



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

**MARCEL BLEUSTEIN-BLANCHET, FONDATEUR DE PUBLICIS GROUPE
PREMIER FRANCAIS HONORE AU « AMERICAN ADVERTISING HALL OF FAME »**

Paris, le 10 janvier 2008 – La Fédération américaine de la publicité (*American Advertising Federation - AAF*) annonce aujourd’hui l’entrée de Marcel Bleustein-Blanchet, fondateur de Publicis Groupe, au Panthéon de la publicité américaine (*Advertising Hall of Fame*). Cette distinction est la plus prestigieuse du secteur de la publicité aux Etats-Unis, et Marcel Bleustein-Blanchet est le tout premier publicitaire international à la recevoir, depuis la création de cette institution en 1948.

L’AAF salue le rôle de pionnier de Marcel Bleustein-Blanchet (1906-1996) qui a su moderniser la publicité et développer la réputation des marques américaines en Europe et dans le monde, parmi lesquelles, en son temps, Colgate, Singer, ou encore American Home Products. 170 personnes seulement ont été honorées à ce jour par le « Advertising Hall of Fame », dont les figures légendaires de la publicité, de la communication et du marketing comme Leo Burnett, Raymond Rubicam, George Gallup, William Bernbach et David Sarnoff.

Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe, déclare : « *Nous sommes tous extrêmement fiers à Publicis Groupe, que l’AAF reconnaisse le rôle important de Marcel Bleustein-Blanchet dans la publicité. Marcel a été pionnier dans nombre de domaines dans l’univers de la communication : des premières diffusions commerciales à la radio en France dans les années 1930, jusqu’à la mise en place d’outils de recherche marketing révolutionnaires ; en passant par la publicité au cinéma. Fondateur de Publicis, Marcel a posé l’acte fondamental sans lequel ce Groupe n’existerait pas et a révolutionné notre métier.* »

Tim Love, Président du Advertising Hall of Fame et Vice-Président du Groupe Omnicom, ajoute : « *L’entrée de Marcel Bleustein-Blanchet au Panthéon de l’AAF nous rappelle, à juste titre, que la publicité est une industrie mondiale et un langage universel. Tout au long de sa vie, Marcel Bleustein-Blanchet a porté l’idée que le respect de la différence – culturelle, géographique, artistique – nous enrichit tous sur cette planète.* »



#

Publicis Groupe (Euronext Paris : FR0000130577) est le 4^{ème} groupe mondial de communication, le deuxième groupe mondial en conseil et achat media, ainsi que le leader mondial en communication digitale et dans la santé. Le Groupe est présent dans 104 pays sur les 5 continents et compte environ 44 000 collaborateurs.

L'offre de services en communication du Groupe, auprès de clients locaux aussi bien qu'internationaux, comprend la publicité, à travers trois réseaux publicitaires mondiaux fonctionnant de manière autonome, Leo Burnett, Publicis et Saatchi & Saatchi, ainsi que deux réseaux multi-hubs : Fallon et Bartle Bogle Hegarty (filiale à 49 %) ; le conseil et l'achat d'espace media, à travers deux réseaux mondiaux : Starcom MediaVest Group et ZenithOptimedia; une expertise dans la communication numérique et interactive grâce notamment au réseau Digitas ; les marketing services et la communication spécialisée, comme la communication santé, la communication corporate et financière, les relations publiques, le marketing relationnel et direct, la communication événementielle et sportive, ainsi que la communication ethnique.

Site internet : www.publicisgroupe.com

La Fédération américaine de la publicité (*American Advertising Federation – AAF*)

La Fédération américaine de la publicité, basée à Washington, D.C., sert de « porte-parole à la publicité ». C'est la plus ancienne association qui regroupe 50.000 professionnels de ce secteur. Elle a un réseau national de 200 clubs dans les différentes communautés publicitaires des Etats-Unis. Elle fournit des études de cas concrets aux 215 sections universitaires regroupant les 6.500 étudiants en publicité et aide à leur recrutement par les sociétés américaines. Elle a également 130 sociétés adhérentes de premier plan (annonceurs, agences et médias) qui incluent le meilleur des marques et des entreprises du pays.

Site internet : www.aaf.org

Le Panthéon de la publicité (*The Advertising Hall of Fame*) récompense les réussites exceptionnelles des leaders de la publicité, tant pour leur apport significatif au secteur que pour leur engagement social personnel. Le Panthéon a été créé en 1948 sur proposition du New York Ad Club, prédécesseur de la Fédération américaine de la publicité actuelle. Il était prévu que la Fédération publicitaire américaine gère le Panthéon au nom de tout le secteur de la publicité pendant au minimum 50 ans. Le Panthéon rend hommage aux hommes et aux femmes qui ont le mieux servi la cause de la publicité. Depuis sa création, 170 personnalités extraordinaires ont été élues à ce groupe illustre.

Le panel des juges et son comité exécutif sont nommés chaque année par le président de la Fédération américaine de la publicité et président du Panthéon de la publicité. Les responsables choisis viennent des agences de publicité, des annonceurs, des médias et des universités américaines. Le panel des juges peut envisager l'élection de personnes vivantes ou disparues dont la contribution à la publicité s'est faite aux Etats-Unis ou pour une entreprise américaine à l'étranger. Ces personnes doivent cependant avoir cessé leur activité principale dans la publicité.

Site internet : www.advertisinghalloffame.org

CONTACTS :

Groupe Publicis :

Peggy Nahmany, Communication externe :
Martine Hue, Relations investisseurs :

+ 33 (0)1 44 43 72 83
+ 33 (0)1 44 43 65 00

American Advertising Federation :

Anna Grbenick

+ 1 212 898 0089