

Beursnieuweling Havas is nog niet echt lekker geland op de Amsterdamse beurs.

Het marketingbedrijf wordt veel lager gewaardeerd dan zijn grotere *peers*. Een beperkte schaalgrootte, lage winstmarges en een matige groei zouden die korting kunnen verklaren. Havas lijkt een logische overnameprooi, maar dat scenario heeft de dominante oprichtersfamilie op voorhand uitgesloten. Twee bijzondere beschermingswallen maken het van oorsprong Franse bedrijf tot een onneembare vesting.



KLEINE SPELER IN GROTE MARKT

Drie verklaringen voor de lage beurswaardering van Havas

Marketingbedrijf Havas bleef altijd het ondergeschoven kindje van Vivendi. Het bedrijf, dat onder andere de reclamecampagnes verzorgt voor Durex, Rexona en Evian, is volgens de grootaandeelhouder nooit volledig op waarde geschat door beleggers. Het was slechts een van de vele onderdelen van het Franse media- en entertainmentconglomeraat met notering in Parijs. Dat bouwwerk is vlak voor kerst 2024

ontmanteld. De diverse bedrijven hebben een aparte beursnotering gekregen.

De belofte van Vivendi in het beursgangdocument: na de *initial public offering* (IPO) in Amsterdam zal Havas helemaal tot bloei komen. Voor een definitief oordeel is het na enkele weken beurshandel nog te vroeg, maar tot nu toe wil het als zelfstandig beursgenoteerd bedrijf ook niet vlotten. Op de eerste handelsdag (16 december) sloot het aandeel rond de 1,80 euro.

NA DE IPO IN AMSTERDAM ZOU HAVAS HELEMAAL TOT BLOEI MOETEN KOMEN

In de weken daarna bleef het aandeel verder dalen, tot iets boven de 1,50 euro halverwege januari. Het feit dat er nauwelijks handel is – soms slechts voor enkele miljoenen euro's per dag – helpt niet mee. Tegen een koers van 1,50 euro handelt Havas op een ondernemingswaarde-ebitdaratio van 3,6 keer.

Daarmee plakken beleggers een waardering op Havas die de helft lager is dan die van de vijf grotere *peers*.