

FDJ revient sur son histoire dans un film publicitaire intitulé « Origines » qui sera diffusé en télévision à partir du 18 août

FDJ retrace son histoire dans un film publicitaire, signé Havas Paris, qui sera diffusé en télévision du 18 août au 8 septembre 2019. « Origines » rappelle les circonstances de la création de FDJ en 1933 pour venir en aide aux blessés de la 1^{ère} Guerre Mondiale. La campagne sera prolongée sur les réseaux sociaux par des vidéos illustrant les contributions actuelles de FDJ partout en France.

Depuis toujours, une entreprise proche des Français

Le film publicitaire « Origines », réalisé par Antoine Bardou Jacquet, met en scène deux dialogues qui se superposent entre deux anciens combattants et un jeune couple contemporain.

La scène se déroule dans le Paris des années 30. Bienaimé Jourdain et Albert Jugon décident de créer un jeu de loterie pour venir en aide aux « Gueules Cassées », les blessés sans ressource de la Grande Guerre, en mobilisant la solidarité des Français. Parallèlement, un jeune couple évoluant dans le Paris de 2019 évoque la longue histoire de FDJ qui a commencé en 1933.

C'est l'acte de naissance de la Loterie Nationale, ancêtre de La Française des Jeux, devenue FDJ en 2014. Aujourd'hui encore, une partie des mises collectées par les jeux de loterie et les tickets à gratter est redistribuée en faveur de projets sociaux et sociétaux. Pour en montrer l'illustration concrète, des vidéos seront diffusées simultanément sur les comptes FDJ Instagram, Twitter et Facebook. A titre d'exemples :

- La *Mission Patrimoine*, lancée en 2018 avec Stéphane Bern et la Fondation du patrimoine, qui intervient en faveur de la restauration de centaines de monuments en France.
- Le sport, avec l'Agence nationale du sport, dont FDJ est le premier contributeur, et qui a notamment permis la construction d'un centre aquatique intercommunal à Libourne en Nouvelle-Aquitaine.
- L'*égalité des chances* soutenue par la Fondation FDJ qui s'est engagée, en particulier, sur le chantier d'insertion *Patrimoine Emploi* à Rochefort, dans la région Bourgogne-Franche Comté.

« Pour notre première campagne institutionnelle, nous avons voulu faire découvrir au grand public, qui nous connaît avant tout par nos jeux de loterie, l'entreprise FDJ. Entièrement conçu, produit et tourné en France, ce film montre comment FDJ est restée fidèle à la 'raison d'être' de ses origines et à ses valeurs fondatrices de solidarité et de proximité, tout en ayant su s'adapter aux évolutions de la société au cours des décennies. » souligne Raphaële Rabatel, directrice de la communication et du développement durable du groupe FDJ.

« Faire dialoguer ainsi le passé et le présent, c'est offrir un objet cinématographique à la fois spectaculaire sur la forme et pédagogique sur le fond » tient à rappeler Christophe Coffre, directeur de la création et co-président de Havas Paris.

Une campagne tournée à Paris entre hier et aujourd'hui

Réalisé dans les rues de Paris, place de la Bourse, à Montmartre, place de l'Europe dans le IX^{ème} arrondissement et rue Malebranche dans le Ve arrondissement, « Origines », d'une durée de 45 secondes, également décliné dans une version de 30 secondes, sera accompagné d'une campagne sur les réseaux sociaux Twitter, Facebook et Instagram pour montrer en quoi les jeux de FDJ bénéficient à tous depuis 1933.

Lien de la vidéo du film publicitaire : https://www.youtube.com/watch?v=gu_dslvFKCO

A propos du groupe FDJ :

Loterie nationale et leader français des jeux d'argent, 2^{ème} Loterie en Europe et 4^{ème} au monde, FDJ propose en point de vente et en ligne une offre grand public, ludique, responsable et sécurisée de plus de 90 jeux : jeux de loterie - Tirage (Loto, EuroMillions...) et Grattage (Millionnaire, Cash, jeux Mission Patrimoine, Astro, Végas...) - et paris sportifs (ParionsSport).

Les performances de FDJ sont portées par un portefeuille de marques iconiques, historiques et récentes, le 1^{er} réseau de vente de proximité en France, un marché en croissance, des investissements récurrents et une stratégie d'innovation pour une attractivité renforcée de son offre et de sa distribution avec une expérience de jeu enrichie.

En 2018, avec 25 millions de joueurs, plus de 30 000 points de vente et 2 200 collaborateurs, FDJ a collecté 15,8 milliards€ de mises, dont 15 % numérisées, distribué 10,7 milliards€ à ses joueurs, contribué pour 3,5 milliards € aux finances publiques et rémunéré son réseau de détaillants à hauteur de 800 millions €.

Contacts presse

FDJ – Frédéric Riou – Audrey Tassain – servicedepresse@lfdj.com – 01 41 10 33 82
Havas Paris – Fouzia Kamal – Fouzia.kamal@havas.com – 06 24 51 86 44
