

**Faire parler sa marque et se projeter en 2025**

**Comment les voeux  
valorisent l'image  
de marque de votre  
entreprise ?**



**l'agenceplanète**

Si les voeux, notamment imprimés, sont moins usités aujourd'hui, ils restent un **excellent moyen de communication** à intégrer dans son plan d'action.

À l'agence, nous prônons les voeux originaux qui mettent en valeur la personnalité des entreprises et des marques. **Nous n'avons rien contre le Père Noël** et ses lutins, mais nous ne l'utilisons pas dans les cartes de fin d'année ou de voeux de nos clients. Même sous la torture.

## Oust le Père Noël !

Règle n°1 : on range les Père Noël, les lutins, les rennes, les flocons de neige et les sapins.

Et on vise la **distinctivité !**



Faire parler son  
entreprise au-delà  
de sa communication  
commerciale

Faire un  
cadeau à ses  
clients

# La carte de vœux pour...

Se rappeler au bon  
souvenir de ses  
différents publics

Montrer la  
personnalité  
de sa marque



On vous a dit de partir les lutins,  
alors du balai !

Pour que les voeux deviennent un outil d'image de marque, de fidélisation voire de prospection, quelques règles fondamentales :



Faire plaisir aux destinataires



Montrer la vraie personnalité de l'entreprise



Faire passer un message

Se laisser emporter par son imagination



Oser l'originalité et l'inattendu



Raconter une histoire (même brève)

## Le web mieux que le papier ?

Utilisé par certains parce que "cela va plus vite", "c'est plus simple, je fais un mail groupé et mes voeux sont envoyés" ou encore parce que "c'est plus écologique que le papier" ...  
Le choix entre digital et imprimé doit répondre à l'image de marque de l'entreprise et l'impression qu'elle souhaite donner.  
Et n'oublions pas que tout envoi de mail a un impact environnemental qui n'est pas neutre.

*« Un peu de love et de tendresse  
Finalement, c'est ce qu'il nous faut  
Que de beaux jours, que de beaux gestes  
Pour rattraper le temps qui presse »  
Eddy de Pretto*

**Nous, tout ça,  
ça nous inspire...**

Concrètement,  
ça donne quoi ?



# Des cartes qui portent un message de positionnement

Il n'est pas toujours facile de trouver les bons mots pour refléter son ambition.

Pour cet exemple, qui respecte les éléments fondamentaux de la charte graphique du Groupe, c'est l'esprit d'innovation et un léger ton d'audace qui étaient au coeur de la recherche. Décliné en post pour les réseaux sociaux et en vidéo, ce concept prône le mouvement constructif.



Voir la déclinaison vidéo

BONNE ANNÉE  
HAPPY NEW YEAR  
2023

Chúc mừng năm mới  
C Hoşayım roşom  
Schönes Neues Jahr  
Feliz Año Nuevo Roku  
Yeni Yılınz Kutlu Olsun  
سنة سعيدة  
Buon anno  
Szczeńliwego Nowego Roku  
謹賀新年  
새해 복 많이 받으세요  
Gelukkig nieuwjaar  
आपका नया साल सुखदायक हो  
Selamat Tahun Baru  
Щастлива Новаго року  
明けましておめでとうございます  
Щасливого Новоро року





Voir l'édition vidéo



## Des histoires qui renforcent l'attachement à la marque

**Connaissez-vous le Petit Alderan ? Non ?** Il s'agit de la **mascotte** qui a porté les vœux du Groupe Alderan durant 4 ans. En version imprimée pour commencer, puis dans une version vidéo décalée mêlant prises de parole des collaborateurs et messages de marque.

**Qu'incarne le Petit Alderan ?** La découverte de nouveaux territoires, la force d'avancer en terres inconnues, la bienveillance, la curiosité, l'ouverture d'esprit... des valeurs chères à l'entreprise. Au fil de son histoire et de ses aventures, nous nous attachons à ce personnage et, à travers lui, à la marque.

## Des impressions qui marquent et touchent

2024

Le relief du gaufrage, l'éclat de la dorure, la densité du Pantone fluo, la douceur d'un papier de création légèrement grainé...

**Une carte de vœux peut être une expérience sensorielle totale.**

Ici, les techniques de fabrication sont intégrées en amont de la réflexion créative pour offrir un support élégant, inattendu et totalement sur-mesure.

Pour les entreprises qui veulent marquer les esprits tout en faisant preuve de sobriété et d'élégance.

2021



## Des détournements qui valorisent la créativité

**Comment étonner, année après année, son audience ?** Se laisser beaucoup de liberté dans la création de voeux qui embarquent le destinataire dans un univers particulier ! Quelle cohérence entre le rendu et l'entreprise ? Ici, la créativité et l'amour des couleurs, des encres, des papiers ! Si le concept change, le fond reste le même : valoriser l'expertise métier de l'imprimerie en choisissant des mots et des images en accord avec sa personnalité, ses valeurs et son regard sur son activité. Détournement de musique aux tonalités colorées, collage de scènes de papier... L'univers de l'impression est célébré, année après année, sous différentes facettes.

Printin' in the colours

I'm printin' in the colours  
Just printin' in the colours  
What a glorious feeling  
I'm happy again  
I'm laughing at clouds  
So dark up above  
'Cause the sun's in my heart  
And i'm ready for printing  
Let the stormy clouds chase  
Everyone from the place  
Come on with the colours  
I've a smile on my face  
I walk down the lane  
With a happy refrain  
'Cause I'm printin'  
Just printin' in the colours

d'Arthur Freed

Parce que les **études notariales** peuvent aussi avoir une communication originale, si les notaires de familles **racontaient des moments de vie** ?



**Des professions réglementées qui révèlent une autre facette de leur personnalité**

Et si **l'expertise-comptable** devenait sympathique ;) On casse les codes avec **un visuel accessible** totalement aligné à la personnalité du fondateur.

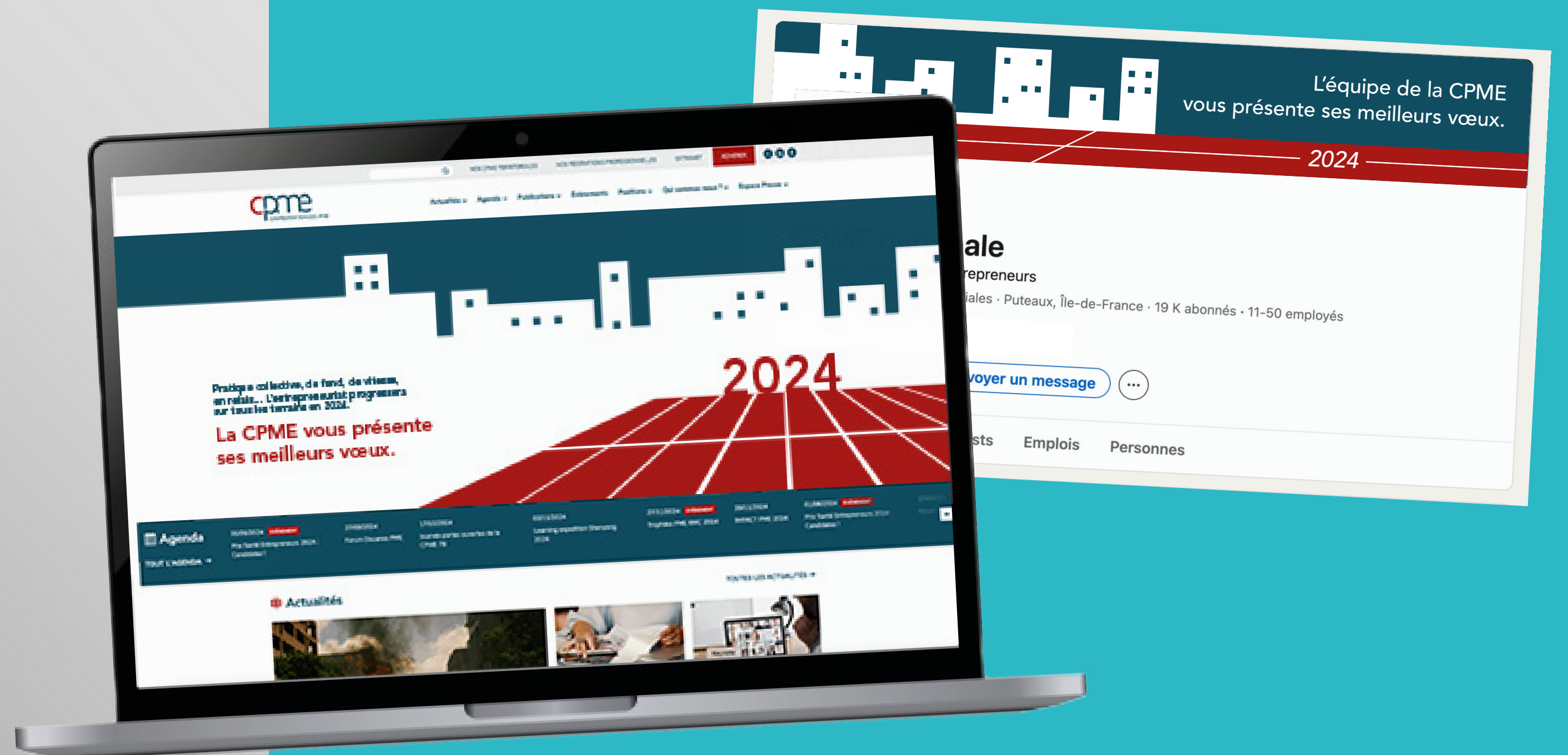


“ Toujours de l'IA tu te méfieras, Jamais tu ne te précipiteras, Les conseils de ton avocat tu écouteras... Et en 2024, paix et sérénité fiscales tu garderas. ”

**Oser la mascotte décalée** et l'accroche impertinente pour faire passer le message, même quand on est un **cabinet d'avocats**.

## Des vœux qui collent à l'actualité

Lorsque les vœux rejoignent la réalité, le choix de l'accroche est primordial et l'accord du visuel avec la charte graphique de l'entreprise tout autant. Anticipons alors les déclinaisons digitales pour une diffusion élargie de son message.



Des livrets que  
l'on n'attendait pas

Incarner sa marque, son expertise et ses valeurs. Dans notre cas, l'objectif était de mettre notre emblème (la chouette) au coeur de cette communication après avoir changé d'identité visuelle quelques mois auparavant.

L'erreur aurait été de mettre notre nouveau logo en avant, ce qui aurait donné une tournure trop commerciale et autocentrée à ces voeux.

- \* **Notre idée** : utiliser la chouette pour détourner des expressions du quotidien afin de souligner la créativité de l'agence.
- \* **La forme compte aussi**. C'est sur un papier de création texturé que ce livret de 12 pages a raconté son histoire. Une planche de stickers déclinés de la création graphique complétait la production.

## Chouette(s)

ou la nouvelle expression du quotidien



Rire comme\*  
une chouette

Prendre\*  
la chouette  
par les plumes



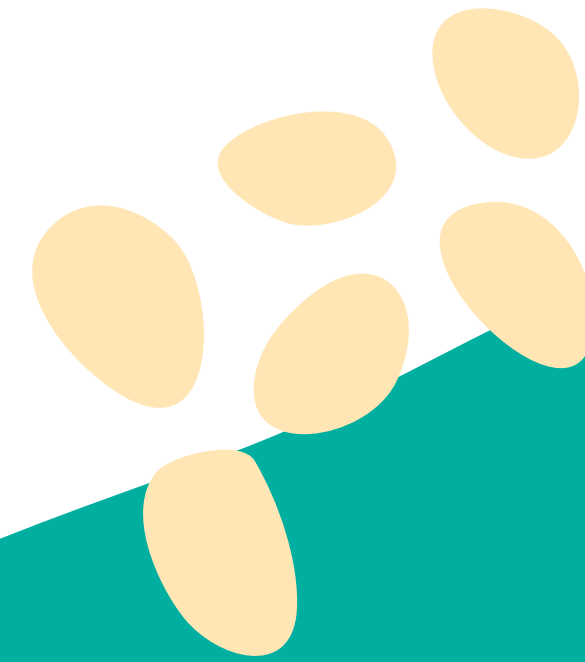
Douce\*  
une chouette

# À bientôt !

L'AGENCE PLANÈTE

8 rue Cauchois, 75018 Paris  
01 42 21 92 39  
contact@agenceplanete.fr

[agenceplanete.fr](http://agenceplanete.fr)



Vous avez un projet de vœux,  
vous hésitez, vous ne savez pas.  
Ou vous pensiez envoyer une carte  
avec un sapin, quelques étoiles et  
puis voilà, ça fera l'affaire.

**Et si on s'appelait avant que  
décision soit prise ?**



l'agenceplanète



**Il essayera jusqu'au  
bout de s'immiscer  
dans les vœux  
celui-là...**