

Antoine de Quelen

Booster de teams créatifs

INTERVENTION

Champ d'intervention

Sous la houlette du directeur de création ou des directeurs artistiques, renfort des équipes de création aux différentes étapes de la création :

- | Recherche/déclinaison de concepts
- | Production/déclinaison de campagne sur des outils du mix de communication
- | Prospection
- | Etc.

Méthodologie d'action

- | Briefing, réunion de création
- | Présentation de création, plan's board
- | Travail en renfort, reprise de pistes de création
- | Etc.

Modalités d'intervention

Sur mesure, en fonction du cahier des charges proposé.

EXPERTISE

Qu'est-ce qu'une idée ?

C'est une association nouvelle d'éléments qui n'avaient jamais co-existé auparavant.

Il s'agit donc de rassembler, de canaliser et de rationaliser les idées des créatifs pour aboutir avec eux à la mise au point de véritables concepts pérennes.

Ma démarche

1- Passer de l'abstrait au concret

Par analogie, je tente de rapprocher le travail demandé d'une problématique connue dont le positionnement répond à des logiques proches.

2- Illustrer ce qui fait une idée à partir d'exemples

| Idées nées d'association de mots (exemple : « la force tranquille », « le bateau, c'est abordable », etc.

| Idées nées d'association d'images (la statue en pierre qui pleure pour dire « l'émotion intacte »).

| Idées nées d'associations d'objets / de techniques : le Post-it.

3- Donner aux équipes des mots et des images clés en vrac qui peuvent déclencher des réactions et des embryons d'idées chez les créatifs.

Ceci, très rapidement, sans censure, en m'appuyant sur mon intuition et mon expérience.

4- Apporter des rails, des ficelles et des astuces à chaque étape du processus de création pour décliner l'idée et en faire ainsi **un véritable concept exploitable dans la durée et sur tous supports.**

QUALITÉS

Avec l'imagination, qui va sans dire, il y a des points forts essentiels pour « booster » efficacement la création et les créatifs :

Bon sens

Au-delà de la faculté de juger instinctivement, le bon sens permet d'appréhender un problème de communication globale, d'en tirer l'essentiel et de le distinguer des éléments secondaires.

Logique

Ou l'art de rendre une chose évidente par une juste analyse chronologique des faits.

Esprit de synthèse

Ou la faculté de résumer l'essentiel d'une réunion, d'un brief, d'un texte, pour le ramener à quelques lignes, quelques mots, jusqu'à une seule phrase, un message ou une « accroche ».

Pédagogie

Ou l'art de partir d'une information complexe pour la traduire en information simple, claire, intéressante, voire ludique et explicite pour les créatifs donc pour le public.

RÉSULTAT

Émergence et mise en commun de ressources pour faire exister un concept qui fédère en interne et séduise l'annonceur.

RÉFÉRENCES

Annonces grand public et B to B

Alcools	J & B, Pêché Mignon
Alimentaire	Lu, Prince de Bretagne, Mamie Nova, Collective Maquereau, Pomme de Pain restaurants, Suzi Wan plats cuisinés
Agriculture	BASF agrochimie, Husqvarna
Automobile	Valeo équipement, Michelin
Banque	Banque Populaire Bretagne Atlantique, Crédit Agricole Aveyron
BTP	Placoplâtre (Lafarge), SAE, Sogéa (Vinci), Le Zinc (Vieille Montagne)
Centres commerciaux	Unibail Rodamco, Nice Etoile
Communication	France Telecom, Autoroute Info 107.7
Cosmétique	Vichy, L'Oréal
Énergies	Gaz de France Industrie, EDF hydraulique, Air Liquide
Équipement	Arthur Bonnet
High Tech	JVC Video, Olympus, Swatch
Informatique	Apple, NCR
Loisirs et Tourisme	Stade de France, Parc Astérix, JV Voyages
Santé animale	Laboratoires Fort Dodge, Ceva
Textile	Rosy, Belamy lingerie
Transport	SNCF Marchandises, Aérospatiale, Cofiroute, Air France, Autoroutes Paris-Rhin-Rhône

Collectivités

Mairie de Paris, Conseils Généraux, Tourisme aveyronnais, CCI Nantes St-Nazaire.

Agences

CLM (BBDO), SAATCHI & SAATCHI Business Communication, CCB, PUBLICIS Méditerranée, TERRE DE SIENNE, MÉDIA-SYSTEM-Publicis, HÉMISPHERE DROIT, DESGRIPPES & A., CBa, FLY-SAFRONOFF, PIXELS Atlantic, DOLCI & DIRE, BELIER.

Audiovisuel

M6 Autopromo, TF1 Jeunesse.

CONTACTS

| Creative team booster, 68 avenue de Saint-Ouen, 75018 Paris

| Tél. : 06 62 89 34 67

| Courriel : **antoinedequelen@yahoo.fr**

| Book en ligne : **www.antoinedequelen.book.fr**

Antoine de Quelen
Booster de teams créatifs

68, avenue de Saint-Ouen | 75018 Paris
Tél. : 06 62 89 34 67 | antoinedequelen@yahoo.fr

