



## Le sens des couleurs dans la vie quotidienne et dans le monde de l'entreprise

### Rouge



#### Au quotidien

Le rouge est la première couleur que les bébés reconnaissent.

Souvent associée au danger, elle symbolise également l'amour.



#### Dans le monde professionnel

Le rouge attire l'attention et évoque souvent la vitesse. Il incite les gens à finaliser leurs achats, ou permet d'attirer leur attention lorsqu'il est utilisé sur des panneaux et autres affichages signalétiques.

### Jaune



#### Au quotidien

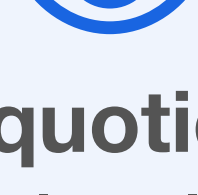
Associé à la lumière, à la chaleur, à la positivité et à l'énergie solaire, le jaune stimule la partie logique de notre cerveau, encourageant ainsi les réflexions originales et la créativité.



#### Dans le monde professionnel

Le jaune est souvent utilisé dans les produits pour enfants et dans les entreprises qui promeuvent des idées créatives, ludiques et divertissantes. Le jaune symbolise également la vitesse : nous vous déconseillons donc de l'utiliser pour évoquer la stabilité ou dans des communications destinées à un public plus âgé.

### Bleu



#### Au quotidien

Le bleu est la couleur la plus appréciée. Elle a un effet relaxant et donne une impression d'espace.

À l'échelle mondiale, seuls 8 % des gens ont les yeux bleus.



#### Dans le monde professionnel

Souvent utilisé pour symboliser la confiance et la fiabilité. Le bleu est la couleur la moins présente dans les aliments et peut donc nuire à l'appétit.

### Violet



#### Au quotidien

Le violet est la couleur la plus difficile à percevoir et la plus rare dans la nature. Dans l'Antiquité, les Romains broyaient des coquilles de mollusques marins pour obtenir une teinture violette : pour produire 1,5 g de pigment, il fallait 12 000 coquilles.



#### Dans le monde professionnel

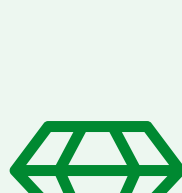
Compte tenu de sa rareté, le violet est attribué à la richesse et à la royauté. En entreprise, il évoque également la créativité et l'émerveillement.

### Vert



#### Au quotidien

Le vert est la couleur la plus paisible pour l'œil humain. Dans de nombreuses langues, l'étymologie du mot « vert » est liée à la flore et à la nature.



#### Dans le monde professionnel

Associé à la nature, à la richesse, à la sécurité et à la détente, le vert convient particulièrement aux marques bio ou éthiques.

### Orange



#### Au quotidien

L'orange est la couleur des Pays-Bas, du bouddhisme et du feu en Feng Shui.



#### Dans le monde professionnel

Évoquant l'aventure, la joie et l'optimisme, l'orange convient particulièrement aux entreprises qui ciblent les jeunes ou qui évoluent dans le secteur des voyages.

L'orange évoquerait également un rapport qualité/prix raisonnable.