


que Vivendi, pour se renforcer aux Etats-Unis, pourrait être intéressé par le rachat de la participation de 50 % de Hearst dans A&E network, un bouquet de télévisions codétenu avec Disney. L'entité fournit déjà des programmes à Canal+ en France. « *Compte tenu du positionnement du groupe, on peut imaginer de nombreuses synergies avec Canal+, notamment au regard de son positionnement plutôt haut de gamme* », souligne Natixis.

Rappelons que le conseil de surveillance de Vivendi a validé, le 26 novembre, le projet de scission du groupe mis à l'étude le 11 septembre dernier. D'un côté SFR, qui va pouvoir « *acquérir une plus grande autonomie stratégique afin de saisir les opportunités d'un marché en mutation* », dicit le communiqué du groupe ; de l'autre, un pôle médias « *qui rassemblera des marques fortes dans la production et la distribution de contenus originaux* », à partir du groupe Canal+, d'Universal music et de GVT, un groupe de télécoms et de distribution de contenus médias au Brésil. Ce dernier sera confié, dès le mois de janvier, à Arnaud de Puyfontaine, qui va quitter la vice-présidence des activités internationales du groupe Hearst pour devenir directeur général des activités médias et contenus de Vivendi, sous l'autorité de Vincent Bolloré, qui deviendra président de Vivendi après la scission.


Numérique

Meninvest média lève 1,5 million d'euros et devient Mensquare group

 Editeur de sites spécialisés pour les hommes, dont *Menly* et *Autonews*, Meninvest média, qui vient de reprendre le magazine *Onze mondial*, vient de procéder auprès du fonds Hi inov à la levée de 1,5 million d'euros. Il en profite pour changer de dénomination et se rebaptiser Mensquare group « *afin de signifier encore un peu plus sa volonté de se développer sur la cible masculine* », explique Marc Menasé, président de Meninvest. La nouvelle plateforme Mensquare.com ambitionne d'être le conseil des hommes sur tous leurs centres d'intérêt, à travers cinq thématiques : le style, l'auto, le sport, l'entertainment et le high tech, et en capitalisant sur trois médias propriétaires (*Menly*, *Autonews*, *Onze mondial*), ainsi que sur un réseau de plus de soixante sites et blogs partenaires.


Presse magazine

Quand des magazines annoncent des hausses de ventes au numéro

 Alors que le nombre de points de vente ne cesse de régresser, certains titres clament encore haut et fort la nécessité d'un réseau solide afin de poursuivre la croissance de leurs ventes. Ainsi, Uni éditions a enregistré, sur l'ensemble de ses titres, des ventes au numéro en hausse de 3 % au mois de novembre. « *Le bilan des ventes par titre reste positif et la diversification à travers les hors-séries représente un peu plus de 400 000 exemplaires pour plus de 2,19 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2013* », précise Xavier Costes, directeur des ventes du groupe.

De la même manière, *Notre temps* a enregistré, selon son éditeur (Bayard), des ventes records en octobre avec 202 400 exemplaires diffusés en kiosque (pour une diffusion France payée de 800 166 lecteurs). Sur le même créneau, *Pleine vie* (groupe Mondadori) a vu ses ventes au numéro progresser de 23 % depuis le début de l'année jusqu'à octobre. Les numéros datés septembre et octobre ont même vu leurs ventes bondir de 50 % et de 40 %. De son côté, *Voici* renoue également avec la croissance avec des ventes au numéro moyenne en hausse de 2,4 % sur les quatre derniers numéros, par rapport à la même période de l'an dernier.

Le SEPM tient un kiosque sur le Salon de la presse jeunesse de Montreuil

 Le groupe de la presse jeunesse du SEPM, constitué de douze éditeurs, proposera ce week-end dans le cadre du Salon du livre et de la presse jeunesse de Montreuil, le kiosque de la presse jeunesse. Il mettra à la disposition des professionnels et visiteurs un espace de lecture et différentes activités autour de la presse jeunesse, en présence des équipes rédactionnelles. Les jeunes lecteurs pourront découvrir les coulisses de la conception de leur magazine. En parallèle, un panorama de la presse jeunesse sera présenté. La famille reste une exception européenne de par son dynamisme avec 200 magazines jeunesse édités en France, soit 2,7 millions d'exemplaires vendus et 10,2 millions de lecteurs.

La régie Talent group commercialisera, à partir du 1^{er} janvier, les espaces publicitaires du mensuel *Côté ciné*, diffusé à 445 864 exemplaires dans les cinémas CGR, Cinéville, Megarama, Cap Cinéma, Davoine, Grand Ecran, Cinémoïda, ainsi que dans des cinémas indépendants tels que le Grand Rex à Paris.

***Pacis madame* va débarquer au Japon. Déjà présent en Chine, le Web magazine est en train de constituer une équipe pour produire de l'actualité et des reportages spécifiques. La parution de *Midi libre* a été perturbée, mercredi 27 novembre, en raison d'un mouvement social visant à protester contre un plan d'économies qui pourrait se traduire par la suppression de 20 postes de journalistes. Les négociations sur le plan de sauvegarde de l'emploi ont été rompues au sein du groupe Lagardère active. « Les syndicats refusent toujours tout départ contraint » alors que « la direction refuse ce préalable à toute négociation », explique une source syndicale à l'AFP.**

La commission de la culture du Sénat propose un amendement au projet de loi de finances pour 2014 abaissant la TVA sur les droits d'auteur à 5,5 %, comme les autres activités culturelles. Cette TVA devait passer de 7 à 10 % le 1^{er} janvier. Jean-Marie Colombani, patron de *Slate.fr*, a inauguré le 25 novembre une chronique hebdomadaire dans *Direct matin*. Tous les lundis, il rédigera un point de vue sur les temps forts de l'actualité « de manière libre et subjective », explique la direction du journal dans un communiqué.

***Cuisine actuelle* lance un coffret de cuisine créative à l'occasion des fêtes de fin d'année avec Kitchen trotter. Baptisé le *Choco là*, le coffret est composé de produits sélectionnés par la rédaction et de recettes 100 % chocolat.**