

Havas Group en bref

Qui sommes-nous ?

Créé à Paris en 1835 par Charles Louis Havas, fondateur de la première agence de presse mondiale, Havas Group est l'un des plus grands groupes de communication au monde :

Chiffre d'affaires de 2,3 milliards d'euros en 2019

20 000 collaborateurs dans plus de 100 pays

Plus de 60 Havas Villages sur les 5 continents

Leader en terme d'intégration de ses activités et de ses agences

Intégré au groupe Vivendi depuis décembre 2017

Notre mission

**Make a meaningful difference
to brands, businesses and
people**

Nos clients

Notre rôle est d'accroître les performances business de nos clients, de développer une image forte et positive des marques qui nous sont confiées, d'établir un lien puissant entre marques et consommateurs, d'utiliser le pouvoir d'influence de nos campagnes publicitaires pour accompagner les changements sociétaux.

Notre secteur

Notre objectif est de pratiquer une communication responsable en délivrant aux consommateurs un message constructif. À travers nos campagnes publicitaires, nous nous engageons à élever les standards de la profession en incitant à plus de transparence, de diversité et d'intégration.

Nos collaborateurs

Nous avons à cœur de favoriser un cadre de travail harmonieux permettant à nos collaborateurs de trouver le juste équilibre entre vie professionnelle et vie privée. Nous nous efforçons de leur offrir un environnement de travail sain et agréable, propice au déploiement de leurs talents dans le monde entier.

Notre organisation

La création

La créativité, pilier de notre activité

Le Creative Business est un pôle d'attraction mondial pour les créatifs les plus reconnus de la profession, mais aussi pour les experts en stratégie, en relations publiques, en marketing à la performance et en expérience utilisateur. Cette gestion optimale des talents en interne, associée à des partenaires de premier rang, est la clé du succès pour élaborer les campagnes de nos clients.

Le Creative Business est formée par le réseau mondial Havas Creative, le réseau de marketing à la performance Havas Edge, le groupe BETC, et AMO, un réseau mondial de conseil stratégique. Ce business englobe aussi les agences les plus importantes et innovantes du secteur comme Arnold, Boondoggle, Buzzman, Camp + King, Conran Design Group, Havas Riverorchid, Host Havas, One Green Bean, Rosapark, W&Cie et bien d'autres.

L'expertise média

Une expérience média unique au monde

Havas Media Group comprend deux marques mondiales : Havas Media et Arena Media. Nos agences médias emploient plus de 10 000 spécialistes, capables de fournir une solution globale unique dans le conseil et l'achat d'espace, grâce à notre intégration au sein du groupe Vivendi.

Implantés dans 140 pays, nos spécialistes médias sont les meilleurs de leur catégorie, que ce soit pour l'achat direct et programmatique, la vidéo, le mobile, le conseil en data et le marketing à la performance basé sur la localisation.

La communication santé et bien-être

Un modèle centré sur la communication dans les domaines de la santé et du bien-être

Havas Health & You regroupe un réseau de marques à la pointe en matière de santé et de bien-être, avec une forte dimension humaine. Répartis dans plus de 70 pays, nos 4000 experts ont pour mission de créer, d'innover et de répondre aux besoins de nos partenaires et de nos clients en ayant un impact positif sur la vie des gens partout dans le monde.

Les principales structures de notre réseau mondial sont Havas Life, Health4Brands (H4B), Havas Lynx, HVH and Havas PR, ainsi que des dizaines d'autres agences spécialisées à travers le monde. Havas Health and You a pour objectif d'améliorer les acquis en matière de santé sur le plan mondial et de créer les métiers de demain dans ce secteur.

Nos quatre piliers stratégiques

Une vision commune : "Meaningful Brand Idea"

Havas a pour ambition d'apporter aux marques, aux entreprises et aux collaborateurs des solutions permettant de faire la différence. Pour nos clients, cela se traduit par la mise en place de la méthodologie Meaningful Brand Idea (MBI).

Quel que soit le défi marketing, créatif ou média, nos équipes ont une approche commune leur permettant de trouver la MBI appropriée. La démarche Meaningful Brand Idea s'appuie sur des critères d'évaluation, fonctionnel, personnel et sociétal, permettant aux marques de valoriser le consommateur à travers la découverte de nouveaux insights.

La prise en compte de tous ces acteurs donne une pertinence à notre méthodologie et oriente le développement créatif du positionnement et de l'identité des marques de nos clients.

La MBI ne s'adresse pas seulement aux créatifs, elle fait partie de notre nouveau système global d'exploitation média - Mx.

En analysant ce qui rend les marques pertinentes et en capitalisant sur les médias les plus significatifs en terme d'audience, nous pouvons dépasser le traditionnel plan média en créant une expérience média de grande valeur (Mx).

Meaningful Media est essentiel pour les consommateurs car c'est un système d'exploitation fusionnant connexion, contexte et contenu, afin de concevoir la meilleure expérience média possible, capable d'atteindre les objectifs fixés par les marques.

Le modèle Havas Village

Le vaste réseau du groupe Havas réunit des talents provenant du monde entier, capables de servir au mieux les besoins de nos clients. Chaque village rassemble sous un même toit les différents métiers de la communication - création, média, digital, design, activation - garantissant à nos clients, souplesse, transparence et services intégrés. Il existe aujourd'hui plus de 60 Havas Village dans le monde. Chaque village est unique mais tous partagent une seule et même philosophie : une démarche intégrée et collaborative.

Les Talents

Les talents Havas Group sont notre meilleur atout pour offrir à nos clients des messages percutants. Nous pensons que l'intelligence et l'expertise constituent un gage de succès. L'innovation est l'un des principaux engagements du groupe ainsi que le recrutement de profils de haut niveau et la valorisation en interne de nos collaborateurs les plus talentueux.

La puissance de Vivendi

Chez Havas nous choisissons un contenu qui a du sens pour nous différencier. L'intégration de Havas au sein du groupe Vivendi correspond à notre désir de créer un leader mondial spécialisé dans les médias, les contenus et la communication.

Ce qui garantit au groupe un positionnement unique sur les marchés du divertissement et de la communication. Ce partenariat, qui contribue au développement du groupe Havas, profite en même temps à nos clients en leur offrant de nouvelles opportunités de business. Vivendi est un acteur mondial qui déploie une large expertise, allant de la découverte des talents à la création, en passant par la production et la distribution de contenu. Vivendi détient également le groupe Universal Music, leader mondial dans la musique, Canal+, Editis, Gameloft, Vivendi Village, Dailymotion et GVA.

Responsabilité Sociale de l'Entreprise

Le groupe Havas a intégré sa méthodologie "Meaningful" à chaque niveau de son organisation, conscient de l'influence que les entreprises exercent sur la société et sur le comportement des individus.

Ces dernières années, nous avons mis la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE) au cœur de nos actions, et depuis 2009, nous sommes engagés à devenir une entreprise responsable. Nous encourageons nos agences à utiliser les idées créatives pour favoriser le changement positif et minimiser les impacts négatifs sur la société.

Havas a été récompensé de la médaille d'Or Ecovadis au titre de ses performances RSE pour la deuxième année consécutive et reconnu comme "l'entreprise la plus responsable du secteur de la communication" par le magazine World Finance en 2019.



Leadership

Yannick Bolloré

Chairman & CEO

François Laroze

Chief Financial Officer

Michel Dobkine

General Secretary

Patti Clarke

Chief Talent Officer

Lorella Gessa

Chief Communications Officer

Chris Hirst

Global CEO, Havas Creative Network

Peter Mears

Global CEO, Havas Media Group

Donna Murphy

Global CEO, Havas Health & You