

Affiche discrimination

I- Impact visuel : capter immédiatement l'attention

Une affiche de communication interne n'a que quelques secondes pour exister. Votre création devait être capable d'attirer **le regard instantanément**.

L'objectif n'était pas seulement de produire un visuel esthétique, mais **de marquer les esprits**. Une affiche réussie est une affiche que l'on retient encore quelques minutes après l'avoir vue, grâce à un élément fort : **une accroche, un visuel ou un parti pris créatif assumé**.

L'équilibre entre texte et image devait permettre une lecture rapide, sans surcharger l'attention.

II- Clarté du message : comprendre sans effort

Le message anti-discrimination devait être compris dès le premier regard. Une bonne affiche ne demande pas d'effort de lecture : **elle va à l'essentiel**. L'enjeu était de sensibiliser sans moraliser, d'interpeller sans créer de rejet. Elle s'adresse aux salariés MATTEL.

III - Cohérence avec la direction artistique de Mattel

Un point essentiel de l'exercice était votre capacité à vous approprier **l'univers de Mattel**. Il ne s'agissait pas de créer une affiche "sur" la marque, mais bien une affiche "pour" la marque.

couleurs, typographies, style visuel, ton. Une attention particulière était attendue sur ces éléments afin de garantir la crédibilité du livrable.

IV- Message d'inclusion : justesse et responsabilité

Il était attendu que votre affiche aborde l'inclusion de manière respectueuse, en prenant en compte les différentes formes de discrimination. L'objectif était de faire réfléchir sans stigmatiser.

V- Passage à l'action : au-delà de la sensibilisation

Une affiche efficace ne se limite pas à transmettre un message : elle doit aussi être utile. Les collaborateurs devaient pouvoir identifier clairement les actions à entreprendre en cas de situation de discrimination. La présence d'informations concrètes, de contacts ou de ressources internes constituait un véritable atout.

