

« Sous l'eau, je suis dans ma bulle »

Le soleil et la mer

« Je suis comme une plante verte, j'ai besoin de vitamine D. Ce besoin de soleil, je le retrouve en Andalousie, je suis fan de cette région et plus particulièrement de Séville. C'est la ville la plus chaude d'Europe. Outre les couleurs chaudes du pays, j'aime contempler le bleu du ciel dégagé et de l'océan à perte de vue. J'aime aussi y plonger, car sous l'eau j'ai l'impression d'être dans ma bulle, dégagé de tous parasites. C'est dans ces moments-là que les idées affluent. Sous la douche, ça marche aussi! »



GUILLAUME LARTIGUE Ce directeur de la création atteint de bougeotte chronique a décidé il y a quatre ans de créer sa propre agence, Steve, avec son associé Grégoire Soufflet.

PROPOS RECUEILLIS PAR MARIE-CAROLINE ROYET @McRoyet

Le challenge

« Le challenge, c'est les autres, car personne n'a jamais vraiment cru en mes projets. J'ai commencé dans la production pour atterrir en agence de pub en tant que concepteur-rédacteur. Mais je ne voulais pas leur donner raison alors je me suis confronté à moi-même pour aller au-delà de mes capacités. Quand j'avais 15 ans, j'ai perdu mon père. Je pense souvent à lui. D'ailleurs mon entourage me dit souvent que j'ai des yeux d'enfant, car j'imagine que l'enfant que j'ai été le jour où mon père est parti est resté bloqué en moi. J'aime me dire qu'il serait fier de moi. »

Steve Jobs

« Nous lui devons le nom de l'agence : Steve. Il était prêt à tout pour aller au bout de ses idées. Malgré ses erreurs, Steve Jobs n'a pas lâché, pour finalement arriver à la création ultime : l'iPhone. C'est son côté perfectionniste et hyper conceptuel qui a changé la vie des populations, en bien ou en mal. Je me rappellerai toujours sa keynote de présentation où il répétait en boucle ces trois mots : téléphone, iPod, navigateur internet. Trois mots pour annoncer la révolution. »



La pop culture

« Certes, il s'agit de culture de masse,

mais elle en n'est pas moins noble. Inscrire un élément de pop culture dans un discours de marque permet de créer du lien plus rapidement avec le consommateur et renforce l'impact des publicités. La pop culture fait également partie intégrante de ma vie.

Chez moi, je possède une collection de Bart Simpson. Et quand je suis dans une situation stressante ou qu'il faut prendre du recul, je les regarde, ils me font marrer et me détendent. »