

Nous tenions à vous rappeler les principes de communication dans les Médias concernant les Distributeurs Forever.

Dans un souci d'unité, d'éthique et de conformité des messages, nous vous rappelons que la communication des Distributeurs dans les médias (presse, radio, TV ...) ne peut se faire sans l'autorisation du service communication de Forever Living Products France.

Souvent par volonté de bien faire ou de répondre favorablement à la demande d'un journaliste, des Distributeurs communiquent sur leur activité de distribution dans les médias. Cette démarche, anodine pour certains, n'est pas sans conséquence pour la totalité du réseau. En effet, ces initiatives sont souvent l'occasion de parler des produits ou de l'activité dans des termes qui parfois sont mal compris, mal interprétés voir dans de très rares cas construits sur la base d'allégations thérapeutiques. Pour certains Distributeurs, c'est aussi l'occasion de faire leur auto-promotion en communiquant notamment leurs coordonnées téléphoniques.

Pour ce dernier point, la position de Forever Living Products est très claire : si un distributeur souhaite faire la promotion de son activité dans les médias il doit le faire à travers les pages réservées à cet effet (encarts commerciaux, souvent situés en fin de journaux) et qui sont aussi payantes. Dans la partie éditoriale d'un support, si des coordonnées doivent être transmises se sont celles de Forever Living Products France uniquement (01 45 00 05 50).

Aussi, je vous invite à transmettre à vos équipes cet email et à les informer que dans l'éventualité où ils seraient contactés par des médias nous les invitons à s'adresser au service communication de FLP France pour qu'ils puissent bénéficier de nos services et de nos conseils.

Cette procédure est mise en place pour éviter que Forever Living Products France ne subisse ce que d'autres société de Vente Directe par Réseau ont subit par le passé.

C'est parce que nous sommes au service du réseau que nous veillons à ce qu'un comportement individuel ne lui porte pas atteinte.

Je vous remercie de votre compréhension.

Carole BAUDET.