

15 valeurs prioritaires pour le B2B

Voici une sélection de **15 valeurs essentielles** pour les entreprises B2B en France, avec des exemples concrets d'entreprises qui les incarnent et les codes couleurs associés.

Valeur	Commentaire	Exemple d'entreprise	Couleur(s)	Signification	Lien identité / valeurs
Fiabilité	Rassure sur la qualité, les délais, le suivi	Michelin – "La fiabilité est notre signature"	Bleu foncé + Jaune	Confiance, sérieux / Optimisme, énergie	Design System Michelin
Responsabilité	Engagement sérieux, RSE	Danone – Engagement B Corp	Bleu clair	Transparence, santé, engagement durable	Mission & Valeurs Danone
Transparence	Clarté dans les relations, devis, process	C'est qui le patron ?! – Prix et filière transparents	Rouge + Blanc	Action, engagement / Clarté, honnêteté	La démarche transparente
Qualité	Gage de sérieux en industrie, agro, services	Laguiole – Exigence de fabrication	Noir + Or	Luxe, excellence / Prestige, tradition	Engagements & Certifications
Esprit d'équipe	Cohésion interne et avec les partenaires	Décathlon – Culture collaborative forte	Bleu vif	Dynamisme, accessibilité, sport	Nos valeurs Décathlon
Innovation	Capacité à évoluer, se différencier	Carbios – Biorecyclage enzymatique	Vert + Bleu	Écologie, innovation / Science, technologie	Nos engagements Carbios
Proximité	Ancrage local, relation de confiance	Système U – Commerçants indépendants	Rouge + Blanc	Chaleur humaine / Simplicité, accessibilité	Qui sommes-nous
Accompagnement	Conseil, relation, sur-mesure	Leroy Merlin – Conseil projet personnalisé	Vert + Noir	Croissance, conseil / Sérieux, expertise	À propos Leroy Merlin
Excellence	Image haut de gamme, exigeante	LVMH – Artisanat et savoir-faire	Or + Noir	Luxe absolu / Sophistication, élégance	Métiers d'Excellence LVMH
Simplicité	Process clairs, échanges fluides	Qonto – Expérience bancaire simplifiée	Violet + Blanc	Modernité, créativité / Clarté, épure	The "no-frills" brand story
Rigueur	Secteurs industriels et techniques	Safran – Normes aéronautiques strictes	Rouge + Bleu	Puissance / Précision, fiabilité	One brand for one Group
Créativité	Se démarquer, renouveler	Balibaris – Mode masculine créative	Noir + Beige	Élégance / Naturel, authenticité	Notre histoire Balibaris
Engagement	Implication long terme	Veolia – Environnement durable	Bleu + Vert	Eau, responsabilité / Environnement, durabilité	Notre raison d'être
Écoute	Indispensable en conseil et accompagnement	Orange Business – Besoins clients B2B	Orange + Noir	Communication, chaleur / Professionnalisme	Branding Orange
Durabilité	Écologie, pérennité des solutions	Hopaal – Éco-conception textile	Vert naturel	Nature, éco-responsabilité, authenticité	Notre histoire & engagement

Comment utiliser ce tableau ?

En atelier stratégie de marque :

1 - Valeurs : faites sélectionner 3 valeurs prioritaires

2 - Inspirations : montrez les exemples de marques qui incarnent ces valeurs

3 - Couleurs : identifiez les codes couleurs qui correspondent naturellement

4 - Différenciation : analysez les couleurs des concurrents pour se démarquer

5 - Palette : créez une palette unique qui combine valeurs + positionnement sectoriel

Le langage des couleurs : traduire vos valeurs visuellement

Les couleurs ne sont pas décoratives. Elles communiquent des émotions, des valeurs et un positionnement. Voici un guide des correspondances entre valeurs et couleurs.

- Bleu** → confiance, fiabilité, professionnalisme
 - Secteurs : industrie, services, tech, santé
 - Nuances : bleu foncé (corporate), bleu clair (santé/bien-être), bleu électrique (innovation)
 - Marques : Michelin, Danone, Safran
- Vert** → durabilité, croissance, nature, innovation
 - Secteurs : agro-alimentaire, environnement, conseil, BTP durable
 - Nuances : vert foncé (sérieux), vert vif (énergie), vert naturel (bio)
 - Marques : Carbios, Leroy Merlin, Veolia, Hopaal
- Rouge** → passion, engagement, énergie, puissance
 - Secteurs : industrie lourde, agroalimentaire, services dynamiques
 - Attention : peut être agressif, à doser avec blanc ou noir
 - Marques : Système U, Charal
- Noir** → excellence, luxe, sophistication, rigueur
 - Secteurs : services haut de gamme, design, conseil stratégique
 - Usage : Souvent combiné avec or, blanc ou couleurs vives
 - Marques : LVMH, Laguiole, Balibar
- Blanc** → clarté, simplicité, transparence, pureté
 - Usage : toujours en combinaison, jamais seul
 - Effet : apporte respiration et épure
 - Marques : Qonto, Système U
- Jaune/Or** → optimisme, énergie, prestige
 - Secteurs : services, innovation, luxe (or)
 - Attention : difficile à utiliser seul
 - Marques : Michelin (jaune), LVMH (or)
- Orange** → communication, accessibilité, dynamisme
 - Secteurs : services, communication
 - Effet : chaleureux mais moderne
 - Marques : Orange Business
- Violet** → innovation, créativité, modernité
 - Secteurs : tech, fintech, services innovants
 - Tendance : en forte croissance dans le B2B moderne
 - Marques : Qonto

Combinaisons gagnantes par secteur :

Exemple pour 3 secteurs -

> INDUSTRIE / BTP

Bleu foncé + gris > fiabilité, sérieux
Rouge + noir > puissance, expertise
Vert + gris > durabilité, innovation

> AGRO-ALIMENTAIRE

Vert + beige > naturel, authenticité
Rouge + blanc > tradition, qualité
Bleu + vert > santé, responsabilité

> SERVICES B2B / CONSEIL

Bleu + orange > confiance + accessibilité
Violet + blanc > innovation + clarté
Noir + or > excellence + prestige

💡 Conseil Dklic

Une identité forte = 1 couleur dominante (60%) + 1 couleur secondaire (30%) + 1 couleur d'accent (10%). Les valeurs guident le choix des dominantes, le secteur influence les nuances, et la différenciation concurrentielle affine la palette finale.

Vous avez défini vos valeurs en équipe ? Bravo !

Vous venez de franchir une étape essentielle dans la construction de votre identité de marque. En travaillant collectivement sur vos valeurs, vous avez posé les fondations d'une communication cohérente et authentique.

Et maintenant ?

Place à la création de votre identité visuelle !

Contactez Dklic pour un échange avec un professionnel.

06 09 92 50 15
ingrid@dklic-graphic.com
www.dklic-graphic.com