

Comme au casino, tout le monde joue : chaque fin d'année, on se souhaite le meilleur, de rafler la mise, de faire sauter la banque. Mais, en 2016, avec l'explosion des modes de communication, tous les coups sont permis. Selon la dernière étude TNS Sofres sur la question, en novembre 2013, les Français se disaient « Joyeux Noël ! » et « Bonne année ! », chacun à leur manière, souvent en combinant les possibilités : 60 % en face-à-face, 54 % par téléphone, 52 % par texto, 45 % via un e-mail. 42 % rédigeaient encore une bonne vieille carte. Et ils étaient 20 % à basculer vers les réseaux sociaux. Mais présenter ses vœux de vive voix reste encore important. Thibault Pénélon, ingénieur de 40 ans, n'envoie pas de messages le 31 décembre au soir, pour profiter pleinement des amis avec qui il réveillonne. Et, le lendemain, il réserve ses coups de fil « au cercle restreint : mes parents et mes frangins ». Réflexe identique chez Stéphanie Zarev, quadragénaire qui travaille pour l'Inserm. Sauf qu'elle a recours à l'application gratuite Viber pour passer du temps en ligne avec ses cousins qui vivent en Serbie.

Une attention profonde portée à l'autre

À l'autre bout du spectre, beaucoup moins immédiates, les cartes de vœux en papier témoignent de la même attention profonde portée à l'autre, de la même chaleur. « Les mots manuscrits résistent, parce qu'à la différence des textos que l'on reçoit en nombre et que l'on va effacer, ils s'écrivent avec le cœur et vont être relus, conservés », estime Bernard Bouvet, président de l'Union professionnelle de la carte postale. Selon lui, ils constituent un véritable héritage familial et participent de la mémoire collective. Il a donc entamé les démarches pour faire classer la carte postale, qui fêtait ses cent



cinquante ans en 2015, au patrimoine mondial de l'humanité. Aline Seeuws, journaliste à la retraite, ne peut qu'abonder dans son sens. Depuis dix ans, elle réalise une mosaïque avec les photos de ses petits-enfants qu'elle fait parvenir à ses proches et qu'elle collectionne sur son réfrigérateur. « Au départ, ils étaient trois ; aujourd'hui, ils sont quatorze. On voit la tribu s'élargir et les petits, grandir. » Les cartes virtuelles, transmises par mail ou SMS, se rapprochent de plus en plus de leur ancêtre. Elles séduisent le même public : à 70 % des femmes, souvent de plus de 35 ans. Et, pour Rafik Smati, PDG de Dromadaire, le leader du secteur, « elles sont en train de s'institutionnaliser : les mamans qui adressent les vœux au nom de la famille prennent le temps de choisir entre plusieurs visuels, de consulter leurs maris et leurs enfants, d'y mettre plus d'émotions ».

Cette personnalisation s'applique même aux textos et aux nouveaux messages instantanés, qui semblaient cantonnés aux envois

groupés. À 28 ans, Alice Akka, chef de projet dans le numérique au Canada, utilise les applications gratuites Messenger et WhatsApp de manière individuelle : « J'écris toujours à un destinataire unique. Je ne fais jamais de copier-coller, et j'essaie de souhaiter à chacun quelque chose de spécifique, en mêlant texte et smileys (dessins stylisés, NDLR), par exemple le bonheur de la vie à deux à une copine qui se marie dans l'année... » La jeune expatriée, originaire de la banlieue parisienne, constate que sa pratique a beaucoup évolué. Au milieu des années 2000, elle admet avoir abusé de la mode du miniparagraphe expédié à tout son répertoire de portable et à tous ses contacts Facebook. « À la sortie de l'adolescence, j'avais besoin de reconnaissance sociale, de recevoir le plus d'attention possible. Avec le temps qui passe, je me suis recentrée sur les amis fidèles. » De son côté, Aline a atteint un tel seuil de saturation par rapport à ce matraquage collectif qu'elle ne répond qu'aux pensées personnelles et tranche : « C'est pas du marketing ! »

ÉRIC JAFFRIN*

« Les cartes de vœux caritatives expriment une démarche chrétienne de solidarité »



Les cartes de vœux caritatives semblent remporter un grand succès. Quelles en sont les clés ?

En fait, les ventes sont réparties. Entre le milieu des années 1990 et les années 2000, trop d'ONG se sont mises sur le marché des cartes de vœux en papier, initié par l'Unicef. Le principe était de faire un appel aux dons en offrant un jeu de cartes. Mais, depuis trois ans, grâce à Internet, une kyrielle d'associations utilisent à nouveau ce moyen pour collecter des fonds, et certaines réalisent 25 à 50 % de leur chiffre d'affaires à la fin de l'année. Elles comptent toujours sur le grand cœur des donateurs qui se font plaisir, tout en soutenant une cause. Depuis mai 1968 et la fin des Trente Glorieuses (1945-1975), l'individu ne consomme plus tous azimuts, mais comme un citoyen en quête de sens.

Pourquoi la période des fêtes est-elle propice au geste humanitaire ?

Même si la France a beaucoup désacralisé Noël, cette fête reste ancrée, dans l'inconscient collectif, comme spirituelle : elle rappelle la figure centrale du Christ et la démarche de solidarité qui consiste à aider son prochain. L'Unicef propose d'ailleurs des modèles proches des valeurs chrétiennes : la famille et la Nativité, les étoiles, le sapin...

Quels bénéficiaires tirent les associations ?

Les revenus financiers ne sont pas si énormes que ça. Car, aujourd'hui, des imprimeurs spécialisés fabriquent les cartes de vœux et les distribuent pour les ONG et les associations : Editor collabore avec l'Unicef France ; les Éditions du Partage sollicitent les entreprises pour la Fondation Abbé Pierre et carte-de-vœux-entreprise.com, pour l'action contre la faim ou Le Rire Médecin. Les cartes sont souvent écoulées par lot, autour de 60 euros, et les associations ne touchent généralement que 25 % du prix de vente. En fait, l'intérêt est surtout de faire de la prospection, de trouver de nouveaux donateurs. Dans un secteur très concurrentiel, c'est aussi un moyen pour les plus petites structures de se faire connaître.

Quels sont les ratés de ce système ?

D'une part, certaines entreprises commerciales qui ont constaté ce besoin de sens et d'humanité, redoutent leur image à peu de frais auprès de leurs clients, à travers cette action sociale. Par ailleurs, on peut se demander quelle est la fidélisation réelle d'un donateur qui a tiré un profit de sa générosité, qui a fait un « achat utile ».

*Spécialiste du marketing non marchand, consultant en entreprise.

➤ Loin des recettes toutes faites, la formulation des vœux implique toujours une certaine dose d'introspection. « Avec Internet et les réseaux sociaux, les gens se sont rapprochés, observe Rafik Smati. Ils ne se donnent plus de nouvelles dans de longues missives, comme au début du XX^e siècle. » En revanche, ils continuent de partager avec leurs proches les émotions que suscitent les événements survenus dans l'année, heureux ou malheureux. En 2015, Aline a assisté à la naissance de sa dernière petite-fille et à la mort de ses parents. « Le merveilleux côtoie le douloureux. Je me demande encore ce que je vais confier et à qui. » Mais une chose est sûre : cet échange resserra le lien qui l'unit à ses amis, notamment ceux qui sont loin, pour elle qui a habité aux États-Unis et en Grèce. Thibault, lui, y voit un moyen de montrer son attachement à ses copains d'école, toujours en France mais qu'il n'a pas eu l'occasion de croiser depuis des années. On pourrait presque parler de retour de flamme. Ce qui, aux yeux de la psychosociologue Christine Marsan, correspond à la vocation originelle des réjouissances de fin d'année : « Noël fait écho à la fête du dieu oriental Mithra qui célébrait le solstice d'hiver et le renouveau de la lumière. Il commémore la naissance du Christ, figure de l'Amour avec un grand a. »

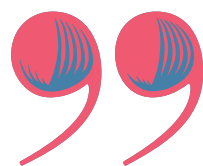
En quelques clics

Plus rapide que de jouer du stylo, plus pratique que d'aller à La Poste, il y a les cartes de vœux virtuelles qui se transmettent par mail ou sur les réseaux sociaux. Mais, attention, les tendances technologiques se succèdent à la vitesse de l'éclair ! En ce qui concerne les sites Internet, l'heure est au clip qui peut durer jusqu'à une minute, selon Rafik Smati, le PDG de dromadaire.com, leader du marché. Le contenu aussi épouse l'air du temps : l'écologie était

à l'honneur il y a trois, quatre ans ; cette année, les icônes chrétiennes et nationales reviennent en force. Mais, de plus en plus, les internautes sont invités à personnaliser leurs messages grâce à des suggestions de citations et l'insertion de photos. Certains sites offrent la possibilité de les imprimer et de les envoyer au domicile du destinataire. En voici quelques-uns, gratuits : dromadaire.com, cybercartes.com, linternaute.com... Tous ont décliné leur gamme sur des applications mobiles.



LES MARQUES DE TENDRESSE DE FIN D'ANNÉE SONT D'AUTANT PLUS FORTES QUE 2015 A ÉTÉ SOMBRE.



Les marques de tendresse de fin décembre sont donc tout sauf anodines : elles constituent une promesse d'avenir. La conscience d'effectuer un rituel fondamental est d'autant plus forte que l'année 2015 a été sombre, se terminant sur la crise des migrants, les attentats terroristes du 13 novembre à Paris et la poussée de l'extrême droite aux élections régionales du 6 décembre. Ces déflagrations expliquent, pour Fabien Hubert, vendeur à la papeterie parisienne Buci News, le retour au papier, plus solennel : « Depuis quelques semaines, j'ai beaucoup plus de clients qui repartent avec au moins une dizaine de cartes. » Ceux qui ont été directement touchés ont vu leur existence et leur vision du monde bouleversées. Stéphanie, rescapée de la prise d'otages du Bataclan la nuit du 13 novembre, sait déjà que ses pensées seront différentes : « Avant, je souhaitais la réussite et le succès. Aujourd'hui, je souhaite à mes proches de profiter du temps qu'ils passent avec ceux qui leur sont chers. J'ai réalisé que c'était l'essentiel. » De l'autre côté du miroir, ceux qui se retrouvent en face des victimes cherchent encore les mots justes mais sont certains de se manifester d'une manière ou d'une autre. Catholique et pratiquante, Aline est dans ce cas-là : « Le dermatologue qui a soigné ma mère a perdu sa fille

le 13 novembre. Il a été très entouré lors des funérailles, mais j'ai peur que les gens oublient peu à peu. Je ne vais sans doute pas lui poster ma composition avec mes petits-enfants, mais lui signifier qu'on reste à ses côtés et qu'on prie pour lui. »

Pour quel modèle de société ?

Au-delà des relations interpersonnelles, les vœux posent en filigrane la question du modèle de société que nous voulons construire. Ne serait-ce que parce que le président de la République présente les siens aux Français le 31 décembre. « C'est l'occasion de redéfinir notre identité nationale, le ciment collectif qui dissuadera les plus précaires et les plus déracinés de glisser vers l'extrémisme », souligne Christine Marsan. Certains esquissent déjà des pistes. Parmi ses cartes estampillées 2016, Dromadaire propose une tour Eiffel étincelante en bleu, blanc, rouge, une animation dont Rafik Smati pressent qu'elle sera la préférée des internautes. Rien d'étonnant à ce que les couleurs du drapeau, emblème de la République, s'imposent comme des valeurs refuges. Mais, des trois, il n'y en a qu'une qui est toujours gagnante et sur laquelle on peut miser les yeux fermés, contrairement aux jeux de hasard : c'est le rouge du cœur. ●

Nos coups de cœur

Les Français ne se fendent que de sept cartes par habitant et par an. Mais « ils imitent de plus en plus les Anglais qui sont les champions européens, avec 49 envois, et les Allemands, qui flirtent avec la trentaine », précise Bernard Bouvet, président de l'Union professionnelle de la carte postale.

- **Zazous Éditions** diffuse des cartes produites en Grande-Bretagne où se détachent des rennes pailletés, des sapins en pop-up et des colombes avec des ailes en pelures de crayon (facebook.com/zazouseditions).
- Encore plus raffiné, la maison française **Siga** fabrique des pièces uniques, avec des bouchons de champagne ou des strass, qui valent leur prix (siga-art.com ; 14 €).

- **Même principe de rareté chez Wabisabi Designs** avec ses compositions qui se vendent bien pendant les fêtes, même si elles ne les évoquent pas directement : en bois, brodées, origamis en papier japonais... (wabisabi-designs.com).

- Et, aux amateurs de sur-mesure, des imprimeries, comme **L'art du papier**, fournissent de quoi réaliser leurs propres créations, de A à Z : du tampon à l'encre fuchsia, en passant par le ruban ou le sticker décoratif (art-du-papier.fr).

- **Cartes d'art** (cartesd'art.fr), qui conçoit des cartes de vœux à colorier ou avec des points à relier pour les bambins, organise même des concours pour dénicher de jeunes talents, et éditer leurs œuvres.

