

Le choix des couleurs ne se fait pas selon vos goûts, mais selon le message à faire passer.

Par exemple, on évitera de mettre des couleurs liées au danger ou faisant penser à une erreur pour ajouter un élément au panier.

En fait, les couleurs, au même titre que la typographie, se doivent d'être compatibles avec les valeurs, la thématique, et la cible de votre entreprise.

Une couleur porte parfois un sens historique, religieux, et non pas seulement marketing. C'est pourquoi vous devez identifier le sens de la marque et trouver un accord entre tous les éléments cités plus haut.

C'est votre mission que de guider l'entreprise vers un choix stratégique en matière de couleur.

Comprendre les couleurs, une par une :

- <https://www.graphicstyle.fr/communication/signification-des-couleurs/>

Trouver de l'inspiration en matière de couleur :

- <https://coolors.co/>
- <https://material.io/resources/color/#!/?view.left=0&view.right=0>

Obtenir des gradients CSS :

- <https://cssgradient.io/>
- <https://webgradients.com/>
- <https://uigradients.com/#CoolSky>
- <https://mycolor.space/gradient>