

Psychologie de la couleur

juin 2014

Travaux de recherche sur la psychologie des couleurs

La plupart des psychologues accueillent la chromothérapie avec scepticisme et signalent la tendance à l'exagération quant aux effets présumés des couleurs. Bien que le concept de psychologie des couleurs suscite notamment un vif intérêt dans les domaines du design, de l'art et du marketing, les recherches sur le sujet sont peu abondantes. Après l'analyse de données empiriques, les experts ont conclu que les couleurs peuvent jouer un rôle sur nos émotions et nos comportements. Cependant, ces effets sont soumis à l'influence de facteurs personnels, culturels et situationnels. De plus amples travaux de recherche sont toutefois nécessaires pour éclairer notre compréhension de la psychologie des couleurs.

La perception des couleurs

Bien que la perception des couleurs soit empreinte d'une certaine subjectivité, certaines caractéristiques liées aux couleurs ont une signification universelle. Dans le spectre chromatique, les nuances rougeâtres (rouge, orange et jaune) évoquent une gamme d'émotions allant de la chaleur et du réconfort à la colère et l'hostilité. À l'opposé, les couleurs tirant sur le bleu (bleu, violet et vert), que l'on qualifie de teintes froides, rappellent généralement le calme, mais peuvent également inspirer un sentiment de tristesse ou d'indifférence.



L'importance de la couleur dans l'image de marque

Dans le domaine du marketing, la perception de la couleur revêt une importance de premier plan en ce qui a trait à l'image de marque.

De nombreuses études ont été entreprises en vue d'associer chaque couleur aux réactions qu'elle génère chez les consommateurs, comme l'illustre le schéma suivant.

Guide des émotions suscitées par les couleurs



Étant donné que les expériences personnelles influencent considérablement notre perception des couleurs, il est impossible de leur attribuer des sentiments universels typiques. Néanmoins, les couleurs véhiculent des messages dont le sens plus large peut servir à influencer les comportements d'achats et la valorisation de la marque, comme le montre le diagramme ci-dessus.

Dans le cadre d'une étude intitulée *Impact of Colour on Marketing*¹, les chercheurs ont constaté que, dans une proportion allant jusqu'à 90 %, les jugements portés a priori sur un produit reposent uniquement sur la couleur, selon le produit en question. En ce qui concerne le rôle que revêt la couleur dans la valorisation de la marque, les résultats des études telles que *The Interactive Effects of Colours and Products on Perceptions of Brand Logo Appropriateness*² sont mis en relief ce constat : le lien établi entre une marque et les couleurs qui la définissent dépend de l'adéquation perçue entre la couleur utilisée et la marque en question. En d'autres termes, on s'interroge à savoir si la couleur représente adéquatement ce qui est vendu.

¹ Singh Satyendra. Impact of Color on Marketing, Faculté d'études en administration, Université de Winnipeg, Winnipeg, Canada, 2006. [Cliquez ici](#) (en anglais seulement).

² Bottomley, Paul A. et Doyle, John R. The Interactive Effects of Colors and Products on Perceptions of Brand Logo Appropriateness, 2006. [Cliquez ici](#) (en anglais seulement).



Parallèlement, l'étude *Exciting Red and Competent Blue: the Importance of Color in Marketing*³ confirme à son tour l'influence des couleurs sur les intentions d'achat en raison de l'effet produit sur la perception de la marque. Autrement dit, les couleurs contribuent à définir la « personnalité » de la marque dans l'œil des consommateurs. À bien y penser, qui voudrait acheter une moto Harley-Davidson si cette marque n'était pas « dans le vent »?

Couleurs et taux de conversion

La quête de « la » couleur qui permettra d'optimiser le taux de conversion d'un site Web a récemment gagné en popularité. À ce sujet, le site www.marketingterms.com définit le taux de conversion comme étant le pourcentage de visiteurs qui réalisent une action donnée.

Les travaux portant sur le principe psychologique connu sous le nom de « différenciation » démontrent que les utilisateurs se souviendront beaucoup mieux d'un produit qui ressort du lot.

Paras Chopra a effectué un test⁴ fort intéressant visant à déterminer la façon d'accroître le nombre de téléchargements en modifiant certains paramètres.

1 Téléchargez PDFProducer v1.3	2 Téléchargez PDFProducer v1.3	3 Téléchargez PDFProducer v1.3	4 Téléchargez PDFProducer v1.3
5 Téléchargez PDFProducer v1.3	6 Téléchargez PDFProducer v1.3	7 Téléchargez PDFProducer v1.3	8 Téléchargez PDFProducer v1.3
9 Téléchargez PDFProducer v1.3	10 Téléchargez gratuitement PDFProducer v1.3	11 Téléchargez gratuitement PDFProducer v1.3	12 Téléchargez gratuitement PDFProducer v1.3

³ Labrecque, Lauren I. et Milne, George R. *Exciting Red and Competent Blue: the Importance of Color in Marketing*, 2012. [Cliquez ici](#) (en anglais seulement).

⁴ Chopra Paras, *Multivariate Testing in Action: Five Simple Steps to Increase Conversion Rates*, 2010. [Cliquez ici](#) (en anglais seulement).



Les résultats :

#	Détails	Taux de conversion	% d'augmentation
1	Paramètres par défaut (contrôle)	39.4%	-
10	« Téléchargez gratuitement » en rouge, lien « PDFProducer » (valeur par défaut).	63.2%	60%
9	« Téléchargez gratuitement » en gros caractères, lien « PDFProducer » (valeur par défaut).	56.5%	43.3%
12	« Téléchargez gratuitement » en rouge, lien « PDFProducer » en rouge.	54.2%	37.7%
...
2	« Téléchargez gratuitement » (valeur par défaut), lien « PDFProducer » en gros caractères.	41.3%	4.76%

Les résultats du test n° 10 se sont avérés largement supérieurs à la moyenne. Ce constat s'explique d'une part par le contraste de couleurs plus marqué ainsi que par la couleur du texte appelant à l'action, soit « Téléchargez gratuitement ». Bien qu'il ne s'agisse que d'une étude parmi tant d'autres, le concept de différenciation devrait être pris en compte dans le choix des couleurs qui entrent en jeu dans la conception d'un site Web afin qu'il se distingue de la concurrence et qu'il incite les visiteurs à passer à l'action.

Pour en apprendre davantage au sujet des couleurs

Jetez un coup d'œil et téléchargez cet excellent résumé graphique pour vous y référer ultérieurement (disponible en anglais seulement): [Cliquez ici](#).



CROIX-ROUGE
CANADIENNE