

JEAN-LUC MINES : « ESPRIT CRÉATIF »

Pionnier de la communication au Luxembourg et fondateur de l'agence Mikado Publicis, ce Luxembourgeois hyper actif de 55 ans est aussi un créatif aguerri et un dingue de golf.

D'abord, connaissez-vous Fairways ?

Oui, bien sûr ! Parmi toutes les publications de golf, fairways est certainement la mieux implantée au Luxembourg.

Comment êtes-vous arrivé dans le milieu de la communication ?

C'était une véritable vocation. Passionné par le design et la création, j'ai étudié les Beaux Arts à l'Université de Liège conjointement à un cursus de sciences commerciales.

Quel était votre objectif ?

J'étais fasciné par l'univers de la pub et par les messages forts que l'on peut transmettre grâce à la création et la gestion de grandes campagnes de publicité. Je voulais tout savoir dans ce domaine donc je suis parti à Paris pour apprendre le métier dans une grande agence, chez Ecom Univas (qui est devenu plus tard Euro RSCG).

Et donc ?

J'ai eu la chance de participer à des projets de grande envergure qui restent encore dans les têtes du consommateur comme la campagne « ticket chic, ticket choc » pour la RATP. A l'issue de cette magnifique expérience, je suis rentré au Luxembourg avec l'intention d'y créer un nouveau souffle dans la communication.

C'est à ce moment que vous avez créé Mikado ?

Oui, cela fera 25 ans en février prochain. Les débuts ont été balbutiants mais après avoir séduit un ou deux clients de référence, l'aventure a commencé et s'est largement développée. Aujourd'hui notre agence comprend deux pôles : le pôle publicité (création, gestion et media) et le pôle digital : Mikado Plus.

Quel est votre lien avec Publicis ?

Il y a un peu plus de dix ans, lorsque Publicis souhaitait devenir un « global player » partout dans le Monde, ils ont racheté des entités existantes aux quatre coins du globe pour arriver à un réseau incontournable de 25 000 collaborateurs. Ensemble, nous avons fait une exception : nous n'avons pas vendu mais sommes devenus partenaires du réseau : « Associate Agency of the Publicis Network ».

Parlons golf ! Comment avez-vous découvert ce sport ?

Il y a 22 ans, avec un ami lorrain très bon golfeur. J'étais réticent mais dès que j'y ai goûté, j'ai adoré. Nous allions taper des balles le midi au Golf Club Grand-Ducal et moi qui ne jurais que par le tennis, dès que j'ai vu partir cette petite balle blanche au loin, j'ai été conquis.

Quel est votre handicap aujourd'hui ?

Je suis 7. Mon meilleur hcp a été 5 mais cela nécessite un bon petit jeu et je ne m'entraîne plus assez. Les seuls moments où je retrouve l'esprit de compétition sont des séjours que j'organise annuellement avec des amis sur les parcours ayant accueilli le British Open. Ce sont des moments uniques dans des endroits uniques !

Pensez-vous que le golf et la publicité font bon ménage ?

C'est assez complexe : une campagne golf ne se vendra pas dans certains media trop généralistes mais un champion de golf comme Tiger Woods peut faire vendre un produit partout ! C'est d'ailleurs grâce à lui que le golf est devenu un axe de communication plus universel.

Le golf est donc un bon support pour le business ?

Oui, bien sûr. C'est aussi un moyen très interactif de faire du relationnel. Lorsque vous jouez un tournoi corporate, vous vous amusez, vous faites du sport et dans le même temps vous discutez et vous échangez. Aucun autre sport ne permet ceci : le golf est un accélérateur de réseau.

Quel est votre parcours préféré au Luxembourg ?

Le Grand-Ducal et Preisch qui, chacun dans son style, proposent des parcours très bien dessinés et sans fausses notes.

Et à l'étranger ?

Parmi de nombreuses merveilles, je dirais le Royal Birkdale, Tralee, Cannes Mougins et Taulane.

Quel est le club que vous préférez dans votre sac ?

Le driver : c'est mon meilleur allié.

Quel est votre plus beau souvenir au golf ?

J'ai gagné la « Jaguar International World Cup » en 2000 à Gleneagles après avoir disputé les épreuves qualificatives régionales et nationales. C'est la seule fois de ma vie où je me suis pris pour un pro tant le parcours, les services et l'organisation étaient hors normes...

Et pour terminer, votre rêve de golfeur ?

Tout simplement jouer des parcours du British Open seul avec mon fils lorsqu'il sera un peu plus grand ! ■ **Arnaud Leballer**

