

LA COULEUR

■ La couleur est l'un des sujets les plus complexes qui soient, le mot lui-même pouvant prendre des sens différents suivant les contextes .La couleur fait partie de la vie professionnelle de beaucoup de gens : artistes, architectes, publicitaires, éditeurs, industriels, restaurateurs etc.

■ Sans oublier les consommateurs que nous sommes.

■ Elle intervient à chaque instant de notre vie d'éveil ou de sommeil en teintant tout ce que nous voyons, y compris dans nos rêves.

Saviez-vous, par exemple, que :

- L'homme utilisait déjà la couleur il y a 70 000 ans.
- Seules les gouttes de pluie de certaines dimensions peuvent former un arc-en-ciel.
- L'œil distingue jusqu'à 10 millions de variations de couleur.
- Les temples grecs étaient peints de couleurs vives.
- Une lumière rouge peut rendre certains individus agressifs alors qu'une lumière bleue les rend dépressifs.
- Les couleurs de la mode d'aujourd'hui ont été choisies il y a deux ans.
- La durée d'une réunion peut paraître plus ou moins longue en fonction des couleurs utilisées dans la décoration de la pièce ou elle se tient.
- En chine, le blanc est couleur du deuil.
- Le rouge et le vert employés côte à côte sur une affiche ou un emballage, donnent une impression de vibration.

Mais qu'est-ce que la couleur ? Omniprésente, elle est considérée comme allant de soi, et, curieusement reste ignorée par beaucoup d'entre nous .Elle affecte nos émotions, rend les choses, les objets chauds ou froids, agréables, sympathiques, énervants écœurants ou sereins. La couleur enrichit le monde et la perception que nous en avons.

LA NATURE DE LA COULEUR

Mais qu'est-ce que la couleur ? Omniprésente, elle est considérée comme allant de soi, et, curieusement reste ignorée par beaucoup d'entre nous .Elle affecte nos émotions, rend les choses, les objets chauds ou froids, agréables, sympathiques, énervants écœurants ou sereins. La couleur enrichit le monde et la perception que nous en avons.

Mais sans lumière pas de couleur

Il vous reste le toucher pour apprécier les textures

n Chaque fois que nous voyons de la couleur, c'est de la lumière colorée que nous voyons, car les pigments ont la faculté spécifique d'absorber certaines longueurs d'ondes de la lumière qui les frappe, et d'en renvoyer l'autre à l'œil

n La couleur est sensation. Le sens de la vue ne fonctionne que lorsque la lumière atteint l'œil .L'organisme le plus simple, le plus primitif réagit en s'approchant ou s'éloignant d'une source de lumière

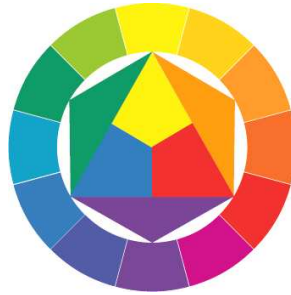
n La couleur, ce sont des informations .Nous nous arrêtons au feu rouge, démarrons au vert. Nous identifions grâce à la couleur : la maturité d'un fruit, les oiseaux, les fleurs, les animaux, les joueurs d'une équipe sportive.

■ La couleur aide à diagnostiquer une maladie, à reconnaître la peur et la gêne. Nous réagissons à la couleur : nos couleurs préférées sont la clé de nos émotions. Au delà de la nécessité de mettre en œuvre des notions de physiques complexes les perceptions et plaisirs que nous tirons de petits événements quotidiens (visions d'un arc-en-ciel, coucher de Soleil, auréole blafarde entourant la Lune).

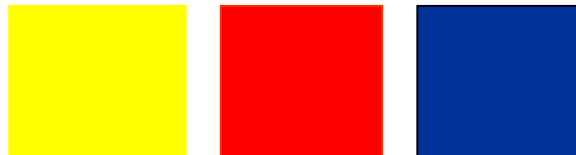
n Comprendre la couleur, c'est ajouter une dimension à la vie.

Le vocabulaire de la couleur

Le cercle chromatique selon Johannes ITTEN



Les couleurs primaires



Les couleurs secondaires

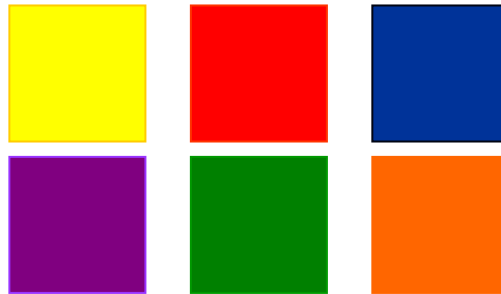


Les couleurs tertiaires



- Le cercle obtenu comporte douze parties égales ou chaque couleur possède une place bien déterminée.
- Les couleurs qui se font face sont complémentaires.
- Le blanc étant situé au centre du cercle.
- Le noir à l'extérieur du cercle.
- Le gris étant obtenu par addition du blanc et du noir
- Toutes les valeurs de couleur s'expriment en valeur de gris d'où la terminologie de nuance pour le gris.
- Les pastels s'obtiennent par addition du blanc
- Le noir s'obtient également par addition d'une couleur et de sa complémentaire.
- Enfin le marron s'obtient par addition de toutes les couleurs du cercle chromatique.
- Le camaïeu désigne une couleur déclinée du plus clair au plus sombre
- Les pastels concernent toutes les couleurs additionnées de blanc

Les couleurs complémentaires

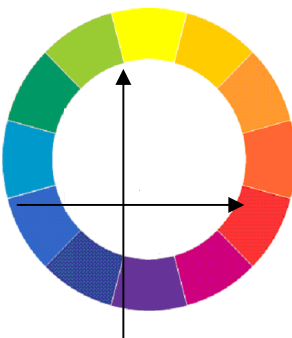


Les harmonies de couleurs

- L'assemblage de couleurs produit soit un effet agréable, désagréable ou laisse indifférent.
- La question est de savoir pourquoi ?
- La réponse est la suivante :
Produisent un effet agréable, les couleurs entre lesquelles existe une relation, c'est-à-dire une ordonnance conforme à une loi :
Harmonie = Composition.
- Il est possible d'identifier trois types d'harmonies :
 - **Les harmonies de grands contrastes**
(utilisation des couleurs complémentaires)
 - **Les harmonies faibles contrastes** *(utilisation des couleurs complémentaires)*
 - **Les harmonies triples**

Les harmonies de couleurs :

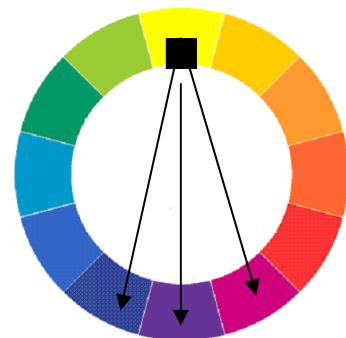
Les harmonies de grands contrastes



Les harmonies de faibles contrastes



Les harmonies triples



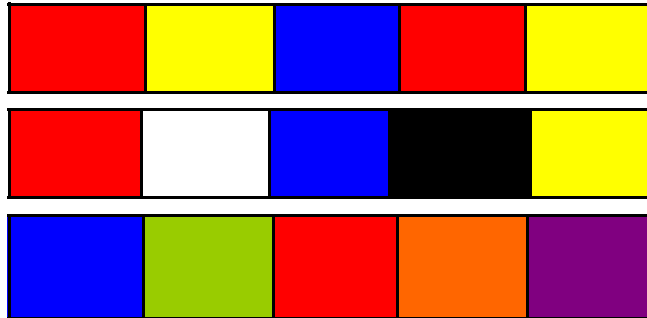
Les contrastes de couleurs

Les contrastes de couleurs au nombre de sept peuvent se définir de la façon suivante :

1. Contraste de couleur en soi et du blanc, il diminue lorsque l'on s'éloigne des couleurs primaires. Ce contraste s'effectue le plus souvent à partir de trois couleurs nettement différentes, l'effet obtenu est multicolore franc et puissant .Le plus fort contraste étant obtenu avec l'utilisation du noir et du blanc, il diminue lorsque l'on s'éloigne des couleurs primaires.

Les contrastes de couleurs

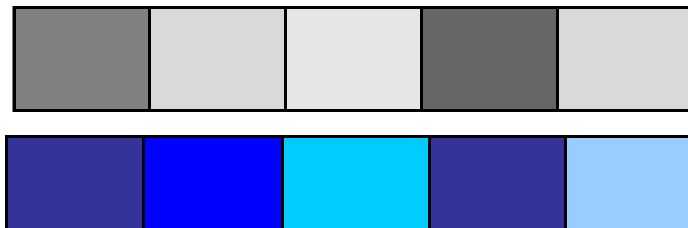
Contraste de couleur en soi



2. Contraste clair-obscur

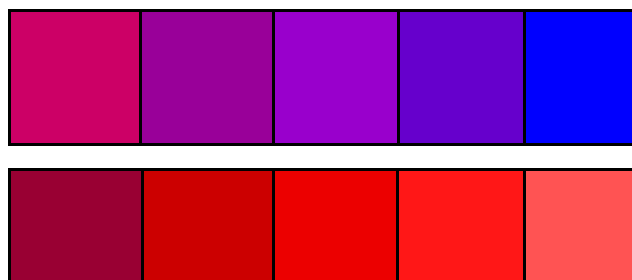
Le contraste de l'ombre et de la lumière .le noir et le blanc sont les plus fort moyens d'expression du clair et de l'obscur. Le gris est une absence de couleur, mais il subit facilement l'influence d'une couleur qu'il côtoie, en affaibli la force et adouci.

2. Contraste clair-obscur



3. Contraste chaud-froid

Les couleurs chaudes se situent a droite de l'axe jaune violet, les couleurs froides à gauche. Ce caractère peut en définir d'autres : ombragé/ensoleillé, lointain/proche, léger/lourd, humide/sec, apaisant/existant.

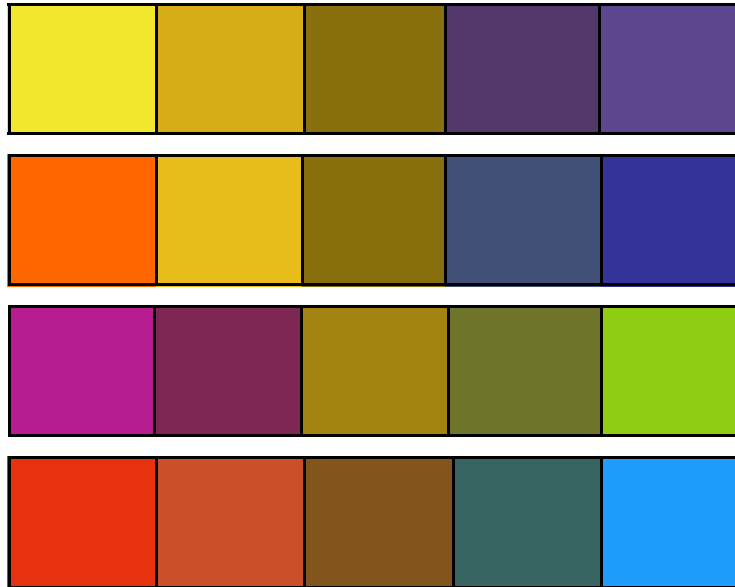


4. Contraste des complémentaires

Le contraste complémentaire est désigné par deux couleurs dont le mélange de pigments donne un gris noir. Leur calcul s'effectue souvent en valeur de gris.

Les contrastes de couleurs

4. Contraste des complémentaires

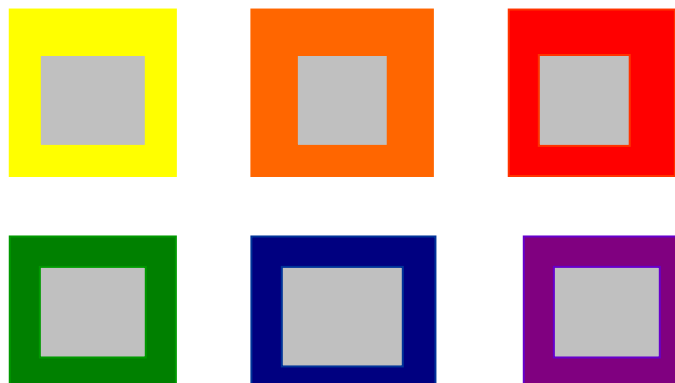


5. Contraste simultané

Ce phénomène optique fait que notre œil cherche automatiquement la couleur complémentaire et la produit inconsciemment. Cette impression colorée n'existe pas. Les carrés gris ci-dessous de même intensité se colorent différemment et révèlent une profondeur différente suivant la couleur de fond.

Les contrastes de couleurs

5. Contraste simultané



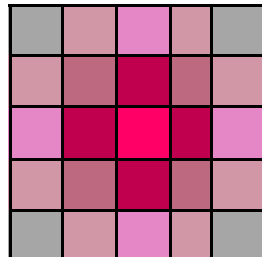
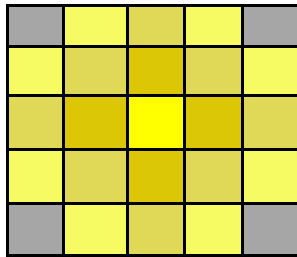
6. Contraste de qualité

■ Ce contraste est défini par le degré de pureté ou de saturation d'une couleur, l'opposition entre une couleur lumineuse et une couleur terne.

■ Le ternissement est obtenu par addition de gris de plus en plus intense.

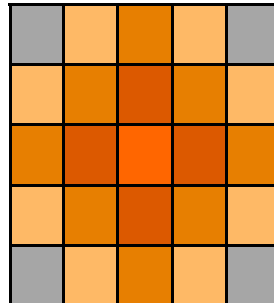
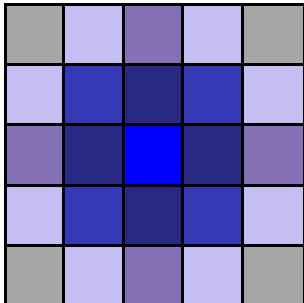
Les contrastes de couleurs

6. Contraste de qualité



Les contrastes de couleurs

6. Contraste de qualité



Les contrastes de couleurs

7. contraste de quantité

Il s'agit, des rapports de grandeur de deux ou plusieurs couleurs exprimé en valeur de lumière.

Pour déterminer ces valeurs de couleurs Goethe avait inventé des rapports numériques :

Jaune : 9 Orange : 8 Rouge : 6

Violet : 3 Bleu : 4 Vert : 6

■ Les valeurs de couleurs complémentaires sont :

Jaune : Violet = $9 : 3 = 3 : 1 = 3/4 : 1/4$

Orange : Bleu = $8 : 4 = 2 : 1 = 2/3 : 1/3$

Rouge : Vert = $6 : 6 = 1 : 1 = 1/2 : 1/2$

Si l'on transforme ces valeurs de lumière en taches de couleur, le jaune qui est trois fois plus lumineux que le violet doit donc occuper un espace trois fois plus petit.

Les couleurs complémentaires entraînent les rapports quantitatifs suivants :

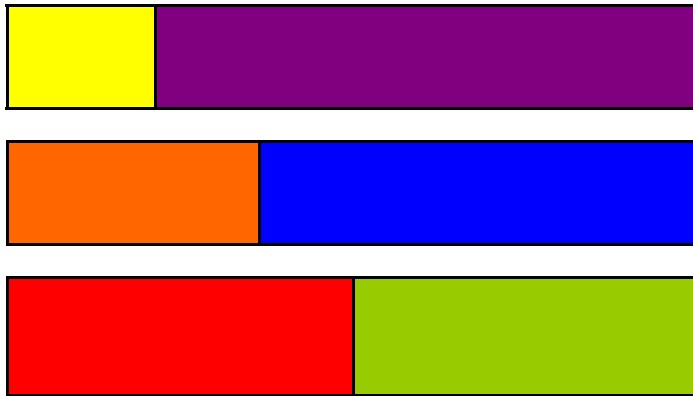
■ Jaune : Violet = $1/4 : 3/4$

■ Orange : Bleu = $1/3 : 2/3$

■ Rouge : Vert = $1/2 : 1/2$

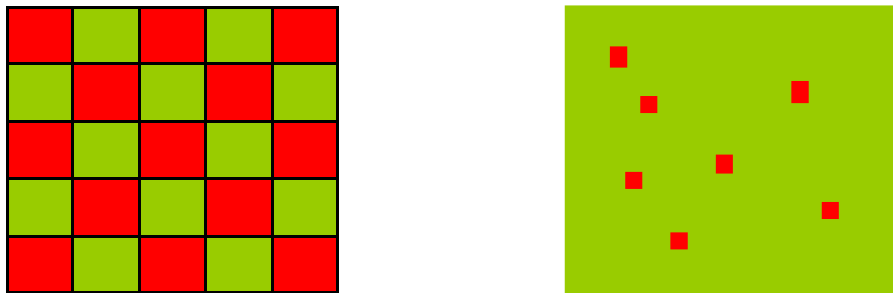
Les contrastes de couleurs

7. contraste de quantité



Les contrastes de couleurs

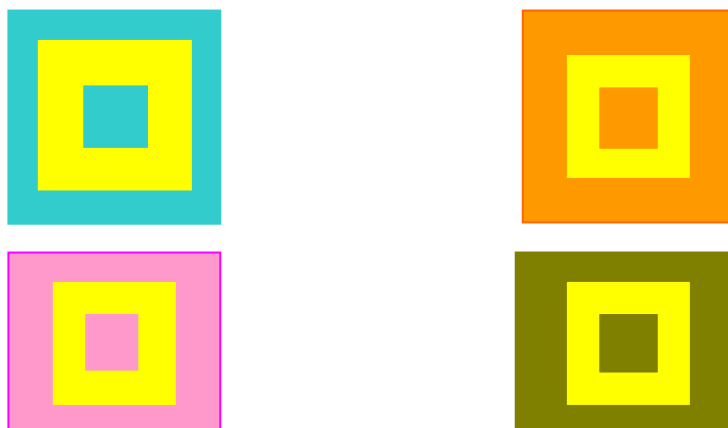
7. contraste de quantité

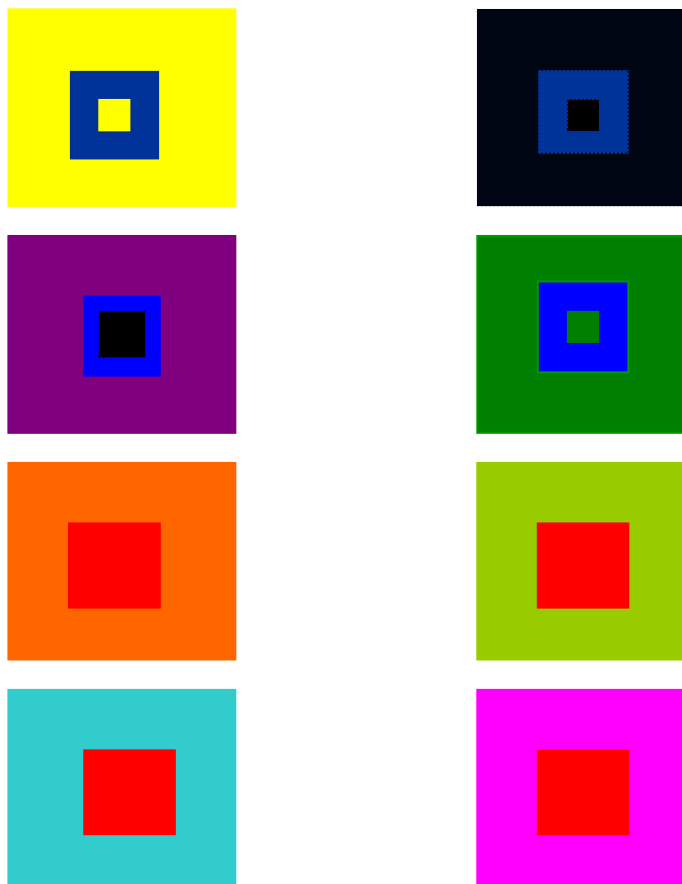


L'expression des couleurs

Exemples de modification que semble subir la couleur en fonction de l'environnement lorsque l'on rapproche des couleurs fortement contrastées.

L'expression des couleurs





La symbolique des couleurs

Le JAUNE chaud et lumineux, est la couleur du soleil et de l'or et signale le danger .Il véhicule l'énergie du soleil, son ardeur, sa spiritualité et ainsi égaie et stimule. Le jaune d'or est associé à la sagesse, la foi et la parole. Il est mouvement, pale il est trahison (jaune cocu) et enfin coupé de noir devient maléfique et vénéneux quoique perdant sa qualité de jaune.

L'ORANGE c'est la couleur qui exprime les qualités : corps/esprit, homme /Dieu, passion/raison...donc celle des équilibres instables .Incandescent et brillant, il peut calmer, irriter, il évoque la chaleur, la peur, l'orgueil. Ces qualités sont celles du rouge et du jaune équilibre instable qui tombe vite dans les excès des deux premières

■ **Le ROUGE** couleur des interdits et du drapeau révolutionnaire, couleur du feu, du sang, du soleil, elle a une signification différente suivant sa valeur :le rouge sombre est secret, mystérieux, immatériel, tandis que le rouge écarlate est vigoureux, ardent impulsif, aimant .il peut être qualifié à l'extrême de puissance,d'égoïsme, de haine.

■ **Le POURPRE** la symbolique d'une couleur mélangée a la signification de la dominante nuancée par l'interprétation de la couleur dominée. Dans le rouge, couleur de puissance et de virilité le pourpre introduit avec le bleu une nuance de sagesse et de virilité (rouge amour divin, bleu vérité céleste). symbole de pompe, de richesse, de magnificence il est utilisé comme couleur sacerdotale et culturelle, marque de dignité, de souveraineté, de

■ **Le BLEU** le bleu est la couleur du calme et du repos .Il possède une force dirigée vers l'intérieur introverti. C'est la couleur du ciel, de la mer ainsi que de l'innocence, de la religion, et pour les chinois de l'immortalité. Il indique toujours quelque chose de surnaturel et de transcendantal.

■ **Le VIOLET** La symbolique du violet dérive de celle du rouge et du bleu qui le compose symbole du feu et de la vie, le symbole du ciel et de l'immortalité. Le violet est une nuance de tristesse, de mélancolie, en souvenir de la vie terrestre. Dans la liturgie, le violet est la couleur du deuil et signe de mortification.

■ **Le VERT** le vert symbole d'espérance, de richesse morale et matérielle .Éclatant, sombre, ou terne il apporte calme, repos, fraîcheur mais il peut aussi être révélateur d'inquiétude et d'un certain côté néfaste.

■ **Le BLANC** lumière suprême, blancheur parfaite, immaculée, d'une beauté presque inaccessible, éternelle sagesse, son uniformité devient vite froide et impersonnelle. Le diamant censé calmer la colère, l'argent symbolise la sagesse divine, l'ivoire la vérité. Le blanc évoque également l'absence de vie, en excès il peut devenir ennuyeux même stressant.

■ **Le NOIR** couleur de la nuit, obscure, ténébreuse, troublante ombre menaçante. Le noir représente le fond de l'abîme mais il peut également être autorité, audacieux, perfectionniste, sophistiqué, élégant, représenté le savoir et l'expérience.

■ **Le MARRON** couleur de la terre, solide sérieux et obstiné, il dégage une atmosphère chaleureuse et bienveillante. Synonyme de confort et de tradition le brun rassure. Trop employer, il devient intransigeant et sec.

La psychologie de la couleur

Les effets psychologiques ont surtout été étudiés dans les années 1940-1950. Les expériences effectuées à cette époque concernaient surtout le monde du travail dans le but d'améliorer la productivité et le bien-être de l'ouvrier (*Fordisme, Taylorisme*).

■ Les effets directs

Ils font paraître une ambiance ou un objet chaud froid, gai ou triste. Les expériences ont montré que les couleurs qualifiées de chaudes ou froides procurent des sensations de chaud ou de froid en dehors de toute modification thermique.

Exemples d'effets directs :

Bleu

■ Dans une usine les murs des corridors peints en bleu, ont accéléré les déplacements d'un local à l'autre.

■ Le bleu est utilisé avec modération dans les écoles, celui-ci peut faire croire aux enfants qu'ils ne sont pas aimés.

Exemples d'effets directs :

Rouge

■ Les utilisateurs d'une cabine téléphonique peinte en rouge parlent avec plus de brièveté que dans une cabine bleue.

Vert

■ Dans les écoles les tableaux noirs remplacés par de verts permettent une nette amélioration de l'attention des élèves.

■ Une autre expérience, a montré que de lourdes caisses noires manipulées journalièrement étaient apparues plus légères aux ouvriers lorsqu'elles furent peintes en vert clair.

Exemples d'effets directs :

Jaune

■ Souvent utilisé avec le rouge dans la restauration rapide afin d'inciter la clientèle à manger plus rapidement et augmenter ainsi la rotation des tables.

Orange

■ Dans une classe peinte en orange on nota un fort taux de fatigue nerveuse et d'absentéisme.

■ Sur les mêmes élèves, l'année suivante, placés dans une classe en vert et bleu les troubles disparurent, pour les nouveaux dans la classe orange les troubles réapparurent.

Les effets indirects

- Ils sont issus d'associations subjectives ou objectives, de liaisons affectives nées sous l'effet de la couleur. Ils sont plus discutés parce qu'ils varient selon les individus (âge, éducation, culture ...)

La couleur au travail

- La couleur est investie d'un pouvoir.
- Les couleurs peuvent reconforter ou déprimer, stimuler ou calmer, provoquer ou contrarier.
- Utiliser imprudemment la couleur peut être cause de tension, de fatigue, alors qu'une utilisation judicieuse peut enrichir l'environnement.
- Or nous utilisons tous la couleur ; rien de ce que nous achetons n'est incolore.
- La couleur est un outil, mais peu de gens la considère comme tel.
- Une bonne gestion de la couleur dans la publicité ,dans un logo, dans la manière de se vêtir, de décorer une pièce, contribue à former l'image que nous avons de nous même, des autres et que nous voulons véhiculer.

La couleur au marché

- On sait que les couleurs primaires et les couleurs de terre plaisent aux enfants et que les gens aux moyens modestes aiment les couleurs primaires et vives.
- Les petits consommateurs aiment que chaque objet qu'ils achètent soit aussi voyant que possible.
- Inversement, les pastels et les couleurs neutres, des produits haut de gamme plaisent aux consommateurs sophistiqués.
- Les personnes âgées et les hommes sont davantage attirés par les couleurs sombres.
- Les couleurs fraîches séduisent les femmes.
- Le violet, le pourpre sont réservés à des produits de luxe.
- Le blanc, le noir, l'argent, l'or apportent une touche « classe ».

La subjection de la couleur

Les goûts et les couleurs

- Le rouge a des associations de goût fort de maturité.
- Le brun doré est une couleur si appétissante, le pain, les céréales. Le conditionnement de ces dernières ainsi que des soupes prêtent à consommer dans des emballages rouge ou orangé, suggère la chaleur.
- Un emballage jaune est plus approprié au petit déjeuner et au démarrage d'une nouvelle journée.
- Le bleu sur fond blanc est presque de rigueur pour les produit laitiers.
- Le bleu est également associé à la fraîcheur au désaltérant, à la douceur.
- Le vert à la fraîcheur des légumes mais également à l'état d'avancement de certains produits « moisi ».
- Les aliments foncés suggèrent des goûts forts, la viande, le café, les alcools.

La subjection de la couleur

Les goûts et les couleurs

- De nombreuses baies bleues violettes mauves et noires sont toxiques certains laitages peuvent être colorés en bleu violet pour suggérer le parfum du cassis ou de groseilles.
- Le blanc est signe de raffinement et de délicatesse, farine sucre riz sont préférés aux aliments bruts à texture plus rugueuse.
- Les enfants consomment des aliments de n'importe quelle couleur, mais les aliments bleus, violets, jaune-vert donnent parfois la nausée aux adultes.
- Les boissons sans alcool et leurs étiquettes ont généralement un code couleur au goût des enfants pour les couleurs primaires ;les boissons pour adultes sont conditionnées dans des couleurs puissantes.
- Le vert est destiné aux bières sans alcool, le rouge et le brun aux alcools forts ,l'or ,l'argent suggèrent la qualité.

■ **L e rouge** a des associations de goût fort de maturité.

■ **Le brun doré** est une couleur si appétissante, le pain, les céréales. Le conditionnement de ces dernières ainsi que des soupes prêtent à consommer dans des emballages rouge ou orangé, suggère la chaleur.

■ Un emballage **jaune** est plus approprié au petit déjeuner et au démarrage d'une nouvelle journée.

■ **Le bleu** sur fond **blanc** est presque de rigueur pour les produit laitiers.

■ **Le bleu** est également associé à la fraîcheur au désaltérant, à la douceur.

■ **Le vert** à la fraîcheur des légumes mais également à l'état d'avancement de certains produits«».

└ Les aliments foncés suggèrent des goûts forts, la viande, le café, les alcools┐