PRESSE

Le Conseil supérieur des messageries de presse a publié cet été un plan de consolidation et de modernisation du réseau de diffusion visant à lui offrir les moyens de mieux vendre ses titres. Parmi ces mesures, figurent les nouvelles définitions des produits presse et hors presse, qui intègrent les principales évolutions intervenues dans la nature des titres depuis la précédente décision datant de 1992. Ainsi : le nombre de parutions d'un produit presse ne doit pas être inférieur à 4 par an, contre 2 auparavant ; le nombre de hors séries est désormais limité et dépend de la périodicité du titre principal : 2 pour les trimestriels, 6 pour les mensuels et bimestriels, 12 pour les périodicités inférieures à mensuelle ; le hors-série doit être distribué par la même coopérative que la publication à laquelle il est rattaché et doit paraître sous le même titre, le même logo et dans une présentation proche de celle de la publication principale.