

La carte postale « à fenêtres » testée en Bretagne

Avec leur nouvelle carte postale « à fenêtres », comme les calendriers de l'Avent, les deux créateurs pensent s'ouvrir des portes. La Bretagne est leur région test

L'initiative

Tout s'est précipité l'an dernier, lors d'un séjour sur l'île de Bréhat, l'ancrage familial. Alexis Hamel et Maud Richaud ont eu le déclic. L'idée d'une carte postale « à fenêtres », comme un plaisir multiplié que l'on fait durer sur le principe des calendriers de l'Avent. Ceux dont on ouvre une fenêtre tout au long du mois de décembre en attendant Noël. Une carte postale classique qui permet de démasquer d'autres vues, à découvrir selon l'humeur...

« En juin, nous avons fait une quantité de photos de l'île. Un mois après, les cartes postales « à fenêtres » étaient en vente sur un tour-
niquet, à Bréhat. On en a fait tirer 8 000. Le test a bien fonctionné. Nous avons alors choisi de prospecter un grand fabricant de cartes postales. La formule a plu à la mai-

son d'édition Jos, qui fait partie du groupe Éditer. Elle a repris le concept. Cet été, la Bretagne sera région test. Si l'idée plaît, elle sera étendue à toute la France et même à une vingtaine de pays », expliquent les deux créateurs. L'enjeu est de taille puisqu'ils sont désormais intéressés par les royalties...

Enthousiastes, Alexis et Maud « osent et y croient parce que cela fait une belle condamnation à la réussite. » Mais les deux cousins, anciens employés dans les ressources humaines à Paris, ne sont pas nés des derniers crachins bretons.

« 25 jours avant »

L'idée leur est venue alors qu'ils avaient déjà développé un premier concept similaire. « Les gens restent profondément attachés au support papier. De très loin, il reste le moyen de communiquer le plus utilisé au

monde », assurent-ils, avec un sens de l'innovation qui « les a fait créer leur TPE, très petit entreprise ».

Baptisée « 25 jours avant », leur start-up a démarré sur l'idée de décliner différents événements de la vie (anniversaire, départ en retraite, retour de mission d'un papa, etc.) dans la logique d'un calendrier de l'Avent. Une ligne de calendriers a été créée avec ces petites fenêtres personnalisables dans des formats A3, A4 ou A5. Elle est imprimée par la société Cloître à Saint-Thonan (Finistère).

L'initiative n'a pas seulement tapé dans l'œil des particuliers. Des grands groupes comme Vuitton, Clarins ou l'Oréal ont retenu la formule pour soigner leur communication. Autant dire que la carte postale « à fenêtres » peut réussir à s'ouvrir des portes.

Philippe PÉRON.

Contact : www.25joursavant.com



Alexis Hamel et Maud Richaud sur le port de Paimpol avec leurs créations.

Mic
Lou
nou
de

Ro
co
Su
un
mi
no
je
di
au
ci
bl
l'e
su
to
2
re
ri
M

Ouest-France