



O tym, że naprawdę wystarczy tylko odrobina szczęścia i wygrana staje się realna, przekonały się już tysiące Graczy. Statystycznie raz w tygodniu ktoś zostaje Lottomilionerem, skreślając szczęśliwe 6 z 49 liczb. Ale z LOTTO wygrywamy wszyscy. Totalizator Sportowy, właściciel marki LOTTO, od ponad 57 lat działa nieprzerwanie na rynku gier liczbowych i loterii pieniężnych, stając się nie tylko jedną z najbardziej rozpoznawalnych polskich spółek, lecz również jednym z największych mecenasów kultury i sportu w kraju.

#### TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Jeśli chcemy mieć absolutną pewność wygranej w Lotto, musimy wypełnić 13 983 816 kuponów, bo tyle jest możliwych kombinacji przy wyborze 6 z 49 liczb. Niestety, przy założeniu, że wypełnia się jeden zakład w ciągu sekundy, wypisanie wszystkich blankietów zajęłoby około pięciu miesięcy.

Każda złotówka Gracza LOTTO to 19 groszy dla polskiego sportu i kultury.



#### Kontekst rynkowy

Rynek gier hazardowych w Polsce to: gry liczbowe, loterie pieniężne, kasyna gry, punkty gier na automatach o niskich wygranych, loterie audiotekstowe, a także zakłady wzajemne. Totalizator Sportowy, właściciel marki LOTTO, realizuje monopol państwa w zakresie gier liczbowych i loterii pieniężnych.

Totalizator Sportowy tworzy dochód swojego właściciela – Skarbu Państwa. Na dopłaty na rzecz sportu, kultury i zdrowia przeznaczone jest 25% stawki zakładu z gier liczbowych oraz 10% od ceny loterii. Obowiązku takiego nie mają np. kasyna i salony gier. System dopłat jest unikatowym rozwiązaniem, niespotykanym nigdzie indziej na świecie.

Firma aspiruje do ambitnego statusu twórcy trendów i innowacyjnego lidera zmian na rynku gier losowych w Polsce, który poprzez atrakcyjne produkty oraz najwyższe standardy działania wyznacza kierunki rozwoju dla całej branży. Dostrzegając również potrzebę rzetelnej komunikacji z otoczeniem, rozwija dialog ze swoimi pracownikami, Klientami i partnerami biznesowymi.

#### Oferta

W 2009 roku, w odpowiedzi na zmieniające się preferencje Graczy i sytuację rynkową, Totalizator Sportowy rozpoczął proces rewitalizacji swoich produktów, sprzedawanych od 2010 roku pod jedną główną marką LOTTO. W wyniku metamorfozy w portfolio znajdują się obecnie:

- Lotto – od lat niezmiennie najbardziej popularna gra liczbową, polegająca na typowaniu 6 z 49 liczb. Jest to jedyna w Polsce gra, w której główne wygrane sięgają dziesiątków mln zł. Lotto jest czołowym produktem firmy, a dzięki kumulacyjnemu zwielokrotnieniu możliwych wygranych wywołuje największe emocje u Klientów.
- Multi Multi – druga pod względem popularności gra liczbową. Produkt jest pozycjonowany jako gra, która oprócz ogromnych wygranych oferuje coś więcej – dreszczyk emocji związany z wyborem własnego sposobu gry.





Dwójka kajakarska, Magdalena Fularczyk i Julia Michalska, z brązowym medalem olimpijskim; Londyn 2012.

- Mini Lotto – gra, w której typuje się 5 z 42 liczb, a do wygrania jest ok. 300 000 zł.
- Joker – druga obok Lotto kumulacyjna gra liczbowa. Gra, w której grający wybiera 1 z 36 liczb, a główna wygrana zależy od wysokości kumulacji.
- Kaskada – loteria pieniężna drukowana z terminala, w której typuje się 12 z 24 liczb, a główna wygrana to 250 000 zł.
- Keno – gra liczbowa, której losowania odbywają się co 5 minut i są prezentowane w punktach sprzedaży. Gracz typuje od 1 do 10, podaje stawkę oraz liczbę losowań.
- Zdrapki – w 2012 roku dostępnych było aż 60 różnorodnych zdrapek w cenie od 1 do 5 zł, które obecnie generują trzecią co do wielkości sprzedaż w Spółce. Produktem tym towarzyszy dreszczyk emocji związany z natychmiastowym wynikiem.

W odpowiedzi na pojawiające się nowe wyzwania rynku, a także dążąc do zaspokojenia potrzeb Klientów, Totalizator Sportowy systematycznie rozwija i poszerza swoją ofertę. Spółka dysponuje obecnie jedną z największych sieci sprzedaży w kraju, liczącą ponad 13 tys. punktów, pracujących w wykorzystującym najnowsze rozwiązania techniczne systemie on-line. Aby zapewnić grającym jak największy komfort, kolektury są niemal w zasięgu ręki. Znajdziemy je we wszystkich większych sieciach sprzedaży, w hipermarketach, salonikach prasowych czy na stacjach paliw.

### Osiągnięcia

Rok 2012 był rekordowy dla Totalizatora Sportowego pod wieloma względami. Firma zanotowała sprzedaż w wysokości 3,422 mld zł, co jest drugim wynikiem w historii Spółki. Sama sprzedaż wszystkich produktów marki LOTTO wzrosła w 2012 roku o ponad 439 mln zł (rok do roku). Rekordowy był też zysk netto – ponad 318 mln zł. Bardzo dobre wyniki są efektem m.in. rekordowej liczby wysokich kumulacji we flagowym produkcie – grze liczbowej Lotto, a także dynamicznie rosnącej sprzedaży zdrapek.

Wysokie wyniki sprzedaży Totalizatora Sportowego miały bezpośredni wpływ na wzrost kwot przekazywanych jako dopłaty na fundusze celowe. W 2012 roku fundusze zostały zasilone ogólną kwotą ponad 784,7 mln zł.

Od samego początku swojego istnienia, czyli już od ponad 57 lat, Totalizator Sportowy realizował zadania, które są obecnie uznawane za element odpowiedzialności społecznej. Firma powstała, aby wspierać rozwój infrastruktury sportowej. Później dołączyły do tego działania charytatywne i wsparcie kultury. W pewnym sensie była prekursorem polityki odpowiedzialności społecznej.

Wiele osób nadal kojarzy firmę z hasłem „Totalizator Sportowy buduje obiekty sportowe”. Dzięki Spółce wybudowano, wyremontowano lub zmodernizowano większość obiektów sportowych w Polsce. Tym samym, Totalizator Sportowy, jako jedyny podmiot w kraju, umożliwił mieszkańcom wszystkich województw prowadzenie zdrowego i aktywnego trybu życia. Spółka była sponsorem kadry olimpijskiej, wspierała sportowców znanych na całym świecie, m.in. Adama Małysza, Roberta Kubicę czy też Bartka Marszałka, z którym jest związana do tej pory. W swej długiej historii wspomagała też m.in.: Reprezentację Polski w Koszykówce Mężczyzn i najlepszy w Polsce klub wioślarski – LOTTO-Bydgoszcz.

Totalizator Sportowy przyczynia się również do promocji i upowszechniania kultury w Polsce. Przekazywane przez Spółkę co roku środki finansowe stanowią znaczącą część budżetu Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Pomoc otrzymali młodzi utalentowani twórcy i artyści oraz liczne przedsięwzięcia kulturalne. Firma podjęła również działania mające na celu ułatwienie dostępu do dóbr kultury.

Zaangażowanie społeczne to tylko jeden z elementów strategii odpowiedzialności społecznej Totalizatora Sportowego. Równie ważnym obszarem jest zapewnienie bezpieczeństwa grającym. Celem LOTTO jest, aby proponowane przez markę gry i loterie dostarczały przede wszystkim rozrywkę i dobrą zabawę. Dlatego firma wprowadziła w życie międzynarodowe standardy, stosowane przez organizacje loteryjne i liderów rynku CSR oraz regulacje wykraczające poza wymagania prawne, kształtujące bezpieczne wzorce korzystania z gier hazardowych. Pieniądze z odprowadzanych przez Spółkę dopłat trafiają także do Funduszu Rozwiązywania Problemów Hazardowych. Firma dostrzega także korzyści płynące z rozwiązań ekologicznych, czuje się zobowiązana do ograniczania wpływu swojej działalności na środowisko - mimo że nie jest on tak znaczący, jak w przypadku firm produkcyjnych. Do priorytetów w obszarze ochrony środowiska zalicza m.in. racjonalne gospodarowanie i ograniczanie zużycia wody, energii, materiałów i surowców, wymianę urządzeń i rozwój inwestycji przyjaznych środowisku, promowanie postaw proekologicznych wśród pracowników, selekcję odpadów oraz ich ponowne wykorzystanie.

### Promocja Marki

W 2010 roku Totalizator Sportowy wprowadził w komunikacji odświeżone logo i markę – LOTTO, która wyraża nową jakość działania, dostosowaną do standardów rynku. W wersji graficznej logo oddaje charakter radosnej zabawy – pojawiają się dwie „szczęśliwe” gwiazdy, a pod nimi linia w kształcie uśmiechu, symbolizująca radość wygrywania. Popularyzacji nowej nazwy towarzyszyły szeroko zakrojone działania reklamowe i komunikacyjne. Marka uczestniczyła w ponad 250 imprezach masowych, budując trwały związek z rozrywką i zabawą. Rozpoczęła także rebranding punktów swojej sieci sprzedaży.

Totalizator Sportowy stale wzmacnia wizerunek LOTTO jako silnej marki konsumenciej. LOTTO ma symbolizować nowoczesną, aktywną markę oraz kojarzyć się z szansą na spełnienie marzeń Polaków, z możliwością odmiany życia i dobrą zabawą.

W 2012 roku wprowadzona została nowa platforma komunikacyjna LOTTO „Warto zostać milionerem”. Podkreśla ona korzyści, jakie daje wygrana „szóstki”, m.in. spełnianie pasji, spędzanie czasu z rodziną. W lutym 2013 roku została wprowadzona kolejna odsłona tej kampanii, przekonująca, że warto zostać milionerem nie tylko dla siebie, lecz również dla innych. Kampania przeprowadzona została z wykorzystaniem działań z zakresu ATL oraz BTL.



### Wartości Marki

Wartości, które składają się na tożsamość marki LOTTO, to przede wszystkim pewność, zaufanie i ciepło. Marka pragnie nie tylko inspirować wszystkich w dążeniu do tego, co w życiu naprawdę ważne i prawdziwe, lecz również zapewniać pozytywne emocje, jakie towarzyszą poczuciu spełnienia, satysfakcji z dokonanych wyborów i bezpieczeństwa, w tym również finansowego. LOTTO niezmiennie kojarzone jest także ze spełnianiem marzeń oraz radością życia i wygrywania.

[www.lotto.pl](http://www.lotto.pl)

### HISTORIA MARKI

**1956:** Powstało Przedsiębiorstwo Państwowe Totalizator Sportowy.

**1957:** Wprowadzono pierwszą grę liczbową – Toto Lotek.

**1991:** Na polskim rynku gier liczbowych zaistniała marka LOTTO.

**1994:** Sejm wprowadził obowiązkową dopłatę do stawek wszystkich gier liczbowych organizowanych przez Totalizator Sportowy.

**2003:** Zmieniono ustawę o dopłatach – część środków przekazywana jest na kulturę.

**2008:** Totalizator Sportowy został gospodarzem Toru Wyścigów Konnych Służewiec.

**2009:** Duży Lotek zmienił się w Lotto, Express Lotek zmienił się w Mini Lotto.

**2010:** Wprowadzono nową grę Joker.

**2011:** Wprowadzono nową grę Kaskada.

**2011:** Rekordowa kumulacja – pula nagród w losowaniu Lotto wyniosła 56 166 593 zł.

**2012:** Rekordowa wygrana – w Gdyni jeden Gracz wygrał 33 787 496,10 zł!

**2012:** Odbyło się pierwsze losowanie Lotto Plus.