

Paris, le 2 avril 2025

Havas renforce son engagement dans la santé et la créativité avec l'acquisition de FMad, l'Agence Indépendante de Communication Santé de l'Année 2024 en France



Loris Repellin, Président des activités santé du groupe Havas en France et Frédéric Maillard, Fondateur & CEO de FMad et Vice-Président en charge de la création d'Havas Health en France

Havas, leader mondial de la communication, annonce l'acquisition de FMad, élue Agence Indépendante de Communication Santé de l'Année 2024 en France¹. Cette acquisition marque une nouvelle étape dans l'engagement d'Havas à conjuguer excellence créative et expertise sectorielle pour relever les défis majeurs de la santé et du bien-être. FMad rejoint Havas Health Network, l'un des principaux réseaux mondiaux de communication en santé.

Une agence créative au service de la santé

Fondée en 2012 par Frédéric Maillard, FMad s'est imposée comme une référence incontournable dans le domaine de la communication santé. Grâce à une approche

¹ Nommé par Les Agences de l'Année; www.lesagencesdelannee.com

audacieuse et un savoir-faire reconnu, l'agence accompagne les acteurs du secteur pharmaceutique, biotechnologique et du bien-être dans la conception de campagnes impactantes, alliant créativité et responsabilité. Son engagement à innover et à transformer la communication santé en un levier puissant de sensibilisation et d'action fait de FMad le partenaire idéal pour les entreprises du secteur. Depuis plus de 10 ans, FMad est l'agence la plus primée du secteur de la santé en termes de récompenses créatives en France.

FMad continuera d'être dirigée par Frédéric Maillard, qui assumera également un nouveau rôle en tant que Vice-Président en charge de la création d'Havas Health en France et reportera à Loris Repellin, Président des activités santé du groupe Havas en France. Frédéric et son équipe rejoindront le Havas Village France à Puteaux.

Une ambition commune : faire de la créativité une force motrice en santé

Avec cette acquisition, Havas renforce son positionnement sur le marché français et européen de la communication santé. Grâce à l'intégration de FMad, Havas Health confirme sa volonté d'innover dans ce domaine et de continuer à faire de la créativité un levier stratégique pour les marques du secteur. Cette acquisition s'inscrit dans une dynamique de croissance et d'enrichissement des expertises du groupe, afin de répondre aux besoins toujours plus exigeants des acteurs de la santé et du bien-être.

Yannick Bolloré, CEO & Chairman d'Havas, déclare :

« Je suis très heureux d'accueillir Frédéric et son équipe au sein du groupe. Chez Havas, nous sommes convaincus que la créativité est une force puissante pour aider à combattre la maladie et relever les grands défis de santé publique. L'expertise et l'approche unique de FMad viennent encore renforcer notre leadership en France et développer notre offre créative pour tous nos clients du secteur de la santé et du bien-être. »

Loris Repellin, Président des activités santé du groupe Havas en France, ajoute :

« Depuis de nombreuses années, notre envie de collaborer avec Frédéric et son équipe n'a cessé de croître, portée par des valeurs et des convictions communes. La santé est notre bien le plus précieux et chaque marque est désormais une marque santé ou a besoin d'une stratégie santé. Et dans ce domaine, nous sommes convaincus que la créativité sera le premier facteur différenciant des marques qui réussiront demain. »

Frédéric Maillard, Fondateur & CEO de FMad et Vice-Président en charge de la création d'Havas Health en France, partage également son enthousiasme :

« Rejoindre Havas Health est une opportunité exceptionnelle pour FMad et son équipe. Nous avons toujours eu l'ambition de repousser les frontières de la communication santé en combinant innovation, créativité et impact. En nous associant à Havas, nous allons pouvoir amplifier notre capacité à concevoir des campagnes encore plus audacieuses et efficaces, au service des enjeux de santé et des marques qui s'y engagent. Nous sommes impatients de mettre notre passion et notre savoir-faire au service de ce projet commun. »

--

Contacts :

Charlotte Rambaud

Global Chief Communications Officer

charlotte.rambaud@havas.com

+33 6 64 67 66 27

Delphine Maillet

Head of Investor Relations

delphine.maillet@havas.com

+33 6 80 36 18 12

Ludivine Bernazzani

Media Intelligence and France Press relations manager

ludivine.bernazzani@havas.com

+33 7 86 03 62 07

À propos d'Havas

Fondé à Paris en 1835, Havas est l'un des plus grands groupes de communication au monde, avec près de 23 000 collaborateurs dans plus de 100 marchés, unis par une même mission : « Make a meaningful difference », au service des marques, des entreprises, et de la société dans son ensemble. Pour répondre aux besoins de ses clients, Havas a conçu une stratégie globale et un système d'exploitation parfaitement intégrés, Converged, combinant toutes ses expertises, outils et capacités au niveau mondial, pour créer, produire et diffuser des contenus et des expériences personnalisés et optimisés à grande échelle, et en temps réel. Avec les idées créatives au cœur de ce modèle unique, amplifié par la data, la technologie et l'IA, mais boosté par l'humain, les équipes travaillent avec agilité et en parfaite synergie au sein des Villages Havas pour proposer des solutions sur mesure à leurs clients et les accompagner dans leur transformation positive. Havas œuvre chaque jour à la formation d'un environnement de travail diversifié, inclusif, et équitable, qui priorise le bien-être et le développement professionnel de ses talents. Plus d'informations sur w.havas.fr.

À propos de FMad

FMad est une agence de communication spécialisée à 80 % dans le secteur de la santé. Nous croyons fermement que la santé est au cœur de nos préoccupations, car comme le disaient nos grands-mères : « Quand la santé va, tout va ». Nous développons des projets créatifs avec une forte valeur ajoutée, car dans le domaine de la santé, la médiocrité n'est pas une option. Nos campagnes doivent être remarquables pour atteindre leur public cible et améliorer leur état de santé. Pourquoi 20 % de notre activité se fait-elle en dehors du secteur de la santé ? Parce que notre exigence créative est recherchée par de nombreux autres secteurs. Si nous pouvons créer des projets innovants dans un environnement ultra-réglementé, nous pouvons appliquer ce même niveau d'exigence ailleurs. Bienvenue chez FMad, où l'exigence et la générosité créative se rencontrent ! www.fmad.fr/agence/