

COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris et Gennevilliers, le 10 septembre 2021

Claire Léost nommée Présidente de Prisma Media

Claire Léost est nommée Présidente de Prisma Media à compter du 13 septembre 2021, en remplacement de Rolf Heinz qui quitte le groupe. Cette nomination ouvre un nouveau chapitre pour Prisma Media dans le projet stratégique de Vivendi.

Face aux nouveaux enjeux auxquels la presse magazine est confrontée, Claire Léost aura pour mission d'accélérer la transformation de Prisma Media pour saisir toutes les opportunités de croissance, renforcer son rôle de leader et stimuler la réinvention de son secteur. Elle poursuivra ainsi le remarquable travail de transformation mené par les équipes de Prisma Media sous l'impulsion de Rolf Heinz.



Claire Léost évolue depuis près de 20 ans dans le secteur des médias après une première expérience de conseil. Elle apportera toute son expertise, sa grande énergie et son impact au développement de Prisma Media, ainsi qu'au déploiement de projets communs avec les autres entités de Vivendi.

Commentant cette nomination, Arnaud de Puyfontaine, Président du Directoire de Vivendi et Président du Conseil d'Administration de Prisma Media, a déclaré : « *Je souhaite la bienvenue à Claire Léost qui contribuera activement à la réussite de Prisma Media. Le savoir-faire digital du groupe, son expertise en matière de développement de contenus et la puissance de ses marques seront des atouts précieux au service du projet industriel intégré de Vivendi. Je tiens à remercier chaleureusement Rolf Heinz pour son engagement à la tête de la société.* »

« *Je suis ravie et honorée de rejoindre Prisma Media, leader de la presse magazine en France en print et en digital, et de contribuer à une nouvelle étape de son rayonnement et de sa transformation au sein du groupe Vivendi* », a précisé Claire Léost.

« *Je remercie de tout cœur les équipes de Prisma Media. Je suis fier des 12 années de passion et succès partagés, et heureux de passer le relais d'une entreprise fortement digitalisée. Je souhaite le meilleur à Claire Léost, à l'équipe de direction et à l'ensemble des collaborateurs pour cette belle, nouvelle page qui s'ouvre* », a indiqué pour sa part Rolf Heinz.

Claire Léost débute sa carrière chez McKinsey, où elle est Consultante de 2000 à 2003. En 2003, elle rejoint le groupe Lagardère Active où elle occupe les postes d'Editrice puis Directrice Générale. Elle est nommée Présidente de CMI France en février 2019. Claire Léost est aussi romancière. Elle est diplômée de l'Institut d'Etudes Politiques de Paris (1997) et d'HEC (1999).
Photo disponible sur demande.



A propos de Vivendi

Depuis 2014, Vivendi construit un leader mondial dans les médias, les contenus et la communication. Le Groupe détient des actifs de premier plan et fortement complémentaires dans la musique (Universal Music Group), la télévision et le cinéma (Groupe Canal+), la communication (Havas Group), l'édition (Editis), la presse magazine (Prisma Media), les jeux vidéo (Gameloft), le spectacle vivant et la billetterie (Vivendi Village). Le Groupe possède également une plateforme digitale mondiale de distribution de contenus (Dailymotion). Les différentes entités de Vivendi travaillent pleinement ensemble, évoluant au sein d'un groupe industriel intégré créant ainsi davantage de valeur. Engagé en matière environnementale, Vivendi a pour objectif d'atteindre la neutralité carbone dès 2025. Par ailleurs, il contribue à construire des sociétés plus ouvertes, inclusives et responsables en soutenant une création plurielle et inventive, en favorisant un accès plus large à la culture, à l'éducation et à ses métiers, et en renforçant la sensibilisation aux enjeux et opportunités du XXIe siècle. www.vivendi.com

À propos de Prisma Media

Leader des groupes bi-média de France, Prisma Media est le N°1 de la presse magazine, de la vidéo en ligne et de l'audience digitale quotidienne*. Un leadership qui assure à Prisma Media un potentiel optimal d'audience de plus de 40 millions ** de personnes chaque mois sur ses différents médias, soit 4 Français sur 5. Avec un portefeuille de marques de référence, le groupe est présent sur les principaux segments tous publics. Porté par sa mission de rendre la vie des Français plus belle, Prisma Media adopte une stratégie offensive de développement de ses marques, de ses ressources et de nouveaux business dans les secteurs en forte croissance avec une ambition d'avoir toujours UN MÉDIA D'AVANCE. *source : Médiamétrie juillet 2021 **source : One Next global 2021 v3