

## Critères d'évaluation

### 10 POINTS

#### La qualité de la langue écrite

- respect des règles grammaticales, orthographiques et typographiques;
- absence d'élisions ou d'ellipses propres à la langue parlée (par exemple, ne pas écrire *je suis pas*, ni *j'suis pas*, ni *chu pas*, au lieu de *je ne suis pas*);
- justesse du vocabulaire;
- absence de barbarismes, d'impropriétés, d'anglicismes;
- absence de jurons ou de termes offensants;
- emploi de québécoisismes et emprunts répondant aux critères d'acceptabilité.

OU

#### La qualité de la langue parlée

- respect des règles grammaticales;
- clarté de la prononciation;
- exactitude de la prononciation (ne pas prononcer les mots étrangers comme des mots anglais, par exemple);
- justesse du vocabulaire;
- absence de barbarismes, d'impropriétés, d'anglicismes;
- absence de jurons ou de termes offensants;
- emploi de québécoisismes et emprunts répondant aux critères d'acceptabilité.

---

### 10 POINTS

#### La mise en valeur de la langue française

- importance du contenu linguistique;
- élégance du style;
- originalité de l'expression;
- richesse du vocabulaire;
- figures de style intéressantes;
- jeux de mots spirituels;
- registre courant ou soutenu (le registre familier est acceptable s'il est pertinent au message, mais pas le registre populaire, ni le registre vulgaire).

---

### 5 POINTS

#### L'impact publicitaire

- compréhension du message
- originalité