



Contact Methods
Mob: (86)18668768846
Tel: (86) 577 68668118
Wechat: zigpac123
Skype: bruce.chan1999
E-mail: bruce@zigpac.com
Whatsapp: +86-18668768846
Telegram: @Zigpacstickers

Company Info
Name: Wenzhou Zigpac Industry Limited
Address: No. 148-152, Building C, Jiangbin
Commercial and Residential Building, Longgang
City, Wenzhou City, Zhejiang 325802, China



YOUR CUSTOM PRINTING & PACKAGING PARTNER FOR SMALL AND MEDIUM BUSINESSES



Details

Réponse rapide : Les pages de carnet personnalisées sont des pages intérieures imprimées selon votre propre mise en page : en-têtes ou pieds de page avec logo, formats lignés, à points ou quadrillés, modèles de réunion ou de planification, avec numérotation ou perforation en option. Moins vous spécifiez de maquettes de pages, de couleurs d'encre et d'étapes de finition, plus le coût d'impression et la quantité minimale de commande ont tendance à baisser.

Dernière mise à jour : 21 octobre 2026 · Temps de lecture : environ 11 minutes

La plupart des projets de carnets d'entreprise commencent par la couverture et traitent l'intérieur comme un détail. C'est inverser les priorités. La couverture se voit une fois. Les pages de carnet personnalisées se voient chaque fois que quelqu'un écrit. Ce guide explique comment concevoir ces pages intérieures pour des kits d'accueil, des conférences, des formations et des cadeaux clients, et montre comment chaque choix de mise en page modifie le devis que vous recevez.

Pourquoi les pages intérieures déterminent si un carnet de marque est utilisé

Le problème : un carnet peut avoir une couverture bien imprimée et pourtant échouer parce que ses pages ne conviennent pas à l'usage. Un logo imprimé sur chaque page réduit l'espace d'écriture. Une grille de planification dont les dates sont déjà imprimées devient obsolète. Un modèle de réunion dont personne ne remplit les champs laisse des pages qui paraissent à moitié utilisées. Dans chaque cas, le carnet finit au fond d'un tiroir, et l'image de la marque disparaît avec lui.

L'enjeu : cela compte d'autant plus aujourd'hui que les acheteurs attendent davantage des articles promotionnels. Selon une étude de PPAI, 65 % des distributeurs et 64 % des fournisseurs ont constaté une forte hausse de l'intérêt des consommateurs pour les produits écologiques, et l'association affirme que [les produits écologiques et la personnalisation sont appelés à dominer^{\[1\]}](#) les nouvelles offres de produits. Les destinataires plus jeunes placent la barre haut. Dans une étude de PPAI auprès des consommateurs, 68 % des répondants de la génération Z ont déclaré que les articles de marque influencent positivement leur perception d'une marque, et 89 % que la durabilité compte ([Pourquoi les produits promotionnels séduisent la génération Z^{\[2\]}](#)). Un carnet que personne n'utilise ne sert en rien cette image.

La solution : considérez la page intérieure d'abord comme une surface fonctionnelle, puis comme une surface de marque. Une étude conjointe PPAI-ASI résume ce principe : « Lorsqu'un objet gagne sa place dans le quotidien de quelqu'un, il cesse d'être perçu comme de la publicité et fonctionne davantage comme un outil utilitaire » ([étude conjointe PPAI-ASI^{\[3\]}](#)). Les sections ci-dessous expliquent comment concevoir des pages qui fonctionnent ainsi et ce que coûte chaque choix.

Sommaire

1. [Que recouvrent les pages de carnet personnalisées ?](#)
2. [Comment concevoir des pages de carnet personnalisables en six étapes](#)

3. [Pages lignées, à points, quadrillées ou à modèle : comparatif](#)
4. [Comment chaque choix de pages de carnet personnalisées influe sur le coût et la quantité minimale de commande](#)
5. [FAQ](#)
6. [À retenir](#)
7. [Conclusion](#)

Que recouvrent les pages de carnet personnalisées ?

Les pages de carnet personnalisées sont les feuillets intérieurs, souvent appelés bloc-texte, imprimés selon une mise en page définie par l'acheteur plutôt qu'avec un motif standard. Il est utile de considérer chaque page intérieure comme 4 couches, car chaque couche ajoute sa propre étape de production :

- **Fond de page** : le motif d'écriture, qui peut être des lignes, une grille de points, un quadrillage ou une page blanche.
- **Couche de marque** : un en-tête ou un pied de page avec logo, une marque d'angle, un slogan ou une teinte claire.
- **Couche de structure** : des modèles tels que comptes rendus de réunion, planificateurs hebdomadaires, listes de contrôle ou ordres du jour d'événement.
- **Couche de fonction** : numéros de page, lignes de perforation pour détacher les pages ou données variables, comme le nom du destinataire.

Le mode de reliure détermine la façon dont ces couches peuvent être agencées. Dans un carnet piqué à cheval, les feuilles pliées sont emboîtées et agrafées dans le pli du dos. Chaque feuille pliée produit 4 pages, de sorte que le nombre de pages augmente par multiples de 4. Pour cette raison, la page 2 et l'avant-dernière page sont imprimées sur la même feuille physique. Si vous souhaitez changer de section, par exemple dix feuilles lignées suivies d'un bloc de modèles de réunion, planifiez-le en feuilles pliées entières. Sinon, l'imprimeur doit refaire l'imposition, c'est-à-dire la disposition des pages sur la feuille d'impression. Nos [carnets en carton kraft à reliure piquée à cheval](#) suivent cette structure, et la page produit détaille les spécifications de format, de papier et de couverture. Cet article se concentre uniquement sur la mise en page intérieure.

Le marché est assez vaste pour que la planification des pages intérieures mérite son propre cahier des charges. Les ventes américaines de produits promotionnels ont atteint environ \$26,09 milliards en 2023, dont environ \$3,09 milliards pour les produits durables, soit 12,2 %, selon le [rapport PPAI 2023 sur les ventes du secteur](#)^[4]. Ces chiffres couvrent l'ensemble des produits promotionnels, pas uniquement les carnets.



Comment concevoir des pages de carnet personnalisables en six étapes

Étape 1 : définir la fonction que les pages doivent remplir

Commencez par savoir qui écrit dans le carnet, où et pendant combien de temps. Un participant à une conférence a besoin de quelques jours de notes de sessions. Un nouvel embauché peut utiliser le carnet pendant des mois d'entretiens individuels. Une équipe de terrain peut avoir besoin de pages détachables à remettre. La papeterie est aussi en concurrence avec d'autres articles pour attirer l'attention. Une enquête de PPAI menée auprès de plus de 3,000 U.S. consommateurs dans la tranche d'âge 16-60 a montré que les vêtements arrivent en tête dans chaque tranche d'âge, ce qui n'est pas le cas de la papeterie ([analyse approfondie de PPAI sur les acheteurs finaux^{\[5\]}](#)). Un carnet gagne sa place par son utilité : notez donc en une phrase l'usage principal avant de choisir un format.

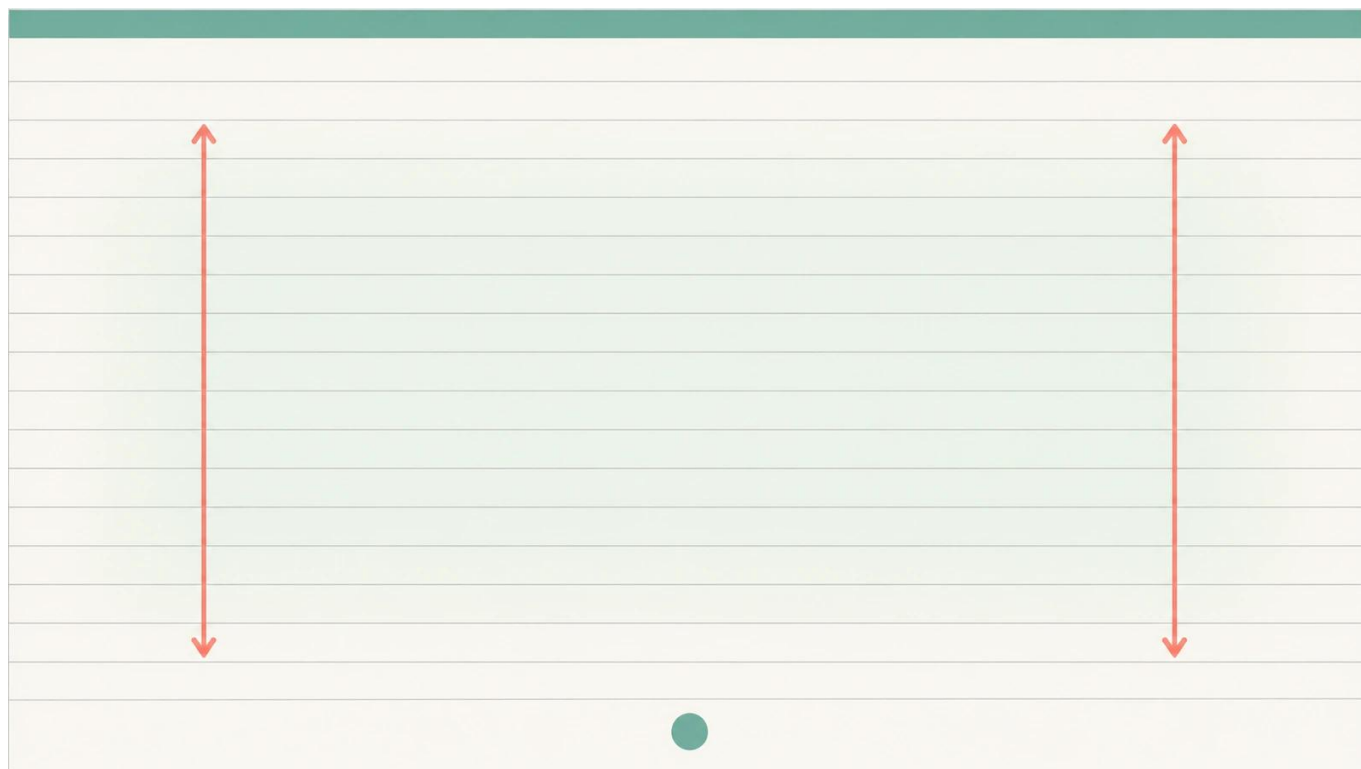
Étape 2 : choisir le fond de page

Adaptez le motif au travail à effectuer. Les pages lignées conviennent à la rédaction, aux comptes rendus de réunion et aux notes de formation. Les grilles de points conviennent aux contenus mixtes comme les listes, les croquis et les schémas simples, car les points guident l'écriture sans l'enfermer dans des lignes. Les quadrillages conviennent aux équipes d'ingénierie, de design et de données. Les pages blanches conviennent aux ateliers créatifs et au croquis. Si vos destinataires occupent des fonctions variées, la grille de points est le choix unique le plus neutre.

Étape 3 : placer la couche de marque là où elle ne gêne pas

Placez le logo dans la marge, pas dans la zone d'écriture. Un bandeau d'en-tête en haut ou une petite marque en pied de page garde la marque visible sans prendre de place pour écrire. Imprimez-le dans une seule couleur claire ou en teinte, afin que l'encre du stylo reste lisible quand on écrit à proximité. Un logo à pleine intensité sur chaque page rend les notes brouillonnes. De nombreuses équipes impriment aussi le logo complet uniquement sur la première et la dernière page, avec une petite

marque sur les pages intermédiaires. Avant de valider le visuel, vérifiez l'aspect de la couche de marque sur l'épreuve. La page produit détaille les [étapes de vérification du visuel et d'échantillonnage](#).



Étape 4 : choisir les modèles et la façon de les combiner

Un modèle n'est utile que si les destinataires le remplissent. Les modèles de réunion fonctionnent mieux avec trois ou quatre champs : date, participants, notes et actions à mener. Les pages de planification doivent rester sans date, avec des champs de date vierges, pour que le carnet reste utile quel que soit le moment où il est remis. Les carnets d'événement peuvent inclure au début un ordre du jour sur double page ou un plan du lieu, suivis de pages simples. Chaque modèle supplémentaire constitue une maquette distincte à mettre en place ; la plupart des programmes utilisent donc une seule maquette répétée, ou deux maquettes disposées en blocs de feuilles pliées entières, comme décrit dans la définition ci-dessus.



Étape 5 : n'ajouter une numérotation ou une perforation que pour un flux de travail précis

La numérotation des pages est utile lorsque les entrées doivent être traçables, par exemple dans des cahiers de laboratoire, des journaux de conformité, des pistes d'audit ou un compte rendu de réunion que l'on cite. Elle ajoute une étape d'impression séquentielle. La perforation est utile lorsque des pages quittent le carnet, comme les formulaires de retour à détacher, les documents distribués ou les cartes-réponses. Elle ajoute une passe de finition. Les pages perforées laissent un talon une fois retirées, et dans un livret piqué à cheval, le feuillet opposé de la même feuille pliée reste attaché au pli. Demandez au fournisseur où se situera la ligne de perforation par rapport aux agrafes. Les deux options augmentent le coût ; ne les prévoyez donc que si vous pouvez nommer le flux de travail qu'elles soutiennent.

Étape 6 : rédiger un plan des pages pour le devis

Envoyez un plan des pages plutôt qu'une description générale. Indiquez chaque maquette de page, le nombre de pages qui l'utilisent, sa position dans la séquence, le nombre de couleurs d'encre et toute numérotation, perforation ou donnée variable. Une ligne telle que « Pages 1-2 : double page de bienvenue, 2 couleurs ; pages 3-30 : grille de points avec marque en pied de page, 1 couleur ; pages 31-32 : page de contact » permet au fournisseur de chiffrer juste dès le premier devis. Les autres éléments du cahier des charges, notamment le format, le papier, la finition de couverture et le conditionnement, sont traités dans le [guide des spécifications des carnets en carton personnalisés](#).

Pages lignées, à points, quadrillées ou à modèle : comparatif

Le tableau ci-dessous compare les formats de papier courants des carnets personnalisés selon leur usage et leur incidence sur la production. La « mise en route relative » indique la quantité de travail de prépresse et d'impression qu'un format ajoute par rapport à une page répétée en une seule couleur. Ce n'est pas un prix.

Format	Idéal pour	Couverture d'encre	Mise en route relative	Point de vigilance
Blanc	Ateliers, croquis, marques créatives	Aucune, ou uniquement un repère de marque	La plus faible	Peut paraître générique sans couche de marque
Lignées	Formation, comptes rendus, notes de bureau courantes	Légère	Faible	Un trait trop foncé concurrence l'écriture manuscrite
Grille de points	Équipes mixtes, listes, schémas	Très légère	Faible	Des points très pâles peuvent disparaître sur du papier teinté
Quadrillage	Ingénierie, design, travail sur données	Modérée	Faible à modérée	Les grilles denses rendent les notes manuscrites plus difficiles à parcourir
Modèle de réunion	Équipes clients, chefs de projet	Modérée	Modérée (une maquette de plus)	Trop de champs laissent des pages à moitié vides
Planificateur sans dates	Accueil des nouveaux arrivants, programmes de longue durée	Modérée à forte	Modérée à plus élevée	Les versions datées sont périmées avant même la distribution
Sections mixtes	Kits d'événement combinant ordre du jour et notes	Variable	Plus élevée (plusieurs maquettes)	Les changements de section doivent coïncider avec les feuilles pliées

La densité du motif et la qualité du papier interagissent. Des testeurs indépendants ont constaté qu'un carnet d'entrée de gamme bien fabriqué peut supporter une forte consommation d'encre. Un testeur de stylos-plume a signalé « pratiquement aucune transparence et aucun passage d'encre » sur un carnet personnalisé fait main ([test d'UK Fountain Pens^{\[6\]}](#)). [Notebook Stories^{\[7\]}](#) a constaté qu'un carnet à 97 cents résistait presque totalement au passage de l'encre. Les performances du papier dépendent du support, pas du prix : testez donc le motif choisi sur le papier réel lors de l'échantillonnage.

Comment chaque choix de pages de carnet personnalisées influe sur le coût et la quantité minimale de commande

Le coût des pages intérieures dépend surtout de la mise en route, et non de la quantité d'encre. Chaque maquette, chaque couleur et chaque étape de finition doit être préparée avant que la première bonne feuille sorte de la presse. Ce travail fixe est réparti sur l'ensemble de la commande, ce qui explique pourquoi une complexité accrue relève généralement la quantité minimale à partir de laquelle une commande est rentable.



Facteur de coût	Pourquoi il augmente le coût	Effet sur la quantité minimale	Comment le maîtriser
Nombre de maquettes de pages différentes	Chaque maquette nécessite son propre prépresse et, sur les presses offset, ses propres plaques	Augmente avec chaque maquette	Répétez une seule maquette ; limitez à deux le nombre de sections
Couleurs d'encre par page	Un ton direct correspond à un seul passage ; la quadrichromie (CMYK) utilise quatre encres de procédé	Plus élevée en quadrichromie sur offset	Imprimez l'intérieur dans une seule couleur de marque et réservez la quadrichromie à la couverture
Données variables (noms, identifiants)	Chaque carnet est différent, ce qui exige l'impression numérique	Peut être plus faible pour les petits tirages, mais le coût unitaire est plus élevé	Imprimez les noms sur 1 page au lieu de toutes les pages
Numérotation des pages	Les numéros séquentiels exigent un passage compatible avec la numérotation	Hausse modérée	Ne numérotez que les sections qui exigent de la traçabilité
Perforation	Étape de finition et outillage supplémentaires	Hausse modérée	Perforez une section au lieu de chaque page
Forte couverture d'encre (teintes, fonds perdus)	Plus d'encre, plus de temps de séchage, plus de risque de transparence	Légère hausse	Privilégiez le trait et les teintes claires

Cette page n'indique ni quantités ni prix, car ils dépendent de la spécification complète. Le plus utile est de demander un devis pour deux versions : une version de base avec une seule maquette en 1 couleur, et votre mise en page préférée. L'écart montre précisément ce que coûte chaque amélioration. Vous pouvez [demander un devis pour les deux scénarios](#) depuis la page produit.

Un point réglementaire concerne les pieds de page. Si vous prévoyez d'imprimer la mention « fabriqué avec du papier recyclé » ou une allégation similaire, les Green Guides de la Federal Trade

Commission des États-Unis jugent trompeur de revendiquer un contenu recyclé, sauf si la matière a été récupérée dans le flux de déchets ([16 CFR 260.13^{\[8\]}](#)). N'imprimez l'allégation que si le fournisseur peut la documenter. La demande pour ce type d'allégations continue de croître : PPAI cite des données de SAGE montrant que les recherches de « écologique » par les distributeurs ont augmenté de 390 % sur la période 2017 to 2024 ([Le parcours de développement durable du secteur promotionnel^{\[9\]}](#)).

FAQ

FAQ : puis-je personnaliser les pages du carnet différemment au sein d'une même commande ?

Oui. La plupart des imprimeurs peuvent combiner plusieurs maquettes de pages dans un même carnet, par exemple un ordre du jour sur double page suivi de pages à grille de points. Dans les carnets piqués à cheval, planifiez chaque section en feuilles pliées entières de 4 pages afin de simplifier l'imposition. Chaque maquette supplémentaire ajoute de la mise en route ; précisez donc le plan des pages exact lorsque vous demandez un devis.

FAQ : le logo doit-il figurer sur chaque page intérieure ?

En général, pas en grand format. Une petite marque en pied de page ou un fin bandeau d'en-tête dans une seule couleur claire garde la marque visible sans prendre de place pour écrire. De nombreux programmes réservent le logo complet à la première et à la dernière page, où il fait office de mot de bienvenue et de formule de clôture.

FAQ : peut-on imprimer sur mesure des pages de carnet au nom des destinataires ?

Oui, grâce à l'impression numérique à données variables, qui permet à chaque exemplaire d'être différent. Imprimer le nom sur une seule page dédiée, comme une page « ce carnet appartient à », coûte généralement moins cher que personnaliser chaque page. Demandez l'écart par unité dans votre devis.

FAQ : quel format de page convient le mieux à un public d'entreprise varié ?

Une grille de points. Elle convient aussi bien à l'écriture qu'aux listes et aux croquis, et consomme très peu d'encre ; elle s'adapte donc à des fonctions allant de la vente à l'ingénierie. Choisissez des pages lignées si la plupart des utilisateurs prennent de longs comptes rendus de réunion.

FAQ : les pages numérotées ou perforées augmentent-elles la quantité minimale de commande ?

Elles ajoutent généralement du travail de mise en route et de finition, ce qui peut relever la quantité à partir de laquelle une commande devient rentable. L'incidence dépend de la spécification complète ; demandez donc un devis avec et sans ces options pour voir la différence.

FAQ : puis-je imprimer des allégations de durabilité sur les pages intérieures ?

Uniquement si le fournisseur peut les documenter. Aux États-Unis, 16 CFR 260.13 limite les allégations de contenu recyclé aux matières réellement récupérées dans le flux de déchets. Un pied de page neutre, comme votre logo ou un court slogan, ne présente aucun risque de conformité.

À retenir

- **La personnalisation et le positionnement écologique portent les produits promotionnels.** — 65 % des distributeurs et 64 % des fournisseurs signalent un intérêt croissant pour l'écologie ([Source](#))
- **Des pages utilisables protègent l'image de marque.** — 68 % des jeunes de la génération Z estiment que les articles de marque influencent positivement la perception de la marque ([Source](#))
- **Les produits durables représentent une part mesurable du marché.** — \$3,09 milliards, soit 12,2 % des ventes promotionnelles 2023 U.S. ([Source](#))
- **La papeterie doit mériter l'attention.** — les vêtements arrivent en tête dans une enquête menée auprès de 3,000+ consommateurs ([Source](#))
- **C'est la qualité du papier, et non le prix, qui détermine le passage de l'encre.** — un carnet à 97 cents a résisté presque totalement au passage de l'encre ([Source](#))
- **Les allégations de contenu recyclé imprimées doivent être documentées.** — régies par 16 CFR 260.13 ([Source](#))
- **Les acheteurs demandent de plus en plus des options écologiques.** — les recherches de « écologique » ont augmenté de 390 % sur la période 2017 to 2024 ([Source](#))

Conclusion

De bonnes pages intérieures résultent de quelques décisions prises dans l'ordre. Définissez la fonction, choisissez un fond de page adapté, gardez la marque dans les marges, n'utilisez des modèles que là où les gens les rempliront, et n'ajoutez une numérotation ou une perforation que pour un flux de travail identifié. Rassemblez ensuite le tout dans un plan des pages. Ce plan maîtrise le coût, car chaque maquette, couleur ou étape de finition supplémentaire ajoute de la mise en route que la commande doit absorber. Lorsque votre mise en page est prête, associez-la à la spécification de la couverture et du papier de nos [carnets en carton personnalisés avec couverture en carton kraft](#) et demandez un devis pour une version de base et pour votre version préférée.

Notes

1. PPAI, « Étude PPAI : l'écologie et la personnalisation "dominent" les nouvelles offres du secteur promotionnel », 3 juillet 2024.
<https://www.ppai.org/media-hub/ppai-research-eco-friendly-customization-dominate-promos-new-product-offerings/> ↵
2. PPAI, « Pourquoi les produits promotionnels séduisent la génération Z », 1 mars 2024.
<https://www.ppai.org/media-hub/ppai-consumer-study-why-promo-clicks-with-gen-z/> ↵
3. PPAI, « Une étude conjointe PPAI-ASI place les produits promotionnels parmi les canaux publicitaires à plus faible impact carbone », 4 février 2026.
<https://www.ppai.org/media-hub/joint-ppai-asi-study-finds-promo-among-the-lowest-carbon-impact-advertising-channels/> ↵
4. PPAI Magazine, avril 2024, 2023, rapport sur les ventes du secteur.
<https://flipbook.ppai.org/2024-04-01> ↵
5. PPAI, « Comprendre les acheteurs finaux : analyses sectorielles approfondies 2024 », 30 juillet 2024. <https://www.ppai.org/media-hub/understanding-end-buyers-2024-industry-deep-dives/> ↵
6. UK Fountain Pens, « Test : carnets faits main de Personalised Stationery Co. UK », 8 avril 2017.
<https://ukfountainpens.com/2017/04/08/review-hand-made-notebooks-by-personalised-stationery-co-uk/> ↵

7. Notebook Stories, « Test de carnet : carnet-mémo et journal Pen Gear », 24 septembre 2024.
<https://www.notebookstories.com/2024/09/24/notebook-review-pen-gear-memo-book-and-journal/> ↵
 8. Code électronique des règlements fédéraux, 16 CFR 260.13, « Allégations de contenu recyclé ». <https://www.ecfr.gov/current/title-16/chapter-I/subchapter-B/part-260/section-260.13> ↵
 9. PPAI, « Le parcours de développement durable du secteur promotionnel », 1 octobre 2025.
<https://www.ppai.org/media-hub/promos-sustainability-journey/> ↵
-

octobre 21, 2026