

Le spécialiste des couleurs en conférence à Pornichet



Jean-Gabriel Causse : « Le taux de burn-out est supérieur de 20 % dans des bureaux blancs et, en plus, vous serez moins créatif et moins productif. »

Jean-Gabriel Causse est designer couleur et il est venu présenter ses études sur l'influence des couleurs lors d'une conférence organisée par l'association Eclat à Pornichet. Il est l'auteur de « L'étonnant pouvoir des couleurs », paru en 2014 aux éditions du Palio, et il publie cette année « Les crayons de couleur » chez Flammarion. Jean-Gabriel Causse est le premier designer à aborder le thème de la

couleur non seulement d'un point de vue esthétique, mais également en tenant compte de l'influence que ses déclinaisons peuvent avoir sur nos perceptions et nos comportements pour colorier notre vie. Ce Français de 47 ans, membre du Comité Français de la Couleur, est basé à Paris et à Tokyo. A l'occasion de sa visite à Pornichet, il a répondu aux questions de Yannick Urrien.

La Baule + : On sait depuis longtemps qu'il y a des couleurs gaies et tristes et qu'elles ont une influence. Or, dans votre livre, vous allez plus loin en soulignant qu'elles ont un impact non neutre sur notre moral et même sur notre santé... À l'origine, vous étiez dans le secteur de la publicité. Comment avez-vous été amené à étudier cette question ?

Jean-Gabriel Causse : Au départ, j'étais publicitaire et je voulais monter une agence. J'avais un tee-shirt blanc et, par hasard, j'ai renversé du vin. Je me suis dit que c'était une couleur bordeaux, mais j'aurais aussi pu dire que c'était la couleur exacte du Château Pétrus et que cette couleur prendrait une dimension supplémentaire chez les amateurs de vin. Alors, j'ai lancé la première agence de conseil en communication sur les couleurs et j'ai travaillé sur des couleurs assez extraordinaires dans l'inconscient collectif, comme celle des yeux de Mona Lisa. J'ai travaillé avec le Louvre pour savoir exactement quelle était la couleur de ses yeux... J'ai aussi eu la chance de travailler avec la NASA pour que l'on puisse définir le bleu de la planète bleue. On a étalonné une photo d'Apollo 17 et on a pu définir ainsi ce bleu. Voilà comment on bascule de publicitaire à coloriste.

Vous présentez votre livre comme un roman. Pour quelles raisons ?

En tant que coloriste, j'ai travaillé sur les tendances des couleurs dans différents domaines comme le textile, l'urbanisme ou la décoration. Un jour, les professeurs Marcel Rufo et David Da Fonseca, qui sont pédopsychiatres, m'ont demandé de refaire les couleurs de l'hôpital Salvator à Marseille. Je me suis demandé ce que je pouvais mettre comme couleurs dans la chambre d'une gamine dépressive ou dans un réfectoire avec des enfants anorexiques... Dans le petit monde de la couleur, personne n'en avait la moindre idée. J'ai regardé tout bêtement sur Internet et j'ai compris qu'il y avait des scientifiques qui travaillaient sur le sujet depuis des années et qui avaient énormément appris de choses avec les neurosciences sur les influences de la couleur. J'ai publié un premier essai sur le sujet, « L'étonnant pouvoir des couleurs », qui a été traduit dans une quinzaine de langues, mais j'ai voulu toucher un public beaucoup plus large en racontant les influences de la couleur à travers un roman.

Le rose est considéré comme une couleur féminine en Occident, alors que ce n'est pas du tout une couleur féminine dans les trois quarts de l'humanité

Il y a des études sur l'impact de la couleur depuis des décennies. Par exemple, dans l'univers de la presse, on a toujours dit que lorsque l'on voulait créer un journal ou un magazine, il fallait que le titre soit en rouge, autrement le journal serait moins vendu...

C'est tout à fait vrai : le rouge, c'est la chaleur. L'information, c'est quelque chose de chaud, il faut la saisir. Donc, un journal avec un titre rouge active l'envie d'achat. Il y a aussi le côté culturel, c'est-à-dire l'acquis. De nombreux journaux sont rouges, donc un titre rouge signifie que c'est un journal d'information. Il y a des choses innées, qui sont universelles, et des choses acquises qui relèvent de notre éducation. Ainsi, le rose est considéré comme une couleur féminine en Occident, alors que ce n'est pas du tout une couleur féminine dans les trois quarts de l'humanité. Par exemple, on a proposé à des enfants des jouets bleus et roses, et l'on s'est rendu compte que les garçons et les filles d'un ou deux ans jouent très bien avec des jouets des deux couleurs, mais

Partenaire

Festival du
CINÉMA & MUSIQUE DE FILM
de La Baule

du 7 au 12 novembre

Innovation
that excites

NOUVELLE NISSAN MICRA MADE IN FRANCE
ÉDITION SPÉCIALE SURÉQUIPÉE.

À partir de **12 990€⁽¹⁾**
Sous condition de reprise⁽²⁾

DÉCOUVREZ NOS OFFRES SUR NISSAN.FR

Innovet Autrement. Fabriquée en France. *Dans le cadre d'opérations d'entretien : conditions sur nissan.fr/promesse-client. (1) Prix au 01/09/2017 pour une nouvelle Nissan MICRA, MADE IN FRANCE 1,0L 71 neuve avec peinture métallisée bleue après déduction de 3 330 € de remise (prolongation de la remise de 2 820 € valable initialement jusqu'au 30/09/2017 et remise supplémentaire de 510 €), (2) dont 800 € ajoutés à la reprise de votre véhicule aux conditions Argus (correspondant à la valeur de reprise déduction faite de 15% pour frais professionnels, des frais de remise à l'état standard et du kilométrage excédentaire). Modèles présentés : en blanc et rouge : Nouvelle Nissan MICRA MADE IN FRANCE 1,0L 71 avec peinture spéciale à 12 990 € après déduction de 3 400 € de remise (prolongation de la remise de 2 890 € valable initialement jusqu'au 30/09/2017 et remise supplémentaire de 510 €), dont 800 € ajoutés à la reprise de votre véhicule aux conditions Argus. Offre réservée aux particuliers, non cumulable avec d'autres offres, valable jusqu'au 31/12/2017, chez les concessionnaires Nissan participants, NISSAN WEST EUROPE SAS : nissan.fr

Consommations gamme cycle mixte (l/100km) : 3,2 - 4,6. Émissions CO₂ (g/km) : 85 - 104.

YOU+ NISSAN
NOTRE PROMESSE, VOTRE EXPERIENCE.

- + Véhicule de remplacement gratuit.
- + Entretien Nissan au meilleur prix.
- + NISSAN assistance gratuite illimitée.
- + Diagnostic systématique offert.

Contactez-nous 24h/24, 7j/7 :
En France 0805 11 22 33
De l'étranger +33 (0) 72 67 69 14

NISSAN - SAINT-NAZAIRE Océanis
02 40 17 20 00 - www.promocar.fr

Jean-Gabriel Causse : « Le mauve est une couleur propice aux activités nocturnes. »

Comment travaillez-vous ?

Je travaille beaucoup avec des cabinets d'architectes, par exemple, et j'essaie de réfléchir avec eux sur les meilleures couleurs pour optimiser les bâtiments sur le plan extérieur ou intérieur. Ainsi, vous ne travaillerez pas de la même façon dans une pièce à dominante chromatique bleue que dans une pièce à dominante chromatique rouge. Dans une pièce avec du bleu, vous serez beaucoup plus créatif, vous aurez certainement de meilleures idées, mais vous ferez plus de fautes d'orthographe parce que vous serez concentré moins longtemps... Pour les intérieurs, la couleur la moins recommandée, quel que soit le public et quel que soit le métier, c'est malheureusement celle qui est la plus présente autour de nous, à savoir le blanc. Des études de la médecine du travail indiquent que le taux de burn-out est supérieur de 20 % dans des bureaux blancs et, en plus, vous serez moins créatif et moins productif. Le blanc n'a que des inconvénients ! Malheureusement, comme beaucoup de gens ont peur de mettre de la couleur dans leur environnement, c'est toujours la couleur dominante dans nos bureaux et dans nos maisons. J'essaie de démontrer à quel point il nous manque quelque chose dans un monde qui n'a pas de couleur.

Le noir reste-t-il associé à l'élégance ou à la sobriété ?

Le noir est depuis peu de temps la couleur de l'élégance en Occident. En Chine ou en Inde, personne n'est en noir. Idem en Afrique ou en Amérique du Sud. Il n'y a qu'en Occident, depuis un siècle, que le noir est devenu une couleur chic. C'est parti d'Édouard VII, prince de Galles, qui allait devenir roi d'Angleterre. Il avait pour habitude d'aller fumer le cigare avec ses amis dans des clubs et sa femme se plaignait des mauvaises odeurs quand il rentrait chez lui... Alors, il a demandé à son tailleur de lui créer une tenue pour fumer le cigare avec ses copains et c'est ainsi qu'est né le smoking. Il faut imaginer que s'habiller en noir et blanc à l'époque, pour un prince anglais, était quelque chose de révolutionnaire, puisque le noir et le blanc étaient les

couleurs les plus laides possibles, donc réservées à ceux qui ne devaient pas séduire : c'est-à-dire les domestiques, les hommes d'Église et les femmes en deuil. Donc, voir un prince de Galles vêtu comme un domestique, c'était quelque chose de vraiment révolutionnaire. Et c'est devenu une mode à Londres à la fin du XIXe siècle. Finalement, s'habiller en noir et blanc, c'est devenu le chic du chic à New York. C'est revenu en Europe encore plus fortement pour les hommes. Ensuite, il y a eu la Première Guerre mondiale, où les femmes ont pris la place des hommes. Dans les années 20, elles ont continué à s'habiller en homme et à prendre les codes couleurs des hommes en s'habillant en noir. Coco Chanel a inventé en 1926 la petite robe noire et le noir est devenu chic pour les femmes au cours des années 20. En

1926, une femme qui s'habillait en noir, c'était quand même le signe d'un deuil. Mais dire que le noir est une couleur élégante, ce n'est pas du tout vrai en Amérique du Sud ou en Asie.

La couleur orange est celle de la communication

Vous soulignez que la couleur orange est celle de la communication et l'on retrouve aussi beaucoup de bleu dans les sociétés technologiques...

Dans les neurosciences, la couleur orange est celle de la communication. Quand on regarde cette couleur, on active la zone du langage. Dans un environnement orange, on est généralement beaucoup plus ouvert à la discussion. Il y a aussi les influences culturelles. France Telecom avait

un logo bleu... Donc, lorsque Bouygues Télécom a un logo orange et bleu, ce n'est pas complètement idiot, puisque l'on associe les influences innées aux influences acquises.

Une marque c'est 80% la couleur et 20% le graphisme

Que pensez-vous des choix de Google, qui aime bien jouer en mélangeant des couleurs très différentes ?

Pour une petite marque, il est beaucoup plus intéressant de garder sa couleur et de vraiment la garder. Si vous changez la couleur de votre logo, il sera assez compliqué pour les consommateurs de s'y retrouver, parce que l'identité d'une marque c'est 80 % la couleur et 20 % le graphisme. Il est très risqué pour une marque de changer ses couleurs. Google

peut s'amuser avec son logo en mettant plein de couleurs, ce n'est pas très grave. Mais je ne conseille pas à une petite marque de suivre cet exemple !

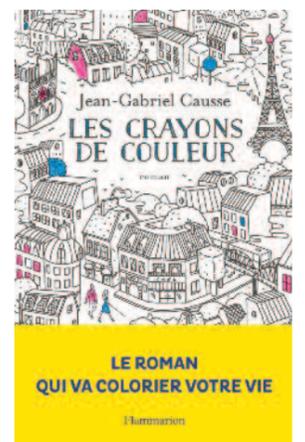
Enfin, vous recommandez d'avoir un peu de mauve dans sa chambre...

C'est une belle étude. En Angleterre, on a demandé à deux mille couples quelle était la couleur dominante de leur chambre à coucher et combien ils avaient de rapports sexuels par semaine. Dans une chambre blanche, c'est 1,5. Dans une chambre rouge, c'est 3 à 3,2. Et, dans une chambre mauve, on est à 3,5. Donc, le mauve est une très bonne couleur et une couleur propice aux activités nocturnes.

Propos recueillis par Yannick Urrien.



Jean-Gabriel Causse lors d'une conférence organisée par l'association Eclat à Pornichet (Photo : Alain Silhol)



ECO CUISINE

La cuisine tout compris !

-40% OFFRE LIMITÉE À **40 CUISINES***
JUSQU'AU 30 NOVEMBRE 2017

EXCLUSIF 3D
www.ecocuisine.fr
Créez votre cuisine en 3D !

SIEMENS smeg BOSCH Electrolux www.ecocuisine.fr

Tél. 02 52 59 73 90
GUÉRANDE (à côté de Jardiland)

Quelques rendez-vous

Judi 16 Novembre
Mesquer – Randonnées accompagnées sur les chemins de la presqu'île. Départ Place de l'Orée du Bois à Quimiac à 13h30. Réservation à la mairie de Mesquer – 06 51 25 99 47. Randonnée de la Maison des Douaniers 10 km. Les Randonneurs des Marais vous proposent de découvrir chaque semaine, un circuit différent. Prévoir des chaussures de marche. En cas de très mauvais temps, la marche est annulée.

Du 16 au 19 Novembre
Guérande - 14e édition du Festival du Livre en Bretagne de Guérande, "Enfance en Bretagne", président d'honneur, Alain Rémond. A Athanor (Guérande, Avenue Anne de Bretagne) Entrée libre. Le samedi 18 & le dimanche 19 novembre, plus de 150 auteurs en dédicaces, des animations et des rencontres. Plus un espace jeunesse et BD... Ouverture du festival : Jeudi 16 novembre à 18 h. Conférence de Daniel Sicard : «L'artiste Jean Emile Laboureur et les militaires américains à Saint-Nazaire (1917-1918)». (En partenariat avec la Société des Amis de Guérande). Vendredi 17 novembre à 20 h : accueil d'Alain Rémond Président d'honneur du Festival, suivi d'un

concert de Holy M avec Amandine Alcon, harpe celtique. Org : Association Gourenez, 3 rue Aristide Briand, Guérande - 06 09 04 27 84

Du 17 Novembre au 3 Décembre
La Baule – Exposition des AVF (accueil des villes françaises) : de 14h à 18h à l'Espace culturel de la chapelle Ste Anne – Place Leclerc. Entrée libre. Org : AVF La Baule, Villa « les roches rouges » 5 avenue Honoré de Balzac – 02 40 11 94 93.

Les 18, 21, 25, 26, 28 Novembre
Le Pouliguen – Théâtre – « Sitcom » : A 21h sauf le dimanche 26 à 15h au Cinéma Pax, 5 rue du Maréchal Joffre. « SITCOM » une pièce écrite par Isabelle Oheix et mise en scène de Jean-Claude Guillaume. Régis, un réalisateur de SITCOM commence à désespérer car sa série télévisée "Amours et Trahisons" est en perte d'audience et le directeur de la chaîne menace de la retirer des programmes... Afin de sauver son "bébé" Régis imagine les stratagèmes les plus farfelus entraînant toute son équipe dans des situations impossibles... Réservations à l'Office de Tourisme (8 quai du Commandant l'Herminier au Pouliguen.

Mardi 22 Novembre
La Turballe – Atelier Peinture de 11h à 17h : venez peindre votre tableau à l'huile ! Louise Ericsson, artiste d'origine suédoise vous guide pour réaliser votre première oeuvre ou vous perfectionner. Matériel fourni, il suffit d'apporter sa toile. Association Prisme. Renseignements et réservations - 06 88 90 62 02. Lieu : Ancienne école St-Pierre, 13 rue de l'église, Trescalan, La Turballe.

Vendredi 24 Novembre
La Baule – Conférence « Essence de l'Art – Picasso, 1932 » à 18h30. Atlantia, 119 avenue de Lattre de Tassigny. Réservations et info : 02 40 11 51 51. Picasso 1932 : par Dominique Dupuis-Labbé, conservateur général au SMF. Une année complète de la vie du génie espagnol, à travers la présentation jour après jour de ses œuvres et de ses archives. Organisée en partenariat avec la Tate de Londres, l'exposition présente les chefs-d'œuvre essentiels dans la carrière de l'artiste comme Le Rêve (coll. privée). Musée national Picasso Paris jusqu'au 11/02/2018. Tarif : 1 conférence 18 € / 5 conférences : 85€ / 8 conférences : 120 €.