

Havas renforce les capacités d'Havas Play au Benelux avec l'acquisition de l'agence néerlandaise SportVibes



De gauche à droite : Thijs Muller, CEO d'Havas Media Netherlands ; Tim Nome, Managing Partner de Track Record ; Frans Vleggeert, Managing Partner de SportVibes by Havas Play ; Elias Reinheimer, Chief Creative Officer d'Havas Play Amsterdam ; Teun Verheij, managing partner de Track Record ; et Imre van Leeuwen, managing partner de SportVibes by Havas Play.

Crédit photo : Marije Kuiper

Havas annonce l'acquisition de SportVibes, l'une des principales agences de marketing sportif aux Pays-Bas. Reconnue pour son expertise en marketing sportif et en événements live, SportVibes rejoint Havas Play aux Pays-Bas, renforçant ainsi les capacités du réseau dans l'ensemble du Benelux et consolidant sa position de référence dans la création de liens durables entre les marques et les publics à travers leurs passions : sport, musique, art et culture, divertissement, mode ou encore gaming. L'agence opérera désormais sous le nom de SportVibes by Havas Play et continuera d'être dirigée par ses managing partners, Frans Vleggeert et Imre van Leeuwen.

Fondée en 2003, SportVibes dispose d'une solide expérience dans la création de connexions entre fans, marques, organisateurs d'événements et communautés grâce à des stratégies de contenu, des expériences live et des campagnes d'influence dans les univers du sport et du divertissement, souvent portées par ses formats et plateformes propriétaires. Parmi ses clients figurent notamment Gillette, Dash, DHL, Action et Lexus. L'agence est également coorganisatrice du Formula 1 Heineken Dutch Grand Prix de Zandvoort, et a été distinguée « Formula 1 Promoter of the Year ».

L'opération inclut également Track Record, l'agence de commerce digital de SportVibes, spécialisée dans la « rentabilité de l'engagement des fans ». Dirigée par les managing partners Teun Verheij et Tim Nome, Track Record combine data, marketing digital et storytelling créatif pour aider les organisations sportives, les organisateurs d'événements et les marques à transformer l'engagement de leurs communautés en croissance commerciale mesurable. Ensemble, SportVibes et Track Record viennent renforcer la capacité d'Havas Play à connecter les marques à leurs audiences tout en générant des résultats business concrets.

« Je suis ravi d'accueillir Frans Vleggeert, Imre van Leeuwen et l'ensemble des équipes de SportVibes au sein de la famille Havas. Alors que le sport occupe une place toujours plus centrale dans la vie des consommateurs, nous devons aider nos clients à exploiter pleinement son pouvoir de connexion, afin de créer des relations plus fortes avec leurs audiences, bâtir des marques désirables et accélérer leur croissance. L'expertise remarquable de SportVibes en marketing sportif, en expériences live et en engagement des fans en fait un partenaire naturel pour Havas Play. Cette acquisition renforce notre capacité à proposer des solutions à fort impact, centrées sur les besoins de nos clients, dans l'ensemble du Benelux et plus largement à l'échelle européenne », déclare **Yannick Bolloré**, Chairman et CEO d'Havas.

« Havas Play a pour ambition de rapprocher les marques de leurs publics là où leurs passions prennent vie, afin de renforcer l'engagement et la préférence de marque. Avec SportVibes, nous réunissons des expertises reconnues en marketing sportif, événements live, gestion de propriétés intellectuelles et storytelling culturel pour proposer une offre unique aux clients des Pays-Bas et de Belgique. En combinant la connaissance fine des marchés locaux de SportVibes avec la puissance et les ressources du réseau mondial Havas Play, nous serons en mesure de concevoir des expériences de marque encore plus impactantes », déclarent **Elias Reinheimer**, Chief Creative Officer d'Havas Play Amsterdam, et **Thijs Muller**, CEO d'Havas Media Netherlands.

« Nous considérons cette opération comme une opportunité unique de faire passer SportVibes à la vitesse supérieure. L'association de notre ADN profondément ancré dans le sport et le divertissement avec l'expertise, les ressources et l'envergure internationale d'Havas nous permettra d'accélérer notre développement, de renforcer notre position sur les grands événements sportifs internationaux et d'apporter encore plus de valeur à nos clients et partenaires. À mesure que les univers du sport, du divertissement et de la culture convergent, ce partenariat ouvrira également de nouvelles perspectives de croissance autour d'un spectre élargi d'expériences guidées par les passions des publics », déclarent **Frans Vleggeert** et **Imre van Leeuwen**, Managing Partners de SportVibes by Havas Play.

--

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'Havas Play Amsterdam

Havas Play Amsterdam a pour mission de rejoindre les publics dans les espaces culturels où leurs passions prennent vie et de permettre aux marques de s'inscrire naturellement dans ces univers, qu'il s'agisse de musique, de sport, de gaming, de mode, d'art et de culture, de divertissement ou de lifestyle. Au sein de Havas Village NL, Havas Play Amsterdam conçoit des stratégies, contenus, partenariats, dispositifs de sponsoring, programmes créateurs, expériences live et activations de marque qui transforment la pertinence culturelle en moteur de croissance pour ses clients.

À propos de SportVibes

SportVibes est une agence néerlandaise de marketing sportif spécialisée dans l'activation de marque, les droits de sponsoring et les propriétés intellectuelles, la communication, l'événementiel, la billetterie et l'hospitalité. Elle accompagne de nombreux clients de premier plan dans l'ensemble du Benelux et exploite également des droits exclusifs en tant qu'organisateur ou promoteur d'événements live. À l'issue de l'acquisition, l'agence exercera sous le nom de SportVibes by Havas Play.

Plus d'informations : www.sportvibes.nl

À propos de Track Record

Track Record est une agence de commerce digital spécialisée dans l'optimisation de la rentabilité de l'engagement des fans (« return on fan engagement »).

L'agence transforme les relations avec les communautés de fans en actions marketing directes et en leviers de croissance commerciale pour les marques, les organisateurs d'événements et les détenteurs de droits.

Plus d'informations : www.trackrecord.nl.