



PRISMA MEDIA

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Gennevilliers, le 25/08/2022

Frédéric Vallois est nommé Directeur des licences Harvard Business Review France et National Geographic France



Frédéric Vallois rejoint Prisma Media comme Directeur des licences Harvard Business Review France et National Geographic France. Cette nomination intervient à la suite du départ à la retraite de Gabriel Joseph-Dezaize.

Diplômé de Sciences Po Paris en 2005, Frédéric Vallois débute son parcours professionnel dans le conseil au sein du cabinet Deloitte. Entre 2010 et 2012, il travaille au Porte-Parolat du Gouvernement avant de rejoindre le groupe Vivendi en tant que plume du Directoire. Il prend

également la direction de la communication interne du groupe Vivendi en 2018.

En parallèle, Frédéric dispense un cours sur la communication politique et d'entreprise à Sciences Po Paris depuis 2012. Il est également coauteur de l'essai *Federer, un mythe contemporain* (Éditions Solar, 2021).

“Je remercie à nouveau Gabriel Joseph-Dezaize pour son investissement et sa créativité auprès des équipes de National Geographic France et de Harvard Business Review France durant ces dernières années et souhaite beaucoup de succès à Frédéric Vallois. Je suis convaincue qu’il saura insuffler grâce à sa sensibilité éditoriale et son parcours une nouvelle dynamique à notre stratégie de développement en capitalisant sur la force du contenu et le prestige de ces belles marques.”

Gwendoline Michaelis, Directrice Exécutive Groupe Cerise, Editions Prisma, Audio et Projets Internationaux

CONTACT PRESSE

Clémentine Sadoux - Chargée de communication externe Prisma Media - 01.73.05.45.45 -

csadoux@prismamedia.com Twitter : @prismamedia - Facebook : Prisma Media

À propos de Harvard Business Review

Fondée en 1922, la Harvard Business Review (HBR) a pour vocation de faire rayonner les meilleures idées et pratiques managériales auprès des leaders et créateurs d'entreprise, afin de "réfléchir et agir avec un temps d'avance".

Magazine d'exception désormais déployé sur 14 éditions, la HBR couvre de larges domaines tels que le leadership, la stratégie, le marketing, la finance, l'innovation dans les entreprises de tous secteurs.

À propos de National Geographic Partners

National Geographic Partners LLC (NGP), entreprise commune entre National Geographic et Disney, s'engage à présenter des contenus scientifiques et ambitieux de qualité au travers de différents canaux de communication. NGP comprend les chaînes de télévision de National Geographic (National Geographic Channel, Nat Geo Wild, Nat Geo Mundo, Nat Geo People), les ressources médiatiques, les magazines National Geographic, les studios National Geographic, les plateformes de médias numériques et les réseaux sociaux ; les livres, les plans, les médias pour enfants, les voyages, les expériences et les événements, les activités de vente d'archives, de licence et de e-commerce.

Depuis sa création (1888), National Geographic Society (une organisation à but non lucratif) a pour objectif d'approfondir la connaissance et la compréhension du monde et s'engage désormais à aller plus loin, à repousser les limites pour les consommateurs... tout en touchant des millions de personnes à travers le monde, dans 172 pays et en 43 langues. National Geographic Partners reverse 27 % de ses recettes à la National Geographic Society pour financer des travaux dans les domaines de la science, de la découverte, de la conservation et de l'éducation.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.nationalgeographic.fr.

National Geographic France est un magazine édité par le groupe Prisma Media, qui touche chaque mois 3 millions de lecteurs (ACPM One 2021 V4).

CONTACT PRESSE

Clémentine Sadoux - Chargée de communication externe Prisma Media - 01.73.05.45.45 -

csadoux@prismamedia.com Twitter : @prismamedia - Facebook : Prisma Media