

**Omnicom Public Relations Group doublement primée au
Grand Prix des Stratégies de Communication 2018
pour la campagne « France Alzheimer, vous aider à toujours
profiter de la vie »**

- **Prix Or – Communication d'entreprise et collectivités territoriales**
 - **Prix Argent – Relations publics et relations presse**

Boulogne-Billancourt, le 14 septembre 2018 – Omnicom Public Relations Group France, agence de communication spécialiste de la gestion de la réputation, remporte 2 Prix à l'occasion du Grand Prix des Stratégies de Communication 2018 pour la nouvelle campagne de communication de l'association France Alzheimer et maladies apparentées :

l'Or au Grand prix de la Communication d'entreprise et collectivités territoriales dans la catégorie « Communication d'intérêt général / secteur associatif »,
le prix Argent au Grand prix des Relations Publics et Relations Presse dans la catégorie « Grandes Causes, campagne d'intérêt général, programme de prévention » .

Près de 3 millions de personnes en France sont directement ou indirectement touchées par la maladie d'Alzheimer. Par son discours positif et bienveillant, la campagne « **France Alzheimer, vous aider à toujours profiter de la vie** » conçue et menée en partenariat avec l'agence ici Barbès incite à porter un nouveau regard sur la maladie et les personnes malades. Un message porté auprès des médias grand public à travers un discours renouvelé donnant la parole aux personnes malades et à leurs proches via différents temps forts de communication. La campagne a été diffusée dans la presse régionale et nationale, en télévision, en display et sur les réseaux sociaux.

[Téléchargez ici les visuels de la campagne](#)

Pour Sandrine Cormary, Directrice générale d'Omnicom PR Group France : « Pour notre première année d'existence, nous sommes très heureux de figurer au palmarès du Grand Prix Stratégies 2018 qui récompense les meilleures campagnes de communication. C'est pour nous la reconnaissance du travail réalisé par les équipes d'Omnicom PR Group et ici Barbés, qui ont travaillé main dans la main sur un sujet sensible qui concerne tous les Français. »

Pour Véronique Linarès, Directrice de la communication & développement des ressources de France Alzheimer et maladies apparentées : « Vous aider à toujours

Nous façonnons l'opinion à votre avantage

OmnicomPublicRelationsGroup

profiter de la vie... Le slogan mais aussi toute la campagne porte avec force l'énergie, la combattivité, le dynamisme des personnes malades d'Alzheimer. Avoir la maladie d'Alzheimer, c'est continuer à rêver, à penser, à aimer, à marcher, à compter, à raconter.... Notre campagne est le fruit d'une collaboration étroite avec Omnicom PR group et Ici barbes. Elle bouscule les préjugés par le prisme de la joie et du dynamisme sans angélisme. Etre dans un palmarès aussi prestigieux, c'est la récompense d'un travail soutenu où toutes les forces sont mises en œuvre au service d'une cause qui dépasse largement la nôtre et qui pose la question fondamentale de la société dans laquelle nous voulons vivre : inclusive, bienveillante ou utilitariste et individualiste ? »

À propos d'Omnicom Public Relations Group France

Omnicom Public Relations Group France est l'agence de *public relations* du groupe Omnicom en France, représentant ses 3 principaux réseaux internationaux : FleishmanHillard, Ketchum et Porter Novelli. Au niveau mondial, Omnicom PR Group compte plus de 6 300 collaborateurs dans plus de 330 bureaux.

L'agence est spécialiste du développement et de la gestion de la réputation des organisations, qu'il s'agisse d'entreprises, d'institutions ou de marques. Omnicom PR Group opère dans de nombreux domaines, en combinant expertises techniques et sectorielles pour chacun de ses clients.

Omnicom Public Relations Group France croit en une connaissance approfondie des challenges et environnements auxquels sont confrontés ses clients, ainsi que de la qualité de la relation avec les médias, influenceurs, décideurs, leaders d'opinion, grand public ou institutions. L'agence aide ses clients à comprendre les mécanismes de formation de l'opinion et à créer des programmes d'influence sur-mesure. Par la combinaison de l'analyse des conversations et prises de position en social media, d'intelligence marché détaillée et d'une connaissance fine des attentes des parties prenantes, l'agence identifie les meilleurs leviers pour faire évoluer les points de vue et comportements.

Retrouvez Omnicom Public Relations Group France sur Twitter : [@OmnicomPR_FR](https://twitter.com/OmnicomPR_FR)

Contacts presse :

Séverine Tanis : severine.tanis@omnicomprgroup.com / + 33 1 53 32 62 17