



Boulogne, mardi 3 janvier 2012

## Résultats 2011

### **7,4 Milliards € redistribués aux joueurs, 3 Milliards € à l'intérêt général et 550 Millions € au commerce de proximité**

En 2011, la Française des Jeux a renforcé son modèle de jeu grand public fondé sur une offre innovante et équilibrée bénéficiant à tous, aux joueurs, à la collectivité et au commerce de proximité. Les gains ont progressé de 8,5% à 7,4 Mds€, à comparer à 6,8 Mds€ en 2010, avec un taux de retour aux joueurs global de 64.4%. La contribution totale de l'entreprise à l'intérêt général a dépassé pour la première fois 3 Mds€ (dont 2,7 Mds€ de prélèvements sur les mises). Les revenus apportés au commerce de proximité ont atteint 0,55 Md€.

LOTTO® est redevenu le 1<sup>er</sup> jeu FDJ et Euro Millions prend la 2<sup>ème</sup> place grâce à une nouvelle formule de jeu lancée en mai 2011. Au global, l'exercice 2011 a enregistré 11,4 Mds€ de mises, à comparer à près de 10,6 Mds € en 2010, en progression de 8,5% ; avec plus de 11 Mds€ de mises, le réseau des 35.000 points de vente de proximité FDJ continue d'avoir la préférence de 27 millions de joueurs.

**Pour Christophe Blanchard-Dignac**, Président-Directeur général de la Française des Jeux « *La Française des Jeux inscrit son développement dans la durée en alliant innovation responsable et fidélité aux valeurs d'un jeu pratiqué par le plus grand nombre. Ainsi, 27 millions de joueurs sont-ils attachés à ce modèle de jeu qui repose sur l'égalité des chances, la redistribution et la proximité. En témoignent, le succès de LOTTO® et d'Euro Millions, la progression de 8,5% des gains qui atteignent 7,4 Mds€ et l'implication quotidienne des 35000 détaillants FDJ. En 2012, nous nous attacherons à renforcer ces piliers pour satisfaire le plus grand nombre par une offre à la fois simple et divertissante, ainsi que par des innovations destinées à mieux servir nos clients et à renforcer nos engagements en faveur de la société.* »

### **Les jeux de loterie séduisent une large clientèle**

Les ventes FDJ sont portées par l'activité Loterie qui a enregistré 10,3 Mds€ de mises en 2011, en progression de 9,6% par rapport à 2010. Les jeux de loterie proposés dans le réseau et sur le canal multimédia représentent 90% des ventes avec une gamme de produits diversifiée.

#### Les jeux de tirage LOTTO® et Euro Millions ont la préférence des Français

LOTTO® redevient le 1<sup>er</sup> jeu FDJ avec plus de 1,5 Md€ de ventes en 2011 grâce notamment à 5 jackpots exceptionnels et 2 super LOTTO®. Il n'avait pas été en tête depuis 2003.

Euro Millions est devenu en 7 ans 2<sup>e</sup> jeu FDJ (4<sup>ème</sup> jeu en 2010). Il progresse de 34% à près de 1,5 Md€ de ventes grâce au lancement le 10 mai d'une nouvelle formule de jeu assortie d'un nouveau jour de tirage le mardi (1/3 des ventes) ainsi qu'à deux cycles longs en 2011 (jackpots de 185 M€ et 162 M€) qui ont généré 150 M€ de ventes exceptionnelles. Euro Millions s'affirme comme le premier jeu multi-Etats dans le monde



avec en 2011 un total de 7 milliards € de mises dans les 9 pays européens participants. La France réalise 22% des mises et comptabilise le plus grand nombre de gagnants du jackpot : 66 en 7 ans, soit 24% des gagnants.

Au global, les jeux de tirage ont réalisé 3,8 Mds€ de ventes, soit 33% des ventes, en progression de 8,8%.

#### Les jeux à gratter confirment leur statut grand public

La gamme de jeux de grattage enregistre 5 Mds€ de ventes, soit 44% des ventes, en progression de 17%.

La gamme présente dans l'ensemble des points de vente comme sur Internet constitue une offre de jeu populaire avec plus de 20 millions de joueurs et 1,9 milliard de tickets vendus. Cette gamme, de 19 jeux dans le réseau, est régulièrement renouvelée afin de répondre aux attentes des joueurs, cette animation représentant 22% des ventes. En 2011, les clients ont apprécié ces nouveautés en termes d'univers de jeux, de formules de jeux ou d'animations événementielles. Cash, doté d'un gain de 500 000€, conforté par une nouvelle édition lancée en octobre, progresse de 21% avec 1,4 Md€ de ventes et devient le 4<sup>ème</sup> jeu FDJ. Millionnaire, relancé au mois de juin pour son 20<sup>ème</sup> anniversaire, atteint 355 M€ de ventes en 7 mois, à comparer à 189 M€ sur la totalité de l'année 2010, et compte déjà 13 millionnaires contre 3 en 2010.

#### Une conjoncture difficile pour les jeux Rapido / Amigo

Les jeux de point de vente Rapido/Amigo enregistrent 1,4 Md€ de ventes, en retrait de 8%, confirmant les évolutions depuis plusieurs années. L'entreprise continue d'accompagner le test, en cours depuis octobre 2010 dans 4 régions, concernant Amigo, nouvelle génération de jeu de point de vente qui a vocation à terme à remplacer Rapido. La nouvelle version d'Amigo, lancée le 12 décembre, enregistre des résultats encourageants.

### **Les paris sportifs, stables, représentent 10% des mises**

#### ParionsSport

Dans un contexte marqué par l'absence de grands événements dans le football, l'offre de paris dans le réseau a pu consolider les bonnes performances 2010 avec une croissance de près de 1% des ventes qui dépassent 1Md€ (après une année 2010 qui avait vu les ventes progresser de 42%). La FDJ a continué à privilégier une offre simple, adaptée à un pari grand public sur 6 grands sports.

#### ParionsWeb

Dans un contexte de marché en forte baisse, les ventes de ParionsWeb, 74 M€, ont bien résisté avec une baisse limitée à 15% (après neutralisation de l'arrêt du Loto Foot en ligne). 2010 cumulait l'effet de l'ouverture du marché et celui de la Coupe du monde de football. 100 000 parieurs FDJ ont misé en moyenne 14€/semaine sur 6000 paris proposés. Fidèle à la vocation FDJ, ParionsWeb continue de miser sur le développement d'une offre plus grand public, ce qui conduit à privilégier le football (85% des paris) et le pari avant match (58% des paris), segment sur lequel ParionsWeb dépasse les 15% de parts de marché.

## Un modèle de jeu ancré sur des fondamentaux solides

### Un réseau de proximité apprécié

Les Français, pour leurs prises de jeu, continuent d'apprécier l'exceptionnel réseau de vente multi-services FDJ, tout en étant de plus en plus friands d'applications web ou mobiles portant sur la géolocalisation des points de ventes ou les résultats des jeux. FDJ.fr conforte son statut d'opérateur grand public avec plus de 900 000 joueurs. L'application Euro Millions sur smartphones, lancée en mai 2011, a ainsi déjà enregistré 1 million de téléchargements; l'application LOTO®, lancée en juin, est sur la même dynamique.

Ainsi, 35 000 points de vente, présents dans 12 000 communes, ont réalisé 97% des ventes FDJ. Ce résultat récompense l'implication quotidienne des détaillants au service de leurs clients et les efforts consentis par FDJ pour moderniser le parc (près de 10M€ en 2011) et étendre l'offre de jeux de tirage, désormais présente dans 21 660 points de vente (21 104 en 2010).

### Une redistribution des gains renforcée

Les jeux FDJ ont vu en moyenne leur Taux de Retour aux Joueurs progresser à 64,4% (64,3% en 2010). Près de 27 millions de Français, ont misé quelque 8€ par semaine. La FDJ a payé plus de 800 millions de lots représentant 7,4 Mds€ de gains en hausse de 8,5%.

87 nouveaux millionnaires ont été consacrés. Parmi eux, 17 gagnants à plus de 5 M€ et 70 gagnants entre 1 et 5 M€, chiffre qui a doublé par rapport à 2010. L'année a été marquée par le gain record de 162 M€ à Euro Millions remporté le 13 septembre et par le gain record de 24 M€ au LOTO® le 6 juin.

### Un modèle de jeu qui bénéficie à la collectivité

La Française des Jeux, à la fois opérateur de jeu et entreprise publique, a contribué au total à hauteur de 3 Mds€ (dont 2,7 Mds€ de prélèvements sur les mises) au budget national en 2011 (prélèvements sur les mises, reversement de réserves, IS et dividendes), soit une progression de 400 M€. En particulier, 212 M€ ont financé le sport pour tous à travers le Centre National de Développement du Sport (CNDS).

Par ailleurs, 0,55 Md€ de commissions ont été versées aux détaillants, en progression de 8,8%, ce qui représente l'équivalent de plus de 28 000 emplois.

### Une priorité donnée au jeu responsable

La FDJ a mis en place dans quatre régions un nouveau jeu de points de vente, Amigo, visant à remplacer Rapido, au rythme ralenti et aux modérateurs renforcés, conçu avec des experts du jeu responsable. L'entreprise a amplifié la politique de jeu responsable qu'elle présente chaque année aux pouvoirs publics (COJEX) : information grand public (message « restez maître du jeu ») plus visible, près de 600 messages de prévention par jour sur les afficheurs FDJ en points de vente, 30 000 inscrits de manière volontaire au programme d'auto-modération des pratiques de jeu en ligne (Playscan), 22 500 inspections en réseau pour vérifier la conformité des points de vente, partenariats académiques sur les pratiques excessives de jeu avec près de 20 institutions et associations.

### Un engagement durable au service du sport

La FDJ, 1<sup>er</sup> partenaire du sport français, est mobilisée au service du sport, notamment en tant que « sponsor engagé », depuis 15 ans, d'une équipe cycliste de niveau mondial, et en tant que mécène du sport depuis 20 ans, à travers sa fondation d'entreprise, qui a accompagné 335 athlètes (programme Challenge) et 450 associations grâce à un budget annuel de près de 2M€. Au niveau européen, FDJ se mobilise avec



l'association European Lotteries dont elle est membre fondateur, pour préserver les valeurs du sport. En témoignent le Code de conduite sur les paris sportifs, la résolution sur l'intégrité du sport adoptée à l'unanimité en juin dernier à Helsinki et la convention conclue avec Sportaccord, émanation des fédérations sportives mondiales, pour sensibiliser le monde du sport au risque de corruption.

4/4

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

---

La Française des Jeux est la 3<sup>e</sup> loterie mondiale avec 11,4 milliards d'euros de mises en 2011. Elle propose à ses 27 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 près de 1 500 collaborateurs, un réseau de proximité de 35 000 points de vente et un canal multimédia qui séduit 900 000 joueurs. Il est présent dans le poker en ligne à travers [barrierepoker.fr](http://barrierepoker.fr), filiale commune créée avec le Groupe Lucien Barrière.

En 2011, La Française des Jeux a redistribué 95% de ses mises, soit 64% aux joueurs, 26% à la collectivité dont près de 2% pour le sport pour tous et la solidarité, et 5% pour les détaillants.

---