

ElectronLibre

Rechercher

J'aime 608



iPhone 5 : le smartphone et le magicien disparu

Le 12 septembre 2012, So_amazing

Audience hybride et coup de poing sur le Net !

Le 11 septembre 2012, Web 1,2,3

Aurélié Filippetti assassine le centre national de la musique

Le 10 septembre 2012, So_cult'

Presse : Juin chagrin pour les grands quotidiens

Le 7 septembre 2012, Old fashion media

WEB 1,2,3 | SO_CULT' | PEER2PEER | OLD FASHION MEDIA | SO_AMAZING | GAMING | LE_FLOUZE | POLITIQUE | MARKETING ROOM

"Penthouse" veut se payer "Playboy"

Le 16 Juillet 2010 dans *Old fashion media* par Chloé Luisetti

La presse masculine ne tient qu'à un poil. Celui que se disputent depuis cinquante ans les plus vieux concurrents en matière de presse de charme : Penthouse et Playboy. FriendFinder Networks, la maison mère de Penthouse, a annoncé hier qu'elle proposait 210 millions de dollars pour s'offrir Playboy Enterprises.

Cinquante ans plus tard, c'est un deuxième volet des "Guerres pubiennes" que s'apprête à nous jouer Playboy et Penthouse pour pimenter l'été de leur érotisme suranné.

Issue d'un calembour sur les Guerres Puniques, cette "guerre des poils" comme l'avait rebaptisée Hugh Hefner, fondateur de Playboy, marquait en réalité le tournant d'une presse sixties, encore esclave de ses chaînes puritaines.

Nous sommes aux Etats-Unis dans les années 50.

Playboy est pionnier sur le marché de la presse érotique et redouble d'ingéniosité pour masquer le pubis de ses modèles. Un bout de tissu, une jambe repliée ou un bocal de poisson rouge : tous les moyens sont bons pour cacher le fruit défendu de la vue de ses lecteurs et s'éviter d'être classé dans la photographie pornographique.

En 1965, l'Europe, réputée permissive sur la question "Q", est prise d'assaut par Penthouse, ce nouveau titre venu tout droit d'Angleterre. L'avènement du poil est déclaré. Et la course au dévoilement du pubis féminin entre 1960 et 1970, à ce stade, c'est une lutte sans merci engagée entre Penthouse et Playboy pour tenter de repousser les limites du politiquement correct et érotiquement admis à cette époque, dans la presse de charme.

"mettre en valeur Playboy"

iPhone 5 : le smartphone et le magicien disparu

Audience hybride et coup de poing sur le Net !

Aurélié Filippetti assassine le centre national de la musique

Mission Lescure : bidule Plus

Hadopi braque ses canons sur la rue de Valois

Hadopi, Mireille Imbert Quareta : "le parquet a diligencé des enquêtes"

Internet, une révolution conservatrice

La création du CNM, une occasion de marquer l'histoire

Numérique : l'Urgence de champions européens

Apple ou l'impérialisme américain "cool"

Mais la compétition est rude pour le magazine d’Hefner. Bien que conservant sa position de leader sur le marché des magazines masculins en 2004, avec 3 millions d’exemplaires vendus par mois aux États-Unis, *Playboy* se voit contraint en 2009 de déléguer la majeure partie de la production du magazine à la société de média American Media Inc.1. Le titre a alors accumulé un lourd déficit de 8 millions de dollars. Malgré ces difficultés le groupe Playboy conserve la ligne éditoriale du magazine, mais doit faire face à une chute des ventes.

La voie est libre pour Penthouse qui confirme désormais la volonté de terminer seul la course. 210 millions de dollars, c’est en effet le prix qu’est prêt à mettre FriendFinder Networks, la maison du magazine Penthouse, pour racheter Playboy Enterprises, son concurrent de toujours. Selon FriendFinder, cette proposition de rachat *"est dans le meilleur intérêt de Playboy Enterprises et de ses actionnaires"*, car elle *"offre une base pour le développement de la marque Playboy"* et elle *"met en valeur l’héritage de Playboy"*.

L’offre de la maison de *Penthouse* fait suite à celle de son fondateur Hugh Hefner, allié à la société Rizvi Traverse Management, qui a proposé lundi dernier une offre de 5,50\$ par titre Playboy, soit une prime de 40% sur les derniers cours précédant l’annonce, valorisant ainsi son bébé 185 millions de dollars.

A 84 ans, le plus mythique des playboys en robe de chambre a pourtant précisé, en début de semaine, *"ne pas être intéressé dans la vente ou la fusion de la société"* qu’il souhaitait "revigorer".

Mais au poids des mots d’Hefner s’ajoute l’intérêt financier (aussi revigorant) qui découlerait du rachat de *Playboy* par *Penthouse*. Dans une lettre adressée à la direction de *Playboy*, FriendFinder propose une rencontre le 21 juillet prochain pour débattre de son offre et souligne que sa proposition dépasse celle d’Hefner.

Hier, en toute logique, la direction de *Playboy* a indiqué qu’elle allait *"y consacrer l’attention qui lui est due"*. Avec, hier-soir, un bond de 3% sur le New york exchange, il ne fait plus aucun doute sur l’attention et l’excitation régnant autour du rachat de *Playboy*.

Partager cette information

Tweet

L'actualité d'ElectronLibre sur Twitter

Suivre

5

La page Facebook d'ElectronLibre

J'aime

608

Publications récentes dans "Old fashion media"

7.09.2012

Presse : Juin chagrin pour les grands quotidiens

4.09.2012

Avec l'affaire "Google Actualité" la presse met la pression sur François Hollande

28.08.2012

France Télévisions : Rémy Pflimlin fait le plein de très bonnes idées pour son successeur

27.07.2012

Tweet me if you can, J.O. sous surveillance

23.07.2012

L'Autorité de la Concurrence ouvre une voie royale à Al Jazeera Cinéma

» Tous les articles dans Old fashion media

1

Commentaire

AB le 19 juillet 2010

Grâce à cet article, voici un poil de légèreté pendant ces vacances où il n'y a pas un poil d'air. Je suis également revigoré.

SIGNALER UN ABUS

Ajouter un commentaire

modération à priori

Ce forum est modéré à priori : votre contribution n'apparaîtra qu'après avoir été validée par un administrateur du site.

Un message, un commentaire ?

Titre :

"Penthouse" veut se payer "Playboy"

Texte de votre message :

(Pour créer des paragraphes, laissez simplement des lignes vides.)

Qui êtes-vous ? (optionnel)

Votre nom (ou pseudonyme) :

Votre adresse email :