



Boulogne, 17 March 2011

## **Française des Jeux launches Mille Bornes<sup>®</sup>, a limited-edition scratchcard, in partnership with TF1 Entreprises**

On 17 March 2011 Française des Jeux launched Mille Bornes, a new limited-edition scratchcard developed in partnership with Dujardin, a subsidiary of TF1 Entreprises, which owns the Mille Bornes brand. Offering gains of up to €100,000, the scratchcard will be available for several months at the 36,500 Française des Jeux outlets in France

Inspired by the famous card game, the new scratchcard follows on from previous Française des Jeux board game-based products including Monopoly in 1996 and Scrabble in 2006.

The design of the scratchcard is inspired by vintage parlour games and has a strong nostalgic resonance for players. The card includes six games based on the Mille Bornes ("1,000 Milestones") road race game. "Top Départ" features the green light from Mille Bornes, while "Sur la route" takes players on a journey across France. "Faites le plein" brings back the blue car so emblematic of the game, here transformed into an electric vehicle in step with today's sustainable development issues. "Bonne conduite" uses the famous "Driving Ace" card denoting respect for the speed limit, while "Arrivée" boasts the chequered flag from the game. Gains from these first five games can be added up to reach €50,000.

The sixth game comprises five milestones, numbered from one to five. Players scratch each number and add up the kilometres. If the total is 1,000 km, the player wins €100,000.

Commenting, Patrick Buffard, Marketing Director of Française des Jeux, said: "We expect this game to appeal to French people because it is fun, has mass appeal and the Mille Borne world has been part of their everyday life for several generations."

Michel Brossard, Vice-Chairman of Diversification at TF1 and Chairman of Dujardin, added: "The partnership with La Française des Jeux confirms the strong reputation of the Mille Bornes brand, which is enjoying major commercial success in France and internationally, including in the USA. It also shows that the French brand, a source of diversification for TF1 Entreprises, is now on the same playing field as major UK and US game brands."



Française des Jeux markets a range of 19 scratchcards for 21 million customers. The range is organised by “pillar products” comprising long-standing brands, such as Banco Plus, Numéro Fétiche, Astro, Solitaire and Dédé, and limited-edition cards tying in with current events, including sports (French rugby team), calendar events (2011 “Année de Rêve”) and theme-based news (“Vacances à Vie”).

Française des Jeux reported €4,290 million in revenue from its scratchcard range in 2010, up 10.6%. The “Cash €500,000” card generated €1,189 million, becoming the company’s third most successful game.

#### **PJ : Visuel du ticket**



**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.

**FRANÇAISE  
 DES JEUX**



**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<sup>ème</sup> 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.