Le CV après Canva : le retour du document crédible

Frank Adebiaye · 13 octobre 2026

Il y a quelques années encore, le CV était une feuille. On la composait, on l'imprimait parfois, on l'envoyait. Son destin se jouait dans le regard d'une personne.

Il est désormais un document hybride. Il passe d'abord, souvent, par une plateforme de candidature ; il est extrait, indexé, comparé à une offre, versé dans une base de données ; il apparaît sur un écran d'ordinateur ou de téléphone ; puis, peut-être, il est enfin lu par quelqu'un qui lui accorde quelques secondes. Le CV n'est donc plus seulement une page : c'est un objet qui circule.

Au cœur de ce parcours se trouvent les ATS, pour Applicant Tracking Systems — littéralement, des logiciels de suivi des candidatures. Les entreprises les utilisent pour centraliser les CV, les rechercher, les classer et, parfois, repérer automatiquement les compétences ou les mots-clés correspondant à un poste. Ils ne remplacent pas nécessairement le recruteur ; mais ils organisent le premier contact entre un candidat et l'entreprise. Et cela change profondément la manière dont un document doit être conçu.

C'est à partir de là qu'il faut comprendre la petite revanche actuelle contre les CV faits sur Canva.

Le problème n'est pas Canva. Canva est un outil remarquable : il a donné à des millions de personnes un accès simple à la composition, à la couleur, à la hiérarchie visuelle. Il a aussi rendu manifeste une vérité que les producteurs de documents avaient parfois oubliée : une page n'est jamais neutre. Elle respire ou elle étouffe. Elle guide le regard ou elle le disperse. Elle dit quelque chose de celui qui l'a produite.

Mais ce que les recruteurs et les logiciels de recrutement contestent aujourd'hui n'est pas l'outil. C'est la confusion entre un CV et une affiche.

Les modèles les plus séduisants accumulent volontiers les colonnes, les pictogrammes, les jauges de compétences, les logos, les aplats de couleur et les zones de texte. Sur l'écran de leur auteur, ils font illusion : ils donnent le sentiment d'une candidature soignée, d'une personnalité déjà dessinée. Mais le document doit désormais faire davantage que séduire son auteur. Il doit survivre à une chaîne de lecture qui ne partage ni ses intentions ni ses facultés de perception.

Un ATS ne voit pas une belle composition. Il extrait des caractères, cherche des rubriques, rapproche des mots-clés, reconstitue tant bien que mal une chronologie. Dans une mise en page à deux colonnes, il peut lire une date avant l'expérience à laquelle elle se rapporte ; confondre les compétences et les diplômes ; ignorer une information contenue dans une image ou une zone de texte. Le candidat qui croyait se distinguer devient, paradoxalement, moins lisible.

Voilà pourquoi le débat sur le CV Canva est trompeur. Il oppose l'ancien monde du traitement de texte au nouveau monde du design, alors que la vraie opposition est ailleurs : entre le document décoratif et le document crédible.

Le document crédible n'est pas nécessairement austère. Il ne se réduit pas à une page en Arial, serrée comme un formulaire administratif. Il est clair, hiérarchisé, typographiquement tenu. Il possède un titre qui dit réellement le métier recherché. Il ménage des blancs. Il distingue les expériences, les résultats, les formations et les compétences sans recourir à une signalétique infantile. Il accepte que la meilleure preuve de goût soit souvent une forme de retenue.

Surtout, il reste portable.

Cette notion de portabilité devrait redevenir centrale dans la culture du document. Un bon CV doit pouvoir être lu par une personne, interprété par une machine, imprimé sans accident, consulté sur un téléphone, transféré par courriel et archivé sans perdre son sens. Il doit demeurer lui-même lorsqu'il sort de l'environnement idéal dans lequel il a été composé.

C'est une exigence de design, mais aussi une exigence morale. Car le CV porte une promesse implicite : « voici qui je suis professionnellement, voici ce que j'ai fait, voici ce que je sais faire ». Si sa forme rend cette promesse difficile à lire, elle finit par l'affaiblir. La sophistication visuelle peut alors produire l'effet inverse de celui qu'elle recherchait : non pas la distinction, mais le doute.

L'époque de l'intelligence artificielle rend cette question encore plus aiguë. Jamais il n'a été aussi facile de produire un CV propre, complet, très bien formulé et vaguement interchangeable. Un modèle le met en page ; une IA lui prête des verbes d'action ; quelques consignes suffisent pour obtenir l'illusion d'un parcours parfaitement raconté. Nous entrons dans une mer de documents impeccables et semblables.

La crédibilité devient donc une ressource rare.

Elle ne vient pas du refus de la technologie. Elle vient de son bon emploi. Utiliser une IA pour identifier les mots-clés d'une offre, clarifier ses réalisations ou relire une formulation est parfaitement rationnel. Utiliser un outil de mise en page pour composer une version élégante de son CV l'est tout autant. Mais il faut préserver ce que les outils ne peuvent pas fournir à la place d'une personne : la justesse d'un parcours, la précision d'un résultat, la cohérence d'une ambition, le ton singulier d'une présence.

Peut-être faut-il désormais assumer deux documents plutôt qu'un seul.

Le premier est le CV de circulation : sobre, structuré, sur une colonne, composé pour passer les plateformes et les systèmes de recrutement sans perdre une ligne en route. Le second est le document de relation : portfolio, site personnel, sélection de réalisations, étude de cas, parfois même une page de présentation très libre. Là, le designer, l'architecte, le rédacteur, le développeur, le consultant ou l'artiste peuvent montrer la part plus personnelle de leur travail.

Le premier doit être trouvable. Le second doit être mémorable.

Cette distinction ne vaut d'ailleurs pas seulement pour les CV. Elle concerne les propositions commerciales, les rapports, les dossiers de candidature, les présentations, les factures et bientôt toutes les pièces qui circulent entre des humains et des systèmes. Nous avons besoin de documents à double entrée : suffisamment structurés pour être traités, suffisamment incarnés pour être crus.

Le design ne disparaît pas avec l'automatisation. Il change d'objet. Il ne consiste plus seulement à faire une belle surface ; il consiste à organiser la rencontre entre une information, un lecteur et l'infrastructure qui les relie.

Le CV après Canva ne sera donc pas moins dessiné. Il sera mieux conçu.

Et, peut-être, plus honnête : non pas un petit poster publicitaire de soi-même, mais une pièce de confiance.

Pour citer ce texte : Frank Adebiaye, « Le CV après Canva : le retour du document crédible », Forthcome, Laboratoire, 13 octobre 2026. https://forthcome.fr/laboratoire/le-cv-apres-canva
Document composé avec Typst à partir de la source de l'article, en IBM Plex Serif, IBM Plex Sans et Recursive Mono.