



## **La 2ème édition de la Creators Academy a rencontré un vrai succès avec plus de 40 creators présents**

Everyday a réuni pour sa 2<sup>ème</sup> édition de la Creators Academy plus de 40 créateurs de contenu. L'agence par cette initiative souhaite renforcer les liens entre les creators, les plateformes afin d'assurer une bonne collaboration entre tous, la garantie d'une communication plus efficace. L'objectif de la Creators Academy est de favoriser les échanges avec les creators, en leur donnant l'opportunité de questionner et de découvrir les nouveautés des plateformes. Pour cette édition, TikTok et Meta sont venus présenter les innovations mises à leur disposition. L'ARRP était également présente pour exposer les bonnes pratiques en matière de communication et répondre ainsi aux règles d'éthique des messages.

Issus d'univers très différents food, bricolage, DIY, beauté, sport et bien d'autres, les creators ont pu échanger, s'inspirer de nouvelles idées et approches pour leur propre contenu. Une occasion pour eux également d'étoffer leur réseau.

Le prochain rendez-vous est déjà en préparation.

Pour Mohamed Mansouri, Directeur délégué de l'ARPP *« Les créateurs de contenus ont une responsabilité comme n'importe quel autre média qui diffuse des communications commerciales. C'est cette responsabilité qui leur est enseignée dans le certificat délivré par l'ARPP. »*

*“L'intégration des Creators dans une stratégie de marque favorise la proximité de la marque avec les audiences qu'elle souhaite engager. Le bon équilibre, la créativité et l'angle éditorial sont les ingrédients clés à travailler. Prendre le temps d'échanger avec les Creators fait toute la différence.”* précise Cécile Leprince, Directrice Générale Everyday

Everyday est une agence digitale et social media innovante et agile de Publicis Groupe en France. L'agence propose des contenus à forte valeur ajoutée dans la durée contribuant à améliorer la qualité de la relation entre une marque et ses audiences. Elle rend donc les contenus plus sincères, plus sensés, plus créatifs, plus émotionnels.

Elle a une approche intégrée en stratégie et création en s'appuyant sur des outils de data sémantique, d'influence et d'intelligence artificielle.

Contact Presse :

Clemence Bord-Lagarigue - [clemence.bord-lagarigue@publiciseveryday.fr](mailto:clemence.bord-lagarigue@publiciseveryday.fr)