



DESIGN DE CARTE DE VISITE

le guide complet



Un outil de communication

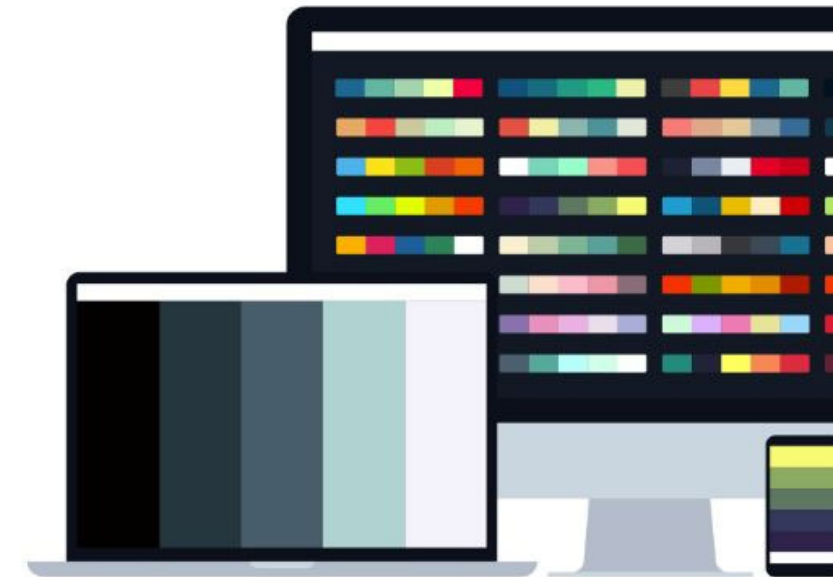
Les cartes de visites sont des outils multi-usages qui accomplissent bien des missions professionnelles : publicité, reconnaissance de marque, déclenchement de la prise de contact, et bien sûr, communiquer ses coordonnées. Lorsqu'elles sont bien conçues, ces mini-panneaux publicitaires peuvent avoir un impact important et de longue durée, et transformer de simples rencontres en de fidèles clients.

Avant de commencer

Que vous travailliez à votre compte, que vous veniez de lancer votre startup ou que vous soyez à la tête d'une grande entreprise, il y a deux éléments cruciaux à ne pas oublier avant de se lancer dans le processus de design de vos cartes de visite :

- Avoir un logo terminé (avec un fond transparent)
- Avoir défini la palette de couleurs de votre marque
(vous pouvez consulter le site adobe color pour avoir des idées de palettes de couleur : [lien vers le site](#))

Ce sont les deux éléments visuels les plus importants. Non seulement ils vont jouer un rôle important dans la création de vos cartes de visite, mais ils vont également influencer tous les autres aspects de votre identité de marque.





Apprenez à vous connaître

Pour que le processus de design se passe au mieux, vous devez également savoir exactement ce que vous voulez communiquer. Quel genre de marque êtes-vous, individuellement et collectivement ? Que voulez-vous que votre carte de visite dise de votre entreprise, pas seulement avec les mots, mais aussi au travers du design ?

Si vous n'êtes pas au clair sur ces points-là, répondez aux questions de la page suivante cela vous permettra de déterminer la personnalité de votre marque. Ce travail vous aidera à faire les bons choix pour votre entreprise par la suite, lorsque vous vous attaquerez au design de vos cartes de visite.

Les bonnes questions à se poser

Votre identité de marque est composée de quelques éléments clés:

- Votre mission (quel est votre raison d'être)
- Vos valeurs (quelles croyances animent votre entreprise ?)
- Votre personnalité de marque (si votre marque était une personne, quelle sorte de personnalité auraient-elles ?)
- Votre positionnement unique (comment vous différenciez-vous de la concurrence ?)
- La voix de votre marque (si votre marque était une personne, comment communiquerait-elle ?)

Ce sont ces éléments qui définissent votre marque. Avant de commencer à construire votre identité de marque, il est important de bien les comprendre. Si vous avez du mal à savoir qui vous êtes exactement, ne vous en faites pas. Parfois, tout ce dont vous avez besoin est un simple brainstorming pour vous aider à clarifier qui vous êtes en tant que marque.

Demandez-vous :

Pourquoi avons-nous commencé cette entreprise ?

Quelles sont les croyances et les valeurs qui sont importantes pour nous en tant qu'entreprise ?

Que faisons-nous mieux que quiconque ?

Qu'est-ce qui nous rend spécial ?

Si nous pouvions décrire notre marque en trois mots, quels seraient-ils ?

Quels sont les trois mots que nous voudrions que nos clients utilisent pour nous décrire ?





Pour rester assez classique, vous pouvez tout simplement arrondir les angles afin d'obtenir des cartes de visite un peu plus chaleureuses que celles que tout le monde connaît.

Le design d'une carte de visite en 7 étapes

Une fois que vous avez votre logo, votre palette de couleurs et une bonne idée de ce que vous voulez communiquer au travers de vos cartes de visite, vous êtes prêt à vous lancer dans le design. Suivez simplement ces 8 étapes pour déterminer le type de design le plus approprié à vos besoins.

1. Choisissez la forme

Si vous vous êtes déjà décidé pour le traditionnel format rectangulaire, passez directement à la deuxième étape. Si, en revanche, vous voulez en savoir plus sur *toutes* les options disponibles, même les plus étranges, continuez de lire.

Grâce à l'avancée des différentes techniques d'impression (et à la baisse de leur prix!), les imprimeurs ont pu explorer de nouvelles formes et de nouveaux formats. Les techniques de **die-cutting** (découpage selon les contours d'un objet) permettent d'imprimer en grandes quantités des cartes de visite très originales !



Mais si vous voulez vraiment sortir de l'ordinaire, vous pouvez utiliser n'importe quelle forme : l'animal de votre mascotte, le flacon de votre produit, ou quoi que ce soit d'autre.

Vous pouvez même baser tout votre design sur la découpe de vos cartes. C'est ce qu'à fait Cireson en mettant en valeur les portraits de ses employés. Leurs cartes sont d'autant plus personnelles et accessibles.

Ne pas oublier l'aspect pratique !

L'image que vous voulez véhiculer va largement influencer le fait que vous optiez ou non pour une découpe originale. Ces cartes-là sont plus décontractées et font tout de suite grande impression. Mais si vous êtes dans un secteur d'activité plus formel, ce ne sera probablement pas l'effet recherché. N'oubliez pas non plus de prendre en compte l'aspect pratique : vos cartes peuvent-elles facilement être rangées dans un portefeuille ?

Vous pouvez également revenir à cette étape une fois le design de vos cartes finalisé, c'est-à-dire après la sixième étape. Par exemple, certaines entreprises comme STIR, ci-contre, ont choisi de découper certaines parties de leur logo.



2. Choisissez la taille

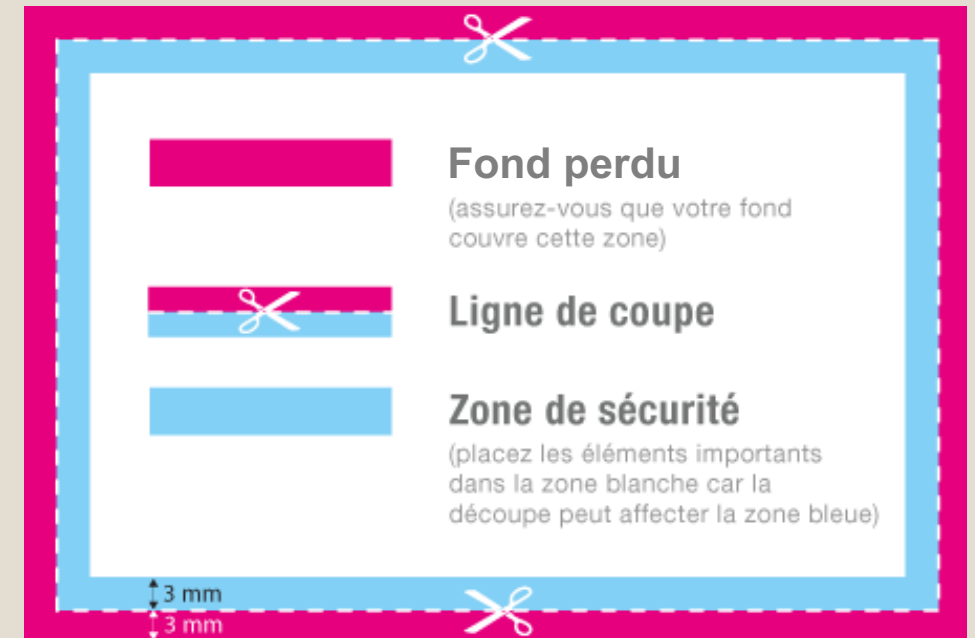
Il faudra ensuite déterminer la taille de vos cartes. Cela dépend principalement des standards de votre pays. Même si vous voulez vous démarquer de la norme, il est bon de savoir quelles sont ces normes, justement...

- Amérique du Nord : 88,9 × 50,8 mm
- Europe : 85 × 55 mm
- Océanie : 90 × 55 mm

Quelle que soit la taille que vous choisissez, n'oubliez pas de prendre en compte les aspects suivants dans votre design :

- **Fond perdu** : les bords « en dehors » de la carte, qui seront probablement coupés.
- **Ligne de coupe** : la ligne où l'on prévoit de couper.
- **Zone de sécurité** : zone au-delà de laquelle on ne met aucun élément important du design, car elle est sujette aux erreurs de découpe.

Si ces zones dépendent beaucoup de la taille du papier et de l'imprimante utilisée, il est judicieux de placer son tracé de découpe à 3 mm du bord. À partir de là, la ligne de sécurité est à 3 mm du tracé de découpe, soit 6 mm en tout du bord/du fond perdu.



3. Ajoutez le logo et les autres visuels

Il est maintenant temps de préparer les éléments visuels qui figureront sur vos cartes de visite, à commencer par votre logo. Votre logo doit avoir la part belle de votre design, bien que d'autres éléments visuels secondaires puissent également s'avérer utiles.

N'oubliez pas que vous avez deux côtés à votre disposition. L'une des stratégies courantes consiste à mettre son logo d'un côté et ses coordonnées de l'autre. Il est cependant intéressant de faire apparaître son logo des deux côtés de ses cartes. Dans ce cas, on trouve généralement une version plus petite, hors du centre, à côté des coordonnées, comme on peut le voir sur les cartes de visite d'Omni ci-contre.

Ce n'est qu'une stratégie parmi d'autres, donc n'hésitez pas à positionner votre logo à différents endroits jusqu'à ce que vous trouviez ce qui vous convient le mieux.





Le style minimaliste est très apprécié de nos jours, mais si tout cet espace vide n'est pas à votre goût, vous pouvez tout à fait ajouter d'autres images à votre design. Évoluant dans le secteur des vêtements pour enfants, Londees voulait pousser son idée aussi loin que possible et a choisi d'utiliser sa mascotte pour créer un motif léger qui se répète en fond. Cette technique fonctionne avec toute image, même si votre logo est tout simple ou qu'il ne contient que du texte.

Ajouter davantage d'images est une bonne idée si vous voulez insister sur l'identité de votre marque. Sans le dire de manière explicite, cela vous donne la possibilité d'exprimer la personnalité de votre marque au travers des images et des couleurs que vous choisirez. Si vous voulez, par exemple, vous présenter comme une entreprise décontractée et accessible, un personnage de bande dessinée et quelques couleurs vives feront très bien l'affaire.

Wheel Dance

Dr. Iris Kulbatski

Executive Director



wheeldance@outlook.com

647-297-3198

www.wheeldance.ca

facebook.com/wheeldance

twitter.com/WHEEL_DANCE



www.wheeldance.ca

L'une des autres tendances du moment consiste à susciter l'intérêt et la curiosité en laissant une part de mystère. Typiquement, ces marques-là choisissent une image sans texte accompagnée d'une adresse web pour le recto, puis mettent toutes les explications/informations nécessaires (y compris le nom de la marque et de l'employé) au verso.

4. Ajoutez le texte nécessaire

Ce que vos cartes de visite disent de vous dépend justement uniquement de vous. Les freelances qui travaillent chez eux n'auront peut-être pas besoin d'y mettre leur adresse postale, contrairement à ceux qui travaillent directement en face à face avec leurs clients. Ou peut-être que d'omettre cette information est une stratégie pour attirer le regard sur d'autres éléments, comme le nombre de followers que vous avez sur les réseaux sociaux, etc. En d'autres termes, le texte sera très différent d'une personne à l'autre, en fonction des besoins de chacun.

La prochaine étape est de décider de ce que vous allez écrire sur vos cartes de visite... Voici la liste des informations que l'on retrouve le plus souvent pour que vous puissiez faire votre choix sur ce que vous souhaitez inclure ou au contraire omettre.



Les informations importantes

- **Nom** — évidemment. C'est un incontournable.
- **Nom de l'entreprise** — évidemment là aussi, à l'exception des cartes de visite personnelles, auquel cas votre nom est le nom de votre entreprise.
- **Intitulé de poste** – Les cartes « traditionnelles » doivent également faire apparaître l'intitulé de poste de la personne en question. Cela permet également aux autres de se rappeler de qui vous êtes.
- **Numéro de téléphone** — même si le téléphone n'est pas votre moyen de contact préféré. C'est le cas pour d'autres.
- **Email** — absolument nécessaire. L'email est le nouveau moyen de communication professionnel le plus fréquent pour les informations non urgentes, notamment parce qu'il permet d'envoyer également des pièces jointes.
- **Site web** — ajouter l'adresse de son site est une manière douce d'inviter votre interlocuteur à le consulter.
- **Réseaux sociaux** – Si c'est pertinent dans votre secteur d'activité ou que vous voulez davantage mettre en avant votre personnalité.
- **Adresse** — nécessaire pour ramener des clients à votre bureau ou dans votre magasin.
- **Code QR** — bien que les codes QR ne sont plus aussi populaires qu'avant, ils restent un bon moyen de transmettre des données rapidement.
- **Slogan** — complètement optionnel. Ajoutez votre slogan pour renforcer l'identité de votre marque.

N'oubliez pas que le but des cartes de visite n'est pas seulement de donner des informations, mais aussi que les gens s'en souviennent. D'ailleurs, ces personnes-là connaissent peut-être déjà votre numéro de téléphone, votre adresse ou votre site web, mais ils conservent tout de même votre carte, au cas où ils les oublieraient.



5. Choisissez votre typographie

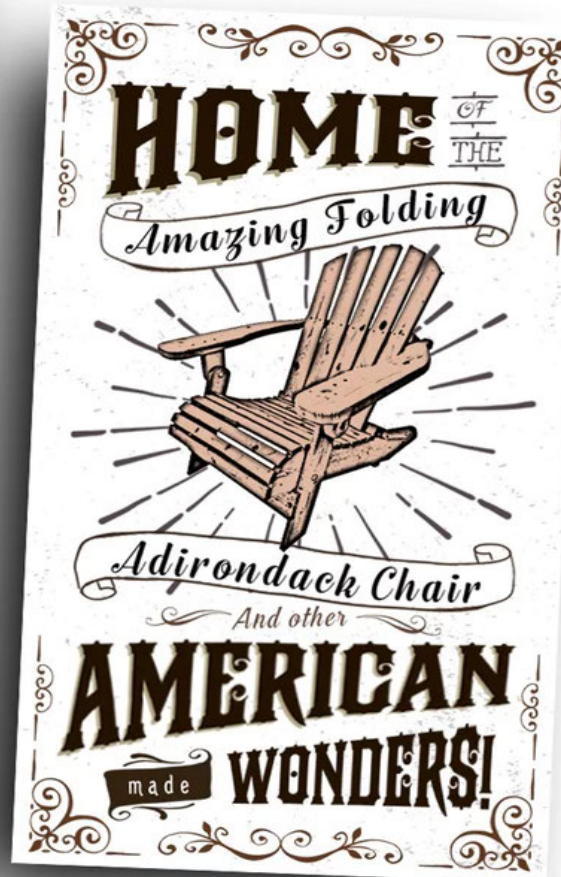
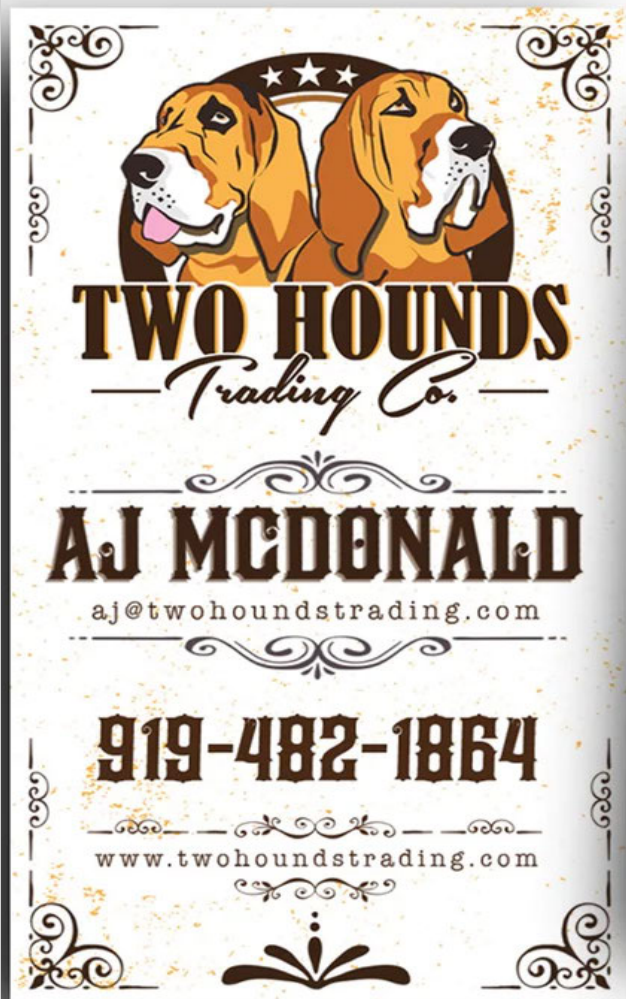
Une fois que vous savez ce que vous voulez dire, vous pouvez vous pencher sur la manière de l'exprimer visuellement. Si la typographie est un aspect important de tout design, elle l'est d'autant plus dans le cas des cartes de visite, étant donné que la lisibilité est primordiale et que l'espace dont vous disposez est très limité.

Voyons voir les trois aspects principaux de la typographie :

- **Taille.** Pour assurer une bonne lisibilité, *tout* votre texte doit être à au moins 8 pts. Cependant, il est bon que les éléments importants (votre nom par exemple) ressortent du reste, donc n'hésitez pas à varier les tailles de texte. Pensez également à l'espace vierge — une carte de visite trop surchargée n'est pas agréable à lire. Laissez votre design respirer.

- **Police.** Nous en avons déjà parlé avant, notamment de la manière dont les différentes polices peuvent refléter l'identité de votre marque. Choisissez une police de caractères qui représente la personnalité que vous essayez de dégager. Une typographie sans-sérif moderne, une typographie script très personnelle ou encore une typographie sérif classique ? Voici quelques exemples des différents types et des styles qu'ils produisent.





- **Couleur.** Si vous avez déjà une palette de couleur pour votre marque, c'est ici qu'elle devient très utile. Choisissez la couleur du texte et du fond de vos cartes en fonction de cette palette, de sorte à rester cohérent dans votre identité de marque. Il faut aussi que ces deux couleurs se marient bien l'une avec l'autre. Des couleurs trop similaires auront peut-être un rendu plus esthétique, mais rendront la lecture difficile. N'hésitez pas à créer un peu de contraste pour améliorer la lisibilité.

La règle d'or en typographie est de faire de la lisibilité votre principale priorité. Peu importe l'originalité ou l'esthétique de telle ou telle typographie ; si personne ne peut la lire, vous n'en serez pas beaucoup plus avancé.

6. Pensez à des finitions originales

Vous avez maintenant pratiquement finalisé votre design et il est temps de réfléchir aux différentes possibilités d'impression. Certains imprimeurs proposent des finitions originales qui peuvent faire toute la différence sur des cartes de visite ! Voyez si l'un de ces effets pourrait apporter un plus à votre design.

Embossage. Cette technique, appelée également gaufrage, crée un relief tridimensionnel, en faisant ressortir certains éléments de votre design. Vous pouvez vous en servir pour attirer l'attention sur un détail ou même sur un mot.





Gravure. Au lieu de mettre en relief un élément, cette technique permet d'enfoncer le papier tout en l'imprimant.

Le résultat est comparable à celui d'une gravure. On utilise souvent de l'encre spéciale pour captiver davantage l'attention. Cette méthode est particulièrement utile pour le texte.



Estampage. Il s'agit d'ajouter une feuille métallique à une image entière ou en partie. On peut également utiliser cette technique pour accentuer du texte, si la police choisie est assez grasse.

Revêtement UV spot. On applique souvent un vernis sur les cartes de visite, pour créer une surface lisse et réfléchive. Le revêtement UV spot est basé sur le même principe, sauf qu'il n'est appliqué qu'à certain endroit et non pas sur toute la carte. Cela signifie que vous pouvez revêtir votre logo seulement, ou une image en particulier, ou même une phrase ou un mot. Utilisez cette technique pour attirer l'attention sur un élément de votre design, mais faites attention à la manière dont cela va s'intégrer au reste de la composition.



7. Finalisez votre design

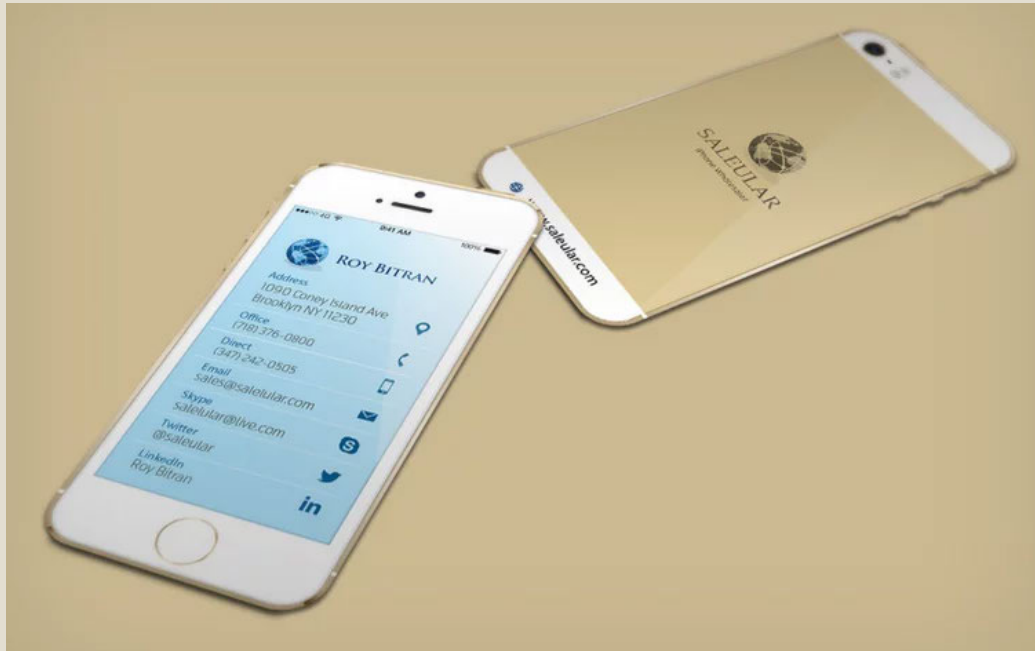


- Maintenant que vous avez fini de concevoir le design de vos cartes de visite, prenez le temps d'évaluer vos choix pour être sûr que tout fonctionne bien.
- Observez d'abord le flux visuel : comment votre regard se déplace-t-il quand vous regardez vos cartes ? Quel est l'élément que vous voyez en premier ? Et en dernier ? Un bon flux attirera d'abord l'attention sur le logo, puis sur le nom, suivi des informations secondaires, et finira sur les éléments supplémentaires comme la finition et autres fantaisies. Vous pouvez toujours optimiser le flux visuel de votre design en revoyant le placement et la taille des éléments.
- Débarrassez-vous également de tout ce qui est superflu. Est-ce que toutes les informations qui figurent sur votre carte sont absolument nécessaires ? Moins il y a d'informations, plus les informations restantes auront de l'impact.
- Vérifier encore une fois que vous n'êtes pas tombé dans les pièges les plus courants : le texte est-il bien lisible ? Les couleurs se marient-elles bien entre elles ? Y a-t-il un élément trop prêt du bord ?

Techniques avancées

Les sept étapes que nous venons de voir rassemblent toutes les informations dont vous avez besoin pour créer vos cartes de visite. Mais si vous voulez aller encore plus loin, voici quelques éléments supplémentaires :

Démarquez-vous avec une idée originale. Si votre secteur d'activité le permet, réfléchissez aux différents moyens de vous démarquer radicalement de vos concurrents.



Il pourrait par exemple s'agir d'un thème, comme Saleular l'a fait, ou bien de quelque chose d'encore plus complexe :

- encre parfumée
- doubler ou tripler l'épaisseur du papier
- utiliser des matériaux alternatifs au papier (métal, caoutchouc, etc.)
- cartes pliées
- cartes transparentes



La dernière tendance à faire rage (et pour de bonnes raisons) consiste à créer une carte de visite transparente. Cela ouvre la porte à de nombreuses possibilités, comme vous pouvez le voir sur les cartes de Remote Pilot.

- **Évitez les cadres.** Ajouter un cadre à l'intérieur de ses cartes peut sembler être une bonne idée, car cela permet de mieux souligner les informations contenues à l'intérieur de cet espace. Mais on fait beaucoup d'erreurs de découpe lorsque l'on imprime des cartes de visite en grande quantité. Même une erreur de découpe autrement insignifiante aura des conséquences désastreuses sur le rendu de votre design, si vous y avez ajouté un cadre.
- **Économisez de l'argent sur la couleur.** Si vous n'avez pas un budget énorme, ne faites pas l'impasse sur les matériaux ou sur la quantité. Il est facile de réduire le coût en n'utilisant qu'une seule voire deux couleurs. Plus vous ajoutez de couleurs, plus vos cartes seront chères. Un bon graphiste saura réaliser un très beau design avec un minimum de couleurs.

Conclusion

Vos cartes de visite sont bien plus qu'un simple bout de papier contenant vos coordonnées. Elles vous représentent vous et votre entreprise. Certains professionnels reçoivent des cartes de visite quotidiennement, il est donc essentiel de faire en sorte que la vôtre sorte du lot et fasse bon effet. Prenez suffisamment de temps pour réfléchir à votre design, puis lancez-vous pour réaliser votre projet avec le bon logiciel : Photoshop, Powerpoint, In-Design, Open-Office, etc... à vous de choisir celui avec lequel vous vous sentez le plus à l'aise.