

FRANÇAISE
DES JEUX



TF1
ENTREPRISES

Boulogne, le 17 mars 2011

La Française des Jeux lance Mille Bornes[®], un jeu à gratter événementiel en partenariat avec TF1 Entreprises

Le 17 mars 2011, la Française des Jeux lance Mille Bornes, un nouveau jeu à gratter événementiel issu d'un partenariat avec Dujardin, filiale de TF1 Entreprises, détenteur de la marque 1000 Bornes. Il sera commercialisé pendant plusieurs mois dans les 36 500 points de la Française des Jeux et permettra de gagner jusqu'à 100 000 euros.

Inspiré du célèbre jeu de société, ce nouveau ticket à gratter s'inscrit, pour la FDJ, dans la lignée des précédents lancements issus de jeux de plateau comme « Monopoly » lancé en 1996 et « Scrabble » en 2006.

Le ticket de grattage s'inspire largement de l'univers graphique « vintage » du jeu de société et fait appel à la fibre nostalgique des joueurs. Le ticket comporte 6 jeux. « Top Départ » reprend le feu vert, « Sur la route » permet de voyager dans les régions de France, « Faites le plein » ressuscite la voiture bleue typique du Mille Bornes, qui, aujourd'hui, s'adapte aux enjeux du développement durable : elle devient électrique sur le ticket de grattage. « Bonne conduite » utilise le fameux « As du volant » qui doit respecter la limite de vitesse et « Arrivée » reprend le drapeau à damier noir et blanc. Les gains de ces 5 premiers jeux sont cumulables et peuvent atteindre 50 000 euros.

Le 6^{ème} jeu est représenté par 5 bornes (numérotées de 1 à 5) à gratter dont il faut additionner les kilomètres : si la somme des kilomètres découverts est égale à 1000 km le joueur remporte 100 000 euros.

Pour Patrick Buffard, Directeur Marketing de la Française des Jeux, « ce jeu devrait séduire les Français car il est très grand public, ludique et son univers s'inscrit dans leur quotidien depuis plusieurs générations ».

Michel Brossard, Vice-président Diversification de TF1 et Président de Dujardin ajoute : « ce partenariat avec la Française des Jeux confirme la forte notoriété de la marque Mille Bornes qui rencontre aujourd'hui un grand succès commercial en France et à l'international, notamment aux Etats-Unis. Enfin, il démontre que cette marque française, source de diversification pour TF1 Entreprises, peut désormais rivaliser avec les grandes marques anglo-saxonnes de l'univers du jeu. ».

La Française des Jeux propose une gamme de 19 jeux à gratter pour 21 millions de clients. Cette gamme se décline en produits piliers, constitués de marques pérennes (Banco Plus, Numéro Fétiche, Astro, Solitaire, Dédé...) et événementiels en relation avec l'actualité : rendez-vous sports (XV de France), rendez-vous



calendaires (2011 année de rêve), rendez-vous thématiques (Vacances à vie).

En 2010, la gamme de jeux de grattage a enregistré 4 290 millions d'euros de ventes, en progression de +10,6 %. En particulier, Cash 500 000 € a réalisé 1 189 millions d'euros de ventes et est devenu le 3^{ème} jeu de la FDJ.

PJ : Visuel du ticket

2/2



SERVICE DE PRESSE
Gaëlle Bouvier • Linda Bellal
Tél. : 01 41 41 32 91 • gbouvier@tf1.fr

A propos de TF1 Games-Dujardin :

Filiale de TF1, TF1 Entreprises a créé en 2001, TF1 Games, éditeur de jeux de société issus d'émissions de télévision. Depuis 2007, TF1 Games a poursuivi son développement avec l'acquisition de la société Dujardin (propriétaire du Mille Bornes) puis des Etablissements Michel (détenteur du Cochon qui rit). Premier éditeur français de jeux de société, TF1 Games-Dujardin possède aujourd'hui un important catalogue de marques et de concepts de jeux déclinables sur de multiples supports.



SERVICE DE PRESSE
Patrick Germain • Sophie Royer • Faustine Aury • Frederic Riou
Tél. : 01 41 10 33 82 • servicedepresse@lfdj.com

La Française des Jeux est la 3^{ème} loterie mondiale avec 10,55 milliards d'euros de mises en 2010. Elle propose à ses 28 millions de clients une offre de jeux de loterie et de paris sportifs grand public, ludique responsable et sécurisée. Le Groupe avec ses filiales (Lotsys, LVS) s'appuie sur plus de 1 200 collaborateurs, un réseau de proximité de 35 800 points de vente et un canal multimédia qui séduit 900 000 joueurs. Il est présent dans le poker en ligne à travers barrierepoker.fr, filiale commune créée avec le Groupe Lucien Barrière.

En 2010, La Française des Jeux a redistribué 95% de ses mises, soit 64 % aux joueurs, 26 % à la société civile dont plus de 2 % pour le sport pour tous et la solidarité, et 5 % pour les détaillants.