252162 - Existerait-il un rapport entre l’usage des couleurs dans le marketing et le pouvoir d’augurer?

question

J’ai lu un (article) sur l’harmonie des couleurs et ses effets sur nous. Et puis j’ai trouvé que la couleur orange réchauffe et facilite les contacts humains. J’ai en plus découverts qu’elle suscite l’appétit.

La prise en compte des informations que nous possédons à propos des couleurs et leurs effets sur la population rend-t-elle le marketing licite? Cela s’applique, par exemple, au choix de la couleur orange pour peindre les murs d’un Fast Food dans le but de rendre agréable l’ambiance à l’intérieur. Agir ainsi relève-t- il de l’exercice du pouvoir d’augurer et ne serait donc plus un moyen légal (du marketing)?

la réponse favorite

Louange à Allah.

Il n’ y a aucun inconvénient à utiliser les couleurs dans le marketing car il existe des couleurs bien appréciées par le public puisqu'elles les détendent alors que d’autres sont jugées répugnantes.

Il existe une étude dont nous n’avons pas encore vérifier la fiabilité, qui porte sur les couleurs et leur impact psychologique et abonde dans le sens que vous avez indiqué, à savoir que la couleur orange procure une sensation de confort et de réchauffement alors que le rouge excite et provoque la colère.

Toujours est-il que si l’expérience prouve qu’une couleur donnée attire les gens, son choix dans le marketing n’aurait rien à voir l’exercice du pouvoir d’augurer. Car cet exercice implique la prétention de connaitre le mystère et de pouvoir prédire des choses à venir.

On lit dans l’encyclopédie juridique (14/52): «L’exercice du pouvoir d’augurer consiste à gérer des informations relatives à des choses du futur et à prétendre connaitre des secrets. »

Allah le sait mieux.