

## Grille d'évaluation de l'affiche publicitaire

Affiche			8
<b>Détermination du public cible</b>	Le public cible n'est pas identifiable ou pas pertinent.	Le public cible n'est pas clairement identifiable et peu pertinent.	Le public cible est clairement identifiable et pertinemment sélectionné.
<b>Démarcation par rapport à la concurrence</b>	La plus-value par rapport à la concurrence n'est pas explicite. L'affiche n'est pas convaincante ou pas originale.	La plus-value par rapport à la concurrence est peu explicite. L'affiche est peu convaincante ou peu originale.	La plus-value par rapport à la concurrence est explicite. L'affiche est convaincante et originale.
<b>Qualité de la parodie</b>	La parodie n'est pas réussie. Le détournement ne fonctionne pas ou l'affiche n'est pas comique.	La parodie est plutôt réussie. Le détournement fonctionne relativement bien et l'affiche est plutôt comique.	La parodie est réussie. Le détournement fonctionne et l'affiche est comique.
<b>Slogan</b>	Le slogan n'est pas clair, esthétique, concis, mémorable, unique ou véhicule une image négative de l'idée, du produit, de la personne, de la marque, <i>etc.</i> ainsi que du consommateur, client, électeur, <i>etc.</i>	Le slogan est plutôt clair, esthétique, concis, mémorable, unique et véhicule une image plutôt positive de l'idée, du produit, de la personne, de la marque, <i>etc.</i> ainsi que du consommateur, client, électeur, <i>etc.</i>	Le slogan est clair, esthétique, concis, mémorable, unique et véhicule une image positive de l'idée, du produit, de la personne, de la marque, <i>etc.</i> ainsi que du consommateur, client, électeur, <i>etc.</i>
<b>Couleurs</b>	Le choix des couleurs n'est pas pertinent (par rapport au contenu, au public cible et à la fonction) ou pas esthétique.	Le choix des couleurs manque de pertinence (par rapport au contenu, au public cible et à la fonction) ou d'esthétisme.	Le choix des couleurs est pertinent (par rapport au contenu, au public cible et à la fonction) et esthétique.
<b>Typographie</b>	Le choix de la typographie n'est pas pertinent (par rapport au contenu, au public cible, à la fonction et à la lisibilité) ou pas esthétique.	Le choix de la typographie manque de pertinence (par rapport au contenu, au public cible, à la fonction et à la lisibilité) et esthétique.	Le choix de la typographie est pertinent (par rapport au contenu, au public cible, à la fonction et à la lisibilité) et esthétique.
<b>Sens de lecture</b>	L'affiche n'est pas très lisible ou attire peu le regard. Certaines informations essentielles manquent ou le sens de lecture est peu pertinent.	L'affiche est plutôt lisible et attire le regard. Toutes les informations essentielles sont présentes et le sens de lecture est plutôt pertinent.	L'affiche est parfaitement lisible et attire le regard. Toutes les informations essentielles sont présentes et le sens de lecture est pertinent.
<b>Esthétique</b>	L'affiche n'est pas esthétique. L'image est de mauvaise qualité.	L'affiche est plutôt esthétique. L'image est de relativement bonne qualité.	L'affiche est esthétique. L'image est de qualité.
Analyse			2
<b>Profondeur du projet</b>	L'analyse ne met pas en évidence la profondeur du projet. La présentation des aspects n'est pas détaillée.	L'analyse met peu en évidence la profondeur du projet. La présentation des aspects est peu détaillée.	L'analyse met en évidence la profondeur du projet. Chaque aspect est présenté de manière détaillée.
<b>Réflexion en termes sémiologique ou rhétorique</b>	La réflexion menée en termes de sémiologie ou de rhétorique est pauvre ou parfois impertinente. Les concepts ne sont pas bien maîtrisés.	La réflexion menée en termes de sémiologie ou de rhétorique manque de richesse ou de pertinence. Les concepts ne sont pas parfaitement maîtrisés.	La réflexion menée en termes de sémiologie ou de rhétorique est riche et pertinente. Les concepts sont parfaitement maîtrisés.
	<b>0</b>	<b>0,5</b>	<b>1</b>

Nombre de points : ... / 10

Évaluation : ... / 6