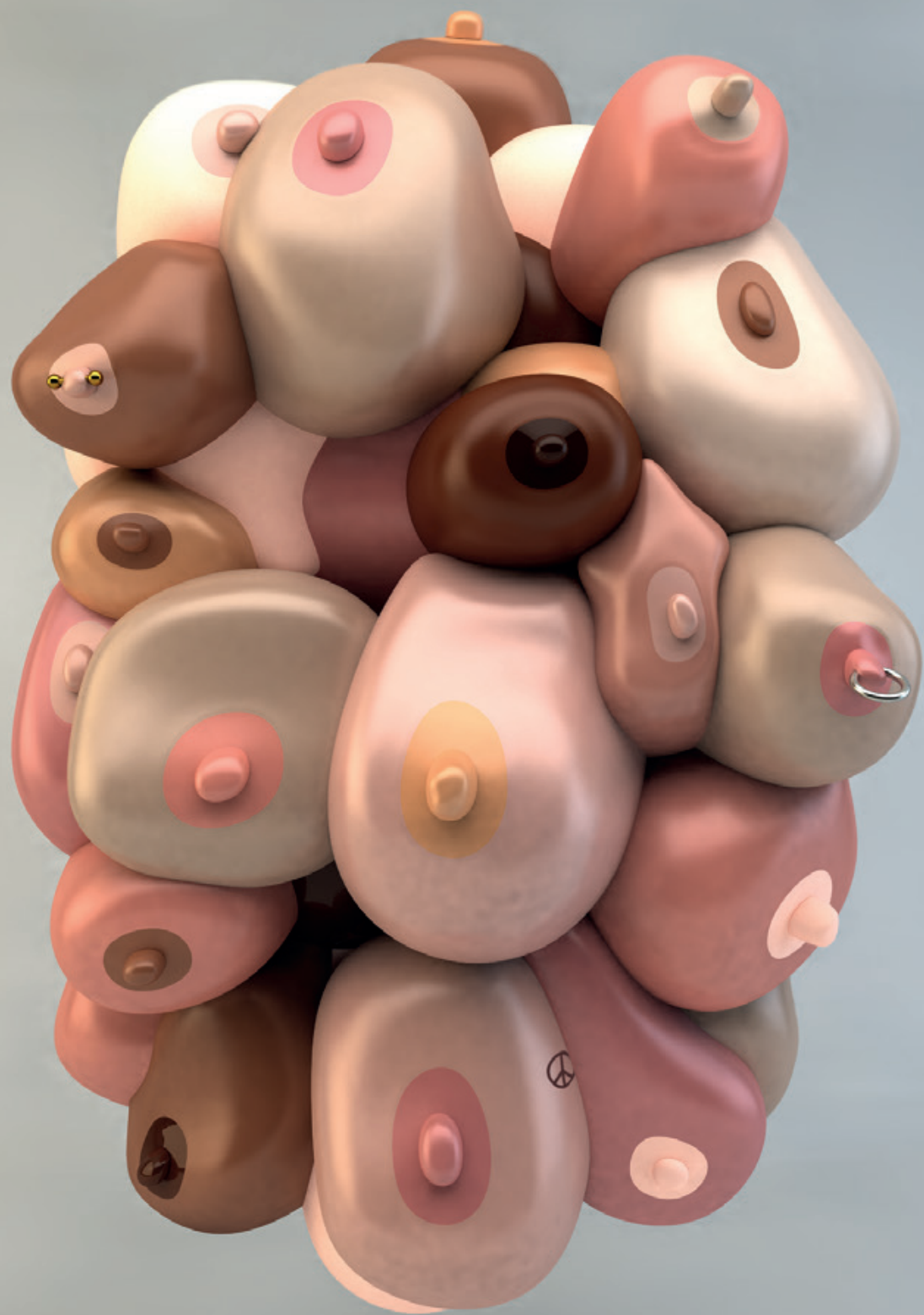
2016, BELGIUM. KARL MEERSMAN

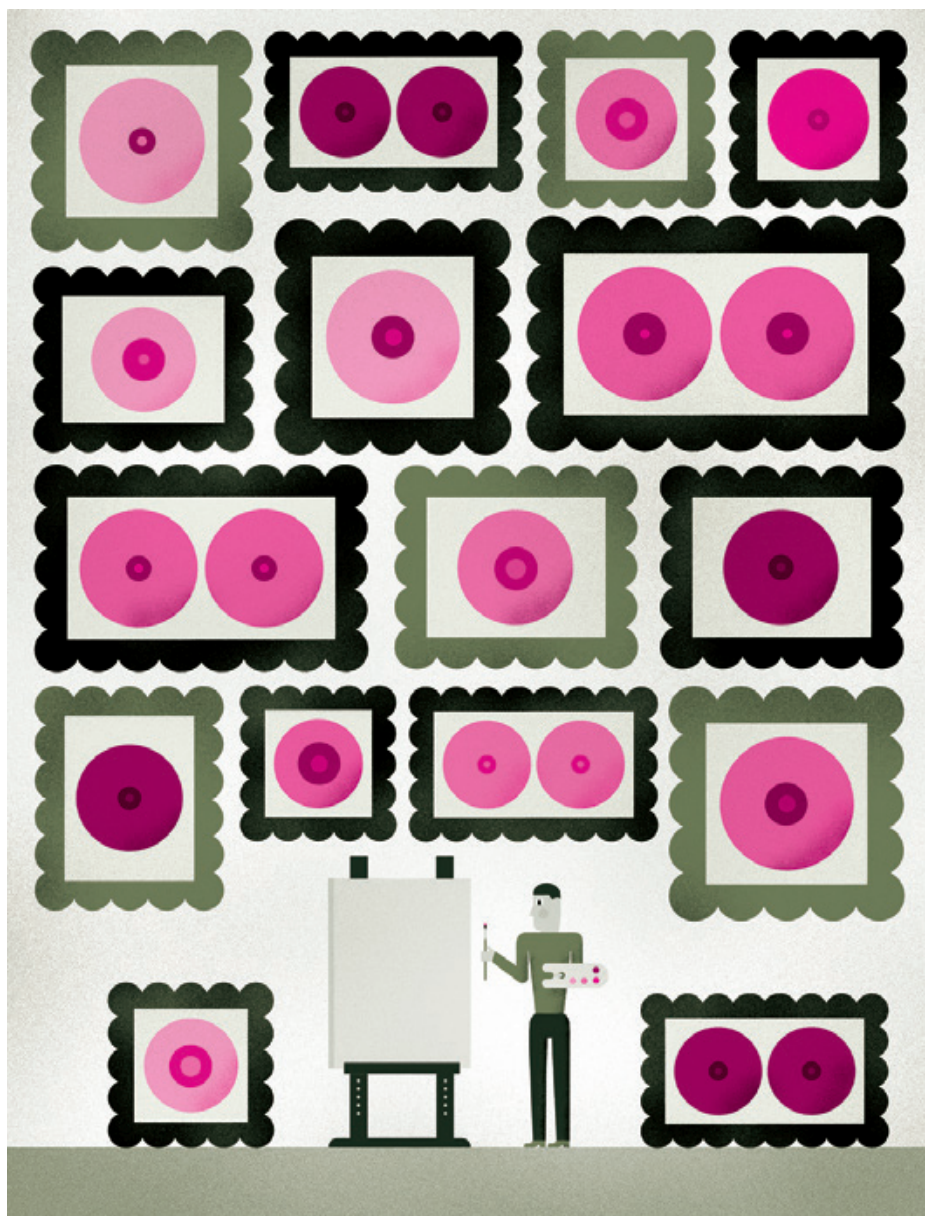


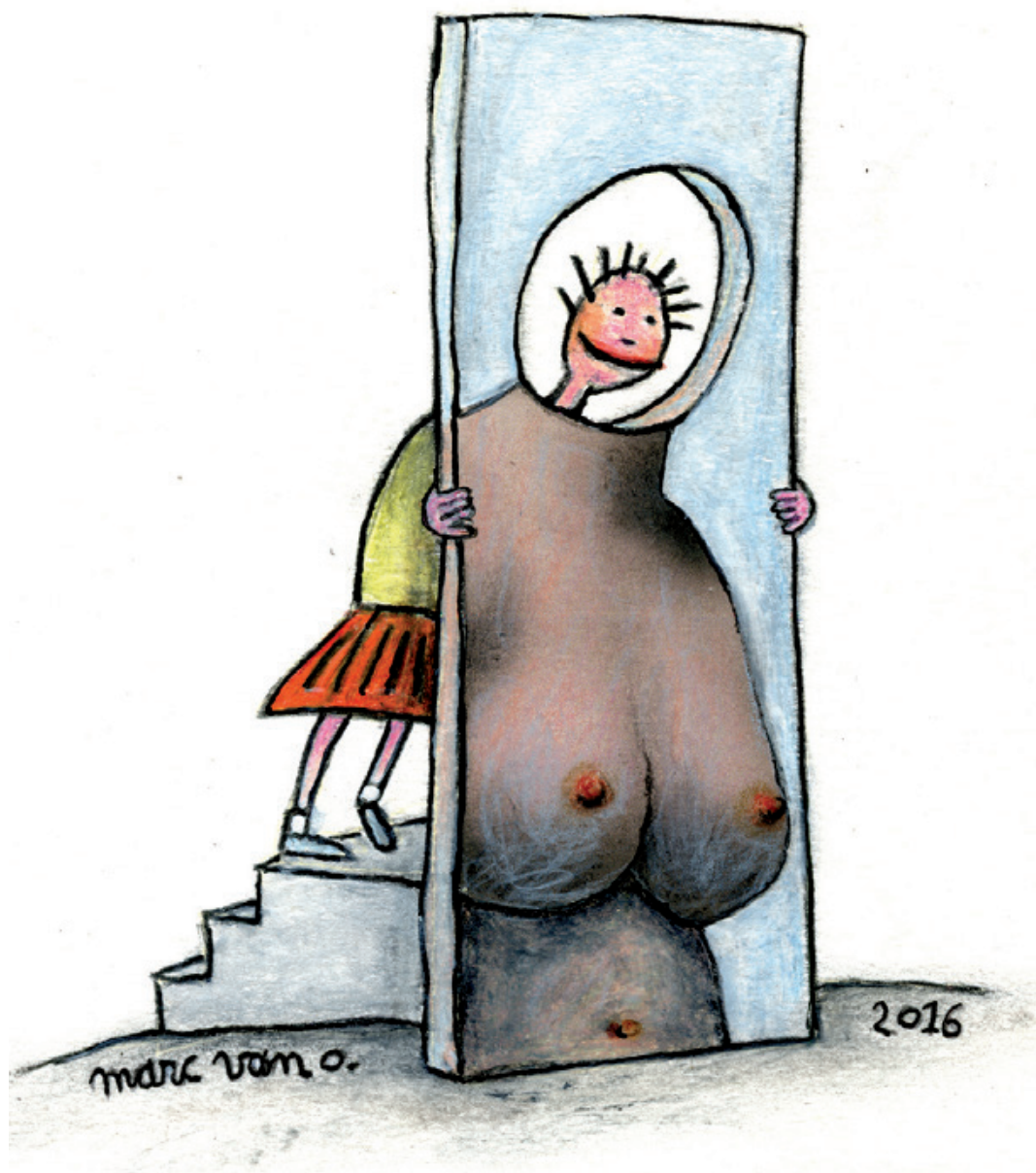


2016, BELGIUM.
KAROLIEN VANDERSTAPPEN
Artwork specially created for this exhibition.

Right page
2016, UNITED KINGDOM.
LEON NIKOOSIMAITAK







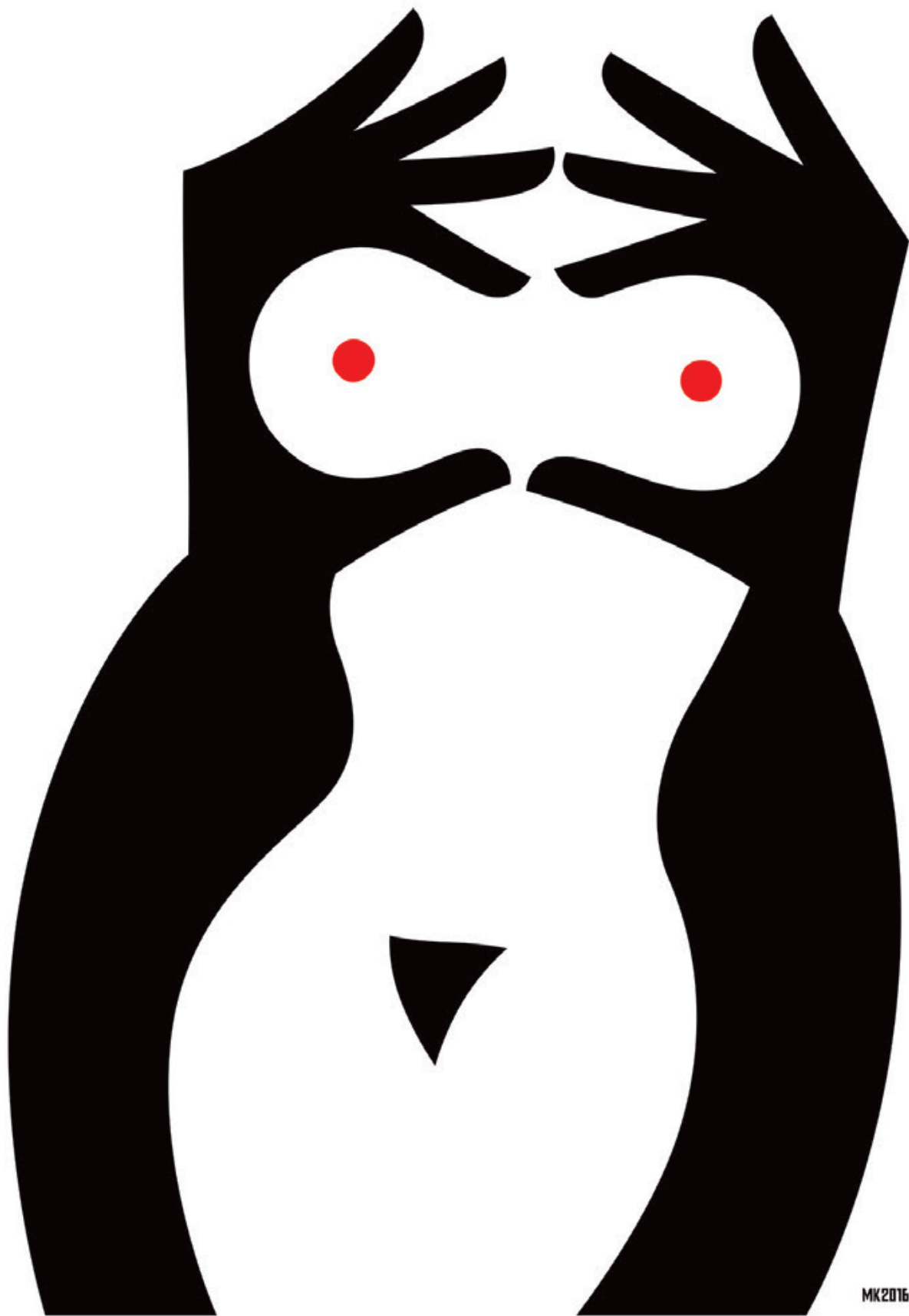
2016, BELGIUM. MARC VAN OVERBEKE
Artwork specially created for this exhibition.



2016, BELGIUM. MARIE VAN PRAAG
Artwork specially created for this exhibition.

Right page
2016, BELGIUM. MATTO LE D
Artwork specially created for this exhibition.







Left page

2016, NETHERLANDS. MAX KISMAN

Artwork specially created for this exhibition.

2016, BELGIUM. MEREL EYCKERMAN

Illustratie voor "s Nachts verdwijnt de wereld" -
gedichten Jaap Robben, de Geus

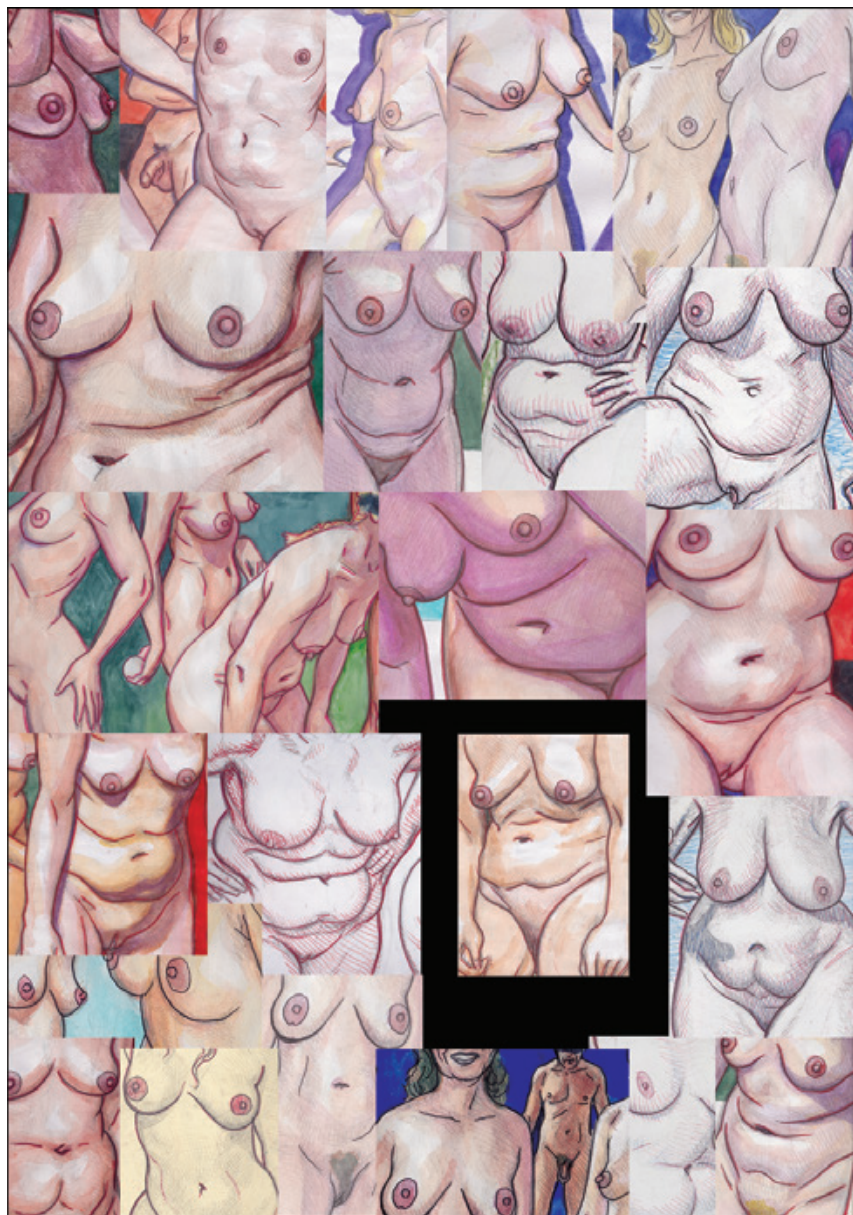


2016, NETHERLANDS. OLIVIA ETTEMA

Artwork specially created for this exhibition.



PINOCCHIO
& PINGOCCHIA

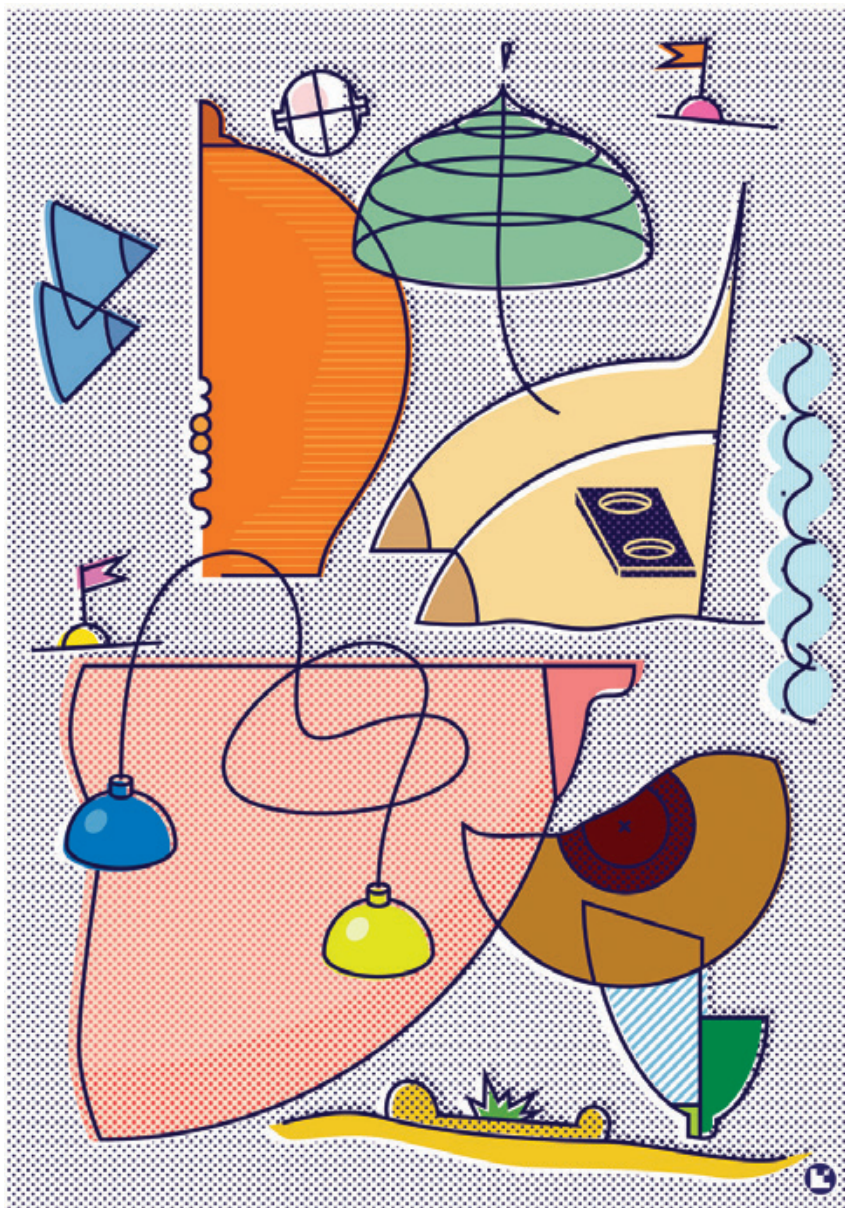


2016, UNITED STATES. PETER POPLASKI
Artwork specially created for this exhibition.

Right page
2016, BELGIUM. PHIL DE KEMMETER

*TONNERRE de BREAST!

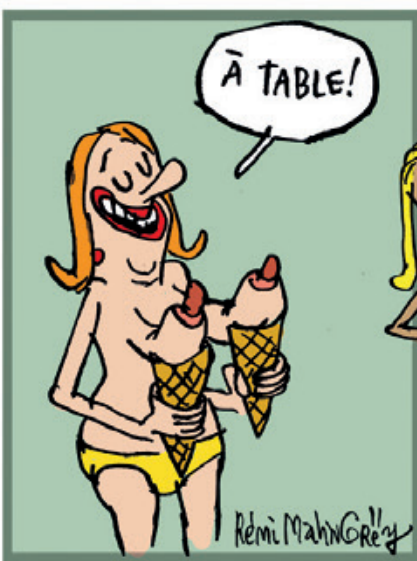
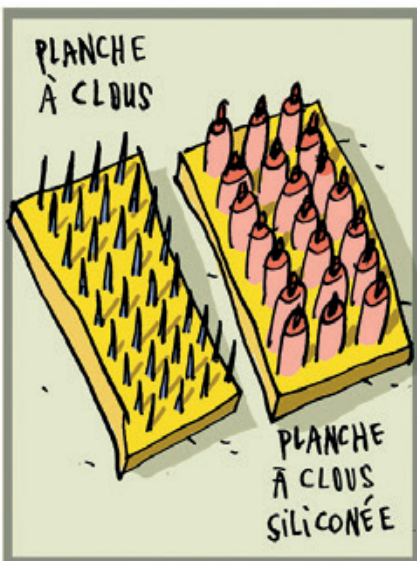




2016, FRANCE. PIERRE BOUILLÉ

Right page

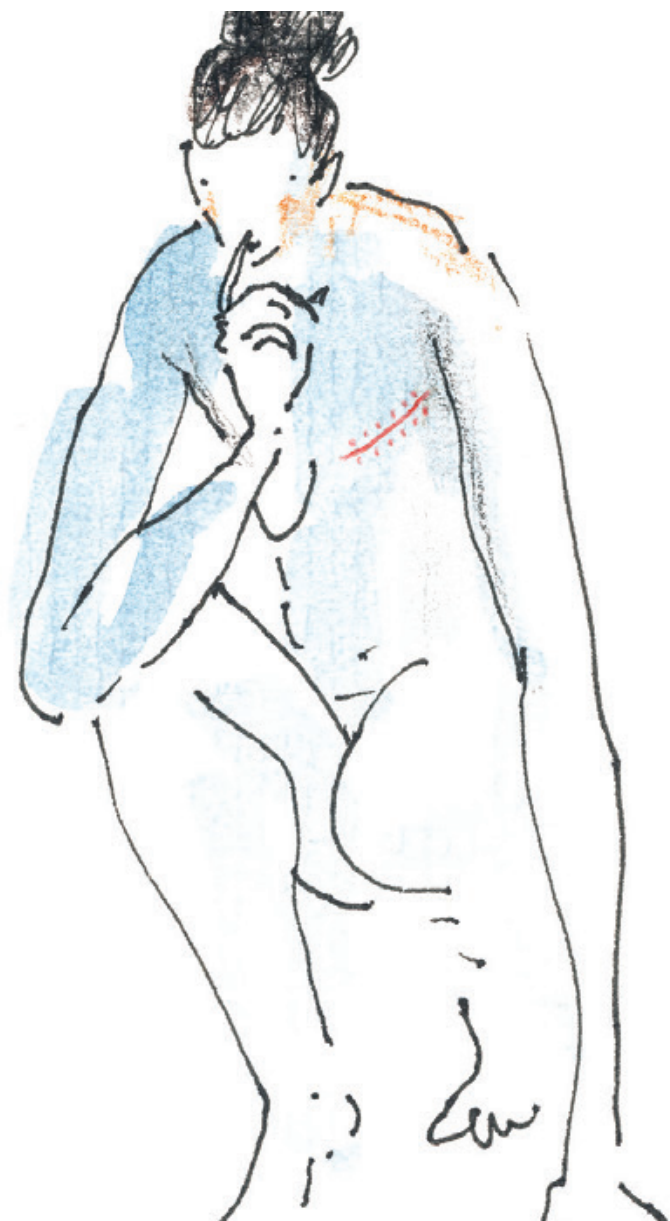
2016, FRANCE. RÉMI MALINGREY





2016, BELGIUM. RIKA DERYCKERE

Artwork specially created for this exhibition.



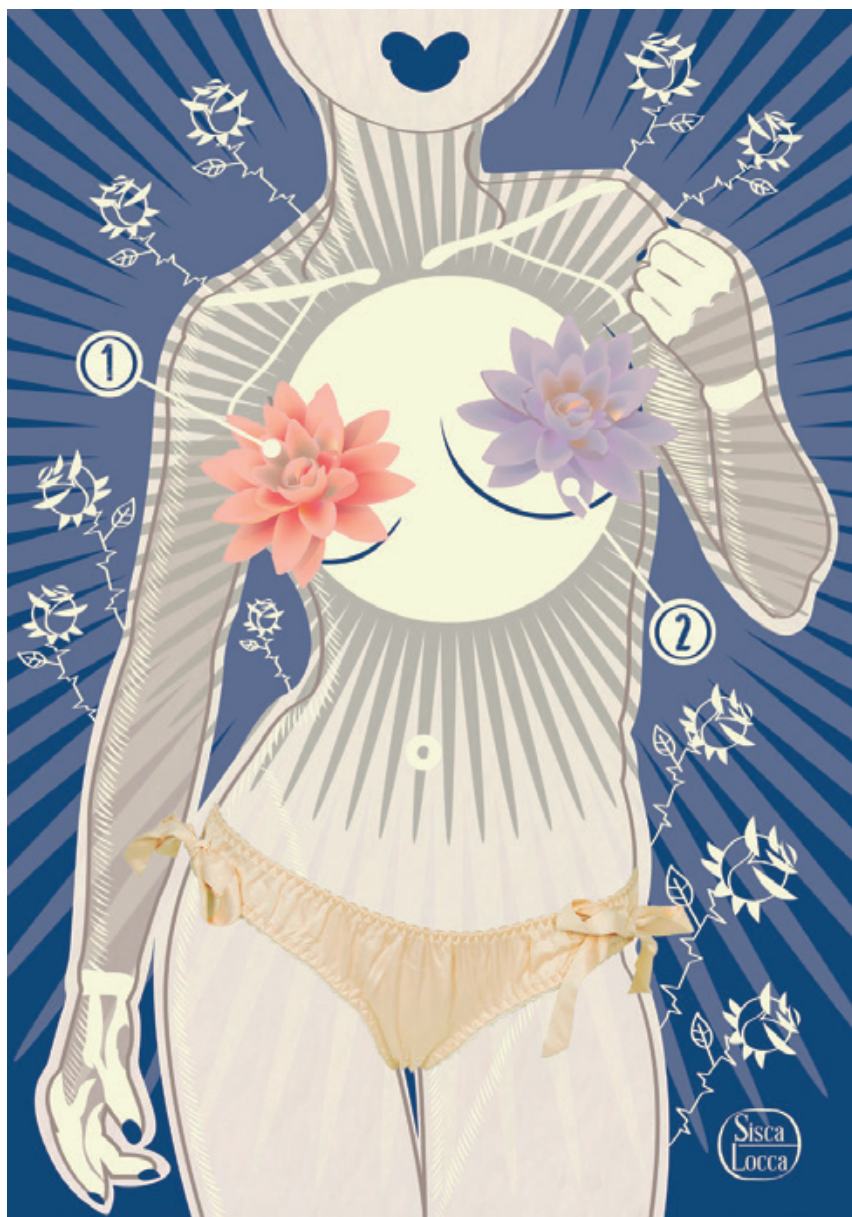
2016, BELGIUM. SABIEN CLEMENT

Artwork specially created for this exhibition.



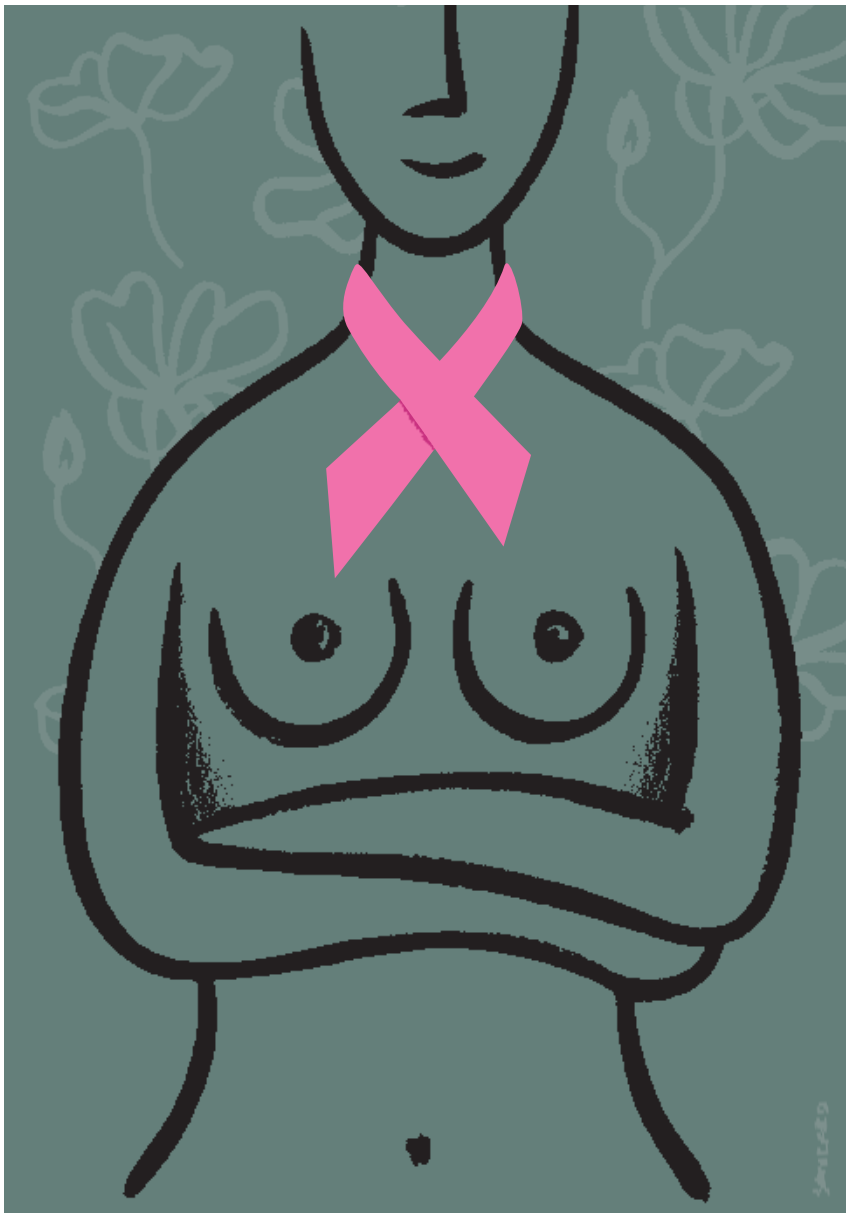
2016, BELGIUM. SARAH WOUTERS
Artwork specially created for this exhibition.





2016, BELGIUM. SISCA LOCCA

Artwork specially created for this exhibition.



2016, BELGIUM. SYLVIE MUZARD
Artwork specially created for this exhibition.





137



Left page

2016, NETHERLANDS. TEUN VAN DEN WITTENBOER

Artwork specially created for this exhibition.

2016, FRANCE. WALTER MINUS



2016, BELGIUM. DANIEL DEBLIQUY
APPUIE-TÊTE

Un appuie-tête tel qu'on les trouve dans les aéroports ou stations d'autoroute.

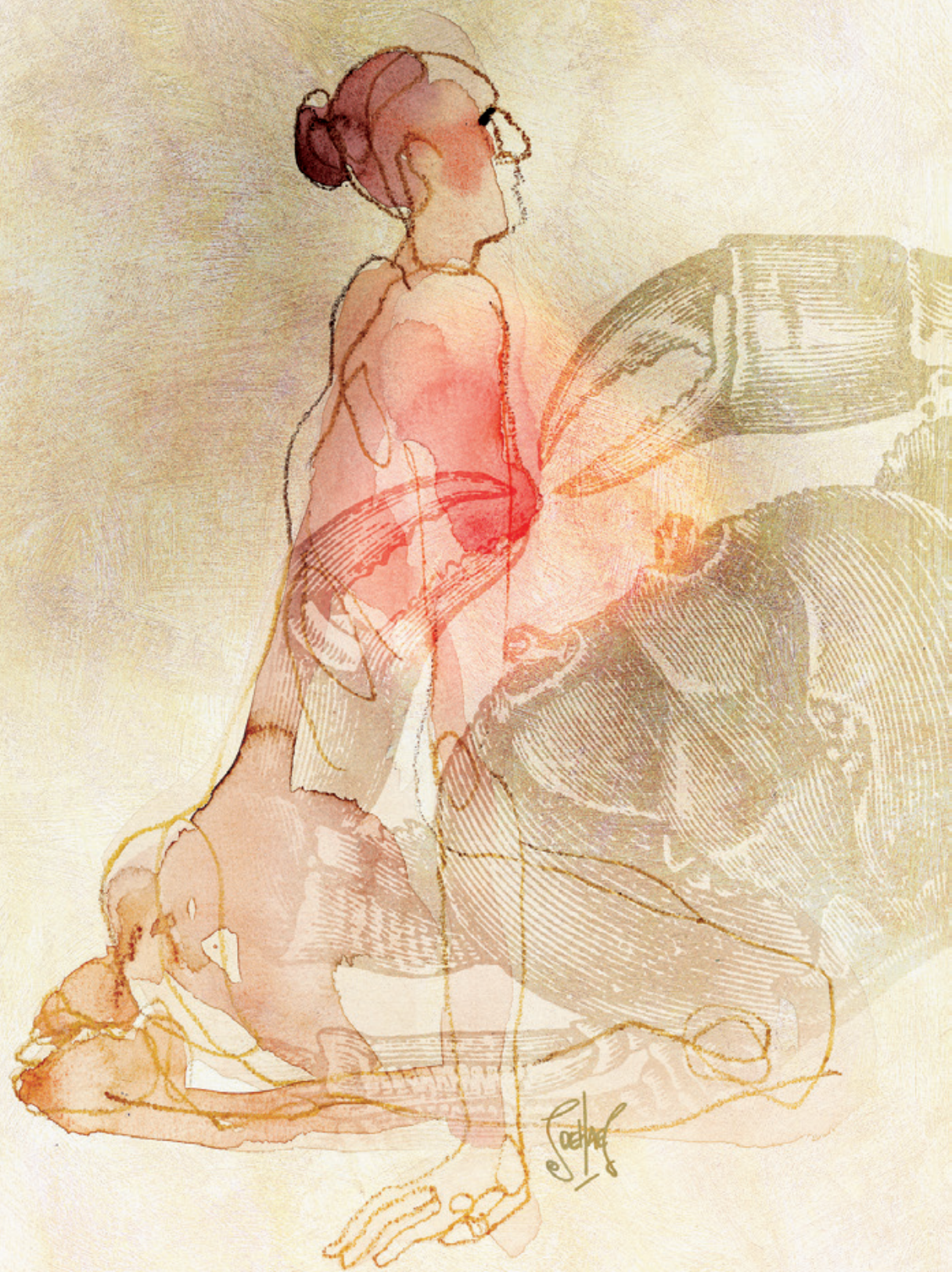
2016, BELGIUM. DANIEL DEBLIQUY
HOOFDSTEUN

Een hoofdsteun zoals je ze kunt vinden in luchthavens of servicestations.

Gorge, Bra, Seins.



Fabrice Praeger / "Buste Art" exhibition - Saint Etienne (France)





2016, BELGIUM. CLOU (CHRISTIAN LOUIS)

Left page

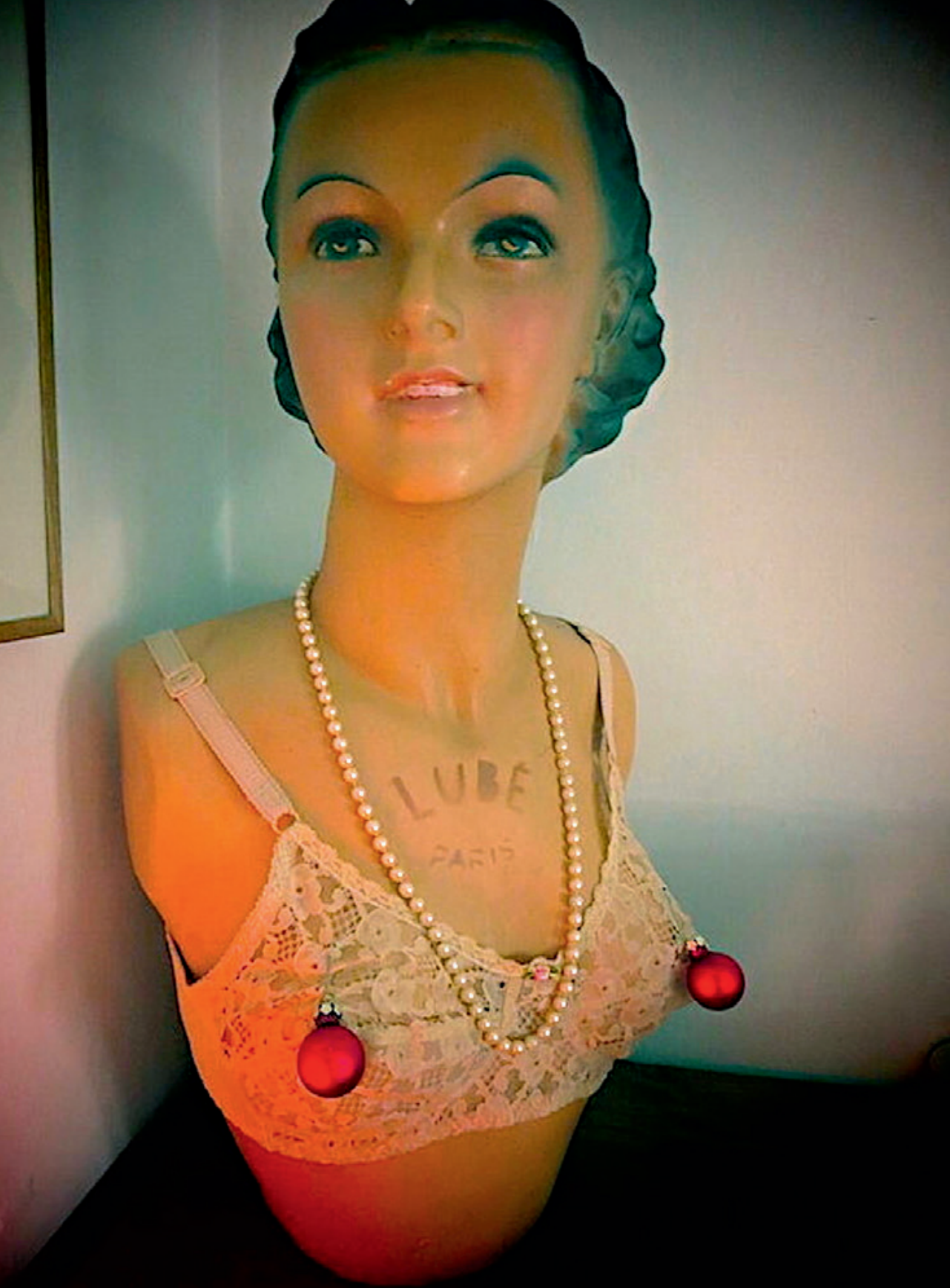
2016, BELGIUM. SERGE DEHAES

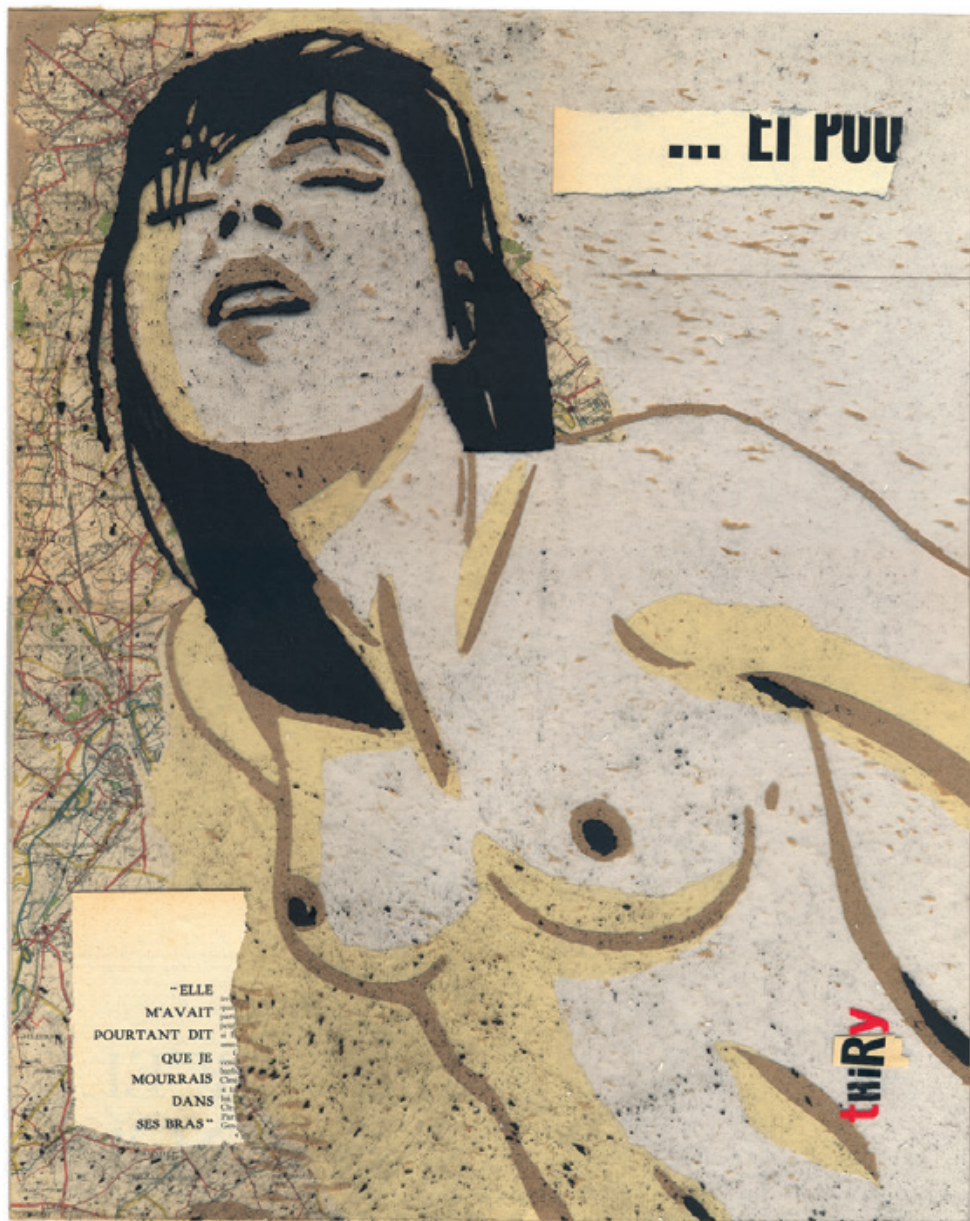


2016, BELGIUM. JAMPUR FRAIZE

Artwork specially created for this exhibition.







2016, BELGIUM. FRÉDÉRIC THIRY

LEFT PAGE

2016, BELGIUM. COLLECTION JAN DE SMET
(PLAIZIER)

Right page

2016, BELGIUM. JÜRG



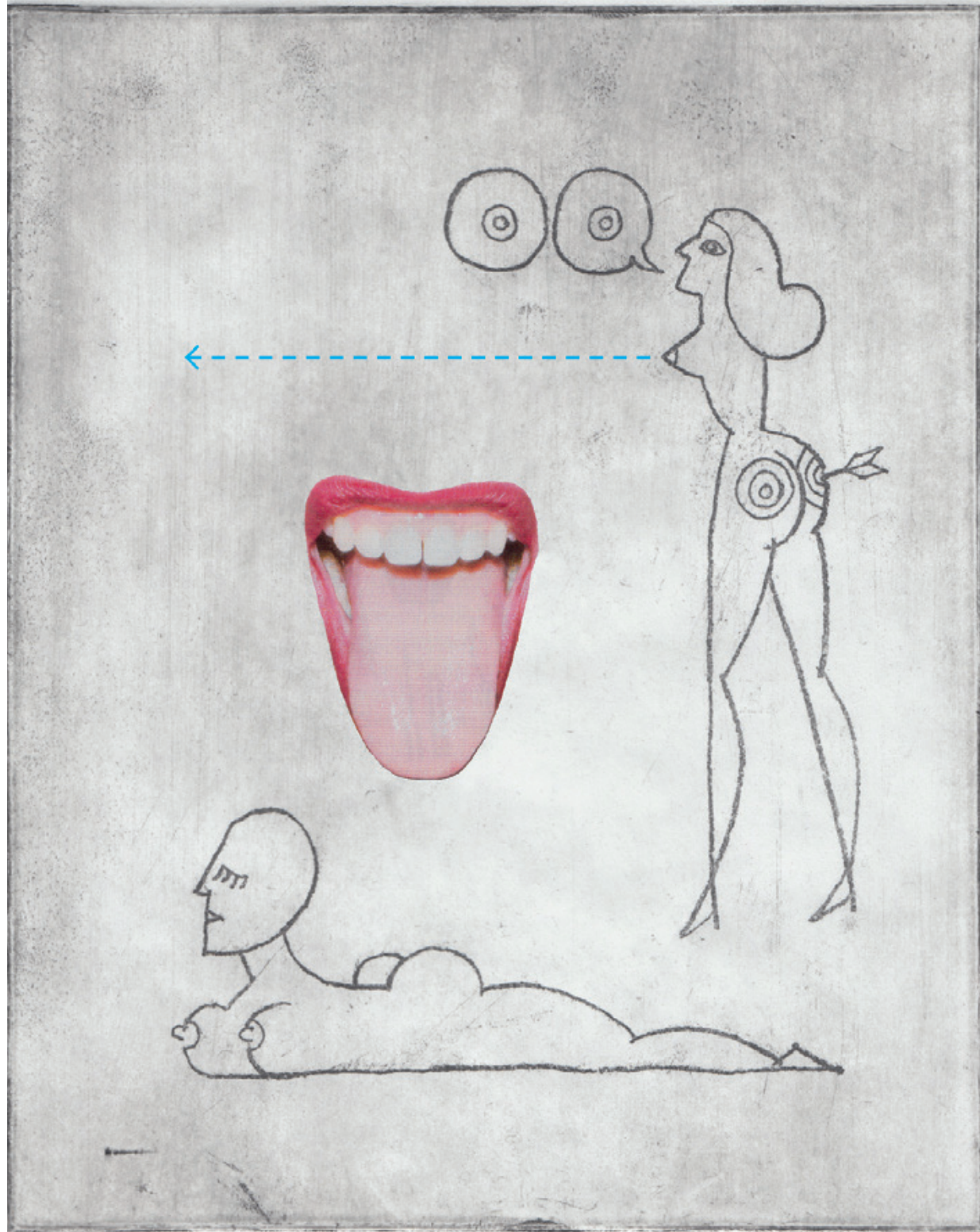
JURG







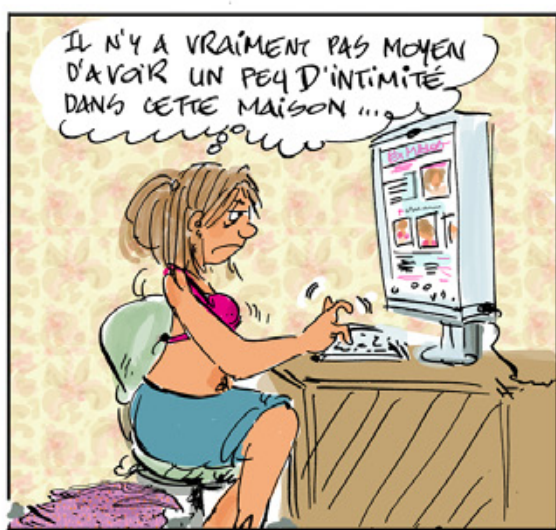
2016, BELGIUM. ELZO DURT



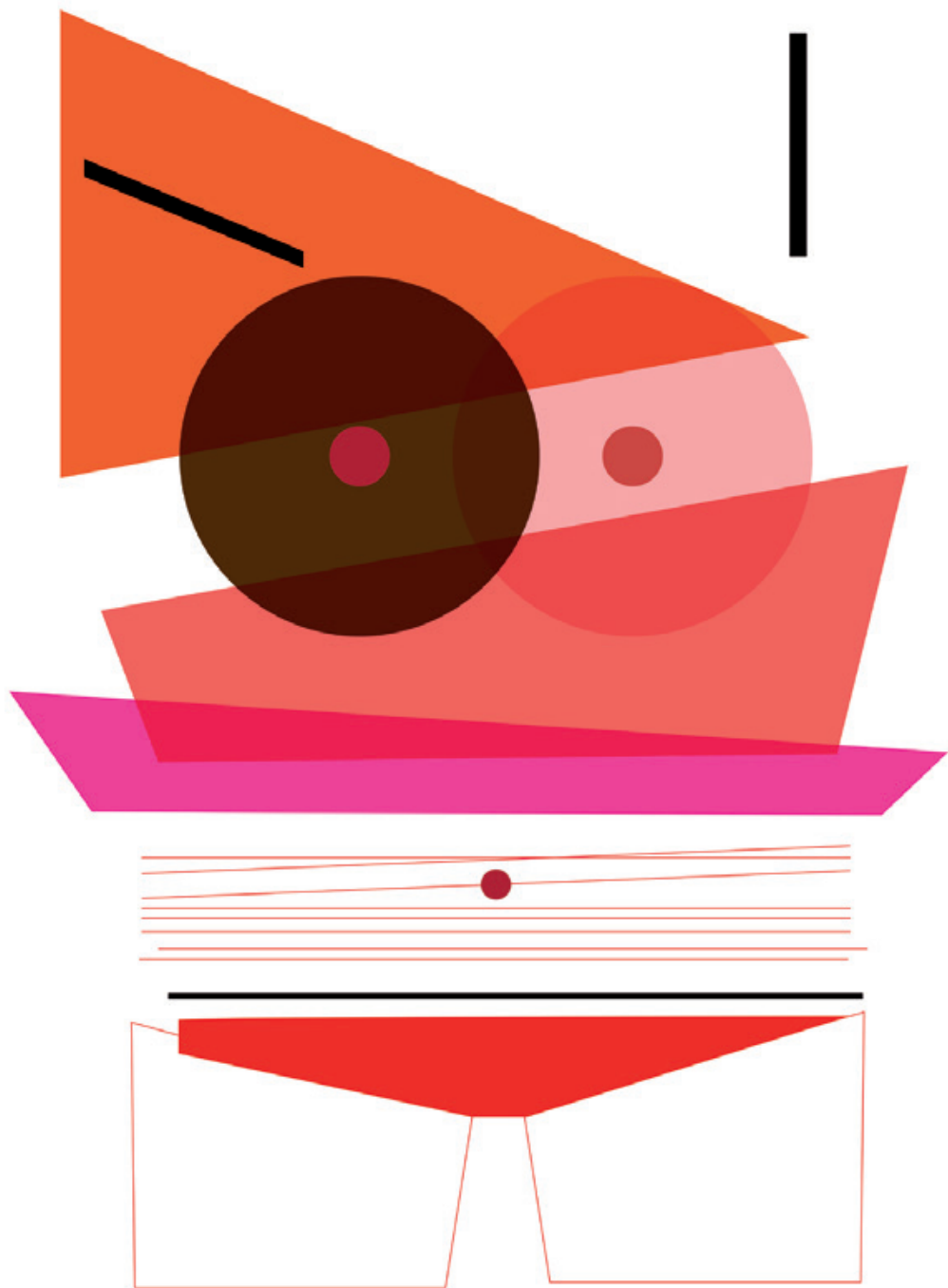
2016, BELGIUM. ALINE BAUDET

Artwork specially created for this exhibition.

Bimboblog...



Anne-Latherine



Left page
2016, BELGIUM.
ANNE-CATHERINE VAN SANTEN

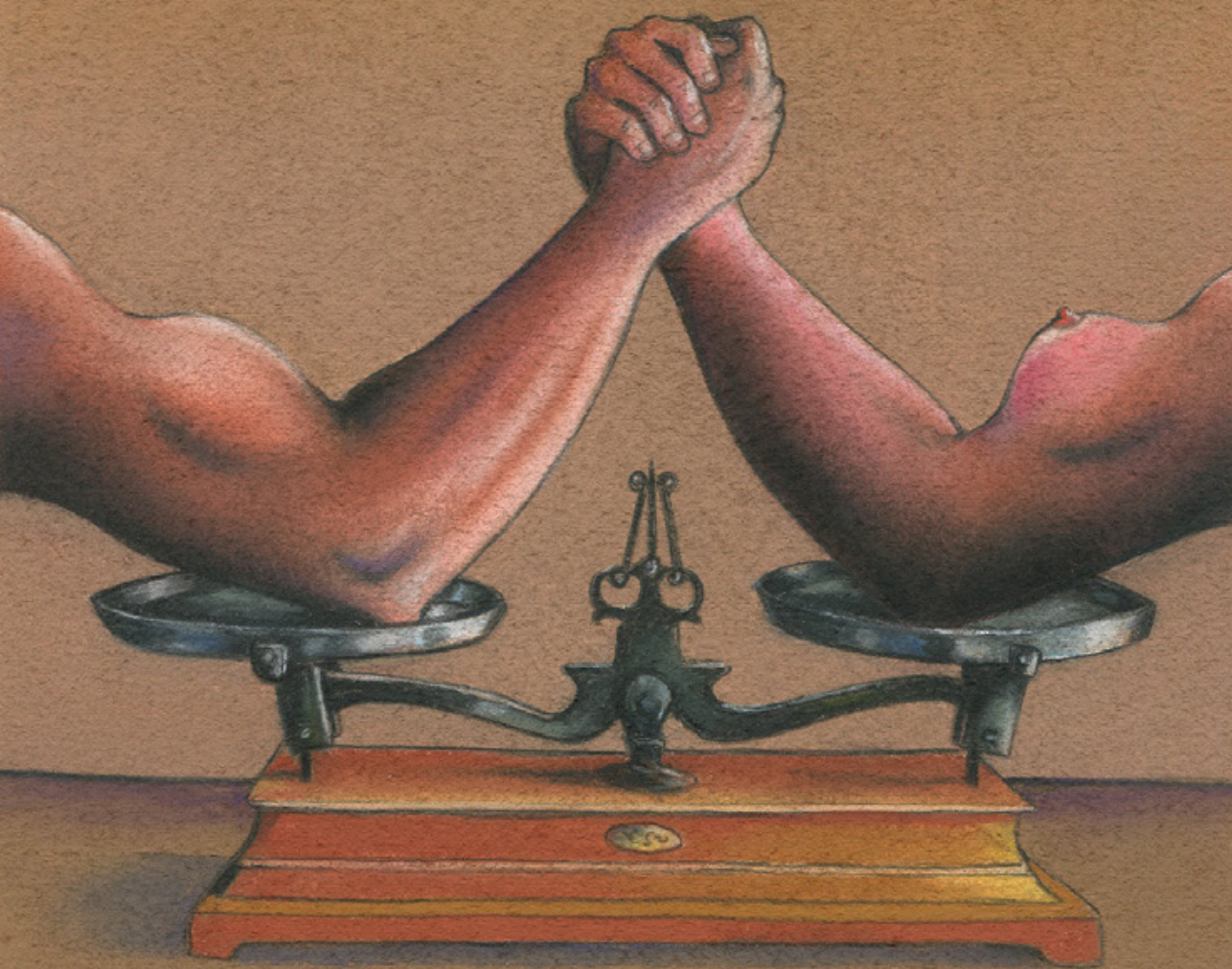
2016, BELGIUM. ANNELIES VANOOST
Artwork specially created for this exhibition.



SALUT !



2016, BELGIUM, TARTE TATIN (CAMILLE WALTER)





Left page

2016, BELGIUM. COST

Arm wrestling.

Artwork specially created for this exhibition.

2010, BELGIUM. KLAAS VERPLANKE

Illustratie voor 'Liefdesfabels' - tekst Frank Adam, Vrijdag



2016, BELGIUM. JEROEN LOS

Hide Your Daughters.



2016, BELGIUM. HU TJA LING

Artwork specially created for this exhibition.





Left page

2017, BELGIUM. ERIKA COTTELEER
Artwork specially created for this exhibition.

2017, BELGIUM. FRANK ROGER
MAMMOCALYPSE
Artwork specially created for this exhibition.



2017, BELGIUM. JAN BOSSCHAERT

- Est-ce que cela ferait une différence.
- Zou het een verschil maken.



Right page

2017, NETHERLANDS. MARENTHE OTTEN

Artwork specially created for this exhibition.







Left page

2017, BELGIUM. MANDY BEKAERT

Artwork specially created for this exhibition.

2017, BELGIUM. MIEKE LAMIROY

Artwork specially created for this exhibition.



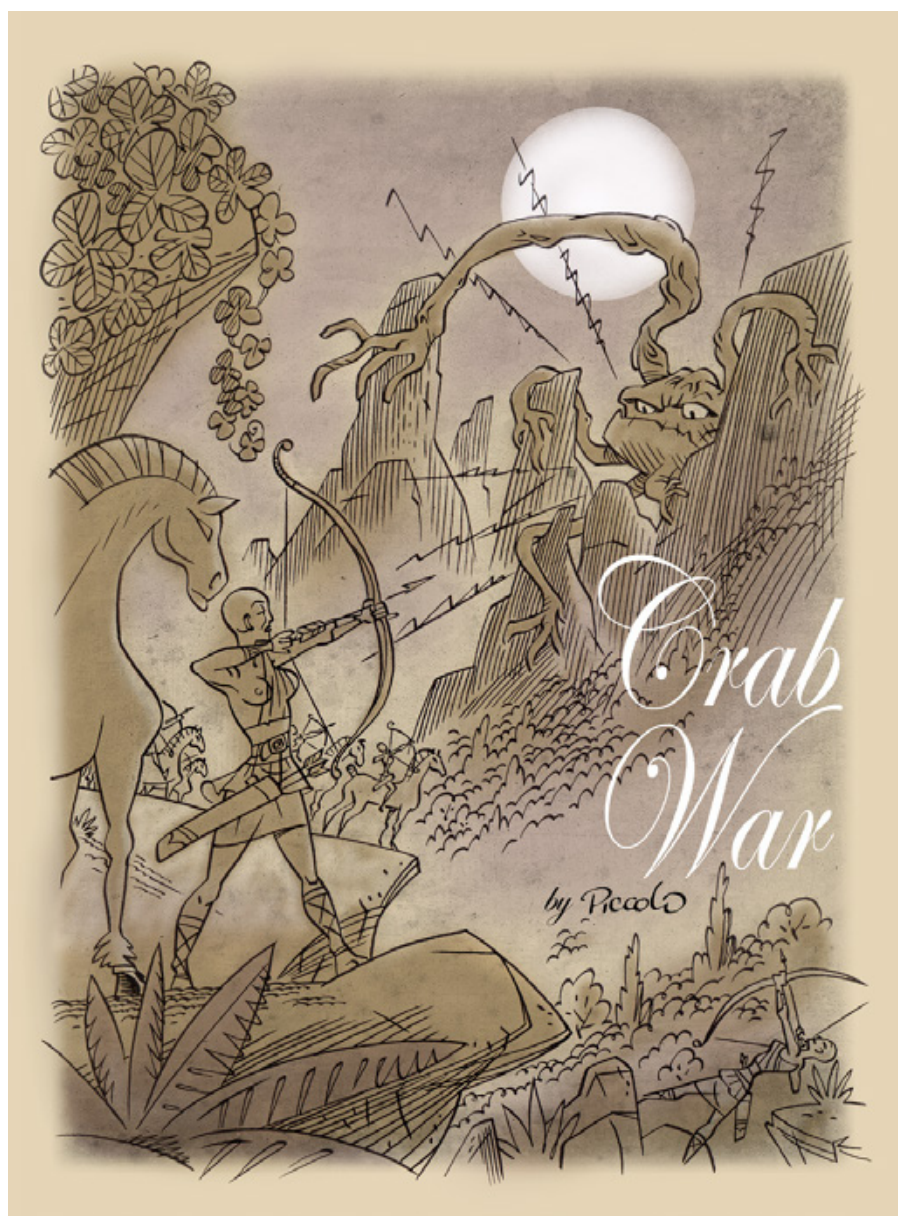
BOOBS
EXPLORATION



2012, BELGIUM. PIETER VAN EENOGE

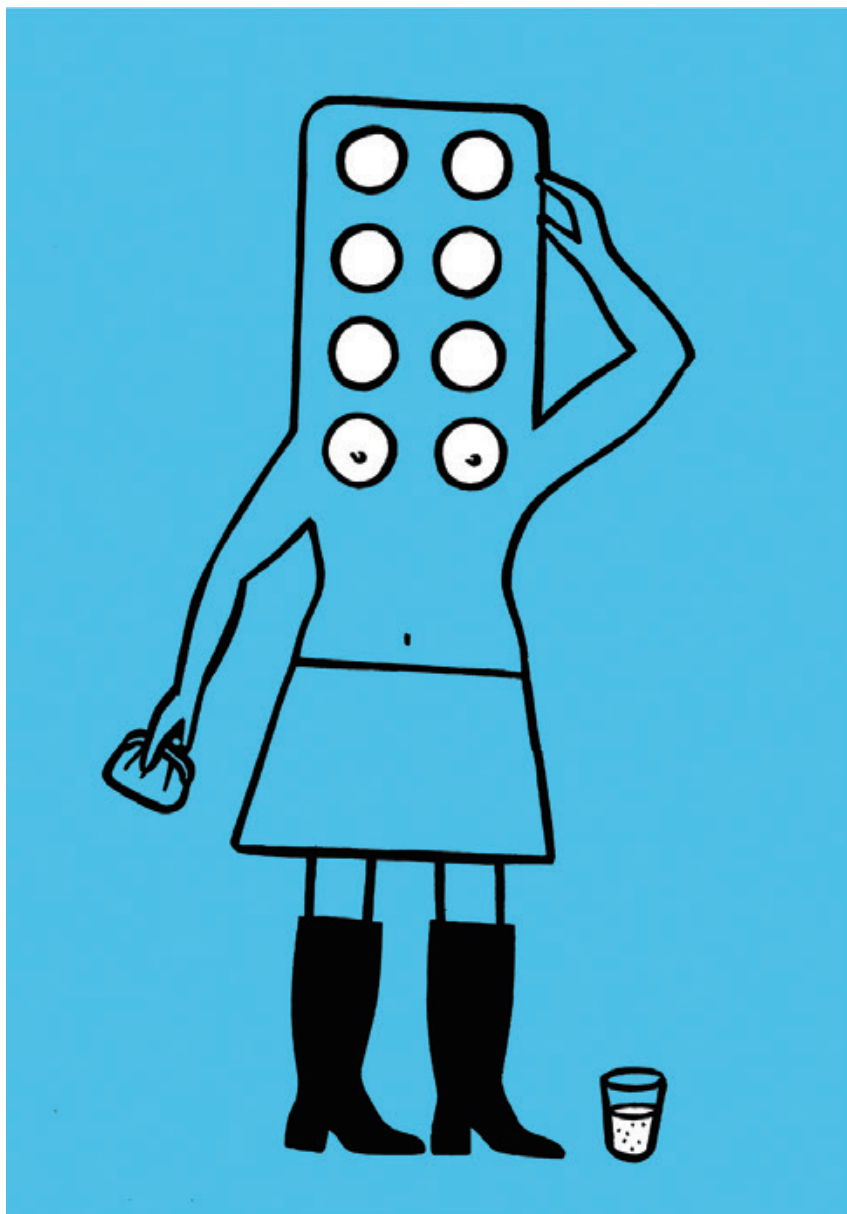
Left page

2017, BELGIUM. PAF DESIGN



2017, FRANCE. PICCOLO

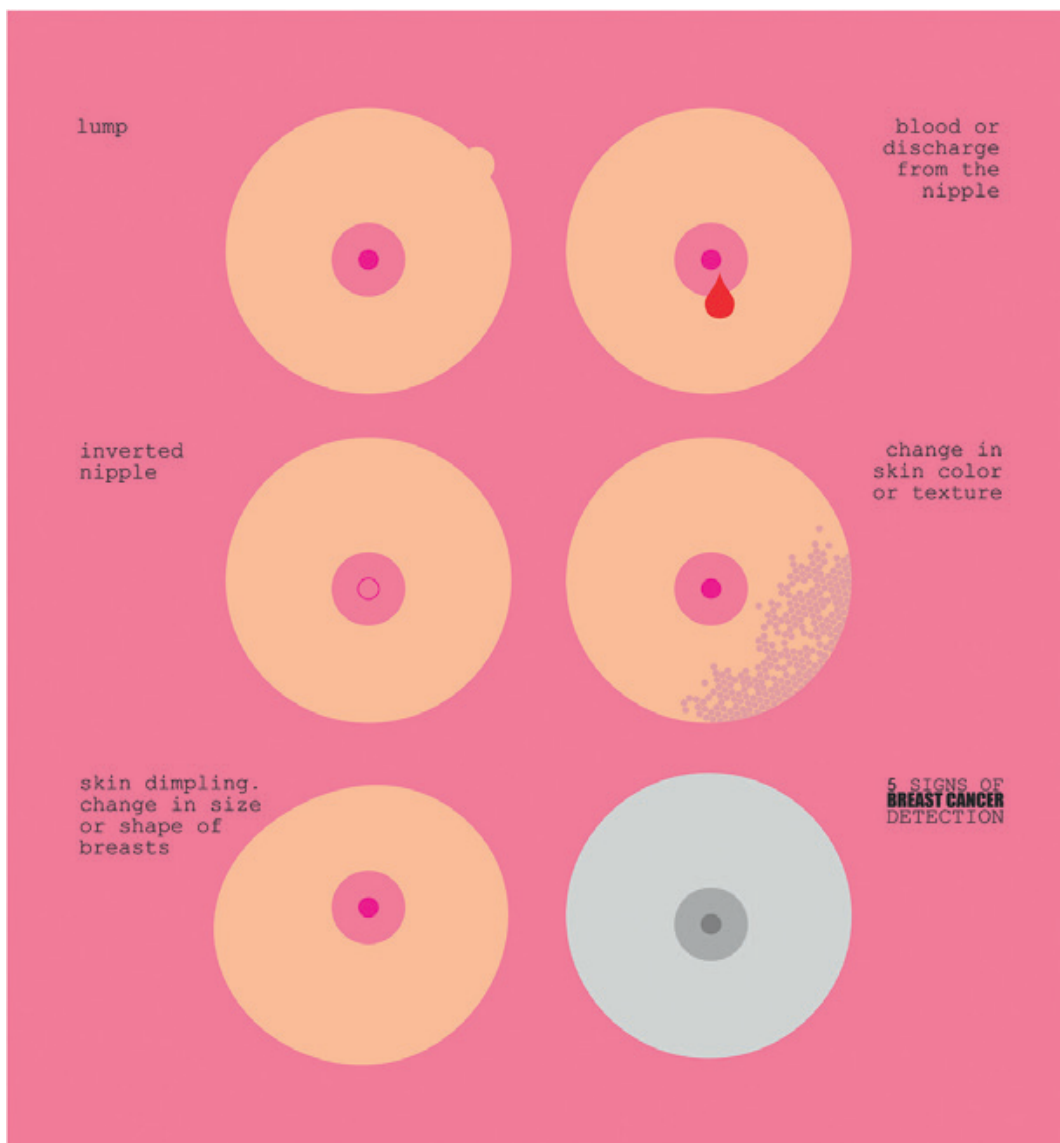
Artwork specially created for this exhibition.



2017, NETHERLANDS. TERESA SDRALEVICH

Artwork specially created for this exhibition.





2013, CANADA. RUCHI KAUR
THE 5 SIGNS OF BREAST CANCER DETECTION

Many women are alive in this world today because they are Breast Aware & their cancer was detected and treated at an early stage. Women health is my concern and through this project I wish to contribute towards it. October month of every year is observed as Breast Cancer Awareness Month. While we drink beer & rejoice to Oktoberfest, a day out for Breast Cancer Awareness won't cost much. Think about it.

Left page

2017, BELGIUM. TRIK



2016, BELGIUM,
DONATIENNE T'SERSTEVENS
«LA THERAPIE DE L'ANGE»

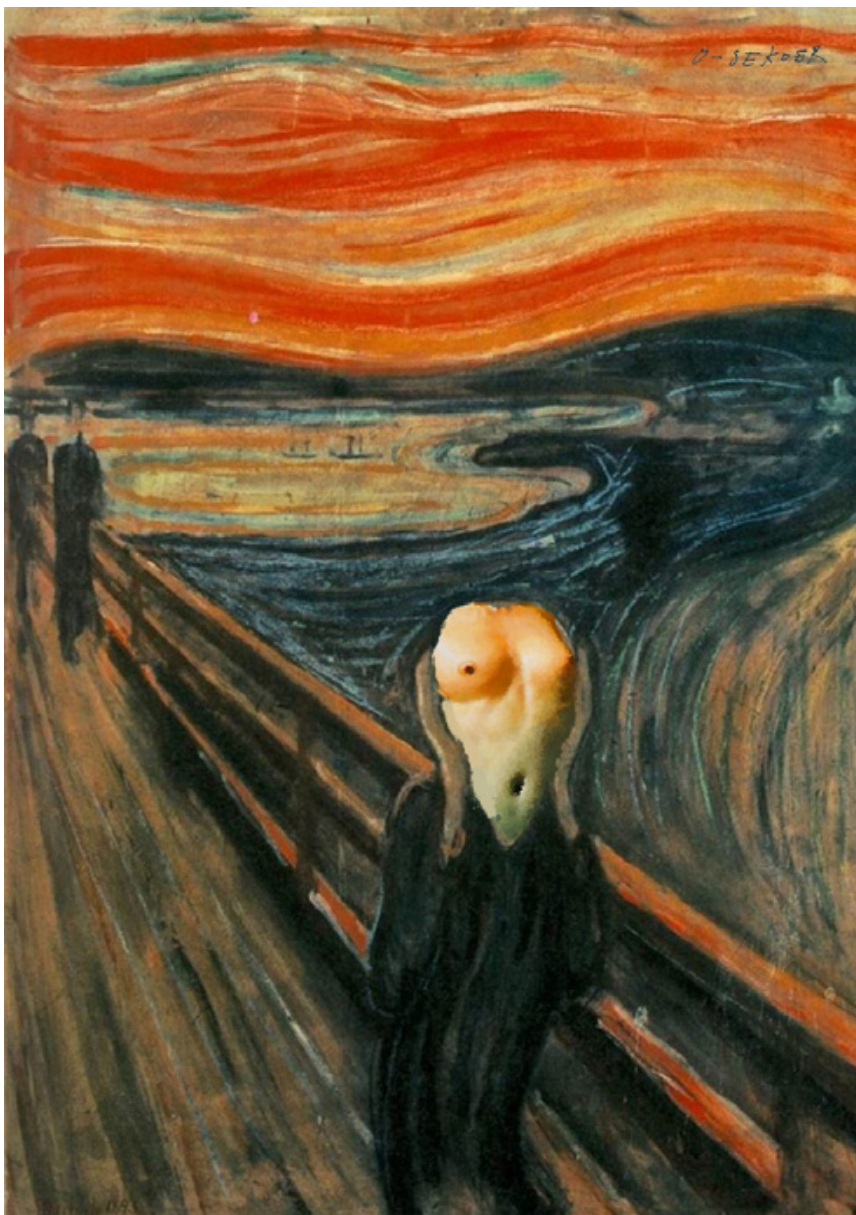
2016, BELGIË,
DONATIENNE T'SERSTEVENS
«DE THERAPIE VAN DE ENGEL»





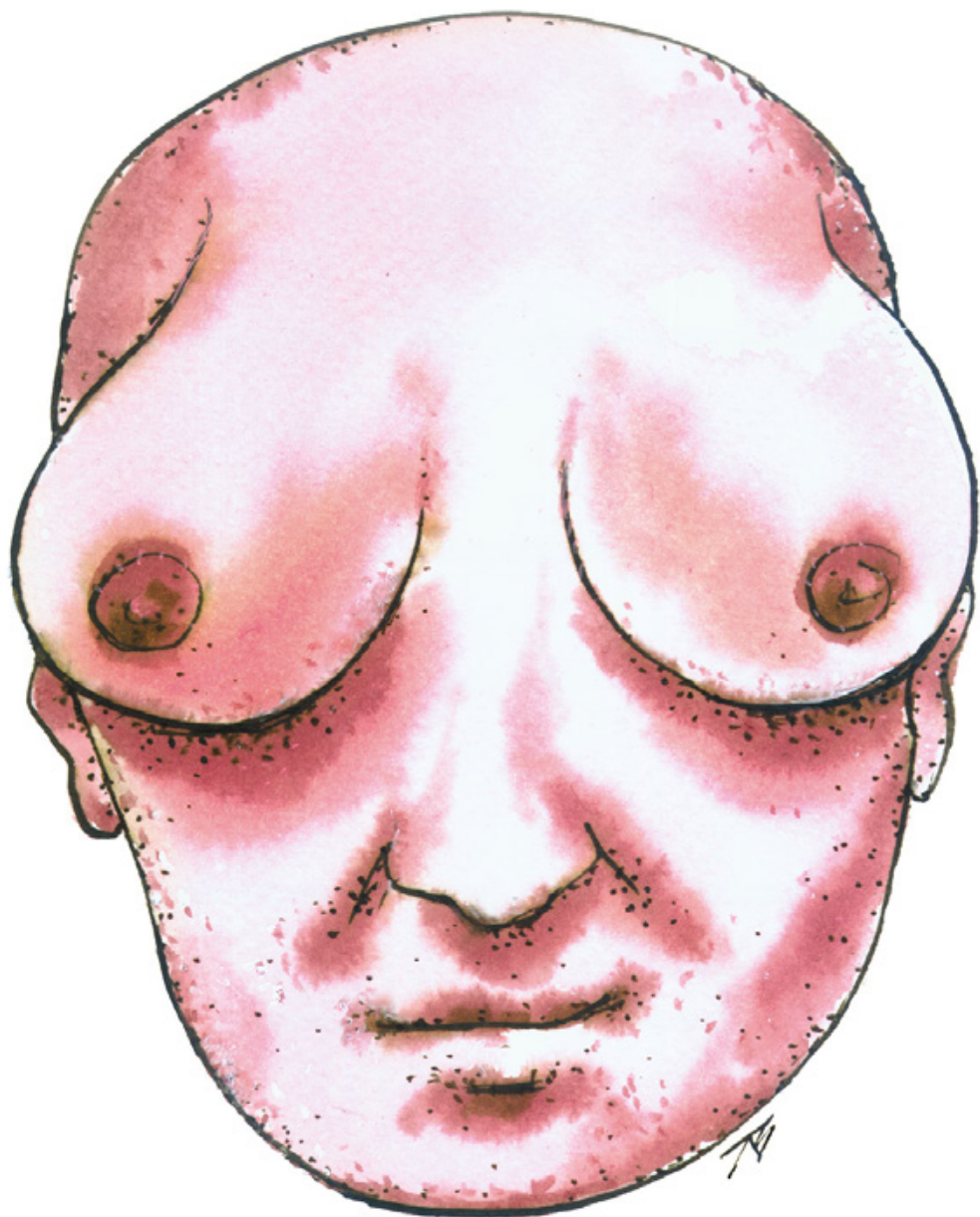
2013, BELGIUM. LUC VERNIMMEN
PUZZLING

Published in his book *Cartoons without words* 2014

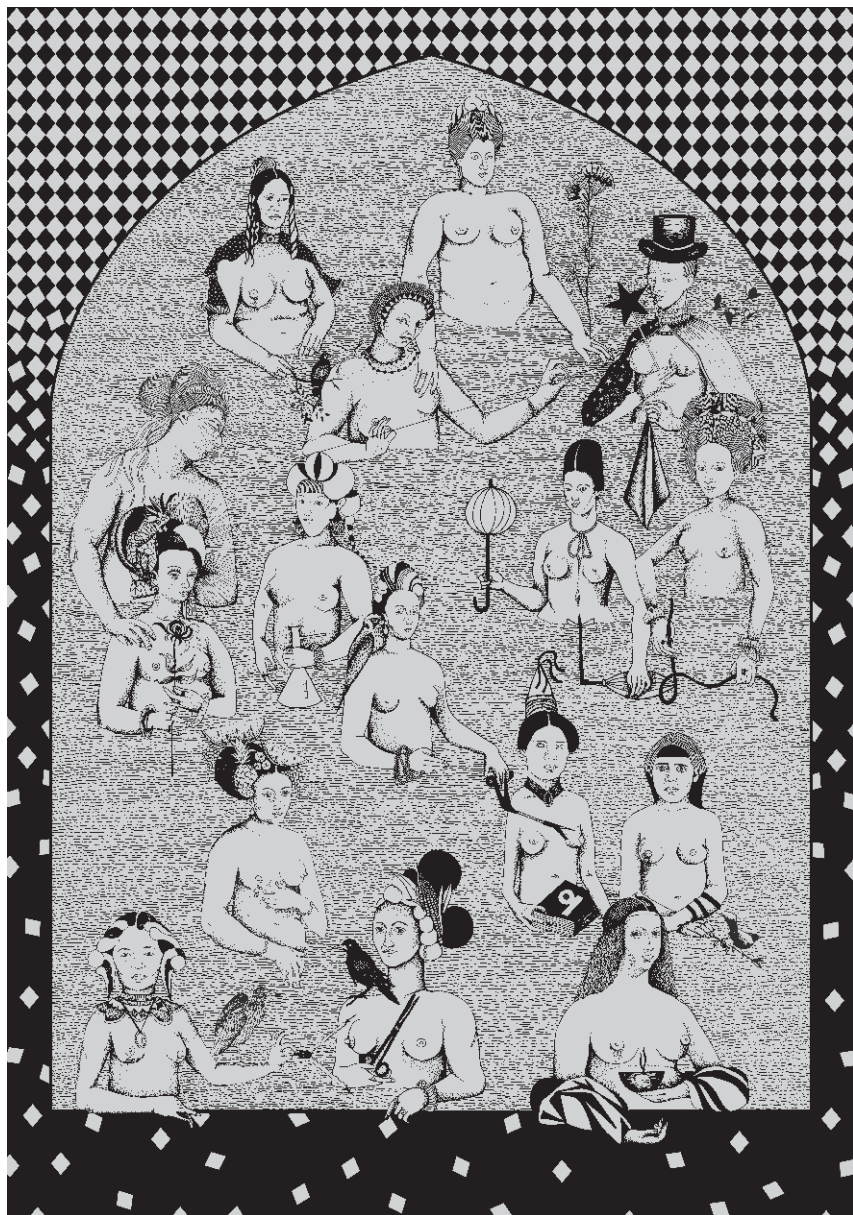


2016, BELGIUM. LUC DESCHEEMAEKER
BORSTEN

Made for the exhibition

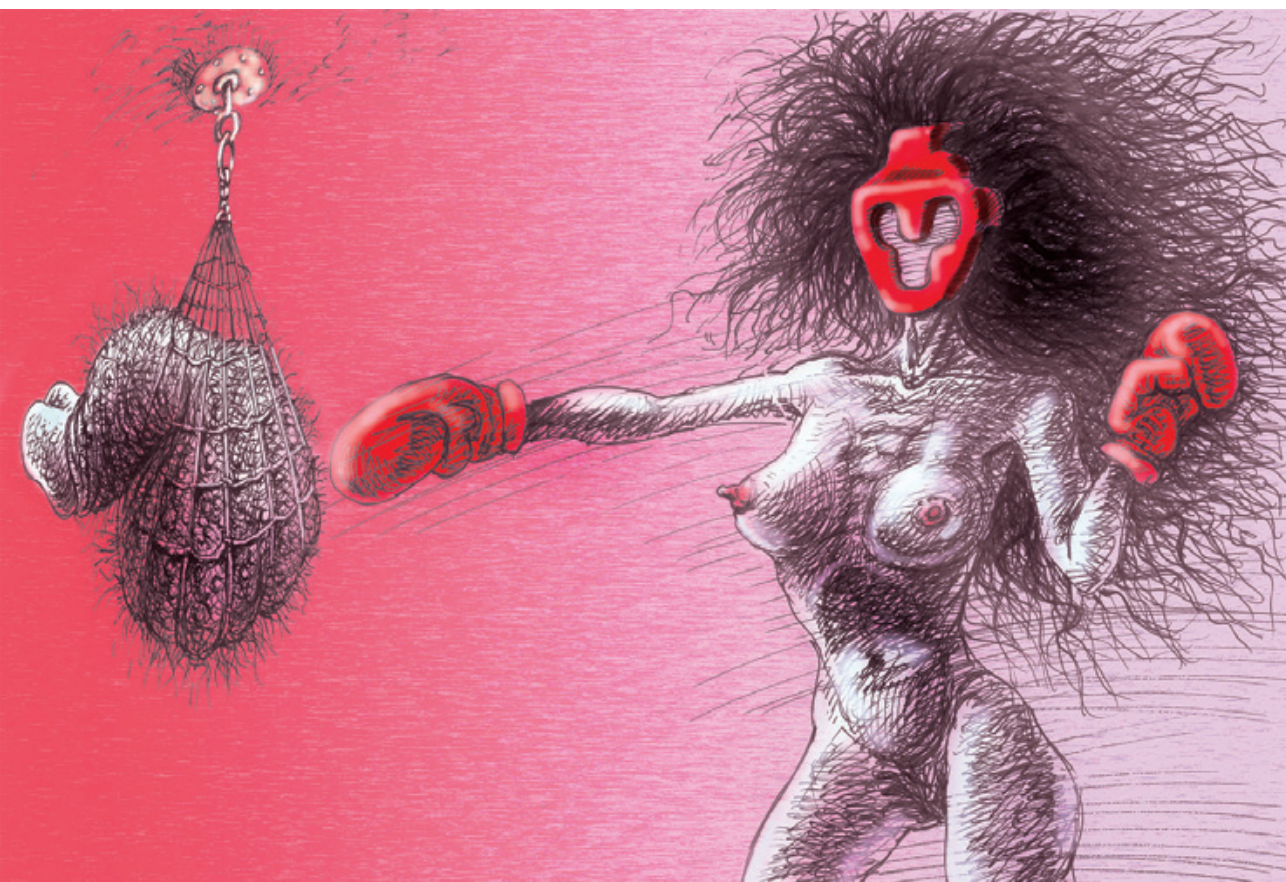


SERBIA. JUGOSLAV VLAHOVIC
BOOBS EYES



2017, SPAIN. GABRIELA SANCHEZ Y SANCHEZ DE LA BARQUERA

Artwork specially created for this exhibition.



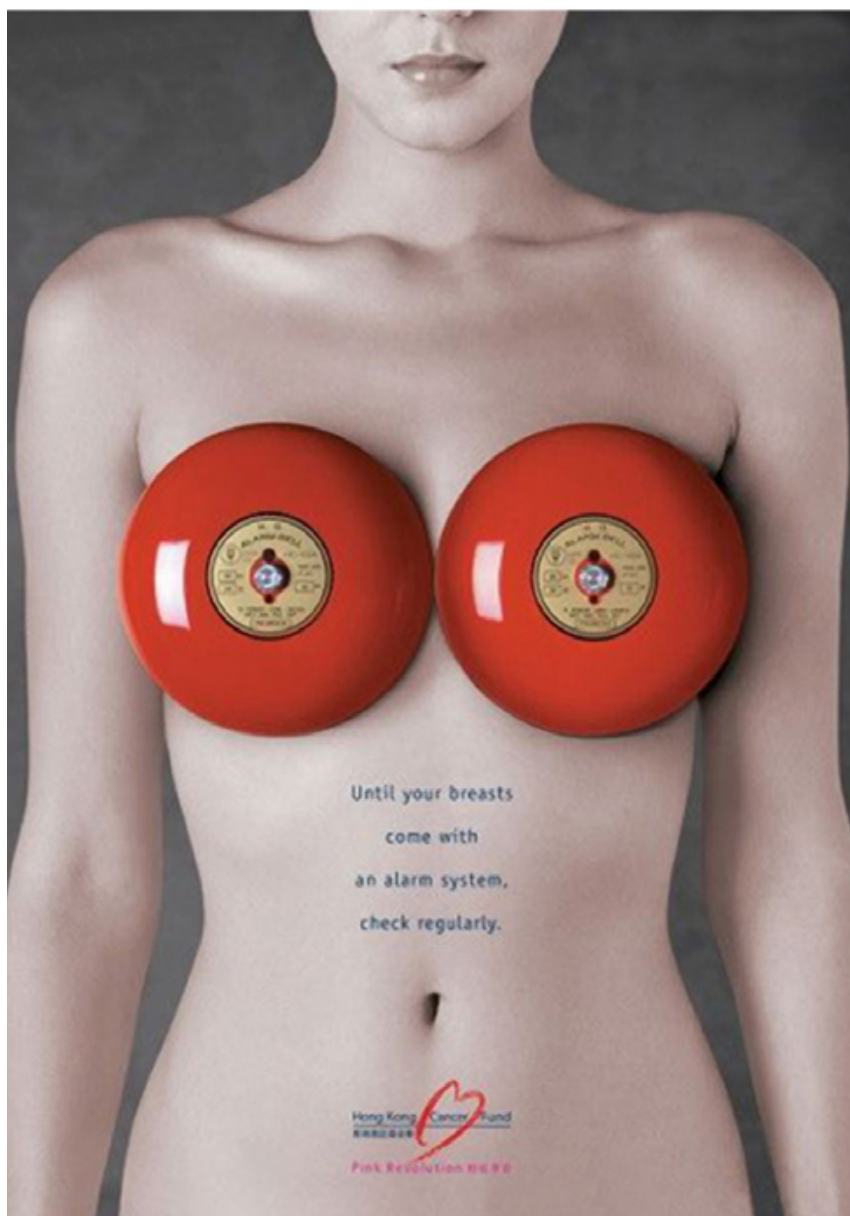
2008, RUSSIA. ZLATKOVSKY
PUNCHING BALL



2016, BELGIUM. LODE DEVROE

Artwork specially created for this exhibition.

Prevention campaigns



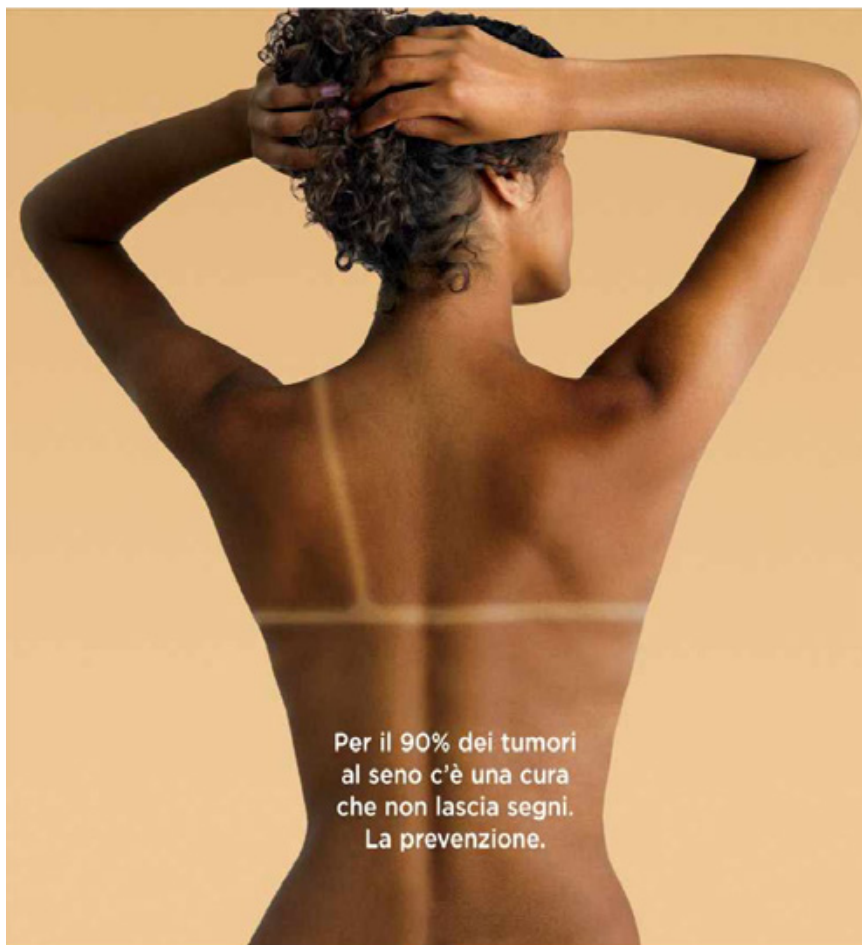
CHINA HONG KONG.
ALARM SYSTEM CAMPAIGN

Campaign for the Hong Kong Cancer Fund début.
des années 2000.



DENMARK.
KOHBERG BREAD SUPPORTS. THE DANISH CANCER
SOCIETY

Kohberg, the largest manufacturer of bread in Denmark,
is the proud sponsor of The Danish Cancer Society in
their big annual event to fight breast cancer.
Advertising Agency: Envision



Per il 90% dei tumori
al seno c'è una cura
che non lascia segni.
La prevenzione.

Dai il tuo contributo per sostenere la lotta ai tumori del seno.
L'offerta può essere versata sul c/c postale n. 85950038
intestato alla Komen Italia onlus.

komen
ITALIA ONLUS
PER LA LOTTA AI TUMORI DEL SENO

ITALY.

FOR 90% : A CURE THAT LEAVES NO MARKS

Komen Italia onlus (non-profit Organization) commissioned this ad encouraging readers to donate funds for prevention. The text says: "For ninety percent of breast cancer there is a cure that leaves no marks. Prevention. Contribute to the fight against breast cancer."



THIS IS AN UNUSUALLY LONG HEADLINE FOR AN ADVERTISEMENT. WE HAVE GOOD REASON THOUGH. BY THE TIME YOU'VE READ FROM THE FIRST WORD TO THE LAST, INCLUDING HOW YOU'RE TRYING TO SCAN TO THE LAST WORD RIGHT NOW, A NEW CASE OF BREAST CANCER WILL BE DIAGNOSED EVERY 29 SECONDS. SAY IT TAKES YOU LONGER TO READ THIS ADVERTISEMENT – A WOMAN DIES FROM BREAST CANCER EVERY 75 SECONDS. YOU KNOW WHAT'S CRAZY SAD? 7 OUT OF 10 WOMEN ARE NOT AWARE OF THEIR BREAST RECONSTRUCTION OPTIONS FOLLOWING A BREAST RECONSTRUCTION AFTER CANCER. AS WE SAID, BY THE TIME YOU GET TO THE LAST WORD OF THIS ADVERTISEMENT, YOU WILL HAVE A BETTER IDEA OF HOW BREAST CANCER IMPACTS YOU OR SOMEONE YOU LOVE.

UNITED KINGDOM.
VERY LONG HEADLINE ABOUT BREAST CANCER

This advertisement gives the most eloquent description of how things are for a breast cancer victim and the statement is written in a bold, elongated font, in the shape of a women's undergarment, giving off a strong message related to female health.



**If only
you checked
your breasts
as often.**

Not checking status updates won't hurt you. But breast cancer can, and might even kill you. In the time you spend online, you can easily do a breast self-examination instead. Learn how to perform one at bcf.org.sg

Please appeal to Facebook to use this logo during Breast Cancer Awareness Month at bit.ly/LogosAgainstCancer



**If only
you checked
your breasts
as often.**

Missing your friends' latest messages isn't the end of the world. But for many women, breast cancer is. In the time you spend online, you can easily do a breast self-examination instead. Learn how to perform one at bcf.org.sg

Please appeal to Twitter to use this logo during Breast Cancer Awareness Month at bit.ly/LogosAgainstCancer



**If only
you checked
your breasts
as often.**

Checking your photos for likes isn't a matter of life and death, but breast cancer often is. In the time you spend online, you can easily do a breast self-examination instead. Learn how to perform one at bcf.org.sg

Please appeal to Instagram to use this logo during Breast Cancer Awareness Month at bit.ly/LogosAgainstCancer





Unfortunately we can't test everything for you.

► Check your breasts for breast cancer once a month. For your safety's sake.



Mercedes-Benz

Left page

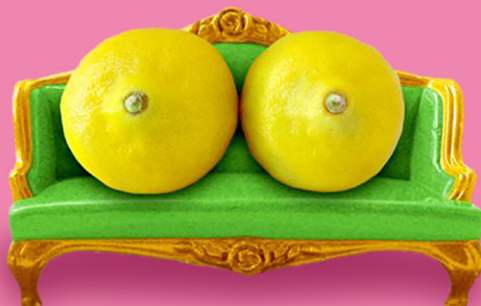
MALAYSIA.
IF ONLY YOU CHECKED YOUR BREASTS
AS OFTEN

Advertising Agency: DDB Singapore.

THE NETHERLANDS.
MERCEDES CAMPAIGN

Advertising Agency: FHV BBDO, Amsterdam,
The Netherlands.

know your lemons
sit down and feel around



It only takes a minute to check for a bad seed.

worldwide
breast cancer



UNITED STATES. KNOW YOUR LEMONS

Worldwide Breast Cancer encourages the free usage of their cheeky and informative leaflets, slideshows, posters, and more to get more women performing breast exams more often. It really does pay to know your lemons!

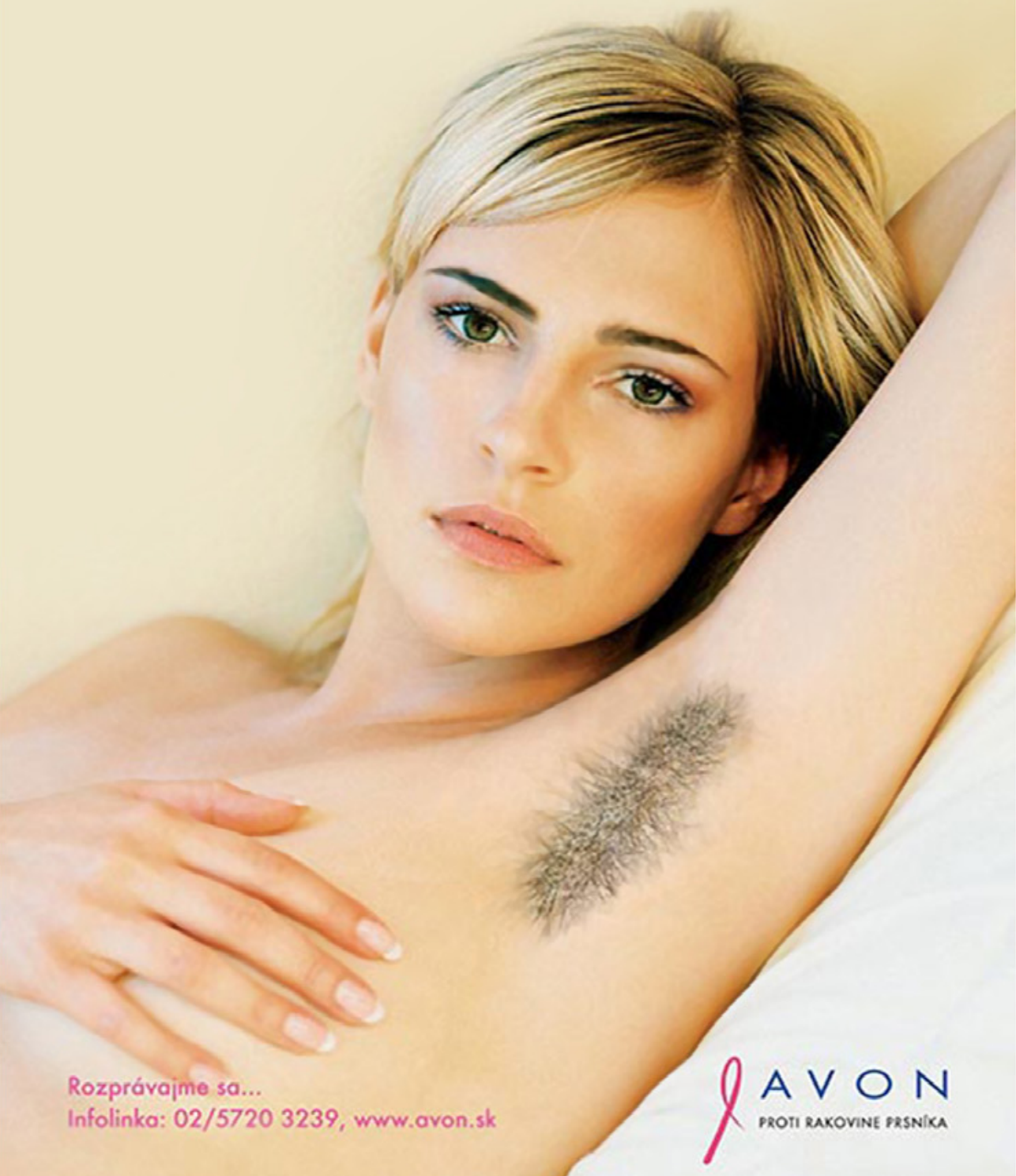
Right page

WORLDWIDE. AVON BREST CANCER CRUSADE

A woman reclines with one arm raised, one hand covering the breast closest to the camera. The woman clearly has paid attention to her appearance. Her hair is bleached. Her eyebrows are shaped. But her hairy armpit is exposed. "Not everything that grows is visible. Regular self examining of your breasts can save your life."

Not everything that grows is visible

Regular self-examining of your breasts
can save your life



Rozprávajme sa...

Infolinka: 02/5720 3239, www.avon.sk

 **AVON**
PROTI RAKOVINE PRŤNÍKA



IT'S NO SECRET

SOCIETY IS OBSESSED WITH BREASTS

BUT WHAT ARE
WE DOING ABOUT
BREAST CANCER?

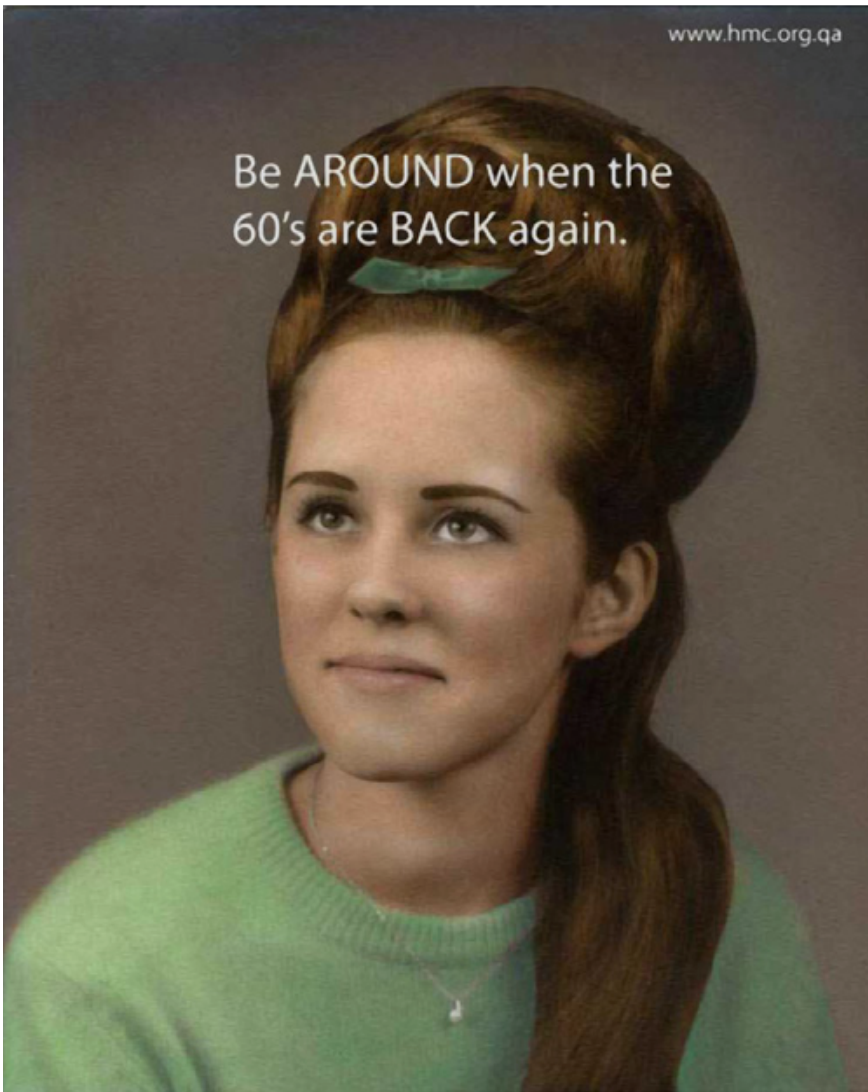
USA. ADVERTISING REJECTED

Le Breast Cancer Fund - USA a refusé cette annonce conçue par Viacom, considérant que la cicatrice d'une mastectomie pouvait choquer le public. Le message militait pour la bonne cause. Le visuel reprend les codes de la lingerie féminine, en les détournant. Et on comprend que l'annonce dérange les marques détournées. Certains ont regretté l'interdiction de cette campagne.

VS. ADVERTENTIE GEWEIGERD

Het Breast Cancer Fund - VS - weigerde deze advertentie uitgegeven door Viacom omdat ze "bang was dat de littekens van een borstamputatie te schokkend zouden zijn voor het publiek." De tekst roept op om aandacht te besteden aan borstkanker. De foto van een vrouw in lingerie gaat volledig in tegen het traditionele beeld dat we hebben. Het is te begrijpen dat de advertentie bepaalde merken tegen de borst stuit. Anderen vonden het dan weer jammer dat de campagne verboden werd.

Be AROUND when the
60's are BACK again.



Mammograms let you live longer.



HAMAD MEDICAL CORPORATION

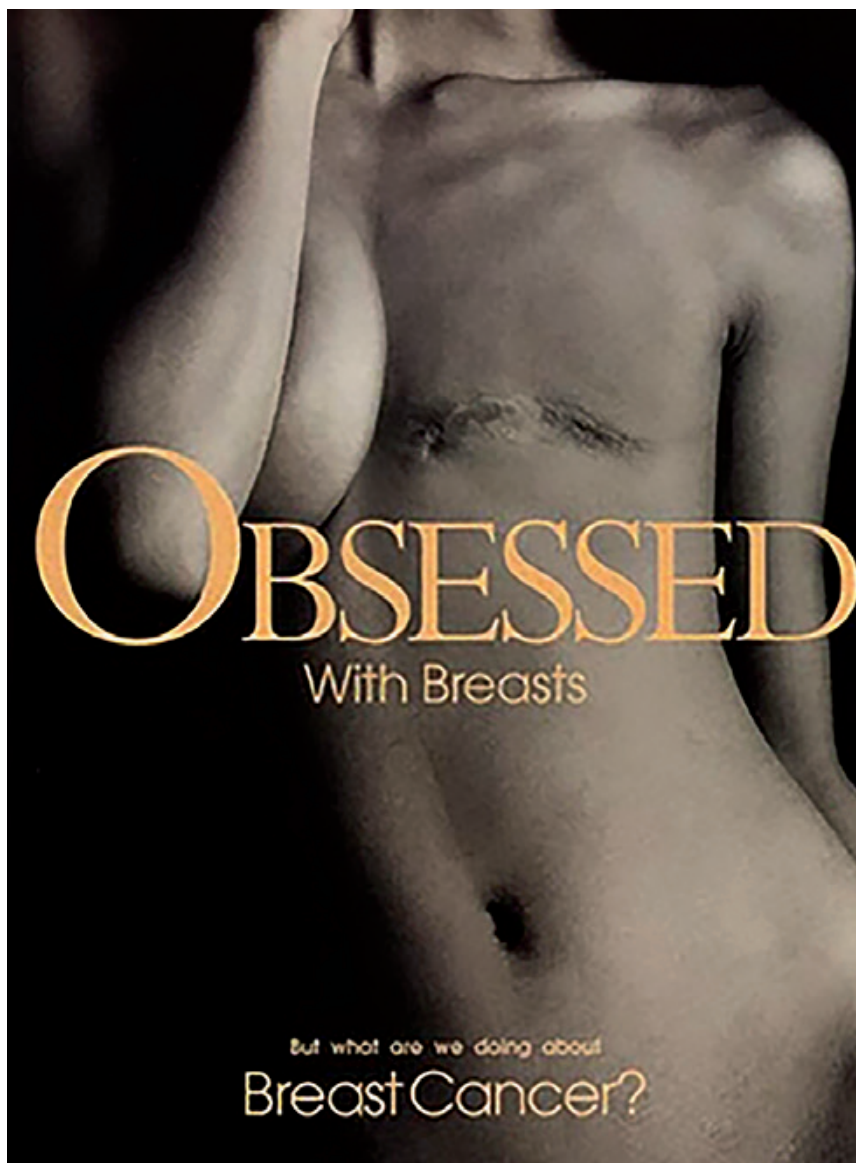


2009, QATAR.
HMC BREAST CANCER AD

Soyez encore là quand les sixties seront de retour.
La mammographie vous fait une longue vie.

2009, QATAR.
HMC BORSTKANKERADVERTENTIE

Zorg dat je er nog bent wanneer de sixties er weer
zijn. Een mammografie geeft je een lang leven.

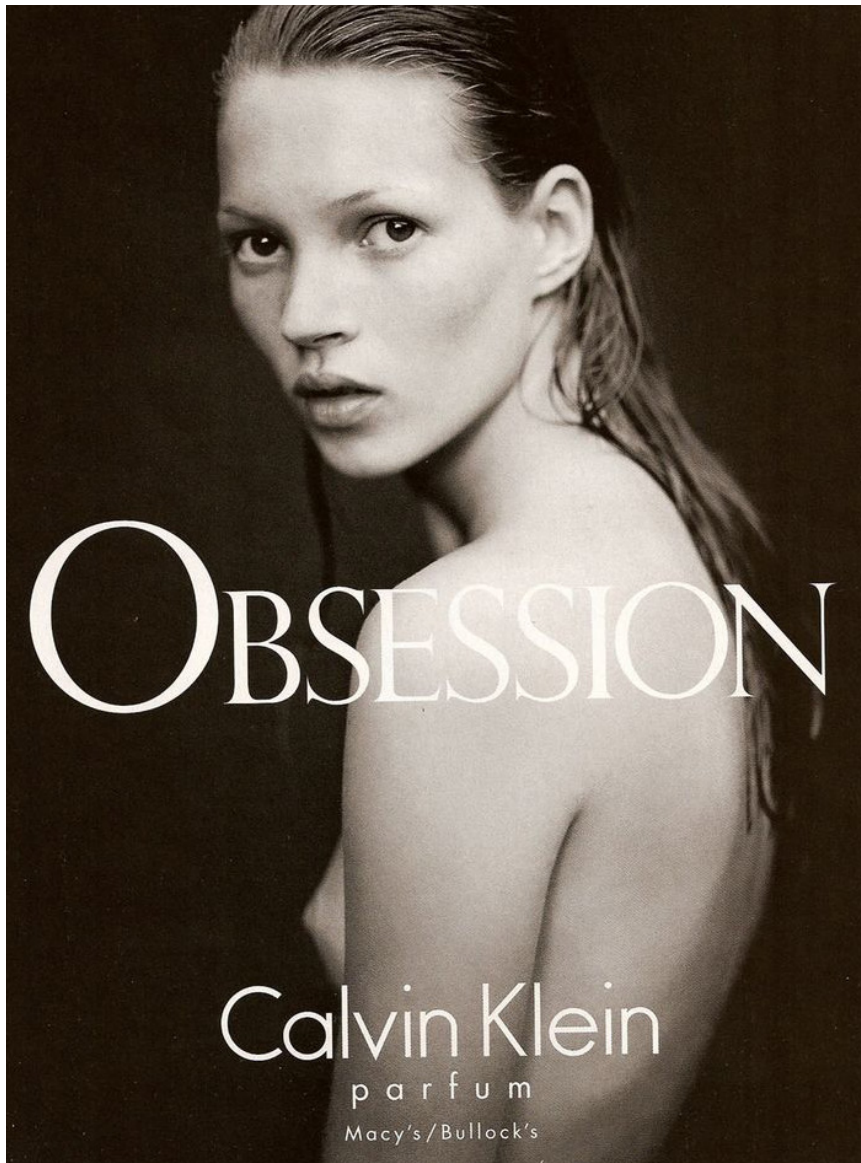


2000, UNITED STATES.
CAMPAGNE OBSESSED VS OBSESSION

"Obsessed with Breasts", la campagne « historique » du Breast Cancer Fund largement controversée l'année de sa sortie. Une femme ayant subi une mastectomie dans une scène et avec une typographie rappelant la publicité pour le parfum Obsession de Calvin Klein réalisée 7 ans plus tôt et incarnée par Kate Moss la « baby face supermodel » de l'époque. Cette campagne fut d'abord affichée dans les abribus de la baie de San Francisco, où le taux de cancer du sein était l'un des plus élevés au monde. Photo de gauche : Breast Cancer Fund. Photo de droite : Mario Sorrenti.

2000, UNITED STATES.
CAMPAGNE GEOBSEDEERD VS. OBSESSIE

Historische campagne van het Breast Cancer Fund dat in die periode heel wat stof deed opwaaien. Een afbeelding van een vrouw die een borstamputatie had ondergaan met een boodschap die verwees naar de reclame voor het parfum Obsession van Calvin Klein, zeven jaar eerder gelanceerd met de Britse Kate Moss, het 'baby face supermodel'. De campagne werd eerst gelanceerd in San Francisco waar het borstkankercijfer een van de hoogste ter wereld is. Foto links: Breast Cancer Fund. Foto rechts: Mario Sorrenti.



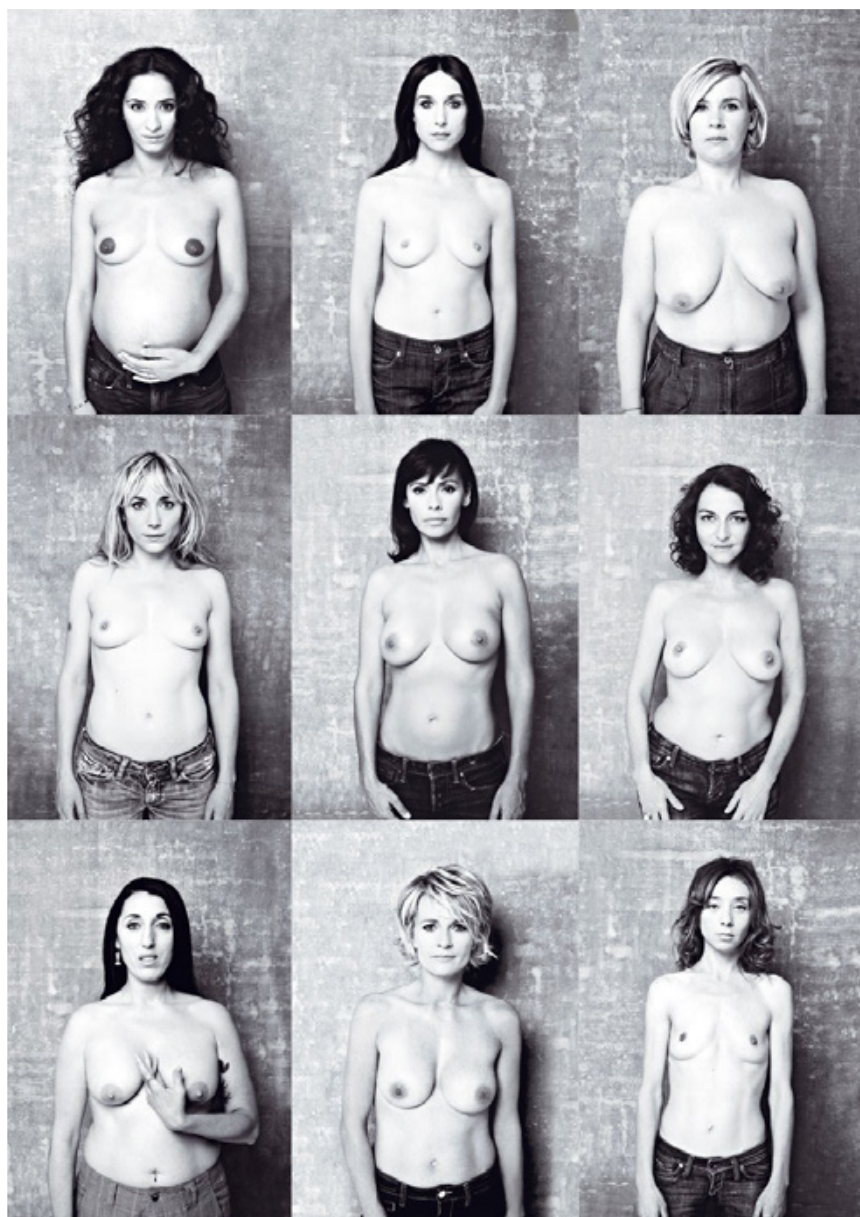


2009, FRANCE. MAGAZINE MARIE CLAIRE

La campagne « historique » de Marie Claire : Estelle Lefébure, Julie Depardieu, Elsa Zilberstein, Mathilda May et 6 autres stars enlèvent le haut pour sensibiliser les françaises à la mammographie, examen utile au dépistage. «En montrant mes seins, j'ai protégé ma vie. Comme moi, passez une mammographie», a déclaré l'ex de David Hallyday. Photo, Marie Claire.

2009, FRANCE. MAGAZINE MARIE CLAIRE

De 'historische' campagne van Marie Claire: Estelle Lefébure, Julie Depardieu, Elsa Zilberstein, Mathilda May en 6 andere sterren poseren zonder beha om de Franse vrouwen aan te sporen een mammografie te laten nemen, een nuttig onderzoek om borstkanker tijdig op te sporen. "Door mijn borsten te tonen, heb ik mij leven gered. Volg mijn voorbeeld en laat een mammografie maken", vertelt de ex van David Hallyday. Foto, Marie Claire.





2009, CANADA.
THE WORLD NEEDS WOMEN

A partir de la naissance de Vénus de Botticelli, une vision navrante de ce que serait l'art dans un monde sans femme. Le BC Cancer Agency couvre l'entière du spectre des soins depuis la prévention, le diagnostic et la prévention jusqu'à la réhabilitation. BC Cancer Agency, Vancouver British Columbia. The BC Cancer Agency covers the entire spectrum of cancer care, from prevention and screening to diagnosis, treatment and rehabilitation. Vancouver British Columbia.

2009, CANADA.
DE WERELD HEEFT VROUWEN NODIG

Vanaf de geboorte van de Venus van Botticelli, een aangrijpende kijk op wat de kunst zou zijn in een wereld zonder vrouwen. Het BC Cancer Agency biedt alles aan rond de behandeling van borstkanker, van de preventie en de diagnose tot het herstel. BC Cancer Agency, Vancouver British Columbia.



2016, BELGIUM.

#20CM : RÉCOLTE DE QUEUES DE CHEVAL

Beaucoup plus suggestif qu'un sein sur facebook : des dizaines de personnalités féminines indiquent entre leurs 2 index une longueur de 20 cm. Aucun logo, juste un hashtag : #20cm. Mystère sans réponse. Aujourd'hui on sait : nous sommes dans la nouvelle campagne « Coupe d'Éclat », une action contre le cancer du sein, initiée en 2008 pendant laquelle les femmes font don de leurs cheveux. Contrairement à d'autres pistes, les 20 cm indiquent la longueur de la queue de cheval à couper.

2016, BELGIUM.

#20CM: PAARDENSTAARTEN INZAMELEN

Veel suggestiever dan een borst op Facebook: tientallen vrouwelijke persoonlijkheden geven tussen hun twee wijsvingers een lengte van 20 cm aan. Zonder logo, enkel een hashtag: #20cm. Een onbeantwoord mysterie. Tot op vandaag: het is de nieuwe campagne van 'Geef om Haar', een actie tegen borstkanker, gestart in 2008, waarbij mensen hun haar doneren. In tegenstelling tot andere theorieën geeft 20 cm de lengte aan van de paardenstaart die ze laten afknippen.



2010, MOZAMBIQUE. BREAST CANCER CAMPAIGN.
ABOVE, STORM, BELOW, SHEHULK

"Nobody's immune to breast cancer. When we talk about breast cancer, there's no women or superwomen. Everybody has to do the self-examination monthly. Fight with us against the enemy and, when in doubt, talk with your doctor."

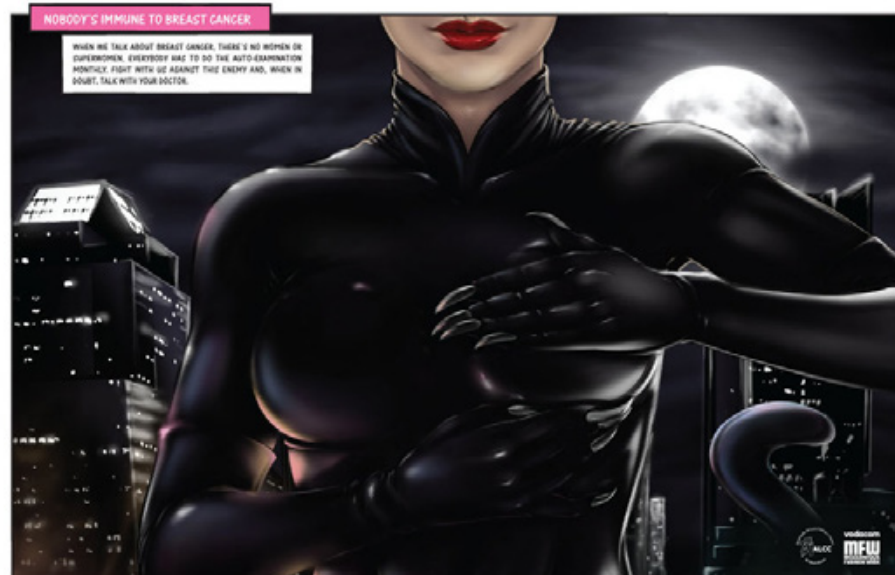
Advertising Agency: DDB, Maputo, Mozambique

Creative Directors: Anderson Lima, Zeca de Oliveira

Creatives: Sara Vale, Christiano Vendramine, Erick Vasconcelos

Illustrator: Mafsa Chaves

Media: Khida Ismael»



ABOVE, SHETHOR
BELOW, CATWOMAN

Are you obsessed
with the right things?

The difference between a pimple and
breast cancer is that of life and death.
Regular breast checks are the best way to
fight cancer. Show support for the women
in your life by purchasing a Pink Ribbon.





Page de gauche, ci-dessus et page suivante

2010, SINGAPORE.

«ETES-VOUS OBSÉDÉE PAR LES BONNES CHOSES ?»

La Breast Cancer Foundation fait passer son message avec humour. Ce petit chef-d'œuvre de body painting illustre de manière efficace le manque d'attention porté par les femmes à leur poitrine. Plutôt que de vous attarder sur vos kilos en trop, pensez à surveiller la santé de vos seins mesdames ! Photo : DDB Singapore pour la Breast Cancer Foundation

Linkerpagina, hierboven en volgende pagina

2010, SINGAPORE.

«BENT U GEOBSEDEERD DOOR WAT BELANGRIJK IS?»

Deze bodypainting toont hoe weinig aandacht vrouwen aan hun borsten besteden. Sta niet zozeer stil bij dat kilootje te veel, denk eerder aan de gezondheid van uw borsten dames!" Foto: DDB Singapore voor de Breast Cancer Foundation. Geschilderd door Andy Yang Soo. Foto door Allan Ng.

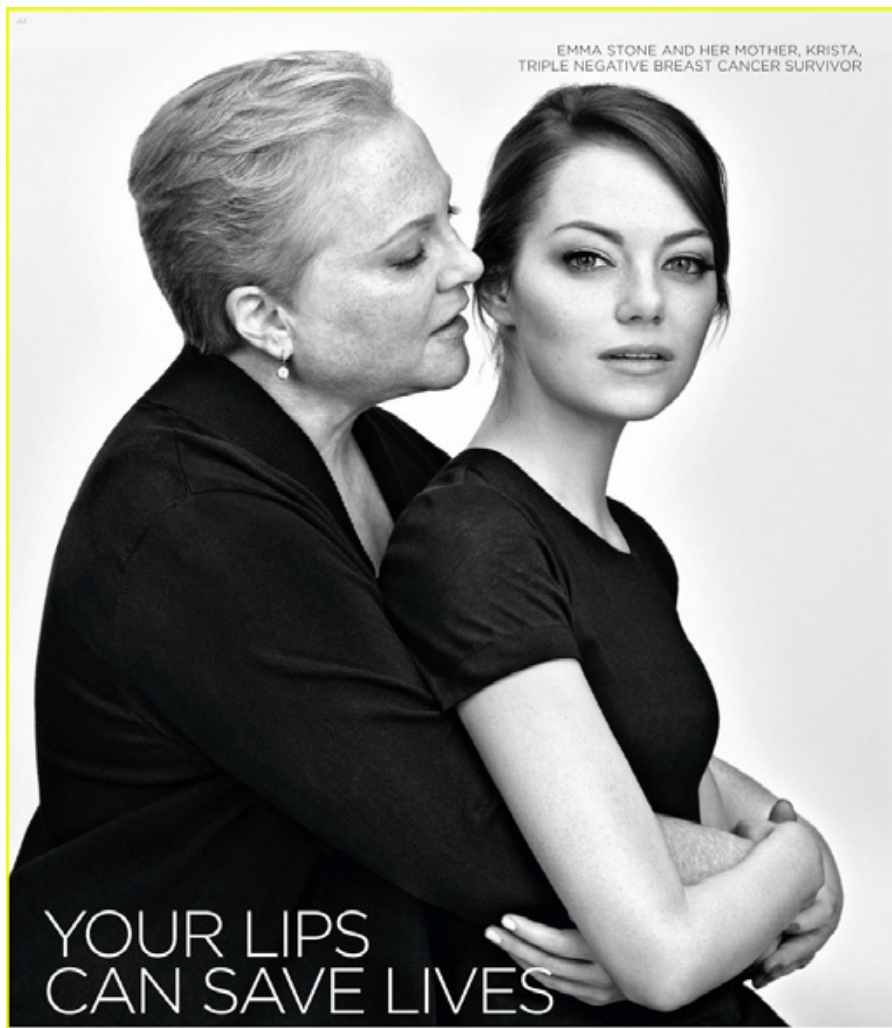


Are you obsessed
with the right things?

The difference between a pimple and breast cancer is that of life and death. Regular breast checks are the best way to fight cancer. Show support for the women in your life by purchasing a Pink Ribbon.



EMMA STONE AND HER MOTHER, KRISTA,
TRIPLE NEGATIVE BREAST CANCER SURVIVOR



**YOUR LIPS
CAN SAVE LIVES**

Use them to talk with the people you love about cancer. Because with cancer, early detection saves lives. For more information visit **RevlonCares.com**

EIF ENTERTAINMENT
INDUSTRY FOUNDATION™

REVLON
CARES

**2012, UNITED STATES.
EMMA STONE ET SA MÈRE POUR REVLON**

En 2012, l'actrice américaine Emma Stone posait aux côtés de sa mère pour la campagne Revlon «Your lips can save lives» (vos lèvres peuvent sauver des vies) qui soutenait la lutte contre le cancer. En 2008, la mère de l'actrice apprend qu'elle souffre d'un cancer du sein à seulement 48 ans. Aujourd'hui guérie, elle n'a pas hésité à rendre public son combat contre la maladie sur cette magnifique campagne. Photo : Revlon

**2012, VERENIGDE STATEN. EMMA STONE
EN HAAR MOEDER VOOR REVLON**

In 2012 poseerde de Amerikaanse actrice Emma Stone voor Revlon langs de zijde van haar moeder in de campagne 'Your lips can save lives' (je lippen kunnen levens redden) om de strijd tegen kanker aan te gaan. In 2008 vernam de moeder van de actrice dat ze aan borstkanker leed op slechts 48-jarige leeftijd. Vandaag is ze genezen verklaard. Ze heeft niet getwijfeld om haar strijd tegen de ziekte openbaar te maken. Foto: Revlon





2012, CANADA.
RETHINK BREAST CANCER
AND THEIR FUNDRAISING
EVENT

205

Boobyball needed some serious attention for a budget of about zero. To help get that attention, we used a fitting medium that has never been used before for advertising: women's breasts. Included in this group of models with headlines on them about the cause are actual breast cancer survivors. People need to talk about breast cancer and this was a way to fuel that conversation. The stunt was on every major news station in Toronto, and in all of the major newspapers. It's exploding on facebook and twitter as well-in part because of Howie Mandel who was simply walking by. He promptly tweeted the idea to 300,000 people. Advertising Agency: CP+B, Toronto,

FAITES COMME MOI.



LE DÉPISTAGE SAUVE DES VIES.

WWW.CANCERDUSEIN.ORG



MEMBRES FONDATEURS : MARIE CLAIRE, ESTÉE LAUDER COMPANIES

2012, FRANCE. PAULINE DELPECH
CENSURÉE PAR FACEBOOK

Pauline Delpech, actrice, femme de lettres et femme politique écologiste a accepté de poser seins nus pour sensibiliser les françaises au dépistage. Facebook a considéré que cette photo est une «infraction à sa déclaration des droits et responsabilités». Une image forte qui n'a, a priori, rien de choquant. Sauf pour le réseau social Facebook.

2012, FRANCE. PAULINE DELPECH
GECENSUREERD DOOR FACEBOOK

Pauline Delpech, actrice, auteur en politiek-ecologisch geëngageerde vrouw ging ermee akkoord naakt te poseren om Franse vrouwen aan te sporen hun borsten tijdig te laten onderzoeken. Facebook beschouwde deze foto als een 'schending van haar verklaring van rechten en verantwoordelijkheden'. Een sterk beeld dat eigenlijk totaal niet shockeert. Behalve voor Facebook dan.

FAITES COMME MOI.



censurée par Facebook

LE DÉPISTAGE SAUVE DES VIES.

WWW.CANCERDUSEIN.ORG



MEMBRES FONDATEURS : MARIE CLAIRE, ESTÉE LAUDER COMPANIES

Dear Body

I wasn't always happy with you. I wanted longer legs, a flatter tummy, firmer arms. But recently we've been through a lot, you and I. We faced cancer, together. We lost our right breast. Our hair fell out. But we got through it. And now I've learned to love and accept you for what you are.

Not perfect. But beautifully imperfect. You are my body. And I'm proud of you.

There are many ways to face breast cancer. Visit our website to get a copy of this letter.

Read and share our video to support the 500,000 women living with and beyond breast cancer.

breastcancercare.org.uk/body

Free helpline: 0800 600 600

breast cancer care

2013, UNITED KINGDOM.
POUR RETROUVER L'ESTIME DE SOI

Comment les cicatrices peuvent enrichir. Les épreuves de la vie changent la perception du corps, la mastectomie peut être ressentie comme privant la femme d'une part de sa féminité. Le Breast Cancer Care britannique lançait cette campagne choc qui redonne confiance à la femme et transforme sa cicatrice en force. Une campagne haut de gamme pour retrouver l'estime de soi. © Breast Cancer Care.

2013, UNITED KINGDOM.
OM JE EIGENWAARDE TERUG TE VINDEN

Littekens kunnen ook verrijkend zijn. De beproevingen in het leven veranderen de manier waarop we naar ons lichaam kijken, een borstamputatie kan gezien worden als een ingreep waarbij een vrouw een deel van haar vrouwelijkheid verliest. Het Britse Breast Cancer Care lanceerde deze schokkende campagne die vrouwen terug vertrouwen geeft en hun litteken omtovert tot een kracht. Een topcampagne om vrouwen hun eigenwaarde te laten terugvinden. © Breast Cancer Care.



My
Good
Side.

Yes, it's a scar.
But to me, it's
something more.
It's a sign that
I faced breast
cancer,
and got through it.
That's why
I wear
it with
Pride.
And that's
why it's my
good Side.

There are many ways to
face breast cancer. We're here
to help people find theirs.

Watch and share our video
to support the 500,000
women living with and
beyond breast cancer.
breastcancercare.org.uk/body

Free helpline 0800 800 8000

**breast
cancer
care**





Left page

2013, CHINA. CHINESE CELEBRITIES CAMPAIGN.
TRENDS HEALTH MAGAZINE

Eight Chinese female celebrities took part in the photo-shoot, the images from which will be used in a campaign, launched by the magazine, to fight breast cancer. The stars shared not only intimate pictures of themselves for a good cause, but each woman told TrendsHealth about her personal feelings or experience regarding the disease, Photo, china.com.cn

2013, LEBANON. NAWAL EL ZOGHBI
PINK PHOTOSHOOT

But next year (2014) the Lebanese star has surprised her fans throughout the Arab world by cutting her hair, in sympathy with cancer patients, coinciding with the increased awareness of breast cancer in the region currently.

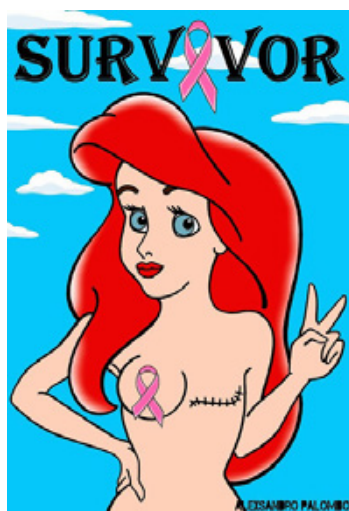
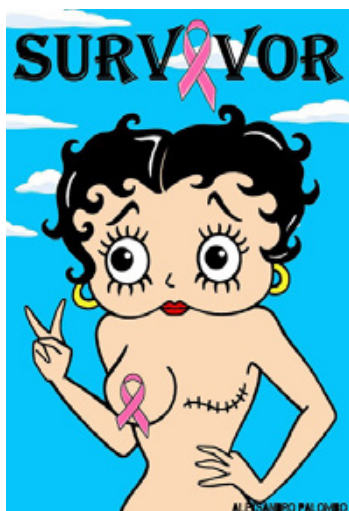


2014, ITALY. ALEXSANDRO PALOMBO

Pleines d'optimisme, Cendrillon, Blanche-Neige et leurs copines Disney font le V de la victoire. «Accepter la nouvelle apparence de son corps est une épreuve très difficile à surmonter. Mon travail est un message d'espoir et de courage», expliquera l'auteur.

2014, ITALY. ALEXSANDRO PALOMBO

Blakend van het optimisme maken Assepoester, Sneeuwwitje en hun vriendinnen het V-teken van de overwinning: «Het nieuwe uiterlijk van je lichaam aanvaarden is een moeilijke stap om te overwinnen. Mijn werk is een boodschap van hoop en moed», vertelt de auteur.



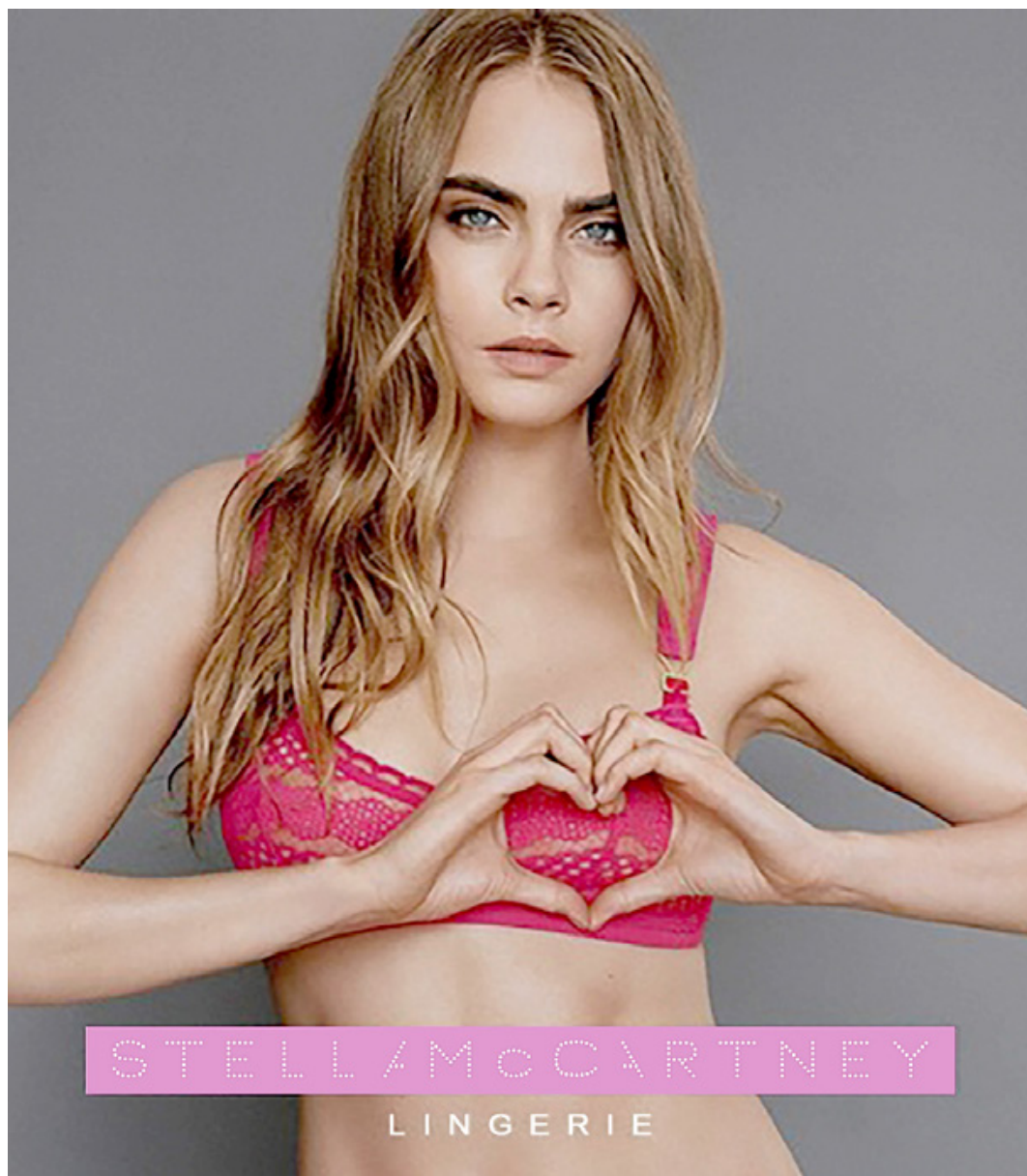


2014, UNITED KINGDOM
KATE MOSS SE MET À NU POUR STELLA MC CARTNEY

La styliste Stella Mc Cartney, qui a perdu sa mère emportée par la maladie, apporte son soutien au mois de sensibilisation au cancer du sein avec une ligne de lingerie rose. Kate Moss est le mannequin qui porte les sous-vêtements dans une publicité effrontée où le Ruban Rose, symbole de la lutte contre le cancer, est placé stratégiquement pour cacher son sein. En partenariat avec le Linda Mc Cartney Center.

2014, VERENIGD KONINKRIJK
KATE MOSS GEEFT ZICH BLOOT VOOR STELLA MC CARTNEY

De styliste Stella Mc Cartney, die haar moeder aan de ziekte verloren heeft, verleent haar steun aan de sensibiliseringsmaand voor borstkanker met een roze linterieline. Het model van dienst is Kate Moss. Ze draagt een beha in een gewaagde advertentie waarin het roze strikje, symbool van de strijd tegen kanker, strategisch geplaatst is om haar borst te verbergen. In samenwerking met het Linda Mc Cartney Center.



2015, UNITED KINGDOM.
CARA DELEVINGNE POUR STELLA MCCARTNEY

Après avoir choisi Kate Moss en 2014, la styliste britannique Stella McCartney engage l'actrice et top model médiatique Cara Delevingne comme égérie. Cette année encore, une partie des recettes liées aux ventes de cet ensemble sera reversée à une unité de soins contre le cancer et aux National Breast Cancer Foundations des Etats-Unis et d'Australie.
Photo : Stella McCartney.

2015, VERENIGD KONINKRIJK .
CARA DELEVINGNE VOOR STELLA MCCARTNEY

Nadat ze in 2014 Kate Moss gekozen had, viel het oog van de Britse styliste Stella McCartney op actrice en topmodel Cara Delevingne als het uithangbord voor haar nieuwe collectie. Dit jaar nog zal een deel van de opbrengst van de collectie overgemaakt worden aan de kankerafdeling van een verzorgingsinstelling en aan de National Breast Cancer Foundation van de Verenigde Staten en Australië. Foto: Stella McCartney.



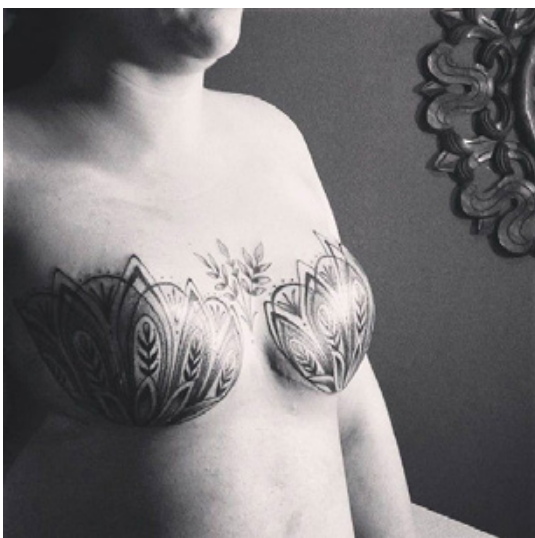
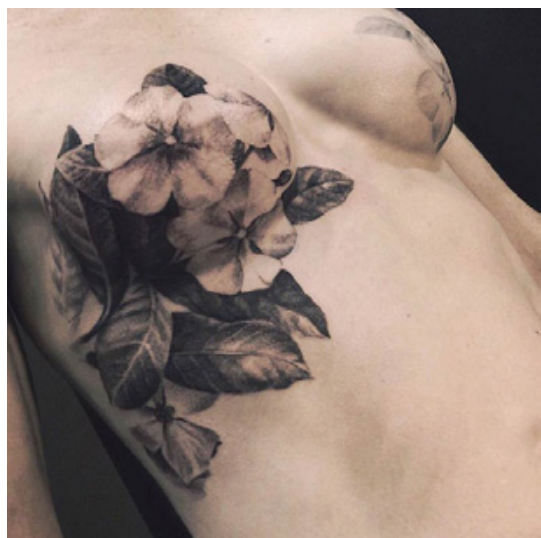
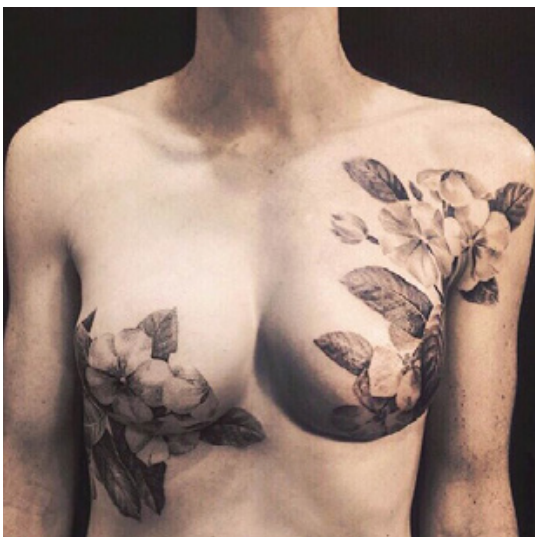
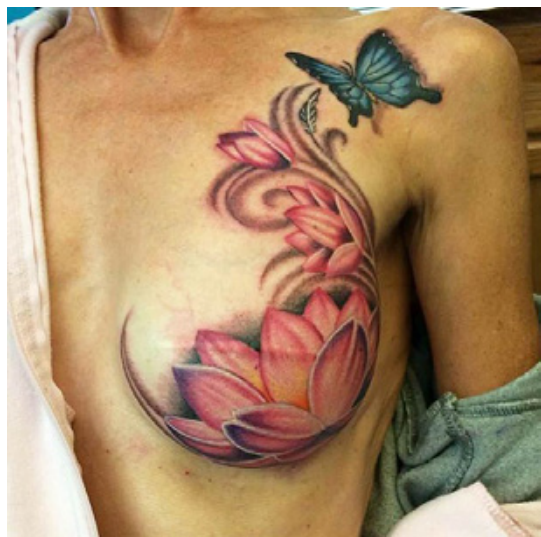
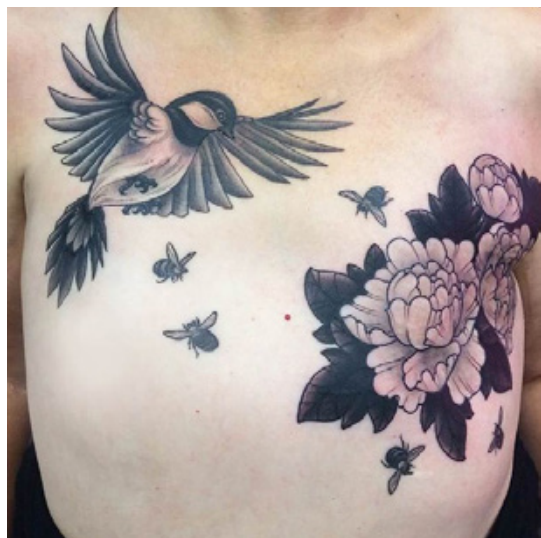
2015, MALAYSIA.
GRAB TAXI CAMPAIGN. I LOVE BOOBS

GrabCar together with Singapore Cancer Society have launched the campaign via GrabTaxi to promote breast health awareness. In support of SCS, GrabCar is selling limited edition t-shirts designed by fashion brand Pestle and Mortar to raise funds to support SCS's activities to educate women in Singapore on breast cancer awareness. A barrage of criticisms among Internet users who lashed out over the seemingly "sexist" overtone.

Right page

2015, UNITED STATES.
TATTOOS BY PERSONNAL INK COLLECTIVE

After a breast cancer and a mastectomy, reclaiming and accepting the body is a difficult path, both physically and mentally. The website Personal Ink is dedicated to link breast cancer survivors with tattoo artists, to help them accept their bodies, accompanying reconstructive surgery with beautiful tattoos. So here are the creations of David Allen, Samantha Rae, Stacie-Rae Weir and other tattoo artists who have joined the Personal Ink collective.





BOUTONS DE ROSE

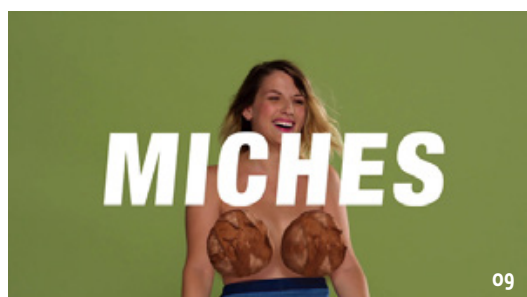
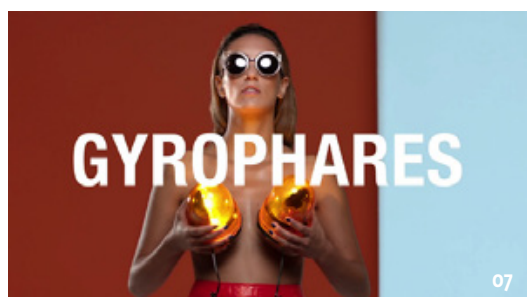
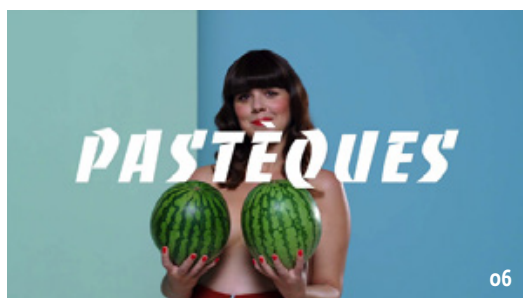
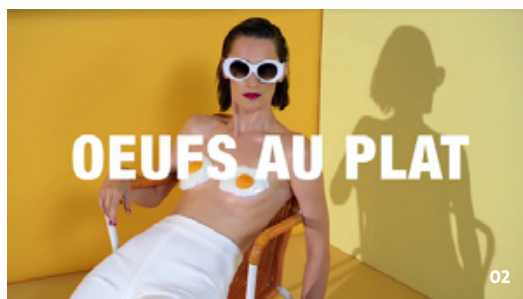
218

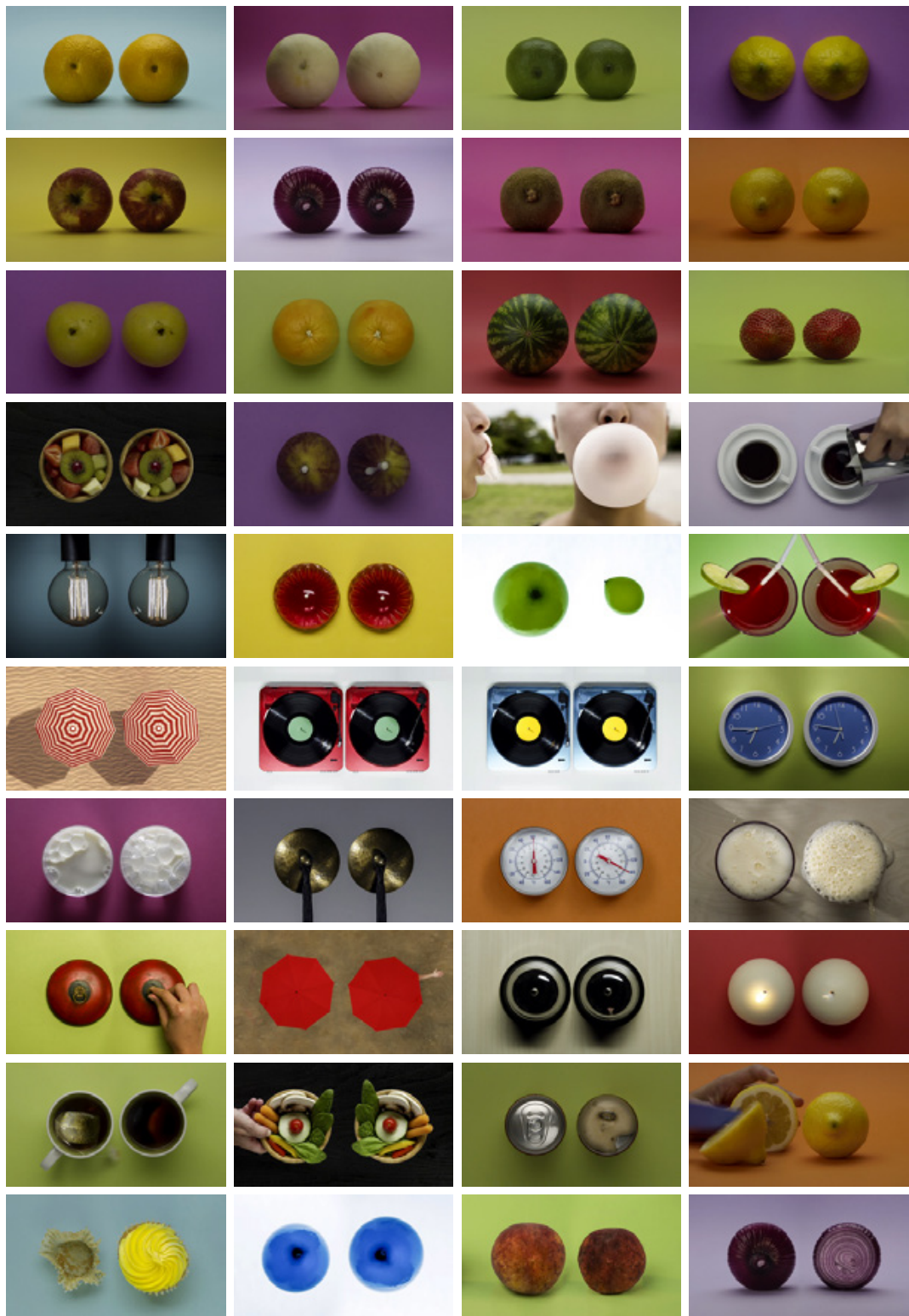
2015, FRANCE. AU NOM DES SEINS POUR
LA MARQUE CARTE NOIRE

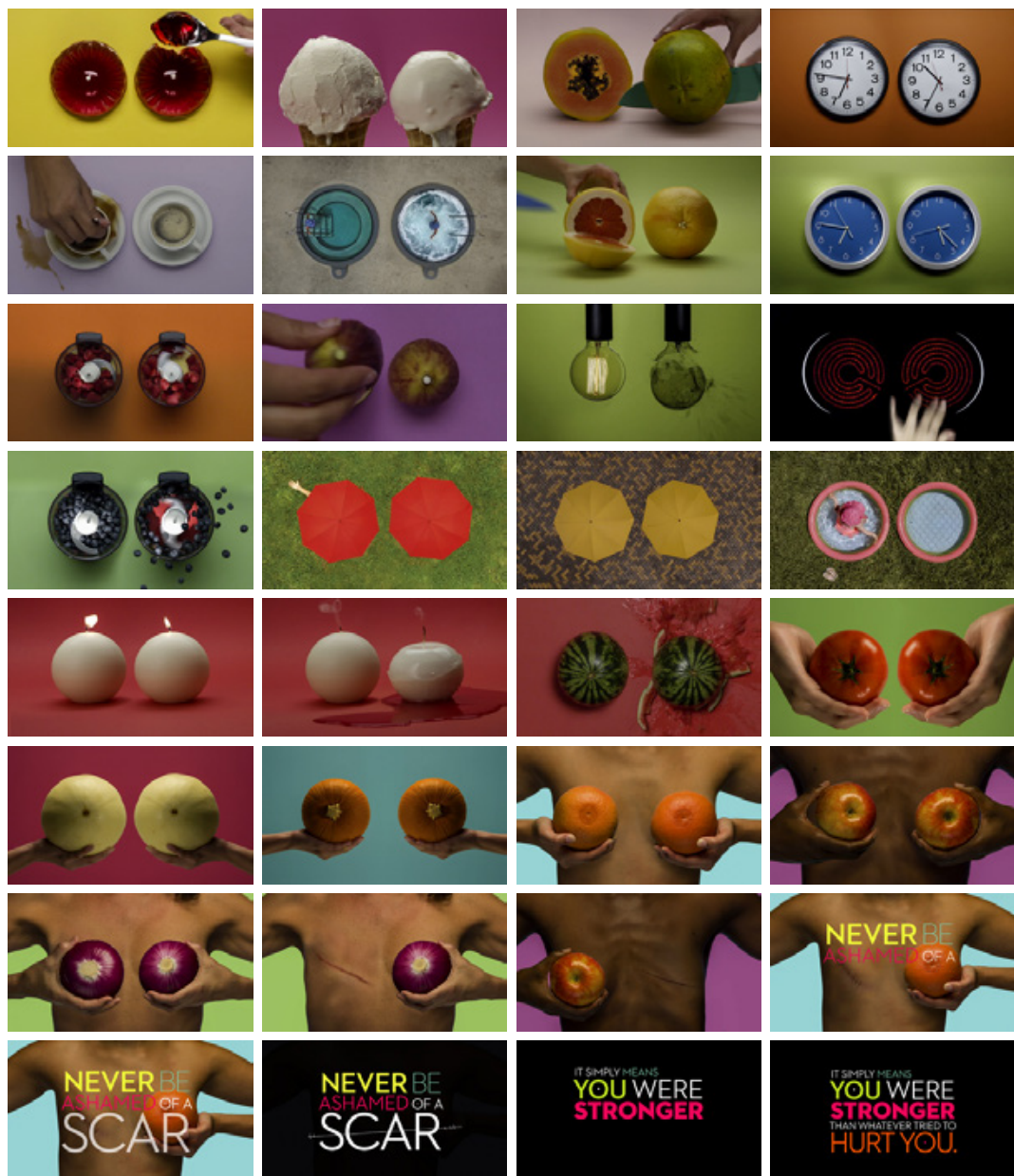
La campagne décalée du monde de la mode. Que l'on soit plutôt poire, œufs au plat ou gant de toilette, chaque femme est exposée au risque de cancer du sein. L'association Le cancer du sein, parlons-en ! s'associe à la marque de café Carte Noire pour une campagne de sensibilisation. Dans un clip vidéo léger et original, les célébrités de la mode s'exposent pour le dépistage. Extrait de Julie Levallois

2015, FRANCE. IN NAAM VAN DE BORSTEN
VOOR HET MERK CARTE NOIRE

De unieke campagne van de modewereld. Welke lichaamsvorm je ook hebt, elke vrouw loopt het risico om met borstkanker geconfronteerd te worden. De vereniging Le cancer du sein, parlons-en! (Borstkanker, laten we erover praten!) en het koffiemark Carte Noire slaan de handen in mekaar voor een sensibiliseringscampagne. In een luchtige en originele video geven beroemdheden uit de modewereld zich bloot voor een screening. Uittreksel van Julie Levallois.







2015, LATIN AMERICA. TOTUMA (CANNES, LIONS HEALTH BRONZE)

Totuma Communications have created this clever video to help out with a Breast Cancer Awareness Campaign in Latin America. Totuma uses a wide range of round objects to depict breasts in a fun way without crossing any boundaries. Subjects like these can be hard to make a campaign for or even talk about and that is one of the reasons campaign like these are so important. before it is too late. Cannes Lions Health Bronze. Creative Director : Hubert Reinfeld, Art Directors: Vladimir Mihalkov, Cristina Briceño

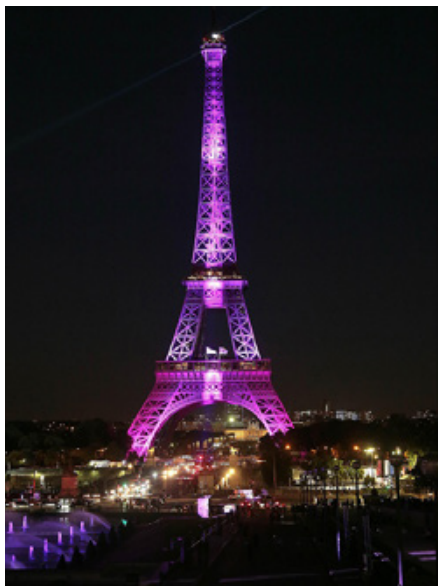


1994-2016, WORLDWIDE. ESTÉE LAUDER COMPANIES. PINK ARCHITECTURES.

Octobre voit surgir sur les 5 continents des illuminations monumentales surprenantes pour « Pink Octobre », événement planétaire de sensibilisation au Cancer du sein. Le groupe Estée Lauder Companies est à l'origine de l'opération qui centre désormais son message sur l'importance du dépistage à partir de 40 ans. En partenariat avec Big Against Breast Cancer.

1994-2016, WORLDWIDE. ESTÉE LAUDER COMPANIES. PINK ARCHITECTURES.

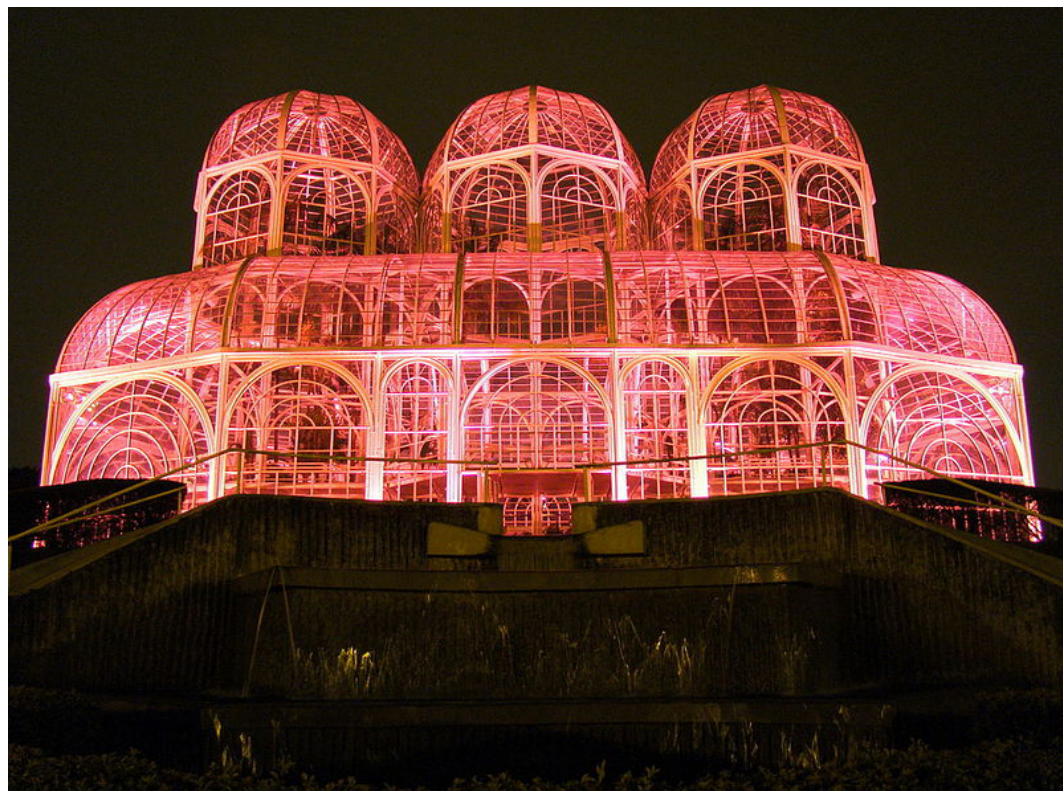
In oktober worden over de vijf continenten monumentale bouwwerken op een verrassende manier verlicht voor 'Roze oktober', een wereldwijd evenement om aandacht te besteden aan borstkanker. Het initiatief werd in het leven geroepen door Estée Lauder Companies en wil vooral de boodschap brengen dat vrouwen vanaf 40 jaar hun borsten moeten laten onderzoeken. In samenwerking met Big Against Breast Cancer.



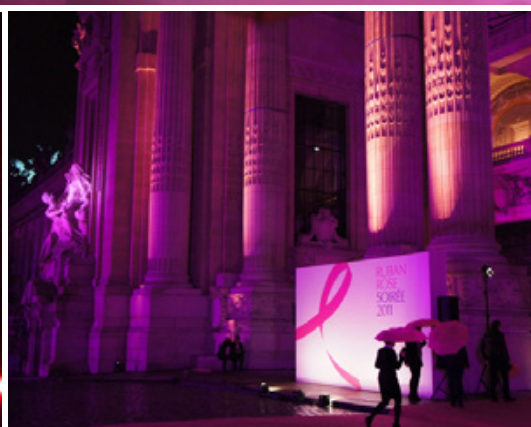
Left page

USA, NewYork. USA. Manhattan by night
 Florence, Italy. San Miniato Cathedral
 Bombay, India. Bombay Bridge
 Paris, France. Opera Garnier
 Hong Kong, China. The Peninsula Hotel

Paris France. Tour Eiffel
 New York, USA. Empire State Building
 Tokyo, Japan. Tokyo Tower
 Dubai, United Arab Emirates. Burj Al Arab Tower



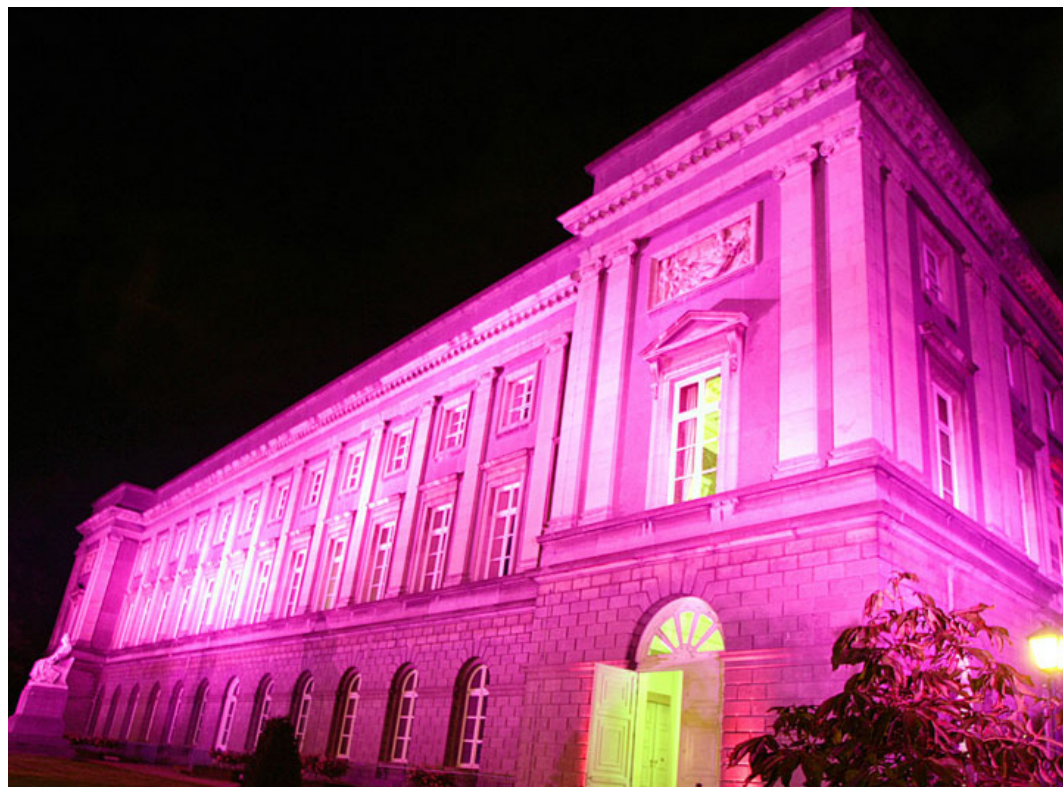
Curitiba, Brazil. Botanical garden greenhouses,
Buenos Aires, Argentina. Presidential Palace
Pekin, China. Water Cube



Canada. Niagara Falls
Hyogo, Japan Himeji Castle
Paris, France. Grand Palais



Paris, France. La Conciergerie
Rome, Italy. Colosseum
Berlin, Germany. Brandenburg Gate



Brussel, Belgium. Academy Palace.
Melbourne, Australia. Federation Square.
Shangāi, China. The Peninsula Hotel



2016, GERMANY.

DDB JOUE AVEC LA CENSURE FACEBOOK

« Check it before it's removed » « Regarde avant que ce soit supprimé » pour inciter les utilisateurs à partager les photos sur Facebook qui fait la chasse aux photos dénudées. Une idée simple mais pertinente qui utilise le levier du racolage pour ouvrir les yeux. Extraits Bruno Giunta.

2016, GERMANY.

DDB SPEELT MET DE CENSUR OP FACEBOOK

"Check it before it's removed", "Kijk voor het te laat is" wil gebruikers aanmoedigen hun foto's te delen op Facebook, het sociale netwerk dat naaktfoto's op alle mogelijke manieren probeert te weren. Een eenvoudige idee met een uitdagend karakter dat ons ongetwijfeld de ogen zal openen. Dixit Bruno Giunta.

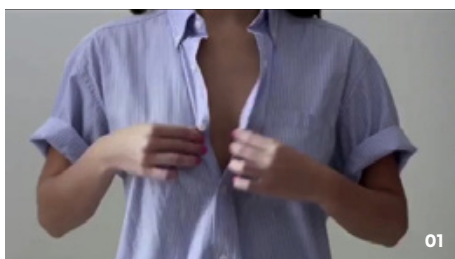


1996 – 2016 , UNITED KINGDOM.
LEGENDARY DUO 20 YEARS LATER

Photos du haut : 1996 Kate Moss et Naomi Campbell, le duo des supermodels britanniques est immortalisé dans cette campagne de légende pour Fashion Target Breast Cancer (Photo Patrick Demarchelier). Elles portaient un tee shirt blanc marqué de la cible dédiée au cancer du sein. Une initiative de Ralph Lauren après qu'il ait perdu un ami atteint par la maladie. Photos du bas : 2016, vingt ans plus tard, le duo iconique est reconstitué pour une nouvelle initiative contre le cancer du sein (Photo Mario Testino).

1996 – 2016 , UNITED KINGDOM.
LEGENDARISCH DUO 20 JAAR LATER

Foto's bovenaan: 1996 Kate Moss en Naomi Campbell, deze twee Britse supermodellen worden voor de eeuwigheid vastgelegd in deze legendarische campagne voor Fashion Target Breast Cancer (Foto Patrick Demarchelier). Ze dragen een wit T-shirt met daarop het doelwit gericht op borstkanker. Het initiatief kwam van Ralph Lauren nadat hij een vriendin verloren had aan de ziekte. Foto's onderaan: 2016, vijftig jaar later wordt er opnieuw beroep gedaan op het iconische duo voor een nieuwe campagne tegen borstkanker. (Foto Mario Testino)



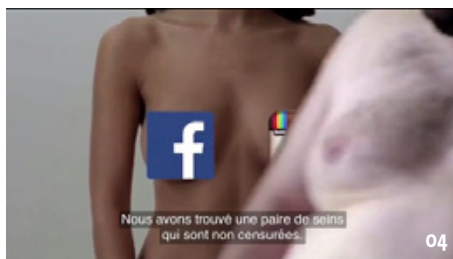
01



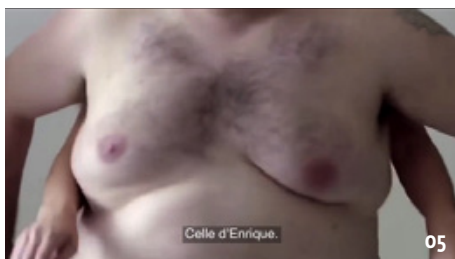
02



03



04



05



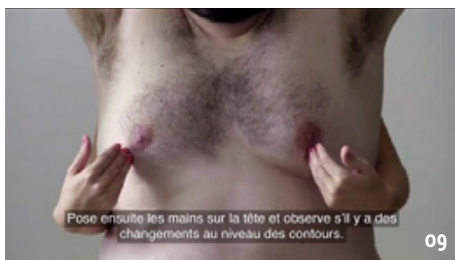
06



07



08



09



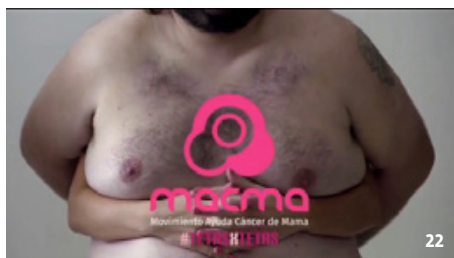
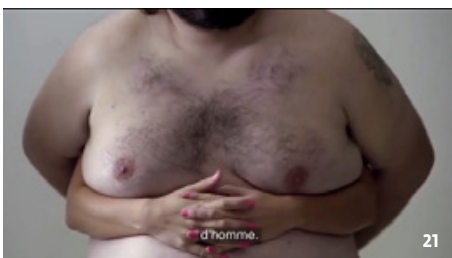
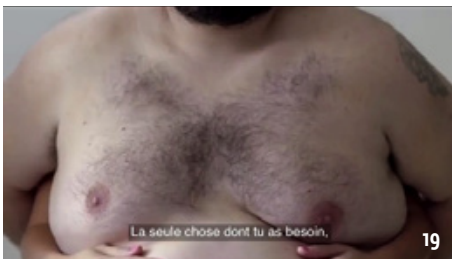
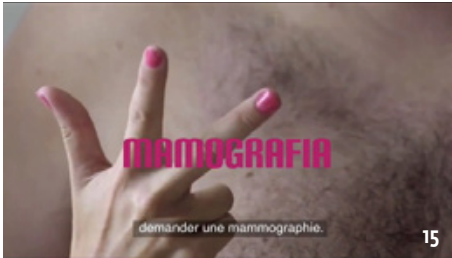
10

2016, ARGENTINA. PIED DE NEZ À FACEBOOK

Comment sensibiliser les femmes au dépistage du cancer du sein quand il est quasi impossible de dévoiler un bout de tétin sur les réseaux sociaux ? Solution : on montre une poitrine d'homme. C'est l'idée qu'ont eu les Argentins avec cette campagne complètement décalée. Extrait de Marc Durel.

2010, ARGENTINIË. DE DRAAK STEKEN MET FACEBOOK

Hoe kun je vrouwen sensibiliseren voor een borstcreening wanneer het op de sociale netwerken haast onmogelijk is om nog maar een puntje van een tepel te laten zien? Oplossing : je toont gewoon de borst van een man. Het is een idee dat de Argentijnen gebruikten bij deze revolutionaire campagne. Extract van Marc Durel.



Fight & Win - Testimonials



01



02



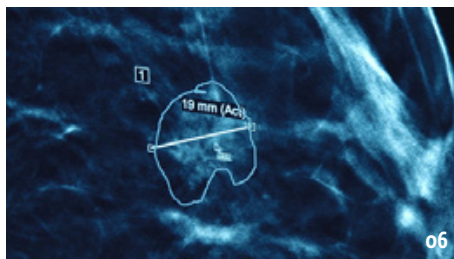
03



04



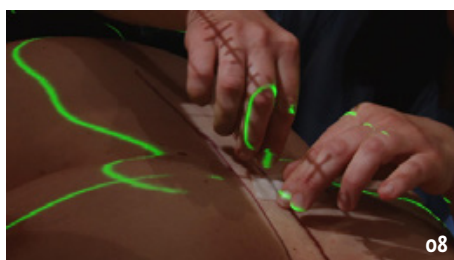
05



06



07



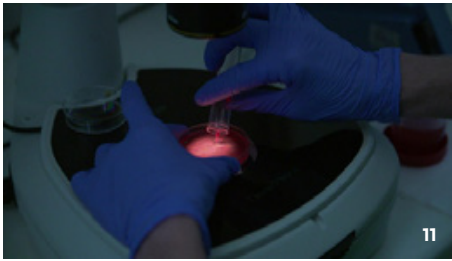
08

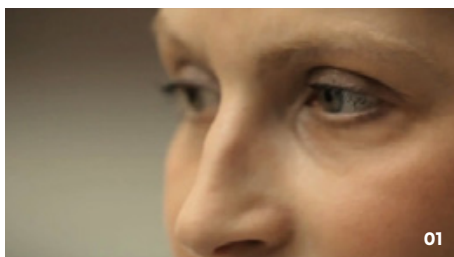
2010, BELGIUM. CÉCILE & SOPHIE.
C'EST NOTRE HISTOIRE

Au cours de leurs traitements qui s'enchaînent, Cécile et Sophie se rencontrent et deviennent inséparables. Leur film est un témoignage et un message d'espoir. Un film qui répond aux questions qu'elles auraient voulu connaître lorsqu'on leur a diagnostiqué un cancer du sein. www.cecileetsophie.be. Montage, Jérôme Berlaimont. Réalisation Cécile Weiss et Sophie Halpouter.

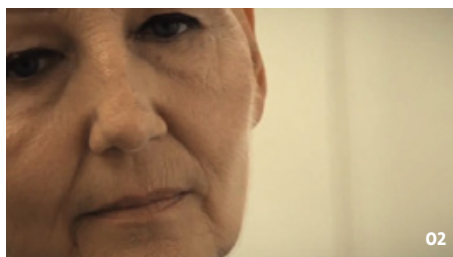
2010, BELGIUM. CÉCILE & SOPHIE.
C'EST NOTRE HISTOIRE

Cécile en Sophie ontmoeten elkaar tijdens de behandeling van hun ziekte en de twee worden onafscheidelijk. Hun film is een getuigenis en een boodschap van hoop. Een film die de vragen beantwoordt die ze zich stelden toen er bij hen borstkanker werd vastgesteld. www.cecileetsophie.be. Montage, Jérôme Berlaimont. Regie Cécile Weiss en Sophie Halpouter.

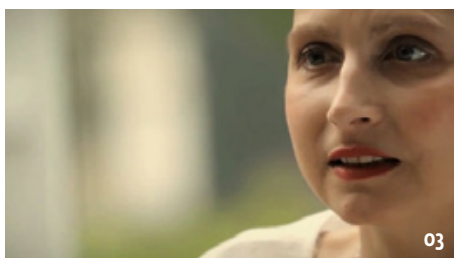




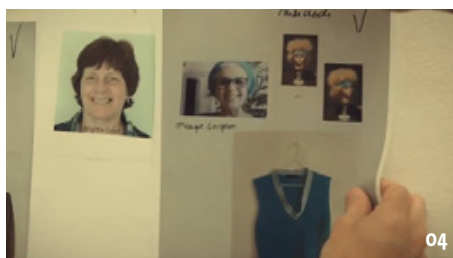
01



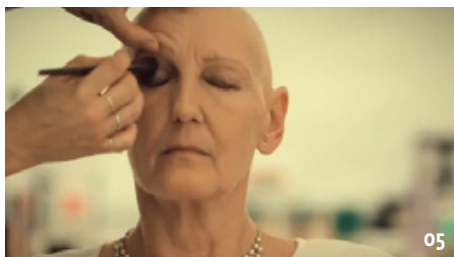
02



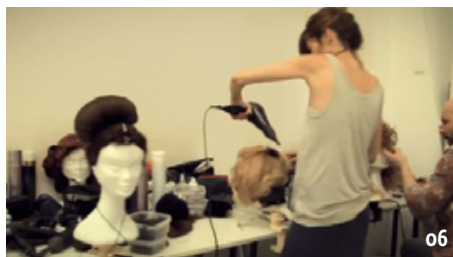
03



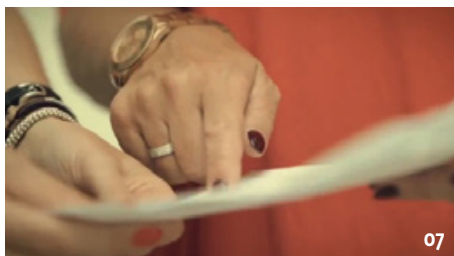
04



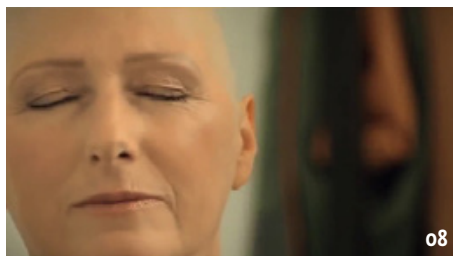
05



06



07



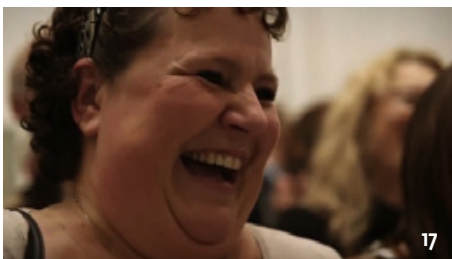
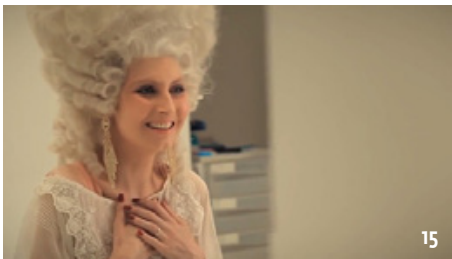
08

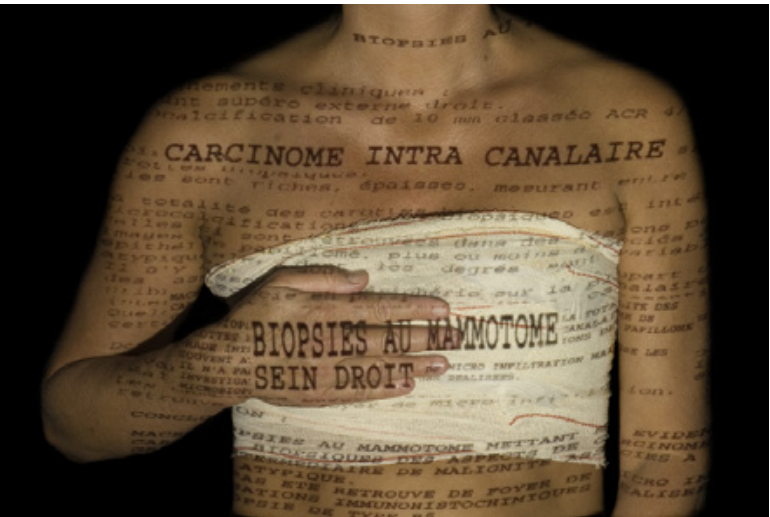
2016 BELGIUM, MIMI FOUNDATION - CENTRES DE SOUTIEN ET DE BIEN ÊTRE.

20 femmes atteintes du cancer ont été invitées dans un studio. Elles ont été coiffées et maquillées sans qu'elles ne puissent se voir. Elles ont été installées devant un miroir sans tain. Derrière ce miroir, un photographe, son rôle : immortaliser une seconde d'insouciance. Oublier la maladie ne serait-ce qu'une seconde. mimi-foundation.org. Cliniques universitaires Saint Luc.

2016 BELGIË, STICHTING MIMI ONDERSTEUNINGS- EN WELZIJNSCENTRA.

Twintig vrouwen die aan borstkanker lijden werden uitgenodigd in een studio. Ze lieten hun haren knippen en werden geschminkt zonder dat ze zichzelf konden zien. De vrouwen werden voor een doorkijkspiegel gezet. Achter die spiegel stond een fotograaf. Zijn rol: een seconde van onbezorgdheid vereeuwigen. De ziekte kun je immers slechts een seconde vergeten. mimi-foundation.org. Universitaire ziekenhuizen Saint Luc.







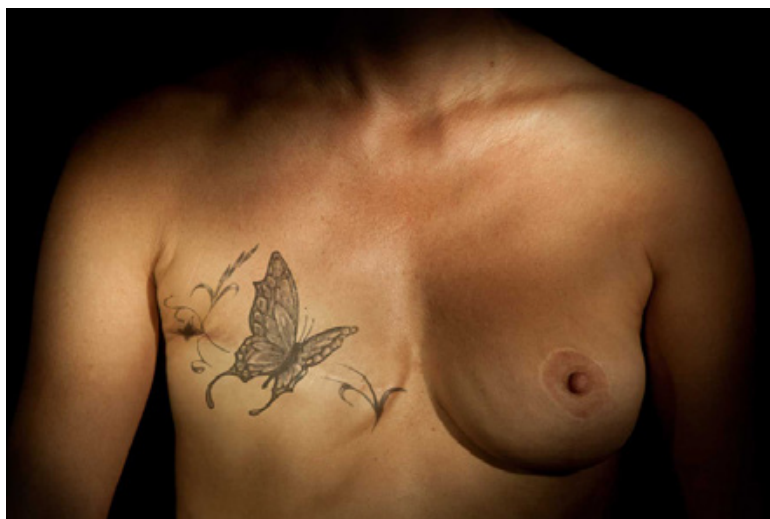
2010, BELGIUM.
MARIE MANDY :
PAR LES YEUX D'UNE
AMAZONE

En 50 photographies, Marie Mandy retrace sur son corps l'histoire de sa guérison. Du choc du diagnostic à l'ablation, de la quête de sens à son nouveau corps d'amazone, elle raconte le cancer comme un voyage émotionnel et dramatique. Une œuvre conceptuelle et un livre qui révèle l'intimité de la maladie. Premières expositions au CHU St Pierre-César de Paepe et à la Galerie Libre Cours en 2010. Photo, Marie Mandy & Vincent Fooy. Textes, Marie Mandy. Ed. resp. CHU St Pierre.



2010, BELGIË.
MARIE MANDY :
VIA DE OGEN VAN
EEN AMAZONE

In 50 foto's weerspiegelt Marie Mandy op haar lichaam het verhaal van haar genezing. Van de schok van de diagnose tot de amputatie, ze vertelt over kanker als een emotionele en dramatische reis. Een conceptueel werk en een boek dat de intimiteit van de ziekte onthult. Eerste tentoonstellingen in het UMC Sint-Pieter campus César de Paepe en de Galerie Libre Cours in 2010. Foto, Marie Mandy & Vincent Fooy. Teksten, Marie Mandy. Verantw. uitgever: UMC Sint-Pieter.



2015, FRANCE.
UNE AUTRE HISTOIRE
DE CANCER

Une autre histoire de cancer est une exposition composée de portraits photos de six jeunes femmes, réunies par la même volonté : combattre le cancer tout en restant positives. À travers ces témoignages, les productrices Julia Marois, Jenn Pocobene et Lili Sohn espèrent contribuer à changer le regard sur la maladie.

2015, FRANKRIJK.
EEN ANDER VERHAAL OVER
KANKER

Een ander verhaal over kanker is een tentoonstelling samengesteld uit fotoportretten van zes jonge vrouwen, verenigd door hetzelfde doel: kanker bestrijden door positief te blijven. Via die getuigenissen hopen de producenten Julia Marois, Jenn Pocobene en Lili Sohn de kijk op deze ziekte te veranderen.





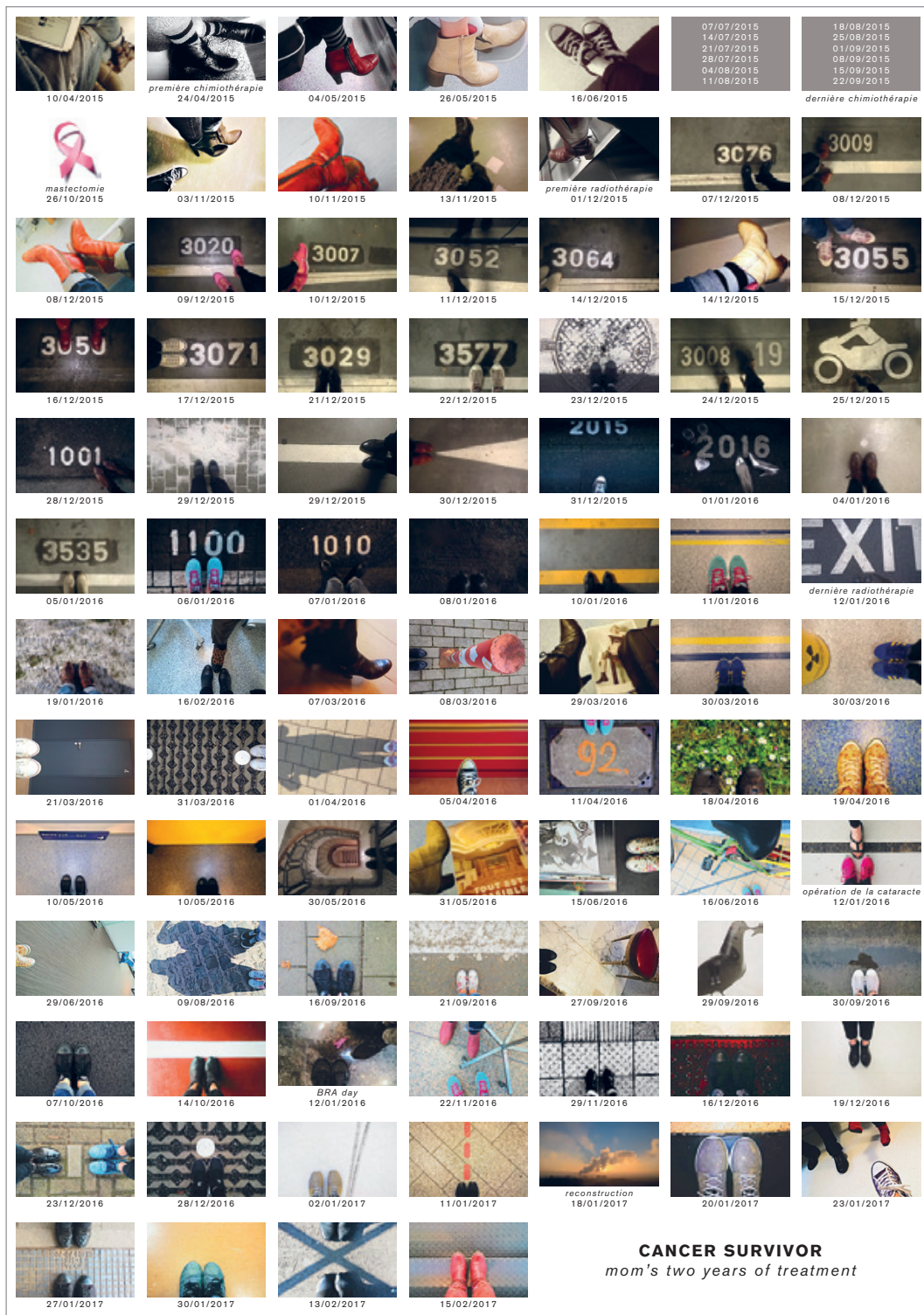


2015, FRANCE. LILI SOHN
TIRÉ DE SON BLOG TCHAO GUNTHER

Elle raconte avec humour sur son blog www.tchaogunther.com, son quotidien qu'elle dédramatise, son expérience, ses interactions avec le milieu médical et ses découvertes sur Gunther nom dont elle a affublé son cancer du sein. Ed Michel Lafon.

2015, FRANCE. LILI SOHN
UIT HAAR BLOG TCHAO GUNTHER

Ze vertelt met humor op haar blog www.tchaogunther.com over haar dagelijkse leven dat ze niet al te serieus neemt, haar ervaringen, haar contacten met de medische sector en haar ontdekkingen over Gunther, de zelf verzonnen naam die ze aan haar borstkanker geeft. Ed Michel Lafon.





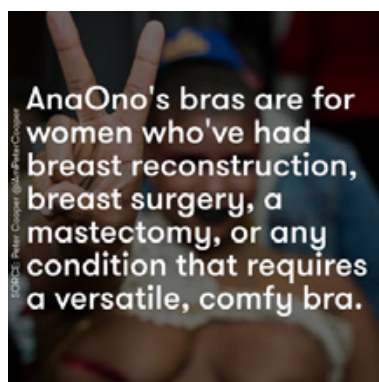
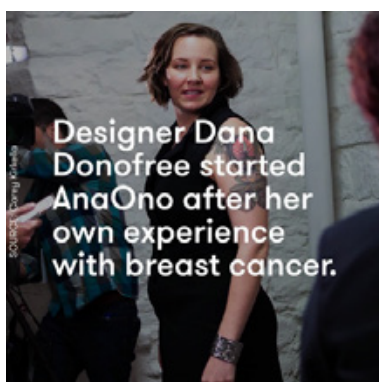
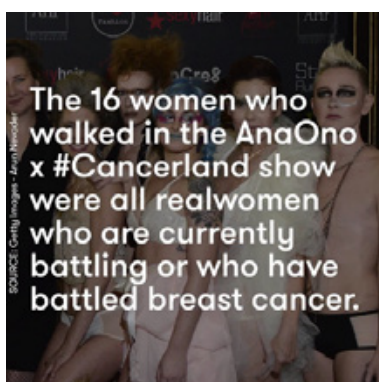
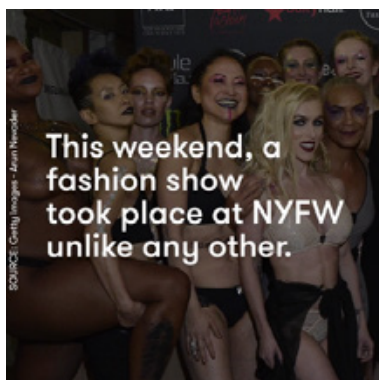
2016, BELGIUM. HENRIETTE CHRISTIANSEN
«MALADIE SILENCIEUSE»

Graphiste, Henriette est à l'origine de Boobs Art. Elle témoigne de son cancer du sein par des oeuvres d'une rare élégance et remercie l'équipe du CHU Erasme qui est à ses côtés.

2016, BELGIUM. HENRIETTE CHRISTIANSEN
«STILLE ZIEKTE»

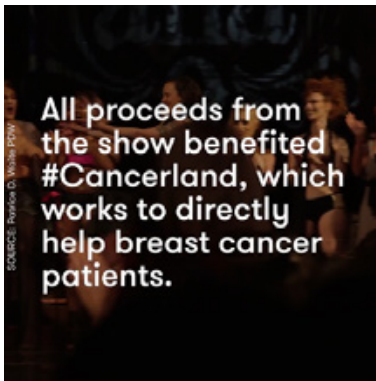
Grafisch vormgeefster Henriette ligt aan de oorsprong van Boobs Art. Ze getuigt over haar borstkanker door middel van werken van een zeldzame elegantie. Met dank aan het team van het CHU Erasme dat haar bijstond.





2017, NEW-YORK. ANAONO #CANCERLAND SHOW

A fashion show at NYFW unlike any other. The 16 women were all real women who are currently battling or who have battled breast cancer. Designer Dana Donofree started AnaOno after her own experience with breast Cancer. All proceeds from the show benefited #Cancerland.



Editeur responsable :
Verantwoordelijk uitgever :
La Maison de l'Image /
Huis van het Beeld
Avenue des Volontaires 19
Vrijwilligerslaan 19
1160 Brussels, Belgium
www.seedfactory.be
Commissaires de l'exposition :
Curatoren van de tentoonstelling :
Vincent Baudoux
Johnny Bekaert
Michel Michiels
Patrick Regout
Constantin Sunnerberg
Press relation :
Edouard Cambier
edouard.cambier@seedfactory.be
32 2 743 47 20
Assisted by Frédérique Gibon
frederique.gibon@seedfactory.be
32 2 743 47 20
Logo Maison de l'Image :
Logo Huis van het Beeld :
Cover : Johnny Bekaert
Final art : Cubalibre
Picture Treatment : MGA
Print catalog : Paperland
Print Exhibition :
Toner de presse, Liège
Printed in the UE
Original edition & first issue :
1000 ex. March 2017

Thanks to firms in Seedfactory

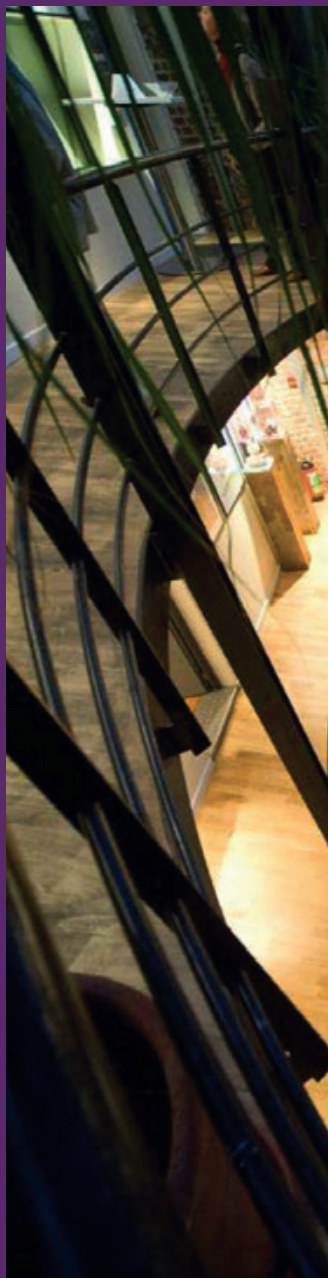
AdUX,
1MD,
ADvinci,
Avvisi,
artMagna,
BrainImpact,
Beobject,
Beelingwa,
Bopbe,
Big Air Factory,
Cartoon Base,
Convergence Point,
Cubalibre,
Enabler,
EMA,
ExposureMedia,
FabriceSP Brand
Challenge,
From Seed To Tree,
Garwin,
Gammed!,
GoConcept,
Hilarious,
Hi Pay,
iFunds,
Knowledge,
Man Natura,
Marine Nyssens,
Maison Clothes
by Graphibe,
MW Creative Agency,
OnPurpose,
PAFI,
Produweb,
Prodigious,
Plugin2Drive,
Redpharma,
Sovereign-Knight,
Sortlist,
TipTop Express,
The Bridge,
The Fork,
Toner de Presse,
Ultimate,
Weblicious,
Team Challenge,
Data Safer,
ECT Consult,
Image Plus,
Quantes.com,
Tradimex

Remerciements / Met dank aan

Jeannine Bataudy
Edouard Cambier
Dominique Chantraine
Henriette Christiansen
Vincenzo Costigliola EMA chairman
Michèle Detienne
Renaud Garnier
Frédérique Gibon
Claude Haber
Raymond Henri
Jean-Louis Lejeune
Monique Licht
David Merveille
François Michiels
Jacqueline et Werner Rudolph
Charles Snoeck
Donatienne t'Serstevens
Mathilde Jooris
Serge Schmitz
Prof. Martine Piccart

Et tous les auteurs qui ont
répondu à l'invitation de
la Maison de l'Image de
Bruxelles.

*En alle auteurs die zijn ingegaan
op de uitnodiging van het Huis
van het Beeld in Brussel.*



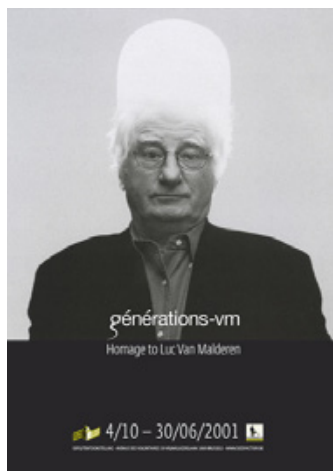


Les expositions de la Maison de l'Image depuis son ouverture en 2000
De tentoonstellingen van het Huis van het Beeld sinds de opening in 2000



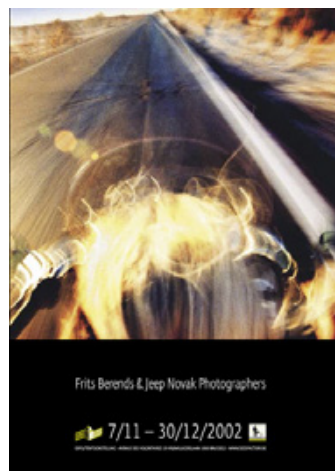
Between Bezezina & Taiga
Eric Brasseur Photographeur

20/9 - 30/12/2001



généralions-vm
Homage to Luc Van Malderen

4/10 - 30/06/2001



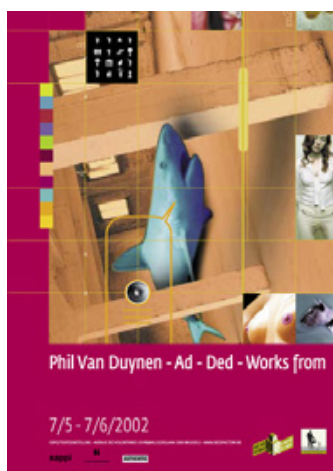
Frits Berends & Jeep Novak Photographers

7/11 - 30/12/2002



Ph de Kemmeter & Friends
Illustrations & Engraving

19/02 - 30/04/2002



Phil Van Duynen - Ad - Ded - Works from

7/5 - 7/6/2002



André Piroux

Wierig jaar op de barricaden van de grafische kunst
Quarante ans de militante graphique

15/10 - 30/12/2003



Image Manipulation

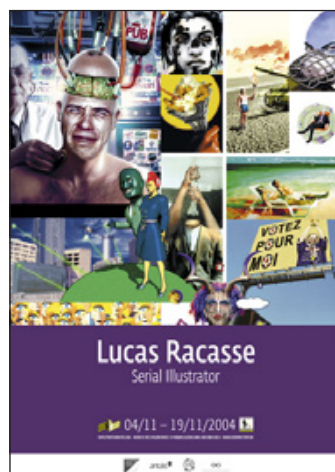
De Beelden van Camille - David Hockney - Roy Lichtenstein - Miroslav Tomic
Het Huis van het Beeld - Het Huis van het Beeld - Het Huis van het Beeld

27/5 - 30/6/2003



Manu Geerinck Illustrator

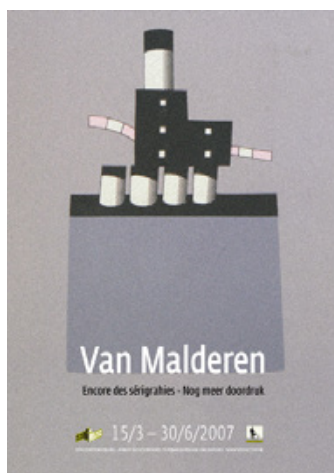
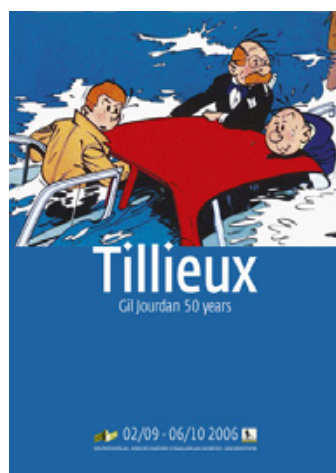
11/3 - 11/4/2003



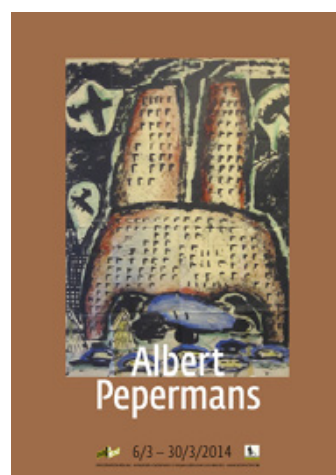
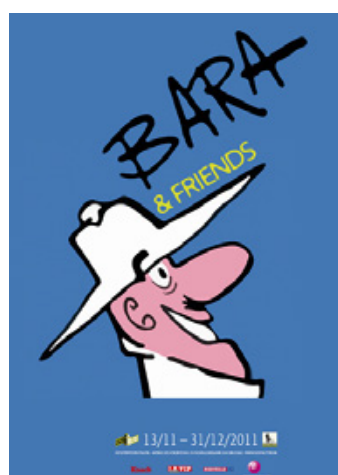
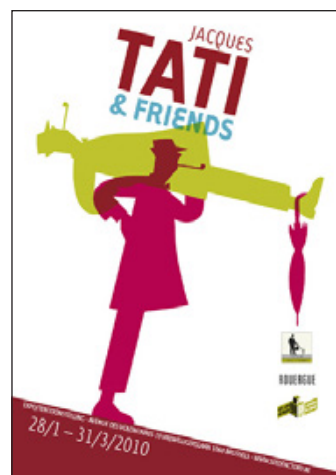
Lucas Racasse
Serial Illustrator

04/11 - 19/11/2004

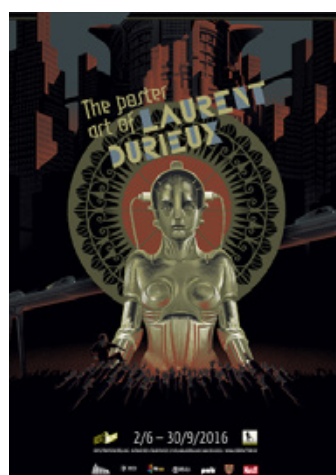
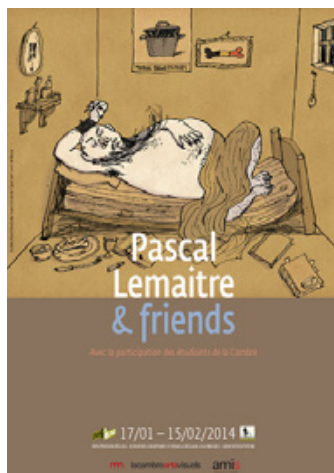
Les expositions de la Maison de l'Image depuis son ouverture en 2000
De tentoonstellingen van het Huis van het Beeld sinds de opening in 2000



Les expositions de la Maison de l'Image depuis son ouverture en 2000
De tentoonstellingen van het Huis van het Beeld sinds de opening in 2000



Les expositions de la Maison de l'Image depuis son ouverture en 2000
De tentoonstellingen van het Huis van het Beeld sinds de opening in 2000





THE ESTÉE LAUDER COMPANIES
BREAST CANCER
AWARENESS CAMPAIGN

TAKE ACTION TOGETHER TO DEFEAT BREAST CANCER

Join us at BCAcampaign.com
#BCAstrength

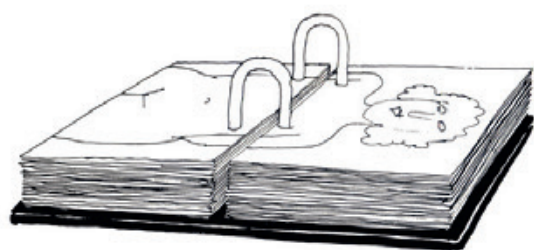


Sous le patronage du Comité Economique et Social
Onder auspiciën van Europees Economisch en Sociaal Comité (EESC)



**European Economic
and Social Committee**





1969, FRANCE. TOMI UNGERER

© Diogenes Verlag Zurich.