

LA VENTE À DISTANCE

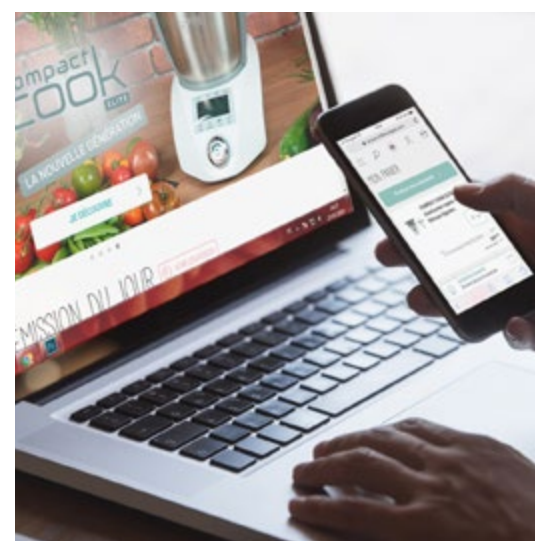


VENTADIS EST LE PÔLE DE VENTE À DISTANCE DU GROUPE M6. À L'ORIGINE AUTOUR DU TÉLÉCHAT, IL S'EST DÉVELOPPÉ DANS LE E-COMMERCE ET COUVRE DÉSORMAIS PLUSIEURS SEGMENTS D'ACTIVITÉS. LA COMMERCIALISATION DE BIENS D'ÉQUIPEMENT DE LA MAISON ET DE LA PERSONNE, OPÉRÉE PAR LA SOCIÉTÉ HOME SHOPPING SERVICE (M6 BOUTIQUE, LEON'S CORNER) ET BEST OF TV, MAIS AUSSI LA JOAILLERIE, AVEC LE LANCEMENT D'UNE MARQUE DE BIJOUX EN OR, JOÏKKA.



Acteur majeur en France de la distribution multicanal, **M6 Boutique** propose une expérience d'achat unique. À la télévision, sur sa plateforme digitale, en magasin et dans son catalogue, **M6 Boutique** fait découvrir des produits du quotidien, exclusifs et innovants pour faciliter et embellir la vie du plus grand nombre.

En 2018, **M6 Boutique** a fêté ses 30 ans : cet événement, célébré au premier trimestre, a connu un grand succès commercial. Avec plus de 65 % du chiffre d'affaires réalisé via les supports on-line, **M6 Boutique** a



dépassé les frontières du téléachat et confirmé en 2018 son statut de e-commerçant. Cette part, en continue croissance, a été essentiellement portée par le mobile.

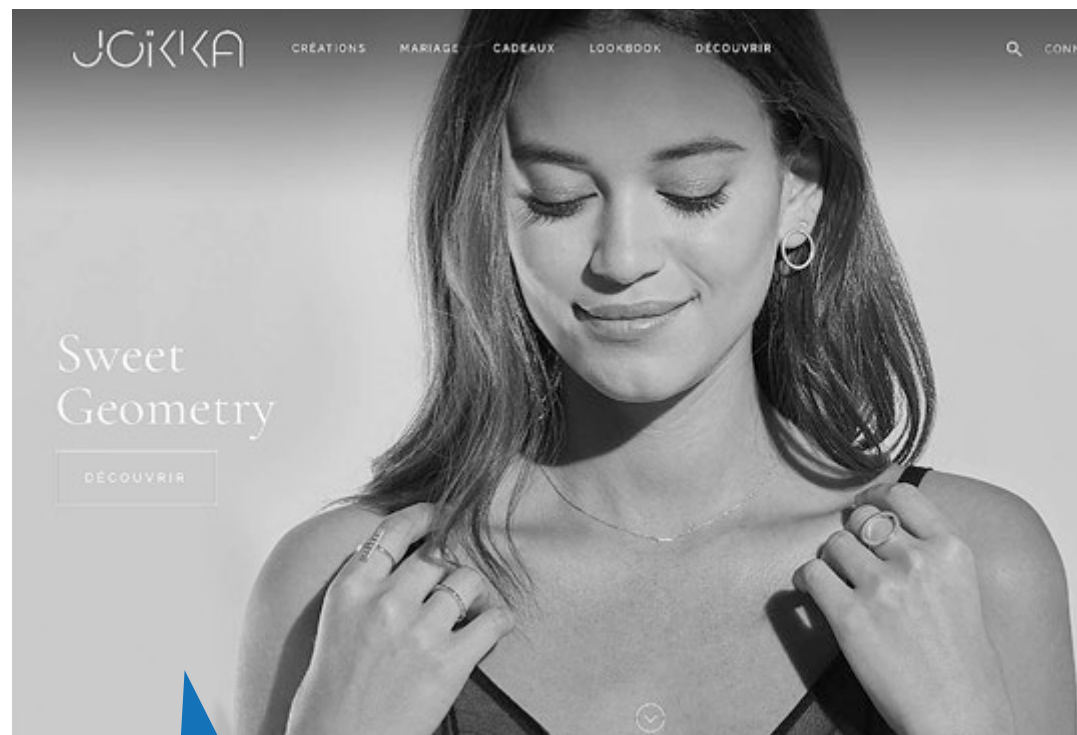




Depuis 2008, **Best of TV** propose en grande surface des produits exclusifs du téléachat, mais également des innovations grand public. Aujourd'hui leader sur ce créneau, **Best of TV** compte plus de 6 000 TV in-store, avec la mention "L'Original vu à la TV!", 3 000 magasins en France et en Belgique et une dizaine de campagnes publicitaires par an, visibles sur les chaînes du Groupe.



Leon's Corner est une nouvelle marque qui exploite les réseaux sociaux et le format vidéo, en collaboration avec Golden Network, le studio digital du Groupe M6. Moderne, pop et décalée, **Leon's Corner** déniche des produits innovants, astucieux et originaux pour cibler principalement des femmes de 20 à 35 ans. Les produits sport & fitness, cuisine, beauté & lifestyle, high tech et maison & déco sont les stars de vidéos virales au ton décalé. Jouant la carte de la complémentarité entre les entités du Groupe, la plateforme a connu ses premiers tests en 2018, avec un lancement prévu au 1^{er} trimestre 2019.



JOÏKKA

Lancée en novembre 2018, **Joikka** est une nouvelle marque de joaillerie disponible sur Internet, présentant des bijoux en or dans des designs tendances et élégants. **Joikka** lance plus de 30 nouveautés par mois et compte plus de 4 000 références de bijoux en or blanc, jaune ou rose. Avec des bijoux créés comme de véritables accessoires de mode,

ses collections respectent les codes du luxe, tout en offrant des pièces accessibles au plus grand nombre. L'ouverture d'un show-room parisien est prévue en 2019 à Paris et donnera à la marque une dimension multi-canal. L'objectif de la marque est d'insuffler de la joie, du plaisir et de l'accessibilité de façon moderne et innovante.

