



TELESHOPPING SIGNE UN ACCORD DE DISTRIBUTION AVEC VENDEO



Venteo et Téléshopping viennent de signer un accord stratégique pour la distribution des produits Téléshopping dans la grande distribution (GSA/GSS et GSB). Venteo est spécialiste de la vente « instore vidéo » et propose à plus de 2700 points de ventes en France des produits avec démonstrations vidéo. Téléshopping s'associe à la force de vente de Venteo, composée d'une quarantaine de commerciaux, pour proposer ses meilleurs produits directement en grande distribution.

Cet accord d'envergure permet à Téléshopping, l'émission de télé-achat leader, ainsi que ses déclinaisons infomerciales sur les chaînes du groupe TF1 (NT1, TMC) mais aussi d'autres antennes servies par Teleshopping (D8, RTL9, et 15 autres chaînes en France & en Belgique), de se développer et d'aller chercher la complémentarité entre la distribution à distance et sur le terrain. Téléshopping, marque référente du téléachat depuis 27 ans, adossée à la puissance de son diffuseur TF1, offre la plus belle exposition aux produits innovants. Cette force associée à la présence massive et solide de Venteo sur le terrain, grâce à plus de 8000 télévisions de démonstration, permettent aux acteurs de la grande distribution française de proposer aux consommateurs les meilleurs produits Téléshopping.

Le public pourra dorénavant retrouver les nombreux produits innovants de Teleshopping dans les domaines de la beauté-minceur-fitness, de l'entretien de la maison, de la cuisine, du multimédia ou encore du bricolage-jardinage, dans leurs grandes surfaces alimentaires (hyper et supermarché) ou spécialisées (électroménager, sport, jardinerie, grande surface de bricolage...).

Jérôme Dillard, directeur général de Téléshopping, estime pour sa part que « l'accord de notre groupe avec Venteo apportera au marché le dynamisme des 2 organisations : les produits innovants de notre groupe présentés avec le professionnalisme reconnu de Venteo vont contribuer au développement des ventes des produits issus de la télévision. Ce secteur si puissant dans de nombreux pays, se devait d'être mieux représenté auprès des distributeurs français »

Nicolas Pierronnet, Président de Venteo, explique : « C'est un tournant historique pour Venteo. Cet accord avec Teleshopping nous permettra d'être le relais commercial en grande distribution de leurs meilleurs produits innovants. Il permettra aux clients choisissant nos organisations de bénéficier de la puissance et du dynamisme des deux sociétés dans tous les circuits de distribution en France. De cette manière Venteo intensifiera sa présence en GSA/GSB/GSS. »

A PROPOS DE TELESHOPPING

Depuis 1987, TELESHOPPING propose aux consommateurs français des produits innovants et originaux par le biais d'émissions de téléachat (435 heures par semaine)diffusées sur les plus grandes chaînes françaises : TF1, TMC, NT1, D8, RTL9, et 15 autres chaînes en France et en Belgique.

Le groupe emploie 80 collaborateurs ; il diffuse plus de 300 nouveaux produits par an en provenance de 200 fournisseurs. En 2013, TELESHOPPING a expédié 1600 000 colis à ses clients.

A PROPOS DE VENTEO

La société VENTEO a été créée en 2006. Elle propose à la grande Distribution de dynamiser leurs espaces de vente - linéaires et têtes de gondoles - avec des produits innovants et grand-public. La particularité de VENTEO est de commercialiser ses produits avec l'appui d'un concept vidéo sur le lieu de vente.

Ce concept de distribution bien maîtrisé permet d'obtenir des ratios bien supérieurs et les distributeurs français l'ont bien compris puisqu'à ce jour VENTEO exploite plus de 8000 TV réparties