

Réglementation du
Gala InfluenceCréation



**TELLE QU'ADOPTÉE PAR
LE CONSEIL D'ADMINISTRATION DE L'ACRÉA
LE 17 novembre 2025**

TABLE DES MATIÈRES

ARTICLE 1 – ADOPTION.....	4
ARTICLE 2 – DÉFINITIONS ET INTERPRÉTATION.....	4
ARTICLE 3 – MODIFICATION.....	5
ARTICLE 4 – COMITÉ EXÉCUTIF DE L'ACADÉMIE.....	6
ARTICLE 4.1 – Directeur exécutif.....	6
ARTICLE 4.2 – Comité exécutif de l'Académie.....	6
ARTICLE 4.3 – Quorum.....	7
ARTICLE 4.4 – Vérificateurs / Firme comptable.....	7
ARTICLE 5 – NOMINATIONS.....	8
ARTICLE 5.1 – Appel aux candidatures.....	8
ARTICLE 5.2 – Recensement.....	8
ARTICLE 5.3 – Mise en candidature.....	9
ARTICLE 5.4 – Validation de la classification.....	10
ARTICLE 6 – CATÉGORIES DU GALA INFLUENCECRÉATION.....	11
ARTICLE 6.1 – Catégories principales.....	11
ARTICLE 6.2 – Catégories Étoiles Prix de reconnaissance.....	12
ARTICLE 6.3 – Catégories Créateurs émergents.....	13
ARTICLE 7 – CRITÈRES D'ÉVALUATION GLOBAUX.....	14
ARTICLE 8 – PROCESSUS DE SÉLECTION DES NOMMÉS ET DE VOTE DES GAGNANTS.....	15
ARTICLE 8.1 - Tri des candidatures.....	15
ARTICLE 8.2 - Analyse par le jury et mise en nomination.....	15
ARTICLE 8.3 - Vote du public.....	15
ARTICLE 8.4 - Détermination des gagnants.....	16
ANNEXE 1 - PROCESSUS DE TRIAGE DES CANDIDATURES.....	17
Étape 1: Réception et Enregistrement des Candidatures.....	17
Étape 2: Vérification des Informations de Base.....	17
Étape 3: Vérification des Critères de Langue et de Résidence.....	17
Étape 4: Vérification du nombre d'abonnés Catégories principales.....	18
Catégories « Découverte de l'année ».....	18
Étape 5: Détection et Élimination des Doublons.....	18
Étape 6: Validation Finale.....	18
Étape 7: Documentation et Archivage.....	19
ANNEXE 2 - PROCESSUS D'ANALYSE ET D'ÉVALUATION DES CANDIDATURES PAR LE JURY.....	19
Étape 1: Réception des candidatures triées.....	19
Étape 2: Analyse initiale par le jury.....	19
Étape 3: Approbation des nouvelles candidatures.....	19
Étape 4: Évaluation des candidatures finales.....	19
Étape 5: Délibération et Sélection.....	20
Étape 6: Validation et Annonce.....	20

Notes Importantes pour le jury.....	20
-------------------------------------	----

ARTICLE 1 – ADOPTION

1.1. La présente réglementation a été dûment adoptée par le Conseil d'administration de l'Association des créatrices et créateurs de contenu du Québec (ACRÉA)..

1.2. La présente réglementation définit le processus de nomination et de votation des gagnants dans le cadre du Gala InfluenceCréation produit par l'ACRÉA.

ARTICLE 2 – DÉFINITIONS ET INTERPRÉTATION

2.1. Aux fins de la présente réglementation, les termes suivants signifient:

- a) **Académie:** désigne toutes les personnes physiques faisant partie du comité exécutif de l'Académie et du jury.
- b) **ACRÉA:** l'Association des créateurs et créatrices de contenu du Québec.
- c) **Agences de représentation de talent :** personnes ou entreprises québécoises spécialisées agissant comme intermédiaire entre les créateurs de contenu et les clients potentiels, tels que les entreprises et les organismes, afin de promouvoir leurs talents et de permettre le développement et le succès de leurs carrières.
- d) **Jury :** comité formé par le comité exécutif de l'Académie et composé d'experts de l'industrie, mais plus précisément du domaine de mise en nomination pour lequel ils voteront lors de la mise en candidature. Un juré ne peut être impliqué dans plus de deux catégories, à moins d'une entente écrite entre les partis. Un juré ne peut pas non plus être nommé dans une catégorie.
- e) **Comité exécutif de l'Académie:** comité formé par le conseil d'administration de l'ACRÉA détenant les responsabilités de gestion et de prise de décisions quant au processus de nomination des nommés et composé d'au moins deux membres de l'ACRÉA et du directeur exécutif de l'Académie.
- f) **Conseil d'administration:** désigne le conseil d'administration de l'ACRÉA composé des administrateurs nommés en conformité avec les règlements généraux de l'ACRÉA.
- g) **Créateur de contenu:** individu, regroupement, ou Balado, œuvrant dans le domaine de la création de contenu incluant des personnalités, des leaders d'opinion ou des experts dans leur domaine qui se servent de leurs plateformes sociales pour partager un message, une idéologie, un style de vie ou simplement du contenu qui les représente.
- h) **Directeur exécutif:** représentant nommé par le conseil d'administration à titre de directeur exécutif de l'Académie.
- i) **Gala InfluenceCréation:** événement organisé et produit par l'ACRÉA au cours duquel sont récompensés les créateurs et créatrices de contenu du Québec.
- j) **Industrie:** le milieu québécois de la création de contenu.
- k) **Mise en candidature:** procédure consistant à évaluer et approuver les créateurs et créatrices de contenu répertoriés par l'ACRÉA, en les classant dans l'une des catégories spécifiées par la réglementation.

- l) **Mise en nomination:** procédure par laquelle est déterminée la liste des créateurs et créatrices de contenu ainsi que des entreprises et Balados en nomination suite au vote du jury tel que prévu par la réglementation.
- m) **Nomination :** désignation officielle d'un créateur de contenu, d'une entreprise ou d'un Balado dans une catégorie admissible à remporter un prix au Gala InfluenceCréation.
- n) **Nommés:** créateurs de contenu, entreprises et Balados apparaissant sur la liste des nominations de l'année en cours.
- o) **Public:** désigne l'ensemble des résidents au Québec âgés de 16 ans et plus.
- p) **Recensement:** période au cours de laquelle l'ACRÉA identifie ou demande à ses membres, ainsi qu'à l'industrie, d'identifier les créateurs et créatrices de contenu ainsi que les entreprises et Balados pouvant être mis en candidature pour l'une ou l'autre des catégories désignées dans la réglementation.
- q) **Réglementation:** la présente réglementation permanente de l'ACRÉA régissant le processus de nomination et de votation annuel du Gala InfluenceCréation.

2.2. En vue d'une interprétation claire de la réglementation, les mots désignant un nombre singulier comprennent aussi le pluriel et vice versa et les mots désignant le genre masculin comprennent aussi le genre féminin.

ARTICLE 3 – MODIFICATION

3.1. Chaque année, le comité exécutif de l'Académie et le conseil d'administration de l'ACRÉA feront la révision de la réglementation. La délibération de cette révision sera faite à huis clos et celle-ci sera communiquée aux membres de l'ACRÉA.

3.2. Des modifications à la réglementation de l'année courante et des suivantes peuvent être effectuées à la suite de ces audiences. La réglementation est ensuite soumise au conseil d'administration de l'ACRÉA pour ratification.

3.3. Nonobstant ce qui précède, la réglementation peut être modifiée à tout moment et de façon provisoire non-permanente par décision majoritaire des membres du comité exécutif de l'Académie ainsi que des membres du conseil d'administration pour le gala de l'année en cours.

ARTICLE 4 – COMITÉ EXÉCUTIF DE L'ACADÉMIE

ARTICLE 4.1 – Directeur exécutif

4.1.1. Chaque année, le conseil d'administration nomme un représentant à titre de directeur exécutif de l'Académie.

4.1.2. Le directeur exécutif est assisté du comité exécutif de l'Académie.

4.1.3. Le directeur doit assurer une représentation de tous les secteurs des catégories prévues à l'année en cours dans l'Académie.

4.1.4. Le directeur exécutif est chargé de l'application de la présente réglementation et doit agir de manière à :

- a) Promouvoir la mission et la vision de l'ACRÉA.
- b) Assurer une représentation de tous les secteurs des catégories prévues à l'année en cours.
- c) Assurer que le scrutin se déroule en conformité des présentes.
- d) Engager les services d'une firme comptable qui a le mandat de faire la compilation du scrutin sous ses directives en considération d'un paiement fixé par le conseil d'administration et versé par l'ACRÉA à même le budget du gala à la réglementation.
- e) Émettre des directives pour l'application de la réglementation.

4.1.5. Le directeur exécutif ne peut pas être candidat dans l'une ou l'autre des catégories du gala. Dans le cas d'un conflit d'intérêt, le directeur exécutif doit divulguer ce conflit au conseil d'administration de l'ACRÉA. Si le conseil d'administration le juge nécessaire, un membre de l'ACRÉA sera nommé afin d'être impliqué et d'assister le directeur exécutif dans son rôle.

ARTICLE 4.2 – Comité exécutif de l'Académie

4.2.1. Le comité exécutif de l'Académie est nommé par le directeur exécutif via des candidatures ouvertes.

4.2.2. En plus de tous les pouvoirs et fonctions spécifiquement décernés lui incombant en vertu de la réglementation, le comité exécutif de l'Académie, sous l'autorité du directeur exécutif, doit notamment:

- a) Donner tous les renseignements en regard du scrutin à tous les membres de l'ACRÉA ou à tout membre de l'industrie qui en fait la demande;
- b) Superviser le recensement fait par le bureau de l'ACRÉA, organiser la mise en candidature, la mise en nomination et le choix des nommés et le choix des gagnants des catégories du gala;
- c) Faire respecter les normes qui ont trait à l'éthique, au professionnalisme et à la confidentialité prévues par la réglementation;
- d) Recevoir les plaintes relatives au scrutin, les étudier, préparer des avis, en informer le directeur exécutif et, si jugé nécessaire, au conseil d'administration de l'ACRÉA;
- e) Faire enquête, même s'il n'y a pas eu plainte, sur toutes irrégularités ou entraves à la réglementation.

4.2.3. Le comité exécutif de l'Académie ne peut être candidat dans l'une ou l'autre des catégories du gala. Dans le cas d'un conflit d'intérêt, le coordinateur de scrutin doit divulguer ce conflit au conseil d'administration de l'ACRÉA. Si le conseil d'administration le juge nécessaire, un membre de l'ACRÉA sera nommé afin d'être impliqué et d'assister le comité exécutif de l'Académie dans son rôle.

ARTICLE 4.3 – Quorum

Le nombre minimum de membres du comité exécutif de l'Académie présents pour qu'une assemblée puisse valablement délibérer est fixé à la moitié des membres plus un. Dès que le quorum est atteint, les membres du comité présents peuvent procéder à l'examen des affaires de cette rencontre, nonobstant le fait que le quorum ne soit pas maintenu pendant tout le cours de la réunion (ci-après le **"Quorum"**). Cela étant dit, la rencontre pourra se poursuivre et les votes pourront se faire tant et aussi longtemps qu'un des membres ne soulève pas le fait que le quorum n'est plus respecté. Dans ce cas, la rencontre et les décisions à prendre seront ajournées.

ARTICLE 4.4 – Vérificateurs / Firme comptable

La firme comptable est désignée par le comité exécutif de l'Académie. La firme comptable a tous les pouvoirs de vérification sur le processus de nomination et de votation du Gala InfluenceCréation pour en assurer la légitimité.

ARTICLE 5 – NOMINATIONS

ARTICLE 5.1 – Appel aux candidatures

La phase initiale du processus de nominations consiste en l'émission d'un appel aux candidatures.

ÉTAPE 1

- a) Les créateurs et créatrices seront invités à déposer leur candidature dans les catégories alignées avec le type de contenu qu'ils créent.
- b) Les agences de représentation de talent peuvent déposer la candidature d'un ou plusieurs créateurs et/ou créatrices de contenu dans les catégories alignées avec le type de contenu qu'ils créent.

ÉTAPE 2

- c) Les membres des comités issus de l'ACRÉA ainsi que le jury pourront déposer la candidature de créateurs ou de créatrices de contenu qui, selon eux, se sont démarqués à travers la période - 1er février 2025 au 28 février 2026.
- d) Les membres du comité exécutif de l'Académie pourront déposer la candidature de créateurs ou de créatrices de contenu qui, selon eux, se sont démarqués à travers la période - 1er février 2025 au 28 février 2026.
- e) Le jury pourra déposer la candidature de créateurs ou de créatrices de contenu qui, selon eux, se sont démarqués à travers la période - 1er février 2025 au 28 février 2026 - et qui se méritent une place dans la catégorie donnée (un incontournable).

Prendre note que toutes les nouvelles candidatures déposées à travers cette deuxième étape devront être approuvées par l'Académie, mais également par le créateur de contenu concerné ou son représentant. L'approbation devra se faire par écrit dans un délai de cinq (5) jours ouvrables.

ARTICLE 5.2 – Recensement

5.2.1. Les formulaires de candidature sont rendus accessibles sur le site internet de l'ACRÉA après qu'un avis à tous les membres ait été envoyé à cet effet par voie électronique.

5.2.2. Il est de la responsabilité de la personne ayant proposée une candidature de faire parvenir ce formulaire de candidature dûment rempli à l'ACRÉA dans les délais impartis.

5.2.3. Le comité exécutif de l'Académie fait la compilation des créateurs et créatrices de contenu qui se qualifient pour être mis en candidature dans l'une ou l'autre des catégories désignées dans la réglementation dans la période prévue à cet effet.

5.2.4. Sous réserve de l'autorisation du conseil d'administration de l'ACRÉA, l'Académie procède à un tri pour valider qu'il n'y a pas de doublon dans une même catégorie et que les candidatures respectent les critères de mise en candidature prévues dans la présente réglementation.

5.2.5. Lorsque le recensement et la procédure de mise en candidature identifient moins de cinq (5) candidats pour une catégorie désignée, le comité exécutif de l'Académie peut faire passer directement ces candidatures à la mise en nomination ou annuler la catégorie.

5.2.6. En cas d'infraction à la présente réglementation, le directeur exécutif peut annuler la candidature d'un contrevenant, sous réserve de l'approbation du conseil d'administration de l'ACRÉA.

5.2.7. Le comité exécutif de l'Académie peut changer toutes les échéances de recensement

déterminées par la réglementation, avec Quorum, en procédant à l'émission d'une directive.

ARTICLE 5.3 – Mise en candidature

5.3.1. Le comité exécutif de l'Académie procède à la révision des candidatures retenues par l'ACRÉA et la classification de celles-ci à travers les différentes catégories, le tout conformément aux critères d'admissibilité prévus dans la présente réglementation.

5.3.2. Le comité exécutif de l'Académie doit communiquer avec tous les influenceurs dont une candidature a été reçue pour valider leur consentement à leur mise en nomination.

ARTICLE 5.4 – Critères de mise en candidature

5.4.1. Pour être éligible à la mise en candidature:

CRÉATEURS ET CRÉATRICES DE CONTENU

- a) Les créateurs de contenu doivent avoir 16 ans et plus.
- b) À moins d'une indication contraire spécifique à une catégorie donnée, les créateurs de contenu doivent être des citoyens canadiens ou des résidents du Québec, qu'ils résident dans cette province ou ailleurs. Pour que l'on considère un créateur ou une créatrice de contenu comme résident ou résidente du Québec, il doit être dans l'une des situations suivantes :
 - i) Être né au Québec.
 - ii) Ses parents, ou sa personne répondante, doivent avoir sa résidence au Québec.
 - iii) Être titulaire d'un Certificat de sélection du Québec.

BALADOS

- c) Le balado doit produire et partager au moins 70% de son contenu en français.
- d) Un balado doit utiliser le français comme langue de communication primaire et être enregistré majoritairement au Québec.

ENTREPRISES

- e) Une entreprise doit avoir son siège social au Québec et son contrôle effectif doit être exercé par des citoyens canadiens ou des résidents du Québec, qu'ils résident dans cette province ou ailleurs. Cela signifie que même si l'entreprise a une présence internationale, les décisions clés doivent être prises par des individus résidant au Québec ou ayant la citoyenneté canadienne.

Le contrôle effectif se définit par la capacité à prendre des décisions substantielles liées à la gestion et aux opérations de l'entreprise. Cela se manifeste par la propriété majoritaire des actions avec droits de vote, la possession d'une majorité des parts sociales, ou tout autre mécanisme conférant une influence significative.

- f) Une entreprise doit produire et partager au moins 70% de son contenu en français.

5.4.2. Pour être éligible à la mise en candidature, celle-ci doit également respecter les critères suivants :

LANGUE

À moins d'indication contraire spécifique à une catégorie donnée, les créateurs de contenu doivent produire et partager au moins 70% de leur contenu en français.

TYPE DE CONTENU

Le contenu créé sur votre plateforme sociale doit correspondre à la catégorie dans laquelle vous postulez. Au moins 80 % des publications doivent refléter de manière claire et cohérente la description de cette catégorie.

5.4.3. Pour être éligible à la mise en candidature dans l'une des **catégories principales**, la plateforme sur laquelle le contenu est créé doit avoir un minimum d'abonnés, soit:

- a) 30 000 abonnés sur TikTok
- b) 10 000 abonnés sur Instagram
- c) 8 000 abonnés sur Youtube
- d) 10 000 abonnés sur Twitch et/ou un nombre moyen de vues par stream de 75 et plus sur les 3 derniers mois

Pour être éligible à la mise en candidature d'un **balado**, il faut compter au moins 5 épisodes sur la période - 1er février 2025 au 28 février 2026. Aucun nombre d'abonnés ou d'écoute ne constitue un critère d'admissibilité.

Pour être éligible à la mise en candidature d'une **entreprise**, elle doit avoir un minimum de 30 000 abonnés sur sa plateforme principale.

Pour être éligible à la mise en candidature dans l'une des catégories **Créateurs émergents // nano-influenceurs**, excluant les balados et entreprises, la plateforme sur laquelle le contenu est créé doit avoir entre:

- a) 5 000 et 29 999 abonnés sur TikTok
- b) 3 500 et 9 999 abonnés sur Instagram
- c) 1 000 et 7 999 abonnés sur Youtube
- d) 1 000 et 9 999 abonnés sur Twitch et/ou un nombre moyen de vues de 25 à 74 sur les 3 derniers mois.

À noter : Si l'une des plateformes principales du créateur dépasse les seuils maximaux mentionnés ci-dessus au moment de la mise en candidature, celui-ci ne sera pas admissible dans la catégorie Créateurs émergents // nano-influenceurs.

Pour être admissible dans la catégorie **Créateurs émergents // nano-influenceurs - Balado**, les conditions suivantes doivent être respectées :

1. Le tout premier épisode du balado doit avoir été diffusé durant l'année d'analyse.
2. Le balado doit compter au moins 5 épisodes publiés pendant la période d'analyse.
3. Aucun seuil minimal d'abonnés ou d'écoutes n'est requis pour être admissible.
4. Un balado ne peut être nommé à la fois dans la catégorie « Balado de l'année » et dans la catégorie « Créateurs émergents // nano-influenceurs - Balado ». Si un balado se retrouve nommé dans les deux catégories à la suite du vote du jury, le créateur devra choisir laquelle des nominations il conserve.

Pour être admissible dans la catégorie **Créateurs émergents // nano-influenceurs - entreprise**, elle doit avoir un maximum de 29 999 abonnés sur sa plateforme principale.

ARTICLE 5.5 – Validation de la classification

Une fois la mise en candidature complétée, l'ACRÉA aura pour mandat de vérifier le travail du comité exécutif de l'Académie afin de valider son exactitude et éviter tout traitement de faveur, favoritisme ou conflit d'intérêts.

ARTICLE 6 – CATÉGORIES DU GALA INFLUENCECRÉATION ET CRITÈRES D'ÉVALUATION SPÉCIFIQUES

ARTICLE 6.1 – Catégories principales

6.1.1. La création de contenu sur les réseaux sociaux englobe le processus de conception et de publication d'éléments spécifiques destinés à être partagés sur une ou des plateformes telles que Facebook, Instagram, TikTok, Twitch, YouTube, Spotify, etc. Ce contenu peut prendre différentes formes afin de créer de l'engagement auprès d'une audience cible. Il peut comprendre:

- des vidéos de courte durée
- des vidéos de longue durée
- des lives
- des balados
- des photos uniques
- des carrousels
- des stories
- etc.

6.1.2. Le Gala InfluenceCréation récompense des créateurs de contenu qui ont fait de la création de contenu dans l'une ou plusieurs des catégories suivantes:

1) **STYLE DE VIE**

Création de contenu entourant le mode de vie d'une personne ou d'un groupe, incluant leurs habitudes, comportements et préférences en matière de vie quotidienne. Cela englobe souvent des aspects tels que les choix alimentaires, les activités de loisirs, les habitudes d'exercice, les préférences culturelles et tout autre élément qui contribue à définir la manière dont une personne mène sa vie.

2) **MODE & BEAUTÉ**

Création de contenu entourant les tendances actuelles en matière de vêtements, d'accessoires et de styles en général. Il englobe les choix et les préférences liés aux vêtements et à l'apparence, ainsi que les évolutions et les tendances qui influent sur ces choix. La mode est souvent associée à une expression personnelle, à la créativité et à la recherche de nouveauté dans le domaine de l'habillement et du style.

Création de contenu entourant les tendances actuelles en matière de coiffures et de maquillage. Il englobe les choix et les préférences liés à l'apparence, ainsi que les évolutions et les tendances qui influent sur ces choix. La coiffure et le maquillage sont souvent associés à une expression personnelle et à la créativité.

3) **HUMOUR & DIVERTISSEMENT**

Création qui englobe des créations de contenu qui visent à susciter le rire, le sourire et à divertir le public. Cette catégorie met en lumière des situations comiques, des plaisanteries et des expressions ludiques qui peuvent prendre diverses formes, telles que l'ironie, le sarcasme, les jeux de mots, les comédies et les sketches. En plus de l'humour, elle inclut également des éléments de mise en scène, des sketches et des contenus vox pop, qui ajoutent une dimension dynamique et interactive au divertissement proposé.

4) **SPORT & FITNESS**

Création de contenu mettant en valeur la performance physique, la compétition, le dépassement de soi, ainsi que le bien-être corporel à travers diverses disciplines sportives et de fitness. Ce volet comprend des activités variées telles que la natation, la boxe, le vélo, le patinage artistique, ainsi que des exercices liés au fitness, comme la musculation, l'endurance, la flexibilité, le yoga, et l'exercice cardiovasculaire. Le contenu de cette catégorie peut présenter des photos et/ou de vidéos qui célèbrent l'agilité, la force, l'endurance, et la stratégie, tout en promouvant une approche holistique du bien-être physique.

5) CHEF, FOODIE & NUTRITION

Création de contenu en lien avec l'exploration, la dégustation et l'appréciation de diverses cuisines et plats à destination d'une audience amatrice de restaurants, de recettes, d'ingrédients particuliers et de techniques de cuisine. Tous partagent un vif intérêt pour la gastronomie et la recherche de nouvelles expériences gustatives.

6) AVENTURE & VOYAGE

Création de contenu qui font voyager à travers leurs récits, images et vidéos, qu'il s'agisse de découvertes lointaines, de périples locaux ou d'expériences hors du commun. Le tout doit transmettre l'émerveillement, la curiosité et le goût de sortir de sa zone de confort, que ce soit par des aventures en pleine nature, des immersions culturelles, des escapades urbaines ou des voyages responsables. Peu importe la destination ou la distance : l'important est de faire vivre l'expérience du voyage et de l'aventure.

7) FAMILLE & PARENTALITÉ

Création de contenu mettant de l'avant les relations familiales, ainsi que des trucs et astuces pour tout ce qui englobe la parentalité, la grossesse et le développement d'un enfant.

8) EXPRESSION ARTISTIQUE

Création de contenu mettant de l'avant une discipline artistique telle que la peinture, la sculpture, la musique, la danse, la littérature, le cinéma et la photographie.

9) ÉDUCATION

Création de contenu visant à transmettre des connaissances, des compétences, des valeurs et à promouvoir de bonnes habitudes de manière systématique et approfondie. L'éducation cherche à former des individus de manière globale sur une période prolongée. Pour être éligible à postuler dans cette catégorie, le créateur de contenu doit avoir des études reconnues dans le domaine, une expérience pertinente dans le domaine ou être membre d'un ordre professionnel pertinent.

10) SENSIBILISATION

Création de contenu visant à attirer l'attention sur des problèmes ou des causes spécifiques, tels que les questions sociales, environnementales, de santé, ou tout autre sujet d'importance. L'objectif est de susciter une compréhension approfondie, de promouvoir des changements d'attitude positifs et de mobiliser le public en faveur de ces causes. Pour être éligible à postuler dans cette catégorie, le créateur de contenu ne doit pas nécessairement avoir des études reconnues sur le sujet ni être membre d'un ordre professionnel.

11) INFORMATION & ACTUALITÉS

Création de contenu visant à transmettre des faits, des données ou des explications de manière claire, rigoureuse et accessible, en lien avec l'actualité, la science, la politique, l'économie ou tout autre sujet d'intérêt public. L'objectif est d'informer le public de façon objective et documentée, en misant sur la fiabilité des sources et la vulgarisation.

ARTICLE 6.2 – Catégories Étoiles

Prix de reconnaissance

12) VIDÉO DE L'ANNÉE - FORMAT COURT

Cette catégorie récompense la meilleure vidéo de l'année en format vertical. Le contenu peut couvrir toutes les thématiques, qu'il s'agisse d'humour, de beauté, de voyage, de cuisine, ou de tout autre sujet. Les critères d'évaluation incluent l'originalité, la qualité de la réalisation, l'impact sur l'audience, et la capacité à captiver et divertir en un temps limité. Que ce soit sur TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts ou toute autre plateforme, cette catégorie célèbre la créativité et l'efficacité du format court.

* La vidéo doit être conçue pour la plateforme et ne peut pas être une réutilisation ou un repartage.

13) VIDÉO DE L'ANNÉE - LONG FORMAT

Cette catégorie récompense la meilleure vidéo de l'année d'une durée supérieure à une minute. Les vidéos en compétition peuvent explorer des sujets variés et s'exprimer à travers différents styles, tels que le documentaire, le court-métrage, la vidéo artistique, le vlog, etc. Les critères d'évaluation incluent la qualité de la narration, la réalisation technique, l'impact émotionnel, et la capacité à maintenir l'intérêt du public sur la durée. Cette catégorie célèbre l'art de la vidéo longue durée et met en lumière les créateurs qui excellent dans ce format.

*La vidéo doit être conçue pour la plateforme et ne peut pas être une réutilisation ou un repartage.

14) COLLABORATION DE L'ANNÉE

Collaboration entre un créateur de contenu et une entreprise qui s'est distinguée par sa fluidité, sa créativité et son impact mémorable au cours de l'année. Les critères pour cette catégorie peuvent inclure, mais sans s'y limiter, l'harmonie entre le créateur et la marque, l'originalité et la qualité du contenu, l'engagement et la portée de la campagne, ainsi que la manière dont la collaboration a marqué les esprits et inspiré la communauté.

15) STREAMER DE L'ANNÉE

Créateur de contenu ayant connu le plus de succès, de popularité et d'influence sur la plateforme Twitch au cours de l'année. Les critères pour cette catégorie peuvent inclure, mais sans s'y limiter, l'augmentation du nombre d'abonnés, le nombre de vues, l'engagement du public, la créativité du contenu et l'impact positif qu'ils ont eu sur leur communauté.

16) BALADO DE L'ANNÉE

Balado ayant connu le plus de succès, de popularité et d'influence sur les plateformes tels que Spotify, Balados, YouTube, etc. au cours de l'année. Les critères pour cette catégorie peuvent inclure, mais sans s'y limiter, l'augmentation de l'écoute, le nombre de vues, l'engagement du public, la créativité du contenu et l'impact positif qu'ils ont eu sur leur communauté.

17) YOUTUBEUR DE L'ANNÉE

Créateur de contenu ayant connu le plus de succès, de popularité et d'influence sur la plateforme YouTube au cours de l'année. Les critères pour cette catégorie peuvent inclure, mais sans s'y limiter, l'augmentation du nombre d'abonnés, le nombre de vues, l'engagement du public, la créativité du contenu et l'impact positif qu'ils ont eu sur leur communauté.

18) INSTAGRAMEUR DE L'ANNÉE

Créateur de contenu ayant connu le plus de succès, de popularité et d'influence sur la plateforme Instagram au cours de l'année. Les critères pour cette catégorie peuvent inclure, mais sans s'y limiter, l'augmentation du nombre d'abonnés, le nombre de vues, l'engagement du public, la créativité du contenu et l'impact positif qu'ils ont eu sur leur communauté.

19) TIKTOKER DE L'ANNÉE

Créateur de contenu ayant connu le plus de succès, de popularité et d'influence sur la plateforme TikTok au cours de l'année. Les critères pour cette catégorie peuvent inclure, mais sans s'y limiter, l'augmentation du nombre d'abonnés, le nombre de vues, l'engagement du public, la créativité du contenu et l'impact positif qu'ils ont eu sur leur communauté.

20) CRÉATEUR DE L'ANNÉE

Créateur de contenu ayant atteint une reconnaissance significative et une influence marquante sur la scène québécoise, toutes catégories et plateformes confondues, au cours des douze (12) derniers mois. Les critères incluent, mais ne se limitent pas à, l'augmentation du nombre d'abonnés, le nombre de vues, l'engagement du public, la créativité du contenu, et l'impact positif sur la communauté. Le créateur doit communiquer principalement en langue française et être citoyen canadien ou résident du Québec - selon les critères de mise en candidature.

21) RAYONNEMENT INTERNATIONAL FRANCOPHONE

Créateur de contenu ayant atteint une reconnaissance significative et une influence

marquante sur la scène internationale, toutes catégories et plateformes confondues, au cours des douze (12) derniers mois. Les critères incluent, mais ne se limitent pas à, l'augmentation du nombre d'abonnés, le nombre de vues, l'engagement du public, la créativité du contenu, et l'impact positif sur la communauté. Le créateur doit communiquer principalement en langue française et être citoyen canadien ou résident du Québec - selon les critères de mise en candidature établis à l'article 5.4.

22) RAYONNEMENT INTERNATIONAL ANGLOPHONE

Créateur de contenu ayant atteint une reconnaissance significative et une influence marquante sur la scène internationale, toutes catégories et plateformes confondues, au cours des douze (12) derniers mois. Les critères incluent, mais ne se limitent pas à, l'augmentation du nombre d'abonnés à l'échelle internationale, le nombre de vues, l'engagement global du public, la créativité du contenu, et l'impact positif au-delà des frontières canadiennes. Le créateur, qui doit être citoyen canadien ou résident du Québec, peut communiquer dans la langue de son choix.

23) ENTREPRISE DE L'ANNÉE

L'entreprise qui a connu le plus grand succès sur les réseaux sociaux et qui a eu un impact significatif sur l'écosystème social au cours de l'année écoulée. Cela peut inclure, mais sans s'y limiter, des critères tels que la créativité, la viralité des contenus et la responsabilité sociale.

24) DÉCOUVERTE DE L'ANNÉE

Créateur de contenu qui s'est démarqué de manière exceptionnelle au cours de l'année, toutes catégories et plateformes confondues. Cette distinction est attribuée à un créateur dont la popularité et l'influence ont connu une croissance rapide, témoignant d'un potentiel remarquable et d'un avenir prometteur dans l'industrie. Les critères incluent, mais ne se limitent pas à, l'originalité du contenu, l'augmentation significative du nombre d'abonnés, l'engagement croissant du public, et la capacité à captiver et inspirer une nouvelle audience.

25) INFLUENCE POSITIVE ET RAYONNEMENT SOCIAL

Nommé par le comité organisateur

Catégorie servant à féliciter un influenceur qui s'est démarqué positivement sur le marché québécois et qui a permis de faire briller le métier.

ARTICLE 6.3 – Catégories Créateurs émergents

6.3.1. Le Gala InfluenceCréation récompense des créateurs de contenu qui ont émergé au cours de la dernière année et qui suscite l'appréciation du grand public. Ces créateurs de contenu recevront un prix à titre de Créateurs émergents (ci-après "Créateurs émergents") dans les catégories suivantes:

- a) Créateurs émergents // nano-influenceurs - Entreprise
- b) Créateurs émergents // nano-influenceurs - Balado
- c) Créateurs émergents // nano-influenceurs - Streamer
- d) Créateurs émergents // nano-influenceurs - Créateur

ARTICLE 7 – CRITÈRES D'ÉVALUATION GLOBAUX

7.1.1. La présente réglementation établit les critères d'évaluation globaux qui guideront le processus d'analyse des candidatures. Ces critères visent à assurer une évaluation complète et objective des candidatures reçues par le jury.

7.1.2. Le candidat doit absolument répondre à la définition de la catégorie dans laquelle sa candidature a été soumise, telle que définie à l'article 6.

7.1.3. Les critères d'évaluation suivants sont utilisés pour évaluer le contenu créé par un candidat dans son ensemble au cours de la période - 1er février 2025 au 28 février 2026 -, sur une échelle permettant à chaque candidat d'obtenir un score objectif sur cinquante (50) points, avec une attribution de dix (10) points pour chacun des critères suivants:

1. La qualité de la production

Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé: un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel.

2. La qualité du contenu

Ce critère comprend:

- a. la pertinence des propos tenus et du contenu créés;
- b. l'originalité, l'authenticité et la capacité de connecter avec sa audience (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public.);
- c. la créativité (créer du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et
- d. l'innovation.

3. Succès durable. Rayonnement éthique et sociétal

Ce critère évalue la portée positive du·de la créateur·trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales.

Le jury considère également le succès du·de la créateur·trice sur le marché, soit sa capacité à se démarquer dans un environnement concurrentiel, à maintenir une présence significative et à générer une reconnaissance concrète, tant auprès du public que des marques et partenaires de l'industrie. Ce succès est apprécié dans une perspective qualitative et durable, et non uniquement quantitative.

Enfin, ce critère inclut la contribution du·de la créateur·trice à l'élévation des standards de l'industrie, par son professionnalisme, sa rigueur éditoriale, sa posture bienveillante et son engagement envers des pratiques responsables. Le respect des normes éthiques et légales encadrant le marketing d'influence — notamment la transparence dans les partenariats, l'intégrité des recommandations et la conformité aux lignes directrices — est fondamental.

ARTICLE 8 – CRITÈRES D'ÉVALUATION SPÉCIFIQUES

ARTICLE 8.1 – Critères d'évaluation spécifiques, Catégories principales

1) **La catégorie : Style de vie (*Lifestyle*)**

- **Qualité émotionnelle, inspiration et responsabilité**
Le contenu suscite-t-il une émotion authentique, encourage-t-il l'audience à s'inspirer ou à passer à l'action, tout en demeurant éthique, responsable et respectueux des bonnes pratiques du milieu?

2) La catégorie : Mode & Beauté

- **Pertinence culturelle des références mode/beauté**
Les inspirations, les références culturelles ou les messages transmis sont-ils sensibles et respectueux de la diversité, de l'inclusivité et des nouvelles tendances sociétales dans le milieu de la mode et de la beauté?

3) La catégorie : Humour & Divertissement

- **Humour responsable et inclusif**
Le contenu est évalué selon sa capacité à divertir tout en demeurant accessible, inclusif et respectueux.

4) La catégorie : Sport & Fitness

- **Rigueur et crédibilité des contenus**
Le créateur partage-t-il des informations justes, sécuritaires et fondées en matière de performance, d'entraînement ou de bien-être physique? Ce critère évalue aussi la responsabilité dans la diffusion de conseils.
- **Capacité à motiver et mobiliser**
Le contenu inspire-t-il l'audience à adopter de meilleures habitudes ou à se dépasser? Le créateur est évalué sur sa capacité à incarner un rôle de modèle positif et motivant.

5) La catégorie : Chef, Foodie & Nutrition

- **Aucun critère additionnel**

6) La catégorie : Aventure & Voyage

- **Respect des cultures et de l'environnement**
Le contenu évite-t-il les clichés touristiques, les formes d'appropriation culturelle ou les pratiques nuisibles à l'environnement? Ce critère évalue la conscience éthique du/de la créateur/trice, tout en favorisant l'émerveillement, en incitant à la découverte et en donnant envie de partager l'expérience (« je veux voyager là aussi »).

7) La catégorie : Famille & Parentalité

- **Sensibilité et authenticité dans le ton**
Le contenu est évalué sur sa capacité à aborder la parentalité avec sincérité, bienveillance et nuance, sans tomber dans les stéréotypes.
- **Protection de la vie privée familiale**
Le jury tiendra compte du respect de l'intimité des enfants ou membres de la famille exposés dans le contenu, et de la posture éthique du créateur sur cette question.

8) La catégorie : Expression artistique

- **Rayonnement culturel**
Le créateur contribue-t-il à enrichir la culture locale?

9) La catégorie : Éducation

- **Clarté pédagogique et accessibilité**

Le contenu est-il compréhensible pour le public cible? Ce critère mesure l'aptitude du créateur à vulgariser des concepts complexes de manière claire et attrayante.

- **Crédibilité du propos**

Le créateur soutient-il ses contenus par des faits, sources ou méthodes rigoureuses? Ce critère valorise le sérieux et l'éthique intellectuelle.

10) La catégorie : Sensibilisation

- **Clarté du message et posture engagée**

Le créateur parvient-il à clarifier des enjeux complexes et à mobiliser son audience sans tomber dans la polarisation ou l'excès?

11) La catégorie : Information & Actualités

- **Exactitude et rigueur de l'information**

Le contenu s'appuie-t-il sur des sources crédibles, vérifiables et bien interprétées? Ce critère valorise l'effort de vérification des faits, la transparence des sources et l'intégrité intellectuelle du propos.

- **Clarté de la vulgarisation**

Le contenu est-il accessible et bien structuré, même lorsqu'il traite de sujets complexes? Ce critère évalue la capacité du créateur à expliquer sans simplifier à l'excès, tout en conservant la nuance nécessaire à une information de qualité.

- **Responsabilité sociale et éthique**

Le créateur traite-t-il l'information avec respect, neutralité et responsabilité? Ce critère examine l'impact potentiel du contenu sur la perception du public, en évitant la désinformation, les préjugés ou le sensationnalisme.

ARTICLE 8.2 – Critères d'évaluation spécifiques, Catégories Étoiles

12) La catégorie : Vidéo de l'année - Format court

- **Efficacité du format court**

La vidéo exploite pleinement le potentiel du format court pour transmettre une idée, provoquer une émotion ou livrer un punch. Le rythme, la construction narrative et la concision sont optimisés pour capter l'attention rapidement et la maintenir jusqu'à la fin.

- **Impact sur l'audience**

La vidéo a-t-elle généré un fort taux d'engagement, une réaction virale ou une discussion significative?

- **Statistiques de performance (à fournir par les influenceurs)**

Comment la vidéo a-t-elle performé? Nous souhaitons obtenir les statistiques d'engagement (mentions « j'aime », commentaires, partages, enregistrements) ainsi que les données d'écoute par seconde, incluant le taux de complétion.

13) La catégorie : Vidéo de l'année - Format long

- **Narration structurée et immersive**

La vidéo propose un développement narratif soutenu, avec une progression claire, des moments forts bien placés et une fin satisfaisante. La structure narrative soutient l'engagement sur toute la durée du contenu.

- **Utilisation judicieuse du temps long**

Le contenu ne répète pas inutilement et exploite sa durée pour approfondir son

propos ou enrichir l'expérience visuelle, auditive ou émotionnelle de l'audience.

- **Statistiques de performance (à fournir par les influenceurs)**
Comment la vidéo a-t-elle performé? Nous souhaitons obtenir les statistiques d'engagement (mentions « j'aime », commentaires, partages, enregistrements) ainsi que les données d'écoute par seconde, incluant le taux de complétion.

14) La catégorie : Streamer de l'année

- **Engagement avec la communauté**
Le streamer démontre une forte capacité à dialoguer avec sa communauté en direct, à créer des moments spontanés et engageants, à gérer l'imprévu de manière authentique et divertissante, tout en renforçant le lien et la proximité avec sa communauté.

15) La catégorie : Balado de l'année

- **Cohérence éditoriale**
Le balado présente une ligne éditoriale claire et constante d'un épisode à l'autre, qui témoigne d'une direction assumée et d'un positionnement identifiable.

16) La catégorie : YouTubeur de l'année

- **Maîtrise distinctive de la plateforme**
Le créateur exploite avec finesse les particularités de sa plateforme principale (fonctionnalités, algorithme, tendances, formats natifs). Il parvient à se démarquer par une utilisation créative, stratégique et cohérente de l'écosystème spécifique à la plateforme, contribuant à forger une signature forte et reconnaissable.

17) La catégorie : Instagrameur de l'année

- **Maîtrise distinctive de la plateforme**
Le créateur exploite avec finesse les particularités de sa plateforme principale (fonctionnalités, algorithme, tendances, formats natifs). Il parvient à se démarquer par une utilisation créative, stratégique et cohérente de l'écosystème spécifique à la plateforme, contribuant à forger une signature forte et reconnaissable.

18) La catégorie : TikToker de l'année

- **Maîtrise distinctive de la plateforme**
Le créateur exploite avec finesse les particularités de sa plateforme principale (fonctionnalités, algorithme, tendances, formats natifs). Il parvient à se démarquer par une utilisation créative, stratégique et cohérente de l'écosystème spécifique à la plateforme, contribuant à forger une signature forte et reconnaissable.

19) La catégorie : Créateur de l'année

- **Signature créative d'envergure et contribution marquante à l'industrie**
Le créateur se distingue par une constance exceptionnelle dans la qualité, la créativité et la pertinence de son travail au cours de l'année. Il exerce une influence notable sur son audience et sur l'industrie, en établissant des standards élevés et en incarnant un leadership professionnel, éthique et responsable.

20) La catégorie : Rayonnement international francophone

- **Portée dans la francophonie**
Le créateur réussit à faire rayonner sa voix francophone à l'échelle internationale en maintenant une pertinence culturelle, linguistique ou sociale qui trouve écho hors des frontières locales.
- **Contribution à la vitalité du français en ligne**

Le contenu renforce l'offre francophone.

21) La catégorie : Rayonnement international anglophone

- **Portée mondiale**
Le créateur réussit à faire rayonner sa voix à l'échelle internationale en maintenant une pertinence qui trouve écho hors des frontières locales.
- **Adaptation aux codes internationaux**
Le créateur sait adapter ses références, son style ou son langage pour toucher un public mondial, tout en conservant une signature personnelle distinctive.

22) La catégorie : Entreprise de l'année

- **Exploitation stratégique de leurs plateformes**
L'entreprise utilise de manière judicieuse les particularités de ses plateformes principales (fonctionnalités, algorithmes, tendances, formats natifs) pour renforcer sa présence numérique. Elle se démarque par une stratégie créative, cohérente et adaptée, contribuant à bâtir une identité de marque forte et reconnaissable au sein de l'écosystème social.

23) La catégorie : Découverte de l'année

- **Effet « révélation »**
Le créateur propose un regard, un ton ou un style qui a marqué l'année par sa fraîcheur, sa singularité ou sa capacité à capter une sensibilité contemporaine.

Pour en savoir plus sur les pourcentages attribués à chacun des critères parmi les catégories, veuillez consulter ce lien ([ICI](#)) ou en annexe 3 du présent document.

ARTICLE 9 – PROCESSUS DE SÉLECTION DES NOMMÉS ET DE VOTE DES GAGNANTS

Article 9.1 - Tri des candidatures

Le comité exécutif de l'Académie procède au tri des candidatures pour valider qu'il n'y a pas de doublon dans une même catégorie et en fonction des critères de mise en candidature pour évaluer l'éligibilité à la mise en nomination. Une liste de candidatures est soumise par le comité exécutif de l'Académie au jury.

Composition et sélection du jury — Le jury est composé d'experts sélectionnés en fonction de leur connaissance spécifique des catégories sur lesquelles ils seront appelés à voter. Ces personnes évoluent généralement dans les milieux de la création de contenu, des médias, du marketing, de la culture ou dans des domaines connexes. Aucun juré ne représente directement un créateur de contenu afin de garantir un processus impartial et d'éviter tout conflit d'intérêts.

Article 9.2 - Analyse par le jury et mise en nomination

9.2.1. Le jury est appelé à analyser les candidatures et les évaluer via une plateforme en ligne conformément aux cinq (5) critères d'évaluation globaux.

Malgré que le jury puisse avoir demandé l'ajout de certains candidats à la liste de candidatures initiales, ils doivent obligatoirement rester ouverts d'esprit et ouverts aux nouvelles découvertes. Le jury s'engage à analyser et évaluer les candidatures de façon neutre et uniquement basée sur les critères d'évaluation globaux.

9.2.2. Chaque candidat obtient un score sur cinquante (50) points dans sa catégorie.

9.2.3. La firme comptable effectue un recensement des points et détermine les cinq (5) candidats ayant obtenu les plus hauts scores dans chacune des catégories.

9.2.3.1. Dans le cas d'un pointage ex-aequo entre un (1) ou plusieurs candidats parmi les 5 autres plus hautes notes d'une catégorie donnée et qui donnerait un nombre de candidats qualifiables excédant cinq (5), le comité Académie, en collaboration avec le jury en liant avec la catégorie, se réserve le droit de trouver une méthode pour départager les candidats ex-aequo. La décision doit être communiquée avec la firme comptable.

9.2.4. La firme comptable communique au comité exécutif de l'Académie les cinq (5) nommés pour chacune des catégories, ainsi que les gagnants des catégories Créateurs émergents.

Article 9.3 - Vote du public

9.3.1. Le public est appelé à voter pour un nommé par catégorie via une plateforme en ligne. Le nombre de votes est limité à un (1) par numéro de téléphone et/ou code postal et/ou adresse courriel et/ou adresse IP.

À noter : Les catégories Créateurs émergents ne sont pas soumises au vote du public. Les gagnants de ces catégories sont déterminés exclusivement par le jury.

9.3.2. La firme comptable est responsable de comptabiliser les votes du public et de déterminer l'ordre des nommés par catégorie en fonction du nombre de votes du public obtenus.

9.3.3. En fonction de l'ordre des nommés relativement au nombre de votes recueillis, le comité exécutif de l'Académie accorde un score à chaque nommé:

Catégories Étoiles et catégories principales:

- Le nommé ayant obtenu le plus de votes obtient deux virgule cinq (2,5) points;
- Le second nommé ayant obtenu le plus de votes deux (2,0) points;
- Le troisième nommé ayant obtenu le plus de votes obtient un virgule cinq (1,5) points;
- Le quatrième nommé ayant obtenu le plus de votes obtient un (1,0) points;
- Le nommé ayant obtenu le moins de votes obtient zéro virgule cinq (0,5) points.

Cas de figure :

	PHASE 1	PHASE 2			TOTAL	
	Note Vote du Jury (/50)	# de vote du public	Position Vote du public	Note Vote du public	Note total (Vote Jury + Vote du public)	Position Pointage finale
Nommée #1	42.10	12000	3	1.50	43.60	2
Nommée #2	41.70	18000	2	2.00	43.70	1 (Gagnant)
Nommée #3	40.20	20000	1	2.50	42.70	3
Nommée #4	40.10	3000	4	1.00	41.10	4
Nommée #5	39.10	2500	5	0.50	39.60	5

Article 9.4 - Détermination des gagnants

9.4.1. La firme comptable est responsable de déterminer le gagnant pour chaque catégorie en combinant le score donné par le jury et le score obtenu suite au vote du public.

9.4.2. Dans le cas d'un pointage ex aequo entre un (1) ou plusieurs nommés au sein d'une même catégorie et qui entraînerait un nombre de gagnants excédant un (1), le comité Académie, en collaboration avec le jury lié à la catégorie concernée, se réserve le droit de déterminer une méthode de départage équitable. La décision retenue devra être communiquée à la firme comptable.

9.4.3. Les gagnants des catégories Créateurs émergents seront annoncés avant le Gala InfluenceCréation.

9.4.4. Les gagnants des catégories principales et étoiles seront présentés, totalement ou partiellement, par l'ACRÉA lors du Gala InfluenceCréation. Dans le cas où certaines catégories ne seraient pas présentées au gala, leur annonce se fera à un autre moment.

9.4.5. À tout moment, depuis la mise en candidature jusqu'à l'annonce des gagnants, le directeur exécutif est habilité à révoquer la nomination d'un nommé en cas de violation de la présente réglementation ou d'actions contraires aux valeurs de l'ACRÉA, sous réserve de l'approbation du conseil d'administration de l'ACRÉA.

ANNEXE 1 - PROCESSUS DE TRIAGE DES CANDIDATURES

Étape 1: Réception et enregistrement des Candidatures

1. **Collecte des candidatures** : Réceptionner et enregistrer toutes les candidatures via la plateforme dédiée.

Étape 2: Vérification des informations de base

1. **Limite de catégories** : Aucune
2. **Vérification de l'âge** : Vérifier que chaque créateur de contenu dont la candidature a été soumise a inscrit qu'il est âgé de 16 ans ou plus. S'il est âgé de moins de 16 ans, il sera automatiquement disqualifié.

Étape 3: Vérification des critères de langue et de résidence

1. **Critère de langue** : Confirmer que les créateurs de contenu produisent et partagent au moins 70% de leur contenu en français tous formats confondus.
2. **Critère de résidence / d'enregistrement** :
Vérifier que chaque créateur de contenu dont la candidature a été soumise a inscrit qu'il est citoyen canadien ou résident du Québec.

Cette case devra avoir été coché, ou non, en se basant sur les sous-critères suivants :

- Naissance au Québec.
- Un parent ou une personne répondante réside au Québec.
- Titularité d'un Certificat de sélection du Québec.

Pour les entreprises, elles doivent confirmer que leur siège social est au Québec et que le contrôle effectif est exercé par des citoyens canadiens ou des résidents du Québec. Cela signifie que même si l'entreprise a une présence internationale, les décisions clés doivent être prises par des individus résidant au Québec ou ayant la citoyenneté canadienne.

*** À noter que ce critère peut ne pas s'appliquer sur certaines catégories spécifiques. Il faudra se référer à la réglementation officielle.

Étape 4: Vérification du nombre d'abonnés

Catégories principales

1. **Créateurs de contenu :**
 - TikTok : 30 000 abonnés
 - Instagram : 10 000 abonnés
 - YouTube : 8 000 abonnés
 - Twitch : 10 000 abonnés
2. **Balados :**
 - Aucun nombre d'abonnés n'est obligatoire. Il faut toutefois compter au moins 5 épisodes sur la période donnée.
3. **Entreprises :**
 - Avoir 30 000 abonnés, cumulés sur toutes les plateformes sociales.

Catégories « Découverte de l'année »

1. **Nombre d'abonnés :**
 - TikTok : entre 5 000 et 29 999 abonnés
 - Instagram : entre 3 500 et 9 999 abonnés
 - YouTube : entre 1 000 et 7 999 abonnés
 - Twitch : entre 1 000 et 9999 abonnés
2. **Critères pour les balados :**
 - Aucun nombre d'abonnés n'est obligatoire. Il faut toutefois compter au moins 5 épisodes sur la période donnée.
3. **Critères pour les entreprises :**

Le nombre d'abonnés peut être obtenus en additionnant les abonnés de toutes ses plateformes sociales:

- TikTok : entre 5 000 et 29 999 abonnés
- Instagram : entre 3 500 et 9 999 abonnés
- YouTube : entre 1 000 et 7 999 abonnés
- Twitch : entre 1 000 et 9999 abonnés

Étape 5: Détection et élimination des doublons

1. **Vérification des doublons :** Comparer les informations des candidatures pour identifier et éliminer les doublons.
 - Utiliser des algorithmes de détection de similarités pour repérer les entrées en double.
 - Examiner manuellement les cas ambigus.

Étape 6: Validation finale

1. **Revue finale :** Via un document externe de type Excel, effectuer une dernière revue pour s'assurer que toutes les candidatures respectent les critères d'éligibilité et qu'aucun doublon n'a été oublié..
2. **Notification :** Dans le cas du rejet d'une candidature, informer le ou les candidats touchés.

Étape 7: Documentation et archivage

1. **Documentation** : Enregistrer toutes les décisions et les raisons du rejet des candidatures.
2. **Archivage** : Conserver les dossiers de toutes les candidatures pour référence future.

Ce processus détaillé permettra de s'assurer que toutes les candidatures sont traitées de manière rigoureuse et transparente, en respectant les critères d'éligibilité définis.

ANNEXE 2 - PROCESSUS D'ANALYSE ET D'ÉVALUATION DES CANDIDATURES PAR LE JURY

Étape 1: Réception des candidatures triées

1. **Transmission des candidatures** : les candidatures triées par les membres de l'Académie sont transmises au jury représentant chaque catégorie.

Étape 2: Analyse initiale par le jury

1. **Analyse préliminaire** : le jury examine les candidatures dans sa catégorie, en tenant compte des critères d'évaluation globaux.
2. **Propositions de nouveaux candidats** :
 - Le jury peut identifier des créateurs ou créatrices de contenu qui se sont démarqués au cours de l'année et qui ne figurent pas dans la liste initiale.
 - Ces propositions doivent être documentées et justifiées par écrit, en expliquant pourquoi ces candidats méritent d'être inclus.

Étape 3: Approbation des nouvelles candidatures

1. **Soumission à l'académie** : Les nouvelles candidatures proposées par le jury sont soumises à l'Académie pour une validation initiale.
2. **Approbation par les créateurs** :
 - Les créateurs ou créatrices de contenu concernés sont contactés par les membres de l'Académie pour obtenir leur consentement à participer.
 - Une approbation écrite de leur part est requise pour valider leur candidature.

Étape 4: Évaluation des candidatures finales

1. **Accès à la plateforme en ligne** : Le jury accède à une plateforme en ligne dédiée à l'évaluation des candidatures finales.
2. **Évaluation selon les critères globaux** :
 - **Qualité de la production** : Le jury évalue la réalisation, la production, la musique, les arrangements et les textes, en distinguant le contenu sponsorisé du contenu organique.

- **Qualité du contenu** : Pertinence, originalité, créativité et innovation du contenu.
- **Impact positif sur la profession** : Professionnalisme, inclusion, bienveillance et contribution positive à la profession.
- **Résonance sociale** : Impact social et éthique des contenus produits par les créateurs.
- **Appréciation globale du créateur** : Perception et la valeur globale qu'un expert accorde au contenu d'un créateur de contenu.

Étape 5: Délibération et Sélection

1. **Compilation des Évaluations** : Les scores et les commentaires du jury sont compilés via la plateforme en ligne. Les décisions sont basées sur les scores obtenus et les discussions de la réunion de délibération.

Étape 6: Validation et Annonce

1. **Validation par l'Académie** : La liste des finalistes et lauréats est soumise à l'Académie ainsi qu'à une firme comptable pour validation finale.
2. **Annonce Publique** : Les noms des finalistes et lauréats sont annoncés publiquement par l'ACREA.

Notes Importantes pour le jury

- **Ouverture d'esprit** : Le jury doit rester ouvert aux nouvelles découvertes et éviter tout biais personnel.
- **Neutralité et objectivité** : L'évaluation doit être basée uniquement sur les critères d'évaluation globaux.
- **Documentation** : Toutes les propositions et décisions doivent être bien documentées pour assurer la transparence et la traçabilité du processus.

Ce processus détaillé assure que toutes les candidatures sont évaluées de manière rigoureuse, équitable et transparente, respectant les critères établis et garantissant une reconnaissance méritée des créateurs de contenu exceptionnels.

ANNEXE 3 - CRITÈRES D'ÉVALUATION PAR CATÉGORIE

		CRITÈRES DE BASE			CRITÈRES SPÉCIFIQUES		
Style de vie	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé: un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel.	La qualité du contenu Ce critère comprend: - la pertinence des propos tenus et du contenu créés; - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public); - la créativité (créer du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation.	Succès durable, Rayonnement éthique et sociétal Ce critère évalue la portée positive du de la créateur/trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales.				
	30%	40%	30%				
		CRITÈRES DE BASE			CRITÈRES SPÉCIFIQUES		
2	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé: un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel.	La qualité du contenu Ce critère comprend: - la pertinence des propos tenus et du contenu créés; - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public); - la créativité (créer du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation.	Succès durable, Rayonnement éthique et sociétal Ce critère évalue la portée positive du de la créateur/trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales.	Pertinence culturelle des références mode/beauté Les inspirations, les références culturelles ou les messages transmis sont-ils sensibles à la diversité, à l'inclusivité et aux nouvelles tendances sociétales dans le milieu mode/beauté?	-	-	
	25%	35%	25%	15%			
		CRITÈRES DE BASE			CRITÈRES SPÉCIFIQUES		
3	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé: un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel.	La qualité du contenu Ce critère comprend: - la pertinence des propos tenus et du contenu créés; - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public); - la créativité (créer du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation.	Succès durable, Rayonnement éthique et sociétal Ce critère évalue la portée positive du de la créateur/trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales.	Humour responsable et inclusif Le contenu est évalué selon sa capacité à divertir tout en demeurant accessible, inclusif et respectueux.	-	-	
	25%	25%	25%	25%			
		CRITÈRES DE BASE			CRITÈRES SPÉCIFIQUES		
4	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé: un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel.	La qualité du contenu Ce critère comprend: - la pertinence des propos tenus et du contenu créés; - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public); - la créativité (créer du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation.	Succès durable, Rayonnement éthique et sociétal Ce critère évalue la portée positive du de la créateur/trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales.	Rigueur et crédibilité des contenus Le créateur partage-t-il des informations justes, sécuritaires et fondées en matière de performance, d'entraînement ou de bien-être physique? Ce critère évalue aussi la responsabilité dans la diffusion de conseils.	Capacité à motiver et mobiliser Le contenu inspire-t-il l'audience à adopter de meilleures habitudes ou à se dépasser? Le créateur est-il évalué sur sa capacité à incarner un rôle de modèle positif et motivant.	-	
	20%	25%	20%	25%	10%		
		CRITÈRES DE BASE			CRITÈRES SPÉCIFIQUES		
5	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé: un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel.	La qualité du contenu Ce critère comprend: - la pertinence des propos tenus et du contenu créés; - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public); - la créativité (créer du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation.	Succès durable, Rayonnement éthique et sociétal Ce critère évalue la portée positive du de la créateur/trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales.				
	30%	40%	30%				
		CRITÈRES DE BASE			CRITÈRES SPÉCIFIQUES		
6	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé: un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel.	La qualité du contenu Ce critère comprend: - la pertinence des propos tenus et du contenu créés; - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public); - la créativité (créer du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation.	Succès durable, Rayonnement éthique et sociétal Ce critère évalue la portée positive du de la créateur/trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales.	Respect des cultures et de l'environnement Le contenu évite-t-il les clichés touristiques, les formes d'appropriation culturelle ou les pratiques nuisibles à l'environnement? Ce critère évalue la conscience éthique du créateur.	-	-	
	25%	25%	25%	25%			
		CRITÈRES DE BASE			CRITÈRES SPÉCIFIQUES		
7	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé: un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel.	La qualité du contenu Ce critère comprend: - la pertinence des propos tenus et du contenu créés; - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public); - la créativité (créer du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation.	Succès durable, Rayonnement éthique et sociétal Ce critère évalue la portée positive du de la créateur/trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales.	Sensibilité et authenticité dans le ton Le contenu est évalué sur sa capacité à aborder la parentalité avec sincérité, bienveillance et nuance, sans tomber dans les stéréotypes.	Protection de la vie privée familiale Le jury tiendra compte du respect de l'intimité des enfants ou membres de la famille exposés dans le contenu, et de la posture éthique du créateur sur cette question.	-	
	15%	25%	20%	20%	20%		
		CRITÈRES DE BASE			CRITÈRES SPÉCIFIQUES		
8	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé: un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel.	La qualité du contenu Ce critère comprend: - la pertinence des propos tenus et du contenu créés; - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public); - la créativité (créer du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation.	Succès durable, Rayonnement éthique et sociétal Ce critère évalue la portée positive du de la créateur/trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales.	Rayonnement culturel Le créateur contribue-t-il à enrichir la culture locale?	-	-	
	25%	25%	25%	25%			

9	Éducation	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé; un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel.	La qualité du contenu Ce critère comprend : - la pertinence des propos tenus et du contenu créés; - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public); - la créativité (ordre du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation.	Succès durable, Rayonnement éthique et social Ce critère évalue la portée positive du de la créateur/trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales.	Clarté pédagogique et accessibilité Le contenu est-il compréhensible pour le public cible? Ce critère mesure l'aptitude du créateur à vulgariser des concepts complexes de manière claire et attrayante.	Crédibilité du propos Le créateur soutient-il ses contenus par des faits, sources ou méthodes rigoureuses? Ce critère valorise le sérieux et l'éthique intellectuelle.	-
		15%	20%	20%	20%	25%	
CRITÈRES DE BASE							
10	Sensibilisation	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé; un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel.	La qualité du contenu Ce critère comprend : - la pertinence des propos tenus et du contenu créés; - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public); - la créativité (ordre du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation.	Succès durable, Rayonnement éthique et social Ce critère évalue la portée positive du de la créateur/trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales.	Clarté du message et posture engagée Le créateur parvient-il à clarifier des enjeux complexes et à mobiliser son audience sans tomber dans la polarisation ou l'exécès?	-	-
		15%	30%	25%	30%		
CRITÈRES DE BASE							
11	Information & Actualités	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé; un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel.	La qualité du contenu Ce critère comprend : - la pertinence des propos tenus et du contenu créés; - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public); - la créativité (ordre du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation.	Succès durable, Rayonnement éthique et social Ce critère évalue la portée positive du de la créateur/trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales.	Exactitude et rigueur de l'information Le contenu s'appuie-t-il sur des sources crédibles, vérifiables et bien interrogées? Ce critère évalue la capacité du créateur à expliquer sans simplifier à l'excès, tout en conservant la nuance nécessaire à une information de qualité.	Clarté de la vulgarisation Le contenu est-il accessible et bien structuré, même lorsqu'il traite de sujets complexes? Ce critère évalue la capacité du créateur à expliquer sans simplifier à l'excès, tout en conservant la nuance nécessaire à une information de qualité.	Responsabilité sociale et éthique Le créateur traite-t-il l'information avec respect, neutralité et responsabilité? Ce critère examine l'impact potentiel du contenu sur la perception du public, en évitant la désinformation, les préjugés ou le sensationnalisme.
		10%	20%	10%	20%	20%	20%
CRITÈRES DE BASE							
12	Vidéo de l'année - Format court	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé; un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel.	La qualité du contenu Ce critère comprend : - la pertinence des propos tenus et du contenu créés; - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public); - la créativité (ordre du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation.	Succès durable, Rayonnement éthique et social Ce critère évalue la portée positive du de la créateur/trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales.	Efficacité du format court La vidéo exploite pleinement le potentiel du format court pour transmettre une idée, provoquer une émotion ou livrer un punch. Le rythme, la construction narrative et la concision sont optimisés pour capter l'attention rapidement et la maintenir jusqu'à la fin.	Impact sur l'audience La vidéo a-t-elle généré un fort taux d'engagement, une réaction virale ou une discussion significative?	Statistiques de performance (à fournir par les influenceurs) Comment la vidéo a-t-elle performé? Nous souhaitons obtenir les statistiques d'engagement (mentions « j'aime », commentaires, partages, enregistrements) ainsi que les données d'écoute par seconde, incluant le taux de complétion.
		15%	20%	20%	25%	15%	5%
CRITÈRES DE BASE							
13	Vidéo de l'année - Long format	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé; un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel.	La qualité du contenu Ce critère comprend : - la pertinence des propos tenus et du contenu créés; - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public); - la créativité (ordre du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation.	Succès durable, Rayonnement éthique et social Ce critère évalue la portée positive du de la créateur/trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales.	Narration structurée et immersive La vidéo propose un développement narratif soutenu, avec une progression claire, des moments forts bien placés et une fin satisfaisante. La structure narrative soutient l'engagement sur toute la durée du contenu.	Utilisation judicieuse du temps long Le contenu ne réplète pas inutilement et exploite sa durée pour approfondir son propos ou enrichir l'expérience (mentions « j'aime », commentaires, partages, enregistrements) ainsi que les données d'écoute par seconde, incluant le taux de complétion.	Statistiques de performance (à fournir par les influenceurs) Comment la vidéo a-t-elle performé? Nous souhaitons obtenir les statistiques d'engagement (mentions « j'aime », commentaires, partages, enregistrements) ainsi que les données d'écoute par seconde, incluant le taux de complétion.
		15%	20%	20%	25%	15%	5%
CRITÈRES DE BASE							
14	Collaboration de l'année	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé; un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel.	La qualité du contenu Ce critère comprend : - la pertinence des propos tenus et du contenu créés; - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public); - la créativité (ordre du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation.	Succès durable, Rayonnement éthique et social Ce critère évalue la portée positive du de la créateur/trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales.			
		30%	40%	30%			
CRITÈRES DE BASE							
15	Streamer de l'année	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé; un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel.	La qualité du contenu Ce critère comprend : - la pertinence des propos tenus et du contenu créés; - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public); - la créativité (ordre du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation.	Succès durable, Rayonnement éthique et social Ce critère évalue la portée positive du de la créateur/trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales.	Engagement avec la communauté Le streamer démontre une forte capacité à dialoguer avec sa communauté en direct, à créer des moments spontanés, engageants et à gérer l'improvisé de manière authentique et divertissante.		
		20%	20%	35%	25%		
CRITÈRES DE BASE							
16	Ballade de l'année	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé; un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel.	La qualité du contenu Ce critère comprend : - la pertinence des propos tenus et du contenu créés; - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public); - la créativité (ordre du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation.	Succès durable, Rayonnement éthique et social Ce critère évalue la portée positive du de la créateur/trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales.	Cohérence éditoriale Le ballade présente une ligne éditoriale claire et constante d'un épisode à l'autre, qui témoigne d'une direction assumée et d'un positionnement identifiable.		
		20%	25%	30%	25%		
CRITÈRES DE BASE							
				CRITÈRES SPÉCIFIQUES			

17	YouTubeur de l'année	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé: un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel. 25%	La qualité du contenu Ce critère comprend: - la pertinence des propos tenus et du contenu créés. - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public.) - la créativité (critère du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation. 25%	Succès durable, Rayonnement éthique et social Ce critère évalue la portée positive du de la créateur·trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales. 25%	Maîtrise distinctive de la plateforme Le créateur exploite avec finesse les particularités de sa plateforme principale (fonctionnalités, algorithme, tendances, formats natifs). Il parvient à se démarquer par une utilisation créative, stratégique et cohérente de l'écosystème spécifique à la plateforme, contribuant à forger une signature forte et reconnaissable. 25%				
CRITÈRES DE BASE								CRITÈRES SPÉCIFIQUES	
18	Instagrammeur de l'année	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé: un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel. 25%	La qualité du contenu Ce critère comprend: - la pertinence des propos tenus et du contenu créés. - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public.) - la créativité (critère du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation. 25%	Succès durable, Rayonnement éthique et social Ce critère évalue la portée positive du de la créateur·trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales. 25%	Maîtrise distinctive de la plateforme Le créateur exploite avec finesse les particularités de sa plateforme principale (fonctionnalités, algorithme, tendances, formats natifs). Il parvient à se démarquer par une utilisation créative, stratégique et cohérente de l'écosystème spécifique à la plateforme, contribuant à forger une signature forte et reconnaissable. 25%				
CRITÈRES DE BASE								CRITÈRES SPÉCIFIQUES	
19	TikToker de l'année	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé: un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel. 20%	La qualité du contenu Ce critère comprend: - la pertinence des propos tenus et du contenu créés. - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public.) - la créativité (critère du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation. 30%	Succès durable, Rayonnement éthique et social Ce critère évalue la portée positive du de la créateur·trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales. 25%	Maîtrise distinctive de la plateforme Le créateur exploite avec finesse les particularités de sa plateforme principale (fonctionnalités, algorithme, tendances, formats natifs). Il parvient à se démarquer par une utilisation créative, stratégique et cohérente de l'écosystème spécifique à la plateforme, contribuant à forger une signature forte et reconnaissable. 25%				
CRITÈRES DE BASE								CRITÈRES SPÉCIFIQUES	
20	Créateur de l'année	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé: un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel. 18%	La qualité du contenu Ce critère comprend: - la pertinence des propos tenus et du contenu créés. - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public.) - la créativité (critère du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation. 24%	Succès durable, Rayonnement éthique et social Ce critère évalue la portée positive du de la créateur·trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales. 28%	Signature créative d'envergure et contribution marquante à l'industrie Le créateur se distingue par une constance exceptionnelle dans la qualité, la créativité et la pertinence de son travail au cours de l'année. Il exerce une influence notable sur son audience et sur l'industrie, en établissant des standards élevés et en incarnant un leadership professionnel, éthique et responsable. 30%				
CRITÈRES DE BASE								CRITÈRES SPÉCIFIQUES	
21	Rayonnement international francophone	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé: un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel. 20%	La qualité du contenu Ce critère comprend: - la pertinence des propos tenus et du contenu créés. - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public.) - la créativité (critère du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation. 20%	Succès durable, Rayonnement éthique et social Ce critère évalue la portée positive du de la créateur·trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales. 30%	Portée dans la francophonie Le créateur réussit à faire rayonner sa voix francophone à l'échelle internationale en maintenant une pertinence culturelle, linguistique ou sociale qui trouve écho hors des frontières locales. 20%	Contribution à la vitalité du français en ligne Le contenu renforce l'offre francophone. 10%			
CRITÈRES DE BASE								CRITÈRES SPÉCIFIQUES	
22	Rayonnement international anglophone	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé: un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel. 20%	La qualité du contenu Ce critère comprend: - la pertinence des propos tenus et du contenu créés. - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public.) - la créativité (critère du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation. 20%	Succès durable, Rayonnement éthique et social Ce critère évalue la portée positive du de la créateur·trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales. 30%	Portée mondiale Le créateur réussit à faire rayonner sa voix à l'échelle internationale en maintenant une pertinence qui trouve écho hors des frontières locales. 20%	Adaptation aux codes internationaux Le créateur sait adapter ses références, son style ou son langage pour toucher un public mondial, tout en conservant une signature ou personnalité distinctive. 10%			
CRITÈRES DE BASE								CRITÈRES SPÉCIFIQUES	
23	Entreprise de l'année	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé: un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel. 20%	La qualité du contenu Ce critère comprend: - la pertinence des propos tenus et du contenu créés. - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public.) - la créativité (critère du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation. 25%	Succès durable, Rayonnement éthique et social Ce critère évalue la portée positive du de la créateur·trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales. 30%	Exploitation stratégique de leurs plateformes L'entreprise utilise de manière judicieuse les particularités de ses plateformes principales (fonctionnalités, algorithmes, tendances, formats natifs) pour renforcer sa présence numérique. Elle se démarque par une stratégie créative, cohérente et adaptative, contribuant à bâtir une identité de marque forte et reconnaissable au sein de l'écosystème social. 25%				
CRITÈRES DE BASE								CRITÈRES SPÉCIFIQUES	
24	Découverte de l'année	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé: un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel. 20%	La qualité du contenu Ce critère comprend: - la pertinence des propos tenus et du contenu créés. - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public.) - la créativité (critère du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation. 25%	Succès durable, Rayonnement éthique et social Ce critère évalue la portée positive du de la créateur·trice sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales. 30%	Effet « révélation » Le créateur propose un regard, un ton ou un style qui a marqué l'année par sa fraîcheur, sa singularité ou sa capacité à capter une sensibilité contemporaine. 25%				
CRITÈRES DE BASE								CRITÈRES SPÉCIFIQUES	

25	ÉMERGENT Enterprise	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé: un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel.	La qualité du contenu Ce critère comprend: - la pertinence des propos tenus et du contenu créés; - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public); - la créativité (critère du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation.	Succès durable, Rayonnement éthique et social Ce critère évalue la portée positive du du créateur trio sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales.					
		30%	40%	30%					
CRITÈRES DE BASE								CRITÈRES SPÉCIFIQUES	
26	ÉMERGENT Balado	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé: un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel.	La qualité du contenu Ce critère comprend: - la pertinence des propos tenus et du contenu créés; - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public); - la créativité (critère du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation.	Succès durable, Rayonnement éthique et social Ce critère évalue la portée positive du du créateur trio sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales.					
		30%	40%	30%					
CRITÈRES DE BASE								CRITÈRES SPÉCIFIQUES	
27	ÉMERGENT Streamer	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé: un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel.	La qualité du contenu Ce critère comprend: - la pertinence des propos tenus et du contenu créés; - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public); - la créativité (critère du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation.	Succès durable, Rayonnement éthique et social Ce critère évalue la portée positive du du créateur trio sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales.					
		30%	40%	30%					
CRITÈRES DE BASE								CRITÈRES SPÉCIFIQUES	
28	ÉMERGENT Créateur	La qualité de la production Ce critère évalue la qualité technique du contenu, incluant la réalisation, le montage, l'éclairage, la direction artistique, la musique, les textes et l'ambiance sonore. Il tient également compte du respect des lignes directrices propres à chaque plateforme. Une attention particulière est portée à la distinction entre contenu organique et contenu sponsorisé: un créateur professionnel sélectionne ses partenariats avec rigueur et présente les marques de manière transparente et authentique. Le respect des standards éthiques — notamment la divulgation claire des collaborations commerciales — est essentiel.	La qualité du contenu Ce critère comprend: - la pertinence des propos tenus et du contenu créés; - l'originalité (doit éviter les approches génériques ou déjà vues, et proposer une perspective originale, personnelle ou surprenante, qu'elle soit créative, inspirante ou utile au public); - la créativité (critère du contenu avec de nouvelles perspectives ainsi que des approches dynamiques et surprenantes); et - l'innovation.	Succès durable, Rayonnement éthique et social Ce critère évalue la portée positive du du créateur trio sur sa communauté et sur la profession dans son ensemble. Il tient compte de sa capacité à inspirer, mobiliser ou sensibiliser son audience de manière authentique, tout en influençant favorablement les perceptions, les comportements et les conversations sociales.					
		30%	40%	30%					