

Paris, le 29 novembre 2022

Timothée Bouquet et Loris Utard en tandem à la tête de la direction de la création d'ici Barbès.



Depuis le 1^{er} octobre 2022, Timothée et Loris sont à la tête de la direction de la création de l'agence.

Timothée et Loris sont en binôme depuis leur rencontre chez Publicis en 2016. Après un passage chez HumanSeven, ils arrivent chez ici Barbès début 2019 comme directeurs artistiques.

« Cette nomination, qui nous enchante, est le résultat d'un coup de cœur pour le binôme formé par Timothée et Loris, de la reconnaissance de leur talent et de tout ce qu'ils apportent à la création et à la créativité de l'agence et, surtout, de la volonté d'encourager, de faire confiance à de jeunes créatifs en binôme, loin de l'image parfois un peu autocentrée du poste de directeur de création. Ils font partie d'une nouvelle génération. Optimistes, drôles, engagés, ils savent faire plein de choses. Ils font du bien à toute l'équipe, ils vont contribuer à notre succès, tout simplement »,* commente Laurence Vignon, présidente de l'agence.

** Campagne Surfrider Foundation Europe « Bad cosmetics »*

Or - catégorie Com d'intérêt général, secteur associatif, au Grand prix Stratégies de la Communication d'entreprise et des collectivités territoriales 2020.

** Campagne pour l'INCa « Les Tabado Games »*

Argent - catégorie film créatif, au prix Empreintes de la santé créative 2020.

« Pourquoi on se lève le matin ? » par Timothée Bouquet et Loris Utard

« Qu'est-ce qui nous arrache de la tiédeur de l'oreiller, qui retient notre doigt d'assommer une énième fois le bouton "snooze" ?

C'est l'envie de construire, avec l'excitation d'un enfant qui déballe sa boîte de Lego. Continuer de construire une agence indépendante et vertueuse, donner un cap et lever le pied pour prendre le temps de regarder le paysage.

Tout ça dans l'espoir de rendre le monde dans un meilleur état que celui dans lequel on l'a trouvé, en se rappelant qu'on ne fait que de la pub, et c'est déjà pas mal.

Alors oui, certains matins, l'odeur du café est moins alléchante et on enfourche son vélo avec plus de difficulté, mais on se rappelle qu'on a cette responsabilité, en tant que communicants, de parler aux gens. De faire passer le bon message, de modifier certains réflexes, de montrer l'exemple plutôt que de faire la leçon. C'est utiliser la création pour faire du bien, faire du beau, ouvrir une parenthèse dans le quotidien des gens.

Et quand la journée se termine, si on a réussi à décrocher un sourire, déclencher une réflexion ou débloquer une situation, alors on se dit qu'on a bien fait de se lever ce matin. »

Contact ici Barbès :

Stefan Izoret – stefan.izoret@icibarbes.com

À propos d'ici Barbès

ici Barbès est une agence de communication pluridisciplinaire. Elle réunit une équipe de 60 collaborateurs dans le XIXe arrondissement de Paris.

L'expertise de l'agence s'articule autour de 5 disciplines :

- le conseil stratégique et le branding ;
- le contenu ;
- le social media ;
- la publicité.

Le credo de l'agence : La science des gens.

*La science répond aux attentes du marché : de la data, du ROI, de la précision mais elle ne peut pas s'entendre sans un intérêt profond pour les **gens** (bien au-delà des cibles), parce que c'est quand on les connaît bien qu'on peut leur faire aimer les marques.*

Nos clients : La Mutuelle Générale, GRTgaz, Leroy Merlin, EDF, Enedis, DomusVi, SNCF, Giphar, l'Assurance Maladie, Rexel, l'INCa...