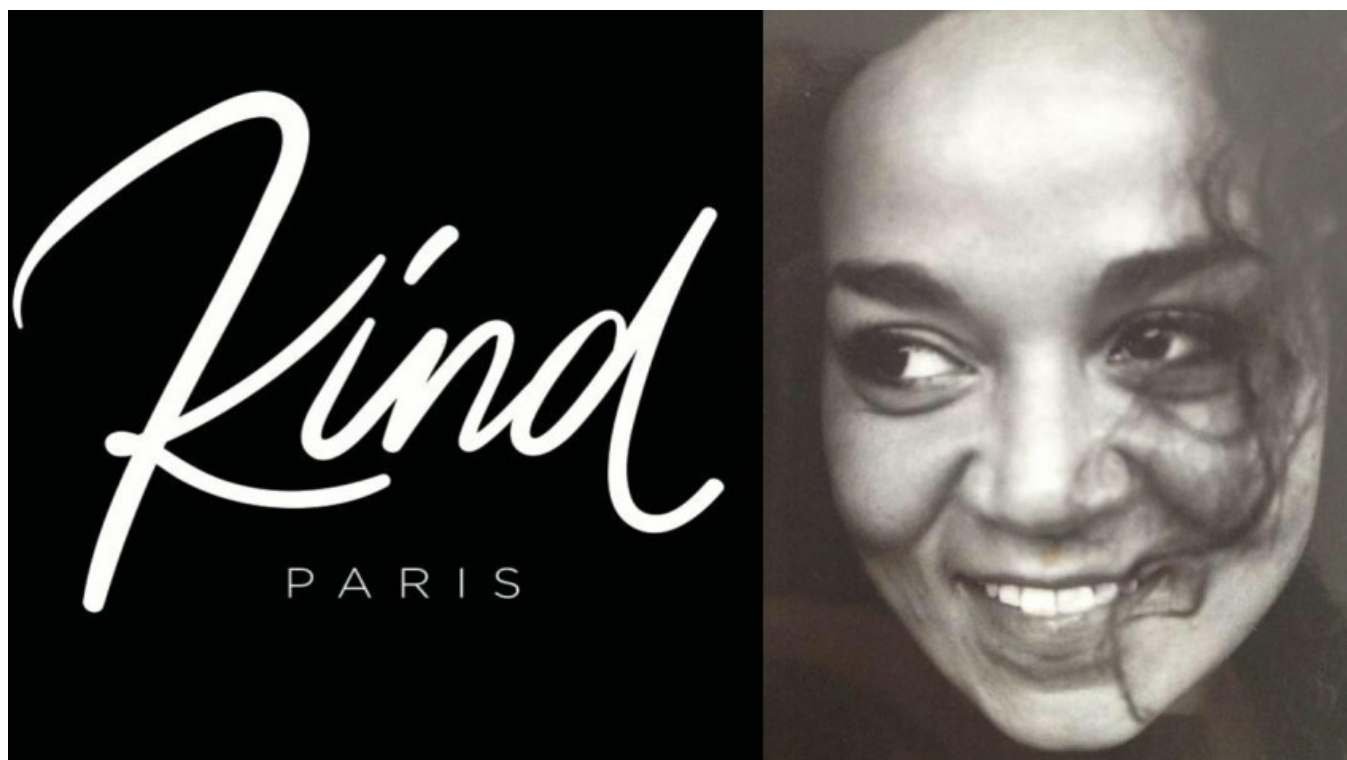


Titem Mouici lance Kind Paris



Titem Mouici lance Kind Paris. Ce nouveau bureau de conseil en exécution de films publicitaires spécialisé dans les secteurs du luxe et de l'hygiène-beauté a l'ambition de réunir tous les acteurs du marché dans un cercle vertueux d'expertise et de confiance avec comme objectif l'excellence du produit final.

Du brief de l'annonceur pour un film (TV ou Digital) jusqu'à sa finalisation, la jeune fondatrice accompagnera la création et la fera grandir à l'image avec l'aide des agences, des producteurs, de leurs réalisateurs et des équipes artistiques qui les entourent.

Allier exigence et bienveillance. C'est cette volonté de revaloriser à chaque étape le savoir-faire de chacun en privilégiant un partenariat basé sur le respect et la confiance qui a poussé Titem Mouici à franchir le pas et à se lancer dans l'entrepreneuriat, forte de son expérience en tant que chargée des productions L'Oréal Paris International depuis 13 ans au sein de McCann.

Une bienveillance que Titem Mouici revendique dès le nom de sa société et qui a marqué son parcours dans la relation très particulière qu'elle entretient avec le groupe L'Oréal depuis près de 15 ans « ***Ils ont fait confiance à quelqu'un qui était en tous points opposé aux profils qui les entouraient jusqu'alors, je dois tout à ce groupe, à ces clients qui n'ont jamais douté de moi, comme Nicolas Hieronimus lorsque j'ai débuté, Cyril Chapuy ces 6 dernières années et plus récemment Delphine Viguier pour des projets aussi prestigieux les uns que les autres*** ».

Enfant d'immigrés dans une fratrie de 7, entrée à l'âge de 20 ans comme standardiste dans une agence de publicité pour se payer une école d'éducateur pour enfants en difficultés sociales, Titem a finalement gravi un à un les échelons avant de passer au commercial sur les budgets de L'Oréal chez Publicis puis à la demande du client (Nicolas Hieronimus à l'époque Directeur Général de la marque L'Oréal Paris) chez McCann qui a récupéré le budget.

Intéressée par la fabrication, la production devient son point fort. La suite on la connaît. Elle est en charge des productions L'Oréal pour le compte de McCann « ***avec le but d'année en année de trouver les talents qui tirent l'image de la marque vers le haut*** ».

À son actif, des campagnes remarquées avec des artistes de talent comme Bruno Aveillan, Peter Lindbergh, Yoann Lemoine, Dominique Issermann et d'autres encore. Et la satisfaction et la fierté d'avoir été le bon interlocuteur pour arbitrer tous les talents en jeu.

De ces années riches d'enseignements, est née l'idée de Kind pour briser « ***la chaîne de frustrations*** » engendrées par la multiplication d'intermédiaires: « ***Les tv prod doivent passer par tout un tas d'intermédiaires pour faire passer un message à l'annonceur, une distance qui crée l'incompréhension et de fait les conflits, ce qui mène aux pires situations au moment où l'on doit passer à***

l'exécution à proprement parler du film. Les producteurs bien que tenus comme responsables de la garantie de bonne fin n'ont pas assez d'informations quand ils arrivent à ce moment-là sur un terrain parfois miné, face à des clients qui n'ont pas été assez impliqués dans le processus de fabrication. »

D'où la nécessité de maîtriser totalement les demandes de chacun « J'ai réalisé cela avec le dernier client pour lequel j'ai travaillé pendant plus de 6 ans sur l'Oréal Paris, Cyril Chapuy. Chacun devait savoir de quoi il parlait, il n'acceptait de réponse que de la part des experts chacun dans leur domaine. Même les films les plus spectaculaires se faisaient avec une simplicité incroyable car la confiance les uns pour les autres était là et le respect de l'expertise jamais contrarié. Réduire le nombre d'intermédiaires à mon sens est la seule solution pour satisfaire tout le monde. »

Des propos clairs et sans langue de bois, ce qui caractérise aussi Titem bien connue pour sa forte personnalité et son franc-parler : ***« La bienveillance et la gentillesse sont les traits de caractère qui me définissent le mieux selon mon entourage personnel. Avoir du caractère, ce qui est mon cas, n'est pas en opposition avec cela. Rien n'oblige à hausser le ton lorsqu'on n'a plus rien à prouver. Des talents comme Bruno Aveillan, Peter Lindbergh et d'autres peintures de la réalisation sont parmi les personnes les plus gentilles qu'il m'ait été donné de rencontrer. »***

Une personnalité entière toujours poussée vers l'excellence qui a séduit clients et producteurs. ***« Les clients savent qu'après toutes ces années je ne trahirai pas leurs objectifs pour un projet donné. Dès lors que l'échange existe et que l'on va tous dans la même direction, la discussion se fluidifie. Un film réussi, c'est un film qui en amène un autre et pour cela la confiance devient indispensable ».***

Avec la création de Kind Paris, outre la valeur de bienveillance mise en

avant par Titem Mouci c'est aussi le second sens de Kind qui transparait : une autre sorte de relation entre tous les acteurs du marché du luxe pour viser l'excellence.

