

HAVAS

ARCHRIVAL

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 10 juin 2026

Havas accélère le développement d'Havas Play en Amérique du Nord avec l'acquisition d'Archrival, l'agence experte dans le marketing du sport et de la culture

Archrival, l'agence primée spécialisée dans la culture des nouvelles générations et les activations expérientielles vient renforcer les expertises d'Havas Play en marketing sportif, communauté de fan et activations, tout en apportant une expertise pointue pour engager les audiences de la Gen Z.



De gauche à droite: Eileen Flynn, Chief Strategy Officer, Archrival; Andrea Isaac, Managing Partner, Havas Play North America; Greg James, CEO, Havas Media Network North America; Ben Harms, Chief Growth Officer, Archrival; et Clint Runge, CEO & Founder, Archrival.

Havas annonce l'acquisition d'une participation majoritaire dans Archrival, agence américaine spécialisée dans les dynamiques culturelles des jeunes générations et les activations expérientielles, et renforce ainsi la capacité d'Havas Play à aider les marques à gagner en pertinence en s'inscrivant dans la culture, les communautés de fans et les dynamiques participatives. Cette opération élargit encore l'offre d'Havas Play en marketing sportif, expériences live, partenariats de marque, collaboration avec les créateurs et activation de marque. Elle offre ainsi aux clients de nouvelles opportunités pour nourrir la désirabilité des marques et renforcer l'engagement des audiences tout en générant une croissance mesurable.

Fondée en 1997, Archrival s'est forgé une solide réputation en développant des programmes ancrés dans la culture, rapprochant les marques des jeunes générations à travers le sport, des activations sur les campus, des réseaux d'ambassadeurs et des expériences immersives.

L'agence est reconnue pour sa capacité à permettre aux marques de s'inscrire de manière authentique au cœur des communautés, des passions et des moments qui façonnent la culture contemporaine.

Archival accompagne aujourd'hui certaines des marques les plus emblématiques au monde, parmi lesquelles adidas, Red Bull, Netflix, Snapchat, Spotify, Tinder et EA.

Cette acquisition constitue une nouvelle étape majeure dans l'expansion d'Havas Play, en renforçant sa capacité à connecter les marques aux audiences via les centres d'intérêt qui stimulent l'engagement, la recommandation et la croissance.

Ensemble, Havas Play et Archival proposeront aux annonceurs une palette de compétences élargie couvrant le marketing sportif, les collaborations avec les créateurs, l'activation expérientielle, les partenariats de marque, les programmes d'ambassadeurs, le gaming et la construction de marques portée par les communautés.

Associée au système d'exploitation Converged.AI d'Havas, l'expertise d'Archival en activations sur les campus, réseaux d'ambassadeurs et engagement terrain permettra aux clients d'identifier plus rapidement les signaux culturels émergents, d'activer les communautés avec davantage d'impact et de transformer l'engagement en résultats business mesurables.

« Nous sommes très heureux d'accueillir Archival au sein du groupe Havas. Leur expertise vient renforcer l'offre d'Havas Play dans un domaine à forte croissance et marque une étape importante dans le développement de nos capacités et la création de valeur durable pour nos clients. Le sport et les communautés de fans occupent aujourd'hui une place centrale dans la culture et s'affirment comme de puissants moteurs de croissance pour les marques et les entreprises, en nourrissant une désirabilité durable, véritable levier d'avantage concurrentiel », déclare **Yannick Bolloré**, Chairman et CEO d'Havas.

« L'Amérique du Nord représente une opportunité majeure pour les marques, alors que le sport, le divertissement, les créateurs et les communautés de fans redéfinissent la façon dont les audiences découvrent les marques, interagissent avec elles et leur restent fidèles. Les clients recherchent des partenaires capables de les accompagner dans cet environnement en mutation et de les aider à établir des liens plus authentiques avec les consommateurs. Archival renforce notre capacité à déployer ces solutions à grande échelle, de manière intégrée, différenciante et en phase avec les évolutions du marché », ajoute **Greg James**, CEO d'Havas Media Network North America.

« Lorsque l'on cesse de courir après les tendances pour comprendre ce qui anime réellement une génération, on gagne le cœur et l'esprit des consommateurs. C'est cette conviction qui guide Archival depuis près de 30 ans pour aider les marques à s'inscrire de manière pertinente dans la culture des jeunes. Comme nous, Havas comprend ce qu'il faut aux marques challengers pour se démarquer et n'hésite pas à aller à contre-courant pour y parvenir, faisant de ce nouveau chapitre commun une évidence », déclare **Clint Runge**, CEO et Fondateur d'Archival.

« Archival apporte une combinaison unique d'expertises autour de la culture des jeunes, de l'activation expérientielle et de l'engagement des communautés, créant de nouvelles opportunités à forte valeur pour nos clients. Ensemble, nous serons en mesure de concevoir des idées plus connectées, d'obtenir des résultats plus solides et de produire des campagnes qui contribuent à la croissance des marques tout en leur permettant de s'ancrer durablement dans la culture », conclut **Andrea Isaac**, Managing Partner d'Havas Play North America.

Contacts :

Charlotte Rambaud

Global Chief Communications Officer
charlotte.rambaud@havas.com
+33 6 64 67 66 27

Delphine Maillet

Group 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. Avec pour ambition stratégique « Growth, Powered by Desire », Havas réunit créativité, médias, technologie et capacités de production pour créer des marques fortes et désirables auxquelles les gens souhaitent véritablement s'identifier. Son modèle intégré s'appuie sur Converged.AI, le système d'exploitation du Groupe, qui regroupe la data, la technologie et l'intelligence artificielle afin de proposer des solutions marketing optimisées et adaptées à grande échelle sur l'ensemble du parcours client. Alimentée par l'IA et portée par l'ingéniosité humaine, les équipes Havas s'appuient sur la conviction que les marques désirables génèrent des résultats désirables, permettant ainsi de stimuler la performance, renforcer le capital de marque à long terme et créer une valeur durable pour nos clients. Havas est également engagé auprès de ses collaborateurs, en cultivant des environnements de travail inclusifs, responsables et inspirants, où chacun peut pleinement s'épanouir, car le désir naît aussi de l'intérieur. Plus d'informations sur www.havas.fr.

À propos d'Archival

Archival est une agence américaine spécialisée dans les dynamiques culturelles des jeunes générations et les activations expérientielles, qui aide les marques à gagner en pertinence en trouvant leur place au cœur de la culture. Fondée en 1997, l'agence est experte en marketing sport et lifestyle, activations sur les campus, dispositifs expérientiels, programmes d'ambassadeurs et marketing terrain, à l'intersection du sport, du retail, du divertissement et des environnements universitaires. Archival accompagne des marques internationales de premier plan telles qu'adidas, Red Bull, Netflix, Snapchat, Spotify, Tinder et EA, en concevant des dispositifs culturels et des expériences immersives capables de connecter les marques aux jeunes générations.