



Boulogne, le 16 janvier 2012

## Un nouveau jeu de grattage : « Poils à Gratter » présente 5 chiens et 5 chats lauréats d'un grand casting sur Internet

Lundi 16 janvier 2012, la Française des Jeux lance Poils à Gratter, un jeu à 2€ qui sera commercialisé à 70 millions d'exemplaires durant quelques mois dans ses 35 000 points de vente et sur le site fdj.fr.

Ce jeu, qui permet de gagner jusqu'à 15 000 €, constitue une innovation. En effet, c'est le premier jeu construit en collaboration avec les joueurs. Il met en scène 10 chiens et chats sélectionnés grâce à un casting organisé au printemps dernier sur Internet qui a connu un immense succès avec plus de 15 000 candidatures et près de 1,2 million de votants.

La série de 10 tickets de grattage différents illustrent les portraits de 5 chiens et 5 chats gagnants venant de plusieurs régions: *Ciboulet (57)*, *Cisk (78)*, *Fly (92)*, *Cerise (39)*, *Floky (77)*, *Miaou (59)*, *Chamane (06)*, *Guimauve (78)*, *Phenix (38)*, et *Enchanting (57)*.

Plus d'1 Français sur 2 vit avec un chien ou un chat. Avec ce nouveau jeu, la Française des Jeux adopte une thématique chère aux Français : l'animal de compagnie, qui occupe une place de choix au sein des foyers, souvent considéré comme un membre à part entière de la famille.

Un nouveau casting de chiens et de chats sera organisé au printemps 2012 pour préparer le lancement de la prochaine collection de tickets Poils à Gratter qui sera commercialisée en 2013.

Pour gagner, le joueur doit gratter 9 zones symbolisées par des pattes d'animaux. Il a gagné dès lors qu'il découvre une souris (version chat) ou un os (version chien). Grâce à un principe de bonus, il peut tripler ses gains pour gagner jusqu'à 15 000€.

Pour animer ce lancement, un « flashcode\* » présent sur certaines publicités dans les points de vente FDJ renvoie le joueur sur une application smartphone. Sur un principe de « réalité augmentée\*\* », le joueur filme son ticket et voit alors un chien ou un chat en 3D apparaître. Il peut « s'amuser avec l'animal » et découvrir des animations. Le joueur peut également partager la photo de l'animal sur son mur personnel Facebook.

Avec Poils à Gratter, la Française des Jeux innove en renforçant sa proximité avec le grand public associé à la conception même d'un jeu qui lui est destiné et en mettant les technologies de l'information au service de l'animation de ses points de vente.

\* Le Flashcode est une sorte de code barre en 2D, pouvant être capturé par un téléphone portable possédant un appareil photo et donnant par la suite accès à du contenu internet, multimédia ou autres.

\*\* La réalité augmentée investit la publicité et la promotion sur les lieux de vente et consiste à superposer une image virtuelle à une image réelle pour visualiser par exemple son visage avec une paire de lunettes, sa maison avec différents meubles

PJ : Visuels des tickets

1/1

### SERVICE DE PRESSE

Patrick Germain • Sophie Royer • Faustine Aury • Frédéric Riou

Tél. : 01 41 10 33 82 • [servicedepresseFDJ@fdj.com](mailto:servicedepresseFDJ@fdj.com)

FDJ est une marque enregistrée au nom de La Française des Jeux

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.