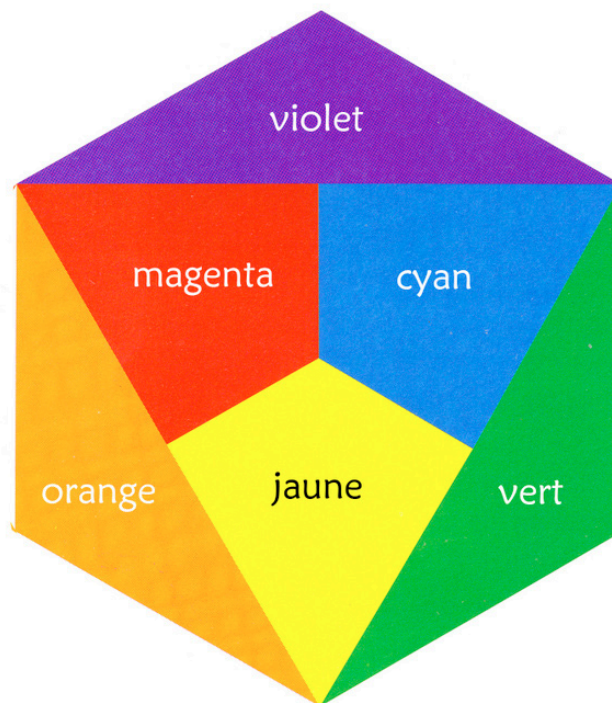
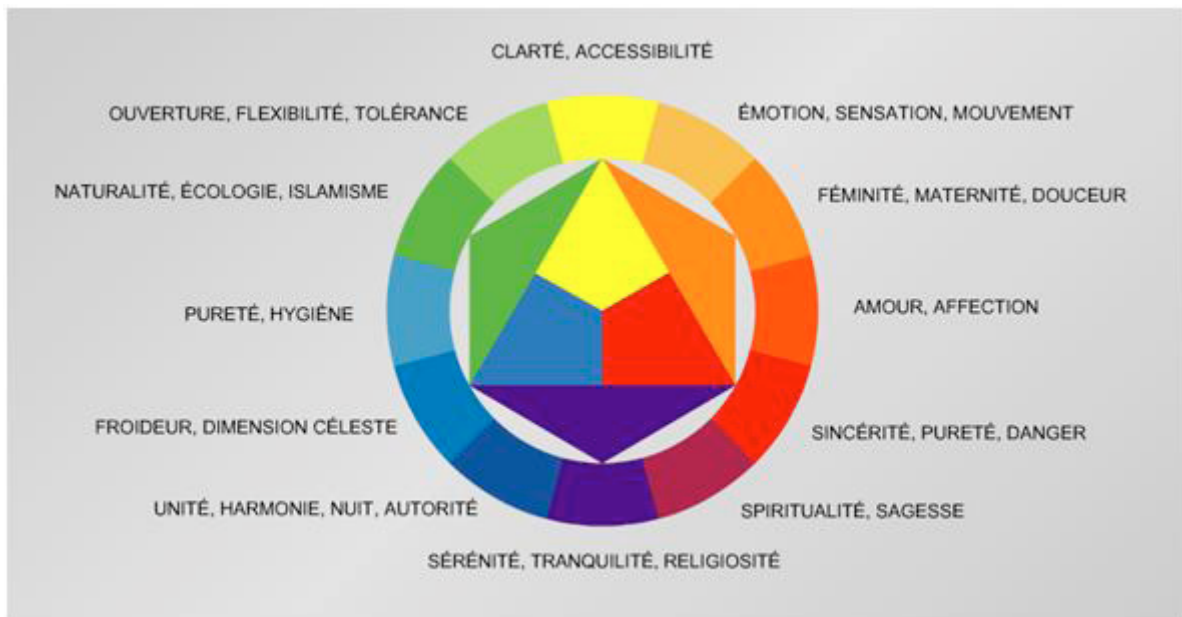


Le cercle chromatique



La symbolique des couleurs

Nous allons voir quelles sont les méthodes utilisées pour mettre en avant les différents produits et inciter le consommateur à les acheter. Tout d'abord le choix des couleurs qui est d'une grande importance pour la publicité que ce soit dans la conception d'une annonce presse, d'un film publicitaire ou d'une affiche. Mais la symbolique des couleurs reste liée à des a priori culturels et simplificateurs.

Les couleurs sont porteuses de messages et déterminent l'adhésion ou le rejet du produit, du document, du logo qu'elles conditionnent.

Les couleurs permettent donc de mettre en évidence certains éléments, elles contribuent à créer l'impression de profondeur de l'image. Il faut relativiser toute l'importance et la signification accordées aux couleurs par les publicitaires. Certains phénomènes de mode modifient tout.

Blanc

Pendant l'Antiquité, le blanc faisait partie du cercle chromatique des couleurs et était donc considéré comme une couleur. On y a longtemps distingué des variations : elle peut être brillante, mat, satiné, grisé, clair, sombre, lisse, rugueux...

Le blanc est assimilé à :

la pureté,
à l'innocence,
à la propreté,
à la virginité,
au vide,
silence,
optimisme,
le triomphe et la gloire
richesse.

aussi bien en Europe qu'en Afrique ou encore en Asie.

Lors de la guerre de Cent Ans, le blanc s'opposait au rouge, marquant la fin des hostilités. Ce n'est qu'à partir du XVIII^e siècle que les femmes durant le mariage se vêtiront de blanc pour marquer leur virginité, prenant le pas sur les valeurs bourgeoises plutôt qu'aristocratiques. Des siècles durant le linge de maison était blanc, pour des raisons d'hygiène et étant stable et solide résistant aux lavages. Dieu, les messagers, les anges sont en blanc. Elle relève tout ce qui est transcendant : le commencement du monde, du temps. L'Antiquité romaine y associe les spectre et les apparitions. C'est ainsi que le blanc est associé à l'au-delà. Aux XVII^e et XVIII^e siècles, on se blanchissait la peau pour se différencier des paysans, au teint hâlé du à leur travaux en extérieur. Le blanc révèle de la noblesse et de la délicatesse. Dans le milieu naturel, le blanc est associé notamment au lait et à la neige.

Le blanc grossi.

Bleu

Longtemps couleur préférée des Européens et des Occidentaux. Durant l'Antiquité il n'était même pas considéré en tant que couleur, ce qui était réservé au blanc, au rouge et au noir. À l'exception des Égyptiens, qui y voyaient une couleur porte bonheur liée à l'immortalité et à la vérité.

Bleu : calme, détente, spiritualité

Bleu clair : rêverie

Bleu sombre : profondeur, infini

Difficile à fabriquer. Ce n'est qu'à partir du XII^e siècle que la Vierge se vêtira de bleu. À partir du début de la Renaissance, Giotto di Bondone utilisera le bleu sur des peintures murales pour représenter le ciel à la place de la dorure. Le bleu accèdera peu après au rang de couleur divine,

en symbolisant la fidélité, la chasteté, la loyauté, la justice et la foi.

Le bleu est associé à l'air et à la sagesse, il invite au rêve, il symbolise aussi la puissance spirituelle, la force intérieure, la maturité, la foi, la paix, la certitude. Le bleu est fréquemment utilisé dans les publicités engageant au voyage. Mais c'est aussi une couleur froide, de glace, de banquise, utilisée pour les produits surgelés.

À partir du XVIIIe siècle elle conquiert le cœur des Européens qui en font leur couleur préférée. Une autre véritable révolution sera faite par Levi-Strauss avec sa création du jean en 1850. Il deviendra un vêtement de loisir, de travail, porté par tous. Les organismes internationaux comme, l'ONU, l'Unesco, le conseil de l'Europe, l'Union européenne ont tous choisi la couleur emblématique du bleu. Le bleu symbolise ainsi le calme, la sagesse et la liberté.

Brun

Brun : réalisme, solidité, utilitarisme, simplicité

Le brun symbolise la dégradation, les excréments, la boue, etc. Cependant, il peut aussi symboliser la Terre, la force et la solidité.

Le marron lui est classé dans les « couleurs de la terre », il donne une impression de réalisme, de matérialisme, de gravité, d'utilité. C'est une couleur reposante, sécurisante, apaisante, un peu mélancolique, celle de l'automne.

Le marron est utilisé par les publicités comme le symbole du petit péché autorisé (comme le chocolat) ou de la transgression.

Gris

Le gris est considéré, avant tout, comme la couleur du malheur et de l'ennui, avec une utilisation récurrente dans des expressions tel « un ciel gris », « des nuages gris », pour signifier le désarroi.

Gris : doute, absence d'énergie

Gris clair : monotonie, peur, vieillesse

Gris foncé : dépression

Jaune

En Occident, le jaune reste une couleur peu appréciée, alors même que pendant longtemps, ce ne fut pas le cas. Durant l'Antiquité, les Romains l'ont porté lors des cérémonies et des mariages, alors qu'en Asie et en Amérique du Sud, elle était valorisée. En Chine, elle est associée au pouvoir, à la sagesse, à la richesse, elle fut longtemps réservée à l'empereur de Chine. Le jaune est le plus souvent associé à l'or en symbolisant le pouvoir, la richesse, la chaleur, l'énergie, la joie, la puissance, le soleil, la lumière...

Mais elle en gardera aussi un caractère négatif et ce dès l'imagerie médiévale. Chevaliers félons, Judas, maris trompés... Le jaune est la couleur de la trahison, de la jalousie, de la dépravation et de l'orgueil. On exclut avec le jaune : les menteurs, les trompeurs, les hérétiques. En 1269, Saint Louis, sous l'influence de l'Église, obligea les juifs, considérés depuis les croisades comme les alliés des musulmans, à porter une rouelle de couleur jaune, en signe d'infamie. Au XVIe siècle, on peignait en jaune la porte des traîtres. La même méthode de distinction est employée par le régime nazi au XXe siècle avec le port de l'étoile jaune... L'expression française « jaune » désignant le traître remonte au XVe siècle. Le jaune s'associe aux maladies : « le teint jaune » avec les maladies du foie, le pavillon jaune signalant la quarantaine sur les navires. Il est également associé à la gêne et au dépit, comme dans l'expression « rire jaune ».

Depuis le XXe siècle, le jaune est à nouveau valorisé. Il symbolise la renaissance printanière, les richesses naturelles via le blé, le maïs, le miel et la plupart des céréales. Il évoque la richesse matérielle, la domination, la lumière, l'éternité et la foi, en étant l'une des couleurs les plus claires, liée à la gaieté et à la jeunesse.

Jaune : lumière, gaieté, jeunesse, tonicité

Jaune d'or : action
Jaune vert : Maladie

Dans les publicités les couleurs de l'air sont aussi utilisées comme le jaune qui ressort et attire l'œil. C'est la couleur de la lumière, de l'or et du soleil. C'est une couleur qui est gaie et tonique qui évoque la chaleur et la plénitude.

Noir

Le noir est très difficile à atteindre en peinture faisant d'elle une couleur peu présente au Moyen Âge. Ce ne sera qu'à partir du XIV^e siècle, à la suite de la commande de couleurs sages, que les teinturiers feront des progrès dans la gamme des noirs. Elle deviendra une couleur à la mode chez les ecclésiastiques, les princes à la suite de la Réforme protestante, faisant la guerre aux couleurs vives. À partir du XIX^e siècle, elle s'inscrira dans les uniformes de ceux qui font autorité : douaniers, magistrats, ecclésiastiques et pompiers. Elle se démocratise et perd une partie de sa symbolique liée au respect, à la tempérance, à l'humilité et à l'austérité. Le noir peut ainsi s'associer, aujourd'hui, au chic et à l'élégance.

Le noir en étant la négation de toutes les couleurs, il représente, notamment en Occident, les sentiments de tristesse, de peur et de méchanceté, que l'on peut retrouver dans l'expressions « avoir les idées noires ». Le noir s'associe alors aux Péchés, aux épreuves, à la mort, au néant, au deuil et à l'abandon.

Noir : mort, désespoir, silence, pessimisme
Noir brillant : élégance, distinction, froideur

Par exemple lorsque le noir est utilisé en publicité c'est très souvent comme fond car il sépare les autres couleurs et donc il donne plus d'éclat et d'intensité.

Le noir aminci.

Orange

Bien que moins brutal que le rouge, l'orange est vif. Il évoque le feu, le soleil, la lumière et la chaleur. C'est une couleur chaude, intime, accueillante.

Orange : expansion, stimulation, énergie, générosité

Le orange est lui aussi une couleur de feu. C'est la couleur du soleil, elle symbolise l'énergie, la générosité. Lorsque une zone orangée est placée au centre d'une publicité, cela veut donner une impression de chaleur et de sécurité.

Rouge

Dans l'Antiquité, avec un cercle chromatique divisé en trois ; le blanc, le noir et le rouge, cette dernière était la seule qui avait réellement le statut de « couleur », le noir étant sale et le blanc incolore. Ses pigments ayant été maîtrisés voilà plus de 37 000 ans, pendant l'ère paléolithique. Admiré durant l'Antiquité, le rouge revêtit les dieux et le clergé. À Rome, c'est la couleur des généraux, de la noblesse, des patriciens et des empereurs romains. En Chine, il est emblème de la dynastie Zhou. La couleur rouge symbolise avant tout le bonheur en Chine, mais il symbolise aussi la vie, les flammes et la chaleur. Mais elle symbolise aussi la mort, cette dernière étant considérée comme une renaissance en Asie. Les processions funéraires asiatiques sont encore de nos jours colorées de rouge. Dans les textes sacrés des Chrétiens, des Egyptiens, des Hébreux et des Arabes, cette couleur a toujours été associée au feu et à l'amour divin, et a symbolisé la divinité et le culte.

À partir du XIII^e et du XIV^e siècle, le pape et les cardinaux s'en revêtissent et paradoxalement on peint des démons et les forces infernales de la même couleur. À partir du XVI^e siècle, le rouge fuit les temples considérés comme immoral par les réformateurs protestants se référant à la grande prostituée de Babylone vêtue de rouge.

Jusqu'au XIX^e siècle, le rouge restera la couleur des mariées, en étant considéré comme plutôt

féminine, à l'opposition du bleu, elle masculine. Aujourd'hui le rouge conserve sa symbolique de couleur chaude et excitante, forte, en représentant le présent, la chaleur et la vie. Le rouge est la couleur qui a le plus d'impact sur nos fonctions physiologiques. C'est sans doute pour cette raison qu'on l'a toujours associée à la joie, à la passion, à la sensualité et au désir, en traduisant l'exubérance et la vitesse tout en attirant l'attention et en mettant en garde. Le rouge, couleur du sang, évoque également la guerre, la destruction, la colère, la violence, la conquête et l'agressivité, comme dans les expressions « voir rouge » et « rouge de colère ».

Rouge : forme, enthousiasme, joie de vivre, passion, chaleur, force, passion, dynamisme

Rouge clair : énergie, triomphe, joie

Rouge foncé : gravité, profondeur

Rouge pourpre : dignité, sévérité

le rouge, qui est d'ailleurs la couleur la plus utilisée en publicité, peut représenter aussi la couleur du sang et du feu mais elle représente aussi la couleur de la virilité d'ailleurs on peut remarquer que dans les publicités les voitures sont souvent rouges.

Vert

Considéré comme une couleur médiane, le vert est considéré comme apaisant. Bien que terne, il a une histoire tumultueuse. En effet le vert est techniquement une couleur instable, difficile à fabriquer et à maîtriser. Ce n'est qu'à partir du XVIIe siècle qu'il perdra ce caractère turbulent, il était considéré jusqu'alors comme une couleur excentrique en Europe, excepté en Allemagne. Même en photographie, le vert était la première couleur à se ternir et à s'estomper.

Le vert est alors symboliquement la couleur de l'instabilité représentant ce qui bouge, ce qui change, ce qui varie. Les jongleurs et les bouffons s'habillent en vert. Les jeux d'argent s'organisent sur tables tapissées de vert. Elle représente la chance, l'infidélité, la jalousie et l'immaturation.

Le vert a également un côté négatif, avec la représentation de démons, de dragons, d'esprits, de martiens et des créatures maléfiques... Il est associé à certaines superstitions négatives : les comédiens refusent de s'habiller en vert, les livres en vert seraient les moins vendus...

Le dollar, associé au jeu d'argent, est en vert alors qu'auparavant on associait la monnaie au doré ou l'argenté. L'islam est le premier à associer le vert à la nature, synonyme d'oasis, de paradis. Ce ne sera qu'à partir du XIXe siècle que l'occident associera le vert à la nature qui deviendra ensuite le symbole de la lutte contre les immondices, de la propreté et de l'espoir.

Vert : apaisement, détente, repos, vie, nature, prospérité, sécurité, l'espérance, le calme, la sérénité, la fertilité, la renaissance, l'énergie vitale, l'apaisement et le repos.

Vert jaune : activité, soleil

Vert bleu : sérieux, réflexion

C'est une couleur qui est surtout utilisée pour donner une impression de fraîcheur, mais il peut aussi être associé au goût acide.

Violet

Le violet symbolise la connaissance, la religion, la magie ou le sérieux. Il peut également être associé au deuil, à la crainte ou à la mélancolie. Chez les Romains, le violet symbolisait l'unité, le peuple et la démocratie.

Violet : utopie, mysticisme, mystère, tristesse, mélancolie, dignité

La symbolique des formes

Le point

fixe le regard, l'attire. Plus il y aura un espace vide autour d'un point, plus il aura d'impact.

La ligne

Formes rondes : douceur, convivialité, ouverture.

Forme courbe : qui évoque la douceur, le calme, la paix ou la mobilité, l'instabilité. C'est une forme ludique non agressive.

ligne fine : délicatesse, autorité indirecte.

Ligne épaisse : énergie.

Ligne très longue : vivacité.

Ligne verticale : élève le regard. Mais, si elle descend, symbolise l'échec, la défaillance.

Ligne horizontale : repos, plénitude.

La symbolique des formes

Le carré lui, fait penser à l'équilibre, au sérieux, à la sécurité. Ancré sur 4 cotés il est la marque de la stabilité et de la confiance. C'est pour cela qu'il est très couramment utilisé pour les logos de Banques.

Le triangle lui, est porteur du chiffre trois qui signifie : la divinité, l'harmonie, la proportion. C'est un symbole de fécondité. Mais c'est aussi une forme agressive qui symbolise le danger, c'est pour cela qu'il est très souvent utilisé pour les panneaux de signalisation.

Formes anguleuses, (carrées, triangulaires) : agressivité, fermeture, dureté.

Formes courbes : molesse, douceur, sensualité (féminité), convivialité renforcé par l'ouverture à la communication et aux échanges.

Formes horizontales : calme assurance ou lourdeur, passivité.

La symbolique des typographies

Les caractères sont porteurs de messages et déterminent l'adhésion et la lisibilité d'un document.

Le romain : classicisme, raffinement, faiblesse (lecture facile).

L'italique : souplesse, intimité, distinction - dynamisme (lecture rapide).

La capitale (MAJUSCULE) : dimension officielle, distance (lecture difficile).

Le bas de casse (minuscule) : simplicité, rapport d'égalité (lecture facile).

Le gras : force, pouvoir, énergie (lecture fatigante).

Le maigre : faiblesse, douceur, élégance (lecture facile)