

LES  
100

COMMANDEMENTS

QR Code





# Préface

Une campagne QR Code doit être structurée, organisée afin de se révéler efficace. Pour cela ce guide vous permettra au travers de 10 commandements d'acquérir l'ensemble des connaissances nécessaires au bon usage de cet outil qu'est le QR Code.

Vous pourrez alors concevoir vos campagnes marketing sereinement avec la certitude d'apporter une véritable valeur ajoutée à l'opération, et d'en maîtriser l'impact auprès du consommateur.

Au travers de ce guide Unitag met également en lumière de bons et de mauvais exemples de campagnes QR Codes afin de vous aider à faire les meilleurs choix et à éviter les erreurs. Vous disposerez ainsi de tous les atouts nécessaires à la réussite de votre projet QR Code.

Suivez le guide !



# Sommaire

## Présentation du QR Code

---

Enfin une présentation claire et précise sur le QR Code, à lire attentivement avant de commencer à vous lancer dans votre campagne !

## Les 10 Commandements du QR Code

---

- I. Tu choisiras ton type de QR Code.
- II. Tu personnaliseras ton QR Code.
- III. Tu contrasteras les couleurs.
- IV. Tu adapteras la taille de ton code.
- V. Tu sélectionneras ton support.
- VI. Tu optimiseras la visibilité de ton QR Code.
- VII. Tu t'assureras de la présence d'un réseau téléphonique adapté.
- VIII. Tu indiqueras le fonctionnement de ton QR Code.
- IX. Tu offriras de la valeur ajoutée.
- X. Tu mèneras ton QR Code sur un site MOBILE.

## Exemples de campagnes QR Code

---

Mauvais exemples

Bons exemples

## Annexes

---

Quiet Zone

La taille du QR Code

La structure du QR Code

Redondance de la donnée

# PRÉSENTATION

---





## Qu'est-ce qu'un QR Code?

---



Le QR Code ? C'est ce petit carré parfois noir et blanc que l'on retrouve de plus en plus sur les affiches publicitaires. Il peut contenir différents types d'informations utiles au consommateur. Par exemple, une fois scanné avec un Smartphone il peut diriger l'utilisateur sur une page web afin de lui proposer d'acheter le produit en publicité. Ou encore de télécharger un coupon de réduction ou même d'inscrire dans son agenda la date de l'évènement indiqué sur l'affiche.

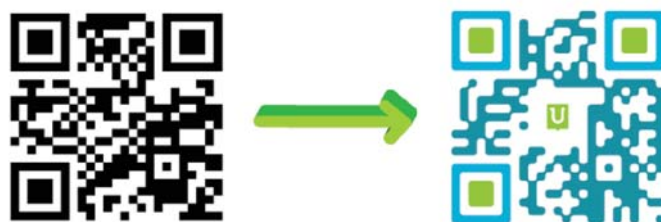
En résumé, le QR Code permet d'étendre l'information présente sur tout support physique et de donner une dimension numérique à la campagne marketing que vous menez. L'impact sur le consommateur est ainsi décuplé !

Par ailleurs, aujourd'hui l'aspect graphique du QR Code change et devient de plus en plus séduisant. Etant utilisé comme un outil de communication, il se doit en effet d'être attractif, coloré, car son but est d'attirer l'oeil du consommateur afin de l'inciter à scanner.

## Personnaliser son QR Code !

---

Unitag a la volonté et la vocation d'apporter une réponse à ce besoin soulevé par les professionnels d'une version attractive et colorée du QR Code. Pour cela, nous proposons une personnalisation approfondie du QR Code. Couleurs, logo ou encore forme, de nombreux choix facilitent la customisation de ce nouvel outil marketing afin d'y intégrer l'identité visuelle de votre marque. Des personnalisations plus importantes peuvent être réalisées par un graphiste, toutefois il faut alors respecter certaines règles que vous allez découvrir tout au long de ce guide.





## Comment lire un QR Code?

Le QR Code se lit avec ce qu'on appelle «une application de lecture», qui est en réalité un lecteur de code-barres. Il en existe des dizaines que vous pouvez télécharger directement depuis votre Smartphone. Mais attention, tous ces lecteurs n'ont pas les mêmes performances de lecture ! Ainsi nous recommandons pour une plus grande performance le lecteur i-nigma.



**La référence : i-nigma (<http://www.i-nigma.com>)  
Disponible sur iPhone, Android et Blackberry**

Quelques autres applications:



**Flashcode**  
Un classique en France (iPhone et Android)



**NeoReader**  
Une alternative crédible (iPhone et Android)

La lecture - ou le scan - d'un QR Code est ensuite très simple et s'effectue en trois étapes, comme l'indique le schéma ci-contre. L'utilisateur doit ouvrir son application de lecture et viser le QR Code avec l'appareil photo de son téléphone mobile. L'application reconnaît alors le QR Code et effectue l'action associée, c'est-à-dire généralement ouvrir une page Internet.

### 1. Téléchargez le lecteur



### 2. Flashez le QR Code



### 3. Accédez au contenu



# LES 10 COMMANDEMENTS

---












# I

## Tu choisiras ton type de QR Code.



Avant même de créer le QR Code que vous désirez diffuser, il vous faut choisir le type d'information que vous devez y inclure. En effet, les différents types d'information qui peuvent être encodés entraînent des actions différentes.

Ainsi un QR Code peut encoder :

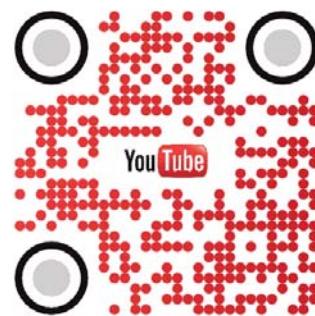
	L'URL d'un site Internet où l'utilisateur sera redirigé et pourra découvrir le contenu que vous aurez mis à sa disposition.
	Un email ou un SMS à envoyer en un scan.
	Une carte de visite qui peut être enregistrée directement dans un le carnet de contacts de votre Smartphone.
	Un évènement qui peut être directement inscrit dans votre calendrier.
	Un numéro de téléphone que votre Smartphone reconnaît et vous propose d'appeler.
	Un texte simple à afficher.
	Les identifiants d'un réseau Wi-Fi permettant à votre Smartphone de s'y connecter.





## I Tu personnaliseras ton QR Code.

La sélection du bon format de données correspond à la première étape de la création de votre QR Code. Vous pouvez alors le personnaliser. Pour cela, changer les couleurs, la taille ou encore intégrer le logo de votre entreprise sont autant de modifications possibles. Individualiser votre produit est un avantage considérable et vous pouvez vous démarquer et attirer l'œil du consommateur grâce à un QR Code original. Vous augmentez ainsi l'impact visuel de votre publicité.





## III

### Tu contrasteras les couleurs.

Personnaliser son QR Code avec des couleurs est avantageux à condition que celui-ci reste lisible ! En effet, quelles que soient les couleurs appliquées, il faut que la couleur de fond CONTRASTE avec les couleurs du QR Code.



QR Code bien contrasté

Le fond clair contraste avec la couleur vive du QR Code.



QR Code mal contrasté

On ne distingue pas le QR Code du fond.



QR Code inversé

Le fond foncé contraste avec la couleur claire du QR Code : c'est ce que l'on appelle un QR Code inversé.

Par ailleurs, certains lecteurs ne décodent pas les QR Codes «inversés», c'est-à-dire des couleurs claires sur un fond foncé. Autant donc être prudent à cette étape car si le contraste n'est pas assez fort ou si les couleurs ne sont pas assez vives, la lecture risque d'échouer et votre QR Code aura perdu sa fonction première.



# IV

## Tu adapteras la taille de ton code.

N'essayez pas d'imprimer votre QR Code dans un format trop petit ! En effet ce dernier doit être suffisamment grand pour pouvoir être décodé par le lecteur. Deux points à connaître concernant la taille d'un QR Code :

### La taille minimale du QR Code

Le QR Code peut être imprimé en différents formats, cependant il ne doit pas être plus petit que 3cm par 3cm. Explication : tous les Smartphones n'ont pas des appareils photo embarqués de mêmes qualité et performance. Par exemple, les iPhones 3Gs n'ont pas d'autofocus (mécanisme de mise au point de la caméra). Il faut donc éviter d'imprimer un QR Code trop petit pour permettre à tous de le lire.

### La distance de lecture du QR Code dans son environnement

La taille d'impression du QR Code dépend de la distance à laquelle le lecteur va scanner le QR Code.

Il faut avant tout savoir dans quel contexte celui-ci sera lisible : sur une grande affiche ou bien sur le packaging d'un produit ? Les tailles en seront très différentes puisque la distance à laquelle l'utilisateur scannera le QR Code ne sera pas la même.

Pour connaître la taille idéale, une formule simple peut être appliquée :

$$\text{Taille du QR Code} = \text{Distance de lecture} / 10$$

Ex : 33\*33cm pour une lecture à 3m (A3)



La taille du QR Code augmente proportionnellement à la distance à laquelle la personne scanne le code.



# V

## Tu sélectionneras ton support.

T-shirt, tasse à café, poster et même papier toilette, les supports d'impression pour le QR Code sont variés et de plus en plus originaux ! Mais attention, car le support peut altérer la lecture du QR Code. En effet la surface d'impression doit être quasiment plane pour que le lecteur puisse le scanner. Évitez également d'imprimer sur des surfaces réfléchissantes ou facilement déformables.



# VI

## Tu optimiseras la visibilité de ton QR Code.



En plus du support choisi il vous faudra penser à l'environnement dans lequel vous souhaitez diffuser le QR Code. Il faut que celui-ci soit à la fois LISIBLE par le lecteur et VISIBLE par le consommateur ! Évitez ainsi de le placer trop bas sur une affiche de publicité, dans un endroit trop sombre ou encore sur un support en mouvement. Également, il sera plus efficace de diffuser le QR Code dans un environnement où le consommateur sera apte à sortir son Smartphone afin de le scanner.





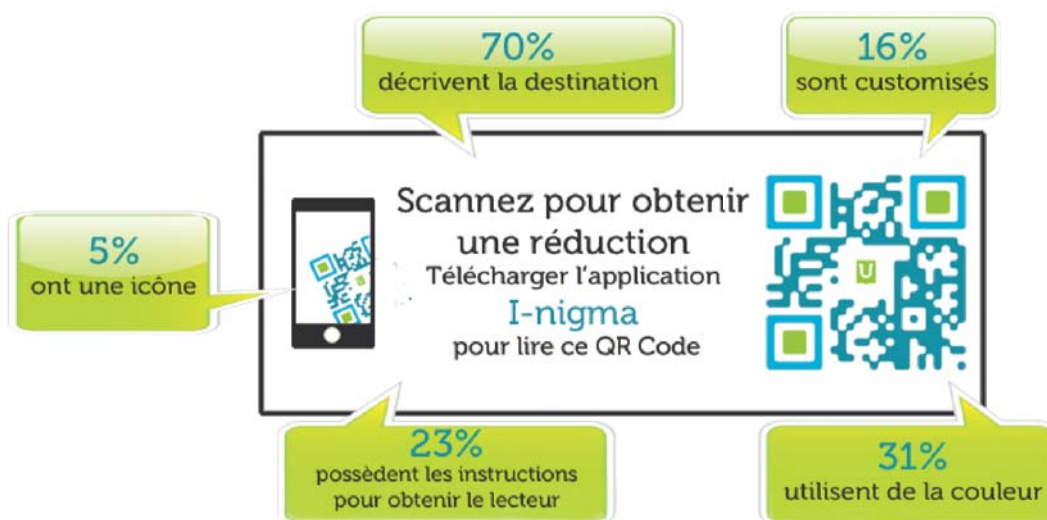
## VII Tu t'assureras la présence d'un réseau téléphonique adapté.

Diffuser un QR Code dans une zone sans réseau téléphonique a de fortes chances de rendre votre nouvel outil marketing inutile ! En effet, si votre QR Code redirige l'utilisateur sur une page Internet, celui-ci doit avoir accès à un réseau téléphonique - si possible de qualité - pour accéder au contenu. Vous devez donc être prudent concernant le lieu de diffusion. Faites des tests afin de le vérifier.



## VIII Tu indiqueras le fonctionnement de ton QR Code.

Le grand public ne connaît pas encore très bien le fonctionnement du QR Code : "A quoi cela sert-il ?", "Comment cela fonctionne-t-il ?", "Pourquoi devrais-je l'utiliser ?", etc. Il est donc nécessaire d'accompagner la diffusion du QR Code, d'un message expliquant quel est son rôle et comment le lire.





## IX

### Tu offriras de la valeur ajoutée.

Le consommateur désire avant tout pouvoir profiter des avantages du QR Code que vous diffusez. Promotions, informations supplémentaires, bons d'achat, etc. sont autant d'exemples de ce qui peut intéresser le consommateur. Évitez donc de produire une simple copie digitale de votre flyer, car cela décevra très probablement. Le QR Code est une simple technologie de diffusion, c'est un support marketing et non une publicité en soit. Il vous faut donc préciser quel est l'intérêt pour le consommateur de scanner votre QR Code.



## X

### Tu mèneras ton QR Code sur un site MOBILE.



Dans le cas d'une redirection sur un site Internet, le contenu ne doit pas simplement offrir de la valeur ajoutée, il doit aussi être adapté au format d'un Smartphone. En effet nous avons tous connu la mauvaise expérience de surfer sur un site web non optimisé pour mobile avec notre Smartphone et de devoir tous le temps zoomer pour lire le contenu. Bref on ne s'en sort pas et on finit alors par abandonner très rapidement à cause de l'ergonomie mal adaptée.

Dans le cas où vous n'avez pas de site web mobile, il vous est possible d'utiliser le service U.me d'Unitag pour créer le vôtre.



N'oubliez pas la règle d'or : testez et testez encore vos QR Codes avant de lancer vos campagnes de communication !

# EXEMPLES DE CAMPAGNES QR CODE

---

Les mauvais exemples





VOTRE CARTE ET  
VOS SERVICES BANCAIRES<sup>(1)</sup>



UNE CARTE DE CINEMA "2 POUR 1"  
UNE PLACE ACHETÉE = UNE PLACE OFFRTE DANS LES CINÉMAS PARTENAIRES<sup>(2)</sup>

OFFERTS  
PENDANT  
1 AN<sup>(3)</sup>  
DU 1<sup>er</sup> SEPTEMBRE  
AU 30 OCTOBRE 2010



BNP PARIBAS | La banque et l'assurance d'un monde qui change

www.bnpparibas.net/jeunes

LANETAGENCE

Tu connais la NET Agence ? C'est la grosse nouveauté chez BNP Paribas. Une nouvelle agence sur Internet qui s'adapte à ton mode de vie d'étudiant. Tous les services sont accessibles via Internet et ton mobile. Vas jeter un œil !



AVIS AUX ÉTUDIANTS !

Des amis plein la tête ?  
Bénéficie de 100 € à tour à tour !

Pour ton appart,  
Ta banque se porte caution

Envie de partir à l'étranger ?  
Profite de rebuts gratuits  
et de l'assistance en cas de pépin

Nes fins de mois difficiles ?  
pas d'égales la première année !



Surfe sur Internet et profite  
d'offres exclusives  
avec Apple, Sony, Go voyages, Ofap.

ZE GALERIE

Vous souhaitez être punis ? Envoyez votre travail sur zebloc.fr



"Cinquième élément"  
2009. Crypte de Flanigny-sur-  
Ozerain / Projection vidéo sur  
colonne de lycra / Création  
Alice K avec la participation  
vidéo de Francesca Berselli /  
RV sur www.alicek.fr

ZE SAVOIR INUTILE

- Il faudrait à un homme plus de 30 ans pour pouvoir compter jusqu'à 1 milliard.
- L'enuptérophobie est la peur de rester célibataire.
- Manger une pomme est plus efficace qu'un café pour rester éveillé.
- Le maréchal Kain est né en septembre.
- La loi en Indonésie interdit aux singes de fumer.

ZE BON PLAN

Decouvrez le BNDE  
Le Bureau National Des Etudiants  
un site internet destiné aux étudiants et associations  
étudiantes :  
- bons plans, emplois, aides, subventions, réductions...  
Le BNDE, c'est l'agitateur de la vie étudiante...



http://www.bnnde.org

MCE

Decouvrez MCE, ma chaîne étudiante  
mce.fr/mce/etudiant  
MCE c'est de l'info, des émissions  
d'orientation, du sport, de la culture, des séries, des  
bons plans, bref tout ce qu'il faut pour ne rien rater de  
l'actu étudiante. MCE est disponible gratuitement sur  
CanalSat, Fransat, et toutes les box ADSL.



ZE MUSIC

Connaissez-vous la musique de :

SUCRÉ SALÉ

Coup de coeur pour ce jeune duo DJ's !  
SuCré SaLé est un mélange de saveurs  
électroniques mixées avec des petits  
plaisirs balcaniques. Découvrez-les sur  
www.myspace.com/musicsucresale

ZE GAME

Créé par MCE - musique électronique  
participez aux games et gagnez sur ZE BloC  
plus d'infos sur www.zebloc.fr

9	7	3	1	2	5	8	
4	5	3	6	9		7	
2		8		4	3		
			2	8		7	
7	3	6			2	8	4
1	2			4	5		
5	1	9	3		6		
3	2	8					
9	4	1	5	8	7	3	



Tous les bons plans sont sur www.zebloc.fr

ZE BLOC  
www.zebloc.fr  
ne pas jeter sur la voie publique



**BNP PARIBAS**  
La banque d'un monde qui change

Afin d'augmenter le nombre d'ouvertures de comptes étudiants, la BNP Paribas profite de l'occasion de la rentrée universitaire pour lancer sa nouvelle campagne QR Code. Cela aurait pu être une idée pertinente, si la campagne n'accumulait pas les maladroites et les erreurs...

## • Erreur N°1 : Un message explicatif n'est jamais une option !

La nouvelle génération est une génération des nouvelles technologies, certes ! Mais cela ne veut pas dire que l'on peut se passer d'un message explicatif qui indique comment lire et utiliser le QR Code. Par ailleurs ce sont, la plupart du temps, les parents qui prennent la décision finale quant à l'ouverture d'un nouveau compte étudiant. Autant leur donner tous les moyens possibles pour leur permettre de lire correctement la promotion du produit. Il faut donc bien réfléchir à la cible finale à laquelle s'adresse la publicité et construire un message explicatif adapté.

## • Erreur N°2 : Le QR Code doit toujours être facile à lire.

L'affiche présente un QR Code contenant une trop grande quantité de caractères qui rend sa lecture quelque peu difficile, or notre but est de faciliter la vie du consommateur. Il vaut mieux alors diminuer le nombre de caractères contenus dans le QR Code.

## • Erreur N°3 : Le contenu se doit d'être adapté.

Une fois le code scanné, on se rend alors compte que le contenu n'est pas adapté à un téléphone mobile. De ce fait, naviguer sur le site de la BNP devient un parcours du combattant : l'utilisateur zoome, sélectionne, rétrécit, zoome à nouveau, bref est perdu ; alors abandonne.

*source : <http://www.adphone.fr/2010/10/actualites-marketing-mobile-adphone/bnp-la-banque-des-jeunes-mauvaise-campagne-qr-code>*

# BRUKETA&ŽINIĆ<sup>OM</sup>

Bruketa & Zinic, avec l'intention de promouvoir le tourisme dans leur région, décide de placer au milieu de plaques d'immatriculation un QR Code contenant la page web « Croatian tourist Board ».

## • Erreur N°1 : De mauvaises conditions de lecture.

Il semblerait qu'au lieu de faire de la publicité afin d'attirer davantage de touristes, ils attirent surtout plus d'accidents !

Outre le fait qu'il n'est pas règlementaire d'utiliser son téléphone tout en conduisant, essayer de lire ce QR Code s'avère très dangereux dans la mesure où le conducteur serait tenté de s'approcher au plus près de la voiture possédant le QR Code à un moment où il serait moins attentif à la circulation.

## • Erreur N°2 : Un site web illisible.

Par ailleurs, le contenu n'est rien d'autre que la page d'accueil du site touristique, non adaptée à un Smartphone. Cela oblige alors l'utilisateur à se concentrer davantage afin de déchiffrer le site plutôt qu'à rester attentif à sa conduite ! Le but était de décourager le touriste, c'est bien ça ?



*source : <http://smartlifeblog.com/the-5-best-and-5-worst-uses-of-qr-codes/>*

# PIX 11

Pix a élaboré toute une campagne d'affichage... dans le métro !  
Le groupe avait pourtant bien démarré en osant la diffusion d'affiches humoristiques. Ils désiraient alors compléter leur publicité par la mise en place d'un QR Code qui mènerait vers une vidéo expliquant la campagne.



- Erreur N°1 : Pas de réseau téléphonique.

Il n'y a pas de réseau téléphonique dans le métro ! Notez-le bien car beaucoup d'entreprises ne se rendent pas compte de l'inutilité d'apposer un QR Code sur une affiche dans le métro, ce qui est source de bien de moqueries.

- Erreur N°2: Un contenu trop lourd.

Par ailleurs, une fois le QR Code scanné une vidéo se télécharge sur votre portable, une vidéo lourde et longue à charger. Il est pourtant rare que le consommateur ait du temps à perdre dans le métro !

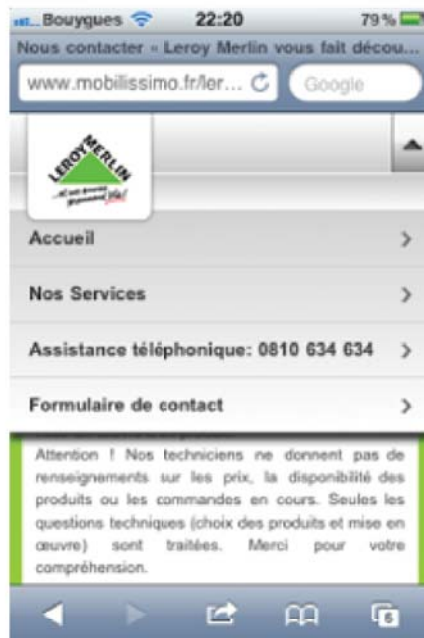
source : <http://smartlifeblog.com/the-5-best-and-5-worst-uses-of-qr-codes/>

# EXEMPLES DE CAMPAGNES QR CODE

---

Les bonnes campagnes







Leroy Merlin Strasbourg innove dans le cadre d'une campagne marketing et crée ainsi le premier site mobile Leroy Merlin, permettant à ses clients de directement découvrir et profiter des offres et services du magasin. Ils réalisent alors une campagne d'affichage dotée d'un QR Code dans lequel le consommateur potentiel peut découvrir le nouveau site.

## • Atout N°1 : un site mobile adapté

Promouvoir à l'aide d'une campagne d'affichage QR Code un site mobile s'inscrit tout à fait dans la logique d'Internet pour mobiles : pratique, facile d'utilisation et attractif. Leroy Merlin réussit ici avec brio à intégrer une des composantes essentielles pour le succès d'une campagne QR Code !

## • Atout N°2 : un message explicatif clair.

Leroy Merlin a pensé à tout de A à Z, en diffusant des flyers et affiches contenant les indications nécessaires à l'utilisation du QR Code. De plus, le QR Code est affiché en clair au centre de l'affiche et personnalisé tout en restant très simple à lire.



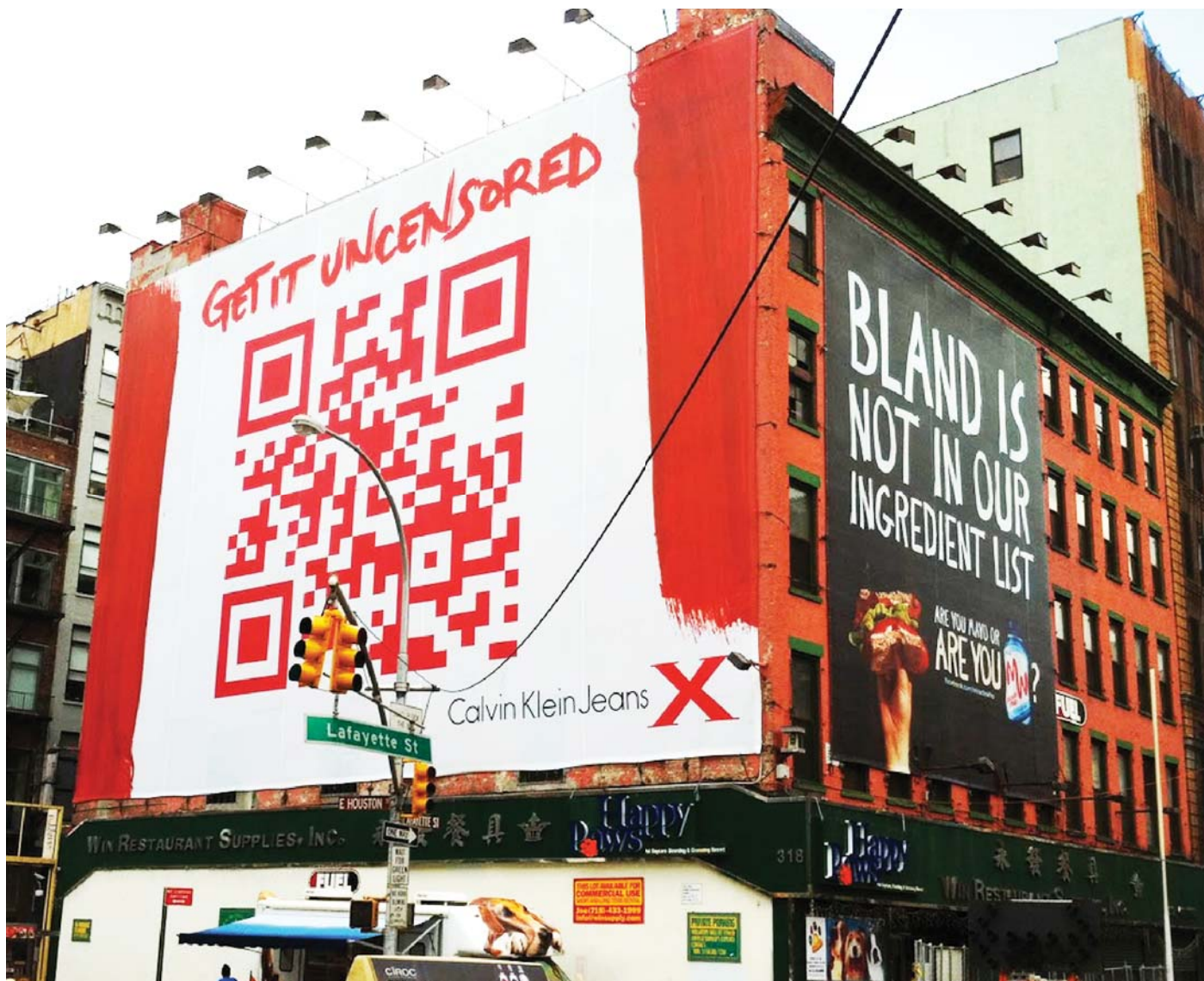
## Nos services en magasin accessibles directement sur votre mobile

Le QR code vous simplifie la vie !



- 1 → Rendez vous sur <http://tag2d.fr> et télécharger l'application avec votre smartphone. Si votre mobile n'est pas compatible, tapez le keytag **leroymerlin** pour accéder au site mobile.
- 2 → Scannez le QR code Leroy Merlin avec votre nouvelle application.
- 3 → Surfez sur notre site mobile et profitez immédiatement de nos nouveaux services.

source : <http://www.agence-marketing-mobile.fr/search?updated-min=2012-01-01T00:00:00%2B01:00&updated-max=2013-01-01T00:00:00%2B01:00&max-results=3>





Afin de promouvoir sa nouvelle collection de jeans, Calvin Klein fait le pari osé d'afficher de gigantesques billboards dans les rues de New York, avec comme unique slogan « Get it uncensored ». Le lien du QR Code renvoie alors sur une vidéo sous-entendue « a little hot ». Calvin Klein réussit ici un beau pari : promouvoir ce que l'on ne peut pas publiquement afficher et utilise pour cela tout le potentiel de la technologie QR Code.



## • Atout N°1 : Une diffusion bien pensée du QR Code.

Outre l'originalité de cette campagne bien pensée, Calvin Klein réussit l'affichage d'un QR Code simple et lisible tout en le diffusant à un endroit stratégique : dans le centre-ville de New York.

## • Atout N°2 : Un contenu à forte valeur ajoutée.

Un contenu exclusif ! En effet la vidéo ne peut être vue qu'en scannant le QR Code affiché, afin de garder l'esprit d'exclusivité et d'éveiller la curiosité de certain.

*source : <http://www.qrdresscode.com/article-kalvin-klein-qr-code-uncensored-53822200.html>*



Rendre les technologies "geeks" sexy, c'est parfois tout un art ! Heureusement, Victoria's Secret est là pour utiliser le QR Code en nous montrant à quel point il peut être séduisant.

Sur un thème toujours sexy et suggestif, la marque de lingerie utilise le QR Code pour cacher... ses produits. L'idée est originale mais c'est surtout ici le parfait exemple pour illustrer le fait qu'il faut absolument rendre l'affichage de votre QR Code intéressant et captivant. Effet garanti !



## • Atout N°1 : Une affiche qui attire l'œil du consommateur

Un affichage clair et ATTRACTIF. Pour que le consommateur scanne votre QR Code, il faut d'abord qu'il le remarque, Victoria's Secret l'a bien compris.

## • Atout N°2 : Un contenu à forte valeur ajoutée.

Par ailleurs, le contenu est plus que séduisant puisque qu'il révèle en image, la nouvelle collection de lingerie en avant-première.

Le seul danger de cette campagne ne serait alors que les risques d'accidents de voiture du à des automobilistes peut être un peu distrait...

*source : <http://www.w3sh.com/2011/08/18/geek-victorias-secret-le-qr-code-devient-sexy/>*

## FREE BOOKS



The Call of the Wild  
Jack London



The Autobiography of  
Benjamin Franklin



The Last of the Mohicans  
James Fenimore Cooper

1. Using your smartphone, photograph the QR code above the free book you want to read (if you don't have a QR reader on your phone, download one at [beetagg.com](http://beetagg.com)).
2. Download your chosen book and enjoy a free read on us.
3. No camera? No worries. Just visit [efirstbank.com/books](http://efirstbank.com/books) to download your book.

**We're here to help you save.** **1STBANK**

[efirstbank.com](http://efirstbank.com) Member FDIC

## FREE SUDOKU



Easy



Medium



Hard

1. Using your smartphone, photograph one of the QR codes above (if your phone doesn't have a QR reader, download one at [beetagg.com](http://beetagg.com)).
2. Download your chosen Sudoku puzzle and enjoy some free fun on us.
3. No camera? No worries. Just visit [efirstbank.com/sudoku](http://efirstbank.com/sudoku) to download.

**We're here to help you save.** **1STBANK**

[efirstbank.com](http://efirstbank.com) Member FDIC



Au sein de l'aéroport de Denver, sont affichés quelques dizaines de QR Codes géants qui attirent l'attention des passagers. Une fois scannés, les QR Codes dévoilent des livres directement et gratuitement disponibles sur le Smartphone. Ou encore des sudokus et autres mots fléchés. Bref, un bon moyen de passer le temps en attendant son avion.



## • Atout N°1 : Un affichage bien pensé

L'endroit de la campagne d'affichage est à la fois original, utile et bien pensé. Ici le consommateur n'a de tout évidence rien d'autre à faire qu'attendre son avion, il aura donc largement le temps de scanner le QR Code et de profiter de son contenu.



## • Atout N°2 : Une idée innovante

Le produit proposé par le QR Code est tout à fait approprié à l'endroit ainsi qu'à la situation dans laquelle se trouve le consommateur. De plus il est gratuit, chose innovante et appréciée dans un aéroport où en général le moindre magazine ou sandwich se vend à prix d'or.

source : <http://smartlifeblog.com/the-5-best-and-5-worst-uses-of-qr-codes/>



# Conclusion

Une campagne QR Code doit être minutieusement préparée, dans son ensemble. Le contenu, l'affichage, l'environnement de diffusion ou encore la cible sont autant d'éléments à contrôler.

Les 10 commandements vous permettent désormais de mener à bien votre projet et de créer vous-même votre QR Code depuis notre plateforme Unitag. N'hésitez plus et lancez vous !

Si vous désirez une personnalisation plus approfondie faisant appel à un designer, les pages en annexes vous permettront de comprendre les quelques règles techniques à respecter.

L'équipe Unitag vous souhaite une très bonne réussite !

# ANNEXES

---

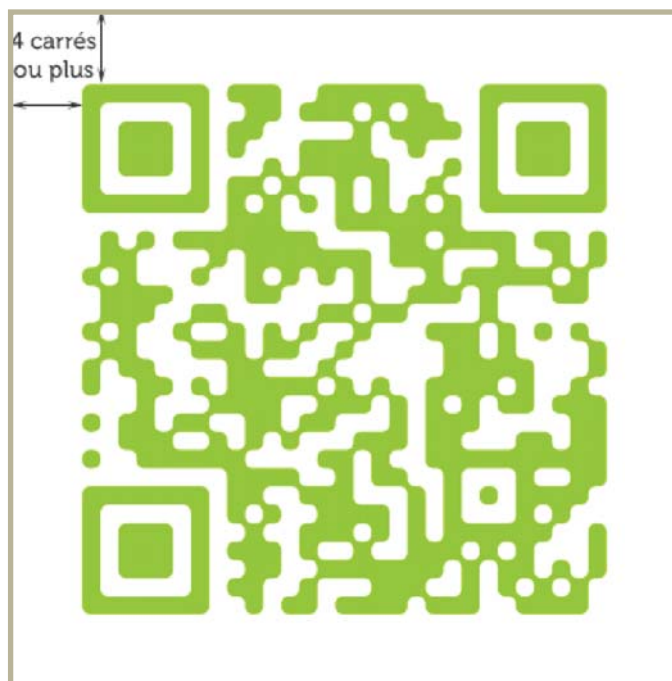
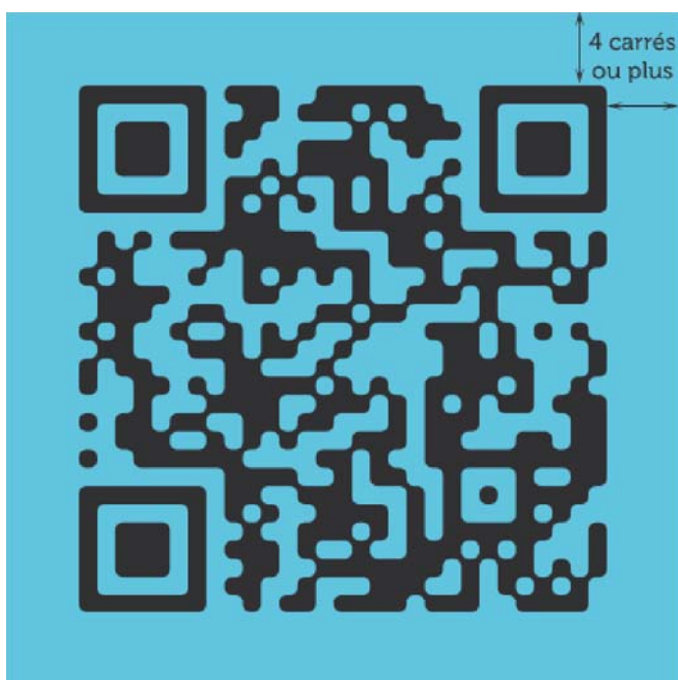




# Quiet Zone

Assez d'agitation pour tous ces carrés en pagaille dans le QR Code ! En effet il est nécessaire d'avoir une zone homogène et spacieuse autour du Code afin de permettre sa lecture. La quiet zone entoure le QR Code et elle est essentielle à la bonne lisibilité du code.

Principalement, la quiet zone doit être de la même couleur que la couleur de fond du QR Code (pas celle des carrés, mais celle autour des carrés) et elle doit être suffisamment large (précisément, elle doit correspondre à la largeur de 4 carrés).







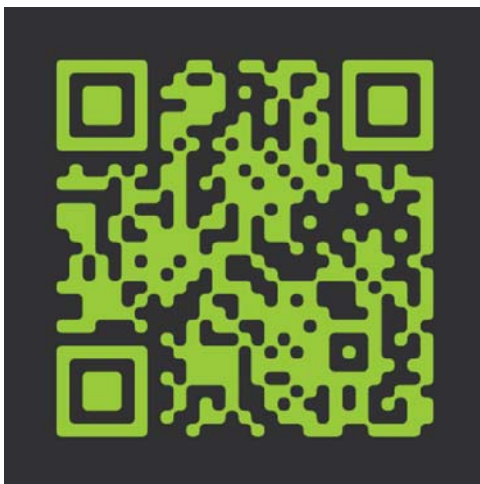
# La taille

Quand un QR Code contient beaucoup de données les petits carrés qui le composent deviennent de plus en plus nombreux (et donc de plus en plus petits). Le QR Code devient alors plus difficile à lire !

Un seul remède : il faut réduire la taille des données si cela est possible. Si votre QR Code redirige vers une page web, il suffit pour cela d'utiliser un service de raccourcissement d'URL tels que <https://bitly.com> ou <http://goo.gl>. Ces outils transforment des adresses longues en des adresses courtes (par exemple <http://www.mon-site.com/campagne-de-communication/web-mobile/juillet/pub-1> peut être réduite en une adresse telle que <http://bit.ly/lpHA2J>). Vous encoderez ensuite l'adresse courte dans votre QR Code et le rendrez ainsi plus facilement lisible ! À noter que certaines offres d'Unitag permettent également de disposer d'un service de raccourcissement d'URL intégré.



Contient beaucoup de données  
= beaucoup de petits modules  
= difficile à scanner



Moins de données  
= moins de modules  
= plus facile à scanner !

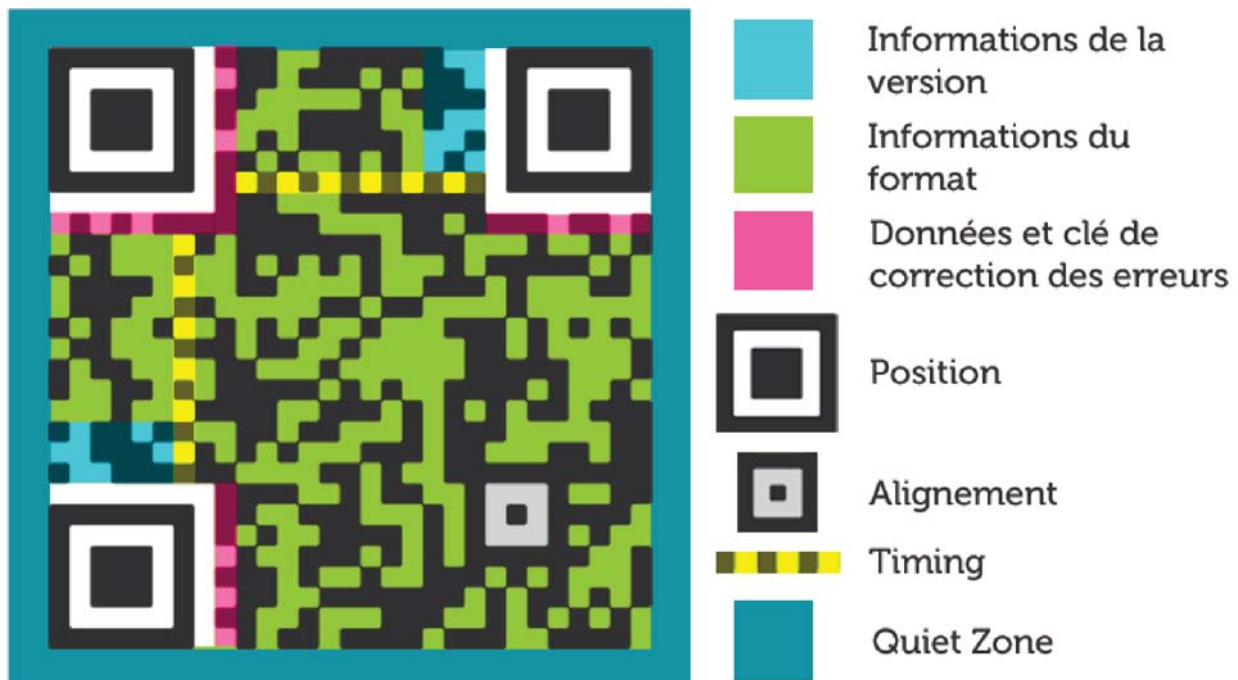


# La structure

Le QR Code est constitué de carrés noirs et blancs appelés modules binaires. Il possède également trois carrés de grandes tailles situés dans les coins appelés « yeux » du QR Code. Il peut également exister des plus petits yeux au milieu du code.

Lorsque l'on décide de personnaliser son QR Code, une partie de cette structure peut être modifiée. Si un graphiste décide de personnaliser le QR Code, il devra respecter les indications suivantes :

- Les zones vertes sont modifiables jusqu'à 30% selon le niveau de redondance ;
- Les zones «Position» et «Alignement», appelées «yeux», sont à manipuler avec beaucoup de précaution (il suffit de tester régulièrement que le QR Code reste lisible, avec une application de lecture moins performante) ;
- Les autres zones sont à manipuler avec une précaution moindre. Les lecteurs de QR Code les plus performants parviennent à lire un QR Code même très altéré, toutefois les yeux et le module de rotation sont les zones les plus sensibles car ils permettent de le positionner dans l'espace.





# La redondance

L'encodage des données est redondant, c'est-à-dire que l'information est répétée plusieurs fois dans le QR Code. Cela permet de le maintenir totalement lisible même si une partie en a été altérée. Il existe quatre niveaux de redondance, chaque niveau augmente la quantité de modules, et réduit donc la lisibilité.

Le pourcentage indiqué correspond à la surface de donnée pouvant être altérée.

Le niveau de redondance doit aller de pair avec l'usage qui sera fait du QR Code :

- Pas de risque d'altération ou besoin impérieux de réduire le nombre de module : niveau L ;
- Utilisation normale : niveau M ;
- Besoin d'intégrer un logo ou risque d'altération : niveau H ou Q.

Note : On pourrait être donc tenté de toujours mettre un niveau de redondance élevé, mais attention, cela rend les modules du QR Code plus petits et donc potentiellement plus difficiles à lire.

A vous de trouver l'équilibre donc !



Niveau L



Niveau M



Niveau Q



Niveau H

Léger Light	(L)	7% de redondance
Moyen Medium	(M)	15% de redondance
Qualité Quality	(Q)	25% de redondance
Haut High	(H)	30% de redondance



**UNITAG SAS**

29 Rue Jeanne Marvig - 31400 Toulouse France  
RCS 532 050 523

- **[www.unitag.fr](http://www.unitag.fr)** -

[contact@unitag.fr](mailto:contact@unitag.fr)