

Interview

PARTENAIRE

L'autre voie de L'EXÉCUTION CRÉATIVE

TRACER SON PROPRE CHEMIN. C'EST CE QUE PROPOSE
TITEM MOUICI AVEC KIND PARIS. NI AGENCE NI BOÎTE DE
PRODUCTION, ELLE RÉUSSIT, POUR LE LUXE, À IMPOSER
SA VISION. AUDACIEUX.

**CBN : Kind Paris, c'est plutôt une agence ?
Une boîte de production ? Ou rien de cela ?**

Titem Mouici : Ni l'un ni l'autre ! J'ai créé Kind Paris il y a trois ans après 15 ans d'expérience en agence comme TV Producer. Kind Paris est un bureau d'exécution indépendant en charge du suivi de la production publicitaire. Pour nous, l'annonceur, l'agence et la production sont au même niveau et c'est en cela que notre positionnement est novateur et je pense unique sur le marché. Nous protégeons les intérêts de chacune des parties. À la manière des artisans du luxe.

CBN : Les clients vous sollicitent par le biais d'une agence, d'une boîte de production, directement ?

Titem Mouici : Nos premiers clients ont beaucoup été des annonceurs qui nous appellent en parallèle des agences de communication avec lesquelles ils travaillent à l'année, pour assurer le suivi de la production et la recherche de talents. Nous préférons nous définir comme partenaire et nous mettons en place des collaborations sur mesure. Nous avons aussi comme clients, et de plus en plus, des agences, notamment Publicis Luxe pour La vie est belle ou Idole, ou encore Buzzman pour Diesel, qui nous appellent très en amont sur des

sujets précis où notre expertise sert de caution. Nous les rassurons. Certains clients nous appellent aussi en direct en dissociant création et exécution.

CBN : Votre expertise fait la différence sur la créativité ? Sur l'exécution ?

Titem Mouici : Notre premier savoir-faire est de chercher et de trouver le meilleur talent pour chaque création. Et c'est plus compliqué que ce qu'il n'y paraît ! Ce n'est pas juste présenter une bande démo d'un réalisateur ou d'un photographe. Les problématiques en production sont immenses et presque infinies. C'est la combinaison d'un talent, d'un producteur, d'un script et de la volonté réelle d'un annonceur. C'est la somme de ces éléments qui nous poussent à présenter tel ou tel talent et à défendre telle ou telle piste créative.

CBN : Plus largement, quelle est votre perception de l'organisation de l'écosystème de la création publicitaire dans le domaine du luxe ?

Titem Mouici : L'exécution ne peut être différenciée de la création et c'est d'abord elle qui fera la différence entre un bon film et un mauvais. Les maisons du luxe ont besoin d'être au plus près des meilleurs talents pour faire avancer leurs marques. Les players qui se



TITEM MOUICI est Fondatrice de Kind, un bureau de conseil en exécution image spécialisé dans le luxe.

sont positionnés en usines à production font, à mon sens, fausse route. Chaque projet doit être traité de manière exceptionnelle. Un bon script mal réalisé, mal photographié ou mal produit ne peut mener qu'au désastre.

CBN : Que vous évoque l'agilité mise en avant comme compétence de base pour évoluer dans ce secteur ?

Titem Mouici : Dans le secteur de la production publicitaire l'agilité n'est pas véritablement la qualité que je recherche en premier. Évidemment que rien ne se passe jamais comme prévu et qu'il faut être souple. La compétence de base dans la production publicitaire c'est le risque. Défendre ses idées, tenter des choses, oser travailler avec des nouveaux talents. Je passe ma vie à contredire des idées reçues ! Il faut trouver la juste balance entre risque et excellence. Nous sommes là pour ça.

CBN : Quelles autres expertises sont nécessaires pour imaginer des campagnes qui marquent et demeurent ?

Titem Mouici : Notre positionnement n'est pas d'imaginer des campagnes, mais d'accompagner la créativité. Notre cœur de métier c'est d'accompagner la création,

Campagne Diesel,
Spirit of the brave.
Réalisateur : NDVD
Production : Phantasm
Bureau d'exécution :
Titem Mouici &
Margaux Le Gall pour
Kind Paris.
Directeur de création :
Jérémie Rozan pour
Kind Paris.

Campagne L'Oréal
Paris, Isabel Marant.
Réalisateur :
Dexter Navy.
Production : Division
Bureau d'exécution :
Titem Mouici pour
Kind Paris. Agence :
Mc Cann.



de comprendre le contexte, d'instaurer une relation de confiance et d'impliquer les bonnes personnes au bon moment. Ce n'est pas l'assurance d'un succès, mais cela diminue fortement l'échec.

CBN : Nous avons choisi d'écrire, pour ce Collector, le luxe au pluriel, quels sont les vôtres ?

Titem Mouici : Le plus grand des luxes c'est le choix. Rayer la mention "pas le choix" de mon vocabulaire est un travail quotidien, un luxe absolu. Choisir les projets, supprimer le lundi d'un calendrier, ce qui fait partie des nombreux avantages de l'entrepreneuriat. Je dirai aussi le temps, car le bien le plus précieux dans la vie. L'autre définition pour une marque de luxe, c'est une marque qui ne se compare à aucune autre. ■

**Recueilli par
AMELLE NEBIA**