

MÉMOIRE

INNOVER DANS LE PENSER / PENSÉE COULEUR Étude du domaine des blancs colorés

Du designer coloriste au designer penseur

Estelle Guerry

-

Sous la direction de Céline Caumon

Mémoire de Master 2
Création Recherche Innovation Couleur
Couleur, Matière, Lumière

-

Mai 2017
Université de Toulouse - Jean Jaurès
Institut Supérieur Couleur Image Design

Estelle Guerry

-

Sous la direction de Céline Caumon

Innovier dans le penser / pensée couleur : Étude du domaine des blancs colorés

Du designer coloriste au designer penseur

Mémoire de Master 2

Création Recherche Innovation Couleur

Couleur, Matière, Lumière

-

Mai 2017

Institut Supérieur Couleur Image Design

Université de Toulouse - Jean Jaurès

Je souhaite adresser mes remerciements à ma directrice de recherche, Céline Caumon, pour m'avoir accompagnée tout au long de ces deux années de master. Elle m'a ainsi appris à penser et à élaborer une posture et une philosophie de pensée personnelle, propre à moi-même et construite au cours de mes expériences professionnelles en compléments des ateliers et cours magistraux de l'ISCID Ce climat fut propice à l'exploration que je n'aurais peut-être pas trouvé ailleurs. Je remercie également ma professeur Elodie Becheras qui m'a aidé dans la réflexion, le bien-fondé et la conception de mon projet professionnel. D'une manière bien plus ironique, je souhaite remercier l'équipe professorale d'une école de design (approchée pour une possible poursuite d'étude) qui m'ont donné envie de revendiquer ma posture de designer coloriste suite à de multiples rencontres, qui de mon point de vue, furent non-constructives et reflétant une posture de designer que je considère comme dépassée, ne voulant pas envisager et encore moins entendre les qualités du designer coloriste et celles du design global. Un grand merci également à ma famille et peut-être encore plus à mes amies pour le soutien moral qu'elles m'ont apporté tout au long de ces deux années. Elles n'ont jamais failli à m'accompagner sur ma voie lorsque les doutes étaient présents, surtout ces dernières semaines, au cours de l'élaboration de ce mémoire et des projets futurs.

SOMMAIRE

9	====	PRÉFACE
11	====	INTRODUCTION
21	====	CHAPITRE 1 : DU BLANC AUX BLANCS COLORÉS
43	====	CHAPITRE 2 : INNOVER DANS LA PENSÉE COULEUR
63	====	CHAPITRE 3 : VERS UN PENSER GLOBAL DE LA COULEUR
79	====	CONCLUSION
85	====	BIBLIOGRAPHIE
89	====	GLOSSAIRE
93	====	ANNEXE
112	====	TABLE DES MATIÈRES

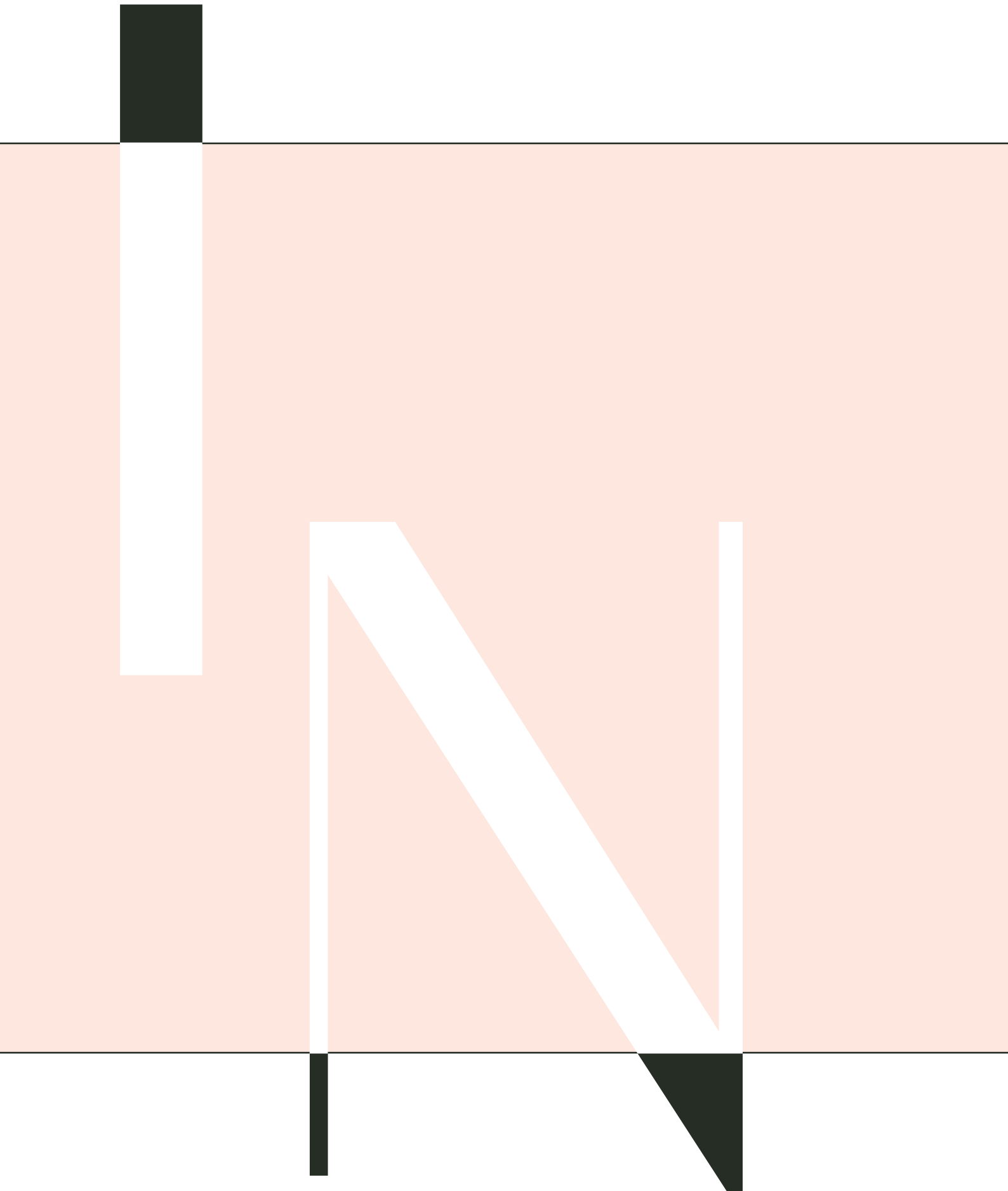
PRÉFACE

L'exploration de la notion d'innovation dans le penser / pensée couleur dont traite ce mémoire découle directement de mon expérience en tant qu'étudiante en master Création Recherche Innovation Couleur et des designers que j'ai pu rencontrer, que ce soit durant les périodes de stages ou lors d'entretiens destinés à construire une possible poursuite d'étude. En raison même de ces expériences et de la perspective de mon entrée future sur le marché du travail, une question s'est imposée à moi, celle de la place que peut prendre l'innovation d'une pensée dans le domaine du design, et plus précisément dans le champ du design couleur.

J'en suis venue à la conviction que le terme de « pensée » est bien plus vaste et riche que ce que l'on peut penser d'un premier abord. Il ouvre la porte à de multiples explorations, en devenant le point central de la pratique de la couleur, car on le dit bien souvent, tout est question de point de vue.

Dans ce mémoire, je présente donc une façon d'aborder le design et le design couleur du point de vue d'une étudiante en couleur, point de vue que certains qualifierons peut-être de naïf ou manquant certainement d'expérience, mais qui malgré cela est aujourd'hui en mesure d'apporter un regard neuf sur cette pratique de la couleur en tant que designer.

Estelle Guerry
ISCID, Montauban
Mai 2017



INTRODUCTION

On dit de la couleur d'aujourd'hui qu'elle peut être sentie, entendue ou même goûtée. Les termes de couleurs sensorielles¹, que l'on retrouve notamment en marketing ou couleurs gourmandes², plutôt utilisées en design culinaire, l'illustrent parfaitement. Cependant, notre première perception des couleurs, que nous pourrions même qualifier de primitive et d'universelle, est rendue possible grâce au seul organe qui nous permet de voir : l'œil.

Nous offrant le sens de la vision, notre œil devient un outil donnant naissance à des sensations chromatiques. Ses sensations sont le résultat de mécanismes physiologiques complexes, mécanismes sur lesquels je ne m'étendrais pas, mon propos ne reposant pas sur le mécanisme physique de perception des couleurs. Au contraire, je vous propose d'envisager la couleur, non plus seulement comme une empreinte colorée, mais comme une entité vivante, sujette à évoluer en fonction de son environnement, des entités l'entourant mais aussi de son expérience face au temps.

Quoi de mieux que le domaine des blancs colorés pour vous donner à voir l'évolution de telles entités chromatiques ?

A l'heure où sa nature complexe et multiple n'est pas encore pleinement appréhendée par le public, le domaine chromatique des blancs colorés souffre notamment d'un amalgame avec les couleurs pastels, pouvant aussi être dénigré ou plus simplement inconnu. Mais comment pourrions-nous l'en blâmer, il existe un tel choix de couleurs. Ce domaine fait figure de petit poisson dans cet océan de nuances, mais cependant, nous pourrions nous demander si le blanc ne lui ferait pas de l'ombre. En effet, la toute première prise d'indépendance des blancs colorés ne remonte qu'à 1858 avec l'apparition des pigments synthétiques. Avant cela, ils étaient étroitement liés à l'histoire du blanc et aux nuances qu'il pouvait emprunter, même si nous devons l'avouer, le blanc ne fait pas non plus l'unanimité auprès du public.

1 Couleurs faisant référence, renvoyant à l'imaginaire de l'alimentaire, suscitant l'envie et ainsi la gourmandise.

2 Couleurs ayant une influence sur nos émotions, notre ressenti. On les retrouve notamment dans le domaine de l'agroalimentaire pour déclencher l'acte d'achat.

En effet certaines personnes (que nous ne stigmatiserons pas, ne souhaitant pas faire de généralité en citant le public de manière générale) n'acceptent pas que le blanc puisse être considéré comme couleur. De fait, ils appliquent le même jugement aux blancs colorés. Communément, ces personnes s'accordent aux propos de Newton qui définit le blanc comme n'étant pas une couleur, car il est le résultat de la composition du spectre des couleurs et de leur lumière. Au contraire, certains membres de la communauté de physique, comme Thomas Young, affirment que le blanc est une couleur car il est le résultat de la combinaison de toutes les couleurs du spectre visible. De la même manière, Voltaire affirmait que si « on rassemble toutes les couleurs du spectre, on retrouve par synthèse, le blanc du rayon d'origine. Il est donc démontré que la couleur de tous les rayons réunis est la blancheur.³ »

Les linguistes s'accordent sur ce second état d'esprit, notamment la lexicographe Annie Mollard-Desfour qui fait état du blanc comme couleur, au même titre que toutes autres couleurs, comme le bleu ou le rouge. En 2008, elle y consacre un dictionnaire, *Le blanc, ses mots et expressions du XXe et d'aujourd'hui*. Au travers de ses propos, elle définit notamment les nuances du blanc et ses usages. De plus, elle nous permet d'observer les diverses particularités et singularités lexicales qui le compose et qui lui sont appliquées mais également notre rapport à cette couleur et les évolutions qu'elle a subit.

Michel Pastoureau, historien médiéviste et spécialiste des emblèmes et de la symbolique des couleurs, définit lui aussi le blanc comme couleur. Il le caractérise de couleur uniforme et homogène. Mais à la différence des physiciens, il ne revendique pas le blanc comme couleur grâce à ses propriétés physiques, mais parce que c'est une couleur que l'on peut voir. Selon lui « une couleur n'existe que parce qu'on la regarde, elle n'est qu'une pure production de l'homme. [...] C'est nous qui faisons les couleurs. Il n'y a pas de couleurs sans perception, sans regard humain.⁴ » Ce postula devient un argument supplémentaire pour montrer, démontrer aux chromatopsiques⁵ que le blanc est bien plus qu'une non-couleur ou qu'une absence de couleur. Si on le regarde tout autant que le bleu ou le rouge, alors le blanc devient couleur au même titre que ces précédentes couleurs.

Vous ayant ainsi initié par la précédente démonstration à la légitimité du blanc comme couleur vraie, essayons maintenant d'aller au-delà des limites actuelles induites par les codes occidentaux de la couleur avec la notion de « blancs colorés ».

3 DÉRIBÉRÉ Maurice, *La couleur*, Puf, 2014 (Coll. Que Sais-Je, numéro 220)

4 PASTOUREAU Michel, *Le petit livre des couleurs*, Points, 2014 (Coll. Points Histoire)

5 Désigne une personne qui ne croit pas au bien fondé des théories de la couleur faisant état du blanc comme couleur. Par prolongement, cela s'applique également au domaine chromatique des blancs colorés.

Envisageons alors de penser les blancs colorés non plus comme la multiplication de blancs obtenus par coloration⁶, mais comme couleurs à part entière, ces nuances formant alors un domaine chromatique et non plus la palette d'un blanc n'étant plus tout à fait blanc suite à l'exécution successive de recettes picturales. Faire ainsi évoluer notre pensée de la couleur⁷ permettra d'élargir le champ des possible, et ainsi de laisser la place à un nouveau domaine chromatique. Ce pourrait- être alors la démonstration d'une l'évolution de nos rapports vis-à-vis du domaine chromatique des blancs colorés ? Nous pourrions imaginer que ce changement serait inhérent à notre regard, ou plus précisément à notre pensée, mais aussi, comme a pu le souligner Annie Mollard-Desfour, au lexique et aux nuances de langage gravitant autour de ce domaine. En effet, comment pourrions-nous échanger sur une couleur sans posséder, ni le lexique ni vocabulaire qui lui appartienne ?

On observe aujourd'hui cette transformation du rapport du public face aux blancs colorés, grâce notamment à leur intégration progressive au sein des palettes et nuanciers de marques industrielles, comme par exemple Dulux Valentine[®] ou Ripolin[®]. C'est le signe d'un usage émergeant. On peut alors considérer cette émergence comme le reflet d'un certain degré d'acceptation et d'une métamorphose du regard porté par le public. Cette mise en œuvre récente des blancs colorés est sans doute le résultat de la mouvance scandinave et de la tendance du home-staging (concept venu des Etats-Unis : mise en valeur des espaces de façon à rendre un logement plus neutre). Évoquant une ambiance moderne et épurée que l'on peut s'approprier grâce à sa neutralité, cette tendance est devenue un incontournable du design d'intérieur depuis ces dernières années. Ce changement étant alors apparu via les pratiques professionnelles liées à la décoration, au design d'intérieur, ce changement serait-il dépendant des professionnels, ne pourrait-il pas être également influencé par les réflexions de chercheurs, de penseurs ? Nous nous pencherons sur cette question ultérieurement.

Cette apparition récente est peut-être également dû au fait qu'au sein même des pratiques professionnelles, il n'existe pas encore d'outils et de lexique spécifique dédié aux blancs colorés. En effet, l'observation des blancs colorés, que l'on n'interprétait pas encore comme tels, remonte seulement aux années 1915 par Albert Munsell au travers de son atlas "Munsell color tree". Avant cet atlas, nous ne possédions pas de référents auxquels nous reporter pour les identifier, à l'instar des précédentes couleurs dont certaines étaient déjà présentes dès la préhistoire, comme le noir qui était obtenu grâce au charbon.

6 Définition du TLF : Coloration, du latin impérial « colorare », colorer.
Action de colorer, donner une (des) couleur(s).

Terme employé dès le XIII^e, signifiant « embellir afin de falsifier la vérité ».

7 Définition du TLF : Pensée, Ensemble des réflexions qui caractérisent un domaine particulier de l'activité collective (ici appliquées au domaine de la couleur).

Intervient alors notre subjectivité, appelant ce que nous connaissons pour pouvoir se saisir et nommer ces blancs colorés. S'en suit une tentative de les appréhender et de les comprendre en convoquant, inconsciemment, une dénomination directe, comme par exemple le terme de « blanc rosé » ou indirecte comme le qualificatif de « fleur de coton ». Ce processus de nomination sera dès lors strictement personnel, influencé par ce que l'on connaît, ce que nous avons appris, les préjugés et les stéréotypes appliqués aux codes chromatiques propres à notre culture. Les caractéristiques de ces blancs colorés seront retranscrites par un lexique comportant de nombreuses nuances. Ces nuances génèrent un lexique que nous qualifierons d'hétéroclite chez le public, en opposition au lexique présentant des similitudes d'un individu à l'autre lorsque que l'on parle, par exemple, du rouge.

Cette richesse de termes chromatiques fut étudiée par l'anthropologue Brent Berlin et le linguiste Paul Kay, des recherches que l'on retrouve dans leur ouvrage *Basic color terms. Their universality and evolution*.

Au travers de leur étude, ils envisagent une universalité⁸ certaine de l'organisation des termes de couleur qui serait dû au fait qu'il s'agit de mots simples, pour laquelle on observe une importante concordance d'usage entre les langues et les cultures, cela malgré l'évolution de ces cultures à travers les époques.

Le chercheur au laboratoire d'ethnologie et de sociologie comparative, Serge Torny, s'est lui aussi intéressé à ces différents systèmes mais avance une idée divergente du concept d'universalité avancé par Brent Berlin & Paul Kay. Selon lui, notre perception des couleurs, et donc notre manière de les nommer est influencée par des mécanismes naturels communs à l'Homme. La différence avec Brent Berlin & Paul Kay se joue avec ce terme « d'influence ». Pour cause, ces mécanismes naturels dépeints par Serge Torny⁹ n'ont qu'une infime incidence sur notre manière de nommer les couleurs, le reste du processus dépendant de l'éducation, de notre savoir ou des codes inculqués.

C'est pourquoi nous nous rapprochons des propos de Serge Torny, car en se concentrant sur la société occidentale, nous remarquerons des nuances significatives dans notre manière de nommer les couleurs, cela affectant donc également les blancs colorés, au sein même de cette société occidentale. Ces phénomènes culturels occidentaux et sociaux furent aussi l'objet de recherches et d'écrits par Michel Pastoreau, spécialiste de la symbolique des couleurs précédemment évoqué, notamment dans ses ouvrages le *Dictionnaire des couleurs de notre temps* ou *Le petit livre des couleurs*.

8 Emploi du terme « d'universalité » suite à une interprétation contemporaine et personnelle des propos exprimés par les auteurs en 1969. Dans leur ouvrage *Basic color terms. Their universality and evolution*, ils font état de constatations générales, établissant une liste de « termes fondamentaux » communs à toutes cultures.

9 TORNAY Serge, *Voir et nommer les couleurs*, 1979 Volume 49 Numéro 1 pp. 192-193

Ils furent également étudiés par la docteure en psychologie Danièle Dubois et la linguiste Colette Grinevald, s'orientant principalement sur la notion de langage. Elles se sont concentrées sur l'analyse de la relation qui peut exister entre catégorisation lexicale, mode de représentation, mode d'expression selon les codes culturels et aussi sur la notion de frontières lexicales. Cependant, nous ne devons pas prendre ces études pour acquis définitif, mais surtout ne pas oublier qu'un tel lexique est voué à évoluer. Nous pourrions alors interpréter cette multitude de nuances, ainsi que l'usage encore timide de ces blancs colorés comme le signe d'un processus de démocratisation qui n'est pas encore abouti. Nous pouvons ainsi observer que les blancs colorés ne possèdent pas encore leurs propres représentations prototypiques privilégiées¹⁰. Ces représentations, ou références représentatives d'une catégorie, sont le reflet de l'intégration d'un élément au sein du conscient et de l'inconscient. L'association d'une entité à sa représentation prototypique, comme par exemple le rose que l'on associe à la marque de poupée Barbie®, est le marqueur que cette entité est ancrée dans l'imaginaire et les pratiques du public.

Mais quel peut être le lien entre ce phénomène de démocratisation et les pratiques professionnels, notamment dans le domaine du design ?

Nous pouvons déjà commencer par définir rapidement ce terme de démocratisation. Au sein du Trésor de la Langue Française, la définition de démocratisation est la suivante : action de rendre accessible à toutes les classes de la société, mettre à la portée de tous. Mais n'est-ce pas le rôle du designer, de concevoir un service et/ou un produit, pour répondre aux problématiques de son temps et de la société ?

Dans ce sens, le designer Kenya Hara définit la pratique du design comme « le dynamisme de la conception intellectuelle qui va et vient entre le passé, le présent et le futur.¹¹ »

La particularité même du design étant qu'il s'adapte et se réinvente en fonction des époques et des besoins, il n'existe à ce jour, aucune définition officielle, universelle et pérenne du titre de designer. Nous retrouvant dans les propos de Kenya Hara, nous amorcerons alors les prémices d'une définition, caractérisant alors le designer comme un professionnel cherchant à apporter une réponse, une solution par le biais d'un processus de conception, aux problématiques et besoins de l'humain.

10 Représentation prototypique privilégiée : Modèle de catégorisation, formulé aussi comme la théorie du prototype par Eleanor Rosch en 1973. Le prototype devient le « membre le plus central » d'une catégorie, fonctionnant comme un point de référence cognitif pour toute entité que l'on perçoit.

11 HARA Kenya, *Designing Design*, Chapitre 8 – Qu'est-ce que le design ? Revendiquant la pratique d'un design global, ses projets de conception sont fondés sur la base d'observation de la société et du monde, le menant à la découverte de problèmes émergents.

Mais cette définition s'applique t-elle aussi au designer coloriste (designer que nous sommes en voie de devenir) ? Suffit-elle pour caractériser la singularité de son profil ?

Ce questionnement mis à part, le designer deviendrait ainsi le porteur de connaissance et de reconnaissance pour toute entité destinée à se glisser dans le quotidien et donc à apparaître dans les pratiques communes du public. Selon le TLF, la connaissance, qui est l'action ou le fait d'apprendre quelque chose par l'étude et/ou la pratique, offrirait au public un bagage pour appréhender, comprendre et rendre accessible ce domaine des blancs colorés. Sa reconnaissance, qui est le fait d'admettre pour vrai après avoir nié, méprisé ou mis en doute, sera alors rendu possible. Dans cette optique, la démocratisation des blancs colorés et donc l'évolution de nos modes de pensées, serait rendue possible grâce aux designers, à leur utilisation et à la mise en œuvres des blancs colorés durant le processus de conception.

Mais nous ne pouvons simplement espérer, ou inciter les designers à utiliser les blancs colorés plus souvent, il faut les intégrer dans le processus de conception, mais également permettre à ces designers de s'approprier cette nouvelle pensée couleur. En privilégiant une approche globale et incrémentale, ils seront plus à même de comprendre et d'appréhender ce schéma de pensée innovant.

Nous entendons ainsi questionner la notion de cycle de vie des produits, en l'occurrence des blancs colorés, et ce qui fait d'eux ce qu'ils sont, au sein des pratiques du design à la manière d'Alberto Alessi, « il devient clair qu'à la fin de ce siècle, deux grandes manières d'aborder le design semblent émerger, [...] l'une d'entre elle étant proche de la pratique des entreprises italiennes de design. Selon elles, le design est une mission. Il ne s'agit pas de simples projets formels, mais au contraire d'une sorte de philosophie générale du projet.¹² »

Si nous avons précédemment accordé une telle importance à ce besoin de démocratisation et d'évolution de pensée portée par les designers, c'est pour pouvoir aller encore plus loin en faisant intervenir la notion « d'innovation ». Intéressons-nous donc aux enjeux et aboutissant qui se cachent derrière ce terme « d'innovation ». Mais ne confondons pas « innovation » et « nouveauté ». En effet, la nouveauté ne présente pas nécessairement un caractère innovant. Ce principe de nouveauté, selon le Trésor de la Langue Française, présente uniquement le caractère de ce qui est neuf, récent, tandis que l'innovation renvoie à la notion de changement, de progrès pour un mieux. Elle sous-entend également la création de ressources et de richesses nouvelles, pouvant entraîner une disparition d'activités que l'on pourrait considérées comme dépassées ou même obsolètes.

12 Alberto Alessi : Chef de projet au sein de la marque Alessi, the Italian Factory of Design. Elles sont aujourd'hui, grâce à la philosophie de projet amenée par leur chef de projet Alberto Alessi, les représentantes de pointe des «Usines du design italien».

Joseph Schumpeter, économiste et professeur en science économique notamment reconnu pour ses théories sur les fluctuations économiques et l'innovation, définit ce processus de « destruction créatrice ». L'importance que nous avons précédemment donné au principe de démocratisation devient alors primordial pour rendre possible le principe d'innovation lorsqu'on se concentre sur cette idée de progrès. En effet, pour qu'il y est progrès et donc innovation, cela veut dire que le public est prêt à l'accueillir, à l'accepter comme entité pouvant lui apporter un mieux dans son quotidien, en somme le progrès. Si nous introduisons cette notion d'innovation, c'est pour vous interpellé sur la potentialité d'un possible résultat futur lorsque nous accepterons une nouvelle pensée couleur, une nouvelle façon de penser la couleur, accordant alors aux blancs colorés toute légitimité de s'exprimer en tant que couleurs à part entières et non plus comme sous-couleurs dépendantes du blanc. Cette réflexion m'amène alors à la problématique suivante :

COMMENT LE DESIGNER COLORISTE PEUT-IL APPORTER DE L'INNOVATION DANS LE PENSER / PENSÉE COULEUR PAR L'ÉTUDE DES BLANCS COLORÉS ?

Se présente alors à moi la nécessité de comprendre ce qui constitue et caractérise ces blancs colorés mais aussi de quelle manière ils fonctionnent entre eux, avec les domaines qui leur sont voisins, mais aussi le lexique qui leur est attaché et notre capacité à les comprendre et à communiquer à leur propos. S'en suit une compréhension des enjeux liés à la pensée couleur ainsi que le processus d'innovation porté par le designer coloriste.

0

1

CHAPITRE UN

Du blanc aux blancs colorés

DU BLANC AUX BLANCS COLORÉS

La Couleur

« Le blanc c'est comme le noir, c'est pas une couleur » ; « Le blanc c'est blanc, s'il était pas blanc ce serait une couleur » ; « Personne n'est d'accord pour se mettre d'accord sur le fait que le blanc soit une couleur ou non, je m'allie donc à la majorité, le blanc c'est pas une couleur » ; « Le blanc fait partie de la famille des achromatiques, donc des non-couleurs¹³ ». Voici autant d'affirmations sur le blanc que nous avons tous eu l'occasion d'entendre plus d'une fois. Pour les personnes émettant ces affirmations, cela ne fait aucun doute ou presque, le blanc n'est pas une couleur. Si vous décidez alors de leur demander ce qu'est le blanc, s'il n'est pas une couleur, de la même manière que pour les affirmations précédentes, la réponse sera souvent la même, « le blanc c'est l'absence de couleur ».

Nous sommes en droit de nous demander quelles peuvent être les raisons d'une telle conviction. Regardons alors les fondations de ce propos selon lequel le blanc n'est pas une couleur. Parmi les affirmations recueillies, certaines étaient énoncées par des enfants, des adolescents notamment. Pour certains, c'est une information qu'ils ont entendu au sein de leur famille, auprès de leurs amis ou plus simplement dans la rue. Pour d'autres, c'est à l'école qu'ils ont pu acquérir ce que l'on pourrait appeler connaissance.

Si nous repensons à nos cours de physique-chimie, l'information « le blanc n'est pas une couleur » commence en effet à prendre racine avec les cours dédiés à la lumière. Ils sont notamment basés sur les travaux d'Issac Newton, mathématicien, physicien et astronome émérite du XVII et XVIII, et ses théories scientifique sur l'optique¹⁴. Ils nous enseignent notamment que le blanc, et c'est d'ailleurs une erreur d'employer le terme « blanc » lorsque l'on envisage les propos de Newton car lui-même

13 Affirmations recueillies de manière aléatoire, à l'insu des interlocuteurs afin de ne pas influencer leurs propos d'une quelconque manière que ce soit.

14 Isaac Newton, *Opticks: or, a treatise of the reflexions, refractions, inflexions and colours of ligh*, 1704

parlait de lumière blanche, comme étant le résultat de la recombinaison du spectre visible et de ses couleurs. Il semblerait ainsi évident, qu'en différenciant d'une telle façon lumière blanche et couleur, Newton n'a aucunement envisagé que le blanc puisse être une couleur.

Maissi on regarde encore un peu plus vers le passé, on se rend compte que cette image du blanc comme entité soustraite du régime chromatique appliquée par exemple aux couleurs du cercle chromatique, est propre à la culture occidentale.

« Les couleurs véhiculent des tabous, des préjugés auxquels nous obéissons sans le savoir, elles possèdent des sens cachés qui influencent notre environnement, nos comportements, notre langage, notre imaginaire. Les couleurs ont une histoire mouvementée qui raconte l'évolution des mentalités, de notre culture. »

PASTOUREAU Michel¹⁵

Si le blanc était considéré comme la couleur de l'excellence par les ancêtres durant l'antiquité, il perdit progressivement ses lettres de noblesses avec l'apparition du papier comme principal support de texte ou d'image à partir de l'an huit avant J-C. Il est alors assimilé à l'incolore et devient le degré zéro de la couleur, perdant par la même son statut de couleur.¹⁶ Pour la religion chrétienne, la blancheur devient rapidement symbole de pureté, de chasteté, de virginité et d'innocence mais devient surtout une représentation du divin. A partir du XIX, le blanc devient la norme pour les vêtements de baptême et les robes de mariées. A Rome, la robe blanche sera imposée et portée par *les candidats*, du latin « blanc brillant » *candidus*, reflet de la lumière divine, à la différence du « blanc mat » *albus*. Il en sera de même pour les vêtements ecclésiastiques. Suite au Moyen-âge, la blancheur deviendra le symbole de l'hygiène et de la propreté (les vêtements blancs étaient gage de propreté car il était facile de les faire bouillir car c'est la teinte la plus stable et la plus solide)¹⁷. C'est d'ailleurs un code persistant, en effet, encore aujourd'hui dans le milieu médical, le blanc est employé pour les éléments stériles. Sans pouvoir précisément dater toutes les récurrences de l'emploi du blanc, on constate qu'il est encore aujourd'hui également vecteur de paix, de simplicité et de sagesse.

On observe ainsi que les symboliques du blanc sont pérennes et universelles, précisant que cette observation n'est valable qu'au sein de la culture occidentale.

15 PASTOUREAU Michel, *Le petit livre des couleurs*, Op. Cit.

16 PASTOUREAU Michel, *Le petit livre des couleurs*, *IBID*.

17 Annexe 1 : Le blanc et son histoire

Nous avons donc pu voir que notre rapport au blanc est notamment lié à l'héritage que nous a légué Newton. Mais Newton ne fut pas le seul à présenter des travaux sur la lumière et les couleurs. Près de deux siècles plus tard, Goethe Johann Wolfgang, romancier, dramaturge, poète, théoricien de l'art et passionné par les sciences, notamment l'optique, publie au début du XIX son *Traité des couleurs*¹⁸. A la différence de Newton qui se concentra exclusivement sur les phénomènes physiques, Goethe expose une approche physiologique liée à notre perception des couleurs. Ses observations attestent qu'entre les éléments persistants qui sont la lumière et l'obscurité, le blanc et le noir se rencontrent, laissant apparaître la composition du triangle des couleurs : du bleu / violet au rouge / jaune en passant par le vert et le rose¹⁹.

Pour aller plus loin mais basant son travail sur la théorie de Goethe, Schopenhauer, philosophe portant un grand intérêt pour la cognition et l'esthétique, envisage alors le blanc, appelé « couleur blanche », ou plutôt sa production comme le résultat de la réunion de deux couleurs complémentaires²⁰. Cette appellation de « couleur blanche » est également présente avec Goethe, mais fut sujet de discorde entre les deux amis. En effet, même si tout deux parlent de « couleur blanche », Goethe considère que le blanc, ou « couleur blanche » est le produit de la lumière²¹ et non de deux couleurs complémentaires. Il serait donc louable de penser, d'interpréter ou plutôt d'extrapoler le fait que ces deux hommes pouvaient envisager que le blanc puisse être une couleur grâce à cette expression de « couleur blanche », même s'ils ne l'ont pas explicitement énoncé.

Mais les seules composantes physiques ou physiologiques de la couleur suffisent-elles pour définir une couleur (et notamment le blanc qui est une couleur qui fait polémique) ? Sommes-nous dans l'obligation de réduire la couleur à ces deux seuls éléments ?

D'un premier abord, on pourrait croire que ces éléments nous permettent de hiérarchiser les couleurs. Certes se sont des contributions majeures qui influencent encore aujourd'hui le domaine de la physique moderne, des arts, de la physiologie et de l'esthétique, mais elles ne suffisent pas à établir le fait qu'une couleur est bien une vraie couleur.

Commençons alors par définir ce que peut être une « vraie » couleur. Le Trésor de la Langue Française énonce la définition suivante : « Vrai, qui correspond à un certain ensemble de rapports et forme avec lui un ensemble cohérent, que l'on juge conforme à ce qui existe ou a existé ».

18 J. W. GOETHE, *Traité des couleurs*, trad. H. Bideau, Triades, Paris, 1973

19 KREMER-MARIETTI Angèle, « Schopenhauer, Goethe et la théorie des couleurs », *Revue internationale de philosophie*, 2009 (n° 249)

20 Voir Schopenhauer, "Sur la théorie des couleurs" § 107, in Schopenhauer, *Philosophie et science*, Le livre de Poche, Classiques de Poche, 2001, p 213

21 KREMER-MARIETTI Angèle, « Schopenhauer, Goethe et la théorie des couleurs », *Ibid*

Si on interprète cette définition, une vraie couleur serait donc une couleur possédant et répondant aux mêmes attributs que toutes les autres couleurs, formant alors entre elles un ensemble cohérent. Pour pouvoir affirmer que le blanc est bien une couleur, il faudrait donc pouvoir être en mesure d'affirmer qu'il possède les mêmes attributs qu'une autre couleur.

Michel Pastoureau²² a identifié trois caractéristiques faisant d'une couleur une vraie couleur : son nom de couleur ne possède pas de référents dans la nature ; cette couleur possède une symbolique multiple ; le nom de couleur reste rigoureusement le même malgré sa traversée des époques.

Berlin & Kay²³ apportent quatre caractéristiques supplémentaires pour identifier une vraie couleur, en apportant une nuance concernant son nom de couleur, répondant alors à l'expression de « terme fondamental ». Ce terme fondamental doit être monolexémique, il doit donc être composé d'un mot unique pour désigner la couleur. La deuxième caractéristique est que sa signification ne doit pas être confondue avec aucun autre terme de base. Nous devons également être en mesure de l'appliquer à tout type d'objets, et pour finir, il doit « être psychologiquement significatif », il doit faire sens de manière immédiate et on pourrait même dire de manière inconsciente dans l'esprit de tous. Mais n'oublions pas cette nuance apportée par Berlin & Kay avec l'expression « terme fondamental » lorsqu'ils parlent de vraies couleurs.

Si nous envisageons alors le couple vraie couleur / terme fondamental, cela impliquerait-il qu'une vraie couleur serait une couleur fondamentale ? Si nous adoptons une logique mathématique, cela voudrait dire que si un nom de couleur répond aux sept caractéristiques précédemment citées, alors le nom de couleur appartient à la catégorie des termes fondamentaux. Par conséquent, la couleur correspondante à ce terme fondamental devient une couleur fondamentale.

Il ne nous reste plus qu'à appliquer ce raisonnement au blanc et de vérifier si ce nom de couleur répond à chacune des sept caractéristiques précédemment évoquées :

- Critère un : le nom de couleur ne possède aucun référent dans la nature. A la différence du terme de couleur « orange » ou « rose », qui se réfèrent respectivement à un fruit et une fleur, « blanc » ne fait référence à aucun élément naturel.
- Critère deux : la couleur possède une symbolique multiple. Précédemment nous avons pu voir que le blanc possédait, au sein de la culture occidentale, une multitude de symbolique, se portant au nombre de onze.

22 PASTOUREAU Michel, *Le petit livre des couleurs*, Op. Cit.

23 BERLIN Brent & KAY Paul, *Basics Color Terms. Their Universality and evolution*, Center for the Study of Language & Information, 1999

- Critère trois : le nom de couleur reste rigoureusement le même malgré sa traversée des époques. Grâce à l'étude historique du blanc²⁴, nous avons pu observer que son nom n'avait pas subi de modifications au fil du temps.
- Critère quatre : le nom de couleur est composé d'un mot unique. On constate que le terme de couleur « blanc » est une suite de caractères qui forment une unité et qui ne sont pas distingués par un séparateur²⁵, faisant d'eux un mot, un mot unique.
- Critère cinq : la signification du nom de couleur ne peut pas être confondue avec aucun autre terme de couleur. Le terme de couleur « blanc » ne possédant pas de référent comme nous avons pu le voir avec le critère un, sa signification ne peut être confondue avec tout autre nom de couleur.
- Critère six : le nom de couleur est applicable à tout type d'objet. Le terme de couleur « blanc » faisant partie de la catégorie des adjectifs, il est applicable à tout type d'objet.
- Critère sept : le nom de couleur est psychologiquement significatif. Comment nous avons pu le constater précédemment, le blanc possède un grand nombre de symboliques qui ont traversées les époques et qui ont marqués les esprits de chacune de ces époques. Encore aujourd'hui, ces multiples symboliques sont encore présentes et fortement ancrées dans nos habitudes.

Nous pouvons donc constater que le terme de couleur « blanc » répond à toutes les caractéristiques faisant d'un nom de couleur un nom fondamental, la couleur blanche devenant donc elle-même une couleur fondamentale. Nous sommes ainsi en mesure d'affirmer que le blanc est bel et bien une vraie couleur. Et si, comme pour chercher une confirmation supplémentaire de ce propos, nous observons la liste des couleurs de base, on constate que le blanc figure parmi ces onze champs chromatiques de base, cette classification s'appuyant notamment sur le Dictionnaire alphabétique et analogique de la Langue Française, Le Robert, 1953²⁶.

Aujourd'hui, on peut donc dire que le blanc est une vraie couleur, malgré une reconnaissance qui fut tardive. Nous pourrions envisager le fait que cette affirmation tardive est peut-être dû au fait que cette couleur n'a pas subi de changement ou d'altération au cours des époques et que de ce fait, les gens étaient attachés à la symbolique qui lui était propre et fortement ancré dans les mœurs.

Mais est-ce que ce processus est dépendant à chaque couleur ?

24 Annexe 1 : Le blanc et son histoire

25 Définition du Trésor de la Langue Française : Mot : Son ou groupe de sons articulés ou figurés graphiquement, constituant une unité pouvant être distingués par un séparateur.

26 Annexe 2 : Classification linguistique et champs chromatiques

Si une couleur qui n'a pas subi de changement peut aujourd'hui obtenir le statut de vrai couleur ou même de champ chromatique, comment des couleurs qui ont évolué au fil du temps peuvent aujourd'hui, elles aussi, obtenir le statut de champ chromatique ?

Nous avons précédemment constaté que le blanc était un des onze champs chromatiques de base, référencé par le Dictionnaire alphabétique et analogique de la Langue Française, Le Robert, en 1953. La classification des couleurs est donc hiérarchisée et limitée à ces onze grandes divisions arbitraires, comprenant alors le champ du blanc, du bleu, du brun, du gris, du jaune, du noir, de l'orange, du rose, du rouge, du vert et du violet. Mais la palette de couleur qui nous entoure ne se limite heureusement pas à ces onze couleurs. Elles sont accompagnées d'un « nombre théoriquement illimité de termes et de locutions pour nuancer ces grandes divisions que l'on appellera nuances », citant ainsi Xavière Ollier, coloriste designer et docteur en arts appliqués couleur et environnement. Ces nuances peuvent, quant à elle, former des domaines chromatiques créant à leur tour des familles de couleurs²⁷.

Intéressons-nous au domaine chromatique des couleurs pastels. Comment est-ce qu'un bâtonnet de couleur, autrefois utilisé en art, peut aujourd'hui obtenir ce statut de domaine chromatique ?

Début XV, lorsqu'on parlait de pastel, il s'agissait d'un crayon composé d'une poudre de couleur agglomérée, prenant le nom d'une plante. Il sera utilisé dans les disciplines des beaux-arts. Il sera plébiscité au XVII pour sa capacité à imiter les textiles et les jeux de lumière. Il deviendra indispensable aux artistes, notamment dans l'art du portrait. On assistera à l'âge d'or du pastel au XVIII, avec l'artiste Maurice Quentin de La Tour, considéré comme le prince des pastellistes. Symbole de la grâce de l'ancien régime, le pastel tombera en désuétude avec la révolution et l'arrivée du néo-classicisme. Malgré ce désintéressement de la part des artistes, il connaît de belles années durant la seconde moitié du XIX avec les impressionnistes. Aujourd'hui il est le représentant d'une tendance apparue en 2010. Selon Olivier Guillemain, président du Comité français de la couleur, « si le terme pastel renvoie aux bâtons de couleurs sèches utilisées en peinture, et plus loin dans l'Histoire à une plante qui servait à obtenir la couleur bleue, il existe une grande variété de tonalités : des froides, des chaudes, des grisées, des ombrées, des salies, des jaunies. »

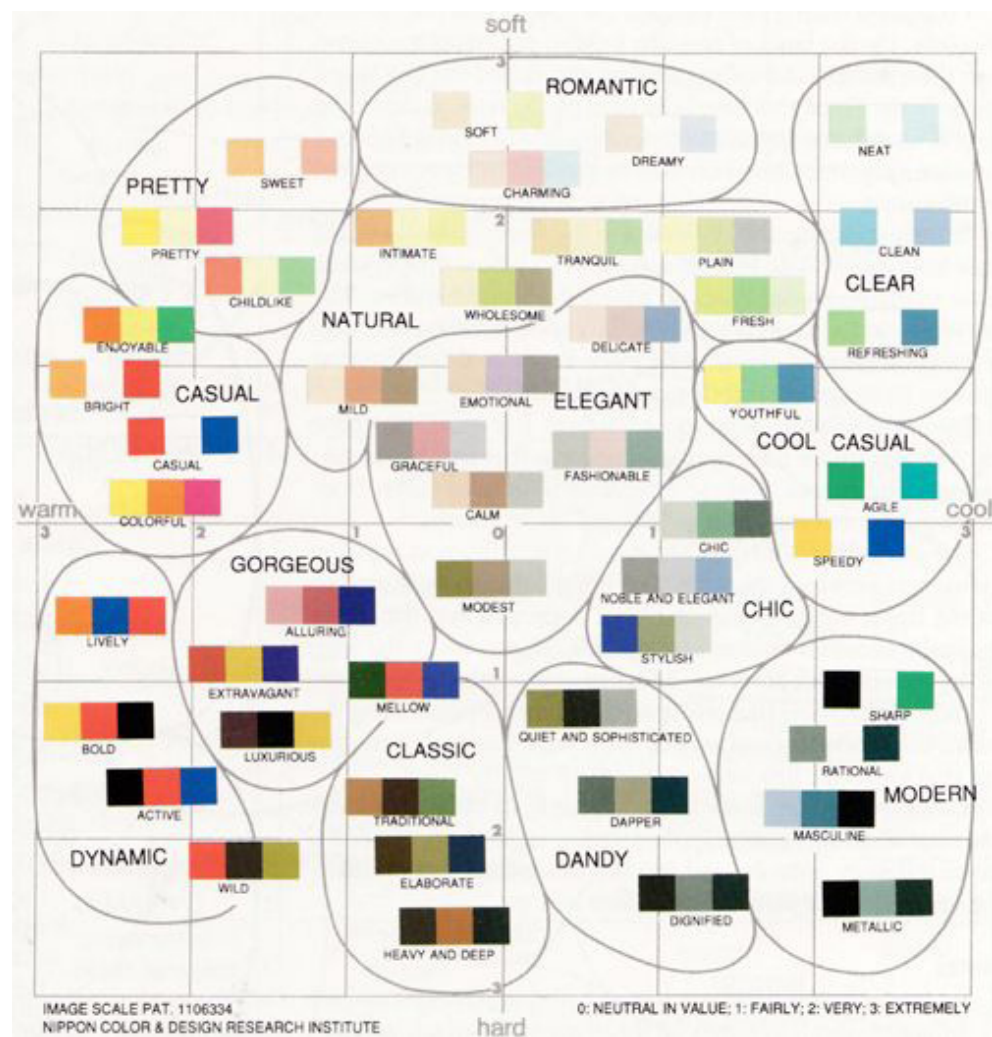
« Dans les teintes pastel, la gamme des couleurs proposées était étendue, allant du bleu ciel au rose pâle ou au mauve, en passant par les verts tendres et les jaunes crémeux. »

PASTOUREAU Michel²⁸

27 Annexe 3 : Entre champ chromatique et domaine chromatique

28 PASTOUREAU Michel, *Les couleurs de nos souvenirs*, Le seuil, 2010 (Coll. La Librairie du XXI^e siècle)

La tendanceuse Sari Myohanen, spécialiste de la maison chez Peclers Paris, ajoute que « en 2015, ces multiples teintes pastels ont recouvert nos maisons du sol au plafond. Plusieurs gammes se sont succédées au fil des saisons : des pastels lumineux pour l'été, comme le jaune clair, le vert menthe ou l'orange corail, et des grisés pour l'hiver. Plus neutres, ces derniers ont pris la place des gris et des beiges dans la déco. Ces tons répondent au besoin actuel de recouvrir les choses d'un voile de douceur. » Ces couleurs pastels sont donc le fruit d'une tendance vouée à rassurer les gens, à les replonger dans des souvenirs heureux, leur permettant de rêver, de réenchanter notamment leur intérieur mais aussi leur garde robe²⁹.



Shigenobu Kobayashi, *color combinaison image scale*, 1999

Comme on peut l'observer sur cette représentation des sociostyles³⁰ par Shigenobu Kobayashi, les couleurs pastels permettent de créer une sensation de douceur, prônant le romantisme, la rêverie et la sérénité.

²⁹ Annexe 4 : Vous avez dit « couleurs pastels » ?

³⁰ Combinatoire chromatique exprimant une tendance, un mode de pensée, symbole des représentations et usages contemporains.

Mais ce qui fait des couleurs pastels un domaine chromatique, ce n'est pas le fait qu'elles ont été l'objet de la tendance des dix dernières années, mais bien leur composition chromatique. Et c'est peut-être même grâce à cette composition chromatique qu'elles sont devenues l'objet d'une tendance si forte. Comme a pu le souligner Ollivier Guillemain, les couleurs pastels offre « une grande variété de tonalités ». Nous pouvons aujourd'hui reconnaître une couleur pastel quelque soit sa nuance, grâce à sa faible saturation. Un domaine chromatique étant un ensemble de nuances caractérisées par leur saturation, luminosité ou tonalité proches au sein d'un champ chromatique, on peut envisager le fait que la famille des pastels, possédant une saturation faible et casi-identique, quelque soit sa nuance, puisse être considérée comme un domaine chromatique, domaine proche du champ chromatique du blanc de part sa faible saturation.

Ainsi, si une famille de couleurs, autre que les couleurs des champs chromatiques de base, ne peut s'ajouter aux champs chromatique de base, elle peut cependant obtenir le statut de domaine chromatique comme nous venons de le voir avec le domaine des pastels, à la condition bien-sur qu'elle respecte les critères pouvant faire d'elle un domaine chromatique.

Le langage de la couleur

Nous avons déjà envisagé la façon dont le terme d'une vrai couleur était constitué, mais intéressons-nous maintenant au fonctionnement du langage de la couleur, dans son semble et pas seulement lorsqu'il s'agit des vraies couleurs, car il est en fait question de cela lorsque nous avons questionné ces termes de base, de langage. Mais le langage c'est quoi ? Selon le Trésor de la Langue Française, c'est « l'expression, la manifestation de la pensée, de la sensation ou du sentiment par une attitude, un geste, un comportement » mais c'est aussi, et c'est cette définition qui nous intéresse, « l'expression, la communication d'une pensée au moyen d'un système de signes conventionnels vocaux et/ou graphiques constituant une langue ». Le langage nous permet donc de nous comprendre, d'échanger avec autrui. Mais à la notion de langage s'ajoute la notion inhérente de lexique, qui, si on regarde la définition du Trésor de la Langue Française, est « un ensemble de mot créant un système, une langue », donc notre langage. Mais le lexique, toujours selon le Trésor de la Langue Française, c'est aussi « un ensemble des mots utilisés par un groupe social ou professionnel, propres à une technique, une science, une corporation ». On pourrait donc appliquer ce principe au domaine de la couleur, domaine spécifique dont la pratique professionnelle relève notamment des coloristes.

Cela impliquerait donc que la Couleur³¹ possède son propre lexique ? La preuve est faite notamment grâce à Colette Guillemard qui publie en 1998 le *Dico des mots de la couleur*. Elle y répertorie deux-milles mots, ce vocabulaire faisant partie intégrante du lexique de la Couleur. Mais ce lexique n'est pas uniquement constitué par le vocabulaire appliqué au domaine de la couleur mais aussi par le vocabulaire correspondant à chaque couleur, de manière individuelle. Annie Mollard-Desfour, avec, par exemple, son ouvrage sur le blanc, établie au travers de dictionnaires un lexique pour chaque couleur, comme le vert, le jaune ou plus récemment le gris publié en 2015. Cette succession de dictionnaire contribue ainsi à former le lexique de la Couleur.

Mais ce lexique ne permet pas seulement de parler des couleurs, il permet de les hiérarchiser grâce à la composition de leurs termes de couleur. Lors de la précédente étude des termes de bases qui nous a permis d'établir que le blanc était une vraie couleur, nous avons été confrontés à la notion de classification linguistique, système permettant de classer les couleurs, et donc cette structure lexicale de la Couleur et ces termes de couleurs. Le lexique français des couleurs est divisé par deux typologies majeures de dénomination chromatique. On trouve les dénominations directes et les dénominations indirectes, aussi appelées référentielles. Pour citer Xavière Ollier, les dénominations directes « expriment de la façon la plus générale la substance chromatique » tandis que les dénominations indirectes « convoquent des référents matériels, concrets, figurés ou abstrait ».

Contrairement aux dénominations indirectes, les dénominations directes désignent onze couleurs, les champs chromatiques de base qui sont le blanc, le bleu, le brun, le gris, le jaune, le noir, l'orange, le rose, le rouge, le vert et le violet. Ils deviennent le point de départ d'un grand nombre de nominations dans le cadre d'une construction de dénomination avec un terme de couleur direct.

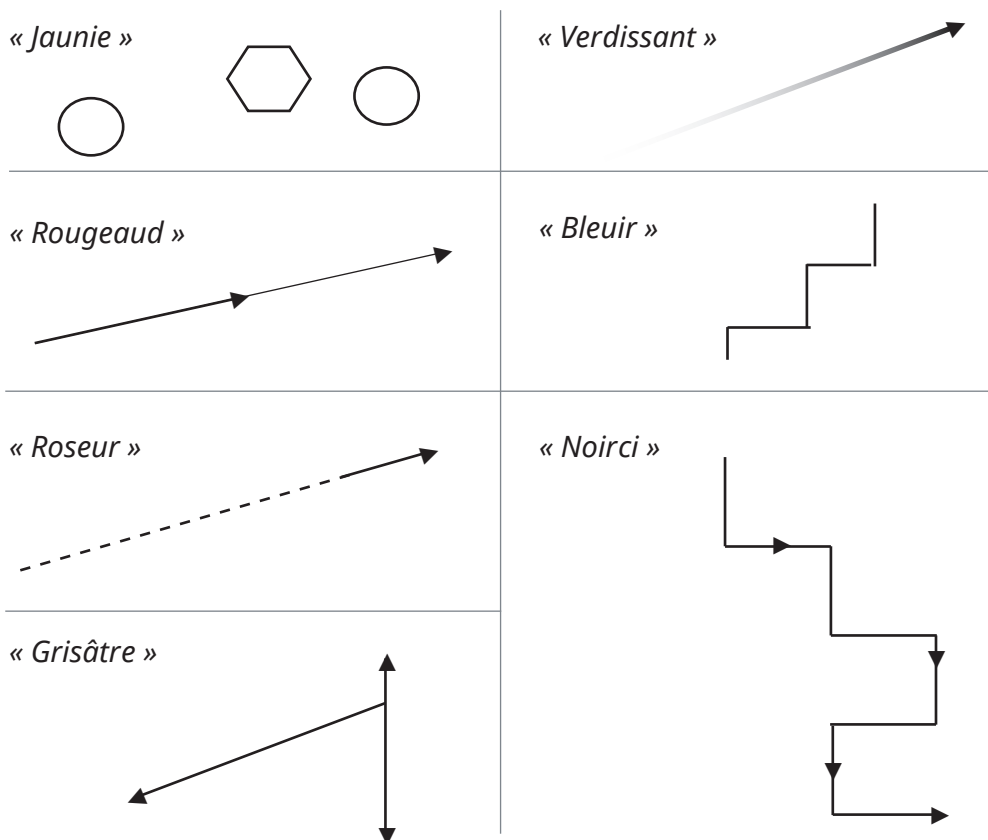
Quatre configurations sont alors possibles. Dans un premier temps, la nomination est composée uniquement du terme de couleur direct, terme correspondant à l'un des onze champs de couleur de base. Dans un deuxième cas, la nomination est le résultat de l'adjonction d'un adjectif à un terme de couleur direct, comme par exemple, « bleu clair » ou « rouge sombre ». La troisième configuration est construite par deux termes directs comme par exemple « bleu-vert » ou « jaune-orange ». La dernière configuration est composée d'un terme direct auquel s'ajoute une terminaison, comme par exemple « blanchissant » ou « bleuâtre ». Mais à la différence des trois configurations précédentes qui relate d'une couleur à son un final, une dénomination construite à partir d'un terme

31 Application du principe typographique du Robert, dictionnaire d'orthographe et de difficultés : le mot couleur est employé sans majuscule lorsqu'il est employé comme nom commun désignant une couleur en particulier, mais couleur sera écrit avec une majuscule lorsqu'il désigne le domaine de la couleur, et non une couleur en particulier.

direct et d'une terminaison permet de traduire une couleur en action, qui n'a pas encore atteint son état final. Ainsi, chaque terminaison permet de traduire d'un état différent de la couleur dont il est question :

- La terminaison « -i, ie », construisant, par exemple, le terme « jaunie » permet de traduire une action éphémère qui revient à son état initial.
- La terminaison « -issant », construisant, par exemple, le terme « verdissant » permet de traduire une action commencée dont on commence se rendre compte de son effet.
- La terminaison « -eaud », construisant, par exemple, le terme « rougeaud » permet de traduire une intensification de la couleur arrivée à son niveau moyen.
- La terminaison « -ir », construisant, par exemple, le terme « bleuir » permet de traduire une couleur en action, faisant état de palier de variations successifs.
- La terminaison « -eur », construisant, par exemple, le terme « roseur » permet de traduire une action rendu visible suite à une action passée.
- La terminaison « -âtre », construisant, par exemple, le terme « grisâtre » permet de traduire un changement d'état de la couleur, une intensification, une gradation ou une dégradation.
- La terminaison « -té, ci », construisant par exemple le terme « noirci » permet de traduire l'état final d'une action. La couleur est passée par de multiples stades de transformations et est arrivée à sa finalité.

Schématisations des différents états possibles de la couleur :



Nous venons de voir les différentes constructions possibles des dénominations à partir de termes directs, mais n'oublions pas la construction des dénominations indirectes, que l'on peut aussi appeler dénominations référentielles.

Ce type de dénomination est, comme son nom l'indique, construit à partir de référents, qu'ils soient concrets ou abstraits. Il constitue ainsi une liste ouverte qui est le reflet d'une époque, d'une société et de sa culture, car en effet les référents utilisés émanent de cette société, à un moment précis. Les référents concrets³² du XXe seront empruntés, par analogie, à l'environnement qui nous entoure, des éléments naturels, comme les fleurs (par exemple *jaune citron*), les minéraux (par exemple *vert émeraude*) en passant par les animaux (par exemple *gris souris*), aux marques (par exemple *rouge Ferrari*), biens matériels (par exemple *bleu layette*) ou encore des époques (par exemple *rouge antique*). Si ces référents concrets s'appuient sur des éléments palpables, que l'on peut observer, au contraire les référents abstraits s'inscrivent dans les registres de la connotation, du figuré et de la subjectivité.

Ces dénominations sont souvent le fruit du phénomène d'association d'idées, établissant alors une correspondance entre une couleur et une idée, une sensation, un souvenir. Ces dénominations sont propres à chacun ou à un groupe de personnes ayant notamment des souvenirs communs. C'est ainsi que certaines dénominations sensibles ne permettent de traduire une sensation chromatique auprès d'autrui, mais seulement pour soi-même ou son environnement proche comme par exemple des dénominations sensibles telles que « Spring Break » ou « Fraicheur australe »³³.

Ces dénominations, que soit des dénominations directes ou des dénominations indirectes, sont notamment présentes au sein des nuanciers. Elles en deviennent même l'un des éléments majeur, permettant ainsi d'établir une passerelle langagière entre les couleurs et les usagers.

La docteure en psychologie et directrice de recherches au CNRS, Danièle Dubois, a mené une étude sur ces dénominations. Grâce à l'inventaire de celles-ci, elle a pu observer que les dénominations étaient partagées entre deux catégories. Les dénominations appliquées aux peintures dites artistiques, sont construites de manière complexe en déclinant sous ces dénominations techniques, des connaissances d'experts. Au contraire, les dénominations des peintures dites décoratives sont construites sur une forme nominale simple et surtout compréhensible du public. Il ne s'agit plus de connaissances techniques d'experts, mais de connaissances qui relèvent du sens commun et partagées par le public au sein des pratiques communes.

32 Annexe 5 : Dénominations et référents concrets

33 Se référer au Classeur, BLANCS COLORÉS 2017, Page 29 - *Contretypes*.

Ces dénominations font naître des effets suggestifs, non plus attachés aux valeurs référentielles (référents concrets ou abstraits) mais à des valeurs d'images représentatives. Mais ces dénominations n'ont de valeurs référentielles que lorsqu'elles sont mises en relation avec une pratique correspondante.

Cette relation dépend du type de nuancier, générant ainsi des valeurs non-univoques, valeurs changeant de sens à chaque modification d'usage. Elles deviennent ainsi les figures de notre conceptualisation de la couleur. Cette catégorisation des dénominations et de leurs couleurs est emblématique de ce mode de conception. Elle prend racine avec la catégorisation des termes de bases, catégorisation arbitraire des onze champs chromatiques, conceptualisant ainsi le langage comme nomenclature. Cette catégorisation peut être considérée comme une conception restreinte de la langue, lui assignant alors un rôle « d'étiquette verbale ». Mais on remarquera surtout que ces catégories répondent à un sens commun, une lexicalisation partagée du public, ancrée au fil du temps, et qualifiée par Danièle Dubois comme « stable grâce à l'abstraction des couleurs de leurs objets et support typique ». Malgré le fait que le domaine de la Couleur soit hautement lexicalisé, on retrouve une ligne de partage entre ce sens commun et un lexique d'experts. Mais que signifie « sens commun » ?

Toujours selon Danièle Dubois, le sens commun relève d'une rationalité commune, de connaissances communes aux individus d'une même culture, organisant la vie sociale et faisant écho aux expériences sensibles courantes³⁴.

« Le langage de tous les jours recèle un trésor de types et de caractéristiques préconstituées, d'essence sociale, qui abritent des contenus lexicaux inexplorés. »

SCHÜTZ Alfred, Philosophe et sociologue³⁵

Ces expériences communes, ou sensibles communs, ainsi que les connaissances scientifiques qui sont devenues communes, forment aujourd'hui une même doxa. Cette même doxa, ou selon le Robert, « l'ensemble des opinions communes aux membres d'une société et qui sont relatives à un comportement social », ne relève plus seulement d'une analyse des acceptions communes d'un mot dans ses usages discursif, mais de l'autorité de la science. C'est le signe d'une évolution du sens lexical de la couleur qui se déploie au delà de la normalisation de la tradition lexicographique, passant ainsi du statut de sens commun de la couleur à la couleur comme donnée objective.

34 DUBOIS Danièle, « Sens communs et sens commun : Expériences sensibles, connaissance (s) ou doxa ? », *Langages*, n°170, 2008, p 41-53

35 COULON Alain, *L'ethnométhodologie*, PUF, 2007 (Coll. Que sais-je ?)

On observe ainsi une conception savante de la couleur qui s'inscrit progressivement dans le sens commun.

Mais on ne peut cependant pas oublier l'existence d'un langage spécifique, qui correspond à des pratiques expertes. Les pratiques langagières ordinaires, ou courantes, sont ainsi opposées aux discours de spécialités, conduisant à une diversité des sensibilités. Mais cette opposition ne conduit pas forcément à un clivage entre pratiques langagières communes et discours spécialisés. En effet, si nous faisons usage d'un même mot dans des inscriptions discursives différentes, on joue à la fois sur la signification de son sens commun mais aussi sur le registre des communautés restreintes d'experts. C'est cette conjonction de sens qui conduit alors à une interprétation plurielle du mot, commune et/ou experte.

Ainsi, le langage est plus qu'une étiquette verbale comme nous l'avons précédemment évoqué, mais bien un mode de partage de l'expérience sensible individuelle grâce à l'appropriation des formes linguistiques et des pratiques langagières.

Blancs colorés, un domaine chromatique à part entière

Nous avons pu appréhender la complexité du langage dans le domaine de la couleur et celle des mécanismes nécessaires, mécanismes devenus automatiques au cours des années. Mais ils ne sont pas plus automatiques que le besoin de contextualiser notre langage et les dénominations employées.

En ce concentrant plus précisément sur ce terme de dénomination, on peut se rendre compte qu'il n'est pas plus aisé d'appréhender cette notion que d'appréhender les subtilités du langage du domaine des couleurs. Cependant, il n'en demeure pas moins important, du fait de son emploi perpétuel pour pouvoir désigner chacune de nos couleurs.

Si nous avons pu dire que le langage n'était pas qu'une étiquette verbale en se basant sur les travaux de Danièle Dubois, Ludwig Wittgenstein, philosophe ayant apporté de nombreuses contributions, notamment en philosophie du langage, affirme que « l'action même de dénommer quelque chose est analogue au fait d'attacher à une chose une étiquette portant son nom »³⁶. Cette étiquette aurait ici une valeur démonstratrice, elle permettrait alors de créer une représentation de cette chose, une image visuelle. On peut ici reconnaître la situation du discours courant, appelant un lexique démonstratif, permettant au public de visualiser la couleur sans avoir besoin de convoquer de savantes connaissances. La dénomination d'un objet apparaît alors comme la relation entre un objet et son nom. Elle serait ainsi une préparation à la description.

36 WITTGENSTEIN Ludwig, *Recherches philosophiques*, Gallimard, 2005 (Coll. Bibliothèque de Philosophie)

Mais cette description induite par la dénomination ne pourrait être comprise qu'à la condition que le contexte soit énoncé et appréhendé par les interlocuteurs en partie. Ludwig Wittgenstein considère que « seul quelqu'un qui sait déjà quoi faire du nom peut poser une réflexion censée sur cette dénomination³⁷ ».

Mais alors qu'en est-il des blancs colorés ? Possèdent-ils leur propre lexique ou partagent-ils celui utilisé dans le domaine de la couleur ? Leurs dénominations répondent-elles aux mêmes règles que pour toutes autres couleurs ? Quel peut être leur statut vis-à-vis des autres familles de couleurs ?

Commençons par envisager le statut de ces blancs colorés tels que nous les définissons³⁸. Si l'on se réfère à l'Annexe 3, on est en mesure de considérer que les blancs colorés forment un domaine chromatique. En effet, si on se concentre sur les valeurs chromatiques, tous les blancs colorés possèdent des nuances différentes mais répondent à une saturation et une lumière équivalentes d'une nuance à l'autre, et possèdent une tonalité proche du blanc³⁹.



Représentation moderne d'une coupe du *Musell Color Tree*

Si on observe leurs dénominations⁴⁰, dénominations établies par notamment des industriels de la peinture, on peut alors emprunter à Ludwig Wittgenstein l'expression « d'air de famille ». En effet, cette expression induit la notion de ressemblance entre les mots, conduisant à un réseau de ressemblances aux multiples niveaux de lecture et qui se chevauchent et se s'entrecroisent. Un lien de parenté peut alors être identifié entre les mots, formant ainsi une famille.

37 WITTGENSTEIN Ludwig, *Recherches philosophiques*, Op. Cit.

38 Se référer au Classeur BLANCS COLORÉS 2017, Page 9/10 - *Domaine chromatique*.

39 Annexe 6 : Blancs colorés, un domaine chromatique

40 Annexe 7 : Dénominations des blancs colorés

Chaque nom, et ainsi la couleur qui lui correspond, possède un lien de parenté avec toute autre couleur que nous nommons de la même façon. Ainsi, toutes couleurs du domaine chromatique des blancs colorés notamment nommées par le qualificatif de « blanc » composent une même famille grâce à ce lien de parenté. Si nous extrapolons ce propos et l'appliquons aux valeurs chromatiques et plus seulement à leur dénomination, nous pourrions dire que toutes couleurs se ressemblent forment cette même famille composée des nuances appelées blancs colorés. Le langage que nous utilisons alors, ce langage idéal, idéal étant à considérer ici comme un langage approprié et correspondant au domaine des blancs colorés, n'est pas une simple unité formelle, mais une famille composée de nuances apparentées entre elles. Ce lien de parenté, mis au jour grâce aux ressemblances entre les blancs colorés, peut ainsi être considéré comme support de comparaison qui permet d'identifier les nuances qui sont à-même d'intégrer cette famille.

Jean Claude Milner, linguiste et philosophe, envisage cette notion de lien parenté sous un axe différent, mais qui nous permet également d'établir le fait que le domaine des blancs colorés est bien un domaine chromatique. Si nous voulions vulgariser son propos et l'appliquer aux blancs colorés, nous pourrions dire que selon Milner, la condition majeure pour que le domaine des blancs colorés soit un domaine chromatique, est qu'il devrait être composé de sous-domaine chromatique⁴¹. Ces sous domaines doivent cependant se justifier d'une proximité positionnelle les uns avec les autres mais aussi observer une continuité dans leur terme de couleur.

Référons- nous donc à l'Annexe 6 et observons ces sous-domaines. On retrouve respectivement le sous-domaine des « Aurores » qui correspond aux nuances de jaunes ; le sous-domaine des « Nudes » qui correspond aux nuances d'orangés ; le sous-domaine des « Poudrés » qui correspond aux nuances de rouges / rosés ; le sous-domaine des « Althéas » qui correspond aux nuances de violets ; le sous-domaine des « Azurs » qui correspond aux nuances de bleus ; le sous-domaine des « Mentholés » qui correspond aux nuances de verts. Toujours en se référant à l'Annexe 6, on observe cette proximité positionnelle nécessaire au fait de pouvoir dire que ces sous-domaines forment bien un domaine chromatique. Concernant la continuité des termes, ce sont tous des référents concrets, permettant ainsi de traduire une sensation chromatique globale, sensation qui correspond à toutes les nuances présentent au sein d'un même sous-domaine.

Nous sommes maintenant en mesure de revendiquer le fait que le domaine des blancs colorés est bien un domaine chromatique à part entière, grâce notamment à l'air de famille présent entre les familles de couleur et les nuances, mais aussi grâce à la composition de ce domaine chromatique en sous-domaines.

41 MILNER Jean-Claude, *Introduction à une science du langage*, Paris, Seuil, 1989

Mais pourrait-on définir ce domaine par une dénomination autre que « blancs colorés » ? Selon Milner, le nom du domaine chromatique est le « meilleur » nom que peut comporter ce domaine, parmi notamment les noms des sous-domaines et les dénominations des nuances qui le composent. « Meilleur » est ici à envisager comme le qualificatif d'une dénomination qui serait le reflet de toutes les nominations, formant à elle seule un ensemble qui nous permet d'identifier ce domaine.

La nomination « blancs colorés » nous permet ainsi d'identifier, notamment, les propriétés chromatiques de ce domaine, induisant une contiguïté avec le champ du blanc. Elle suggère de multiples nuances, grâce au pluriel de la dénomination, peu saturées et lumineuses. Cependant, tenter de nommer ce domaine chromatique des blancs colorés par une dénomination différente, permettrait de lui donner son envol, devenant ainsi autonome et indépendant du champ chromatique du blanc, le public interprétant ainsi les blancs colorés comme de vrais couleurs et plus seulement des variations de blancs. A la manière du domaine des pastels, ce domaine chromatique relativement nouveau serait plus facilement considéré comme un domaine chromatique à part entière par le public, grâce à cette prise d'indépendance.

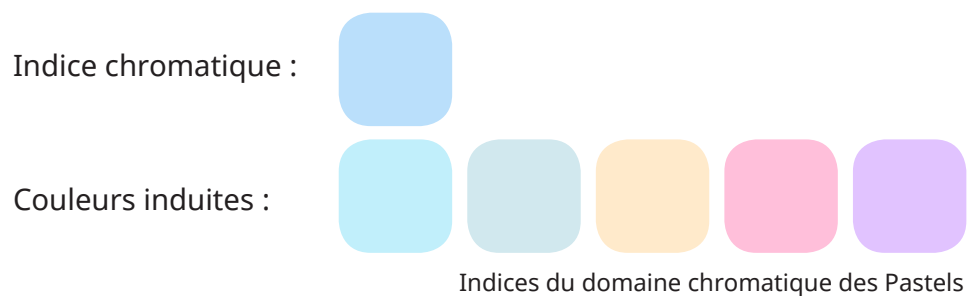
La précédente démonstration permet ainsi d'asseoir une base de travail saine pour cette recherche d'un nom nouveau, pouvant ainsi devenir le moteur d'une meilleure appréhension de ce domaine par le public.

Afin de réfléchir à cette nouvelle dénomination, observons tout d'abord le domaine chromatique des pastels comme étude de cas, précisément cette dénomination « pastels ». Voici donc un repère historique succinct. Le pastel⁴² était, avant de devenir un bâtonnet, une plante, de son nom latin *Isatis Tinctoria*, dont la tige et les feuilles permettaient d'obtenir des pigments de couleur bleu caractéristiques. Ce pigment été notamment utilisé dans la teinture avant d'être majoritairement utilisé dans l'art. Son nom fut ainsi utilisé pour nommer dans un premier temps ce bâtonnet. L'usage de ce nom fut élargi à la technique artistique du pastel qui découla de l'emploi de ce bâtonnet, pour enfin donner naissance à un domaine chromatique bien des décennies plus tard.

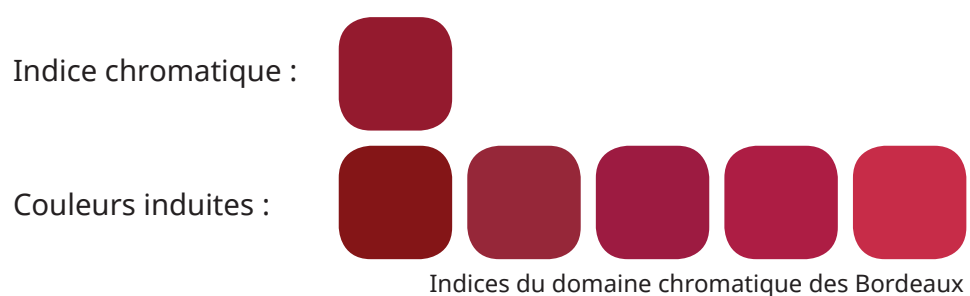
Cette dénomination « pastel » est aujourd'hui devenue vecteur d'une image chromatique, d'une sensation chromatique forte qui permet seule de définir un domaine chromatique peu saturé, aux nuances multiples et voisin du champ chromatique du blanc. Si on se concentre sur la composition de ce mot « pastel », on constate, en se référant à l'Annexe 2, qu'il fait partie de la catégorie des demi-couleurs. Son nom fait partie de la catégorie des dénominations référentielles, convoquant ainsi un référent naturel ou organique, ici la plante dont il tire son nom ; il possède une symbolique multiple, le pastel symbolisant notamment le romantisme, les souvenirs de jeunesse ou l'innocence ; il est composé d'un mot unique ; son nom est fort de sens car il convoque une même

42 Annexe 4 : Vous avez dit « couleurs pastels » ?

image chez le public, une couleur appartenant majoritairement aux nuances de bleu, tendre et peu saturée. Cette dénomination « pastel » devient alors un indice suggérant les propriétés chromatiques de ce domaine, renvoyant inconsciemment aux propriétés chromatiques de la couleur originale, la nuance pigmentaire bleue, extraite de la plante *Isatis Tinctoria*. C'est autour de ce point central, le bleu pastel, que gravitent les autres nuances composant le domaine des pastels.



Observons un exemplaire supplémentaire, le domaine chromatique des « bordeaux ». De la même manière que le domaine chromatique des « pastels », la dénomination « bordeaux » fait partie de la catégorie des demi-couleurs. Son nom convoque un référent naturel ou organique, ici la couleur des vins rouges issus des vignes de la région de Bordeaux ; il possède une symbolique multiple, associé au luxe mais aussi à une chaleur enveloppante ; il est composé d'un mot unique et son nom est fort de sens grâce à l'indice chromatique qu'il suggère. Il renvoie à des nuances de rouges caractéristiques, induisant inconsciemment dans l'esprit du public cette couleur emblématique. Cette image mentale est le fruit d'une association entre un référent concret et un nom fortement ancré dans l'usage courant.



Essayons maintenant de suivre ce cheminement pour rechercher un nom nouveau au domaine chromatique des « blancs colorés ». Cette nouvelle dénomination devrait donc en toute logique répondre aux critères suivants : faire partie de la catégorie des dénominations référentielles en convoquant un référent naturel ou organique ; être composé d'un mot unique ; posséder une symbolique multiple ; être fort de sens. L'image qu'elle suggère devrait également représenter les propriétés chromatiques du domaine chromatique, tel les indices chromatiques précédemment évoqués qui renvoient à une couleur emblématique.

Nous allons reprendre ces éléments un par un afin de construire le champ des possibles de cette nouvelle dénomination.

Commençons par l'évocation des propriétés chromatiques. Cette dénomination devra suggérer la proximité de ce domaine chromatique avec le champ chromatique du blanc, mais aussi l'existence de multiples nuances sans oublier leur grande clarté et faible saturation. A la manière de la dénomination « blancs colorés », elle sera le reflet de l'ensemble des nuances qui forment ce domaine chromatique et ne pas seulement représenter une couleur en particulier comme cela a pu être le cas avec le domaine chromatique des pastels ou des bordeaux. Ensuite, cette nouvelle dénomination évoquera à la fois la modernité, un sentiment d'apaisement et de neutralité ainsi qu'une ambiance épurée, à l'image de ce que représentent les différentes nuances qui composent ce domaine chromatique. De plus, elle sera composée, à la manière du domaine des pastels ou des bordeaux, d'un mot unique afin de créer une lecture efficace et rapide que le public pourra facilement appréhender et mémoriser. Elle sera également forte de sens en permettant de traduire la portée scandinave de ce domaine chromatique⁴³. Enfin, nous ferons le choix de ne pas nous focaliser sur le caractère référentiel de cette dénomination afin de ne pas réduire le champ des possibles, envisageant ainsi tout type de référent, qu'il soit concret ou abstrait.

Dans un élan certain, il nous est alors apparu comme une évidence d'emprunter au dictionnaire suédois, majoritairement utilisé dans les pays scandinaves, un terme équivalent au français qui nous permettrait de qualifier l'une des grandes propriétés chromatiques de ce domaine. Il permettrait notamment de traduire la portée scandinave de ce domaine ainsi que la symbolique qu'il véhicule. De plus, cela permettrait de susciter la curiosité du public pour la nouvelle dénomination de ce domaine chromatique, qui ne ressemble à aucune autre mais qui devrait être positivement reçue grâce à la mouvance scandinave contemporaine ancrée dans nos intérieurs.

Arrêtons-nous présentement sur le terme « Lysande », qui en suédois signifie « lumineux ». Ce référent abstrait nous permet de traduire à la fois l'une des propriétés majeures de ce domaine chromatique tout en signifiant la portée symbolique induite par l'origine scandinave de ce terme. De plus, en ne ciblant pas une nuance en particulier comme cela a pu être le cas pour le domaine des pastels ou des bordeaux, nous mettons l'accent sur l'ensemble des nuances qui composent le domaine chromatique. En se permettant de mettre de côté le caractère référentiel de cette dénomination, elle répond à toutes les caractéristiques qui font, selon les précédentes études de cas, une dénomination viable pour désigner un domaine chromatique.

Mais cette prise de liberté n'enlèverait-elle pas une quelconque légitimité à cette hypothétique nouvelle dénomination ?

43 Se référer au Classeur BLANCS COLORÉS 2017, Page 7 - *Historique*.

Au contraire, se jouer et jouer avec les critères préétablis nous permet d'expérimenter, ici sur la dénomination d'un domaine chromatique et d'envisager sous un angle nouveau une succession de variables, propices à la recherche et à la réflexion. Cela nous permet d'envisager alors de nouveaux critères, d'agrandir le champ des possibles et de proposer de nouvelles dénominations ou même de nouveaux statuts chromatiques si nous voulions aller encore plus loin dans le chamboulement des pré-requis. Mais nous pouvons envisager qu'une dénomination résultant d'une variation des critères établis n'en sera que plus éprouvée par le processus temporel pour qu'elle puisse figurer parmi les usages courants. Le facteur temps devient alors l'un des enjeux primaires pour l'usage de cette nouvelle dénomination par le public, nécessitant alors un temps certain d'adaptation.

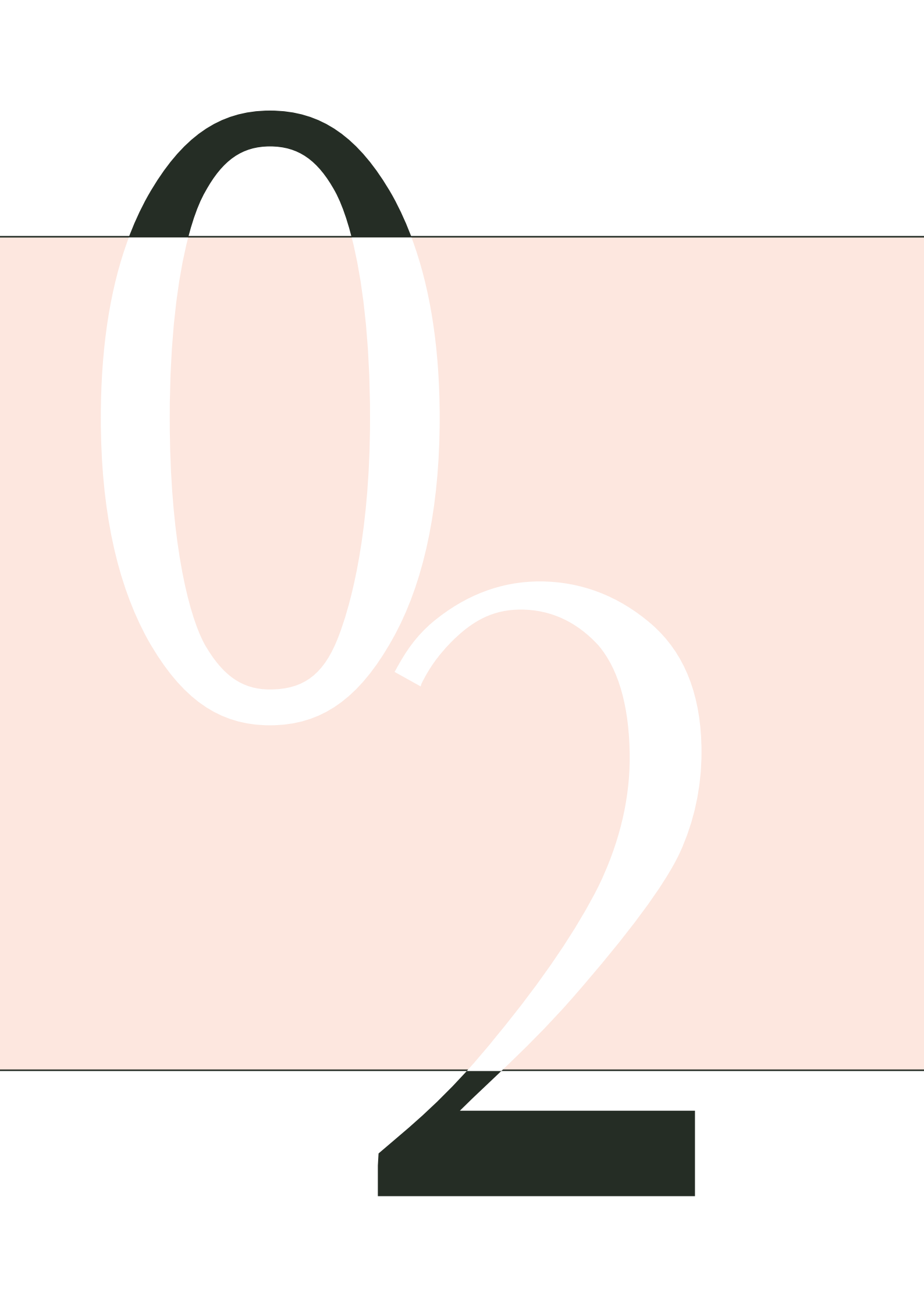
Cependant, nous ne devons prendre pour acquis le terme « Lysande » comme nouvelle dénomination définitive pour ce domaine des blancs colorés. Nous devons l'envisager, à la manière d'un exemple, comme une proposition qui ouvre la voie à une réflexion poussée, à une recherche approfondie qui permettra alors de trouver la « meilleure » dénomination, comme disait Milner, pour désigner ce domaine chromatique des blancs colorés.

« Le nom de la couleur c'est aussi de la couleur. C'est peut-être même l'élément qui conditionne avec le plus de force nos goûts et nos choix chromatiques. Il active et sollicite notre mémoire, savoir, et imagination.

Voilà pourquoi nous ne pouvons pas nous empêcher de mettre un nom sur les couleurs même lorsque ce sont des nuances qui nous sont peu familières, même quand nous ne connaissons pas le vocable qui permettrait de les qualifier avec précision. »

PASTOUREAU Michel⁴⁴

44 PASTOUREAU Michel, *Dictionnaire des couleurs de notre temps*, Bonneton, 1999 (Coll. Images Symboles)



CHAPITRE DEUX

Innover dans la pensée couleur

INNOVER DANS LA PENSÉE COULEUR

La pensée couleur

Il serait vain de croire que nous pourrions commencer par définir l'expression « pensée couleur ». Au vu des subtilités, des sens et contresens qui se cachent derrière ces deux petits mots, nous commencerons d'abord par appréhender la notion de « pensée », pour ensuite se concentrer sur la « pensée couleur ».

Nous avons précédemment pu apprécier la richesse et les méandres du langage apprêté au domaine de la couleur mais également ce qui conférait à une couleur son statut de couleur. Cependant, ces multiples précédents éléments ne suffisent pas, et ne permettent pas de définir cette notion de pensée. En effet, essayer de définir cette notion par la seule lecture de ce qui nous a donné à voir ou par le langage utilisé ne ferait que réduire la pensée à un élément interprétatif ou étant la source de ce langage.

Mais la pensée est, comme le caractérise Gérard Vergnaud, directeur de recherche au CNRS et professeur émérite à l'Université Paris VIII, un phénomène bien plus complexe. Selon lui, la pensée est à envisager, « à analyser comme une activité qui se déroule et se développe dans le temps »⁴⁵. Ce développement induit une dimension temporelle, propice au développement de cette pensée. Cette progression, résultant du facteur temporel, serait notamment construite par les compétences, les attitudes acquises au cours de l'expérience de chacun.

Mais nous reviendrons sur le processus de construction d'une pensée par la suite. Attachons-nous plutôt à différencier deux typologies de pensées. Nous nous attacherons ainsi à la pensée que nous pourrions qualifier de philosophique, et appartenant à l'ordre de l'idée ou même du concept, et à la pensée qui conduit à nos actions physiques. Car en effet, la pensée fait, en premier lieu, parti du processus gestuel. Le cerveau étant l'organe principal de la pensée, elle est à l'origine de nos actions et ainsi de nos mouvements.

45 VERGNAUD Gérard, « Qu'est-ce que la pensée ? », *La nouvelle revue de l'adaptation et de la scolarisation* 2013/3 (N° 63), p. 277-299

Mais elle ne se réduit pas seulement à cette action motrice, elle est également moteur réflexif. Si on se réfère au Trésor de la Langue Française, nous devons en effet la considérer comme « l'ensemble des réflexions qui caractérisent un domaine particulier de l'activité collective ». Dès lors, nous nous concentrerons sur cette dimension réflexive de la pensée. Cela nous permettra ainsi de définir la notion fondamentale de notre propos, s'articulant autour de la « pensée couleur », et qui, nous le constaterons ultérieurement, correspond à ce second type de pensée, une pensée conceptuelle.

Ce type de pensée que nous pourrions donc qualifier de réflexive, est le fruit de nos années d'expériences, des compétences et des comportements éprouvés au fil du temps. Cette expérience est « la source de nombreuses modifications importantes des structures et de la construction de la pensée⁴⁶ ». Cette expérience est également formée par la succession d'occasions qui constituent alors notre apprentissage, à l'épreuve de nos diverses découvertes, mais aussi de contextes sociaux multiples et d'un nombre certains d'interactions sociales, affectives et sensibles. Ce sont notamment ces interactions avec un tiers qui nous permettent de construire progressivement et de manière évolutive, non-définitive, notre cheminement de pensée. Elle est ainsi propre à chacun, comme si elle pouvait révéler les actions passées qui ont su construire notre pensée à cet instant T précis. Et pour cause, chacune de nos expériences participent à alimenter un flux permanent d'images visuelles, sensorielle, sonores, etc. qui nous influencent et influencent notre perception des choses et donc notre pensée.

« Les pensées ne sont pas toutes dans la tête. Et si vous me dites alors que c'est l'esprit qui imagine des signes ou des images, je vous répondrai qu'il s'agit là d'une métaphore, et qu'il n'y a pas de mécanisme intermédiaire de la pensée. »

WITTGENSTEIN Ludwig⁴⁷

Dans sa citation, Ludwig Wittgenstein fait la distinction entre « pensées » et « pensée », faisant émerger une notion sous-jacente, inhérente au flux d'images qui nous influence, la notion « d'objets de pensées ». Pour cause, toutes ces expériences et images, qu'elles soient visuelles, sonores, etc. portent incidence et touchent à des degrés différents notre processus de pensée. Les images qui composent ce flux, émanant de milieu divers, seront perçues et s'adresseront à des objets de pensées différents. S'appuyant sur les propos de Gérard Vergnaud, nous traduirons « objets de pensées » par « catégories de pensées ».

46 VERGNAUD Gérard, « Qu'est-ce que la pensée ? » Op. Cit

47 WITTGENSTEIN Ludwig, *Le cahier bleu et le cahier brun*, Gallimard, 2004

Nous pouvons ainsi rattacher ces catégories aux « domaines particuliers de l'activité collective » précédemment évoqués avec la définition de « pensée » extraite du Trésor de la Langue Française.

C'est ainsi que nous retrouvons l'expression « pensée couleur ». En effet, de la même manière que nous pourrions parler de « pensée scientifique », pensée alors empruntée aux personnes partageant le domaine d'activité qui gravite autour des sciences, et nous citerons donc le TLF, la pensée couleur serait considérée comme l'ensemble des réflexions qui caractérisent le domaine particulier de la couleur, domaine d'activité notamment partagé par les coloristes ; designers coloristes ; chercheurs coloristes ; etc.

La couleur est une entité que nous ne pouvons ignorer, car en effet, « la couleur est la toute première impression que procure l'apparence d'un objet⁴⁸ ». De fait, nous ne pouvons pas échapper au domaine de la couleur, que nous en soyons professionnel ou non. Ainsi, toute personne touchée par l'impression chromatique procurée par l'apparence d'un quelconque objet partage une pensée couleur. Même s'il n'existe pas de définition stricte pour l'expression « pensée couleur », elle traduit tout de même l'ensemble des idées, opinions et réflexions que peut porter tout un chacun sur une couleur en particulier ou sur la Couleur, alors considéré comme phénomène chromatique.

Comme le dit parfaitement Michel Pastoureau, « la couleur est un produit culturel » qui répond à des codes précis mais différent d'une culture à l'autre. C'est ainsi que l'on peut observer une « pensée couleur occidentale⁴⁹ », fidèle à cette culture, et autour de laquelle gravite des actes de perceptions qui lui sont propres. De cette façon, nous sommes confronté à une pensée couleur propre à l'Occident, partagée par tout individu, et qui admet sans remettre en question, pour donner un exemple, le fait que le noir est la couleur qui symbolise le deuil, alors que dans la culture japonaise elle représente la joie et que l'on retrouve notamment lors des mariages, ou le blanc qui est associé dans la culture occidentale à la pureté, alors qu'il est lié au deuil dans la plupart des pays asiatiques. Il est également répandu dans la culture occidentale d'habiller les filles en roses et les garçons en bleu, alors qu'au Japon, par exemple, il est habituel de voir des garçons habillés en rose, cette couleur ne possédant pas de valeurs de genres.

Mais la pensée couleur occidentale est surtout basée sur trois principes majeurs : la propriété thermique de la couleur ; la tonalité chromatique ; les valeurs naturelles ou artificielles de la couleur. Ainsi, la culture occidentale sépare les couleurs dites chaudes (rouge, orange, jaune) aux couleurs dites froides (vert, bleu, violet). De plus, nous opposons naturellement, se basant sur les tonalités chromatiques, les couleurs

48 GUILLEMARD Colette, *Le dico des mots de la couleur*, Seuil, 1998 (Coll. Dicos Points Virgule)

49 Annexe 8 : La pensée couleur occidentale

et ce que nous appelons les « achromatiques ». Comme nous avons précédemment pu le constater, nous avons hérités de cette opposition d'Isaac Newton et de ses recherches sur la lumière. Et pour finir, nous opposons également des couleurs dites « naturelles » et d'autres dites « artificielles ». Cette opposition est le résultat de la saturation de la couleur. En effet, une couleur naturelle sera une couleur désaturée, alors qu'une couleur artificielle sera une couleur, vive, fortement saturée. Contrairement à la culture occidentale qui porte un intérêt à la couleur pour ce qu'elle est, certaines cultures privilégieront plutôt par exemple la matité ou la transparence de la couleur, reléguant à un second plan la couleur elle-même.

Nous pouvons alors pour sûr envisager une pensée couleur propre à chaque culture, de manière individuelle, mais pourrions-nous envisager une pensée couleur universelle ? De la même manière que « prétendre à une histoire universelle des couleurs à toutes les cultures semble matériellement irréalisable et scientifiquement vain⁵⁰ », il nous paraît illégitime et bien ambitieux de croire en une pensée couleur universelle. Il nous semble alors être plus intéressant de se concentrer sur une culture, en l'occurrence la culture occidentale, et sur les possibles divergences de pensée couleur d'une personne à l'autre.

Nous avons précédemment évoqué l'importance des interactions sociales dans le processus de construction de notre pensée. Ce principe ayant été considéré de manière générale, il s'applique donc également à la pensée couleur.

Précédemment, nous n'avons pas cherché à défendre ou revendiquer une hypothétique pensée couleur universelle. Pour cause, nous sommes en droit de penser que l'universalité de la pensée couleur engendrerait une possible pensée lisse, gommée d'une richesse certaine née des interactions sociales. Cela supprimerait alors un niveau de lecture propre à chaque culture, ne laissant place qu'à une pensée couleur universelle, partagée par tous aux moindres nuances de propos.

« Les différences entre les sociétés mettent en valeur le caractère fortement culturel de la perception des couleurs. [...] Elles soulignent le rôle important des phénomènes perceptifs. »

PASTOUREAU Michel⁵¹

Nous souhaiterions plutôt privilégier une pensée couleur aux multiples niveaux de lecture et d'interprétations laissant s'exprimer un nombre foisonnant d'opinions, d'idées afin de construire une pensée couleur en perpétuelle évolution et riche de sens.

50 PASTOUREAU Michel, *Dictionnaire des couleurs de notre temps*, Op. Cit

51 PASTOUREAU Michel, *Le petit livre des couleurs*, Op. Cit.

En se concentrant sur la culture occidentale, on peut remarquer des écarts, des ambiguïtés lors d'échange avec un tiers favorisant ainsi cette richesse de pensée. En effet, les propos énoncés sont souvent interprétés de manière différente en fonction des personnes en présence, et de leur système de variables qui leur est unique. C'est pourquoi notre système de pensée couleur est en mouvement constant, nourri notamment de notre contexte social et de nos interactions affectives. Malgré une même pensée couleur qui puisse être partagée par un certains nombre de personnes au sein du domaine de la couleur, elles resteront propre à chacun, et façonnée au gré du temps, des expériences et de nos pratiques tout en possédant la capacité de s'adapter et de laisser place à de nouvelles idées ou théories comme on pu l'illustrer les différentes théorie de la couleur amenées progressivement par notamment Newton, Chevreul ou Goethe, pour ne citer que quelques uns des illustres personnages qui ont contribué au façonnage de cette pensée couleur, notamment occidentale.

Cependant, n'oublions pas l'un des principaux acteurs de cette pensée couleur, l'œil. Pour cause, la couleur est avant toute chose, avant même d'être sujet à débat, une sensation perçue par notre œil. Commençons par une petite parenthèse qui nous permettra de comprendre le principe physique de la vision des couleurs et donc l'importance que peut avoir de ce phénomène. De nombreux photorécepteurs tapissent le fond de notre œil et permettent ainsi de capter la lumière. Cette information lumineuse est alors transformée en signaux électriques qui sont ensuite traduis par le cerveau. Nous sommes dès lors capable de dire quelle couleur nous regardons. De cette façon, l'œil est capable d'identifier près de cent cinquante à deux cent nuances différentes. La communauté scientifique s'accorde à dire que l'œil est un des organes principaux, nous offrant l'un des cinq sens majeur qui est la vue, dont l'unique rôle pourrait se résumer à être un capteur d'image. Pour citer David Marr, neuroscientifique, « voir c'est répondre à la question quoi et où ?⁵² », réduisant l'œil au statut d'organe somatique. Si on considère la définition du TLF, l'œil en tant qu'organe de la vue est « le globe oculaire et les divers milieux qu'il enferme constituant l'appareil optique de l'homme et de nombreux animaux ». Cette définition accompagne parfaitement les propos de Marr, mais nous ne nous arrêterons pas à cette pensée scientifique et que nous pourrions qualifier de restrictive. Si nous faisons à nouveau intervenir cette notion de pensée, c'est pour introduire une idée qui appartiendrait au domaine de la sensation et pas seulement du phénomène physique. Selon JC. Milner, l'œil serait bien plus qu'un organe au sens stricte du terme, mais « un organe mental doué de compréhension⁵³ ».

52 MARR David, *Vision: A Computational Investigation into the Human Representation and Processing of Visual Information*, The MIT Press, 1980

53 MILNER Jean-Claude, *Introduction à une science du langage*, Op. Cit.

Il devient alors un outil, nous permettant avant même que l'information soit traduite par notre cerveau, d'interpréter la couleur et la sensation chromatique qu'elle procure. Selon Maurice Dérivé, notre capacité perceptive ne serait pas identique d'une personne à l'autre, elle serait propre à chacun. Cela dépendrait notamment de notre éducation, de notre culture mais aussi de la sensibilité de notre œil⁵⁴.

Nous pouvons également nous appuyer sur l'exemple des nuances qui composent le domaine chromatique des blancs colorés. Nous avons soumis divers exercices à un panel varié de personnes afin de montrer les différences de sensibilité de l'œil lors de la perception d'une couleur entre plusieurs individus. Les résultats que l'on retrouve à l'Annexe 9, nous indiquent une différence certaine dans la perception des couleurs entre hommes et femmes. Les femmes sont plus précises et plus à l'aise dans l'identification des blancs colorés, alors que les hommes sont plus hésitants et font plus d'erreurs d'identification. Nous leur avons également demandé d'identifier les blancs colorés parmi d'autres nuances, des nuances de blancs colorés et des nuances du domaine chromatique des pastels. Ils s'accordent tous à dire qu'il est extrêmement complexe de les identifier avec exactitude. On peut cependant remarquer que les femmes identifient avec plus de facilité certaines nuances de blancs colorés, mais elles ne sont pas plus en mesure que les hommes d'identifier la totalité des nuances appartenant au domaine chromatique des blancs colorés.

Mais, à la manière d'un muscle, ne pourrions-nous pas entraîner cet œil-outil à, notamment, reconnaître des nuances parmi d'autres ?

Il semblerait que cette proposition puisse être tangible. En effet, si nous prenions la place d'une étudiante en master Création Recherche Innovation Couleur, nous sommes en mesure de constater que son œil a été entraîné à lire, à interpréter les couleurs et à les différencier de manière progressivement efficiente au fil des mois. Du fait que cet exercice soit devenu quotidien et même devenu inconscient, l'œil s'est perfectionné. Il a gagné en sensibilité et est aujourd'hui capable de faire la distinction entre deux nuances très proches, nuances qu'il n'aurait sans doute pas su reconnaître il y a encore deux ans. Il en devient plus performant qu'un spectrophotomètre (appareil permettant de mesurer la couleur électroniquement), par exemple, du fait de la prise en compte du contexte portant incidence sur la couleur. L'œil est alors capable de hiérarchiser les informations afin de considérer de manière la plus juste la couleur qui lui est donnée à voir. Et si deux personnes perçoivent une même couleur mais la voit différemment, qui a raison ?

La pensée couleur intervient alors pour les départager en se reposant sur les principes de cette pensée commune qui, on peut imaginer, donnera sans doute raison à la personne la plus expérimentée, dont l'œil est le plus entraîné à la lecture des couleurs.

54 DÉRIVÉ Maurice, *La couleur*, Op. Cit.

En effet, selon Michel Pastoureau, « les frontières entre les différentes nuances n'ont pas d'existence réelle. Tout dépend de celui qui regarde⁵⁵ ». Mais cette supposition n'est valable que dans le cas où la couleur ne possède de nom, car en effet, les dénominations ne sont pas toujours le reflet de la couleur. Nous pouvons ainsi être induits en erreur si nous nous concentrons uniquement sur le nom de la couleur et si nous ne faisons pas confiance à la sensation chromatique perçue. Nous atteignons ici ce que nous appellerons les limites entre image chromatique et dénomination de couleur.

Commençons par définir cette expression « image chromatique ». Pour la traduire au mieux, il ne s'agit pas de convoquer les mots un à un, mais de les penser comme un unique système. Derrière cette « image chromatique » se cache un principe d'analogique. Il est employé, notamment par les industriels, pour nommer une couleur. Par association d'idées, ils retranscrivent au travers du terme de couleur un sentiment, une sensation, une idée, un concept qui permettra aux clients de choisir cette couleur plutôt qu'une autre, et ainsi de se l'approprier. Une image est alors associée à ce nom de couleur dans l'esprit du public, lui permettant d'apporter une valeur affective à la couleur. La notion « d'image chromatique » est le résultat de ce processus. Plus qu'une couleur ou une image, on assiste via le terme de couleur, à la symbiose entre une image et une certaine couleur, ne formant alors qu'une seule et unique entité.

Mais bien souvent, cette dénomination analogique ne correspond pas aux valeurs chromatiques⁵⁶ de la couleur et influence l'image chromatique. Nous constatons alors une différence entre le nom de la couleur et ses valeurs. Les blancs colorés ne sont pas épargnés par ce phénomène. Bien au contraire, bon nombre d'industriels, mais faisons tout de même remarquer que ce n'est pas le cas de tous, usent de ce que nous appellerons « aberrations nominales ». Nous pourrions alors définir cette expression comme étant un défaut manifeste et récurrent du système de nomination des couleurs. Cela conduit à une mauvaise interprétation de cette dénomination, engendrant une déformation perceptive de sa couleur.

Prenons pour exemple une couleur distribuée par la marque de peinture tout public, Ripolin®. Parmi leur collection de blancs colorés, figure une couleur répondant au nom de « Blanc lacté ». D'un premier abord, sans voir la couleur, nous pourrions être tenté d'imaginer une couleur proche, voire même très proche du blanc, mais avec peut-être une pointe de jaune. Nous avons alors à l'esprit l'image de la petite peau qui se forme sur le lait du petit-déjeuner.

55 PASTOUREAU Michel, *Le petit livre des couleurs*, Op. Cit.

56 Les valeurs chromatiques correspondent à l'essence même de la couleur. Elles correspondent par exemple au profil RVB des systèmes numériques ou au profil CMJN pour l'impression. Elles permettent ainsi de traduire la composition de la couleur.

Voici en réalité la couleur qui correspond à ce nom :



Ripolin, Collection 2016, Les Blancs Colorés
BLANC LACTÉ

Nous serons tous d'accord pour dire que cette couleur n'a rien de ressemblant avec l'image que nous avons précédemment à l'esprit. Elle se rapprocherait plutôt de celle d'une eau trouble au fond vaseux. Si nous avons préalablement vu cette couleur sans sa dénomination, c'est avec une pensée certaine que nous n'aurions pas associé cette couleur au domaine des blancs colorés.

Si nous devons nous perdre en conjecture, nous avancerions l'idée que ce nom fut peut-être choisi pour retranscrire l'image d'un paysage montagneux, sans-doute enneigé, au prise de la lumière du matin. Ou ce fut peut-être pour traduire la couleur des plaines de montagnes suite à un épisode neigeux. Nous ne saurons sans-doute jamais vraiment. Mais nous pouvons néanmoins nous accorder sur le fait que l'intention première fut de nous transporter, le temps d'un instant, vers des paysages de vacances, où règne tranquillité et nature. Outre cette intention de voyage, voici donc un exemple flagrant d'une aberration nominale. La dénomination ne traduit en rien les valeurs chromatiques de la couleur associée⁵⁷. Même par simple observation, nous sommes capable de dire que cette couleur est bien trop éloignée du blanc pour faire partie du domaine des blancs colorés. Jaugeant à l'œil d'une composition mineure mais existante en noir, nous pourrions nous demander si elle n'appartiendrait pas au domaine chromatique des gris colorés.

Mais cette idée restera à l'état de question ouverte, notre propos ne concernant pas ce domaine chromatique, bien qu'il soit tout aussi complexe que celui des blancs colorés.

De la pensée couleur à l'innovation

Nous avons précédemment pu observer les enjeux et les aboutissants du principe de « pensée », cela nous ayant permis d'appréhender la notion de pensée couleur, notamment occidentale. Nous avons pu voir que la pensée couleur revêtait de nombreuses particularités et singularités mais qu'elle a aussi su évoluer au fil du temps et des multiples contributions apportées.

Pourrait-on considérer ces contributions comme des innovations ? La pensée couleur peut-elle faire figure de système innovant ? Serait-il possible d'innover dans la pensée couleur ?

57 Annexe 10 - Image chromatique et dénomination

Autant de questions qui occupent l'esprit des praticiens de la couleur à l'heure d'une société en pleine mutation. Pour pouvoir envisager un début de réponse, commençons par définir les enjeux qui se cachent derrière ce terme « d'innovation ». L'organisation de coopération et de développement, plus communément appelé OCDE, définit l'innovation comme étant la « transformation d'une idée en un produit nouveau ou amélioré introduit sur le marché, ou en un procédé opérationnel nouveau ou amélioré utilisé dans l'industrie ou dans le commerce, ou une nouvelle démarche à l'égard d'un service social ». Si vous voulions vulgariser, ou résumer les propos de cette définition, nous pourrions dire que l'innovation a pour vocation de faire évoluer l'économie.

Si l'histoire montre que le concept d'innovation existe depuis les grecs, il a réellement été introduit, dans une dynamique sociétale, au début du XXe, à la suite notamment de la révolution industrielle. Mais il ne faut cependant pas confondre innovation et invention. En effet, l'innovation a pour vocation d'être un produit ou même un service, par exemple, appliqué et applicable sur le marché. Quant à elle, l'invention, peut rester *ad vitam æternam* à l'état d'idée. Même si c'est une idée qui est à l'origine de l'innovation et de l'invention, l'innovation, contrairement à l'invention, rencontrera son marché.

Cependant, l'innovation, telle qu'on l'emploie aujourd'hui, peut ne pas être une innovation au sens dictionnaire du terme. En effet, ce terme est aujourd'hui utilisé et usé de manière répétée, dénaturant ainsi le principe même de l'innovation.

Mais l'innovation c'est avant un progrès apporté et accepté par la société. Peter Drucker utilise l'expression de « progrès finalisé » car l'innovation aura été diffusé dans la société. Pour pouvoir arriver à ce résultat, l'innovation aura préalablement convoquée différents acteurs qui auront été en mesure de la concevoir, de la produire et de la diffuser vers l'utilisateur. Selon Schumpeter, l'innovation ne peut se faire seule. Elle se réclame du monde extérieur et des parties en présences. Sans ces acteurs externes, elle ne pourrait exister. Elle est ainsi dépendante des facteurs de production, d'industrialisation et de consommation. C'est ainsi que se forme son cycle de vie. Si elle ne peut pas être produite, elle ne pourra pas être industrialisée et donc ne pourra pas rencontrer son public. Mais dans le cas où elle aura été produite et industrialisée, l'innovation peut perdre son statut même d'innovation si elle n'est pas acceptée par le public. Prenons l'exemple des Google Glass®. Ces lunettes intelligentes sont arrivées sur le marché avec la prétention de pouvoir considérablement améliorer l'interaction entre les gens, mais aussi le partage d'information en temps réel, etc. Il suffit seulement de quelques mois pour que ce produit soit retiré du marché, faute de consommateur. Le public n'était pas prêt à accueillir ce produit qu'il considérait déshumanisant et intrusif. Ces Google Glass® perdirent instantanément leur statut d'innovation. Nous venions d'assister à un exemple d'innovation disruptive ou de rupture.

Cette innovation, dite aussi radicale, s'oppose à un second type d'innovation, l'innovation incrémentale, aussi appelée innovation douce. Ce second type d'innovation apporte de petites améliorations techniques ou organisationnelles en s'adaptant au modèle économique. L'innovation douce voit alors apparaître le concept de General Purpose Technology. Ce concept se traduit par la multiplication des usages des technologies, ce potentiel excédant alors les intentions premières. C'est le signe de l'appropriation de ces technologies par les usagers traduisant ainsi un sentiment d'acceptation propre à l'innovation douce. L'apparition du gramophone fin XIX est un exemple parfait pour illustrer ces General Purpose Technology. Tout le monde connaît le principe du gramophone, il permet de jouer mécaniquement un morceau de musique enregistré sur un disque phonographique. D'ailleurs si on regarde la page Wikipédia correspondante au gramophone, elle ne présente que cet usage principal. Mais peu de gens savent, et maintenant vous allez en faire partie, que le gramophone était à l'origine conçu pour enregistrer les testaments de nos chères personnes décédées. Ce produit fut si plébiscité par les usagers qu'ils ont pu se l'approprier en lui ajoutant un usage, un usage au départ imprévu.

A contrario, l'innovation de rupture modifie radicalement le système en place et perturbe massivement les habitudes sociétales et ne permet pas aux usagers une telle appropriation du produit ou du service. Il est parfois même perçu comme une contrainte. Schumpeter définit ce phénomène de principe de « destruction créatrice⁵⁸ ». Ce processus engendre alors simultanément la disparition de secteurs d'activités au profit de la création de nouvelles activités. Observons maintenant l'exemple de la machine à écrire. Elle permettait, lors de son apparition, notamment au sein des entreprises et des administrations, aux dactylographes de taper un texte qui leur était dicté ou un des écrits manuscrits. Elles étaient indispensables, notamment aux chefs d'entreprises qui ainsi n'avaient pas à perdre de temps avec cette écriture mécanique longue, fastidieuse et peu confortable. Avec l'apparition progressive de la haute technologie, les ordinateurs ont supplantés les machines à écrire et, de fait, les dactylographes. Car en effet, les chefs d'entreprises pouvaient à leur tour taper ce qu'ils dictaient autrefois à leur dactylographe, ou aussi appelée secrétaires. Et aujourd'hui ils n'ont même plus besoin de taper leurs textes, l'ordinateur enregistre leurs discours et les retranscrit automatiquement grâce à un logiciel de traitement de texte. L'époque de la machine à écrire, et ainsi de la secrétaire, si indispensable, est aujourd'hui révolue.

Malgré la radicalité d'une telle innovation, Schumpeter considère que la destruction créatrice est nécessaire pour pouvoir apporter des améliorations au sein de la société et doit donc passer par l'effacement, la disparition d'éléments passés devenus obsolètes.

58 Joseph Schumpeter, *Capitalisme, Socialisme et Démocratie*, Payot, 1942

Elle permettrait de nous orienter, d'envisager de nouvelles directions pour devenir « créatrice d'opportunités⁵⁹ ». Selon lui, il ne peut y avoir développement qu'à la condition qu'il y est destruction créatrice, le développement étant l'essence même de l'innovation. Elle permet ainsi une réorganisation profonde du système. Cependant, l'innovation est aussi liée aux entreprises. En effet, sans financement, il ne peut y avoir d'innovations à introduire sur le marché. Schumpeter définit cette dépendance « d'action financière⁶⁰ », permettant alors de voir le monde autrement via le goût du risque induit par cette innovation, car en effet, tant qu'elle n'est pas sur le marché, nous ne pouvons avoir aucune garanties qu'elle rencontre son public. Elle forgerait ainsi le goût d'entreprendre et l'ambition de la réussite⁶¹.

Mais l'innovation de rupture est-elle aussi bénéfique que le prétend Schumpeter ? Est-elle appropriée pour tous les domaines ?

Nous sommes tentés de ne pas lui donner raison, du moins en ce qui concerne le domaine de la couleur. Pour cause, lorsque nous abordons cette question de la couleur, nous sommes confrontés à une multitude d'approches et notamment un paradoxe fort. En effet, nous sommes partagé entre la volonté de construire une science objective de la couleur, basée sur l'existence de lois universelles notamment scientifiques et physique, et le souhait d'encourager le phénomène vivant qu'est le phénomène colorés, notamment grâce aux qualités perceptives de chacun et chacune. Ce paradoxe génère de nombreuses difficultés à surmonter, c'est pourquoi il nous paraît plus approprié d'envisager une innovation douce en ce qui concerne le domaine de la couleur. Elle nous permettrait ainsi d'amener de nouvelles idées, de nouveaux concepts, de faire changer des mentalités dont les préceptes sont ancrés depuis des décennies, en un mot de faire évoluer une pensée considérée comme majeure et déterminante. Elle laisserait ainsi le temps au public d'appréhender toute la complexité liée à cette discipline et de se l'approprier.

Mais plus qu'une innovation au sens de produit ou de service, nous pourrions reconnaître l'innovation de la pensée couleur au travers de deux idées fondamentales : la reconnaissance et la valorisation. Il nous paraît en effet primordial que le public puisse enfin reconnaître la couleur en tant que discipline et non plus seulement comme accessoire. Cela passera sans doute par la création d'outils de diffusion notamment, permettant ainsi de sensibiliser le public à cette discipline nouvelle de la couleur.

59 DEBLOCK Christian, « Présentation du dossier : Innovation et développement chez Schumpeter », *Revue Interventions économiques*, n° 46, 2012

60 DEBLOCK Christian, « Présentation du dossier : Innovation et développement chez Schumpeter », *IBID.*

61 Joseph Schumpeter, *Capitalisme, Socialisme et Démocratie*, *IBID.*

Cette discipline est aujourd'hui capable d'offrir tout autant une vision cartésienne de la couleur, notamment par des systèmes physiques, optiques, etc. mais aussi une approche plus sensible, affective, passant par la perception ou la sensation de l'ordre de l'affect. La couleur comme discipline serait ainsi progressivement adoptée et plébiscitée au sein, notamment, des institutions scolaires et publiques, du jeune public, des industriels et de l'artisanat, etc.

Cette ambition ne pourra cependant être rendue possible qu'à la condition de mettre en place une action novatrice, collaborative et pluridisciplinaire. Elle permettra de toucher les usagers mais aussi la masse sociétale, notamment par la singularité même de cette discipline, tout étant capable de répondre aux besoins et attentes de cette société de masse. Cette mise en action permettra de diffuser de nouveaux usages de la couleur mais aussi une appropriation de ces usages tout en octroyant une valeur ajoutée aux projets.

Notre cheval de bataille, que nous n'avons pas encore évoqué, tiendrait alors en deux mots : « Design Couleur ». Cette expression est volontairement construite sur le modèle des autres disciplines du design qui sont aujourd'hui enseignées notamment dans les grandes écoles de design ou dans les universités. La construction de cette expression prend ainsi exemple sur les disciplines dites majeures ou historiques, comme le design produit ; le design d'espace ; le design graphique, ou des disciplines plus récentes comme le design culinaire ; le design sensoriel ; l'UX design (ou interface utilisateur) ou encore le design de service. Ainsi, la discipline de la couleur sera considérée comme l'égale des autres disciplines déjà instituées. Cette proposition, nous pourrions même dire cette revendication, a pour vocation d'encourager le développement de cette discipline et ainsi de pouvoir lire dans quelques années aux programmes des universités ou des grandes écoles de design, la mention « Design Couleur » entre la mention design d'espace et la mention design culinaire, par exemple. De cette même vision naît également l'espoir qu'elle soit présente, espérons dans un futur proche, au sein d'un plus grand nombre d'établissements qu'aujourd'hui, rendant par la même les guillemets superflus lorsque l'on énoncera cette pratique. Ce sera le signe qu'elle fera enfin partie intégrante des mœurs de la société de demain.

De la même manière que la pensée couleur, il est ainsi nécessaire envisager cette expression « Design Couleur » comme un tout. Une fois adoptée, elle représentera à elle seule une évolution effective de la pensée couleur prédominante. Les codes et les normes, ayant jusqu'à présent construits cette pensée couleur occidentale ancrée dans nos habitudes, auront évolué pour laisser place à de nouveaux repères. Cette discipline saura alors être facteur de nouvelles pratiques, créatrice de nouveaux outils et catégories professionnelles.

C'est ainsi qu'aujourd'hui, on commence à observer des projets convoquant cette discipline, le « design couleur ».

Pour illustrer l'émergence de cette discipline, nous pouvons prendre pour étude de cas le projet *Bon séjour* conçu par l'agence parisienne Care&Co, « Le design au service du parcours de soin ».

Cette agence base son activité autour de cinq terrains de recherche et d'expérimentation : l'information, les espaces de soin, les interfaces de soin, les parcours utilisateurs et la qualité relationnelle.

Le projet *Bon séjour* est un projet de design global conçu donc par l'agence Care&CO, pour le Centre Ressource Mémoire de l'hôpital de la Robertsau à Strasbourg, qui est un hôpital de jour gériatrique. Les personnes âgées viennent dans cet hôpital de jour - CMRR (Centre Mémoire Ressources et Recherche) pour y faire notamment des bilans mémoire, orienté par leur médecin traitant par exemple. L'hôpital accueille les personnes venues consulter afin de leur proposer tout un ensemble d'exams. Entre chaque examen et pour le repas de midi, il est proposé à la quinzaine de patients accueillis chaque jour, de se retrouver dans une grande salle dont les baies vitrées ouvrent sur un parc arboré.

Après plusieurs mois de travail pour définir un cadre de projet singulier, la Fabrique de L'hospitalité publie en novembre 2012 un appel d'offre pour une commande artistique et de design dans l'hôpital de jour gériatrique. Il s'agit de tester une méthode de projet originale articulée en deux temps : un premier temps de travail de terrain, en interaction avec les acteurs de l'hôpital de jour, à l'issue duquel un projet concerté est validé collectivement par l'équipe de l'hôpital de jour et l'équipe de créateurs sélectionnés. Dans un second temps, le projet est réalisé en respectant les contraintes d'un site occupé.

Ce projet est alors pensé sur la base d'une démarche de co-conception avec les patients et les équipes soignantes, le projet a pour mission d'améliorer l'expérience des patients au sein de la structure : qualité des espaces, qualité relationnelle avec l'équipe, accueil et convivialité, stimulation sensorielle. Le concept général est ainsi centré sur les usages, les aménagements d'espaces, la création de mobilier, la mise en couleur et en lumière de l'établissement. Le projet fut aussi construit autour d'un travail collaboratif entre l'agence Care&Co, un designer d'espace, un designer graphique et d'un coloriste indépendants. Cette équipe pluridisciplinaire a su donner une place majeure aux équipes soignantes et aux patients dans le processus de conception grâce à de nombreux entretiens.

Échanges entre l'équipe de Care&Co et les professionnels de l'hôpital gériatrique de la Robertsau afin d'établir le cahier des charges ainsi que cette démarche de projet singulière.





Échange préliminaire entre la direction, l'équipe soignante et l'équipe élargie de designers.



Échange entre des résidents et les designers.



Maquette à disposition des résidents et de l'équipe soignante par les designers pour appropriation du projet.

Un travail de terrain et d'immersion sur le site a donc été observé avant de commencer la phase de conception et surtout avant de présenter un projet. Cette collaboration a mené à de nombreuses pistes, volontairement ouvertes afin qu'elles puissent être appréhendées par cette équipe élargie et ensuite modelée en fonction des remarques de chacun. Cette méthode immersive a permis de concevoir un espace qui souligne les différents moments de la journée, accompagnant ainsi les patients au cours de ces différentes périodes journalières, mais aussi un contexte propice à la stimulation et à l'appropriation de ces lieux.

L'espace est rythmé par une succession de points d'ancrage qui permet ainsi aux patients de se repérer mais aussi de se sentir en confiance. Ces différents éléments permettent d'accompagner la personne âgée sans pour autant la contraindre. En effet, l'ensemble de ces éléments offrent une grande place à l'interprétation et à l'appropriation du lieu, tant pour la personne âgée que l'équipe soignante. Ils permettent ainsi de créer un écosystème harmonieux et propice à l'échange.

Outre la perspective spatiale et graphique du projet, la couleur y occupe une place importante, nous pourrions même dire que le projet fut conçu autour de la couleur. En effet, elle remplit ici un rôle prothétique, permettant de combler les sensations perdues ou diminuées.

Elle permet notamment de mettre en place des jeux de contrastes, notamment adressés aux personnes âgées malvoyantes, leur permettant ainsi de distinguer plus facilement les espaces. En effet, une adaptation chromatique est nécessaire car de nombreuses pathologie apparaissent avec le vieillissement, le cristallin perd une partie de son élasticité et des capacités de focalisation ; la presbytie se développe ; la fréquence des cataractes augmente ; le trouble causé par le jaunissement du cristallin entraîne une réduction de la quantité de lumière atteignant la rétine, ce qui fausse les couleurs et rend plus difficile la vision et la perception précise des objets.

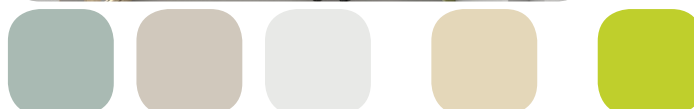
C'est ainsi que des couleurs moyennement saturées et rabattus sont à privilégier. Elles seront également mises en œuvre pour permettre de fixer la position du mobilier grâce à l'association d'une couleur et d'un meuble. Cette codification permet ainsi de faciliter le mouvement des patients notamment atteints de déficiences visuelles parmi le mobilier et les espaces, mais aussi de comprendre et de se souvenir plus facilement des usages. La couleur permet également de créer des harmonies douces et non-agressives, suscitant un sentiment de paix intérieure et d'appropriation grâce à leur neutralité. Cet univers chromatique définit et délimite les espaces et ses usages, créant ainsi des repères spatio-temporels sur lesquels peuvent se reposer les patients. L'univers chromatique génère également un exercice visuel stimulant.



Le passage d'une pièce à l'autre est marqué par un changement de couleurs au mur et des huisseries.



Les encadrements de portes peints désignent les pièces consacrées à l'accueil des patients.





Les plages colorées de l'horloge permettent de se repérer parmi les étapes principales de la journée.



Le mur de curiosité éveille les sens. Il accueille des objets destinés à être observés, manipulés, etc. La gamme chromatique du mobilier répond elle aussi à cette stimulation.



De cette manière, les patients s'approprient les espaces et les usages, reproduisant des schémas familiers à leur domicile personnel. Ils prennent plaisir à déambuler dans l'établissement, à partager leurs sensations, que ce soit à d'autres résidents ou à l'équipe soignante. Le partage s'installe, ainsi qu'une relation de confiance et un sentiment de sécurité. L'établissement n'est alors plus considéré comme un lieu de contrainte, associé à des santés fragiles et dépersonnalisé mais comme une seconde maison, collective, stimulante et agréable à vivre. Ils profitent ainsi de la découverte d'une forme de confort différente de celle de leur domicile tout en créant du lien social grâce à la rencontre avec de nouvelles personnes.

La couleur devient médiatrice entre les patients et l'équipe soignante, mais aussi avec les patients entre eux.

Malgré les bénéfices certains et manifestes de l'approche chromatique du projet, cette approche fait aujourd'hui figure d'oiseau rare. En effet, peu d'établissements apportent autant d'importance au contexte de vie, notamment au contexte chromatique aujourd'hui considéré comme accessoires, privilégiant les équipements et les équipes dédiées au soin. Plus généralement, les structures, quelles soient publiques ou privées considèrent la couleur comme un accessoire, tenant exclusivement du domaine de la décoration.

Si ce projet a pu voir le jour, c'est parce qu'il prend place dans le cadre d'une commande de la Fabrique de l'Hospitalité, laboratoire d'innovation du CHU de Strasbourg. Grâce notamment à l'art et au design, revendiquant ici un design pluridisciplinaire, ce service de la direction générale du CHU de Strasbourg a pour objectif depuis de nombreuses années, de favoriser le bien-être des agents hospitaliers et des usagers afin d'améliorer la prise en soin des patients et de leurs proches avec des outils aussi bien issus des sciences humaines, de la création en général et du design en particulier. C'est une plate-forme de collaboration entre les Hôpitaux Universitaires de Strasbourg et de nombreux partenaires ayant les mêmes objectifs d'amélioration des espaces et du temps vécu à l'hôpital, accordant toute sa place à l'expertise chromatique, lui conférant ainsi un rôle, non plus uniquement décoratif, mais aussi important que le design d'espace, par exemple. La couleur devient moteur de bien-vivre pour les usagers.



03

CHAPITRE TROIS

Vers un penser global de la couleur

VERS UN PENSER GLOBAL DE LA COULEUR

Le designer coloriste

Avant de se concentrer sur le statut du « designer coloriste », commençons par observer succinctement ce qui se cache derrière le titre de ce troisième et dernier chapitre, « vers un penser global de la couleur ». Cela nous permettra par la suite de mieux comprendre les enjeux et aboutissants qui sont induits par l'intitulé de ce statut de « designer coloriste ».

Nous ne devons pas réduire le domaine de pratique de la couleur uniquement au statut de designer coloriste. Cela réduirait considérablement la multiplicité des approches de cette discipline. Pour cause, l'expression « penser global de la couleur » que l'on pourrait aussi reformuler par « penser chromatique » traduit ici l'action du professionnel dans le domaine de la couleur.

Elle traduit aussi en cette multiplicité des approches chromatiques, la multiplicité des métiers et professionnels qui gravitent autour de la discipline de la couleur. Pour cause, le designer coloriste n'est pas le seul professionnel de la couleur. On retrouve également, et de manière non-exhaustive, les coloristes ; les professionnels de la tendance ; les ingénieurs couleurs ; les directeurs artistiques ; les chef de projets ; les chercheurs en développement et innovation ; les créateur d'innovations matières et matériaux ; etc.

Chacun de ces professionnels appliquent ainsi des modèles de travail distincts, utilisant des outils divergents, s'adressant à des usagers différents, etc. Cependant, tout ces professionnels de la couleur partagent un point commun avec le designer coloriste, leur considération exacerbée pour la couleur. Plus qu'un accessoire, elle est pour eux un atout majeur possédant toute leur reconnaissance.

Ainsi, en ce concentrant maintenant sur le statut de designer coloriste, on constate que la couleur fait partie intégrante des projets de ce professionnel, ou que l'on pourrait qualifier de praticien de la couleur mais nous reviendrons sur le terme « praticien » ultérieurement. La couleur n'apparaît donc pas ponctuellement mais elle est prise en considération tout au long des différentes phases des dits projets.

Elle devient facteur, et même outils de conception et plus seulement une pièce rajoutée en aval du projet. Ainsi, le statut de designer coloriste n'est pas à confondre avec celui d'un designer⁶² qui posséderait une spécialisation en couleur ou celui d'un coloriste⁶³ qui aurait pour vocation de conduire un processus de conception ou apporterait une certaine expertise de manière ponctuelle au cours d'un projet de conception.

Un designer coloriste, au contraire, et contrairement, par exemple, aux designers d'espaces, aux designers industriels ou aux designers graphiques, qui eux possèdent un domaine d'activité précis et spécialisé pour lequel ils se sont formés, le designer coloriste lui, gravite autour de chacun de ces domaines et même plus. Embrassant une pratique globale de la conception, le designer coloriste trouve sa place aussi bien lors d'un projet de design industriel que lors d'un projet de conception graphique, par exemple pour ne citer que les domaines du design les plus connus. La pluridisciplinarité de son profil lui permet ainsi de s'intégrer parfaitement au sein d'équipes transdisciplinaires.

Dans le cas d'équipes monodisciplinaires où pourrait prendre place ce designer coloriste, il permet, de part le fondement pluridisciplinaire même de son profil, d'apporter de nouveaux points de vues, de modifier les perspectives du projet et ainsi de permettre aux équipes de voir plus loin. De nouvelles idées émergent, permettant de donner un relief différent aux corps des projets et permettant peut-être aussi d'apporter une alternative à un projet manquant de pluralité.

De part la singularité certaine d'un tel profil, aujourd'hui encore considéré comme atypique ou même diront certains manquant de professionnalisme⁶⁴, il peut également porter la casquette de médiateur, de traducteur d'une discipline à une autre, lui-même étant familier de chacune d'entre-elles. En effet, du fait de la pluridisciplinarité qui le caractérise, le designer coloriste a su intégrer et utiliser les différentes composantes des langages propres à chaque domaine et leurs singularités comme par exemple leur vocabulaire et lexique spécifique, leurs expressions, etc.

62 Annexe 11 : Qu'est-ce qu'un designer ?

63 Annexe 12 : Qu'est-ce qu'un coloriste ?

64 Lorsque l'on parle de design, sans ajouter de précision concernant sa typologie, on pense immédiatement au designer industriel. Comme on peut le constater avec l'Annexe 12, le design étant autrefois la discipline des designers de produits, aujourd'hui appelés designers industriels. Cet héritage du passé suit encore les designers d'aujourd'hui, les obligeant à spécifier leur domaine d'activités.

De plus, le designer global d'aujourd'hui souffre de cet héritage qui ne permet pas de multiplier de les étiquettes et ainsi les domaines d'activités. Certains professionnels, notamment devenus professeurs dans certaines grandes écoles que nous ne citerons pas, rencontrés au cours d'entretiens scolaires, pensent encore aujourd'hui que la voie royale pour un designer est le design de produit. Ils n'acceptent pas le professionnalisme d'un designer capable d'officier dans de multiples domaines d'activités, de part justement cette pluridisciplinarité.

En sommes, nous pourrions résumer cet ensemble langagier par l'expression de « jargon professionnel ». Il permet ainsi une meilleure compréhension de chacune des parties en présence, participant à une amélioration de la cohésion de groupe. De fait, il participe également à l'efficacité du processus de conception, générant alors un langage unique au cours du projet, propre à ce projet et à l'équipe durant le temps de ce dit projet ou pour les projets futurs si ils sont conduits par la même équipe. Mais cette pluridisciplinarité permet également de concevoir, d'envisager, de penser les projets dans leur globalité, on pourrait même dire à 360°.

A la manière d'un fil rouge, ce designer coloriste devient facteur d'une cohérence, d'amont en aval du projet, chaque domaine ne faisant plus qu'un, chaque profil fonctionnant à l'unisson. Cette approche globale, ou holistique, tenant alors compte de tout les systèmes et traitant les problématiques dans leur globalité, est aujourd'hui appelée design global⁶⁵. Les précédentes générations peuvent aussi connaître cette approche sous le nom de design systémique.

Mais le design global ne permet pas uniquement une cohérence des projets, il permet également de prendre en compte le cycle de vie du projet, de sa conception à sa consommation et son même son après, ou par exemple du service ou de l'espace conçu. Empruntant ce principe à l'éco-design⁶⁶, ou aussi appelé design responsable, cette démarche complexe imprègnent chaque maillon du processus de conception. Mais il ne s'agit pas de réduire cette démarche à l'emploi de matériaux « verts » au cours de la conception, mais plutôt d'adopter une vision d'ensemble, ainsi favorisant un développement éthique.

65 « Méthode basée sur une logique de système qui permet de considérer, contrairement à ce que l'on faisait dans les années 80, le projet dans sa globalité. Le design global relie également les disciplines classiques du design à des sciences diverses comme l'anthropologie, l'ergonomie (nouveaux outils grâce à internet) et des attitudes sociales nouvelles (développement durable).

Le designer quitte son statut de dessinateur projeteur et s'ouvre à d'autres savoirs, le design devient un état d'esprit. D'années en années, de siècles en siècles, le design devient caméléon, pluriel, et finalement un, laissant place au design global. »

Source : URVOY Jean-Jacques, *Le designer : de la conception à la mise en place du projet*, Eyrolles, 2009

66 « L'éco-conception ne peut se développer sans l'implication des entreprises dont les enjeux sont nombreux en terme de gains économiques, d'image et de différenciation sur le marché. Il s'agit de mieux maîtriser les risques et les coûts liés au cycle de vie des produits, d'anticiper les attentes naissantes des donneurs d'ordre ou des consommateurs, favorables à une meilleure prise en compte de l'environnement et de faire de l'environnement un facteur nouveau de dynamisation et de créativité lors des processus de création et de conception.

Toutes les entreprises qui peuvent agir directement ou indirectement sur la conception ou l'amélioration des produits sont concernées. L'éco-conception consiste à intégrer l'environnement dès la phase de conception des produits, qu'il s'agisse de biens, de services. Cette intégration repose sur une approche globale et multicritères du contexte et est fondée sur la prise en compte de toutes les étapes du cycle de vie des produits. »

Source : ADEME

L'éco-conception permet ainsi de toucher tout les domaines, de l'artisanat à l'industrie de pointe, car en effet, le designer coloriste s'adresse à ce très large spectre d'activités.

La singularité du designer coloriste lui permet d'envisager une méthodologie de projet dite de « co-conception⁶⁷ ». Cette méthode, aujourd'hui considérée comme particulière car peu mise en œuvre et pouvant même être comparé à une philosophie de vie, implique l'intégration de l'utilisateur dans le processus de conception. Offrant ainsi la possibilité à cet usager de s'approprier le projet, cette méthodologie permet d'envisager un projet innovant qui rencontrera son public.

Cette méthodologie permettrait sans-doute de mener à bien un plus grand nombre d'innovations, plus rapidement et de façon moins coûteuse que les approches traditionnelles, grâce à cette participation active de l'utilisateur. Plus que consommateur, il devient acteur, permettant ainsi la production d'un produit efficient.

« Le design ne signifie pas donner une forme à un produit plus ou moins stupide, pour une industrie plus ou moins sophistiquée. Il est une façon de concevoir la vie, la politique et même le design lui-même. »

SOTTASS Ettore⁶⁸

Mais ces multiples démarches et méthodologies de projets ne sont pas les seuls dispositifs dont le designer peut se munir. En effet, le designer coloriste possède une palette riche d'outils qui lui permettent d'apporter son expertise chromatique durant le processus de conception.

On distingue trois grandes catégories⁶⁹ : les effets, les schèmes et les combinatoires chromatiques. Ces catégories créent une multitude de constructions. Ces différentes constructions chromatiques contribuent, par exemple, à la création de l'identité d'un projet (exemple : marque de téléphonie Orange[®]) ; à la mise en scène d'ambiances (exemple : scénographie de spectacles) ; à l'évocation de sentiments (exemple :

67 « La méthodologie orientée utilisateurs constitue une démarche créative qui place les acteurs au cœur du dispositif de conception, qui convoque et rassemble les diverses compétences (espace, produit, graphisme ...) dans une convergence technologique, culturelle, humaine et sociale. Elle met en œuvre une démarche associant la conception de projets, produits, images, espaces, services et de systèmes d'ensemble.

Elle intègre le travail collaboratif avec les futurs usagers. Ils sont invités à réinventer un modèle industriel et économique porteur de valeurs contemporaines pour une vision durable et écologique du design. La co-conception est définie comme une approche de conception où l'utilisateur peut jouer un rôle actif dans l'activité de conception. Il est pris comme un expert du « vivre avec », ou de l'usage. »

Source : In Situ Lab LE CORBUSIER, DSAA, Lycée le Corbusier, Strasbourg

68 SOTTASS Ettore, *Lettre aux designers*, Domus 1990

69 CAUMON Céline, *Approche(s) chromatique(s)*

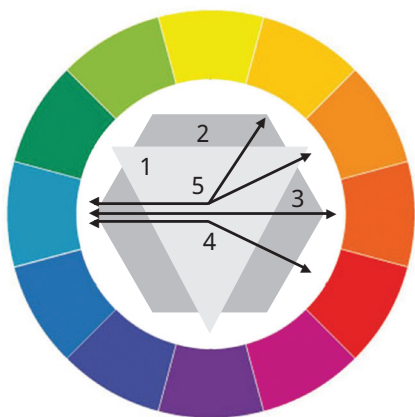
publicités automobiles) ; à codifier notre environnement (exemple : emploi du rouge pour signaler une interdiction) ou à créer la tendance (exemple : « Greenery » la couleur de l'année 2017 chez Pantone).

Mais observons un peu plus en détails chacune de ces trois catégories chromatiques afin d'en comprendre et mesurer les enjeux.

Commençons par les effets chromatiques. Ils sont basés sur l'association de tonalité, de saturation ou de clarté différentes, mais aussi sur les proportions de couleurs et autour des grands groupes de teintes. Il en existe un nombre infini, proposant une multitude d'associations. Cependant, nous pourrions distinguer huit effets distincts, chacun mis en tension avec leur contraire : les couleurs chaudes et les couleurs froides ; les couleurs claires et obscures ; les couleurs vives et changeantes ; les couleurs pâles et neutres :



Les schèmes chromatiques correspondent, quant à eux, à l'association des couleurs du cercle chromatiques entre elles. Ils permettent de créer des impacts visuels plus ou moins profonds sur un objet, un environnement ou une gamme. Ces schèmes offrent ainsi différentes émotions à l'utilisateur grâce à ces associations chromatiques multiples :



1 - Secondaire

Sensation de douceur et de calme

2 - Tertiaire

Dynamique rythmique

3 - Complémentaire

Fort impact visuel

4 - Complémentaire cassée

Effet visuel nuancé impactant

5 - Discordante

Effet original et dynamique



Dégradé

Sensations multiples, de douceur à mystère



Camaïeu

Évocation de la douceur et de la féminité



Monochrome

Effet neutre et calmant



Achromatique

Effet visuel graphique, moderne, épuré



Ton sur ton

Effets discrets et classiques



Neutre

Effet apaisant et harmonieux



Dominante & tonique

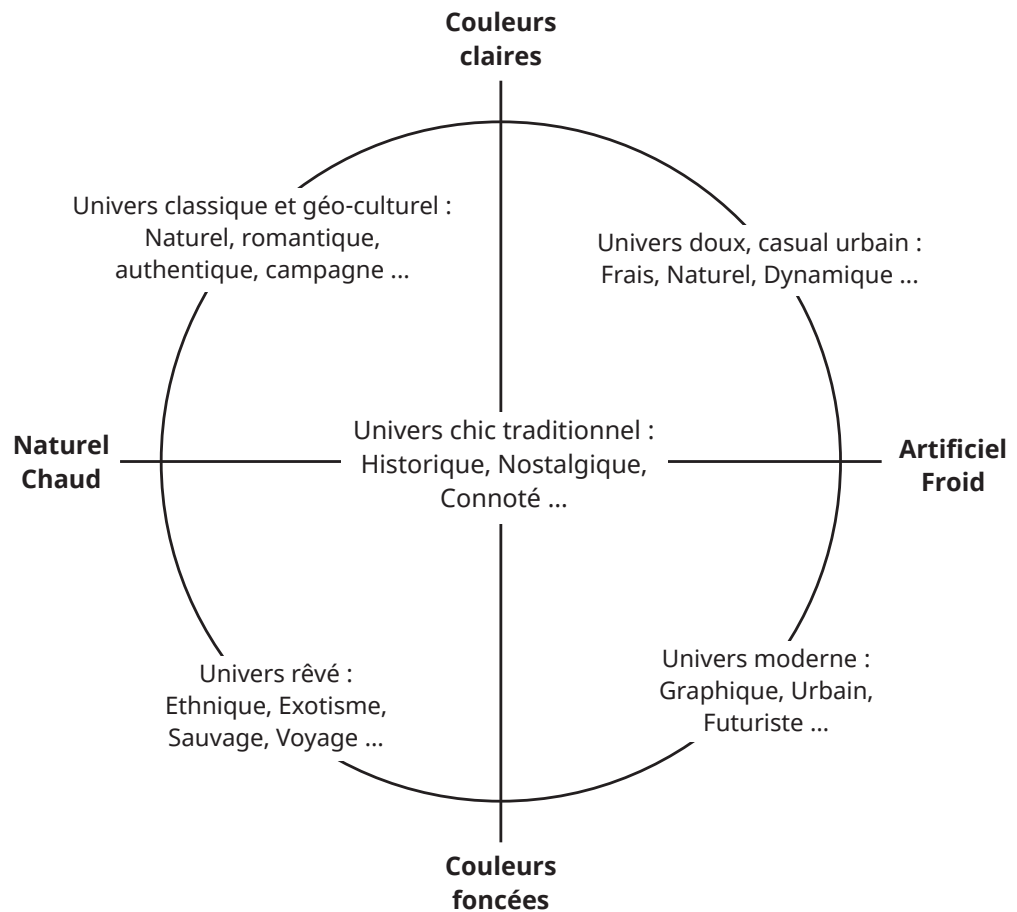
Faire ressortir une couleur ponctuelle



Analogique

Harmonies sobres et élégantes

Pour finir, les combinatoires chromatiques permettent de créer des univers chromatiques qui font échos notamment aux sociostyles existants, leur permettant ainsi de s'inscrire sur le marché. Ce marché se partage en cinq catégories, présentées ci-dessous, qui se rencontrent entre les couleurs claires ou foncées ; une association naturelle ou artificielle ; les couleurs chaudes ou froides. Les combinatoires s'inspirent ainsi d'un référent quelconque, afin d'inspirer à leur tour une sensation, une image, un souvenir aux usagers.



Exemples de combinatoires traduisant l'univers casual urbain :



Mais les combinatoires sont avant tout le résultat d'une inspiration de notre environnement, d'un contexte, et de l'histoire pour pouvoir les adapter au présent et aux tendances futures. C'est ainsi qu'au rythme des années, ces entités chromatiques font et défont les sociostyles représentatifs de notre société.

Mais si le designer coloriste avait une revendication à faire, ce serait sans doute celle qui lui permettrait de se définir comme ce qu'il est avant même d'être concepteur expert du domaine de la couleur. Il affirmerait alors qu'il est un praticien avant toute chose.

Le Trésor de la Langue Française définit le praticien comme « la personne qui connaît et exerce la pratique d'un art, d'une technique, etc. ». Du fait de cette pratique, ici de la couleur, on pourrait même dire du matériau couleur, le praticien, et donc le designer coloriste, est un professionnel qui manipule, expérimente, éprouve le domaine de la couleur en parallèle du processus de conception. Est-ce que toute la singularité de ce profil ne se jouerait peut-être pas finalement ici ?

Cette notion d'expérimentation pourrait-elle faire toute la différence entre un designer coloriste et un designer ou un coloriste ?

L'expérimentation, la manipulation lui permet de ressentir la couleur, les matériaux, les aspects de surfaces et bien plus encore. Il est ainsi à même d'intégrer ces éléments au processus de conception, devenant parties intégrantes des maillons majeurs du projet. L'expérimentation n'est pas à considérer comme uniquement le travail manuel du professionnel cherchant le matériau ou la couleur idéale, mais comme un médium propice à la création d'expériences chromatiques. C'est pourquoi l'expérimentation devient primordiale, elle est la seule à pouvoir fournir au designer coloriste la dimension sensorielle, tant visuelle que tactile, au projet et donc à l'utilisateur. L'expérimentation peut aussi devenir un outil pour les équipes de conception afin qu'elles puissent communiquer et s'appuyer sur des éléments tangibles pour constituer le projet.

De plus, si on se replonge dans la démarche de co-conception, permettre aux usagers de manipuler ces éléments constitutifs, grâce au statut de praticien du designer coloriste, leur permet donc d'appréhender l'approche sensorielle du projet, grâce notamment à la dimension tactile ou auditive (par exemple si on considère la céramique car en effet, en plus de ses propriétés chromatiques et de surfaces, la céramique transmet un son singulier qui lui est propre), rendue possible grâce à cette manipulation. Mais expérimenter permet aussi au praticien de comprendre ce qui compose le matériau couleur, mais cela s'applique également à tout autre type de matériaux ou aspects de surface.

Il éprouve ainsi les limites de ce matériau mais aussi ses résistances, questionnant une possible capacité à évoluer ou sa constante perpétuelle, etc. Seule l'expérimentation peut permettre de prendre la valeur et la qualité de ces changements d'états. Il s'agit alors de mettre en action l'œil du praticien, cet œil-outils que nous avons précédemment appréhendé. Il reprend alors son rôle de médiateur, permettant une compréhension de ce matériau auprès des équipes mais aussi des usagers, il devient le porte-parole, le traducteur de ce matériau. Mais l'expérimentation devient aussi un outil de compréhension d'un matériau couleur pour le designer coloriste lui-même. Si nous prenons le cas des blancs colorés, l'expérimentation devient un moyen de

comprendre ce domaine chromatique encore méconnu, d'établir ses limites chromatiques ; d'observer son comportement face aux domaines chromatiques adjacents ; d'envisager diverses applications ; les effets de surface possibles ; sa capacité de coloration ; etc⁷⁰.

Cette expérimentation, que l'on peut aussi appelée recherche expérimentale, dans le cas où l'expérimentation permet de découvrir des solutions ou d'apporter une innovation, apporte une dimension réflexive au praticien, il devient ainsi plus qu'un designer coloriste.

Du designer coloriste au designer penseur

Lorsque le praticien quitte son statut de designer coloriste pour emprunter celui de designer penseur, il apporte à sa pratique une dimension supplémentaire, y ajoutant alors une perspective réflexive. Mais commençons par définir ce que peut être un designer penseur. Cette définition est, du fait de l'inexistence de ce statut, personnelle et subjective. En effet, aujourd'hui le statut de designer penseur n'existe pas. Nous pourrions rétorquer à cela que le statut de chercheur en design existe lui bel et bien. Mais c'est ici que se joue la différence entre designer penseur et chercheur en design. Car oui en effet, il existe de nombreux chercheurs en design, comme par exemple Alain Findeli, professeur honoraire à l'Université de Montréal et professeur émérite à UNÎMES, où il a fondé le groupe de recherches PROJEKT et co-fondé le Master Design-Innovation-Société. Il est à l'origine de nombreuses publications sur la recherche en design, nous citerons notamment *La recherche-projet : une méthodologie pour la recherche en design* en 2005 ou encore *Searching for Design Research Questions: Some Conceptual Clarifications* en 2010.

Les chercheurs en design vont porter leurs réflexions et leurs recherches notamment sur les différentes formes de design, leur histoire mais aussi leur impact sur la société. Cependant, bon nombre de ces recherches s'effectuent au sein de leur laboratoire, pâtissant ainsi d'un manque d'informations sensibles, surtout concernant le rapport entre praticiens et usagers, mais aussi l'essence même des pratiques professionnelles qui caractérisent les designers. De plus, les informations recueillies, ainsi que les recherches s'effectuent trop souvent de manière isolée au sein de leurs laboratoires respectifs⁷¹.

A la différence des chercheurs en design, le designer penseur privilégie lui une approche de terrain, basant ainsi sa réflexion et ses recherches sur, et au cours des projets menés.

70 Se référer au Classeur, BLANCS COLORÉS 2017, aux Pages 12 et 13 - *Expérimentations plastiques* ; Pages 25 à 28 - *Matériauthèque* ; Page 29 - *Contretypes*.

71 Constats effectués par le réseau des jeunes chercheurs en design « Design en recherche ».

Cette démarche permet au designer penseur de nourrir ses projets de ses recherches et vice et versa. Mais il ne faut cependant pas dissocier le designer coloriste et le designer penseur. En effet, il peut tout à la fois être l'un est l'autre, et devenir un designer coloriste penseur, mettant ainsi la singularité de son profil au service de ses projets et de sa réflexion, de ses recherches. De plus, le designer penseur va porter ses recherches notamment sur les innovations que vont constituer ses projets, sur la conception d'outils qui vont lui permettre d'être plus proche des usagers, comme nous avons pu l'évoquer précédemment avec la co-conception, etc.

Au travers de ses recherches, le designer penseur cherche donc à être innovant, à s'adapter à la société et à comprendre ses besoins, contrairement aux chercheurs en design qui eux se concentrent plutôt sur la compréhension du sens même de design et de ses enjeux, d'une manière générale et prospective⁷². Ainsi, contrairement aux chercheurs en design, le designer penseur adopte une recherche active. Jean François Bassereau désigne cette démarche « d'action-recherche⁷³ ». Nous aurions pu parler de recherche-action, devenant ainsi plus explicite vis à vis de cette démarche de recherche active, mais cette expression est consacrée au domaine des sciences sociales contemporaines. Nous parlerons donc, pour emprunter le propos de Bassereau, d'action-recherche. Mais cette méthode n'est pas la seule utilisée par le designer penseur, nous évoquerons aussi ce que nous appellerons la pratique réflexive.

Ces deux méthodes correspondent à deux typologies de recherches différentes. La première, l'action-recherche est une typologie renvoyant à une recherche qui permet de nourrir, de construire les projets. La seconde, la pratique réflexive, est une recherche, qui elle, naît des projets, de la pratique du designer. Le designer penseur use de ces deux méthodes en faisant des allers-retours répétés entre elles-deux mais aussi en les associant. Cette interaction perpétuelle permet de générer un contexte de travail propice à une réflexion constructive et bénéfique, tant pour les projets que pour la recherche. In fine, ce sera pour l'utilisateur qu'elle sera la plus bénéfique, car en effet, le designer coloriste penseur allie recherche et pratique pour proposer à l'utilisateur une réponse la plus juste et efficiente. Mais que l'on emploie l'action-recherche ou la pratique réflexive, c'est une gymnastique d'esprit qui demande à être apprivoiser.

72 Selon la définition du Trésor de la Langue Française, la prospective est la discipline qui se propose de concevoir et de représenter les mutations et les formes possibles d'organisation socio-économiques d'une société ou d'un secteur d'activité dans un avenir éloigné, et de définir des choix et des objectifs à long terme pour les prévisions à court ou moyen terme.

73 BASSEREAU Jean-François, « Les objets intermédiaires de conception / design, instruments d'une recherche par le design », *Sciences du design*, Presses Universitaires de France, n°2, 2015

En effet, lorsque l'on est designer, il n'est pas naturel pour nous d'envisager la recherche. Nous nous reconnaissons plutôt comme des professionnels doués d'un sens pratique et d'une envie caractéristique de faire. En somme, l'action prend le dessus sur la recherche. Ainsi, cela demande un certain entraînement afin de laisser place à la recherche. Lorsque nous sommes étudiants en Master CRIC notamment, les deux années de master nous sont nécessaires pour apprendre à laisser la place et le temps à la recherche, ou du moins à des phases répétées de réflexion. Ce positionnement demande un travail de longue haleine, ainsi qu'une remise en question de ses habitudes professionnelles.

« La fécondation de la pratique par la théorie, qui est autre chose que l'application de la théorie à la pratique, est une attitude intellectuelle qui doit s'apprendre. »

FINDELI Alain⁷⁴

Mais ce chamboulement intellectuel apporte un mieux certain. En effet, il permet d'enrichir les projets, eux-mêmes enrichissant la recherche, elle-même devenant moteur de projets, etc. Cet éternel recommencement, peut, à terme, devenir facteur d'innovation.

Mais revenons vers les typologies de recherches précédemment évoquées. Commençons par l'action-recherche, typologie dont la recherche vient nourrir les projets. L'action-recherche, aussi appelée recherche expérimentale, en rapport à l'expérimentation, est une approche où le chercheur ou en l'occurrence le designer penseur, manipule une ou plusieurs variables, contrôlant et mesurant tout changement de ces variables⁷⁵. Chaque expérience, ou recherche exploratoire a pour but d'expliquer, d'apporter une réponse à une problématique. Elle permet ainsi de tester la validité d'une hypothèse. Une fois les données récoltées, l'analyse de ces résultats permettra d'affirmer ou au contraire d'infirmer cette hypothèse de départ et ainsi de faire évoluer et adapter les pistes formulées en réponse à la problématique préalablement énoncée. Selon un principe établi par Eugène Chevreul en 1856, ce processus d'expérimentation ou d'action-recherche ne peut être considéré comme valide qu'à la condition qu'il suive un « protocole d'expérimentation », permettant ainsi de reproduire ultérieurement chacune des manipulations et leurs singularités. Même si ce procédé était, et reste aujourd'hui à disposition des disciplines scientifiques, les principes le composant s'appliquent et s'adaptent au design, et notamment à la couleur.

74 FINDELI Alain, *La recherche en design. Questions épistémologiques et méthodologiques*. Design and Innovation Research I, 1998

75 BASSEREAU Jean-François, « Les objets intermédiaires de conception / design, instruments d'une recherche par le design », *Sciences du design*, Op. Cit.

Observons, pour illustrer ce propos, le cas des blancs colorés, et plus précisément leur dénomination. En se concentrant sur l'enquête présente dans le Classeur, BLANCS COLORÉS 2017, aux pages 45 à 70, *Enquête*, on peut constater qu'un protocole a été observé pour établir cette enquête. En effet, les différents exercices proposés, identiques à chaque participant, nous permettent d'établir des variables récurrentes, mais sont vouées à évoluer d'une personne à l'autre. Suite au relevé des résultats, nous contrôlons et mesurons chaque changement de variables. Cela nous permet de répondre à la question suivante préalablement posée : quel est le rapport du public face aux blancs colorés ? De cette problématique nous avons émis le postula de départ que le public pouvait se fourvoyer quant à sa compréhension et interprétation de ce domaine chromatique. Les résultats ont affirmé ce postula, nous permettant ainsi de définir une possible piste de projet, en mettant l'accent sur un travail de médiation, permettant de faire comprendre ce domaine chromatique au public.

Si nous voulions donc qualifier l'action-recherche en quelques mots, nous pourrions dire qu'elle permet au designer coloriste penseur d'observer ; d'appréhender ; d'éprouver son sujet d'étude, nourrissant ainsi ses projets grâce à la recherche.

Envisageons maintenant la seconde typologie qui observe une pratique nourrissant à son tour la recherche, la pratique réflexive, ou comme l'explique Donald A. Schön, philosophe et professeur émérite du Massachusetts Institute of Technology, la réflexion en cours d'action⁷⁶. Selon lui, la réflexion en cours d'action fait partie des singularités qui caractérisent le praticien, ici le designer couleur penseur. Elle se traduit par la capacité qu'à le praticien à agir, réagir et s'adapter en fonction des situations qu'il traverse, des obstacles qu'il rencontre, et donc à être capable de réflexion en cours d'action afin de déceler ses obstacles avant qu'ils ne se transforment en problématiques.

« C'est notre capacité à voir le présent comme une variante du passé et d'agir en conséquence qui nous permet d'appréhender les problèmes qui ne cadrent pas avec les règles établies. »

SCHÖN Donald A.⁷⁷

De cette façon, le praticien ne dissocie pas action et réflexion, de la même manière qu'il ne dissocie pas expérimentation et recherche. Mais puisque l'expérimentation est une forme d'action, la recherche ne peut se soustraire à sa pratique, du fait de la non-dissociation de ces deux éléments.

76 SCHÖN Donald A. *Le praticien réflexif*, Éditions Logiques (Coll. Formation des maîtres)

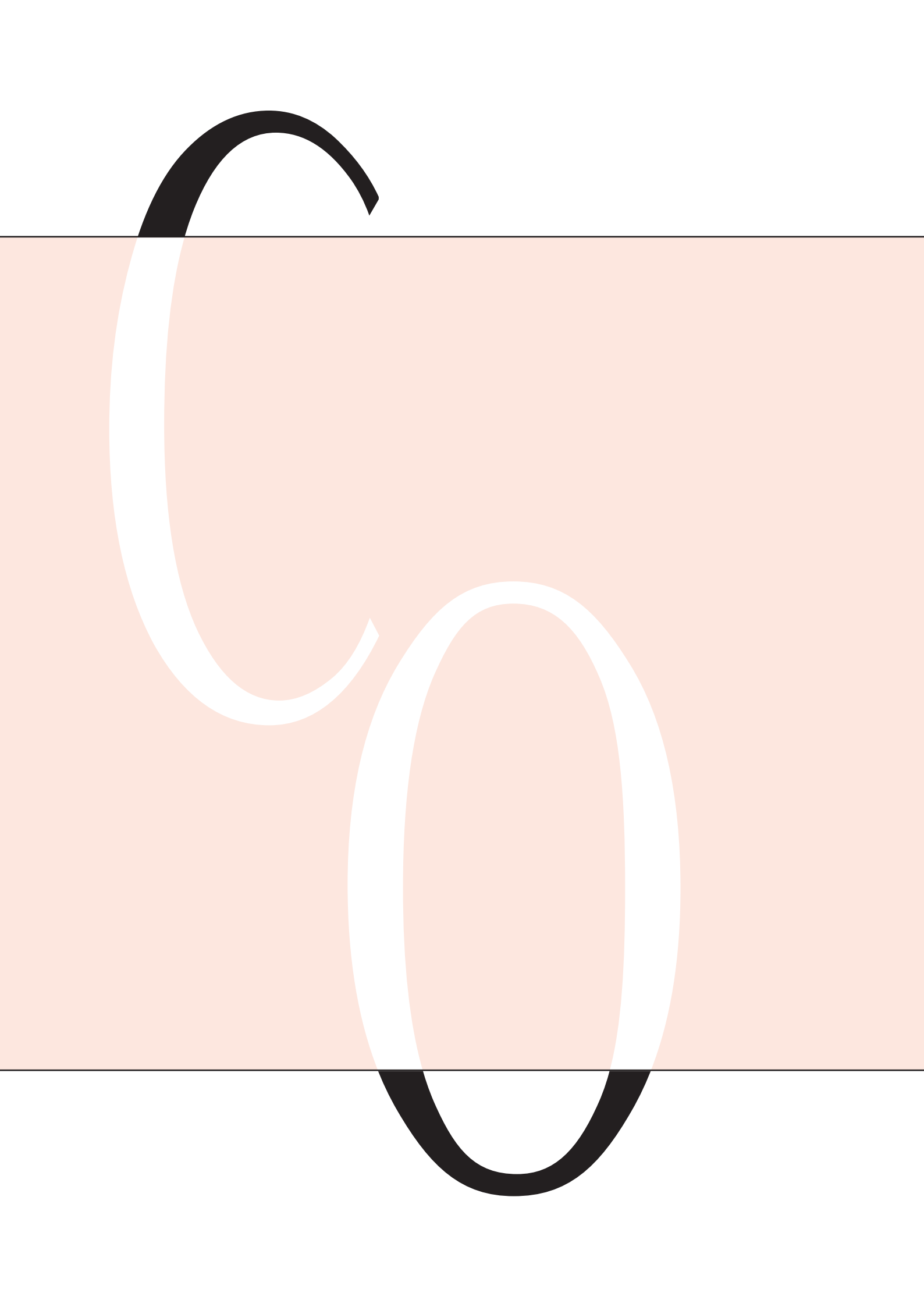
77 SCHÖN Donald A. *Le praticien réflexif*, *IBID.*

De la même manière que l'action-recherche, la pratique réflexive a pour but de trouver des solutions, d'apporter des réponses à des problématiques. Mais à la différence de l'action-recherche, la pratique réflexive, en plus de trouver la réponse, vise à comprendre le changement induit par cette réflexion en cours d'action, ne cherchant pas seulement à régir en fonction des résultats. Lorsque l'exercice est répété, le praticien acquiert alors la capacité à maintenir la recherche en cours d'action, cherchant ainsi systématiquement à comprendre les causes qui l'ont menée à cette réflexion en cours d'action, à déceler les obstacles avant même qu'ils ne se présentent à lui.

Reprenons comme exemple les blancs colorés pour illustrer ce propos. Lorsque l'on commence à étudier le domaine chromatique des blancs colorés, on s'intéresse à l'existant, notamment professionnel. Quels sont les professionnels qui utilisent les blancs colorés ? Sont-ils nombreux à les exploiter ? On envisage alors de constituer une matériauthèque qui nous permettra de classer et de renseigner les différents échantillons collectés. Intervient alors cette capacité qu'a un praticien à faire intervenir sa réflexion en cours d'action. Avant même de se confronter à une problématique majeure, qui sera celle de reconnaître les blancs colorés comme tels parmi les matériaux qui nous seront donnés d'observer ultérieurement, il serait plus efficace de définir les limites de ce domaine chromatique à cet instant, avant de commencer à glaner le moindre matériau sans pouvoir être en mesure de le classer, de manière justifiée, dans le domaine des blancs colorés. C'est ainsi que nous avons agi, réagi et nous sommes adaptés pour, ne plus commencer l'étude de ces blancs colorés par la matériauthèque mais par la définition même des limites de ce domaine chromatique pour avoir une lecture juste des blancs colorés qui nous seront donnés à voir.

Ainsi, la pratique réflexive engage un partenariat constant, nous permettant de pouvoir répondre à tout instant aux besoins qui se présentent à nous, entre praticiens-chercheur et chercheur-praticien. Ce partenariat exigeant une entière collaboration des deux parties en présence, les frontières entre les rôles du praticien et du chercheur seront perméables, permettant ainsi aux disciplines de chacun de s'entremêler pour ne former plus qu'un. L'évocation d'un tel partenariat décrit parfaitement une des singularités du designer coloriste penseur, étant lui-même, et nous pourrions même dire qu'à lui seul, il est capable d'endosser le rôle du praticien et du chercheur simultanément. Il engage ainsi une perméabilité naturelle de ces compétences, pouvant ainsi naviguer du rôle de chercheur à celui de praticien, et vice-versa de manière instinctive et immédiate en fonction des besoins et des situations engagées.

Ce designer coloriste penseur est ainsi en mesure de déployer un processus de conception efficient, pluridisciplinaire et doué de réflexion et de recherche, au service de l'utilisateur et prêt à laisser la place nécessaire aux innovations qui forgeront la société de demain.



CONCLUSION

Inhérente à notre société, la couleur, et surtout la pensée couleur occidentale d'aujourd'hui, fait partie des fondements de notre société moderne. Construisant notamment la tendance mais aussi nos rapports perspectifs aux objets ; espaces ; services ; etc. qui nous entourent, la couleur joue un rôle primordial dans nos rapports sociétaux, générant ainsi un contexte chromatique ancré dans les mœurs.

Cette pensée occidentale, aujourd'hui construite sur l'héritage de bons nombres de personnages émérites, à l'image de Newton ou Goethe qui ont marqué leur époque par leurs découvertes et expériences, fait figure de repère pour les générations passées et aussi les générations à venir. Mais à la différence des générations passées, les générations futures vont assister à une mutation de cette pensée couleur occidentale, en commençant notamment par le fait que le blanc pourra progressivement obtenir le statut de couleur vraie, par exemple, comme cela a déjà pu être le cas pour les couleurs pastels qui sont aujourd'hui devenues un domaine chromatique à part entière. D'autres changements s'imposeront pas à pas dans cette société de demain, laissant ainsi la place à de nouvelles couleurs ou à de nouveaux domaines chromatiques comme le domaine des blancs colorés. Ce domaine chromatique, encore aujourd'hui méconnu, pourrait bel et bien prendre son envol d'ici les années, les décennies à venir. Nous pourrions même envisager le fait qu'il occupera une place aussi importante que les couleurs dite fondamentale comme le rouge ou le jaune par exemple et qu'il sera considéré comme leur égal.

Mais cette évolution de la pensée couleur occidentale ne pourra être rendue possible que par les actions, les réflexions et recherches des praticiens de la couleur, comme par exemple les designers coloristes, pouvant ainsi par la même porter la casquette de designers coloristes penseurs. Ce statut, qui n'existe pas encore pourrait notamment être porteur d'innovation dans la discipline de la couleur, en commençant par revendiquer l'existence de la couleur comme discipline du design, de la même manière que le design d'espace, le design produit ou le design graphique. Ce seront sans nul doute ces mêmes praticiens qui seront en mesure de faire découvrir de nouveaux statuts professionnels, et sans doute aussi de nouveaux domaines chromatiques, à l'instar du domaine chromatique des blancs colorés.

Les blancs colorés pourront ainsi être progressivement assimilés par le public et adoptés aussi bien dans les pratiques courantes que les pratiques professionnelles. Mais cela ne pourra être possible qu'à la condition, notamment, si on se concentre sur les blancs colorés, que les professionnels (designers industriels ; designers d'espaces ; architectes ; designers de services ; professionnels de la tendance ; etc.) puissent avoir les moyens de s'emparer et de s'approprier ce domaine chromatique des blancs colorés. C'est pour cela, qu'en tant que designer coloriste penseur, le projet professionnel présenté ci-après permettra à ces professionnels d'adopter et de diffuser les blancs colorés. Cet outil didactique et ludique, notamment composé d'un nuancier et d'un ensemble d'outils, leur permettra de comprendre, manipuler et communiquer sur ces blancs colorés auprès de leurs clients, les intégrant progressivement au sein de leurs projets. Basés sur la codification NCS, chacun de ces outils pourront être compris et lus par tous les professionnels qui se sont déjà confrontés à cette codification, à ce langage universel et intuitif. Ainsi, le nuancier des blancs colorés, ainsi que les chips de couleurs présentant chacune des nuances de blancs colorés, permettra, tant aux professionnels qu'aux usagers, d'appréhender les trente-trois nuances qui composent ce domaine chromatique dans son intégralité. Il permettra également de comprendre les nuances qui s'opèrent et les mutations de couleurs liées notamment au phénomène de contraste simultané, mais aussi de découvrir des nominations sensibles qui seront le reflet des valeurs chromatiques. De plus, ce phénomène et d'autres, comme le principe de couleurs optiques et de métamérisme seront présents au sein de cet outil qui prendra la forme d'un coffret, à l'instar d'une boîte à outils. Ainsi, via des supports propices à l'expérimentation et à la manipulation, l'utilisateur sera guidé par le professionnel dans l'apprentissage de ce domaine chromatique. Cet outil transversal et pluridisciplinaire pourra porter, en plus de sa valeur démonstrative et d'apprentissage destinée notamment aux clients et aux usagers, une valeur constructive, devenant alors un outils de conception pour les professionnels au cours de projets. Il fait ainsi figure d'innovation, d'une innovation douce, dans le sens où le public sera prêt à accepter cet outil, étant lui-même un support de médiation et d'échanges et non pas un élément imposé. Diffusé par le professionnel, il offre ainsi la chance aux blancs colorés de pouvoir se déployer au sein des pratiques courantes et professionnelles.

Mais nous ne devons pas considérer la diffusion et l'usage de ce domaine chromatique des blancs colorés comme la simple apparition sur le marché d'une, ou d'un nombre certains de nouvelles couleurs, mais comme le signe de l'évolution de la pensée couleur occidentale. En effet, jusqu'à présent, elle n'acceptait pas de donner valeur de couleur au blanc, et encore moins aux blancs colorés. Mais cet outils pourrait bien devenir le déclencheur d'une remise en perspective de nos codes chromatiques et de nos habitudes.

Mais ces innovations chromatiques ne sont pas seulement une avancée en terme de pensée, elles ouvrent ainsi la voie à de multiples terrains et sujets de recherche, terrains que nous tenterons notamment d'appréhender grâce à une poursuite d'étude en doctorat.

En effet, c'est grâce au travail et à la vision de jeunes étudiants, héritiers d'une nouvelle discipline qui est la couleur, que les innovations chromatiques imprégneront la société de demain. C'est pourquoi poursuivre en recherche, notamment sur le sujet de la perception de la couleur fait aujourd'hui parti de nos objectifs pour aux moins les trois années à venir. Mais plus qu'un sujet de recherche propice à l'innovation dans la discipline de la couleur, cette thèse, officiant dans deux laboratoires différents, fait elle-même figure d'innovation. Pour cause, c'est encore inédit qu'un(e) doctorant(e) soit suivi par deux directeurs de recherche, appartenant tout deux à des laboratoires distincts, croisant ainsi des savoirs appartenant au domaine des sciences physiques et au domaine des arts appliqués. Ce partage perpétuel de recherches ; d'informations ; d'expériences et de points de vues permet ainsi de lutter contre l'isolement des chercheurs, au profit d'une recherche active et embrassant une largesse d'esprit bien plus importante que dans le cas d'une thèse classique, suivi par un unique directeur de recherche.

Ce fait inédit pour une thèse en couleur et lumière permettra sans doute de générer un terrain propice à des projets riches en compétences pluridisciplinaires, créant ainsi les fondations d'une méthodologie de projet innovante. Ainsi, le designer coloriste penseur est au porte d'une innovation chromatique profonde. Mais il ne pourra accomplir cette tâche colossale et ambitieuse seul et devra faire preuve de patience, afin d'éprouver ces nouvelles typologies de processus de création mais aussi pour laisser le temps au public assimiler ces chamboulements sociétaux. Mais qui sait, dans quelque décennies ces changements ne seront peut-être plus perçus comme des chamboulements mais bien au contraire comme la norme et la façon de penser partagée tant par le public que par les professionnels.

BIBLIOGRAPHIE

LIVRES

PASTOUREAU Michel,
Le petit livre des couleurs, Points, 2014 (Coll. Points Histoire)

BERLIN Brent & KAY Paul, *Basics Color Terms. Their Universality and evolution*, Center for the Study of Language & Information, 1999

HARA Kenya,
Designing Design, Lars Müller Publishers, 2014

de TERSSAC Gilbert, *Coopération et conception*, Octares, 2002

URVOY Jean-Jacques,
Le designer : de la conception à la mise en place du projet, Eyrolles, 2009

MILNER Jean-Claude, *Introduction à une science du langage*, Paris, Seuil, 1989

WITTGENSTEIN Ludwig, *Recherches philosophiques*, Gallimard, 2005 (Coll. Bibliothèque de Philosophie)

DÉRIBÉRE Maurice,
La couleur, Puf, 2014 (Coll. Que Sais-Je, numéro 220)

SÈVE Robert,
Physique de la couleur : de l'apparence colorée à la technique colorimétrique, Paris, Masson, 1996

TORNAY Serge,
Voir et nommer les couleurs, Nanterre : Université de Paris X, LABETHNO, 1978 (Coll. Publications du Laboratoire d'ethnologie et de sociologie comparative)

SCHÖN Donald A.
Le praticien réflexif, Éditions Logiques (Coll. Formation des maîtres)

ARTICLES

DUBOIS Danièle,

« Sens communs et sens commun : Expériences sensibles, connaissance (s) ou doxa ? », *Langages*, n°170, 2008, p 41-53

VERGNAUD Gérard,

« Qu'est-ce que la pensée ? », *La nouvelle revue de l'adaptation et de la scolarisation*, n°63, 2013, p 277-299

DEBLOCK Christian,

« Présentation du dossier : Innovation et développement chez Schumpeter », *Revue Interventions économiques*, n° 46, 2012

KREMER-MARIETTI Angèle,

« Schopenhauer, Goethe et la théorie des couleurs », *Revue internationale de philosophie*, 2009 (n° 249)

BASSEREAU Jean-François,

« Les objets intermédiaires de conception / design, instruments d'une recherche par le design », *Sciences du design*, Presses Universitaires de France, n°2, 2015

BIBLIOGRAPHIE

THÈSES

JRAISSATI Yasmine,
« *Couleur, Culture et cognition. Examen épistémologique de la théorie des termes basiques de couleur* », Thèse de doctorat en sciences cognitives et philosophie, Paris, Institut Jean Nicod - École des hautes études en sciences sociales, Novembre 2009

DICTIONNAIRES

MOLLARD DESFOUR Annie,
Le blanc, CNRS Eds, 2008 (Coll. Cnrs Dictionnaire)

GUILLEMARD Colette,
Le dico des mots de la couleur, Seuil, 1998 (Coll. Dicos Points Virgule)

PASTOUREAU Michel, *Dictionnaire des couleurs de notre temps*, Bonneton, 1999 (Coll. Images Symboles)

CNRTL, Centre National de Ressources Textuelles Lexicales, www.cnrtl.fr

TLF, Trésor de la Langue Française, www.atilf.atilf.fr/tlfi

GLOSSAIRE

A

Aberration nominale :

Défaut manifeste du système de nomination des couleurs. Cela conduit à une mauvaise interprétation de cette dénomination, engendrant une déformation perceptive de sa couleur,

C

Champ chromatique :

Terme générique ou hypéronyme renvoyant à une tonalité d'une des onze couleurs formant les champs chromatique de base.

Chromatosceptique :

Désigne une personne qui ne croit pas au bien fondé des théories de la couleur faisant état du blanc comme couleur. Par prolongement, cela s'applique également aux blancs colorés.

D

Dénommer :

Fait d'attacher à une chose une étiquette portant son nom.

Designer coloriste :

Designer construisant sa démarche de conception et donc son projet autour et à grâce à la couleur grâce à de multiples outils dédiés, pluridisciplinaires et transversaux.

Design couleur :

Discipline pratiquée par le designer coloriste, mise au service de projet pluridisciplinaires et transversaux.

Design global :

Approche systémique du design, qui procède d'une démarche permettant de considérer le projet dans sa perspective transversale et pluridisciplinaire.

Disruptive (innovation) :

Innovation technologique qui porte sur un produit ou un service et qui finit par remplacer une technologie dominante, bouleversant ou révolutionnant le marché existant.

Domaine chromatique :

Ensemble de nuances caractérisées par leur saturation, luminosité ou tonalité proches au sein d'un champ chromatique.

Doxa :

Ensemble d'opinions, de préjugés populaires ou singuliers, de présuppositions généralement admises et évaluées positivement ou négativement, sur lesquelles se fonde toute forme de communication, telles que les communications scientifiques et tout particulièrement la science du langage.

I

Incrémentale (innovation) :

L'innovation incrémentale ne change pas fondamentalement la dynamique du marché, ni ne requiert un changement de comportement radical des usagers.

L

Lexicographie :

Science qui consiste à recenser les mots, les classer, les définir et les illustrer, par des exemples ou des expressions, pour rendre compte de l'ensemble de leurs significations et de leurs acceptions au sein d'une langue, afin de constituer un dictionnaire.

Lexichromatie :

Considération globale de la couleur en se concentrant sur sa temporalité (observation d'un changement ou d'une absence de changement d'état) et le lexique (dénomination, terminologie) employé pour en parler.

M

Monolexémique :

Dont la signification n'est pas prédictible de la signification de ses parties.

N

Nuance fondamentale :

Couleur qui est la sensation, reçue par l'intermédiaire de notre œil, de la vision d'un élément coloré.

P

Praticien :

Personne qui connaît et exerce la pratique d'un art, d'une technique, connaissant et pratiquant une procédure spécifique.

Praticien réflexif :

Praticien, ou ici designer, capable de réflexion durant le processus de travail, ou ici de conception, et sur les compétences, outils et méthodes qui l'entourent au cours d'un projet.

R

Recherche expérimentale :

Tester grâce à des expériences ; à des manipulations répétées la validité d'une hypothèse.

Référents abstraits :

Dénominations données par analogie avec des référents évoquant une certaine chromaticité ou par un phénomène de correspondance entre une couleur et une idée, convoquant le principe d'association d'idées.

Référents concrets :

Dénominations donnée par analogie à des référents évoquant un élément existant, composant notre environnement, l'Histoire, etc.

S

Sociostyle :

Combinatoire chromatique exprimant une tendance, un mode de pensée, symbole des représentations et usages contemporains.

T

Terminologie directe :

Convocation de termes exprimant de la façon la plus générale la substance chromatique.

Terminologie référentielle :

Convocation de termes par analogie à des éléments existants, générant une correspondance entre la couleur et une pensée ou une image.



ANNEXE

ANNEXE

- 1 = Histoire du blanc
- 2 = Classification linguistique et champs chromatiques
- 3 = Entre champ chromatique et domaine chromatique
- 4 = Vous avez dit « couleurs pastels » ?
- 5 = Dénominations et référents concrets
- 6 = Blancs colorés, un domaine chromatique
- 7 = Dénominations des blancs colorés
- 8 = La pensée couleur occidentale
- 9 = « Blancs colorés », les voyez-vous ?
- 10 = Images chromatique et dénominations de couleurs
- 11 = Qu'est-ce qu'un designer ?
- 12 = Qu'est-ce qu'un coloriste ?

Définition du TLF :

L'étymologie du mot « blanc » vient du germanique *blank*, son sens premier signifiant « brillant, clair, sans tâche ». On peut y trouver un deuxième sens signifiant « nu ». De cette racine germanique découlera les formes latines *albus* (blanc mat) et *candidus* (blanc brillant).

L'histoire du blanc commence dès la préhistoire. Grâce à l'utilisation de la craie, de nombreux dessins, présents dans les grottes, témoignent de la mise en œuvre du blanc. Si nous regardons vers l'antiquité, la craie sera surtout utilisée pour mettre à la couleur blanche pour faire varier l'intensité des couleurs utilisées en art.

Des siècles plus tard mais sans pouvoir le dater avec exactitude, le blanc est devenu le miroir de la lumière divine, la lumière primordiale qui est à l'origine du monde. Le blanc devient alors ainsi le blanc du grand âge, celui des cheveux qui blanchissent sous le poids du temps, devenant le reflet d'une certaine sérénité et de paix intérieure. Symbole du cycle de vie, la vie commençant dans le blanc de l'innocence et du berceau portée par la lumière primordiale, elle se termine dans le blanc du linceul. Dès la guerre de Cent Ans, du XIVe au XVe, le blanc fut en effet employé pour traduire une volonté de paix. L'arrêt des hostilités était alors demandé en brandissant un drapeau blanc. Suite au Moyen-Age, la blancheur deviendra le symbole de l'hygiène et de la propreté. Les vêtements blancs étaient gage de propreté car il était facile de les faire bouillir car le blanc est alors la teinte la plus stable et la plus solide. A partir de la fin du XIXe, le blanc fut employé pour qualifier le linge de maison en raison cette capacité à pouvoir être lavé de manière répétée, toujours lié à cette symbolique de la propreté. A la fin du XVIIIe, la religion chrétienne imposera que plus aucun enfant ne soit être baptisé ou aucune femme ne se marie autrement qu'en blanc. Cela permettait d'exprimer l'innocence de l'enfant et d'afficher la virginité des femmes qui se mariaient. A Rome, le port de la robe blanche sera également rendu obligatoire pour *les candidats*, du latin « blanc brillant » *candidus*, reflet de la lumière divine. Dieu est alors toujours perçu comme la lumière blanche, cette lumière divine. Cette symbolique n'en est que renforcée en 1854, avec l'institution du dogme de l'Immaculée Conception. Les souverains tenant leur autorité du pouvoir divin, ils adoptèrent la couleur blanche, à l'instar du cheval blanc d'Henri VI ou de la cocarde blanche de Louis XVI, ainsi que les partisans de la monarchie.

Même si le blanc a conservé toutes ses symboliques héritées du passé, il représente également aujourd'hui dans notre langage courant l'absence, le manque, à l'image par exemple de l'expression « la page blanche » signifiant l'absence de texte ou en manque d'inspiration.

Source : Pastoureau Michel, Le petit livre des couleurs.

Annexe 2 : Classification linguistique et champs chromatiques

Notre système occidental de classement des couleurs se base notamment sur un classement linguistique des couleurs et de leur terme de couleur. On répertorie aujourd'hui trois grandes typologies de couleur : les vraies couleurs, les demi-couleurs, les nuances, et certains ajoutent les non-couleurs (nous reviendrons sur ce cas que je considère comme particulier).

Selon notamment Michel Pastoureau et Berlin & Kay, différentes critères permettent de définir à laquelle de ces catégories appartient une couleur en fonction de son nom de couleur.

- Pour qu'une couleur appartienne à la catégorie des vraies couleurs, son nom de couleur doit répondre aux critères suivants : ne pas posséder de référent naturel, posséder une symbolique multiple, être un mot unique, posséder un sens unique, être fort de sens.
- Pour qu'une couleur appartienne à la catégorie des demi-couleurs, son nom de couleur doit répondre aux critères suivants : posséder un référent naturel/organique, posséder une symbolique multiple, être un mot unique, posséder un sens unique, être fort de sens.
- Pour qu'une couleur appartienne à la catégorie des nuances, son nom de couleur doit répondre aux critères suivants : être vecteur de symbole, d'image, être un nom composé, par association, posséder une signification uniquement visuelle / esthétique.

Concernant la catégorie des non-couleurs, je ne souhaite pas la promouvoir. Je considère en effet, qu'il ne peut exister de non-couleurs. Comme le dit Colette Guillemard, « la couleur est la première impression que laisse un objet ». Michel Pastoureau ajoute que « pour qu'une couleur existe, elle doit être regardée » ainsi toute couleur regardée existe, je considère donc qu'il n'existe pas de non-couleurs.

Si on se réfère à la classification des champs chromatiques de base s'appuyant sur le Dictionnaire alphabétique et analogique de la Langue Française, Le Robert, 1953, on constate que les onze champs chromatiques sont composés de vraie couleur et de demi-couleur : Blanc, vraie couleur ; Bleu, vraie couleur ; Brun, vraie couleur ; Gris, vraie couleur ; Jaune, vraie couleur ; Noir, vraie couleur ; Orange, demi-couleur ; Rose, demi-couleur ; Rouge, vraie couleur ; Vert, vraie couleur ; Violet, demi-couleur.

Toutes autres couleurs ne figurant pas dans cette liste font donc partie de la catégorie des nuances.

Sources : PASTOUREAU Michel, *Le petit livre des couleurs* ; BERLIN Brent & KAY Paul, *Basics Color Terms. Their Universality and evolution* ; GUILLEMARD Colette, *Le dico des mots de la couleur*

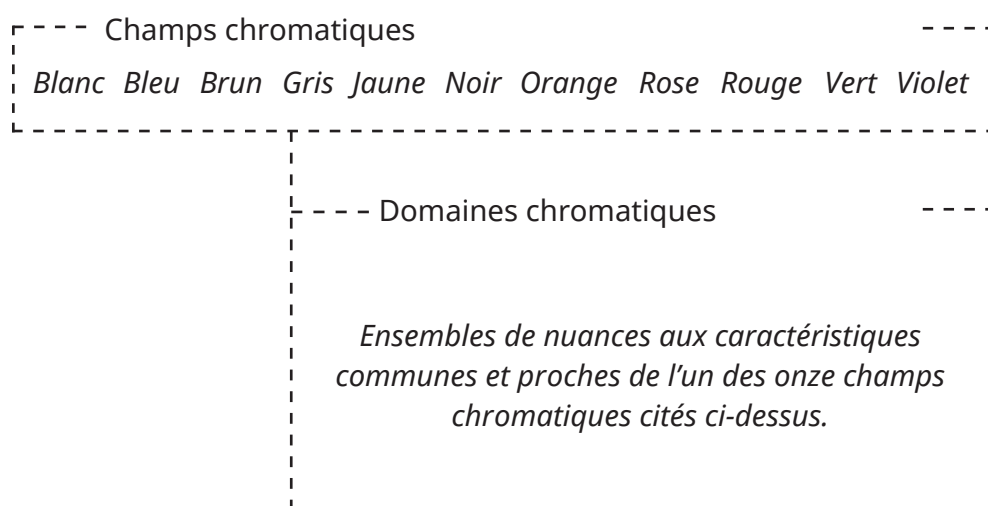
Annexe 3 : Entre champ chromatique et domaine chromatique

Distinguer « champ chromatique » et « domaine chromatique » permet de hiérarchiser les couleurs afin de les reconnaître entre-elles.

Un champ chromatique est un terme générique ou hypéronyme renvoyant à une tonalité d'une des onze couleurs formant les champs chromatiques de base. Les champs de couleurs n'ont pas de frontières strictes, de nombreuses nuances sont le fruit d'une perméabilité entre deux champs ou plus.

Un domaine chromatique est un ensemble de nuances caractérisées par leur saturation, luminosité ou tonalité proches au sein d'un champ chromatique.

- Représentation de la hiérarchisation présente entre champ chromatique et domaine chromatique :



- Exemple :

Champ chromatique du jaune
(champ chromatique de base)

Jaune

Dont découle le domaine
chromatique des ocres

Les ocres

Dans lequel on retrouve
de multiples nuances aux
caractéristiques communes

Terre de sienne
Terre d'ombre
Moelle de Pierre
Sanguine
Etc.

Sources : Xavière Ollier, coloriste designer et docteur en arts appliqués couleur et environnement

Annexe 4 : Vous avez dit couleurs pastels ?

Définitions du TLF :

- Plante dicotylédone, herbacée, crucifère, des régions tempérées, dont la tige et les feuilles fournissent une matière colorante bleue, cultivée autrefois comme plante tinctoriale ou fourragère : *Isatis tinctoria*
- Poudre de couleur agglomérée en pâte servant à préparer des crayons utilisés pour les beaux-arts.

Empr. au langued. pastel, att. au sens 1 dep. le xiii^e-xiv^es. (Évangile de l'Enfant Jésus ds Appel, p.48; v. aussi Levy (E.) Prov.), dér. de pasta (pâte*) parce que cette plante était réduite en pâte avant de servir à teindre

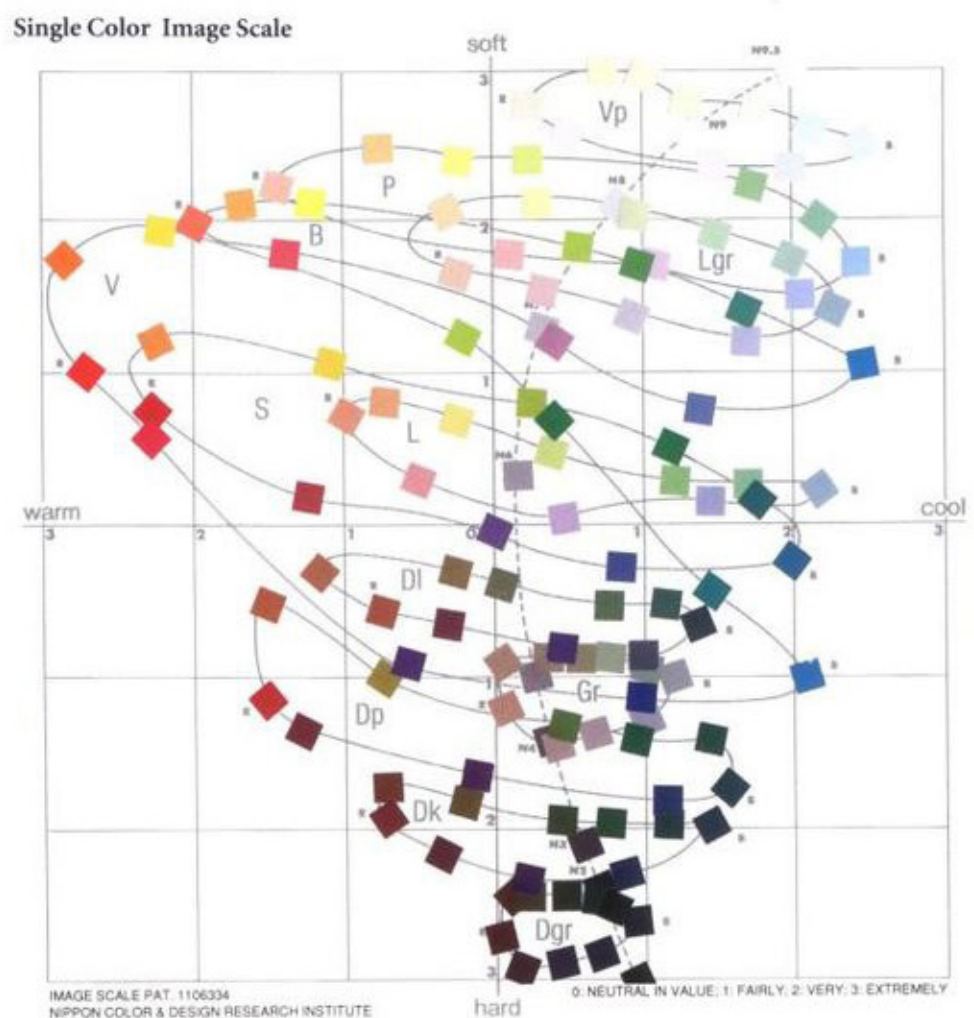
En 1393, le pastel deviendra le synonyme de *guède*. En 1632, il devient adjectif «de la couleur bleue que donne la teinture au pastel»

Le pastel, à considérer ici comme crayon, aurait été inventé en France ainsi qu'en Italie à la fin du XV^e siècle. Grâce à l'impulsion de Jean Perréal, peintre parisien, il serait devenu l'un des outils majeur de Léonard de Vinci. Dès le XVII^e, le pastel est plébiscité pour ses couleurs franches et sa capacité à imiter les tissus, les textures et les lumières. Cela le rend indispensable de l'art, notamment du portrait. Il sera utilisé par de nombreux peintres. Au XVIII^e, on assistera à l'âge d'or du pastel. Il permettra entre autre à l'artiste Maurice Quentin de La Tour de devenir le prince des pastellistes. Symbole de la grâce de l'ancien régime, le pastel tombera en désuétude après la Révolution pour laisser place au néo-classicisme et à la peinture à l'huile. Même s'il ne retrouvera pas sa place privilégiée auprès des artistes, le pastel continuera à être utilisé par les impressionnistes.

Aujourd'hui, les couleurs pastel sont caractérisées par leur concentration en blanc. Elles sont légères et peu saturées. Elles ne sont pas dédiés à des champs chromatiques spécifiques mais à toutes les nuances qui ont une quantité suffisante de blanc, afin de pouvoir être considérée comme couleurs pastels. Les années 2010 voient arriver la tendance des couleurs pastels dans la mode, elles deviennent indispensables. Elles sont considérées comme reflet de la féminité et symbole du renouveau printanier. Elles permettant de donner de la vie aux vêtements, sans être intrusives. Dans le design d'espace, les couleurs pastels sont idéales comme couleur pour les murs. Elles apportent de la couleur sans assombrir la pièce. Les noms qu'elles empruntent traduisent toute la délicatesse et la douceur dont ces couleurs font preuve : céleste ; Marshmallows ; Guimauve ; Rose tendre ; jaune timide ; Vert d'eau, Bleu ciel, etc.

Cette tendance nous arrive de la Scandinavie. Loin d'être utilisée par parcimonie ou de manière calculée comme nous pouvons le faire,

les pastels symbolisent chez les nordiques un nouveau minimalisme chaleureux. Ils nous permettent, ici en France, à créer une sensation de douceur, de pureté esthétique. Ils traduisent également des souvenirs d'enfance heureuse, réenchantant nos intérieurs de rêverie ou de pensées d'enfant heureux et joueurs. Ils sont avant tout appréciés pour leur discrétion et subtilité, dû à leur faible saturation et à leur vive luminosité. Grâce à cette représentation des familles de couleur de Shigenobu Kobaysahi, on peut observer que les pastels occupent peu de place sur le « spectre » des couleurs, et sont localisées dans la section des couleurs claires et douces.



Sources : PASTOURAU Michel, *Les couleurs de nos souvenirs* ; KOBAYSAHI Shigenobu ; Wikipédia ; magazine en ligne *Côtés Maison* ; magazine en ligne *Femme actuelle*.

Annexe 5 - Dénominations et référents concrets

Liste non-exhaustive des typologies de référents concrets :

VÉGÉTAUX & ORGANIQUES

Milieu naturel :

Ciel,
Bleu azuré,
Horizon ...

Végétaux :

Rouge sorbier,
Amarante,
Coquelicot,
Géranium,
Cerise,
Citron,
Carotte,
Poireau,
Salade ...

Minéral :

Aigue-marine,
Améthyste,
Bronze,
Cuivre,
Emeraude,
Grenat,
Cobalt ...

Organique :

Canard,
Crevette,
Ecrevisse,
Homard,
Souris,
Incarnat,
Sang-de-boeuf,
Sanglant ...

REPÈRES SPATIO-TEMPORELS

Périodes :

Rouge antique,
Bleu Klein,
Bleu de Vermeer,
Bleu Chardin ...

Lieux :

Bleu (de) Chartres,
Chine,
Inde,
Nevers,
Sèvres ...

MARQUEURS SOCIÉTAUX

Marques :

Rouge Ferrari,
Hermès,
Barbie,
Ketchup ...

Croyances :

Rouge d'enfer,
Rouge vampire,
Diable,
Lucifer ...

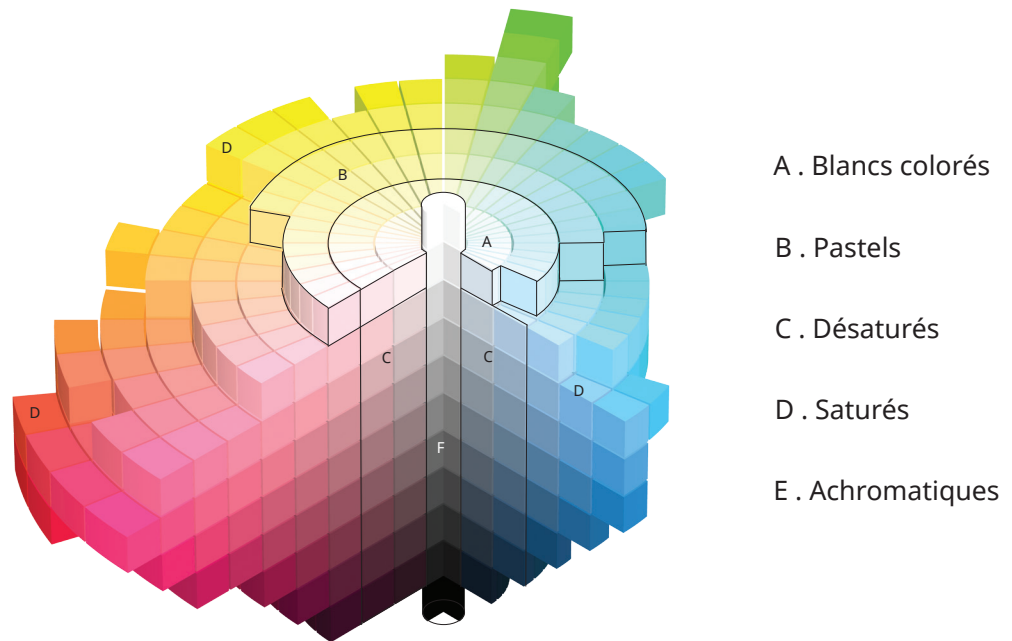
Produits fabriqués :

Faïence,
Gitanes,
Layette,
Rose pompom ...

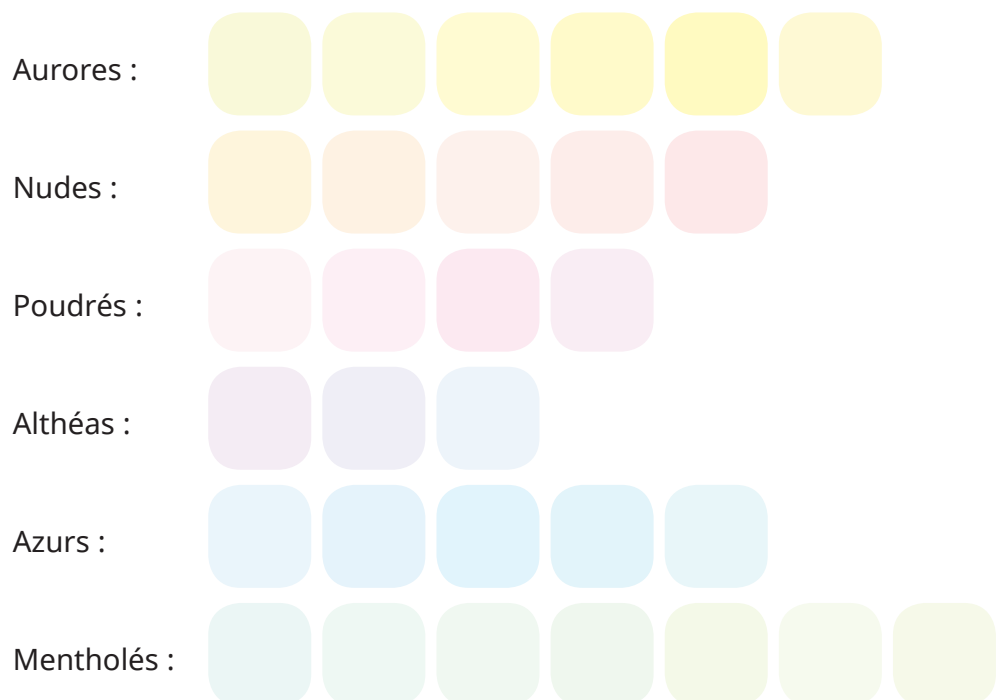
Source : Xavière Ollier, Cours lexichromatique, Master 1 CRIC 2016

Annexe 6 : Blancs colorés, un domaine chromatique

Définition personnelle des limites du domaine des blancs colorés,
Classeur, BLANCS COLORÉS 2017, Page 9/10 - *Domaine chromatique* :



Sous-domaines : définition sensible et subjective



Annexe 7 : Dénominations des blancs colorés

En comparant les dénominations des industriels tout publics et haut de gamme, on observe qu'ils convoquent une dénomination référentielle. Si certaines marques utilisent une dénomination directe pour une lecture plus efficace, elles privilégient un référentiel concret ou abstrait. Par analogie à l'existant, elles génèrent une correspondance entre la couleur et une image. Cette construction touche l'imaginaire, et fait voyager l'utilisateur, il se projette dans une atmosphère qu'il se sera construit grâce à ce processus d'analogie subjective et personnelle.

Dénominations directes	Dénominations référentielles
● Terme direct + adjectif	● Référentiel concret
● Terme direct + référent concret	● Référentiel abstrait
● Terme direct + référent abstrait	

Haut de gamme

Farrow and Ball

- James White
- Joa's White
- Tunsgate
- Wevet
- Calamine

Little Greene

- New Pink White
- Echo
- Magnolia

Ressource

- Toluca
- Meudon
- Pierre de Portland
- Spérone
- Ozone

Grand public

Ripolin

- Ivoirine
- Blanc cassé
- Laponie
- Blanc lacté
- Duvet
- Plume
- Acre
- Marbre

Luxens

- Blanc vieilli
- Blanc ombragé
- Grand blanc
- Chou blanc
- Blanc coton

Dulux Valentine

- Fleur de jasmin
- Craie
- Lin blanc
- Népal pastel
- Blanc de blanc
- Page blanche
- Blanc éclat
- Voile de brume
- Blanc intense
- Blanc cassé
- Pierre meulière
- Perle de rosée
- Pierre de lune
- Papier de soie

Colours by Castorama

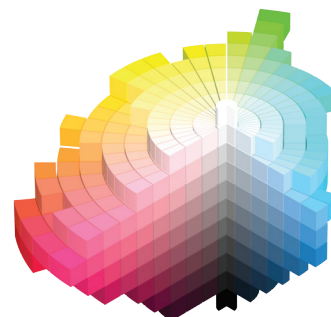
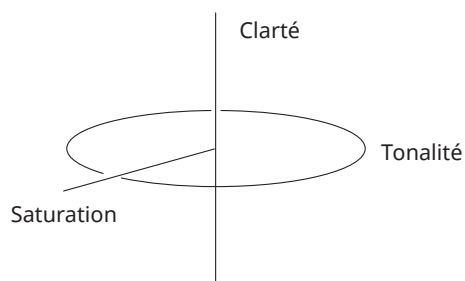
- Talc
- Craie
- Antique
- Fleur de coton
- Blanc cassé
- Maison Blanche
- Goutte d'eau

Tollens

- Craie
- Éclat de verre
- Anzerre
- Poudre d'ivoire
- Blanc cassé
- Côte d'opale
- Lait de chaux
- Diamant
- Cotonnade
- Mistral
- Grâce
- Aravis

Annexe 8 : La pensée couleur occidentale

Grands principes définissant la conception chromatique occidentale s'articulant autour du système tridimensionnel de la couleur :



Propriété thermique de la couleur, axe de la tonalité

Opposition des couleurs dites chaudes (jaune, orange, rouge) aux couleurs dites froides (violet, bleu, vert).



Tonalité chromatique, axe de la clarté

Opposition naturelle des couleurs (comme les couleurs primaires) et des « achromatiques » (comme le noir, le gris ou le blanc).



Valeurs naturelles ou artificielles de la couleur, axe de la saturation

Opposition des couleurs naturelles et artificielles. Une couleur naturelle sera une couleur désaturées, une couleur artificielle sera une couleur, vive, fortement saturée.



Source : CAUMON Céline, *Approches chromatiques*

Annexe 8 bis : La pensée couleur occidentale

Symboliques chromatiques des principales couleurs occidentales :

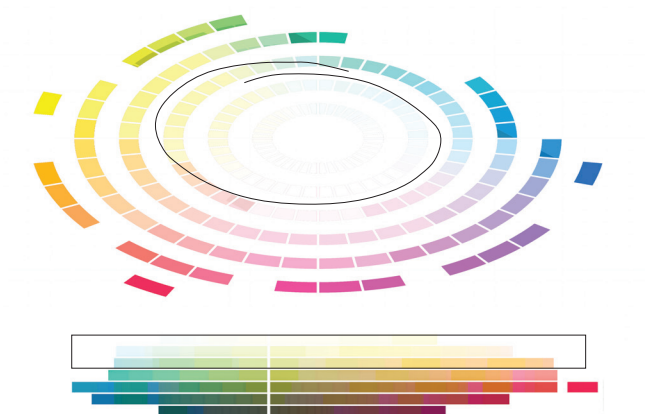
	Signification positive	Signification négative	Représentation
Blanc	Pureté, Paix, Virginité, Innocence	/	Neige, Lumière, Lait, Robe de mariée
Bleu	Rêve, Sagesse, Sérénité, Vérité, Loyauté	Mélancolie	Océan, Ciel, Fleurs : Bleuet
Gris	Calme, Douceur	Tristesse, Solitude, Monotonie	Souris, Poussière
Jaune	Fête, Joie, Chaleur, Amitié, Puissance	Traîtrise, Mensonge, Tromperie	Boîte aux lettres, Œufs, Marguerite
Marron	Nature, Neutralité, Douceur	/	Terre, Arbres, Cacao, Café
Noir	Élégance, Rigueur, Simplicité, Sobriété	Mort, Deuil, Vide, Tristesse	Ténèbres, Chats, Corbeaux
Orange	Joie, Créativité, Sécurité, Optimisme	Kitch	Fruits : Orange, Abricot, Melon
Rose	Féminité, Romantisme, Jeunesse	Réservé au fille	Fleurs : Roses
Rouge	Amour, Passion, Sexualité, Triomphe	Colère, Interdiction, Danger	Sang, Feu, Coquelicot
Vert	Espérance, Chance, Concentration	Echec, Infortune	Végétaux, Légumes
Violet	Rêve, Méditation, Délicatesse	Mélancolie, Solitude	Habits d'évêques, Fleurs

Source : CNRS, symbolisme des couleurs

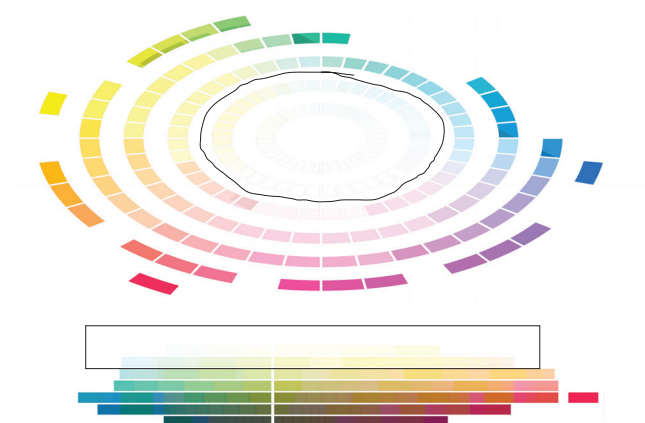
Annexe 9 : Blancs colorés, les voyez-vous ?

Les exercices suivants sont un aperçu extrait de enquête réalisée dans le cadre du Classeur, BLANCS COLORÉS 2017, dans lequel nous pouvons retrouver l'intégralité de l'enquête des pages 45 à 70, *Enquête*.

- Homme (Voir *Enquête*, Page 61) :

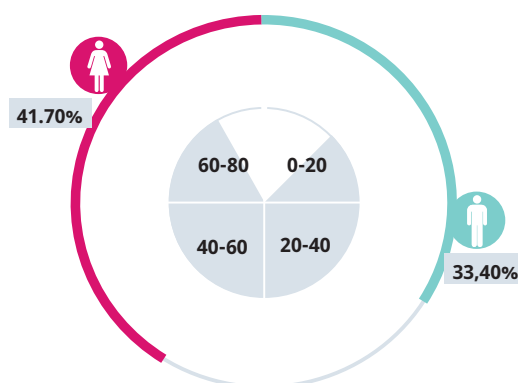


- Femme (Voir *Enquête*, Page 59) :



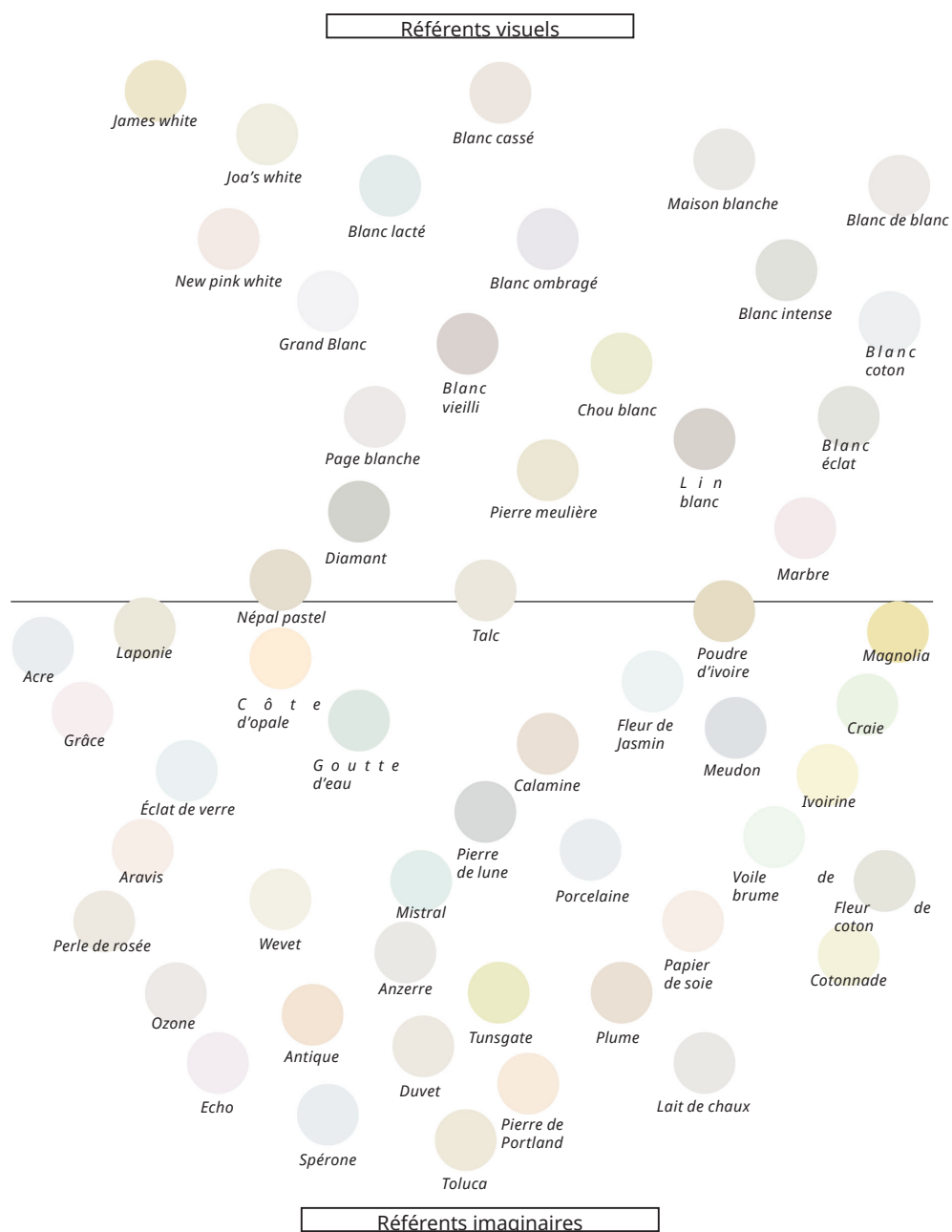
Résultats partiels :

Nous pouvons également l'intégralité des résultats de l'enquête aux pages 33 et 34, *Enquête- Résultats*.



Annexe 10 : Images chromatique et dénominations de couleurs

Suite à un contretypage numérique, figurant dans le Classeur, BLANCS COLORÉS 2017, Pages 38 et 39 - *Valeurs chromatiques*, on constate que les valeurs chromatiques des blancs colorés possèdent au maximum 5% de jaune, 3% de cyan et 2% de magenta. Cette cartographie montre que les dénominations ne reflètent pas les valeurs chromatiques des blancs colorés. Ce sont ces dénominations qui confèrent alors le statut de blancs colorés aux couleurs.



Contretypage numérique :



Ripolin, Collection 2016, Les Blancs Colorés, BLANC LACTÉ :
Cyan : 10% ; Jaune : 6% ; Magenta : 4%

Annexe II : Qu'est-ce qu'un designer ?

L'Alliance Française des Designers, propose aujourd'hui une définition subjective et personnelle du terme de designer. En effet, la particularité même du design est qu'il n'existe pas de définition unique et définitive, puisqu'il se réinvente à chaque époque, en suivant les évolutions, les cultures et les apports des designers du monde entier.

Ainsi, le designer est un praticien du design. C'est un professionnel qui possède un haut degré de formation artistique et technique, voire scientifique, ainsi qu'une éthique professionnelle. Il dessine à dessein avec une capacité d'analyse et de conseil auprès de ses commanditaires.

Le designer est un professionnel qui est doué d'empathie et qui privilégie des approches sensibles, intuitives et créatives pour mener les projets. Il possède aussi un sens de l'esthétique exacerbé, de l'harmonie des formes et des signes ; des couleurs et de la lumière ; des sons ; des matières et des matériaux. L'ergonomie et la lisibilité du projet deviennent les axes forts de chaque projet, le designer veillant à l'interaction de chacun de ces éléments entre eux, mais aussi avec les usagers. Ainsi, le designer suit la bonne marche du projet, du bon déroulement technique à la fabrication.

Le designer peut présenter deux types de profils, le designer spécialisé par domaine d'activité, par exemple espace, produit ou communication et le designer pluridisciplinaire. Le designer spécialisé possède un adjectif qui vient compléter son statut de designer, permettant ainsi de distinguer son domaine d'activité. Dans les deux cas, les designers interviennent dans l'environnement social, apportant ainsi des solutions dans les secteurs socio-économiques et culturel, s'adaptant aux changements de notre société. Chacun de ces designers est donc appelé à évoluer eux aussi en fonction de la société et ainsi à dépasser les cloisonnements de leurs domaines d'activités.

Qu'il soit spécialisé ou pluridisciplinaire, le designer base son travail sur l'observation et l'écoute des cultures, des gestes et techniques de son époque et temps passés des usagers, captant ainsi les tendances. Il analyse les problématiques qui lui sont soumises avec intuition, portant diagnostic et méthode sur le projet. Assimilant un cahier des charges précis, le designer visualise, modélise les idées et concept, constituant ainsi ce que l'on appelle l'avant-projet. Le processus se poursuit par la création de maquette, de prototype permettant ainsi de vérifier, de tester et donc d'améliorer les pistes avant de réaliser le projet final. Pour finir, il réalise l'exécution du projet et assiste les clients ou les usagers.

Source : Alliance Française des Designers

Annexe 12 : Qu'est-ce qu'un coloriste ?

Selon l'opinion publique, le coloriste est un spécialiste de la coloration, notamment de la teinture capillaire. Le coiffeur peut donc être, et est bien souvent coloriste, appliquant son savoir de la coloration au service des teintures pour cheveux. C'est en effet l'une des définitions proposées par le Trésor de la Langue Française.

Mais le Trésor de la Langue Française propose également une définition plus générale datant de 1668, définissant ainsi le coloriste comme le « spécialiste de la couleur; celui qui sait utiliser, agencer les couleurs ».

De manière plus ciblée, le Trésor de la langue Française applique une troisième définition au terme de coloriste. Spécifique au domaine de la peinture, le coloriste est « le peintre dont les tableaux sont remarquables par l'éclat du coloris, peintre chez lequel la couleur l'emporte sur le dessin, sur la forme. » On retrouve cette même définition dans *Le dico des mots de la couleur* de Colette Guillemard, définition alors le coloriste comme le « peintre habile à jouer sur les coloris. »

Mais qu'est-ce que le coloris ?

Toujours selon Trésor de la Langue Française, le coloris est « l'effet résultant de l'emploi de couleurs ».

Ainsi, nous pourrions dire que le coloriste est un professionnel de la couleur, sachant manipuler les couleurs afin de ménager des effets visuels, pouvant devenir sensoriels et affectifs par le biais de l'interprétation propre à chaque personne qui regardera cet effet.

Sources : Trésor de la Langue Française ; GUILLEMARD Colette, *Le dico des mots de la couleur*, Seuil, 1998 (Coll. Dicos Points Virgule)

TABLE DES

9	PRÉFACE
11	INTRODUCTION
21	CHAPITRE 1 : DU BLANC AUX BLANCS COLORÉS
23	La Couleur
23	Occidentalité de la couleur
26	Le blanc, une vraie couleur
28	L'épreuve du temps
30	Le langage de la Couleur
30	Fonctionnement du langage
33	Le langage, une étiquette verbale ?
35	Les blancs colorés, un domaine chromatique à part entière
35	Nominations individuelles
37	Un air de famille
40	Processus de nomination du domaine des blancs colorés
43	CHAPITRE 2 : INNOVER DANS LA PENSÉE COULEUR
45	La pensée couleur
45	Définition
49	L'œil
51	Limites entre image chromatique et dénomination
52	De la pensée couleur à l'innovation
52	Prérequis de l'innovation
55	Design couleur & innovation
57	Cas du milieu hospitalier

MATIÈRES

63	=====	CHAPITRE 3 : VERS UN PENSER GLOBAL DE LA COULEUR
65	=====	Le designer (global) coloriste
65	=====	Singularités d'un profil
68	=====	Outils et méthodes
73	=====	Du designer coloriste au designer penseur
73	=====	Renouveau d'une pratique
76	=====	De l'action à la réflexion
79	=====	CONCLUSION
85	=====	BIBLIOGRAPHIE
89	=====	GLOSSAIRE
93	=====	ANNEXE
97	=====	Histoire du blanc
98	=====	Classification linguistique et champs chromatiques
99	=====	Entre champ chromatique et domaine chromatique
100	=====	Vous avez dit « couleurs pastels » ?
102	=====	Dénominations et référents concrets
103	=====	Blancs colorés, un domaine chromatique
104	=====	Dénominations des blancs colorés
105	=====	La pensée couleur occidentale
107	=====	« Blancs colorés », les voyez-vous ?
108	=====	Images chromatiques et dénominations de couleurs
109	=====	Qu'est-ce qu'un designer ?
110	=====	Qu'est-ce qu'un coloriste ?

INNOVER DANS LE PENSER / PENSÉE COULEUR
Étude du domaine des blancs colorés
Du designer coloriste au designer penseur

Auteur

Estelle Guerry

Directeur de recherche

Céline Caumon

Relecture

Dominique Guerry

Emeline Ohayon

INNOVER DANS LE PENSER/PENSÉE COULEUR Du designer coloriste au designer penseur

Innover dans le penser / pensée couleur est un regard porté par une étudiante de Master 2 Création Recherche Innovation Couleur, sur le champ du design couleur dans notre société contemporaine. Dans ce mémoire, elle posera les fondations de ce couple penser, pensée couleur grâce à l'étude des blancs colorés. A l'heure où leur nature complexe et multiple n'est pas encore appréhendée par le public, ils recèlent de nombreuses subtilités, tant langagières que chromatiques encore inconnues. Elle s'attachera notamment à revendiquer le fait que les blancs colorés puissent être considérés comme un domaine chromatique à part entière, bousculant ainsi des repères chromatiques profondément ancrés dans notre société occidentale. Elle envisagera également à sa manière une notion sous-jacente au design et à l'innovation, le design couleur. Elle appliquera cette philosophie qui lui tient à cœur aux blancs colorés, lui permettant ainsi de dessiner les contours d'une posture novatrice. Une passerelle entre designer coloriste et designer penseur sera alors rendue lisible, jusqu'à pouvoir abandonner toutes frontières. Par le biais du domaine chromatique des blancs colorés, découvrez ainsi une mise en perspective, de la discipline du design couleur, qui se veut subjective, car on le dit bien assez souvent, tout n'est qu'une question de point de vue !

Innovating in thinking / color thought is a look carried by a Master 2 student Creating Color Innovation Research, on the field of color design in our contemporary society. In this thesis, she will lay the foundations of this couple thinking, color through with the study of colored whites. At a time when their complex and multiple nature is not yet understood by the public, they conceal many subtleties, both linguistic and chromatic, which are still unknown. In particular, it will seek to assert the fact that colored whites can be considered as a chromatic domain in their own right, thereby shaking the chromatic markers deeply rooted in our occidental culture. In its own way, it will also consider a concept underlying design and innovation, and color design. She will apply this philosophy which she takes to heart to colored whites, allowing her to draw the outlines of an innovative posture. A bridge between color designer and designer thinker will then be made legible, until he can abandon all borders. Through the chromatic field of colored whites, discover a perspective, the discipline of color design, which is subjective, because it is said quite often, everything is only a matter of point of view!