

{INTERVIEW} D'AKQA À THE CREW : ANTOINETTE RIBAS OUVRE UN NOUVEAU CHAPITRE CRÉATIF

07/03/2026 | redaction



Après plusieurs années passées dans des agences internationales comme **AKQA**, **BBDO**, **Ogilvy** ou encore **DDB**, la créative **Antoinette Ribas** entame un nouveau chapitre en rejoignant l'agence **The Crew**, en tant que Creative - Art Director / Creative Lead. Après plusieurs mois de collaboration en freelance, elle a récemment intégré l'équipe de manière permanente. Pour **PUB**, elle revient sur ce choix, sur ce qu'elle recherche aujourd'hui dans une agence et sur sa vision d'une créativité capable de faire sens - et parfois même d'atterrir au-delà du monde publicitaire.

Qu'est-ce que ce nouveau chapitre représente pour toi ?

Antoinette : Je suis ravie ! Une agence à taille humaine cela veut dire toucher à tout. Imaginer, conceptualiser, présenter et réaliser. C'est ce qui me plaît, ne pas devoir choisir un rôle et s'y tenir. Tout le monde à cette attitude collaborative, flexible, agile, hybride, donne son avis, met la main à la pâte, aide. Cela n'est possible que dans un environnement de confiance dont l'ambition est bien présente mais pas l'ego. Chez The Crew on est toutes.s engagé.es et déterminé.es à faire de belles et grandes choses.

Qu'est-ce qui t'a donné envie de rejoindre The Crew aujourd'hui ?

Antoinette : **Iliana Couvez** ! C'est elle qui m'a contactée pour venir quelques fois en freelance depuis 9 mois, c'est elle qui m'a fait découvrir l'agence. Nous nous sommes connues chez DDB et depuis nous avons régulièrement essayé de travailler ensemble.

Chez The Crew j'ai eu la chance de travailler sur différents projets en tant que freelance et à chaque fois les campagnes ont séduit l'agence puis le client. Ici les ambitions créatives sont aussi grandes que les miennes. J'apprécie particulièrement le peu d'étapes entre le briefing et la sortie de la campagne ou l'activation. Ça va vite, c'est fluide. Je suis meilleure en sprint qu'en marathon alors cela me convient très bien. Quand **Luc de Tillesse** (CEO) m'a proposé de rejoindre l'équipe, je n'ai pas hésité.

Qu'est-ce que tu viens chercher de plus que tu ne trouvais plus ailleurs ?

Antoinette : La joie, l'enthousiasme, l'optimisme. On travaille dur, on est exigeants mais le côté familial et bienveillant m'a séduit. Et puis, chose rare (et à noter), chez The Crew il y a 90% de femmes. Qui viennent toutes de backgrounds différents et de cultures différentes. Depuis la création de The Crew, Luc m'a confié

qu'il attachait beaucoup d'importance à ce que l'agence reflète notre société. Ce qui crée une ambiance très différente de ce que j'ai pu connaître et cela me plaît beaucoup.

Est-ce que ton expérience a changé la manière dont tu choisis tes projets ? Si oui, comment ?

Antoinette : Si j'ai le choix, bien sûr que je préfère mettre mon énergie dans des projets qui font écho à mes valeurs. Mais ce qui compte aussi c'est l'enthousiasme de l'agence. Je me donnerai toujours à 100% pour une idée si j'y crois mais ce sera plus agréable si c'est dans un environnement que j'aime. J'ai envie que tous mes collègues soient fiers du travail que l'on sort. Malin, beau, crafté. Qui attire l'attention du public dans un monde noyé d'images. Quelle marque est assez riche pour payer pour de l'indifférence?

En passant par des agences comme AKQA, BBDO, Ogilvy ou DDB, qu'est-ce que ton parcours t'a appris sur ce qu'une idée peut vraiment changer et sur ses limites ?

Antoinette : J'ai d'abord appris qu'il est parfois plus difficile de trouver le problème à résoudre que la solution (l'idée). J'ai vu passer tellement de briefs du genre, le client veut faire ceci, nous devons faire une campagne pour cela. Sans ambition de solutionner un réel problème de la marque. Je commence toujours par là. Sinon, je dirais qu'une idée qui part d'un insight imparable et inattendu est une idée qu'on a envie de raconter. Contagieuse. Le client a envie d'en parler à ses collègues, nous aux nôtres et, si c'est vraiment une bonne idée, à notre entourage.

Y a-t-il un projet qui a changé ta vision du métier ?

Antoinette : C'est plutôt un type d'idée. Les idées qui ont un potentiel PR. C'est le graal. Quand une idée finit dans la presse (et pas que PUB 🥰) c'est qu'on a très bien fait notre travail. Pour moi c'est le plus important. J'ai également un faible pour le productising, l'idée que la pub s'invite par la grande porte chez les gens pour trouver sa place via un objet design que les gens aient envie d'avoir, c'est une belle réussite. **Et j'aime créer des objets**, tester des nouvelles contraintes et matières. (exemples : Un cintre mémo pour **Les Petits Riens**, un coussin *The Küss* pour **IKEA**, des vinyles pour **Pink Ribbon**, un verre cassé pour **Jupiler**,...)

The Crew parle d'"optimisme contagieux", selon toi, comment rester optimiste quand on travaille sur des enjeux sociétaux parfois lourds ?

Antoinette : Justement, avoir l'occasion de travailler sur des causes, des vraies problématiques et d'essayer de changer les choses c'est une occasion en or. Ici on veut traiter les sujets graves mais avec positivité. Et surtout tout est une question de balance, on travaille pour des ONG mais cela ne représente que 20% de notre activité. J'ai beaucoup travaillé pour des causes, **Amnesty** pendant 6 ans, **Cap 48**, **Les Petites Riens**, **Pink Ribbon**, et récemment **La Ligue Cardiologique** et **La Ligue Braille** chez The Crew.

Comment éviter que la créativité engagée devienne un simple argument marketing ?

Antoinette : Il ne faut pas que le dire, il faut le faire.

À quoi reconnaît-on une idée qui a du sens ?

Antoinette : Une idée qui part d'un vrai problème. Que tout le monde comprend. Une idée qui était nécessaire. Une idée où l'on se demande 'comment on a pu faire sans?'

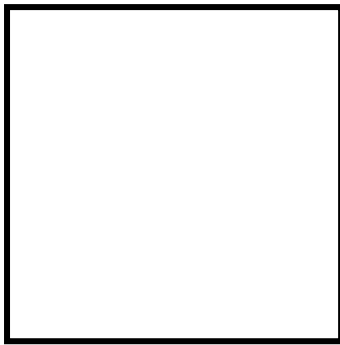
À l'occasion de la journée internationale des droits de la femme, quel message aimerais-tu adresser aux jeunes créatives ?

Antoinette : Je leur raconterais le rôle que j'occupe au sein du **board Creative Belgium** où depuis 8 ans avec **Isabel & Amber** nous faisons tout pour attirer et retenir les talents divers.

Aux étudiantes, je les inviterais au **Creatures Festival**, je leur montrerais les plus beaux cases qui donnent envie d'en faire autant, je leur parlerais des grandes idées qui ont le pouvoir de changer le monde. Le rendre meilleur. Je leur dirais que leur créativité n'est pas "un plus" qu'elle est indispensable. Je leur dirais que leur expériences, leurs intuitions, leur sensibilité, leur humour, leur complexité : tout cela enrichit les idées et les rend plus justes, plus puissantes, plus vraies. Je leur dirais qu'elles ne sont jamais "trop" : trop sensibles, trop ambitieuses, trop engagées, trop discrètes, trop affirmées. Qu'elles sont exactement ce qu'il faut.

Le monde a besoin de vous, d'histoires racontées par vous. De campagnes pensées par vous. D'images imaginées par vous. S'il vous plaît, prenez de la place. Concrètement je leur dirais de s'entourer d'alliées et d'alliés, de mentors. Et d'en devenir pour d'autres dès qu'elles peuvent.

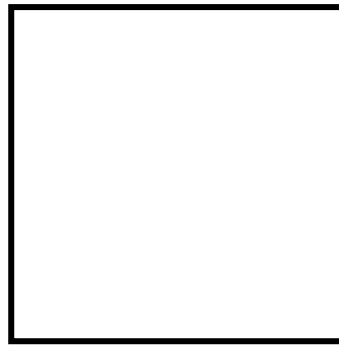
JOBS



DIGITAL ADVERTISING LEAD - SO BUZZY

En tant que Digital Advertising Lead chez So Buzzy, vous adoptez un rôle [...]

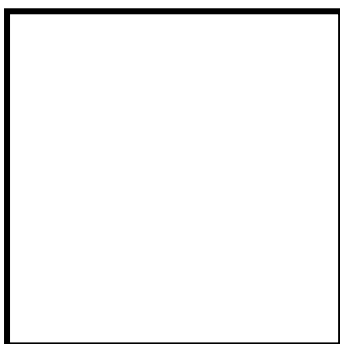
[READ MORE](#)



CONTENT CREATOR - THE CREW

About The Crew The Crew is a boutique creative agency based in Brussels. [...]

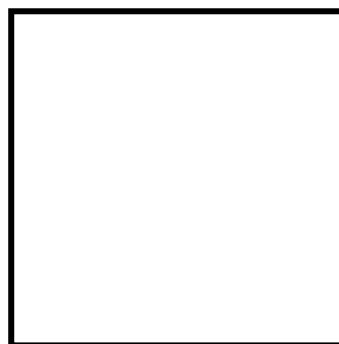
[READ MORE](#)



RESPONSABLE DU DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL ET MARKETING H/F - RÉSEAU DES MÉDIAS DE PROXIMITÉ

APPEL A CANDIDATURES Le Réseau des Médias de proximité recrute une.e « Responsable [...]

[READ MORE](#)



CORPORATE PR ACCOUNT MANAGER WALKIE TALKIE

WALKIE TALKIE IS ON THE LOOKOUT FOR A CORPORATE PR ACCOUNT MANAGER WALKIE [...]

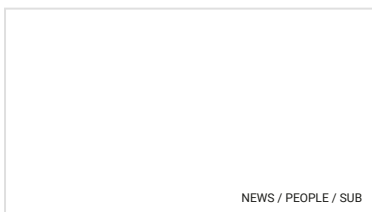
[READ MORE](#)



ARTICLES SIMILAIRES

JARNE EETESONE ET MANUEL DE VOS (HAPPINESS) DEVIENNENT ASSOCIATE CREATIVE DIRECTORS POUR BURGER KING

04/02/2026

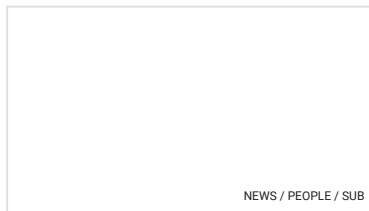


Jarne Eetesone et Manuel De Vos, concept providers chez Happiness, deviennent « associate [...]

[READ MORE](#)

KOEN DERYCKERE DEVIENT LE NOUVEAU CEO DE CEGEKA

23/02/2026

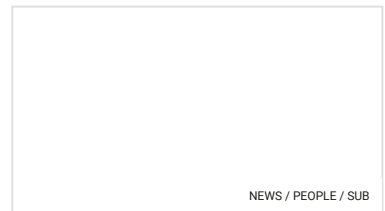


Koen Deryckere entrera en fonction le 1er mai en tant que nouveau CEO [...]

[READ MORE](#)

NATACHA LIESENBORGHES REJOINT SERVICEPLAN GROUP BENELUX

16/01/2026



Ce mois de janvier 2026, Natacha Liesenborghes rejoint Serviceplan Group Belux en tant que [...]

[READ MORE](#)