

PlayPlay

Plus de 250 dates clés !

Le Calendrier

Social Media 2026

3 DÉCEMBRE

Journée internationale
des personnes
handicapées



20 JANVIER

Blue Monday



8 MARS

Journée internationale
des droits
des femmes



5 JUIN

Journée mondiale
de l'environnement



10 NOVEMBRE

Journée des stagiaires



JANVIER

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI
		01 Jour de l'an	02 Journée mondiale des introvertis	03 Journée mondiale du Braille	
• Épiphanie • Rentrée des classes	06 07 13 14 20 Blue Monday	08 15 16 17 21 Journée des câlins	09 15 16 17 22 Journée des Community Managers	10 Début des soldes d'hiver 16 23 24 Journée internationale de l'éducation	11 Début des la lecture 18 25 26 30 31 Début du tournoi des 6 nations
		27 Journée de la protection des données	28 • Nouvel An Chinois • Journée du Puzzle		

En manque d'idées pour vos communications ?

Fêtes nationales, événements sportifs, journées mondiales,
agenda culturel... PlayPlay a tout prévu !

Au programme : un pense-bête avec les dates clés et un **calendrier complet** avec l'ensemble des événements qui vont rythmer 2026.

Le tout pour anticiper vos actions marketing et communication !

[Intégrez ce calendrier directement dans votre agenda Google](#)

Comment utiliser ces dates-clés pour votre stratégie social média ?

1. Identifiez votre message clé : humaniser votre marque, partager vos valeurs, convertir vos prospects, affirmer votre crédibilité de marque...
2. Définissez le storytelling de votre communication : partager les coulisses, des témoignages, mettre en avant vos engagements...
3. Choisissez le format : vidéo, blog, carrousel, meme...

Mémo des dates clés en 2026

FÊTES & CÉLÉBRATIONS

01/01 : Jour de l'an
17/02 : Nouvel An Chinois (année du Cheval)
06/04 : Lundi de Pâques
01/05 : Fête du Travail
08/05 : Armistice 1945
29/05 : Ascension
09/06 : Lundi de Pentecôte
14/07 : Fête nationale
15/08 : Assomption
01/11 : Toussaint
11/11 : Armistice 1918
04/12 - 12/12 : Hanukkah
25/12 : Noël

CULTURE, SOCIÉTÉ & ÉDUCATION

21/02 - 01/03 : Salon de l'agriculture
18/04 : Journée internationale des monuments et des sites
23-24/05 : Nuit européenne des musées
12/05 - 23/05 : Festival de Cannes
15/06 : début des épreuves du Baccalauréat
21/06 : Fête de la Musique
19/09 - 20/09 : Journées européennes du patrimoine
10/11 : Journée des stagiaires

RSE

20/02 : Journée mondiale de la justice sociale
01/03 : Journée "Zéro discrimination"
08/03 : Journée internationale des droits des femmes
22/03 : Earth Hour
22/04 : Journée mondiale de la Terre
17/05 : Journée mondiale de la lutte contre l'homophobie, la transphobie et la biphobie
05/06 : Journée mondiale de l'environnement
10/11 - 21/11 : COP30 au Brésil
10/12 : Journée des droits de l'Homme

SPORTS & SANTÉ

04/02 : Journée mondiale contre le cancer
05/02 - 14/03 : Tournoi des 6 nations
07/04 : Journée mondiale de la santé
24/05 - 07/06 : Roland Garros
05/07 - 27/07 : Tour de France
19/10 : Journée mondiale contre le cancer du sein
01/12 : Journée de la lutte contre le Sida
03/12 : Journée internationale des personnes handicapées

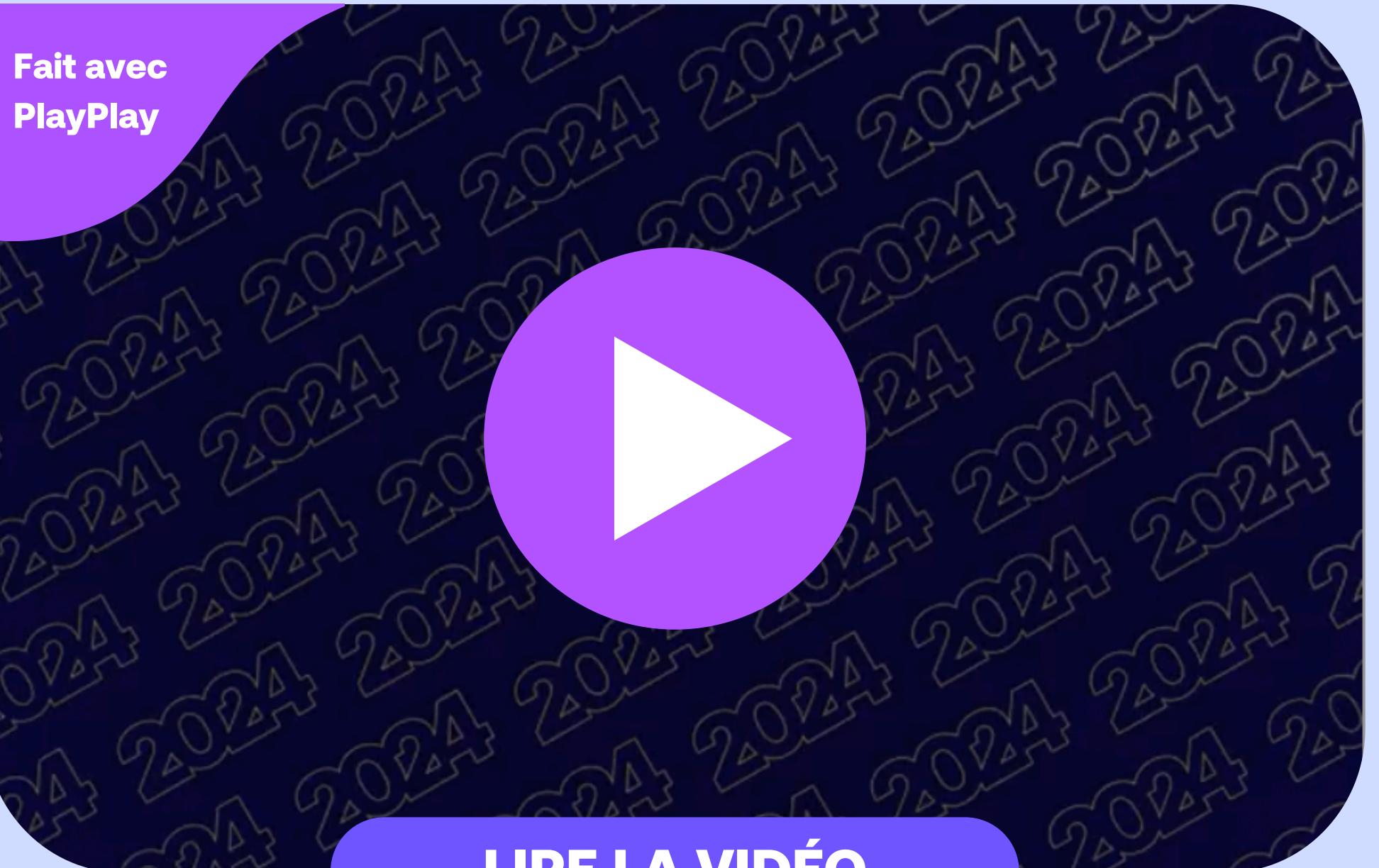
JANVIER

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
			<ul style="list-style-type: none"> • Jour de l'an • Journée mondiale de la paix 01	Journée mondiale de la science-fiction 02		Journée mondiale du Braille 04
Rentrée des classes 05	<ul style="list-style-type: none"> • Épiphanie • CES Las Vegas (jusqu'au 09/01) 06	Début des soldes d'hiver 07	Journée internationale du bain moussant 08		Journée mondiale de Tintin 10	<ul style="list-style-type: none"> • Journée mondiale du « merci » • Cérémonie des Golden Globes 11
	12		13	Journée mondiale de la logique 14		17
<ul style="list-style-type: none"> • Blue Monday • Journée du pop-corn  19			20	Journée mondiale du câlin  21	Les nuits de la lecture (jusqu'au 25/01) 22	Journée Franco-Allemande 23
Journée des community managers 26	Journée dédiée à la mémoire des victimes de l'Holocauste 27	Journée mondiale de la protection des données 	28	Festival de la BD d'Angoulême (jusqu'au 01/02) 29		31

JANVIER CAMPAGNE À LA UNE



Solantis



68

réactions

12

commentaires

6

republications

Le bilan d'entreprise version pop culture

Nouvelle année oblige : l'heure est aux bilans et aux rétrospectives. C'est une période clé pour les marques B2B comme B2C : faire le point sur les succès de l'année écoulée, remercier leurs équipes et partenaires, tout en réaffirmant leur vision pour l'année à venir.

Pour démarrer la nouvelle année avec créativité, Solantis a revisité la traditionnelle vidéo rétrospective en s'inspirant du format culte "Spotify Wrapped".

Résultat : une vidéo rythmée, colorée et pop, qui casse les codes institutionnels des bilans d'entreprise. Le ton est dynamique, les transitions percutantes et la narration humoristique : un combo gagnant pour valoriser les temps forts de l'année.



La leçon à tirer

Cette campagne illustre parfaitement la tendance actuelle : le storytelling d'entreprise qui s'inspire des codes de la culture digitale.

Solantis réussit à transformer un format classique en contenu social-first, pensé pour capter l'attention dans le flux. Une belle leçon pour toutes les marques B2B : oser la créativité pour mieux faire passer ses messages.

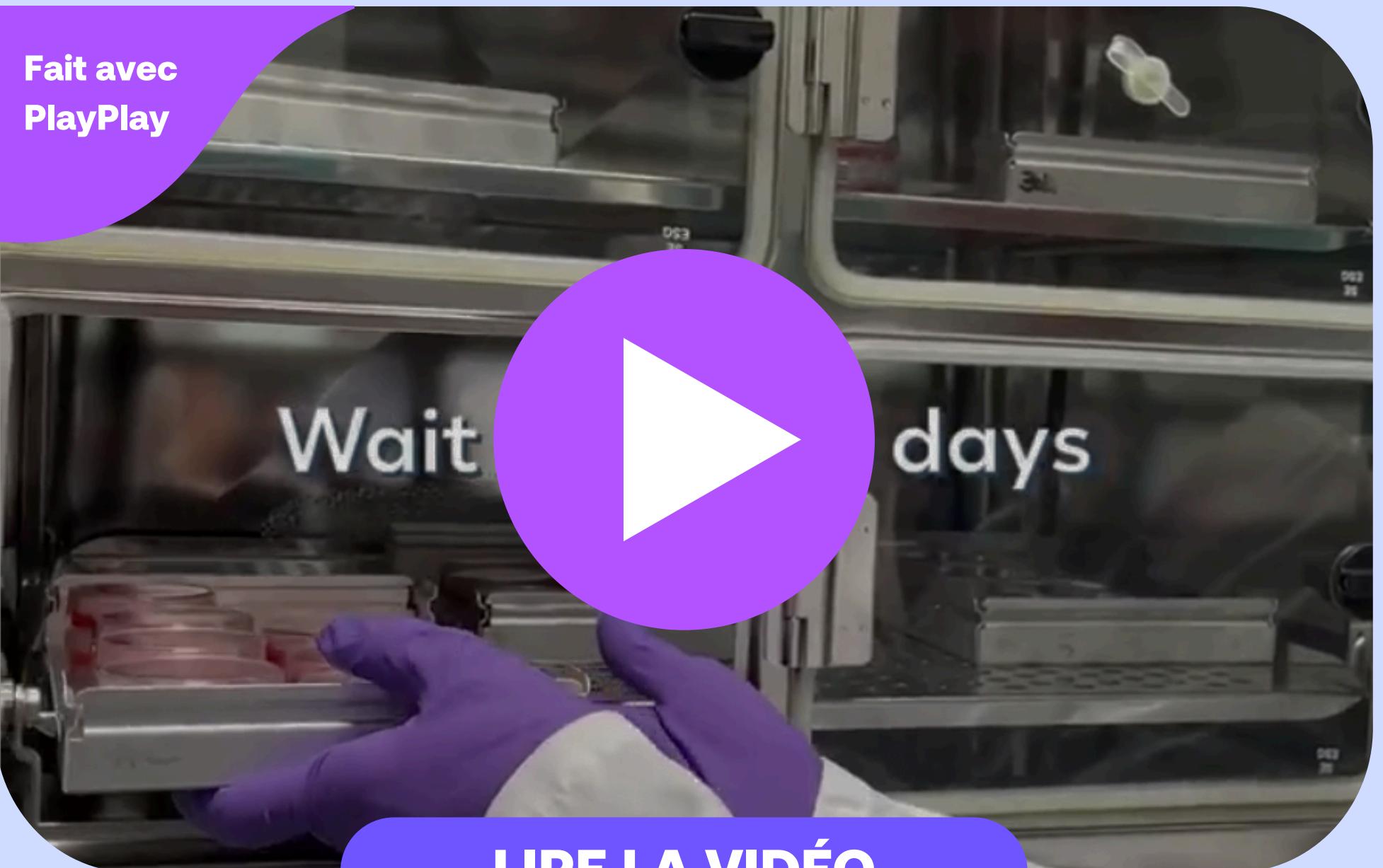
FÉVRIER

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
						01 Grammy Awards
02 Chandeleur 	03 Fin des soldes d'hiver	04 Journée mondiale contre le cancer	05	06 Journée sans téléphone (jusqu'au 08/02)	07 Début vacances scolaires Zone A (jusqu'au 23/02)	08
09	10 Journée pour un internet plus sûr	11 Journée internationale des femmes et des filles de science	12	13 Journée mondiale de la radio	14 • Début vacances scolaires Zone B (jusqu'au 02/03) • Saint Valentin 	15
16 <ul style="list-style-type: none">• Nouvel An chinois (année du Cheval)• Mardi gras 	17	18	19	20 Journée internationale de la justice sociale	21 • Début vacances scolaires Zone C (jusqu'au 09/03) • Début du salon de l'agriculture	22
23	24	25	26 Journée des contes de fées 	27 Journée Mondiale des ONG	28 Journée internationale des maladies rares	

FÉVRIER CAMPAGNE À LA UNE



L'Oréal



[LIRE LA VIDÉO](#)

716
réactions

23
commentaires

38
republications

Des labos à LinkedIn : L'Oréal célèbre les femmes de science

Le mois de février marque la Journée internationale des femmes et des filles de science (11 février) : une occasion majeure pour les entreprises engagées dans la recherche et l'innovation de valoriser leurs talents féminins.

L'Oréal met à l'honneur ses chercheuses et expertes à travers une série de vidéos immersives dans ses laboratoires.

Le format est court, clair et accessible : chaque capsule donne la parole à une scientifique, qui vulgarise un sujet technique grâce à un ton pédagogique et une mise en scène captivante.

💡 La leçon à tirer

Cette série démontre la force du snack content éducatif : en moins de 2 minutes, L'Oréal réussit à valoriser ses talents, rendre la science accessible et renforcer son image de marque engagée et innovante.

Chaque publication de la série génère des centaines de réactions et de partages, preuve d'un véritable engouement sur LinkedIn pour ces contenus à la fois inspirants et informatifs.

MARS

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
						01 • Fête des grands-mères • Journée du compliment
02	03 Journée mondiale de la vie sauvage	04 Journée mondiale contre l'obésité	05	06	07	08 Journée internationale des droits des femmes
09	10	11	12	13 Journée mondiale du sommeil	14	15 • Journée mondiale des droits des consommateurs • 98e cérémonie des Oscars
16	17 Fête de la Saint-Patrick 	18 Journée mondiale du recyclage	19	20 • Printemps • Journée internationale du bonheur	21	22 • Journée mondiale de l'eau • Elections municipales (2e tour)
23	24	• Journée de la procrastination • Journée internationale de commémoration des victimes de l'esclavage	25	26	27 Journée mondiale du fromage 	28 • Earth Hour • Journée mondiale du piano • Journée contre l'endométriose
Journée internationale du zéro déchet 	30	Journée mondiale de la sauvegarde des données informatiques	31			29 Passage à l'heure d'été (nuit du 29 au 30 mars)

MARS CAMPAGNE À LA UNE



AP-HP
Assistance Publique - Hôpitaux de Paris



221 000+
abonnés

530
réactions

111

republications

Quand la communication institutionnelle touche au cœur

Mars est marqué par la Journée internationale des droits des femmes (8 mars), un moment fort pour les entreprises et institutions qui souhaitent valoriser leurs engagements en faveur de l'égalité.

Dans ce contexte, l'Assistance Publique – Hôpitaux de Paris (AP-HP) met en lumière la Maison des Femmes, un lieu d'accueil et de soins dédié aux femmes victimes de violences.

À travers une vidéo sobre et touchante, l'institution célèbre l'engagement des professionnelles de santé qui œuvrent chaque jour pour protéger, écouter et soigner.

💡 La leçon à tirer

L'AP-HP démontre qu'une vidéo institutionnelle peut avoir un impact immense quand elle met en avant l'humain. Loin des publications génériques et impersonnelles, la marque a choisi d'incarner son message : valoriser celles qui agissent au quotidien.

Une leçon de cohérence et d'authenticité pour toutes les organisations qui veulent donner du sens à leur communication RSE.

AVRIL

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
		01 Poisson d'Avril	02 Journée mondiale de sensibilisation à l'autisme	03	04 Début vacances scolaires Zone A (jusqu'au 20/04)	05 Journée mondiale de la licorne 
06 Lundi de Pâques	07 Journée mondiale de la santé	08	09	10 Journée des frères et soeurs	11 Début vacances scolaires Zone B (jusqu'au 27/04)	12 Marathon de Paris
13	14	15 Journée mondiale de l'art 	16	17	18 Journée internationale des monuments et des sites	19
20	21 Journée mondiale de la créativité et de l'innovation	22 Journée mondiale de la terre	23 Journée mondiale du livre et du droit d'auteur	24	25 Journée mondiale de la propriété intellectuelle	26
27	28 Journée mondiale pour la sécurité et la santé au travail	29 Journée internationale de la danse	30 Journée internationale du jazz 			

AVRIL CAMPAGNE À LA UNE



AMF
Autorité des marchés financiers



13 600+
vues

204
likes

8
commentaires

Quand le snack content rend la finance claire et captivante

Dans sa série “L’actu du mois”, l’AMF opte pour un format simple mais redoutablement efficace : un expert face caméra qui, en une minute, décrypte une thématique financière (gestion budgétaire, placements, arnaques, réflexes à adopter...).

Le résultat : des vidéos pédagogiques, sincères et incarnées, qui vulgarisent des notions souvent jugées obscures et complexes.

En combinant éducation, accessibilité et régularité, l’AMF réussit à faire de la finance un sujet de conversation engageant. La preuve : ils accumulent des milliers de vues sur Instagram !

💡 La leçon à tirer

Cette série rappelle que la régularité crée la confiance, et que l’expertise devient accessible quand elle est racontée avec clarté. Une stratégie exemplaire pour toute marque qui souhaite s’imposer comme référence de contenu sur son domaine.

Grâce à PlayPlay, l’AMF a pu industrialiser la production de vidéos pédagogiques tout en conservant un haut niveau d’exigence éditoriale et graphique..

MAI

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
				01 Fête du travail	02	03 <ul style="list-style-type: none"> Journée mondiale de la liberté de la presse Journée mondiale du rire
04 Journée Star Wars	05	06	07 Journée mondiale du mot de passe	08 <ul style="list-style-type: none"> • Armistice 1945 • Journée mondiale de la Croix-Rouge 	09 Journée de l'Europe	10 Journée nationale des mémoires de la traite, de l'esclavage et de leur abolition
11 Journée mondiale des espèces menacées	12 <ul style="list-style-type: none"> • Ouverture du Festival de Cannes • Journée intern. des infirmières 	13	14 Ascension	15 Journée internationale des familles	16	17 Journée mondiale de la lutte contre l'homophobie, la transphobie et la biphobie 
18	19	20 Journée mondiale des abeilles	21	22 Nuit européenne des musées (jusqu'au 24/05)	23 Clôture du Festival de Cannes	24 <ul style="list-style-type: none"> • Début de Roland Garros • Pentecôte 
25	26	27	28	29 Fête des voisins	30 Finale de la Ligue des Champions	31 <ul style="list-style-type: none"> • Journée mondiale sans tabac • Fête des mères

MAI CAMPAGNE À LA UNE



OVHcloud



16,9 million
de vues

368
likes

24
commentaires

Simplifier pour mieux vendre : la leçon d'OVHcloud sur X

Sur un réseau saturé de messages publicitaires, OVHcloud réussit à capter l'attention grâce à une campagne simple mais très efficace.

Le visuel dynamique et le motion design fluide assurent une lecture instantanée, parfaitement calibré pour l'environnement rapide et visuel de X.

Cette campagne montre comment la vidéo publicitaire peut devenir un levier marketing puissant :

- Un message = une idée forte : ici, la réversibilité devient un argument de différenciation clé.
- Un ton conversationnel : la marque parle comme un utilisateur, pas comme un fournisseur.
- Une exécution maîtrisée : rythme, design et simplicité servent la mémorisation du message.

💡 La leçon à tirer

OVHcloud prouve que même un format publicitaire peut nourrir la stratégie de marque et la génération de leads lorsqu'il allie clarté, cohérence et créativité.

Une leçon précieuse pour toutes les équipes marketing B2B : dans un flux saturé, la clarté est la meilleure arme pour émerger.

JUIN

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
01 Journée mondiale des parents	02	03 • Journée mondiale de la course à pied • Journée du vélo 	04	05 Journée mondiale de l'environnement 	06	07 Fin de Roland Garros
08	09	10 Début des 24H du Mans (jusqu'au 14/06)	11 Début de la Coupe du monde de football 	12 Journée mondiale contre le travail des enfants	13 Journée mondiale du bien-être	14 Journée mondiale du don du sang
15 Début des épreuves du baccalauréat	16	17	18 Journée internationale du sushi 	19	20 Yellow Day Jour le plus heureux de l'année 	21 • Fête des pères • Fête de la Musique • Journée mondiale du selfie
22	23	24 Début des soldes d'été	25	26	27 Journée des micro, petites et moyennes entreprises	28 Marche des Fiertés 
29 Début de Wimbledon (jusqu'au 12/07)	30 Journée mondiale des réseaux sociaux					

JUIN CAMPAGNE À LA UNE



Ministère de l'économie

Fait avec PlayPlay

La French Tech, en un snack content

LIRE LA VIDÉO

415+ réactions 18 republishes 16 commentaires

Quand les institutions se mettent au snack content

Le Ministère de l'Économie met à l'honneur l'écosystème French Tech à travers une vidéo courte, dynamique et incarnée.

Le format combine prise de parole face caméra et images illustratives, pour relayer une actualité clé tout en valorisant les startups et PME qui contribuent au rayonnement économique de la France.

On a ici une vidéo qui suscite l'intérêt et les échanges autour de l'innovation française, et prouve qu'une communication publique peut être vivante et performante sur LinkedIn.

💡 La leçon à tirer

Le ministère prouve qu'en adoptant les codes du snack content, même les institutions peuvent moderniser leur image et renforcer leur proximité avec leur communauté.

Un bel exemple d'un nouveau modèle de communication publique : plus humaine, plus agile, et pleinement inscrite dans son époque.

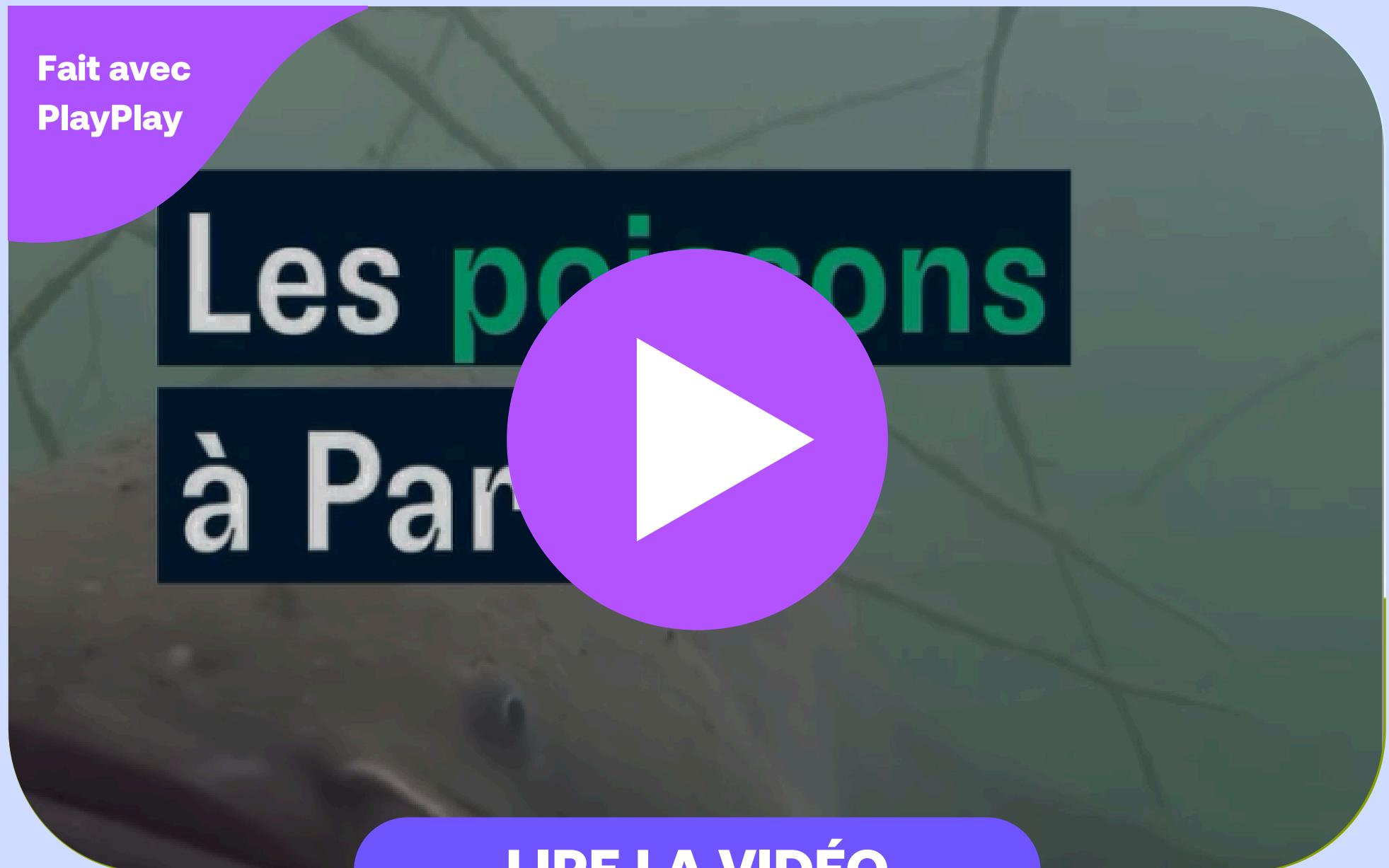
JUILLET

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
		01	02 Journée mondiale des OVNI 	03 Journée mondiale sans sac plastique	• Début du Tour de France • Début des vacances d'été	04
06 Journée Internationale du baiser 	07	08	09	10	11	12
13 Journée mondiale du rock	14 Fête nationale 	15	16 Journée mondiale des compétences des jeunes	17 Journée mondiale de emoji	18	19 Finale de la Coupe du monde de football
20 Journée mondiale du jeu d'échecs	21 Fin des soldes d'été	22 Journée mondiale du cerveau	23	24 Journée des cousins et cousines	25	• Fin du Tour de France • Journée mondiale des grands-parents et des personnes âgées
27	28	29	30 Journée de l'Amitié 	31		

JUILLET CAMPAGNE À LA UNE



Ville de Paris



La leçon de communication des collectivités

La Ville de Paris met en lumière la richesse insoupçonnée de la Seine à travers un réel pédagogique et apaisant publié sur Instagram. Cette campagne illustre à merveille comment les collectivités locales peuvent se réinventer grâce à la vidéo sociale.

Un format court, immersif et lisible sans le son, pensé pour les réseaux sociaux : textes intégrés, images naturelles, rythme fluide et tonalité accessible.

Résultat : un contenu à la fois informatif et engageant, qui suscite la curiosité tout en valorisant les initiatives de RSE et de préservation de l'environnement portées par la ville.



La leçon à tirer

Avec près de 1 100 likes pour 24 800 vues, la Ville de Paris atteint un taux d'engagement remarquable.

Une leçon clé : l'impact ne vient pas du budget, mais de la clarté et de la pertinence du message.

Quand un contenu allie valeur éducative, qualité visuelle et ancrage local ou émotionnel, il déclenche naturellement l'engagement et la conversation.

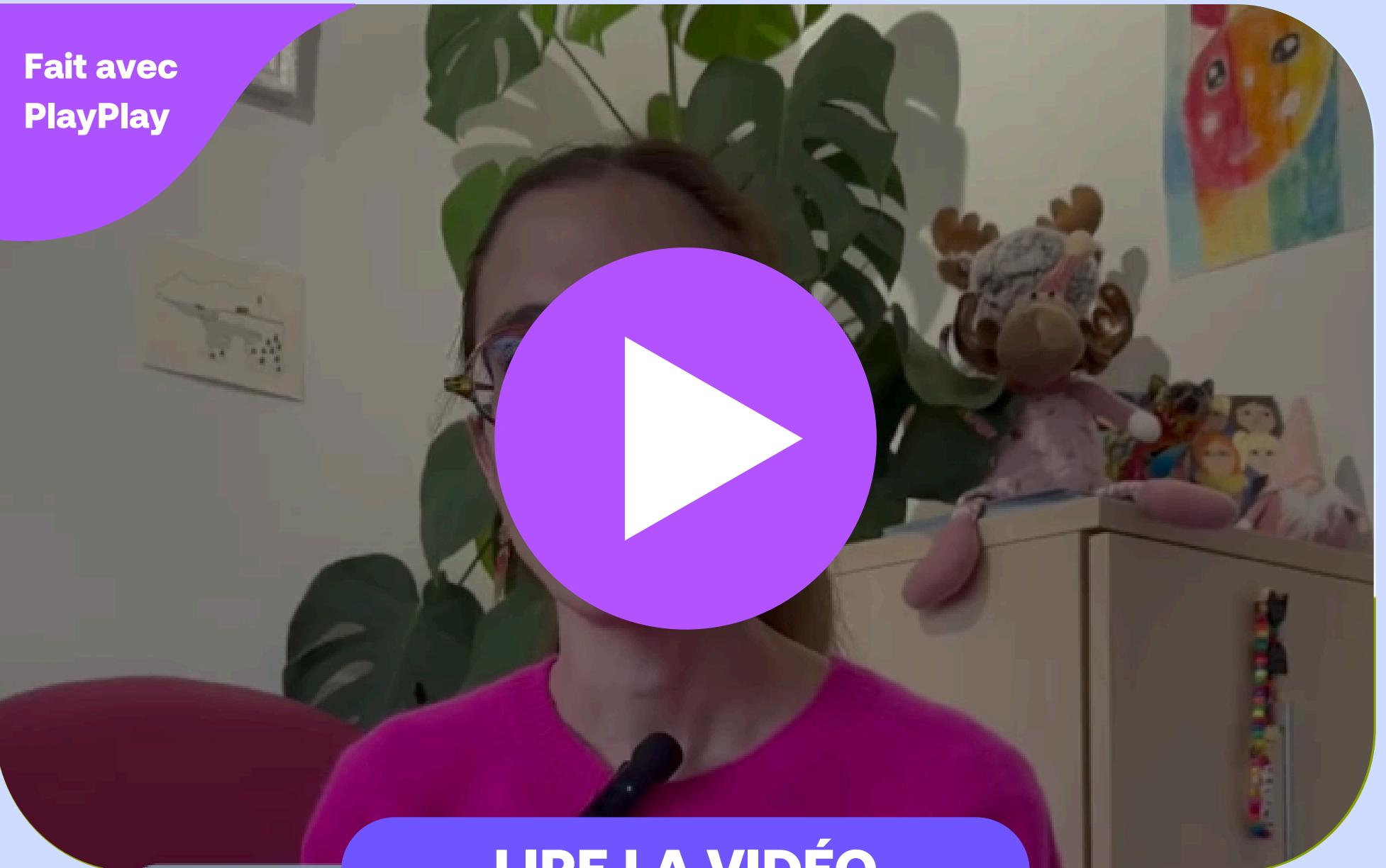
AOÛT

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
					01 Journée internationale de la frite 	02
03 Journée de la pastèque	04	05	06	07 Journée internationale de la bière 	08 Journée internationale des chats 	09
10	11	12 Journée internationale de la jeunesse	13 Journée internationale des gauchers 	14	15 Assomption	16
17	18	19 Journée mondiale de la photographie	20	21 Journée internationale du souvenir, en hommage aux victimes du terrorisme	22	23 Journée du hashtag
24	25	26 Journée mondiale du chien 	27	28 Journée du noeud papillon	29	30
31 Journée internationale du blog						

AOÛT CAMPAGNE À LA UNE



AXA



414 000+

vues

2 800+

likes

95

commentaires

Donner la parole à ceux qui font bouger le monde

Avec sa série “À vous”, diffusée sur Instagram, AXA choisit d’illustrer son programme de mécénat en donnant la parole aux associations qu’elle soutient.

Chaque épisode met en avant une voix du terrain : des femmes et des hommes qui, grâce au soutien d’AXA, mènent des projets à fort impact social et environnemental.

Le format est humain, direct et authentique : plan fixe, ton sincère, narration à la première personne.

Ce choix de sobriété renforce la crédibilité du message et fait des bénéficiaires de ce mécénat les meilleurs ambassadeurs de la marque.



La leçon à tirer

AXA démontre qu’une communication RSE efficace passe par la mise en avant des acteurs de terrain plutôt que par l’autopromotion.

En donnant la parole aux bénéficiaires de son mécénat, la marque renforce sa crédibilité, son authenticité et crée un vrai lien émotionnel avec son audience.

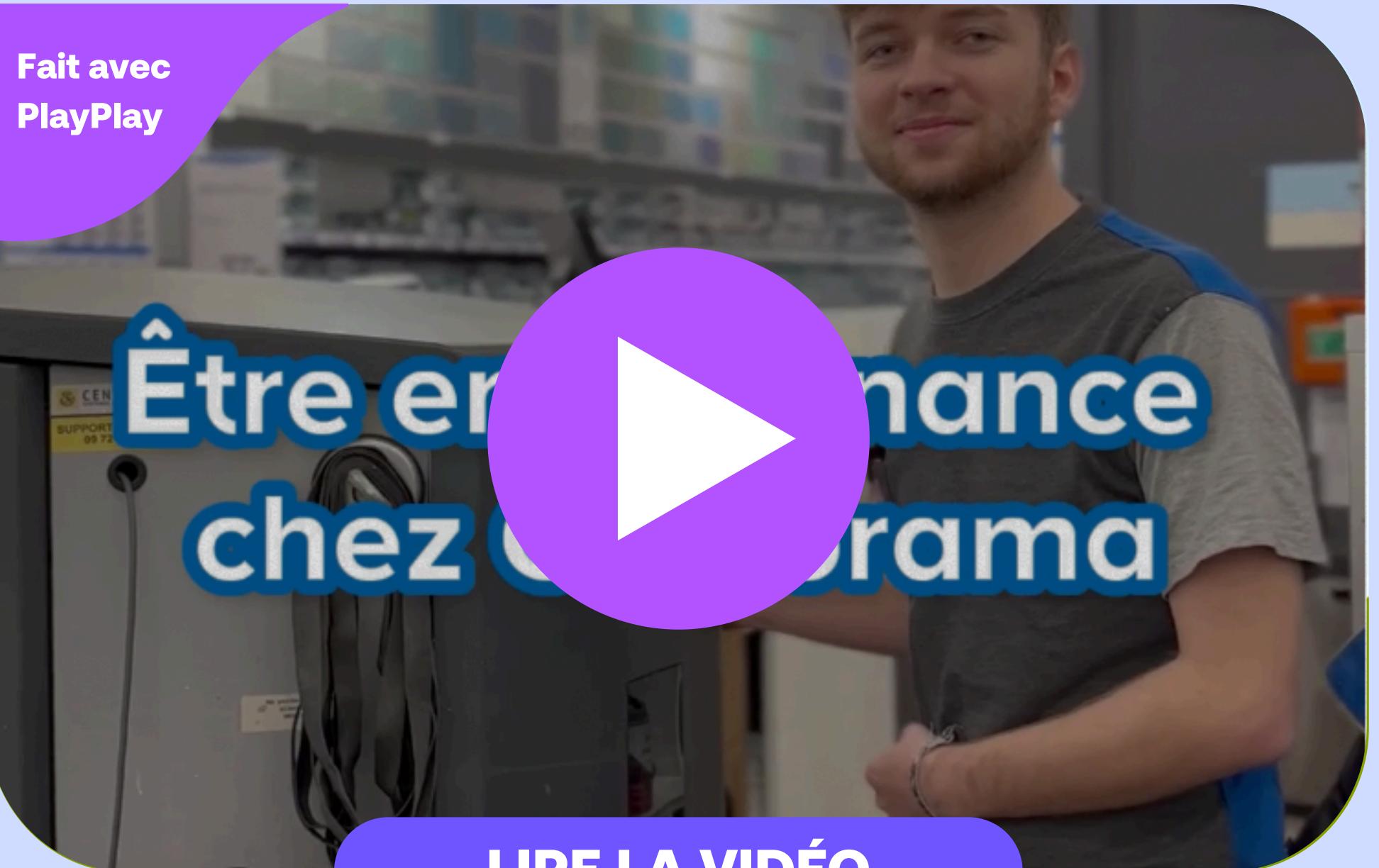
SEPTEMBRE

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
	01 Rentrée des classes 	02	03	04 Journée mondiale de la santé sexuelle	05 Grande Braderie de Lille (jusqu'au 06/09)	06
07	08 Journée internationale de l'alphabétisation	09	10 Journée mondiale de la prévention du suicide	11	12 Journée mondiale des premiers secours 	13 Journée internationale des programmeurs & des développeurs
14	15 Journée internationale de la démocratie	16 Semaine européenne de la mobilité (jusqu'au 22/09)	17	18	19 Journées européennes du patrimoine (jusqu'au 20/09)	20
• Journée internationale de la paix • Journée mondiale de la maladie d'Alzheimer	21 Journée internationale sans voitures	22 • Automne • Journée internationale des langues des signes	23	24	25 Journée mondiale du rêve 	26 • Journée mondiale de la contraception • Journée européenne des langues
28 Journée mondiale du droit à l'avortement	29 • Journée mondiale du cœur • Journée internationale de sensibilisation au gaspillage de nourriture	30 Journée internationale du podcast 				

SEPTEMBRE CAMPAGNE À LA UNE



Castorama



325

réactions

42

partages

7

commentaires

Quand les alternants deviennent les meilleurs ambassadeurs

Septembre rime avec rentrée des classes. Beaucoup d'entreprises accueillent en cette période leurs alternants, stagiaires et apprentis. Mais avant d'en arriver là, encore faut-il une stratégie de marque employeur en béton !

Castorama met à l'honneur ses alternants à travers une courte vidéo publiée sur LinkedIn. Le concept : donner la parole aux jeunes collaborateurs pour partager, de façon naturelle et authentique, leur quotidien en magasin.

Un format dynamique, humain et accessible, qui valorise la marque employeur tout en renforçant la proximité avec les candidats potentiels.



La leçon à tirer

Castorama réussit à transformer un sujet RH classique en contenu moderne, authentique et engageant, en s'adaptant aux tendances des réseaux sociaux.

Cette approche prouve que les vidéos incarnées par les employés sont souvent les plus efficaces pour attirer et fidéliser les talents.

OCTOBRE

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
			01 <ul style="list-style-type: none"> • Début d'Octobre Rose • Journée mondiale du café • Journée mond. du chocolat 	02 <ul style="list-style-type: none"> • Journée mondiale de la non-violence • Journée mondiale du sourire 	03	04 <ul style="list-style-type: none"> • Journée mondiale des animaux • Fête des grands-pères
05 Journée mondiale de l'habitat	06	07	08	09	10 Journée mondiale de la santé mentale	11
12 Mondial de l'automobile de Paris	13 Journée internationale du hamburger	14	15	16 <ul style="list-style-type: none"> • Journée mondiale de l'alimentation • Journée mondiale du pain 	17 <ul style="list-style-type: none"> • Vacances de la Toussaint (jusqu'au 02/11) • Journée mondiale du don d'organes et de la greffe 	18
19 Journée mondiale contre le cancer du sein 	20 <ul style="list-style-type: none"> • Journée mondiale de la statistique • Journée mondiale des cuisiniers 	21	22	23	24 Journée des Nations Unies	25 <ul style="list-style-type: none"> • Journée mondiale des pâtes • Fête des belles-mères • Passage à l'heure d'hiver (nuit du 25 au 26)
26	27	28	29	30	31 Halloween 	

OCTOBRE CAMPAGNE À LA UNE



Banque Populaire du Sud

A LinkedIn post from the official page of Banque Populaire du Sud. The post features a video thumbnail with the text "BANQUE POPULAIRE DU SUD" and "LABELLISÉE". A large play button icon is overlaid on the thumbnail. Below the thumbnail is a circular badge with the text "Label Cancer@Work". To the left of the thumbnail, there is a purple rounded rectangle containing the text "Fait avec PlayPlay". At the bottom of the post is a blue button with the text "LIRE LA VIDÉO".

190+

réactions

17

partages

18

commentaires

Quand le discours institutionnel se transforme en levier d'influence

Octobre est marqué par de nombreuses campagnes liées à la santé, à la prévention et à la RSE.

C'est dans ce contexte que la Banque Populaire du Sud choisit de valoriser son label "Cancer@Work", dédié à l'accompagnement des collaborateurs touchés par la maladie, à travers une vidéo sobre, claire et incarnée publiée sur LinkedIn.

Trois leviers clés expliquent cette réussite :

1. L'incarnation : donner la parole à une voix interne identifiable renforce la légitimité et l'émotion.
2. Le sens : relier le label à une vision claire et à la mission de l'entreprise ancre le message dans la durée.
3. La clarté : un format concis et design, parfaitement calibré pour LinkedIn.



La leçon à tirer

Banque Populaire du Sud démontre qu'une vidéo institutionnelle peut devenir un outil d'influence et de marque employeur.

En transformant un sujet RSE en un contenu humain et inspirant, la marque réussit à fédérer collaborateurs et partenaires autour d'un engagement concret.

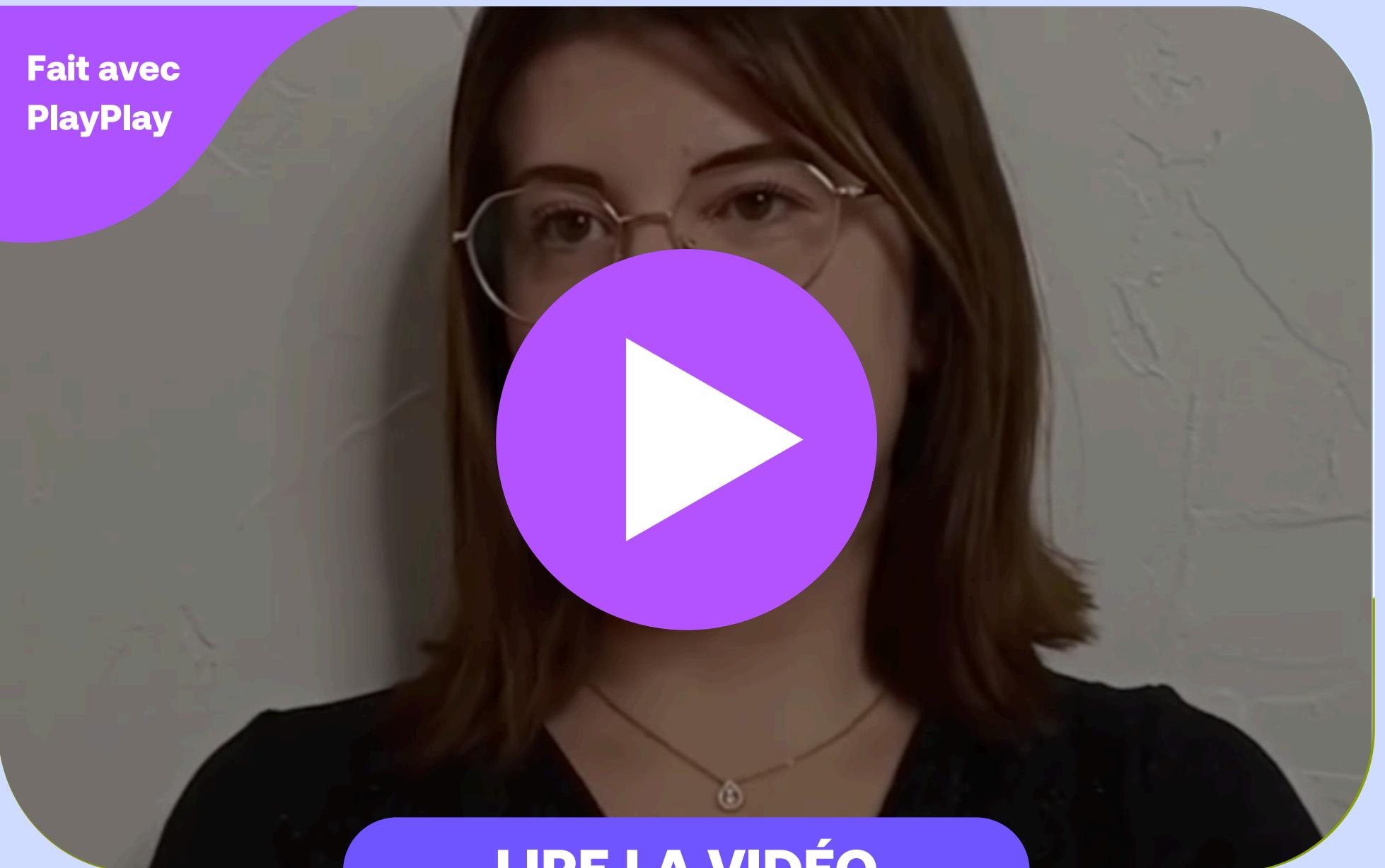
NOVEMBRE

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
						01 • Toussaint • Mois anti-tabac • Début de Movember
02	03 Journée internationale de la gentillesse	04	05	06 Journée mondiale sans papier	07	08
09	10 Journée des stagiaires	11 • Armistice 1918 • Journée des célibataires	12	13	14 Journée du diabète	15
16 Journée internationale de la tolérance	17	18 Journée mondiale du jeu vidéo 	19 Journée mondiale de la philosophie	20 Journée internationale des droits de l'enfant	21 Journée mondiale de la télévision	22
23	24	25 Journée mondiale contre la violence à l'égard des femmes	26	27 Black Friday 	28	29
30 Cyber Monday						

NOVEMBRE CAMPAGNE À LA UNE



École Terrade



59 400+
vues

367
likes

16
commentaires

Le témoignage vidéo comme levier d'impact social

À l'occasion de la Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées, les entreprises et institutions ont l'opportunité de donner du sens à leur communication en mettant en lumière leurs engagements pour l'inclusion et la diversité.

L'École Terrade a choisi d'aborder ce thème à travers un format simple et fort : une vidéo témoignage incarnée par Pamela, l'une de ses collaboratrices, qui partage son expérience personnelle avec sincérité.

Sans artifice ni discours institutionnel, ce contenu mise sur l'humain, l'écoute et l'émotion. En laissant la parole à une salariée concernée, l'école fait le choix du vrai et de la proximité.



La leçon à tirer

Cette publication a obtenu une visibilité exceptionnelle pour un format à la fois sobre et profondément humain, preuve que la sincérité crée l'engagement.

En plaçant la parole humaine au cœur de sa communication, l'École Terrade illustre comment les marques peuvent faire passer des valeurs en incarnant, plutôt qu'en déclarant.

DÉCEMBRE

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
	01 Journée mondiale de lutte contre le sida	02 Journée internationale pour l'abolition de l'esclavage	03 Journée internationale des personnes handicapées	04 • Journée internationale des banques • Début de Hanukkah 	05 • Journée mondiale du bénévolat • Journée mondiale de l'égalité des chances	06
07	08 Journée mondiale du climat	09	10 Journée des droits de l'Homme	11 Journée internationale de la montagne 	12 Fin de Hanukkah	13 Journée internationale de la raclette
14	15	16	17	18 Journée internationale du pull de Noël	19 Vacances de Noël (jusqu'au 04/01)	20 Journée internationale de la solidarité humaine
Hiver 	21	22	23	24 Réveillon de Noël	25 Noël 	26
28	29	30	31 Réveillon du Nouvel An			

DÉCEMBRE CAMPAGNE À LA UNE



Crédit Agricole

Fait avec
PlayPlay

Nous vous souhaitez de joyeuses fêtes

LIRE LA VIDÉO

975 réactions

10 commentaires

95 republications

Réprendre la magie des fêtes en toute simplicité

Pour célébrer les fêtes de fin d'année, le Crédit Agricole mise sur la sobriété et l'émotion avec une vidéo de vœux chaleureuse publiée sur LinkedIn.

Un format court et élégant, qui reprend les codes visuels de la saison (lumières, typographies festives, musique douce...) tout en transmettant un message universel de proximité et de bienveillance.

Le petit plus : la vidéo décline son message en plusieurs langues, un détail qui souligne le positionnement international du groupe et son souci d'inclusion.



La leçon à tirer

En misant sur un format court, sincère et multilingue, le Crédit Agricole rappelle qu'un message clair et humain a touché une large partie de sa communauté sur LinkedIn.

Une vidéo que toute entreprise peut créer en quelques minutes et qui peut avoir un succès retentissant.



**Bonne année à vous
et à votre équipe !**

PlayPlay