



Boulogne-Billancourt, le 12 novembre 2012

## FDJ® lance une nouvelle version du jeu éphémère à succès Mille Bornes® en partenariat avec TF1 Entreprises

FDJ® renouvelle son partenariat avec Dujardin, filiale de TF1 Entreprises et détenteur de la marque Mille Bornes®.

Suite au succès de la première édition du jeu à gratter événementiel Mille Bornes® (près de 30 millions de tickets vendus en 1 an de commercialisation depuis mars 2011), la Française des Jeux lance une seconde édition du jeu disponible le 12 novembre 2012. 19,5 millions de tickets à 5€ et proposant des gains jusqu'à 100 000 euros seront commercialisés pour une durée d'environ 6 mois dans 35 000 points de vente FDJ®.



Cette nouvelle offre reprend, à l'instar de la précédente édition, l'iconographie originelle du jeu de société Mille Bornes® en adoptant un look résolument « vintage », tendance de consommation forte qui suscite la fibre nostalgique et les souvenirs du public.

Au-delà de son nouveau design aux couleurs des années 70, la nouveauté réside également dans le grand format horizontal du ticket.

Une version web du ticket Mille Bornes® est disponible sur FDJ.fr.

Pour Patrick Buffard, Directeur Général adjoint de FDJ® « *Le succès de la première édition du Mille Bornes® comme celle de Mots Croisés confirme l'intérêt des joueurs pour des tickets inspirés des grands référents des jeux de société. Il est donc légitime que Mille Bornes® reprenne la route des points de vente FDJ® pour une seconde édition.* »

Olivier Jacobs, directeur général de TF1 Entreprises, précise : « *Nous sommes très heureux de renouveler notre collaboration avec la FDJ et très fiers de ce nouveau ticket qui séduira les incondionnels du Mille Bornes®. Le succès du premier ticket confirme l'attractivité et le dynamisme de la marque Mille Bornes® qui rayonne dorénavant au-delà du jeu de société aussi bien sur des produits physiques que numériques.* »

FDJ® a regroupé en mars 2012 l'ensemble de sa gamme de jeux à gratter sous la marque illiko® afin de lui donner un nouvel élan grand public. Cette gamme de près de 20 jeux se décline en produits pérennes (Astro, Bingo...) et événementiels : rendez-vous sport (« Ligue 1 Objectif 50 000 € » lancé en août 2011, « Avec l'équipe de France olympique à Londres en 2012 » lancé en mai dernier) ou rendez-vous thématiques (Poils à Gratter, Jules Cés'or).

23 millions de Français jouent aux jeux à gratter, dont les ventes annuelles atteignent 1,9 milliards de tickets et 5 milliards d'euros, soit 44% des ventes FDJ® en 2011. La gamme redistribue en moyenne 470 millions de lots de 1€ à 1 million d'euros, pour un total de près de 3,5 milliards d'euros redistribués. La gamme est également présente sur FDJ.fr avec la déclinaison de la plupart des jeux proposés en points de vente et des jeux interactifs exclusifs web. Le site compte plus de 900 000 joueurs inscrits et 3 à 4 millions de visiteurs uniques par mois.



SERVICE DE PRESSE

Linda Bellal Tél. : 01 41 41 43 18 lbellal@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.

A Propos de TF1 Licences :

Depuis plus de vingt ans, TF1 Licences, entité de TF1 Entreprises, est un acteur majeur sur le marché de la licence. Dédiée au développement et à la valorisation de marques, elle commercialise une quarantaine de marques puissantes majoritairement issues du divertissement notamment Barbapapa, MasterChef, The Voice La Plus Belle Voix, Ushuaïa, All Blacks, Hello Kitty, Babar...



**SERVICE DE PRESSE**

Patrick Germain / Sophie Royer Tél. : 01 41 10 33 82 [servicedepresse@lfdj.com](mailto:servicedepresse@lfdj.com)

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

La Française des Jeux est la 3e loterie mondiale avec 11,4 milliards d'euros de mises en 2011. Elle propose à ses 31 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.

---