

Note d'intention : Carrousel - La cataracte

1. Analyse du sujet et réflexion

Après avoir analysé le sujet donné, puis l'article mis à disposition sur le site internet, j'ai pu en **tirer les informations les plus importantes** et m'approprier le sujet : la cataracte.

J'ai ensuite mis en lumière l'objectif du carrousel : **Expliquer et sensibiliser sur la cataracte, les symptômes, traitements et pourquoi choisir l'Hôpital des 15-20.**

J'ai défini la cible principale : **les malades atteints/famille de malades** ; et la cible secondaire : **le grand public d'Instagram** (18-35 ans). Ce sont des **non professionnels**, et ils ne sont pas sensibilisé au sujet.

La définition de ces cibles permet ensuite de déterminer le ton du carrousel : **Des mots simples et des phrases courtes adaptées au format.**

Une fois les objectifs posés, j'ai pu **définir le plan du carrousel**, qui sera divisé en 4 slides, une slide par idée :

- 1 - Accroche
- 2- Qu'est-ce que la cataracte et ses symptômes
- 3- Traitement
- 4- Pourquoi l'Hôpital des 15-20.

2. Définition du texte des slides

Tout d'abord, je me suis penchée sur l'accroche de la première slide :

La cataracte, expliquée en quelques mots.

J'ai choisi un titre court et simple, afin qu'il soit **le plus impactant possible**. Un titre long ou complexe n'attire pas l'œil de l'internaute, et alourdirait le visuel.

Avec mes notes prises après la lecture de l'article, j'ai sélectionné les phrases indispensables, et les plus impactantes, en les **simplifiant** au maximum pour faciliter la lecture.

3. Création visuelle du carrousel

J'ai choisi de partir sur une base avec **un arrière-plan photo**, et une **typographie en premier plan**. Ce choix se justifie par la volonté de donner un aspect plus dynamique au carrousel, qui aurait été atténué avec un fond uni.

Concernant la typographie, après observation des communications précédentes, j'ai choisi la police principale **Montserrat**, qui correspond le mieux avec celles **utilisées précédemment**. Elle est lisible et facilement déclinable en fin, medium, **gras** et **black**.

J'ai d'abord voulu utiliser des rectangles pour favoriser la lisibilité du texte, mais cela allourdissait le visuel. J'ai veillé à **maintenir un contraste élevé entre le texte et l'arrière-plan** pour que le contenu reste lisible avec une ombre portée. Dans le même objectif, j'ai opté pour des déclinaison plus simples (blanc et bleu foncé) du logo.

Je suis donc partie vers une **version plus épurée, en jouant sur les variations de typo pour accentuer les mots importants.**

J'ai également ajouté quelques blocs transparents pour faire ressortir certains éléments d'une autre façon que seulement la couleur ou la variation de typos (gras, fin...)

Pour finir, j'ai choisi de mettre en avant des **preuves concrètes de l'expertise de l'Hôpital** : le volume d'activité (11 000 opérations par an) et la reconnaissance externe via le classement du journal Le Point. Ces preuves sont indispensables pour **définir ou réaffirmer le positionnement de l'Hôpital.**

Conclusion

Ce carrousel a été conçu comme un **outil de sensibilisation et de pédagogie**, accessible au grand public tout en respectant **les exigences d'une communication médicale institutionnelle**.

À travers une **hiérarchisation claire de l'information et un ton simple et rassurant**, l'objectif est de rendre le sujet de la cataracte **compréhensible** et engageant sur un support comme Instagram. L'ensemble du projet vise **également à valoriser l'expertise et la légitimité de l'Hôpital des 15-20**, en affirmant son positionnement de référence dans le domaine de l'ophtalmologie.