

Havas réorganise ses activités numériques

Face aux assauts de Publicis dans l'univers numérique (rachats de Business Interactif et de Phonevalley), Havas ne pouvait pas rester inactif. Le géant de la communication annonce ce lundi la réorganisation de ses activités on-line avec le lancement de l'entité Havas Digital.

Cette nouvelle filiale, qui fera travailler 200 personnes, doit permettre à Havas Media France « *d'être un acteur référent sur le média digital en France et de poursuivre son fort développement. Havas Digital, dirigée par Pascal Dasseux, est constituée de cinq entités, deux agences interactives et trois nouvelles offres, placées sous le signe de l'intégration et de l'innovation* », **peut-on lire dans un communiqué.**

« *Havas Digital a été conçue avec un double objectif : favoriser l'intégration entre le digital et les médias traditionnels et offrir à nos clients de nouvelles expertises, marketing mobile, e-commerce et consulting web. Le socle de toute l'offre est le data et la mesure pour optimiser le ROI des investissements de nos clients* », déclare Pascal Dasseux, CEO d'Havas Digital.

Havas Digital intégrera donc Media Contacts et Lattitud, les deux agences interactives du groupe et trois nouvelles entités dédiées aux nouveaux services sur les médias digitaux : le marketing mobile, le e-commerce et le consulting Web.

Dans l'univers du marketing mobile, Havas Digital a mis en place un partenariat avec SBW (ex-Cellcast Interactif) qui revendique la place de première agence indépendante de marketing mobile en France. Nous vous livrerons d'ailleurs bientôt un entretien avec son président, Paul Amsellem.

Dans le e-commerce, Havas ne donne pas de détails sur sa nouvelle entité, se contentant d'expliquer qu'elle représentera une nouvelle manière pour le groupe d'approcher le média interactif.

Dans le consulting web, Havas promet une offre dédiée à la plus grande efficacité des sites des clients, notamment axée sur le « rich media ».