

DOSSIER EXPÉRIEMENTATIONS

Tiphaine MARTIN

SOMMAIRE

- Remise en contexte
- Questionnements et enjeux
- Le commanditaire et la commande
- La cible et ses problématiques [sondage]
- Références culturelles et messages de prévention
- Expérimentations graphiques
 - Axe 1 : compositions et styles typographiques
 - Axe 2 : dialogue texte-image
 - Axe 3 : trame commune [création d'outils graphiques]
- Pistes principales
- Ressources

RE/MISE EN CONTEXTE

Le projet s'inscrit dans la communication médicale, un domaine exigeant où la clarté et la crédibilité des messages sont essentielles. La cible principale est constituée de jeunes parents, un public clé pour la prévention car leurs décisions influencent directement la santé et le bien-être de leur enfant. Ce groupe recherche des conseils pratiques et fiables, tout en ayant une attention limitée par les nombreuses responsabilités familiales et professionnelles.

L'approche s'appuie sur le décalage et l'humour référentiel comme leviers graphiques. En détournant des répliques de la culture populaire, le dispositif crée une connivence immédiate avec le public, rendant les messages plus engageants et compréhensibles, tout en maintenant la gravité et la crédibilité des enjeux médicaux.

Le projet se matérialise à travers une identité graphique cohérente et attractive, pensée pour structurer textes et images, rythmer la lecture et guider l'attention. Cette identité agit comme un point d'entrée visuel et interactif, permettant d'attirer l'attention et d'orienter le public vers des ressources fiables et détaillées.

QUESTIONNEMENTS ET ENJEUX

- Comment rendre lisible et mémorable un message complexe pour un public qui n'a ni le temps ni l'envie, mais qui veut faire ce qu'il y a de mieux pour son enfant?
-
- Comment transformer le graphisme en un langage visuel modulable, capable de fonctionner sur des formats très variés tout en restant cohérent?
-
- Comment utiliser l'humour référentiel pour créer une connivence immédiate, capter l'attention et renforcer la compréhension des messages?
-
- Comment orienter subtilement le parent vers une action ou une ressource fiable, sans que le support paraisse invasif ou didactique?
-
- Comment faire de l'identité graphique un vecteur d'expérience, qui communique à la fois sérieux et accessibilité, légèreté et fiabilité?

LE COMMANDITAIRE

L'Assurance Maladie est un organisme public dirigé par la Caisse nationale de l'Assurance Maladie (CNAM), chargé de protéger la santé des assurés et de promouvoir la prévention en France. Sa mission principale est d'informer et d'accompagner la population sur des questions de santé, en particulier auprès des parents et des jeunes enfants, afin de favoriser des comportements favorables à la santé et au bien-être.

Elle diffuse ses messages via des supports variés : affichage en salle d'attente, publications web, réseaux sociaux, vidéos pédagogiques, et QR codes renvoyant vers des pages fiables sur ameli.fr. Sa légitimité pour ce projet repose sur sa capacité à toucher directement les jeunes parents, son expertise dans la prévention, et la crédibilité institutionnelle qui garantit la fiabilité des informations transmises.

LA COMMANDE

L'Assurance Maladie souhaite une campagne de communication destinée à sensibiliser les jeunes parents aux bonnes pratiques de prévention, pour contribuer au bien-être des bébés et de leurs parents. Cette campagne doit être attractive, facilement identifiable et capable de capter rapidement l'attention, afin de rediriger le public vers des informations fiables et détaillées.

Le projet propose une solution originale et modulable, sous la forme d'un dispositif graphique pouvant se décliner sur différents formats :

- Affiches dans les lieux fréquentés par les jeunes parents (PMI, maternités, crèches)
- Publications sur les réseaux sociaux
- Modules sur le site web, point d'entrée vers des pages plus complète

LA CIBLE

La cible est constituée de jeunes parents ayant un ou plusieurs enfants en bas âge. Un public crucial pour la prévention médicale, car ses décisions quotidiennes influencent la santé et le bien-être de leurs enfants, mais aussi leur propre bien-être.

Les jeunes parents doivent souvent gérer simultanément de multiples responsabilités familiales et professionnelles, ce qui limite leur temps et leur attention. Malgré ces contraintes, ils restent attentifs aux conseils pratiques et fiables, recherchant des informations claires et concrètes pour le bien-être de leur(s) enfant(s).

Cette audience est ouverte aux messages de santé et de prévention, mais n'a pas toujours la disponibilité pour consulter de longs textes ou des sources complexes. Elle bénéficie particulièrement d'approches visuelles attractives, concises et engageantes, capables de transmettre rapidement l'essentiel tout en orientant vers des informations fiables et détaillées

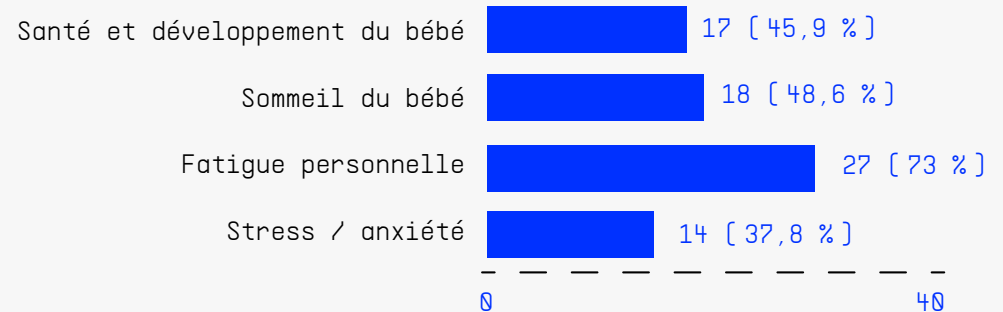
SONDAGE SUR LES PROBLÉMATIQUES DE MA CIBLE

Un sondage exploratoire a été réalisé auprès d'environ 40 personnes, jeunes parents ou l'ayant été récemment, afin de mieux comprendre leur expérience, leurs principales problématiques et leur manière d'accéder aux informations de prévention.

Les résultats servent à orienter la création de messages clairs, mémorisables et adaptés à leurs besoins réels.

RÉSULTATS DU SONDAGE

Résultats des catégories les plus sélectionnées parmi les principales préoccupations: chaque participant pouvait choisir jusqu'à 3 réponses.



Avec seulement 18,9 % qui se sont réellement senti soutenu.

89,2 % disent déjà avoir cherché sur internet des informations pour le quotidien avec leur bébé.

45,9 % pensent que les campagnes d'information pour les jeunes parents sont plutôt utiles et 37,8 % indispensables.

RÉPLIQUES ET CONTEXTES D'UTILISATION

Quelques exemples de réplique issue du cinéma accablé
a de court message de prévention. Il reste à voir
pour le problème de droit d'auteur, une détournement
ou changements de certains mots.

Santé :

“Choisis la pilule rouge ou la pilule bleue”

Matrix, 1999

Avant 3 ans, les écrans sont déconseillés.
Les interactions réelles sont essentielles au dévelop-
pement de l'enfant.

“Vous ne passerez pas !”

Le Seigneur des anneaux : La Communauté de l'anneau, 2001

Avant 3 mois, limitez les bisous de grand-maman pour
protéger bébé des maladies.

“Avengers rassemblement !”

Avengers : Endgame, 2019

La vaccination protège votre enfant et les personnes
les plus fragiles autour de lui.

Fatigue parentale:

“Je suis trop vieux pour ces conneries”

L'Arme fatale, 1987

La parentalité peut être épuisante..
Besoin d'aide ? Contactez un service de soutien paren-
tal, une PMI ou un psychologue pour parents près de
chez vous.

“C'est comme une boîte de chocolats, on ne sait
jamais sur quoi on va tomber”

Forrest Gump, 1994

Chaque journée avec un enfant est différente et peut
être stressante.
Trouvez des infos sur le sommeil, la gestion du stress
et le soutien parental sur ameli.fr.

Sommeil du bébé :

“Par mes moustaches, je suis en retard !”

Alice au Pays des Merveilles, 1951

Le sommeil irrégulier perturbe bébé et parents.
Retrouvez des guides pratiques pour établir un rythme
adapté à votre enfant sur ameli.fr.

EXPÉRIMENTATIONS
AXE 1 : COMPOSITIONS ET STYLES
TYPOGRAPHIQUES

recherches plastiques.

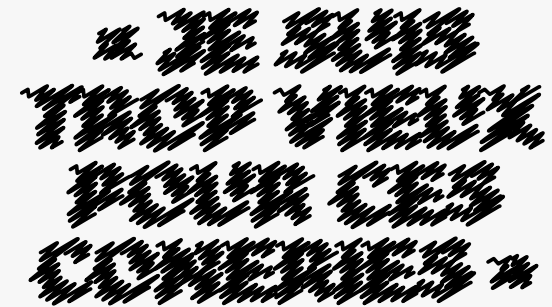
« VOUS NE
PASSEREZ
PAS ! »



« Vous ne
passerez
pas ! »



« JE SUIS
TROP VIEUX
POUR CES
CONERIES »



« JE SUIS
TROP VIEUX
POUR CES
CONERIES »

EXPÉRIMENTATIONS

AXE 1 : COMPOSITIONS ET STYLES

TYPOGRAPHIQUES

recherches de compositions.

« JE
SUIS
TROP
VIEUX
POUR
CES
CONERIES »

LA PARENTALITÉ PEUT ÊTRE ÉPUISANTE...
BESON D'AIDE ? CONTACTEZ UN SERVICE DE SOUTIEN
PARENTAL, UNE PMI OU UN PSYCHOLOGUE POUR PARENTS
PRÈS DE CHEZ VOUS.

« JE
SUIS
TROP
VIEUX
POUR
CES
CONERIES »

LA PARENTALITÉ PEUT ÊTRE ÉPUISANTE...
BESON D'AIDE ? CONTACTEZ UN SERVICE DE SOUTIEN
PARENTAL, UNE PMI OU UN PSYCHOLOGUE POUR PARENTS
PRÈS DE CHEZ VOUS.

« JE
SUIS
TROP
VIEUX
POUR
CES
CONERIES »

LA PARENTALITÉ PEUT ÊTRE ÉPUISANTE...
BESON D'AIDE ? CONTACTEZ UN SERVICE DE SOUTIEN
PARENTAL, UNE PMI OU UN PSYCHOLOGUE POUR PARENTS
PRÈS DE CHEZ VOUS.

«
Je
suis
trop
vieux
pour ces
conneries »

LA PARENTALITÉ PEUT ÊTRE ÉPUISANTE...
BESON D'AIDE ? CONTACTEZ UN SERVICE DE SOUTIEN
PARENTAL, UNE PMI OU UN PSYCHOLOGUE POUR PARENTS
PRÈS DE CHEZ VOUS.

« Je suis
trop vieux
pour ces
conneries »

LA PARENTALITÉ PEUT ÊTRE ÉPUISANTE...
BESON D'AIDE ? CONTACTEZ UN SERVICE DE SOUTIEN PARENTAL, UNE PMI OU UN
PSYCHOLOGUE POUR PARENTS PRÈS DE CHEZ VOUS.

« Vous ne
passerez
pas »

Avant 3 mois,
limitez les
bisous de
grand-maman
pour protéger
bébé des
virosties



« JE SUIS
TROP VIEUX

LA PARENTALITÉ PEUT ÊTRE ÉPUISANTE...
BESON D'AIDE ? CONTACTEZ UN SERVICE DE SOUTIEN PARENTAL, UNE PMI OU UN
PSYCHOLOGUE POUR PARENTS PRÈS DE CHEZ VOUS.

POUR CES
CONERIES »

« JE SUIS
TROP VIEUX
POUR CES
CONERIES »

LA PARENTALITÉ PEUT ÊTRE ÉPUISANTE...
BESON D'AIDE ? CONTACTEZ UN SERVICE DE SOUTIEN PARENTAL, UNE PMI OU UN
PSYCHOLOGUE POUR PARENTS PRÈS DE CHEZ VOUS.

« CONERIES »
POUR CES
« JE SUIS
TROP VIEUX
POUR CES
CONERIES »
« JE SUIS TROP

EXPÉRIMENTATIONS

AXE 2 : DIALOGUE TEXTE-IMAGE

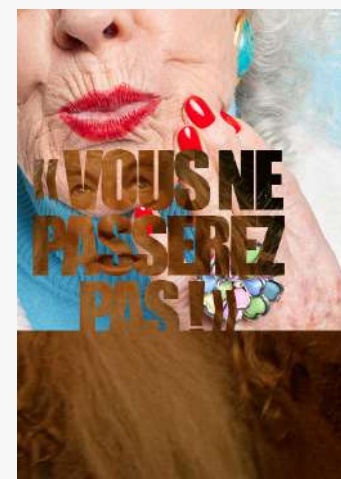
Mises en page mêlant image et textes, mais manque de référence pour les répliques.



EXPÉRIMENTATIONS

AXE 2 : DIALOGUE TEXTE-IMAGE

Ici, je superpose la photo avec celle de la référence.



EXPÉRIMENTATIONS

AXE 3 : TRAME COMMUNE

Création d'outils pour appliquer des modifications d'images.
La piste de la trame sert à unifier l'ensemble des futures productions. En produisant mes propres outils, je m'approprie les effets.
Outil 1 : pour pixéliser, éclater ou flouter l'objet.



EXPÉRIMENTATIONS

AXE 3 : TRAME COMMUNE

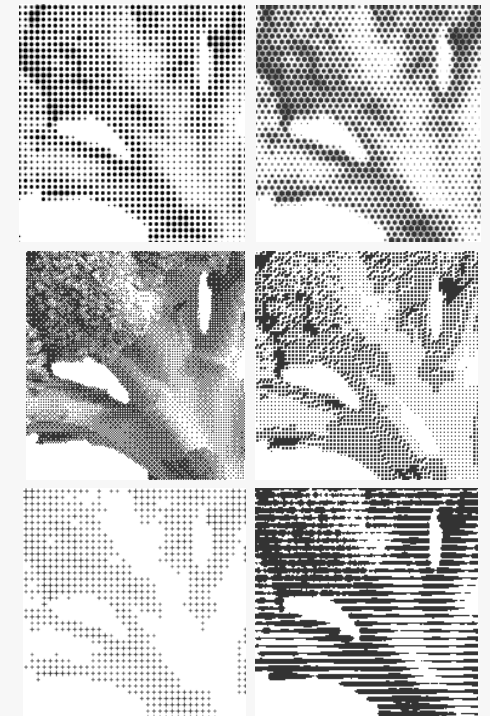
Application de l'outil 1.



EXPÉRIMENTATIONS

AXE 3 : TRAME COMMUNE

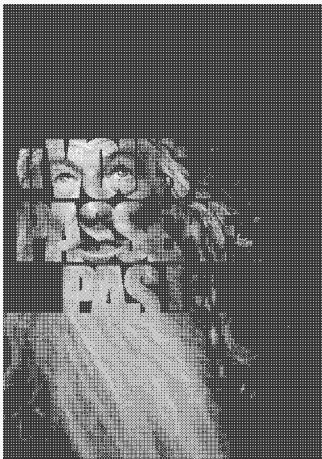
Outil 2 : trames avec différents rendus, toutes dotées de fonctions réglables, pensé pour le monochrome avec la possibilité de changer la couleur.



EXPÉRIMENTATIONS

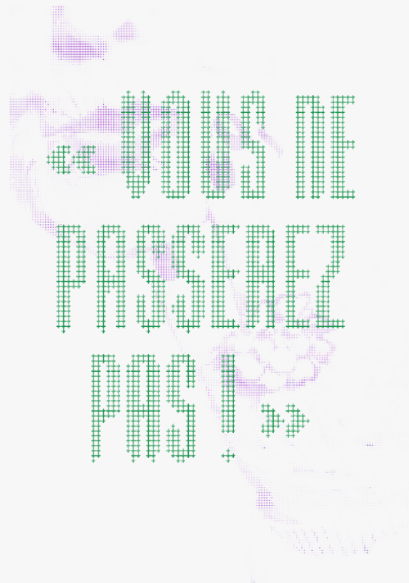
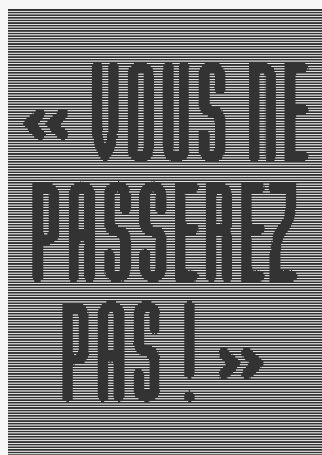
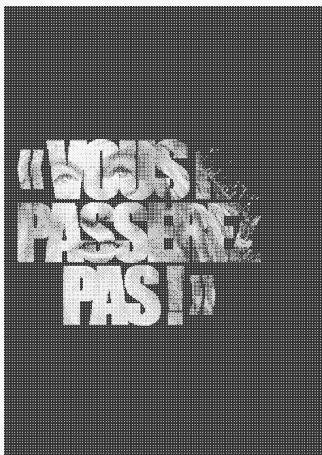
AXE 3 : TRAME COMMUNE

Application de l'outil 2.



« VOUS NE
PASSEREZ
PAS ! »

« VOUS NE
PASSEREZ
PAS ! »



PISTES PRINCIPALES



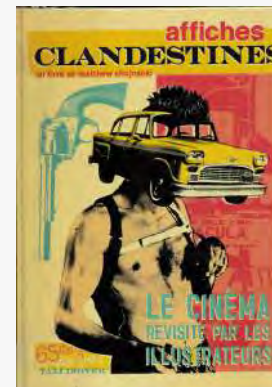
hypothèse 1 :

Revisites des affiches officielles d'où sont tirées les répliques : reconnaissance plus simple et visuel inattendu dans un contexte médical.

hypothèse 2 :

Peut-être une piste plus illustrative, dans un style d'affiches dessinées rétro.

Référence : Affiches clandestines, Matthew Chojnacki, 2017. Ce livre présente des affiches de cinéma revisitées par des illustrateurs, démarche que je vais suivre en incluant le message médical.



ARTICLES

Danger face aux écrans :

<https://solidarites.gouv.fr/enfance-et-famille/soutenir-la-parentalite/la-parentalite-numerique?>

Fatigue parentale:

<https://www.santepubliquefrance.fr/presse/2024/vecu-et-qualite-de-vie-des-parents-de-jeunes-enfants-sante-publique-france-lance-l-etude-evane?>

trouble du sommeil :

Sommeil de l'enfant : ses étapes, sa durée et ses troubles | ameli.fr | Assuré

PODCAST

Podcast créer par l'assurance Maladie pour les jeunes parents :

<https://www.assurance-maladie.ameli.fr/podcasts/3-2-1-parents>