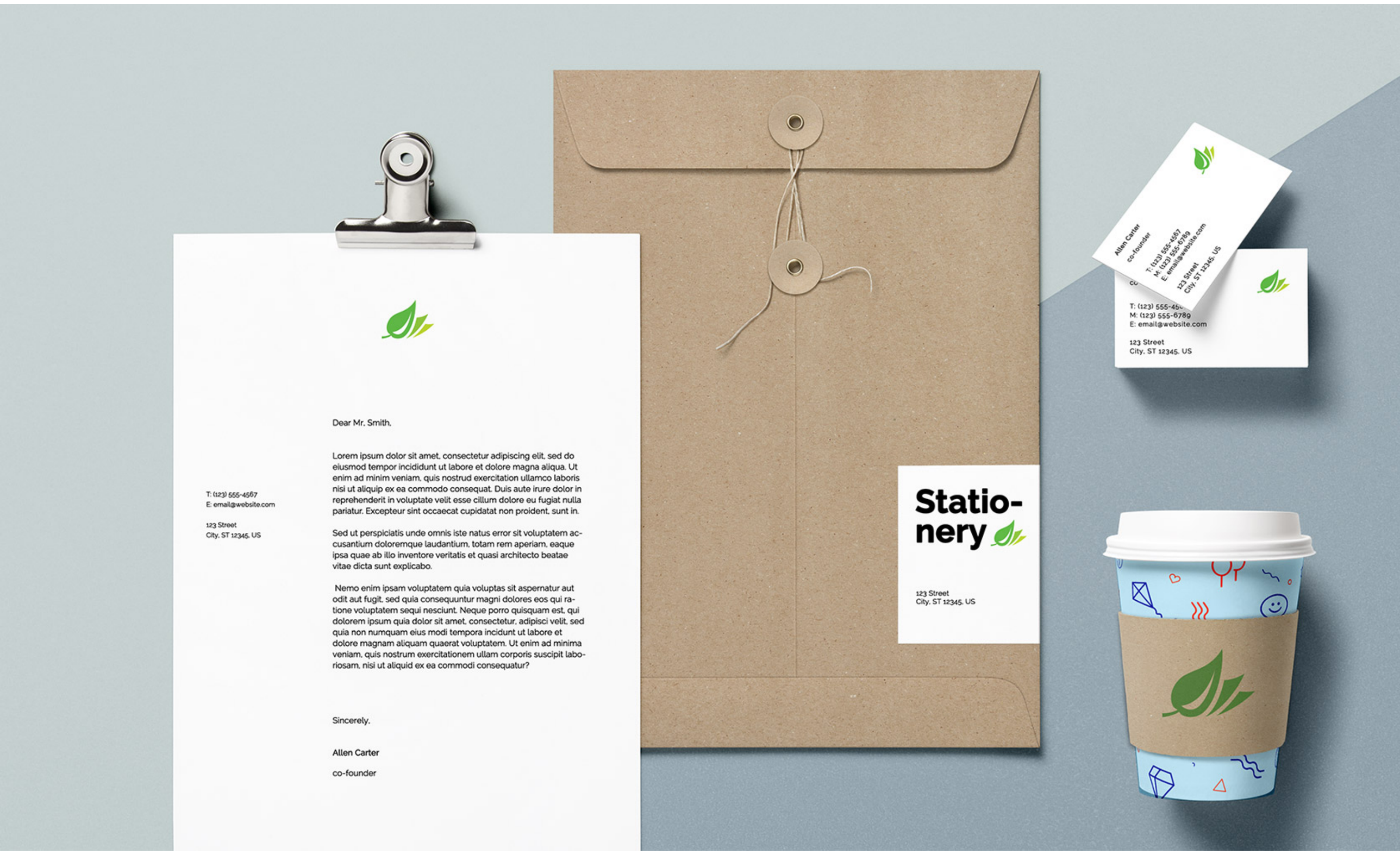

Papeterie avec contraintes — Une bonne occasion de se démarquer

Tweet Share G+ Tweet Tweet

Vous venez de recevoir une lettre de votre avocat, de votre comptable ou de votre médecin. Elle contient des informations importantes, mais le logo est trop petit ou présente un aspect pixellisé. En se montrant trop pressé, le cabinet de votre interlocuteur s'est retrouvé avec un design de qualité médiocre. Vous vous interrogez donc sur son professionnalisme et sa capacité à s'occuper de vos affaires, votre argent ou votre santé.

L'envoi d'un papier à en-tête ou la distribution de cartes de visite insipides ou manquant de professionnalisme peut ruiner la crédibilité de votre marque. Toutes les entreprises ou presque ont besoin de créer des cartes de visite, du papier à en-tête, des enveloppes et autres articles de papeterie. La maîtrise des méthodes de production de ces supports peut vous aider à tirer votre épingle du jeu.

Créer selon des contraintes strictes

Les articles de papeterie sont des supports relativement standard, souvent conçus sans trop d'imagination. Il faut dire que les contraintes en termes d'espace et d'informations sont particulièrement strictes. Toutefois, en examinant certaines créations vraiment originales, vous vous rendrez compte que ces contraintes peuvent être un vecteur de créativité. Alors, si vous maîtrisez bien les paramètres définis, explorez toutes les pistes qui s'offrent à vous pour exprimer votre créativité, au lieu de vous focaliser sur les restrictions. Behance est une formidable source d'inspiration.

SEARCH

Search this blog

CONNECTEZ-VOUS AV
FRANCE

CREATIVE DRINK-UP!,
INITIATIVE ADOBE & K

Cliquez ici pour découv
comptes rendus des se
précédentes.

- Du traditionnel au
vision de Matthieu
- Storytelling : c'est l
impression qui con
- L'art de rester à jou
métier)
- La typographie, tou

Le restaurant bio La Panthère verte a eu l'idée de remanier ses supports pour véhiculer l'idée d'un mode de vie plus durable dans la réalité urbaine actuelle et symboliser la jungle sans même utiliser la couleur verte. Les contraintes évoquées plus tôt ont permis d'élaborer un design unique en son genre, qui utilise à la la fois des matériaux recyclés et reprend toutes les caractéristiques de la marque. Par SU PARK.

Principes et bonnes pratique autour du design d'éléments de papeterie

Pour créer des éléments de papeterie, vous devez vous poser les questions suivantes :

Quel est l'objectif de ma marque ? Considérez votre papeterie comme le prolongement de votre marque. Il est important de ne pas minimiser ces designs d'apparence toute simple et leur impact sur la perception de votre marque. Prenez votre temps, et traitez ces supports avec autant de créativité que votre logo.

Créez des éléments de papeterie en parfaite adéquation avec votre marque. Par FOREIGN POLICY.

Quelle est la personnalité de ma marque ? Vous devez à tout prix savoir comment utiliser votre papeterie dans le cadre de votre stratégie de marque globale. Une marque jeune et branchée n'adoptera pas la même approche qu'une entreprise bien établie. Quel que soit leur secteur d'activité, les entreprises voudront trouver les moyens de véhiculer ce qui les différencie de leurs concurrents. De fait, vous devez tenir compte des objectifs de votre design, mais aussi de la personnalité de votre marque.

Reflétez la personnalité de votre marque dans vos éléments de papeterie. Par WILL CUNDALL.

Comment sortir du lot ? S'il convient parfois de suivre quelques astuces de design ingénieuses, une marque peut aussi se démarquer sans être artificielle. Les petits détails comme la qualité et la texture du papier, ou encore le type d'impression (typographie, estampage, etc.), peuvent faire toute la différence. Sachant que tout le monde a des idées préconçues sur les cartes de visite, il suffit parfois de s'éloigner très légèrement des stéréotypes pour créer un effet de surprise. Le choix d'un format carte postale peut par exemple multiplier vos chances de vous faire remarquer. Vous pouvez également envisager une impression sur un autre support que le papier ou miser sur des formes découpées pour rendre votre carte plus esthétique ou plus pratique.

Utilisez du papier épais et des techniques d'impression comme le gaufrage pour faire sensation. Par CONCREATE STUDIO.

Quel est le rôle du numérique dans le domaine de la papeterie ? Dans un monde où le numérique est de plus en plus présent, les cartes de visite sont l'un des rares supports physiques que vous distribuez encore à vos clients. Les expériences « palpables » tendent en effet à disparaître. Pour vous démarquer, vous devez à la fois soigner votre identité sur les canaux numériques et accorder une attention toute particulière aux détails les

- l'apprivoiser
- Poésie, palindrome bizarreries typogra
- Coïncidences créat la Pompe
- Glamour, célébrité. Cannes à la Creativ
- Design, l'art de l'ex Jean-Louis Fréchin
- L'art de mesurer sa
- Une brève histoire

CREATIVE CLOUD

Tous les outils dont vo pour créer et travailler que vous soyez.

VOIR LE D'ABON

PROFITEZ DE 10 IMAG

@ADOBEFRANCE SUR

Tweets by @Ado

Adobe France
@AdobeFranc

Equipements, réglage
Les conseils de @sha
réaliser un #timelapse
adobe.ly/2rDcJfR #vi

Comm
De la
blogs.

Adobe France
@AdobeFranc

[#Etudiants] Défiez Lis
fondatrice de @GirlGe
adobe.ly/2HyhNZD #F

Embed Vi

plus subtils de vos éléments de papeterie, comme la sensation au toucher.

Certaines règles sont toujours valables

Si ce type de design fait la part belle à la créativité, certaines règles sont néanmoins toujours valables :

- **Taille de la police.** Si le format réduit vous oblige à utiliser des polices plus petites, il est toutefois recommandé de ne pas descendre en dessous de 7 points pour les cartes de visite, et de 9 ou 10 points pour le papier à en-tête. N'oubliez pas que la lisibilité prime !
- **Hiérarchie.** Votre design doit mettre en avant les informations les plus importantes. Sur la plupart des cartes de visite et papiers à en-tête, le logo de l'entreprise apparaît en premier, suivi du nom, de la fonction et des coordonnées du contact. Utilisez des grilles pour faciliter la mise en page de ces éléments.
- **Résolution.** Pour garantir une excellente qualité d'impression, utilisez des images d'une résolution minimale de 300 ppp.
- **Couleur.** Créez vos fichiers en CMJN, sauf si vous travaillez avec moins de quatre couleurs ou uniquement avec des tons directs.
- **Format.** Le format standard d'une carte de visite est de 3,5 x 2 pouces (55 x 85 mm), avec une marge supplémentaire d'un huitième de pouce (3,17 mm) pour les fonds perdus ou les éléments qui dépassent.

Sélection des polices. Limitez vos polices à une ou deux familles en veillant à ce qu'elles s'harmonisent bien. Si vous utilisez plusieurs polices, assurez-vous qu'elles ne se ressemblent pas trop. Par exemple, vous pouvez associer une police à empattement à une police sans empattement, mais pas deux polices à empattement.

Choisissez des polices compatibles sur le plan visuel. Par CANDICE RALPH.

Ce ne sont pas des règles auxquelles il est impossible de déroger. Jouer avec les attentes du public peut constituer un excellent point de départ pour exprimer votre créativité. Néanmoins, vous devez veiller à ce que votre design soit parfaitement lisible et qu'il réponde à vos objectifs métier.

Prise en main

La création d'éléments de papeterie à fort impact peut vous aider à vous démarquer de la concurrence. Commencez par suivre ces tutoriels InDesign dédiés, puis démarrez votre projet en utilisant un modèle Adobe Stock facile à personnaliser. D'autres tutoriels vous expliquent comment ajouter des polices depuis Typekit — un service donnant accès à plus de 4 000 polices — ou comment enregistrer votre projet et vos éléments de design dans les Bibliothèques Creative Cloud.

Une papeterie remaniée peut constituer un formidable facteur de différenciation sur un marché surpeuplé. Sortez des sentiers battus et dotez-vous d'une papeterie originale, à l'image de votre marque.

Categories creativite en entreprise, design, graphisme

Tags bonnes pratiques *(3)*, cartes de visite *(2)*, Design *(175)*, papeterie *(1)*, papier à en-tête *(1)*

Adobe France

Adobe transforme le monde à travers des expériences digitales. Créatifs, venez chercher l'inspiration : nous souhaitons partager idées et actualités du secteur. Pour en savoir plus sur Adobe : http://www.adobe.com/fr/

Previous post

Next post

Jacinthe Busson

Jonathan Menet

Jean-Louis Frechin

Galdric Pons

Peter Gabor

Olivier Huard

Mattias Peresini

Günther Gheeraert

Antony Barroux

CATEGORIES

Categories

Select Category

LES ARCHIVES

May 2018

April 2018

March 2018

See more

Participez à la discussion

Nom

E-Mail

Site Web

Tapez votre commentaire ici...

POST

COPYRIGHT © 2018 ADOBE SYSTEMS SOFTWARE IRELAND LTD. ALL RIGHTS RESERVED. | PRIVACY | TERMS OF USE | COOKIES