



Boulogne, le jeudi 14 janvier 2016

FDJ a enregistré 13,7 Milliards € de ventes en 2015(+ 5,4%) et a engagé un tournant stratégique numérique

FDJ, sous l'impulsion de sa nouvelle Présidente-directrice générale Stéphane Pallez nommée en novembre 2014, a développé les ventes en 2015 tout en s'engageant dans une transformation numérique à travers le projet d'entreprise déployé dans son réseau physique et en ligne : « FDJ 2020 : une vision augmentée de FDJ ».

Forte de 26,3 millions de clients et d'une distribution omnicanale (31 900 points de vente et canal numérique), FDJ a enregistré 13,7Mds€ de ventes en 2015 (vs 13Mds€ en 2014), en croissance de + 5,4% (contre +5,2% l'an dernier qui comportait un événement exceptionnel avec une Coupe du Monde de Football), soit plus de 700M€ de ventes additionnelles, grâce au dynamisme des jeux à gratter, des paris sportifs et au numérique.

Activité dynamique

- 9 Mds€ remportés par les clients (+1 point de Taux de Retour au Joueur à 66% des mises), 215 gains > à 1M€ contre 211 en 2014 (record 40M€ à EuroMillions ; gain record fdj.fr de 7M€)
- Les jeux à gratter atteignent 6,3Mds€ de ventes, + 10%
- Les paris sportifs atteignent près de 2,3Mds€, + 14%
- Près de 690 M€ au commerce de proximité (+ 5,4% ; environ + 35 M€)

Projet stratégique FDJ 2020 : réalisations 2015

- Les ventes numérisées (réseau et en ligne) progressent de +19% à 570M€, soit 4,1% des ventes
- 1,3M de clients en ligne (+ 100 000 nouveaux clients)
- Lancement de 3 jeux de loterie de nouvelle génération divertissants et interactifs
- 23 000 nouveaux terminaux de prises de jeu pour numériser le réseau physique
- Nouveaux partenaires : Asmodée, You Tube/Google et Web School Factory
- 100M€ d'investissements d'avenir ; 13 M€ engagés dans des start-up (fonds Partech Ventures)
- International : FDJ opère les paris sportifs de la loterie portugaise Santa Casa de Misericordia
- FDJ lance le programme « La Ola FDJ » pour l'UEFA-Euro 2016 FDJ et s'engage pour la candidature JO Paris 2024

Responsabilité sociale d'entreprise

- 3,1 Mds€ à la collectivité nationale (soit +60M€ vs 2014)
- Jeu solidaire lors de la COP 21 au profit de WWF (2,4 M€ à terme)
- Renforcement Jeu Responsable, en particulier prévention du jeu des mineurs lors de la Coupe du Monde de Rugby et nouvel outil d'accompagnement du jeu sur le canal numérique
- Handicap : déploiement des 200 premiers mobiliers adaptés ; la Fondation FDJ s'est lancée sur le Tour de France à la Voile avec le skipper handisport Damien Seguin ; partenariat avec le Comité Paralympique et Sportif Français



SERVICE DE PRESSE

Patrick Germain • Anne-Sophie Sergent

Tél. : 01 41 10 33 82 • servicedepresseFDJ@fdj.com

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

1/7

#ChaqueJourEstUneChance

La Française des Jeux est la 4^e loterie mondiale avec 13,7 milliards d'euros de mises en 2015. Elle propose à ses 26,3 millions de clients une offre de jeux de loterie et de paris sportifs grand public, ludique responsable et sécurisée. Le groupe avec ses filiales (FDP, LVS...) s'appuie sur plus de 1 800 collaborateurs, un réseau de proximité de 31 900 points de vente et un canal multimédia qui a séduit 1,3 million joueurs. En 2015, La Française des Jeux a redistribué 95% de ses mises, 9 Mds€ aux joueurs 3,1 Mds€ à la collectivité dont plus de 230 M€ pour le sport pour tous, et près de 690 M€ pour les détaillants.

(Les éléments financiers 2015 mentionnés dans ce communiqué ne sont pas encore audités)



Objectifs et temps forts 2016

→ Objectifs

- 100 M€ d'investissement dans le cadre du projet stratégique FDJ 2020
- Dépasser la barre des 14Mds€ et des 5% de ventes numérisées
- Recruter 400 000 clients grâce aux paris sportifs et à l'UEFA Euro 2016
- Inauguration de l'entrepôt central automatisé
- Nouvelle organisation commerciale terrain permettant de piloter directement le réseau (2/3 des mises internalisées à fin 2016 vs 1/3 en 2015)
- Investissement dans de nouveaux fonds d'innovation de start-up

→ Temps forts

- Numérique : lancement d'une dizaine de jeux de loterie en ligne de nouvelle génération, expérimentation dans le réseau d'un ticket à gratter digital illiko+, lancement de nouvelles applications mobiles Loto et Euro Millions
- Elargissement de l'offre de paris sportifs (8 nouveaux sports et 8 nouvelles formules de paris en point de vente grâce à l'application ParionsSport) avant l'Euro de Football et les Jeux Olympiques de Rio
- Célébration des 40 ans du Loto et des rendez-vous Euro Millions au 2^{ième} semestre (tirages exceptionnels...)
- Jeux à gratter thématiques UEFA Euro 2016 et lancement d'un jeu avec TF1
- Jeu responsable : campagne TV de prévention du jeu des mineurs avant l'UEFA Euro 2016

Stéphane Pallez, Présidente-directrice générale de la Française des Jeux, a déclaré :

« En plébiscitant les jeux à gratter, les paris sportifs et les jeux numérisés, les Français ont choisi l'innovation et le numérique en 2015, répondant à la volonté de FDJ de révéler le potentiel de ses relais de croissance. Les performances de l'année placent FDJ en bonne position pour réussir sa transformation numérique liée au projet FDJ 2020. FDJ vise en 2016 à dépasser la barre des 14 Mds de ventes et de 5% de ventes numérisées, séduire 400 000 nouveaux clients grâce aux paris sportifs et accélérer ses investissements dans l'innovation. Le développement de notre savoir-faire numérique nourrira aussi l'ambition internationale de FDJ, 4^{ième} loterie mondiale ».



SERVICE DE PRESSE

Patrick Germain • Anne-Sophie Sergent

Tél. : 01 41 10 33 82 • servicedepresseFDJ@lfdj.com

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

2/7

#ChaqueJourEstUneChance

La Française des Jeux est la 4^e loterie mondiale avec 13,7 milliards d'euros de mises en 2015. Elle propose à ses 26,3 millions de clients une offre de jeux de loterie et de paris sportifs grand public, ludique responsable et sécurisée. Le groupe avec ses filiales (FDP, LVS...) s'appuie sur plus de 1 800 collaborateurs, un réseau de proximité de 31 900 points de vente et un canal multimédia qui a séduit 1,3 million joueurs. En 2015, La Française des Jeux a redistribué 95% de ses mises, 9 Mds€ aux joueurs 3,1 Mds€ à la collectivité dont plus de 230 M€ pour le sport pour tous, et près de 690 M€ pour les détaillants.
(Les éléments financiers 2015 mentionnés dans ce communiqué ne sont pas encore audités)



Résultats détaillés : gamme de jeux et projet stratégique FDJ 2020

Les Français sont restés très nombreux à jouer des sommes modérées dans le modèle de jeu grand public de FDJ : 26,3 millions de clients (26,9 en 2014) ont joué 10€ par semaine en moyenne (9,3€ en 2014), soit une dépense nette de 3,4€.

Les gains des joueurs se sont élevés à 9 Mds€ (8,5 Mds€ en 2014), soit 66% des mises. 215 gains supérieurs à 1 M€ ont été remportés dont 10 gains supérieurs à 10M€.

Le réseau, même s'il continue à pâtir de difficultés sectorielles dans la presse et le tabac, reste fort de 31 900 points de vente (32 700 points de vente en 2014), soit le premier réseau de proximité de France présent dans 11 500 communes. Son revenu a atteint environ 690M€ (y compris la rémunération liée au paiement des lots), en progression de 5,4% par rapport à 2014 (environ + 35M€ additionnels), soit plus de 21 600 € en moyenne par point de vente (+8% en moyenne par PDV).

► **Les jeux de loterie enregistrent 11,4Mds€ de ventes, en croissance de + 3,8%, portés par les jeux à gratter qui progressent de 10% et représentent 46% du total FDJ**

Les jeux de loterie représentent 83% des ventes. Ils progressent de +3,8% pour atteindre 11,4Mds€ de ventes (vs 11Mds€ de ventes et +2,9% en 2014).

L'engouement des Français pour les jeux à gratter porte la croissance des jeux de loterie

Les jeux à gratter représentent 46% des ventes totales FDJ. La gamme illiko passe la barre des 6 Mds€ pour atteindre 6,3 Mds€ de ventes, en croissance de 9,6% (vs 5,7 Mds€ et +4,8% en 2014). La vingtaine de tickets de grattage, pérennes ou éphémères qui s'appuient sur une actualité ou sur une thématique, ont séduit 18,6M de clients (mise moyenne hebdomadaire de 6,5€), soit plus de 2 Mds de tickets vendus, ce qui confirme la place de la France en matière de jeu à gratter et le savoir-faire de FDJ (N°2 mondial).

Cette forte croissance s'explique par des lancements innovants comme « Koh Lanta » (partenariat TF1), « Miel d'or » (reprise d'un jeu à succès sur FDJ.fr), « Solidaires pour un monde meilleur » (jeu en faveur de l'environnement et WWF lancé pour la COP 21).

Elle s'explique aussi par la montée en gamme et la recherche de Jackpots symboliques, comme en témoigne le succès de Cash (gain à 500 000€) avec 2,2Mds€ de ventes (1^{er} jeu FDJ), mais aussi les lancements réussis de Jackpot (gain à 500 000€) et Saphir (gain à 250 000€), de Pactole (gain à 200 000€) et de X Multiplicator (gain à 1M€).



SERVICE DE PRESSE

Patrick Germain • Anne-Sophie Sergent

Tél. : 01 41 10 33 82 • servicedepresseFDJ@fdj.com

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

3/7

#ChaqueJourEstUneChance

La Française des Jeux est la 4^e loterie mondiale avec 13,7 milliards d'euros de mises en 2015. Elle propose à ses 26,3 millions de clients une offre de jeux de loterie et de paris sportifs grand public, ludique responsable et sécurisée. Le groupe avec ses filiales (FDP, LVS...) s'appuie sur plus de 1 800 collaborateurs, un réseau de proximité de 31 900 points de vente et un canal multimédia qui a séduit 1,3 million joueurs. En 2015, La Française des Jeux a redistribué 95% de ses mises, 9 Mds€ aux joueurs 3,1 Mds€ à la collectivité dont plus de 230 M€ pour le sport pour tous, et près de 690 M€ pour les détaillants.

(Les éléments financiers 2015 mentionnés dans ce communiqué ne sont pas encore audités)



Les jeux de tirage pâtissent du manque de cycle long d'Euro Millions-My Million

Les jeux de tirage (Loto, Euro Millions, Keno etc) et jeux de tirage express (essentiellement le jeu de point de vente Amigo) représentent 37% des ventes FDJ. Ils enregistrent 5,1Mds€ de ventes, à comparer au 5,2Mds€ de ventes de 2014, en baisse de 2,7%.

- Les jeux de tirage enregistrent 3,6Mds€ de vente. 20,1 M de joueurs de tirage ont misé 3,5€ par semaine.

A la veille de ses 40 ans qui seront fêtés en 2016, Loto confirme sa résistance avec 1,5 Md€ de ventes grâce à 5 cycles longs (record Loto : 17M€ remportés en janvier et en novembre), un calendrier avantageux (3 Vendredis 13) et des événements réussis comme le Jackpot UEFA EURO 2016 du 12 décembre ainsi qu'au lancement du jeu en groupe Loto (1,7M de prises de jeux et 3 joueurs en moyenne par groupe). Keno reste stable à 524 M€.

Euro Millions-My Million enregistre 1,5Md€ de ventes contre 1,6Md€ en 2014, en baisse de 11%. Malgré 3 gains Euro Millions de rang 1 remportés en France (record 40M€ en juillet) contre 6 en 2014 et malgré la réussite de My Million qui a fait 146 nouveaux millionnaires français (contre 139 en 2014), Euro Millions-My million pâtit d'un plus faible niveau du jackpot qu'en 2014 : jackpot remporté en moyenne à 45 M€ vs 57 M€ en 2014.

- Les jeux de tirage express enregistrent 1,4Md€ de ventes. 3,3 M de joueurs ont misé 8,2€. Amigo, qui représente l'essentiel de la gamme de jeux de tirage express, affiche une légère progression à près de 1,4Md€ de ventes (+ 1,9%). Le bassin de joueurs progresse de 600 000 joueurs (3,3M en 2015 vs 2,7M en 2014) tandis que la mise moyenne hebdomadaire baisse à 8,2€ (9,8€ en 2014).

► **Les paris sportifs, avec 2,3Mds€ de ventes, confirment leur succès après la Coupe du Monde de Football 2014 et avant l'UEFA Euro 2016**

Les paris sportifs s'élèvent à près de 2,3 Mds€, soit 17% du total FDJ, en croissance de 14%, plus fort taux de croissance des jeux FDJ en 2015 (vs 2Mds€ de mises et une croissance de 20% grâce à la Coupe du Monde de Football 2014).

Les paris sportifs ont séduit 3,3M de clients en 2015 (+ 300 000 nouveaux parieurs), confirmant que les paris sportifs constituent maintenant une gamme grand public. La mise moyenne hebdomadaire est de 13,2€ vs 12,7€ en 2014).

L'année 2015 montre l'intérêt croissant des Français pour le sport qui devient un phénomène de société et profite aux paris sportifs, comme en témoigne les audiences TV record des grands événements sportifs. Le football, qui représente 72% des ventes, continue de tirer la gamme avec les championnats français et européens. Les paris enregistrés lors de la Coupe du Monde de Rugby 2015 ont triplé par rapport à la précédente édition en 2011 (19M€ vs 6M€).

Les paris sportifs disponibles dans un réseau de 25 880 points de vente ont progressé de 14,4%, les paris sportifs en ligne progressent de 10%.



SERVICE DE PRESSE

Patrick Germain • Anne-Sophie Sergent

Tél. : 01 41 10 33 82 • servicedepresseFDJ@fdj.com

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

4/7

#ChaqueJourEstUneChance

La Française des Jeux est la 4^e loterie mondiale avec 13,7 milliards d'euros de mises en 2015. Elle propose à ses 26,3 millions de clients une offre de jeux de loterie et de paris sportifs grand public, ludique responsable et sécurisée. Le groupe avec ses filiales (FDP, LVS...) s'appuie sur plus de 1 800 collaborateurs, un réseau de proximité de 31 900 points de vente et un canal multimédia qui a séduit 1,3 million joueurs. En 2015, La Française des Jeux a redistribué 95% de ses mises, 9 Mds€ aux joueurs 3,1 Mds€ à la collectivité dont plus de 230 M€ pour le sport pour tous, et près de 690 M€ pour les détaillants.
(Les éléments financiers 2015 mentionnés dans ce communiqué ne sont pas encore audités)



► **FDJ déploie un nouveau projet stratégique FDJ 2020 « une vision augmentée de FDJ »**

Durant le 1^{er} semestre, Stéphane Pallez, Présidente-directrice Générale de FDJ depuis novembre 2014, a conduit une réflexion stratégique sur l'avenir de FDJ. Cette démarche a abouti le 1^{er} juillet 2015 à l'approbation par le Conseil d'administration d'un projet intitulé « FDJ 2020 : une vision augmentée de FDJ ».

FDJ va investir d'ici 2020 plus de 500 millions d'euros, notamment pour transformer son socle informatique (250 M€), numériser le réseau (180 M€) et investir dans l'innovation à travers des fonds de start-up. Le projet FDJ 2020 porte aussi une ambition internationale qui passe par la vente de technologies et de services à des opérateurs de jeux de hasard et/ou de paris sportifs.

FDJ 2020 vise la conquête et la reconquête des clients grâce au développement du numérique dans le réseau physique et en ligne. Cet objectif passe par une démarche d'open innovation à travers des partenariats avec des entreprises leaders ou des start up. L'objectif est de + 1M de joueurs d'ici 5 ans à 27,3 M de clients, 20% des ventes numérisées (c'est-à-dire les ventes en ligne ou bien dans le réseau physique comportant une part digitale) et 10% des ventes sur des jeux à innovation de rupture.

Durant le 2^{ème} semestre, prolongeant les premières actions menées lors du 1^{er} semestre, Stéphane Pallez s'est employée à la mise en œuvre du projet FDJ 2020.

- Nouveaux partenaires dans le domaine du jeu (éditeur Asmodée N°2 européen, 200 nouveaux jeux par an) de la communication (You Tube/Google pour prendre le tournant de la vidéo, des medias digitaux et des réseaux sociaux) et en matière d'open innovation (l'Innovation Factory de la Web School Factory pour associer les jeunes générations et Partech Ventures pour investir 13M€ dans des start up)
- Nouvelle génération de jeux de loterie divertissants, interactifs et collaboratifs: lancement en ligne de Gare o Loup, Ruée vers l'Or et Duel de cartes fin 2015 (jeux qui séduisent une nouvelle clientèle de femmes et de jeunes adultes); nouveaux jeux à gratter sur mobile (Banco, Astro et Goal). Par ailleurs, FDJ enregistre une croissance soutenue de ses jeux exclusifs web (ex Menez l'enquête) à +10,7%.
- Nouveaux services digitaux: le mobile représente 13% des ventes numériques et progresse de 1 point, 1^{ère} campagne TV sur les services digitaux, succès de la nouvelle application Parions Sport qui permet de préparer ses prises de jeux (8,5% des ventes Parions Sport en fin d'année 2015), offre FDJ élargie au web, tablettes & mobiles,

Dans le cadre de la nouvelle stratégie FDJ, les ventes numérisées constituent un indicateur clé pour la réussite de l'ambition FDJ 2020. En 2015, elles s'élèvent à 4,1% des ventes, en croissance de 19% à 567 M€, à comparer à 3,7% des ventes et 478M€ de ventes en 2014.

Notons que le renforcement de la maîtrise du circuit intermédiaire de distribution entre FDJ et les détaillants est de nature à consolider le réseau et faire progresser les ventes numérisées en point de vente (2/3 des mises « internalisées » à fin 2016).



SERVICE DE PRESSE

Patrick Germain • Anne-Sophie Sergent

Tél. : 01 41 10 33 82 • servicedepresseFDJ@lfdj.com

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

5/7

#ChaqueJourEstUneChance

La Française des Jeux est la 4^e loterie mondiale avec 13,7 milliards d'euros de mises en 2015. Elle propose à ses 26,3 millions de clients une offre de jeux de loterie et de paris sportifs grand public, ludique responsable et sécurisée. Le groupe avec ses filiales (FDP, LVS...) s'appuie sur plus de 1 800 collaborateurs, un réseau de proximité de 31 900 points de vente et un canal multimédia qui a séduit 1,3 million joueurs. En 2015, La Française des Jeux a redistribué 95% de ses mises, 9 Mds€ aux joueurs 3,1 Mds€ à la collectivité dont plus de 230 M€ pour le sport pour tous, et près de 690 M€ pour les détaillants.
(Les éléments financiers 2015 mentionnés dans ce communiqué ne sont pas encore audités)



Les ventes dans le réseau n'utilisant pas de services numériques s'élèvent à 96% des ventes soit 13,2Mds€ (vs 12,5Mds€ en 2014), en croissance de 54%.

► Une entreprise responsable et engagée

Le projet stratégique FDJ 2020 porte la politique de Responsabilité Sociale d'Entreprise liée aux impacts économiques, sociétaux et environnementaux de son activité.

Un modèle de redistribution et de solidarité

Depuis sa création en 1933, FDJ est fondée sur un modèle de redistribution au bénéfice de tous. En 2015, 95% des mises ont été distribuées : aux clients (66%), au réseau de distribution intermédiaire et détaillants (6%) et à la collectivité nationale (23%).

La contribution à la collectivité nationale est de 3,1 Mds€ (+61M€) en 2015, dont plus de 230 M€ au bénéfice du sport pour tous (Centre National du Développement du Sport) et pour la rénovation des stades français de l'Euro 2016.

A l'occasion de la COP 21, FDJ a lancé un jeu à gratter éphémère « solidaires pour un monde meilleur » pour la préservation de la planète au bénéfice de WWF (jusqu'à 2,4M€ redistribués à l'association à l'issue de la commercialisation du jeu courant 2016). Rappelons que FDJ poursuit ses efforts en matière d'émissions de CO2 : - 30% entre 2007 et 2014.

FDJ a poursuivi ses engagements en faveur du sport : financement du sport pour tous en France (plus de 230M€ en 2015) et financement de la construction ou de la rénovation des enceintes des stades qui accueilleront l'UEFA Euro 2016 (150M€ de 2011 à 2017), lutte contre la corruption sportive (nomination d'un Directeur Intégrité) et rayonnement du sport français (engagement FDJ pour la candidature JO Paris 2024, victoire de son coureur Thibaut Pinot à l'Alpe d'Huez sur le Tour de France....).

L'entreprise est engagée en matière de politique Diversité :

- Egalité hommes-femmes : signature d'un nouvel accord d'entreprise qui soutient la mixité, l'objectif à terme est que la ligne managériale compte la même proportion de femmes que dans l'entreprise, c'est-à-dire 44% en 2015.
- Handicap :
 - o FDJ, dont le taux d'emploi de personnes handicapées est pour la 3^{ème} année consécutive supérieur à 6%, se fixe pour objectif d'atteindre ce niveau au niveau du Groupe en 2020 (1800 collaborateurs en 2015 avec les filiales FDP, LVS etc) ;
 - o Nouveau mobilier adapté dans ses points de vente (200 déployés, 26 000 d'ici 2020)
 - o Participation de la Fondation d'entreprise FDJ au Tour de France à la Voile avec Damien Seguin skipper handisport
 - o Signature d'un partenariat avec le Comité Paralympique et Sportif Français.



SERVICE DE PRESSE

Patrick Germain • Anne-Sophie Sergent

Tél. : 01 41 10 33 82 • servicedepresseFDJ@lfdj.com

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

6/7

#ChaqueJourEstUneChance

La Française des Jeux est la 4^e loterie mondiale avec 13,7 milliards d'euros de mises en 2015. Elle propose à ses 26,3 millions de clients une offre de jeux de loterie et de paris sportifs grand public, ludique responsable et sécurisée. Le groupe avec ses filiales (FDP, LVS...) s'appuie sur plus de 1 800 collaborateurs, un réseau de proximité de 31 900 points de vente et un canal multimédia qui a séduit 1,3 million joueurs. En 2015, La Française des Jeux a redistribué 95% de ses mises, 9 Mds€ aux joueurs 3,1 Mds€ à la collectivité dont plus de 230 M€ pour le sport pour tous, et près de 690 M€ pour les détaillants.

(Les éléments financiers 2015 mentionnés dans ce communiqué ne sont pas encore audités)



Un modèle de jeu équilibré

Le projet FDJ 2020 renforce les engagements de jeu responsable en utilisant également les potentialités du numérique. Une nouvelle version du logiciel Playscan a permis en 2015 d'accompagner les joueurs dans leur jeu sur le canal numérique, avec la possibilité de piloter individuellement leurs pratiques et de se fixer des limites. Un projet pilote de Big Data est en cours.

Au-delà de la poursuite des liens entretenus avec la société civile (Fédération Nationale Ecole des Parents et Educateurs...), le monde universitaire (Université Paris Descartes.....) et les associations (SOS Joueurs, E-enfance...), FDJ a renforcé en 2015 ses actions de prévention du jeu des mineurs, notamment lors de la Coupe du Monde de Rugby ou de sa Tournée d'Été, ainsi que ses actions en faveur d'une pratique récréative du jeu (campagne de communication TV sur les services de modération du jeu).

La surveillance des jeux et l'intégrité dans le réseau demeurent une priorité. Plus de 32 000 inspections de points de vente ont été réalisées cette année pour vérifier leur conformité aux exigences de sécurité, de relation clients et de jeu responsable de FDJ. Pour récompenser les meilleures pratiques, le réseau a bénéficié de 25 M€ de bonus Jeu Responsable.



SERVICE DE PRESSE

Patrick Germain • Anne-Sophie Sergent

Tél. : 01 41 10 33 82 • servicedepresseFDJ@fdj.com

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

7/7

#ChaqueJourEstUneChance

La Française des Jeux est la 4^e loterie mondiale avec 13,7 milliards d'euros de mises en 2015. Elle propose à ses 26,3 millions de clients une offre de jeux de loterie et de paris sportifs grand public, ludique responsable et sécurisée. Le groupe avec ses filiales (FDP, LVS...) s'appuie sur plus de 1 800 collaborateurs, un réseau de proximité de 31 900 points de vente et un canal multimédia qui a séduit 1,3 million joueurs. En 2015, La Française des Jeux a redistribué 95% de ses mises, 9 Mds€ aux joueurs 3,1 Mds€ à la collectivité dont plus de 230 M€ pour le sport pour tous, et près de 690 M€ pour les détaillants.

(Les éléments financiers 2015 mentionnés dans ce communiqué ne sont pas encore audités)