

POINTS DE VENTE : UN RÉSEAU DE VENTE ENGAGÉ

Les différents points de vente de la Loterie Nationale, selon leurs spécificités, ont été affectés de façon très disparate par la crise sanitaire.

Le chiffre d'affaires des canaux de vente physiques a baissé par rapport à l'année précédente. Pour la première fois de son existence, une partie de son réseau de vente physique – voire son intégralité, fin décembre – s'est vue obligée de fermer ses portes. Avec plus de 90% du total des mises, ceux-ci représentent indiscutablement le principal vecteur de distribution des jeux de la Loterie Nationale.

Cependant, à l'instar des jeux, les 400 points de vente répartis sur tout le territoire ont été affectés différemment par la crise sanitaire selon leur secteur d'activité. Ainsi, les stations-service, devenues des magasins de proximité, ont attiré davantage de clients, ce qui s'est traduit par une augmentation de leur chiffre d'affaires de près de 10%. C'est d'ailleurs le seul canal physique en hausse en 2020 : même la centaine de distributeurs automatiques de la Loterie Nationale a vu ses résultats diminuer.

L'an dernier, la Loterie Nationale a reversé 8,1 millions d'euros de commissions à ses revendeurs, un chiffre en recul de 2% par rapport à 2019. Afin de soutenir les revendeurs – parfois durement – éprouvés par la crise, elle a offert en seconde partie d'année une note de crédit exceptionnelle de 2.000 euros à l'ensemble de son réseau. Ce geste se voulait également une marque de reconnaissance indiscutable pour un réseau de vente engagé qui contribue à construire le succès de la Loterie Nationale depuis de nombreuses années.

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR TYPE DE POINT DE VENTE

