

## FDJ dévoile sa nouvelle campagne institutionnelle « Et voir la France gagner »

**Boulogne, le 4 janvier 2021** – Le groupe FDJ dévoile sa nouvelle campagne de communication signée par Havas Paris. Après avoir raconté, en 2019, les circonstances de la création du Groupe avec les films publicitaires « Origines », FDJ revient avec une campagne intitulée « Et voir la France gagner », destinée à mieux faire connaître sa raison d'être et son rôle dans la société.

### Un modèle unique

Chaque jour, FDJ agit pour voir la France gagner grâce à un modèle unique et utile à la société, alliant offre de jeux responsable, soutien au commerce local, financement du sport amateur et professionnel, Fondation d'entreprise au service de l'égalité des chances, restauration du patrimoine...

Le Groupe fait non seulement gagner les espoirs, les rêves et les projets des Français en les concrétisant, mais contribue aussi à animer la vie locale et à maintenir le lien social.

Cet ancrage dans la vie de chacune et chacun et son rôle dans la société forment le socle de la nouvelle campagne de communication du Groupe. FDJ y illustre son caractère fédérateur et populaire, tout en rappelant comment elle agit, à son échelle, au service de l'intérêt général.



*« La Loterie Nationale, notre ancêtre, a été créée en 1933 pour venir en aide aux « Gueules Cassées », les soldats défigurés de la Première Guerre mondiale. Cette loterie profondément solidaire a posé les fondements de ce que nous n'avons jamais cessé d'être : une entreprise qui, avec son activité présente dans tous les territoires, contribue à la société. Cette nouvelle campagne a pour vocation de faire résonner nos valeurs, et de réaffirmer notre rôle dans la société d'aujourd'hui et de demain. », souligne Nathalie Le Garlantezec, directrice Marque & Communication institutionnelle du groupe FDJ.*

### La campagne « Et voir la France gagner »

La campagne publicitaire « Et voir la France gagner », signée par Havas Paris et réalisée par Vladimir de Fontenay, est composée d'un film long de marque de soixante secondes, mais aussi de quatre films courts « preuves » de vingt secondes. Ceux-ci mettent en avant le commerce de proximité, la Fondation d'entreprise FDJ, le sport et le jeu responsable. Diffusés en télévision du 3 au 28 janvier 2021, ces films sont accompagnés d'une campagne d'affichage, de presse et de radio.

Condensés de scènes de vie, ces films publicitaires enchaînent petites et grandes victoires, de celles qui changent une vie à celles qui embarquent tout un pays. Il bat crescendo au rythme d'un puissant slam, véritable hymne à la fierté et à la générosité, dans un moment où la confiance et la solidarité sont plus que jamais nécessaires.

En plus de la poésie déclamée sur un fond musical rythmé, cette campagne mise sur l'effet de répétition et plus précisément l'anaphore « gagner » pour indiquer que sa contribution va bien au-delà de ses nombreux gagnants aux jeux de loterie ou de paris sportifs.

De nombreuses personnes qui ont un lien particulier avec FDJ sont d'ailleurs mises en scène. C'est le cas des ouvriers qui restaurent le site du château de Rochefort, à Asnières-en-Montagne dans le Doubs, restauré grâce à la contribution de FDJ avec l'offre de jeux Mission Patrimoine ; des points de vente FDJ qui constituent le premier réseau de proximité de France ; d'une jeune femme en rééducation à l'hôpital des Invalides grâce au soutien historique de FDJ à l'Union des blessés de la face et de la tête (UBFT) ; ou encore des bénéficiaires de l'association Cap Saa jouant au basket-fauteuil, de l'association Ari et de la Fondation Apprentis d'Auteuil, soutenus par la Fondation FDJ depuis de nombreuses années.

« On a voulu réaliser un hymne d'amour à la France et aux Français de 2020. Montrer les gens de manière authentique, naturelle, bienveillante, en étant toujours dans l'énergie et dans l'optimisme. C'est l'ADN de FDJ, ce mélange de rêve et de contribution, et on en a plus que jamais besoin aujourd'hui », rappelle Christophe Coffre, coprésident directeur de la création de Havas Paris.

## Un nouvel univers graphique et sonore

Le groupe FDJ profite, par ailleurs, de cette nouvelle campagne pour faire évoluer son univers graphique et sonore ainsi que son logo. Ce dernier s'inscrit désormais dans un rectangle biseauté. Trait d'union entre le présent et l'avenir, cette évolution du logo traduit plus fidèlement le nouveau visage du Groupe. Il conserve ses principales forces (couleurs, typographie, trèfle et son losange), et se libère de la flèche sans perdre en dynamisme et en optimisme.

Liens Youtube pour visionner la campagne :

- Playlist « FDJ. Et voir la France gagner - Campagne 2021 » : <https://youtube.com/playlist?list=PLBtrEM0uIBXtRkYDq2PTYPlYs3JpI9tWJ>
- Le film marque de soixante secondes : <https://youtu.be/T8DyKpVERSo>
- Les films preuves :
  - sur le sport : <https://youtu.be/rvqi3uqghfI>
  - sur le jeu responsable : <https://youtu.be/rNOalFqj3og>
  - sur la Fondation d'entreprise FDJ : <https://youtu.be/7LleBmQSHfI>
  - sur le commerce de proximité : <https://youtu.be/6Z94GCZJSmM>



Exemples d'affichages

## A propos du groupe FDJ

Loterie nationale et leader français des jeux d'argent, 2<sup>ème</sup> loterie en Europe et 4<sup>ème</sup> au monde, FDJ propose en point de vente et en ligne une offre grand public, ludique, responsable et sécurisée de jeux de loterie (tirage et jeux instantanés) et de paris sportifs (ParionsSport). Les performances de FDJ sont portées par un portefeuille de marques iconiques et nouvelles, le 1<sup>er</sup> réseau de vente de proximité en France, un marché en croissance, des investissements récurrents et une stratégie d'innovation pour renforcer l'attractivité de son offre et de sa distribution, avec une expérience de jeu enrichie. Le groupe FDJ est coté sur le marché réglementé d'Euronext à Paris (Compartiment A - FDJ.PA) et fait notamment partie des indices SBF 120, Euronext Vigeo 20, STOXX Europe 600, MSCI Europe et FTSE Euro.

Pour plus d'informations, [www.groupefdj.com](http://www.groupefdj.com)



### Contact presse

01 41 10 33 82 | [servicedepresse@fdj.com](mailto:servicedepresse@fdj.com)

### Contact relations investisseurs

01 41 04 19 74 | [invest@fdj.com](mailto:invest@fdj.com)