

RECOMMANDATION SUR LES PRODUITS HORS-PRESSE

adoptée par l'Assemblée générale du Conseil Supérieur des Messageries de Presse du
18 novembre 2010

La Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles observe qu'il est convenu et admis par l'ensemble des acteurs de la distribution, pour des raisons tant commerciales que de bonne organisation de la distribution, que les produits hors-presse distribués par les sociétés de messageries sont fournis aux agents de la vente dans l'exercice du contrat de mandat ; elle rappelle néanmoins le principe selon lequel l'accès de ces produits au point de vente est soumis à un accord préalable du diffuseur de presse.

La Commission rappelle qu'il est précisé dans la norme professionnelle proposée que : "*Le Dialogue commercial ne peut avoir pour effet d'entraîner une diminution du nombre de références de publications fournies au point de vente au profit de produits dits hors-presse*". Elle souligne que cette disposition répond à un souci légitime des éditeurs de presse qui ne souhaitent pas voir leurs efforts de régulation ruinés par une quelconque dérive provenant de produits "hors-presse" fournis aux points de vente par leurs propres sociétés de messageries.

La Commission recommande aux acteurs de la profession de veiller à ce que, à défaut d'un accord du diffuseur de presse individualisé par produit hors-presse, la ou les gamme(s) de produits hors-presse qui lui sont présentées ne fasse(nt) pas obstacle par sa (leur) largeur à une possibilité de choix efficiente.