Nationale Loterij

Duurzaamheidsrapport 2014

INHOUDS-TAFEL

Voorwoord 3
Inleiding 4
Het profiel van dit verslag 4
De Nationale Loterij in het kort 5
Context 6
Maatschappelijke Verantwoordelijkheid – behoorlijk bestuur 7
Onze verantwoordelijkheid 8
Betrokkenheid van de belanghebbenden 9
De engagementen van de Nationale Loterij 11
Vertrouwen & veiligheid 11
Bescherming van de consument 12
De toekomst verzekeren 15
Investeren in een betere maatschappij 18

VOORWOORD

Jannie Haek
CEO

Sinds jaar en dag werken we hard aan onze maatschappelijke verantwoordelijkheid, een verslaggeving omtrent onze initiatieven en resultaten kon niet uitblijven. Dit is dan ook ons eerste Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen rapport.

Voorheen werden vele doelstellingen die in voorliggend rapport zijn opgenomen verwerkt in het jaarverslag. Met voorliggend rapport onderlijnen we het belang dat wij met ons bedrijf hechten aan Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen.

De Nationale Loterij is vrij uniek ook met betrekking tot Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. We besteden uitermate zorg aan een verantwoord spelgedrag, gaande van spelontwikkeling tot en met de communicatie en marketing. MVO komt niet alleen tot uiting in onze producten en onze diensten maar evenzeer via een duurzaam mobiliteitsbeleid, een gezond personeels- en retailbeleid en veelvuldig contact en overleg met onze stakeholders binnen alle geledingen van de maatschappij.

Dit alles vormt de basis voor een maatschappelijk verantwoord spelaanbod naar onze spelers toe met oog voor creativiteit, innovatie, transparantie en vertrouwen.

Voorts en mede dankzij onze spelers zijn we in staat om een goede doelen politiek uit te bouwen die toelaat financiële steun te verlenen aan tal van initiatieven en organisaties die bijdragen tot het versterken van de sociale cohesie binnen de samenleving.

Deze eerste publicatie is uiteraard geen einddoel maar tevens een engagement voor een verdere versterking van deze thema's in de toekomst.

NATIONALE LOTERIJ VERSLAG DUURZAAM ONDERNEMEN

OVER DE ACTIVITEITEN 2014 VAN DE NATIONALE LOTERIJ

INLEIDING

We zijn verheugd om u het eerste MVO-verslag van de Nationale Loterij voor te stellen. Dit rapport is het resultaat van een nauwe samenwerking tussen de verschillende afdelingen van de Nationale Loterij.

Het rapport is gemaakt met de hulp van het adviesbureau Sustenuto die ons geleid heeft door de verschillende stadia van zijn opmaak. Met dit eerste verslag wil de Nationale Loterij in één document een overzicht geven van de activiteiten die het dagelijks onderneemt in het kader van een maatschappelijk verantwoorde aanpak.

Dit rapport is gebaseerd op de nieuwe GRI richtlijnen (Global Reporting Initiative – versie 4, www.globalreporting.org). Onze aanpak past ook in het kader van de normen die ontwikkeld zijn in het kader van de Europese Loterij Associatie (ELA) en de Wereld Associatie van Loterijen (WAL) en de norm 27001.

Dit eerste verslag is een uitbreiding van de maatschappelijke verslagen die zijn gemaakt in de afgelopen vier jaar. Wij zijn ervan overtuigd dat dit zal voortgezet worden waarbij volgende verslagen zullen profiteren van deze eerste ervaring zowel naar inhoud als naar vorm om zodoende rekening te houden met de adviezen verzameld van de belanghebbenden met wie we deze dialoog gestart zijn. Dit verslag is dan ook afgetoetst met een ruime selectie aan stakeholders.

Het profiel van dit verslag

- De periode van dit rapport bestrijkt het jaar 2014. Gegevens van indicatoren in dit verslag zijn die van 2014, bij ontbreken ervan deze van 2013.
- Dit rapport is het eerste duurzaamheidsverslag van de Nationale Loterij. In 2013 heeft de Nationale Loterij een maatschappelijk verslag aan het jaarverslag toegevoegd.

- Dit duurzaamheidsverslag zal elke twee jaar worden opgesteld.
- Dit duurzaamheidsverslag is niet gecontroleerd door een onafhankelijke partij en is opgesteld in overeenstemming met "Core" GRI4 richtlijnen

De Nationale Loterij in het kort

De Nationale Loterij, opgericht in 1934, is in handen van de staat (78,72%) en de Federale Participatie- en Investeringsmaatschappij (21,28%). De Nationale Loterij is verder 100% eigenaar van de bedrijven LNL Services NV, actief in het aanbieden van loterij diensten en Lotto Sport Organisations NV dat actief is in het beheer van de professionele wielerploeg Lotto Soudal.

De Nationale Loterij is een maatschappelijk verantwoorde en professionele aanbieder van spelplezier door middel van het aanbieden van loterij spelen, krasbiljetten en sportweddenschappen via een fysiek netwerk verspreid over het hele grondgebied van het Belgisch Koninkrijk en parallel beschikbaar via digitale kanalen (e-lotto.be, mobiel netwerk).

Off-line en Online Trekking

Krassen

Sportweddenschappen

Enkel on-line

Als naamloze vennootschap van publiek recht, wordt de Nationale Loterij beheerst door de wet van 19 april 2002 tot rationalisering van de werking en het beheer van de Nationale Loterij (gekend als de «Wet 2002»). Sinds het begin van haar oprichting heeft de Staat publieke taken toevertrouwd aan de Nationale Loterij die haar maatschappelijke betrokkenheid ten opzichte van een reeks belanghebbenden van de maatschappij aantonen.

In 2014 heeft de Nationale Loterij een omzet van 1,209 miljard euro gerealiseerd en heeft hiervan 340 miljoen herverdeeld naar de maatschappij. De Nationale Loterij heeft +/- 420 medewerkers verdeeld over het hoofdkantoor en 8 vestigingen in België. In een omgeving die voortdurend evolueert met diepgaande veranderingen, blijft de Nationale Loterij een toonaangevende operator in België in de kansspelenmarkt met een gemiddelde van 708.624 transacties per dag in 2014.

Context

Volgens een interne studie van de Nationale Loterij in 2012 ondergaat de markt van kansspelen sterke veranderingen die terug te brengen zijn tot volgende vier factoren:

1. Door het openen van de markt in 2011 neemt het aantal aanbieders toe, de communicatie en het aanbod van deze nieuwe spelers oefent een grote aantrekkingskracht uit op de leeftijdscategorie 18-24 en bij uitbreiding 18-34 ;
2. In de leeftijdscategorie 35-44 is er een stevige concurrentie van de caféspelen en in mindere mate online kansspelen ;
3. Men stelt een groeiend succes vast van de online concurrerende kansspelen bij de "high spenders" (hier gaat het over activiteit niveau en niet uitgaven) en het "smart segment" (spelers met een gevoel van controle over de winstkans) ;
4. Het blijkt dat spelers minder tegelijkertijd deelnemen aan de verschillende trekkingsspelen en krasspelen (Lotto/Euro Millions/krasbiljetten) van de Nationale Loterij en hiervoor de economische crisis als voornaamste reden opgeven.

Deze factoren maken dat de Nationale Loterij terrein dreigt te verliezen, dit zowel op het vlak van marktaandeel, penetratie, spelfrequentie en leeftijdsprofiel.

Een belangrijk aandachtspunt voor de Nationale Loterij situeert zich op het vlak van de online kansspelen. In de andere marktsegmenten (kansspelen in casino's en speelhallen, weddenschappen in retail, tv-spelen) worden dalende tot stabiliserende omzetten en marktaandelen genoteerd.

Maar dat de huidige markt in al zijn componenten (spelers, distributie, productaanbod, IT, concurrentie) in volle mutatie is, staat buiten kijf. De Nationale Loterij blijft de dagbladhandel wel centraal stellen. De dagbladhandel blijft immers voor 75 % van de spelers het verkooppunt bij uitstek om de producten van de Nationale Loterij te kopen. Voor de verdere ontwikkeling van het distributienetwerk wordt gestreefd naar een verhoging van het aantal verkooppunten in de bestaande kanalen en het openen van winkelpunten in nieuwe kanalen.

Maatschappelijke Verantwoordelijkheid – behoorlijk bestuur

Het bestuur van de Nationale Loterij is opgenomen in het financieel verslag 2014 dat beschikbaar is op het volgende webadres (http://www.nationale-loterij.be/nl/over-ons/wie-zijn-we/documenten)

Het geeft informatie over de bestuursorganen (Raad van bestuur, het Directie Comité, gespecialiseerde comités*) en het toezicht op de onderneming (RekenHof, regeringscommissaris, interne en externe auditoren) alsook het verloningsbeleid van bestuurders en mandaten binnen de dochterondernemingen.

***gespecialiseerde comités**

Auditcomité

Dit comité onderzoekt de rekeningen en controleert het budget, doet opvolging van de auditwerkzaamheden, het onderzoek van de betrouwbaarheid van de financiële verslaggeving en de organisatie en de bewaking van de interne controle.

Bezoldigingscomité

In het bijzonder adviseert dit comité over de bezoldiging van de leden van het Directie Comité en beheert elk eventueel incentive plan voor het management en de medewerkers

Strategisch Comité

Dit comité staat de Raad van bestuur bij, bij het bepalen van de strategie van de onderneming

De waarden die de Nationale Loterij karakteriseren zijn verbondenheid, respect en teamwork. Ze zijn onderdeel van het engagement die elke medewerker neemt in het kader van de activiteiten van de onderneming.

De Nationale Loterij is lid van de volgende verenigingen:

Sector verenigingen

- **EL :** : the European Lotteries
- **WLA :** World Lottery Association
- **FEB-VBO :** Verbond van Belgische Ondernemingen
- **CIM :** Centrum voor Informatie over de Media
- **ESOMAR :** The European Society for Opinion and Market Research
- **IAB Belgium :** Interactive Advertising Bureau Belgium
- **UBA :** Unie van Belgische Adverteerders
- **GSI Belgium** en **Luxembourg VZW**

MVO Organisaties

- **Business & Society Belgium**
- **Guberna :** Belgisch Instituut voor Bestuurders
- **MPCC :** Mouvement Pour un Cyclisme Crédible

Tijdens het laatste kwartaal van 2014, analyseerden we de beste praktijken van andere Europese loterijen op het vlak van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. In aansluiting hierop werd een werkgroep opgericht bestaande uit vertegenwoordigers van de departementen Human Resources, Communicatie, Subsidies, Responsible Gaming, Procurement, Strategy & Change, QAS en Regulatory Affairs. Over vele werksessies heen, werden vier domeinen geïdentificeerd die de tastbare verantwoordelijkheid (materialiteit) van de Nationale Loterij weergeven.

Onze verantwoordelijkheid

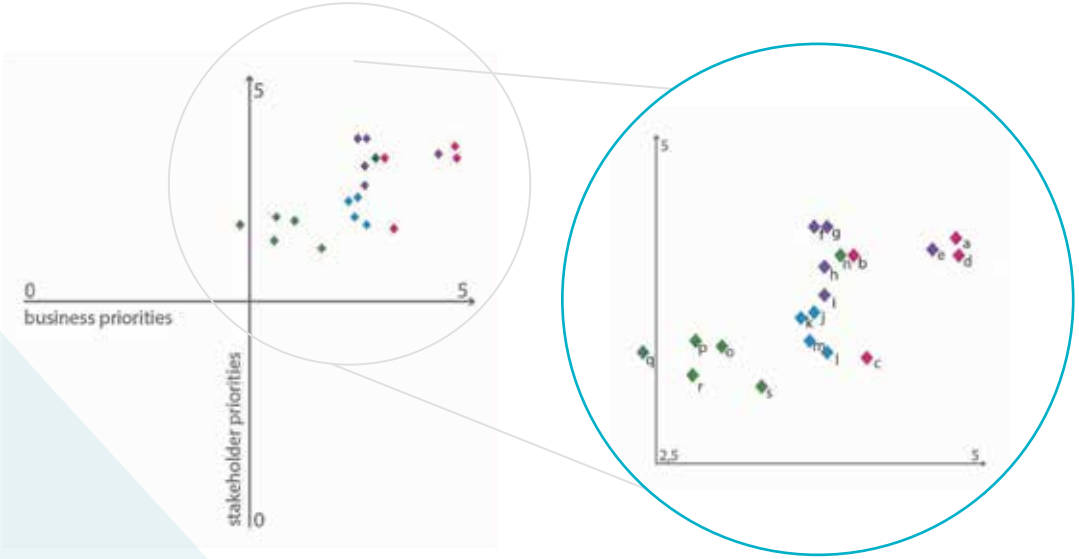
De verantwoordelijkheden van de Nationale Loterij zijn gebundeld in vier clusters:

1. **Vertrouwen & Veiligheid:** de Nationale Loterij staat in voor preventie van fraude en misbruik en wil maximale beveiliging geven aan de consumenten. Hiertoe volgt de Nationale Loterij de criteria van externe certificaten en standaarden om spelen aan te bieden die vertrouwen opwekken.
2. **Bescherming van de consument:** over de ganse keten, gaande van marketing tot het aanbieden van de spelen in detailhandel en online wordt er voor gezorgd dat dit op een verantwoorde wijze gebeurt. Privacy van de spelers wordt maximaal beschermd.

Daarnaast wordt ingezet op preventie om te vermijden dat jongeren spelen of dat er sprake is van excessief spelgedrag bij volwassenen.

3. **De toekomst verzekeren:** de Nationale Loterij wil een aantrekkelijk en bereikbaar spelaanbod creëren dat verantwoord is om zodoende de groei te verzekeren op langere termijn.
4. **Maatschappelijk investeren:** de Nationale Loterij beoogt maatschappelijke return te maximaliseren. Dit betreft niet alleen een investeren via subsidies maar ook betrokkenheid van de eigen medewerkers, aandacht voor diversiteit, versterking van het lokaal maatschappelijk middenveld en een engagement om de eigen milieu-impact te verminderen.

Voor elk van deze clusters zijn er verschillende thema's die van belang zijn. Deze thema's worden in volgende figuur weergegeven volgens het belang voor de Nationale Loterij en de stakeholders (materialiteitsmatrix).



a	fraud protection and security
b	preventing crime and abuse
c	participation in external certification and standards
d	a secure and reliable game offering
e	consumer protection and privacy
f	prevention of underage play
g	prevention of excessive play
h	competent and responsible retail operations
i	responsible marketing
j	ensuring a responsible growth
k	responsible product development
l	an appealing game offering
m	availability of games
n	maximising revenues to good causes
o	employee engagement
p	diversity and inclusion
q	building local community support
r	reduction of environmental impact
s	supply change management

Betrokkenheid van de belanghebbenden

Deze oefening om te rapporteren over de Maatschappelijke Verantwoordelijkheid is niet denkbaar zonder de betrokkenheid van stakeholders. De Nationale Loterij heeft op geregelde tijdstippen omtrent haar visie op de maatschappelijke verantwoordelijkheid overleg met stakeholders die op directe hetzij indirecte wijze contacten hebben met de activiteiten van de Nationale Loterij.

De stakeholders zijn ingedeeld in volgende categorieën:

Categorieën	
De begunstigden van subsidies	Cavema – Stichting Auschwitz – Croix Rouge Wallonie Bruxelles – Rode Kruis Vlaanderen – Out of the Box - Fédération Wallonie - Bruxelles- Vlaamse Gemeenschap
Commerciële partners	Prodipress-VDP-Librairie
Consumenten bescherming	VAD-Werkgroep tegen gokverslaving – Le Pélican – Saint Luc – ULG – Kansspelcommissie
Toeleveranciers	GTech-Drukkerij Joos– Belgacom(Proximus) - Delaware
Media	Belga
Publieke en politieke overheden	De Kamer – Commissie van Financiën – Rekenhof – Kansspelcommissie – het Cabinet van de Minister van Begroting

De clusters inzake maatschappelijke verantwoordelijkheid werden gevalideerd door belanghebbenden tijdens 5 focus groep besprekingen in de lokalen van de Nationale Loterij georganiseerd tussen 16 en 20 maart 2015.

Alle stakeholders toonden zich erg ingenomen met de openheid en transparantie die de Nationale Loterij toont in haar aanpak van maatschappelijke verantwoordelijkheid. Zij erkenden ook de relevantie van de hierboven gedefinieerde domeinen (clusters) en achtten het niet nodig om het uit te breiden tot anderen. Zij hebben echter gewezen op het feit dat het grote publiek niet of verkeerd is geïnformeerd over het subsidiebeleid en de oproep voor projecten georganiseerd door de Nationale Loterij.

De stakeholders hebben de wens geuit dat de acties van de Nationale Loterij inzake subsidies valt binnen een langtermijnvisie in een perspectief van duurzaamheid door de oprichting van een permanente dialoog met de begunstigden en een sterkere transparantie inzake de toekenningscriteria voor subsidies. Er werd gesuggereerd dat dit kon leiden tot de oprichting van een platform voor uitwisseling tussen begunstigden en de Nationale Loterij, de lancering van een campagne om grote winnaars te begeleiden naar het financieren van goede doelen, het ontwikkelen van een milieu-handvest waar de begunstigden zouden op aansluiten als onderdeel van hun samenwerking met de Nationale Loterij.

De stakeholders waarschuwden de Nationale Loterij om de problematiek van gokverslaving enkel te beperken tot de thematiek van "bescherming van de consument". Ze bevolen de Nationale Loterij aan haar inspanningen voort te zetten om duurzame oplossingen te bieden voor preventie inzake het risico op gokverslaving. Dit door middel van bv de invoering van een elektronische ID-kaartlezer op onze ITVM verdeelautomaten met producten van de Nationale Loterij, de opvolging van aanbevelingen zoals geformuleerd door buitenlandse regelgeving autoriteiten (zoals ARJEL in Frankrijk) over de gevaren van online games, en door de toegang tot de resultaten van wetenschappelijk onderzoek naar de risico's van gokverslaving te bevorderen of nog op systematische wijze probleem spelers te registreren in de database van uitgesloten spelers (EPIS – Excluded Person Information system).

De langdurige relatie tussen de Nationale Loterij en haar leveranciers en verkoopers

zijn voor de stakeholders een toonbeeld van de duurzame inzet dat de Nationale Loterij wenst voort te zetten in de toekomst. De stakeholders hebben benadrukt om deze link te versterken, zeker op het vlak van verantwoord spelen, door maatregelen te nemen zoals een continue training van medewerkers van krantenwinkels net zoals wat wordt gedaan door de tabaksindustrie of het invoeren van speciale technische maatregelen om misbruik in verband met gokverslaving te voorkomen.

De unieke positie van de Nationale Loterij brengt met zich verplichtingen mee die de Nationale Loterij tot referentie maken voor alle andere spelers op de markt. Sommige stakeholders betreuren dat deze centrale positie, nu en voor de toekomst, niet beter in rekening is genomen in dit rapport. Ze hopen dat de Nationale Loterij de standaard is inzake de te nemen maatregelen om de grootte van de weddenschappen en verliezen van de spelers te beperken, maar ook dat de Nationale Loterij een voorbeeld is inzake verantwoorde reclame mits terughoudendheid van het te besteden reclamebudget en een matig gebruik van slogans.

Voor sommige stakeholders zou de Nationale Loterij nog aan transparantie kunnen winnen op het vlak van de betrokkenheid van de politiek bij haar management, bij de wijze hoe de politiek betrokken is bij de benoeming van bestuurders, bij de wijze waarop de regels van de Loterijen toegepast en nagevolgd worden, inzake de toegepaste controle methoden via mystery shopping voor het nakomen van haar verplichtingen met betrekking tot het spelverbod voor minderjarigen, bij de bekendmaking van de resultaten van wetenschappelijke studies over gokverslaving, ook inzake de impact van de spelen van de Nationale Loterij en de milieunormen die de Nationale Loterij toepast voor haar wagenpark. Sommigen stellen finaal voor een conferentie te organiseren met de verschillende stakeholders om de bevindingen van dit verslag voor te stellen.

DROMEN
IN ALLE
VERTROUWEN

DE ENGAGEMENTEN
VAN DE NATIONALE LOTERIJ

VERTROUWEN & VEILIGHEID

Spelen met de Nationale Loterij gebeurt in volledige transparantie, veiligheid en vertrouwen. De Nationale Loterij neemt alle noodzakelijke maatregelen om de integriteit, vertrouwelijkheid en beschikbaarheid van informatie te waarborgen.

De genomen maatregelen betreffen: de bescherming van gegevensbestanden, bescherming van tickets tegen diefstal en de bewaking van trekkingen, procedures voor het voorkomen van fraude bij de verkooppunten en bij uitbetaling van de winst.

Alle medewerkers van de Nationale Loterij hebben een gedragscode ondertekend waarmee zij instemmen met de richtlijnen van de Policy Corporate voor Kwaliteit, Veiligheid en Responsible Gaming. Elk jaar worden permanente vorming en workshops ter verdere sensibilisering van de medewerkers georganiseerd. De verkooppunten krijgen ook training waarbij het veiligheidsaspect uitvoerig aan bod komt.

Al deze initiatieven maken dat de Nationale Loterij haar spelers de garantie verleent dat ze veilig kunnen spelen en dat hun privacy wordt beschermd wanneer ze spelen en winnen.

De Nationale Loterij is in overeenstemming met de internationale normen zoals ISO 27001 inzake veiligheid van informatie en de normen van de WLA (World Lottery Association), die het onderwerp uitmaken van een jaarlijkse audit door een extern bedrijf.

MAATREGELEN TEGEN FRAUDE

- Het gebruik van moderatoren (plafonnering van de inzetten en winsten) voor online sportweddenschappen maakt misbruik om geld wit te wassen moeilijker

- In 2015 wordt de installatie in de verkooppunten van automatische controle apparaten voorzien die door spelers kunnen gebruikt worden om een eventuele winst (WinCheckers) te kennen.

In 2014 werden uit 293 "verdachte" dossiers na onderzoek 6 effectieve fraudegevallen vastgesteld bij de verkooppunten. In 3 gevallen heeft dit geleid tot het verbreken van het contract en voor de 3 andere werden aangepaste maatregelen genomen (onder bijzonder toezicht geplaatst, een bonus aftrek en verzoek om een medewerker te ontslaan). De Nationale Loterij heeft 5374 (31/12/2014) verkooppunten.

GENIETEN VAN 'T LEVEN **ZORGELOOS**

DE ENGAGEMENTEN
VAN DE NATIONALE LOTERIJ

BESCHERMING VAN DE CONSUMENT

Gaande van marketing tot het aanbieden van de spelen in detailhandel wordt er over de ganse keten voor gezorgd dat dit op een verantwoorde wijze gebeurt.

Controle en Preventie bij jongeren

De Nationale Loterij heeft de plicht om kansspelen door minderjarigen te voorkomen. Om deze missie te vervullen neemt en voorziet de Nationale Loterij allerlei maatregelen gericht op controle en preventie .

Een belangrijke controlemaatregel betreft willekeurige Mystery shopping* (anonieme aankoop onderzoeksmethode) campagnes bij de verkooppunten (detailhandel). In 2014 werden 1.599 controles (30% van de verkooppunten) uitgevoerd met een gemiddelde van 26,2% overtredingen.

distributiekanaal*	# controles	# overtredingen	%
Dagbladhandels	896	168	18,75 %
Algemene voeding	347	161	36,6 %
Tankstations	268	80	38,06 %

*het aantal controles in de andere distributiekanalen is te klein om er conclusies uit te trekken

Gezien dit hoog overtredingsniveau, worden er ook preventieve maatregelen genomen om verkooppunten te sensibiliseren. Deze preventiemaatregelen bestaan uit het verstrekken van een informatiepakket dat verkooppunten moet helpen om minderjarigen te ontmoedigen om te spelen.

Preventie van excessief spelgedrag

I. Preventiecampagne bij verkooppunten

In 2014 heeft de Nationale Loterij, zoals elk jaar, een sensibilisatiecampagne ontwikkeld over de gevaren van overmatig spelgedrag dat werd verdeeld via de verkooppunten. De brochure, geactualiseerd in 2014, en getiteld "Omdat spelen leuk moet blijven : ken uw limieten" biedt advies en informatie onder meer door middel van een oproep nummer 0800 35 777 (24/24 - 7 dagen / 7).

2. Online moderatoren

Vanaf 2010 heeft de Nationale Loterij moderatoren ingesteld voor de online activiteiten om zo de inzet van spelers te plafonneren. In het kader van haar kanalisatieplicht werden de plafonds in 2014 in lijn met de marktontwikkelingen bij sportweddenschappen aangepast. Te conservatieve limieten (plafonds voor inzet) zouden sommige spelers, en vooral zij die een risico hebben voor overmatig spelgedrag, mogelijks leiden naar concurrerende websites waar minder of geen controle is en waar de spellimieten hetzij zeer flexibel zijn, hetzij gewoon ontbreken.

3. Sensibilisering voor Verantwoord Spel

De sensibilisering voor Verantwoord Spel gebeurt naar de verkooppunten en het personeel van de Nationale Loterij, en is complementair met de informatie beschikbaar op de website.

Aanpassing van de plafonds voor inzet om rekening te houden met marktontwikkelingen

1° I betalingslimiet per week is standaard € 300 en kan op verzoek van de speler verhoogd worden tot 500 €

2° Het maximaal dagelijks verlies bedraagt standaard 100 € en kan op verzoek van de speler verhoogd worden tot 300 €

3° Betaling van winsten op rekening van de speler gebeurt tot een maximum van € 500, het overschot wordt gestort op de bankrekening

4° Het maximaal beschikbare saldo op de spelersrekening is € 500

Sensibilisering van de verkooppunten

Alle verkooppunten moeten met informatiemateriaal (bijvoorbeeld brochures, folders, affiches, enz.) worden bevoorraad om hen te sensibiliseren voor verantwoord spelgedrag en hen te vormen met betrekking tot de vragen die leven rond de spelproblematiek. Alvorens nieuwe verkooppunten de toestemming krijgen om producten te verkopen, moeten ze een opleiding over verantwoord spelgedrag volgen. In 2014 volgden 291 nieuwe verkooppunten een dergelijke opleiding. Exploitanten van verkooppunten krijgen daarenboven regelmatig informatie in verband met Verantwoord Spel, hetzij via hun verantwoordelijke commerciele manager, of de Lo News of Lo Contact nieuwsbrieven.

Sensibilisering van het personeel

Het Verantwoord Spel en de kwaliteitsbewaking (Quality Assurance of QAS) zijn twee essentiële elementen voor elke werknemer van de Nationale Loterij:

- Elke nieuwe werknemer ontvangt, na zijn/haar intreden, een training over verantwoord spel, kwaliteit en veiligheid van de Nationale Loterij
- Het boekje "Quality, Safety en Responsible Gaming" wordt overhandigd door de kwaliteitsmanager
- Alle medewerkers nemen deel aan een jaarlijkse sessie ter opfrissing van de kennis inzake beleid Verantwoord Spel van de Nationale Loterij

Deelname aan deze sessie en de effectief aangetoonde kennis zijn twee parameters die mee opgenomen zijn in de berekening van de collectieve bonus. In 2014, werd dit deel van de collectieve bonus niet toegewezen, gezien het deelname percentage lager was dan de vooropgestelde 85%.

Verantwoorde Marketing

De Nationale Loterij heeft een Code voor ethische en verantwoorde reclame ((http://bit.ly/1F3psd2)) uitgewerkt die regelmatig wordt verbeterd. Deze Code vormt een referentiekader voor de ontwikkeling van reclamecampagnes en activiteiten ter bevordering van de verkoop van de loterijspelen en voldoet aan de WLA-richtlijnen ter zake. Met de code wordt in het bijzonder verzekerd dat reclame en marketing de kans op winst als een loutere kwestie van toeval voorstellen, de winstkansen correct voorstellen en niet vermelden of de indruk wekken dat spelen een alternatief voor werken is of een manier om uit financiële moeilijkheden te geraken.

De Nationale Loterij zal geen spelen ontwikkelen of op de markt brengen die rechtstreeks op minderjarigen gericht zijn en waakt er ook over dat ze in haar reclame geen minderjarigen toont die met de praktijk van kansspelen worden geassocieerd. Daartoe onthoudt ze zich ervan haar spelen te promoten door reclameruimte aan te kopen in pers-, televisie- of radiomedia die specifiek op kinderen of adolescenten gericht zijn.

Parameters	Doel	Resultaten - 2013	Resultaten - 2014
Kennis toets	90%	92.4%	93%
Deelname	85%	87.87%	81.55%

NIEUWE HORIZONTEN
TEGEMOET **SPANNEND**

DE ENGAGEMENTEN
VAN DE NATIONALE LOTERIJ

DE TOEKOMST VERZEKEREN

De Nationale Loterij moet in een sterk wijzigende kansspelomgeving een aantrekkelijk en toegankelijk spelaanbod creëren dat verantwoord is. Dit moet toelaten om voldoende economische groei te verzekeren en voldoende stabiliteit aan het bedrijf te geven opdat voldaan kan worden aan haar kanalisatieplicht op langere termijn.

Een duurzame groei verzekeren

Het marktaandeel van de Nationale Loterij in 2014 werd geraamd op 66 %. Dit wordt geëvalueerd via een jaarlijks bestedingsonderzoek. Het spelaanbod van de Nationale Loterij krijgt te maken met een alsmaar toenemende concurrentie die bovendien een jonger doelpubliek bereikt. Daarnaast ondervindt het traditioneel verkoopnetwerk (krantenwinkels) van de Nationale Loterij de gevolgen van een dalende verkoop van de geschreven pers (ten gevolge van de snel oprukkende digitalisering en groeiend aantal abonnementen) en van de tabaksproducten.

Niettegenstaande dit alles vertegenwoordigt het traditioneel netwerk circa 92 % van het omzetcijfer van de Nationale Loterij. Het fysieke verkoopnetwerk blijft aldus de belangrijkste pijler van de Nationale Loterij. Tegelijkertijd kan worden vastgesteld dat het aandeel van het omzetcijfer dat wordt gerealiseerd via het internet en andere digitale kanalen (mobiel) blijft toenemen. Om dit alles het hoofd te bieden wil de Nationale Loterij nieuwe klanten en segmenten aanboren, haar aanwezigheid in retail (detailhandel) verder uitbouwen, de digitalisering onverminderd opvoeren en nieuwe, aantrekkelijke producten aanbieden. Daartoe inspireert men zich ook op de internationaal geldende "Best Practices" en op de permanente

contacten met de gespecialiseerde Europese partners uit de loterijsector.

In het kader van het zich voortdurend verzekeren van haar positief imago worden regelmatig tevredenheidsonderzoeken en studies naar de reputatie van de Nationale Loterij uitgevoerd. De reputatiescore is van 61,7% (2012) gestegen naar 67,3% (2014). De Nationale Loterij behaalde hiermee de 18de plaats in 2014 volgens Reptrack *(http://bit.ly/1E69NYI) .

Ontwikkeling Verantwoord Spel

De Nationale Loterij heeft een integraal "verantwoord-spel"-programma uitgebouwd, met aandacht voor wetenschappelijk onderzoek, medische behandeling, opleiding en het informeren van zo veel mogelijk betrokken partijen: de spelers, de verkooppunten, het personeel van de Nationale Loterij, enz. Dat globale beleid wordt ter goedkeuring voorgelegd aan het Verantwoord-Spelcomité en voortdurend bijgewerkt, teneinde zowel de evolutie van de hele speelsector als van bepaalde spelverslavingsverschijnselen op de voet te kunnen volgen en zodoende de gepaste initiatieven te kunnen nemen.

Elk nieuw spel ontwikkeld binnen de Nationale Loterij wordt eerst getest met behulp van de GAM GaDR software. Deze software maakt het mogelijk om het gevaar op verslaving van een spel gebaseerd op criteria zoals de looptijd tussen de aankoop en de uitkomst van het spel; de hoogte van het bedrag van de jackpot; de illusie van controle van het spel; intentie of indruk gegeven van de kans op het winnen, gemakkelijkheid van toegang tot het spel te beoordelen.

De nieuwe spelen zijn ook onderworpen aan het Verantwoord Spel Comité. Dit Comité heeft 3 maal vergaderd in 2014.

Dit Comité bestaat enerzijds uit medewerkers van de Nationale Loterij en anderzijds klinische experten inzake verslaving.

Het Comité beoordeelt nieuwe spelen van de Nationale Loterij en formuleert adviezen. In 2014 werden 13 aanpassingen aan bestaande spelen (spelen) en/of nieuwe spelen geëvalueerd. Hiervan kregen er 11 groen (in orde) en 2 oranje licht(waarschuwing).

Voorts heeft de Nationale Loterij wetenschappelijk onderzoek over gokverslaving gefinancierd in 2014 voor een bedrag van € 500 000. Een oproep werd gelanceerd in 2014, waaraan 10 kandidaten hebben deelgenomen en 5 werden geselecteerd.

	Validatie		
Spel	Groen	Oranje	Rood**
Super Lotto	3		
Instant producten	8		
e-games*		2	

* Omdat deze spelen uitsluitend op het internet beschikbaar zijn dragen ze een hogere mate van risico met zich mee
** spelen die in deze categorie vallen moeten worden herzien om te worden gelanceerd

Organisatie	Inhoud
UCL	beter inzicht verkrijgen in de rol van impulsiviteit in de ontwikkeling, het aanhouden en hervallen in gokverslaving en hoe interventietechnieken ontwikkelen
Centre de Référence en Santé Mentale (CRESAM)	Verduidelijken van de nieuwe uitdagingen en de nieuwe te ontwikkelen houdingen zowel curatief als preventief tot het pathologisch spel en vooral met betrekking tot jonge mensen die gebruik maken van internet en kansspel applicaties voor tablets en smartphones
ULB	Studie van de prevalentie van spel gedrag bij adolescenten van 13 tot 18 jaar en het opzetten van een sensibilisatie programma ter preventie van kansspel bij jongeren
Universiteit van Antwerpen (UA)	Ontwikkeling (ontwerp, uitvoering en evaluatie) van een online trainingsprogramma, aangeboden als een zelfhulpapplicatie of geïntegreerd in een bestaande behandeling, voor de behandeling van mensen met een gokverslaving.
ULB	bestuderen van de klinische effecten van cognitieve training op de besluitvorming van gokverslaafden - wijziging van besluitvorming bij probleemspelers in de zin van een vermindering van de risicobereidheid en de zin voor directheid

Voor de 2015-2016 oproep voor projecten, is het doel van het onderzoek en studies de kennis van de Nationale Loterij in specifieke gebieden die verband houden met gokverslaving te versterken (niet-beperkende voorbeelden zijn: gebruik van smartphones of het gedrag van sportweddenschap spelers). De resultaten kunnen worden geïntegreerd in de ontwikkelingsstrategie, verkoop en communicatie van producten van de Nationale Loterij.

Wanneer de Nationale Loterij een nieuwe loterij, weddenschap, wedstrijd of een nieuw kansspel wil organiseren, moeten de volgende stappen worden doorlopen:

1) een opportuniteitsanalyse die het nieuwe speltype analyseert op grond van de bedrijfsmissie van de Nationale Loterij en de evolutie van de markt op het vlak van de gebruikers, de distributie en de concurrentie. Deze analyse bevat onder meer een kwalitatieve en kwantitatieve studie van de gebruikers, een studie van het verkooppotentieel en de eventuele kannibalisatie van de andere producten uit de portefeuille van de Nationale Loterij;

2) een gokeffecten rapport over het spel dat wordt opgemaakt door het Comité Verantwoord Spel en inschat welke gevolgen het nieuwe product op het spelgedrag heeft. Dit rapport kan eventueel ook bepaalde begeleidingsmaatregelen inhouden;

3) financiële prognoses over de nodige investeringen voor de lancering van het nieuwe product, de kosten van de geplande marketingcampagnes en de verwachtingen inzake verkoop. ;

4) als het nieuwe product een kansspel is moet ook het voorafgaand advies van de Kansspelcommissie worden toegevoegd;

5) een voorstel van Koninklijk Besluit.

Aanbod van aantrekkelijke spelen

De Nationale Loterij onderwerpt haar productstrategie ten minste eenmaal per jaar aan een grondig onderzoek en past haar productenportefeuille aan de voorkeuren van de gebruikers en aan de nieuwe tendensen en mogelijkheden aan, om te voldoen aan de eisen die volgen uit haar plicht om de spelbehoeften naar zich toe te kanaliseren en de eisen op het vlak van verantwoord spelgedrag na te leven.

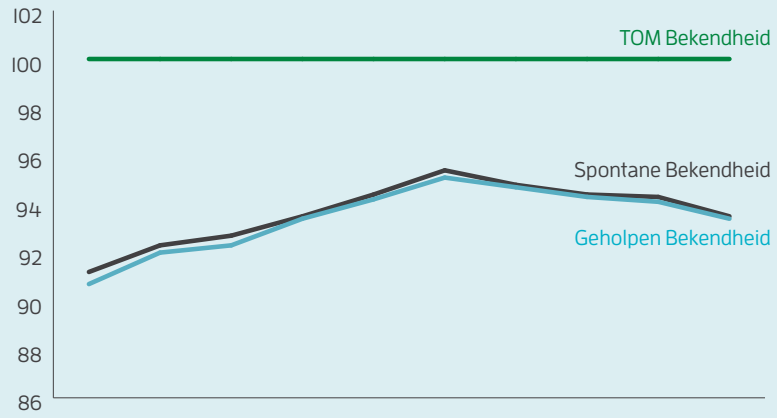
De naambekendheid van de producten wordt sinds 2005 opgevolgd middels een continue evaluatie van de prestaties van de spelen en de gevoerde communicatie. Onderstaand wordt de evolutie van de naambekendheid van de producten weergegeven. Er wordt hierbij een onderscheid gemaakt naargelang het gaat om de zogenaamde "top of mind" (TOM bekendheid - aantal mensen die spontaan een merk vermelden), spontane bekendheid (een merk als verwijzend naar een dienst of product categorie) of geholpen bekendheid (op basis van een lijst).

Beschikbaarheid van spelen

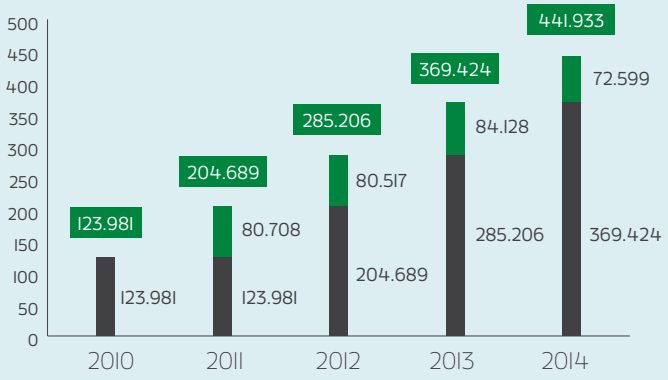
De Nationale Loterij verbindt zich ertoe het hele jaar door haar taken van openbare dienst aan te bieden op het volledige Belgische grondgebied aan alle Rijksinwoners binnen een redelijke geografische straal en conform de afgekondigde spelregels, en wendt hiervoor de recentste technologische middelen aan.

De Nationale Loterij stelt een aangepast aanbod van de verschillende producten van de Nationale Loterij ter beschikking en verzekert de dichtheid van het netwerk van verkooppunten. Eind 2014 waren er 5.374 verkooppunten. Dit leidt tot een dichtheid van het netwerk van 1,6 verkooppunten per 1.000 potentiële meerderjarige spelers.

Op 31/12/2014 waren er 441.933 online speelrekeningen waarvan 41% "actief" (=light, medium of heavy), 44% "sleeping" en 16% nog nooit had gespeeld. In 2014 speelden sinds de lancering van mobile (25/8/2014) reeds 55.028 spelers minstens eenmaal via mobiel (smartphone of tablet).



	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
TOM Bekendheid	90,7	92	92,3	93,4	94,2	95,1	94,7	94,3	94,1	93,4
Spontane Bekendheid	91,2	92,3	92,7	93,5	94,4	95,4	94,8	94,4	94,3	93,5
Geholpen Bekendheid	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100



	Per jaar	Cumulatief
2010		123.981
2011	80.708	204.689
2012	80.517	285.206
2013	84.128	369.424
2014	72.599	441.933

GENIETEN VAN ELK MOMENT
INTENS

DE ENGAGEMENTEN
VAN DE NATIONALE LOTERIJ

INVESTEREN IN EEN BETERE MAATSCHAPPIJ

De Nationale Loterij wil maatschappelijke return maximaliseren. Dit betreft niet alleen een investeren via subsidies maar ook betrokkenheid van de eigen medewerkers, aandacht voor diversiteit, versterking van het lokaal maatschappelijk middenveld en een engagement om de eigen milieu-impact te verminderen.

Maximaliseren van subsidies voor goede doelen

De Nationale Loterij is een belangrijke mecenas – zelfs de grootste van het land. Ieder jaar opnieuw verdeelt zij een aanzienlijk deel van haar winst om organisaties en activiteiten te subsidiëren uit de meest diverse sectoren: humanitaire projecten, sociale activiteiten, sportmanifestaties, culturele evenementen, wetenschappelijk onderzoek en projecten ter bevordering van het nationaal prestige. Of het nu gaat om kleine, middelgrote of grote projecten, de uitgekeerde subsidies passen keer op keer in het kader van het algemene welzijn van de bevolking. De verenigingen die zo een financieel duwtje in de rug krijgen, zijn talrijk én over het hele land verspreid.

In 2014 heeft de Nationale Loterij op die manier meer dan € 217.000.000 kunnen bijdragen aan de maatschappij via subsidies 205Mio € (verankerd in onze missie) en sponsoring 12Mio€.

In overeenstemming met de wet van 19 april 2002 tot rationalisering van de werking en het beheer van de Nationale Loterij, wordt

het subsidieverdelingsplan van de Nationale Loterij ieder jaar in de vorm van een koninklijk besluit vastgelegd. Onderstaande tabel geeft een overzicht van monopolierente en subsidies.

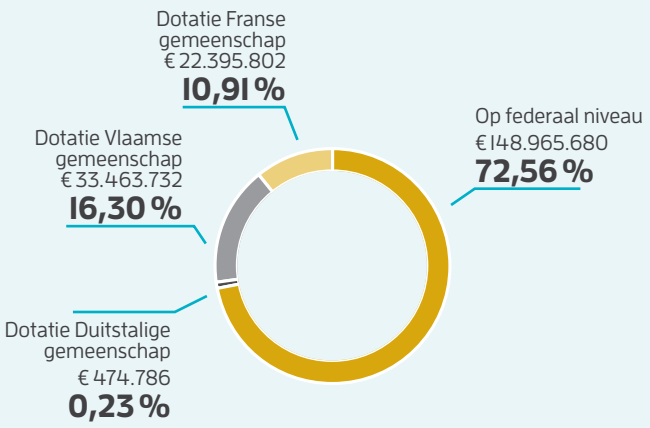
72,56% van het totaal subsidiebudget wordt toegekend op federaal niveau. 27,44% wordt overgedragen aan de Gemeenschappen.

Binnen het federale budget worden organisaties en projecten gesteund via 6 verschillende domeinen. Begunstigden betreffen ondermeer de Belgische Ontwikkelingssamenwerking (DGOS), Child Focus, het Rampenfonds, het Paleis voor Schone Kunsten (Bozar) en het Belgisch Olympisch en Interfederaal Comité.

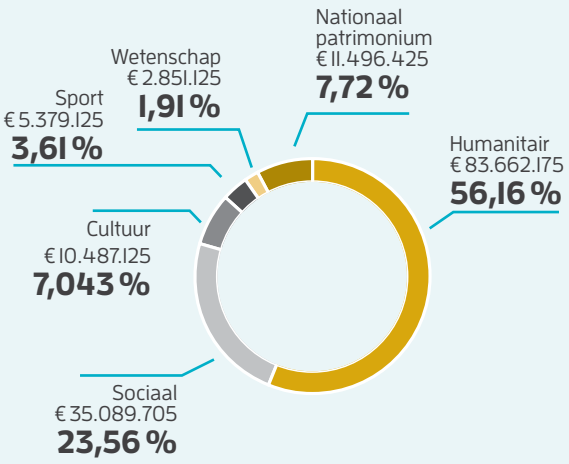
	2012	2013	2014
Monopolierente aan de Staat*	€ 135.000.000	€ 146.265.000	€ 135.000.000
Totaal bedrag subsidies	€ 225.300.000	€ 214.035.000	€ 205 300 000

*monopolierente is het bedrag dat de Nationale Loterij ieder jaar aan de Staat betaald gezien het als enige instelling de opdracht heeft om publieke loterijen te organiseren.

VERDELING VAN HET SUBSIDIEBUDGET 2014



VERDELING VAN HET FEDERALE BUDGET 2014 VOLGENS SECTOR € 148.965.680



Projectoproepen

Binnen de dienst subsidies werden drie projectoproepen gelanceerd : Armoede en sociale inclusie, Millenniumdoelstellingen (gelanceerd in 2006), en Duurzame Ontwikkeling (gelanceerd in 2012). Onderstaande tabellen tonen enerzijds de bedragen van projectoproepen gelanceerd in 2013 en onderzocht in 2014, en anderzijds het aantal ingediende dossiers en laureaten.

	2012	2013	2014
Projectoproep "armoede en sociale inclusie"	€ 2.537.000	€ 2.410.000	€ 2.410.000
Projectoproep "Millenniumdoelstellingen"	€ 1.000.000	€ 950.000	€ 950.000
Projectoproep "Duurzame Ontwikkeling"	€ 2.000.000	€ 1.900.000	€ 1.900.000

Projectoproep	# Aanvragen	# Laureaten	Voorbeeld
"armoede en sociale inclusie"	391	41	Médecins du Monde Creatie van een elektronisch medisch dossier voor plaatsen van raadplegingen van Médecins du Monde
"Millenniumdoelstellingen"	142	42	
"Duurzame Ontwikkeling"	125	44	De Wroeter Belevingslandbouw geeft het platteland en zijn producten terug een gezicht. Duurzame ontwikkeling en sociale tewerkstelling gaan hand in hand.

Alles is mogelijk...dankzij u!

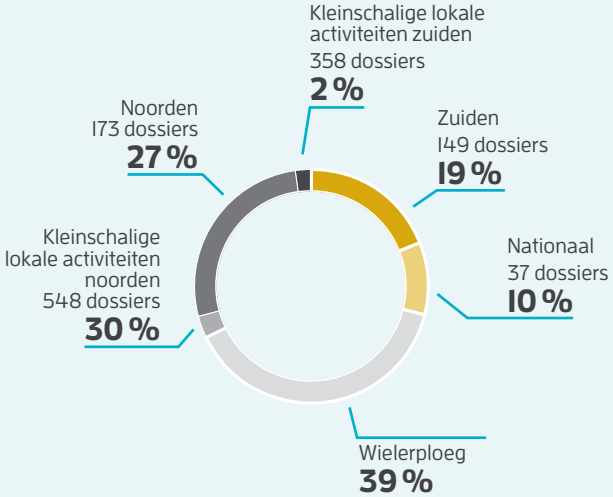
Met de campagne "Alles is mogelijk....Dankzij u", die gelanceerd werd in maart 2014, wil de Nationale Loterij het grote publiek op een heel concrete manier duidelijk maken dat je door deel te nemen aan de spelen van de Nationale Loterij, ook meebouwt aan een betere toekomst voor iedereen. Zelfs als u als speler niet wint bij het spel, wordt uw geld nuttig besteed. Vaak ook aan projecten dichtbij u in de buurt. De nieuwe campagne, waarvan u hiernaast 2 voorbeelden vindt, geeft duidelijk de link weer tussen onze spelers en de mecenasrol van de Nationale Loterij.

Sponsoring

Sponsoring bouwt bruggen tussen de spelers en de merken van de Nationale Loterij, via de communicatie rond evenementen en via acties op het terrein. Sponsoring bezorgt de bezoekers van een evenement een onvergetelijke ervaring. Zo versterken we het imago van de Nationale Loterij en onze merken.

In 2014 werden 2.500 dossiers behandeld en 1.251 evenementen werden gesteund voor een totaal bedrag van 17 miljoen euro.

De sponsoring strategie en de verdeling van de bijhorende budgeten worden voorgesteld door de Sponsoring afdeling en goedgekeurd door de Directie Comité, rekening houdende met de marketing strategie, de ROI op de branding en de visibiliteit van de business.



Sponsoring dossiers maken deel uit van een lokale en duurzame aanpak en hebben betrekking op volgende domeinen:

- **Sport:** Lotto 6 Daagse van Gent, Lotto DHI (Down Hill met mountain bike), Ethias Trophy,...
- **Special Events:** Bruxelles les bains,

Parades de Noël, Zomeraperitief, ...

- **Cultuur :** Dour Festival, Rock Werchter, Les Ardentes, Pukkelpop, ...
- **Nationaal :** Plaisirs d'hiver, Rode Duivels, SCOOORE League, ...
- **Sociaal :** Viva For Life, Cap 48, ...
- **Proximity :** Familieplantdag, Tour van België Tandem voor blinden en slechtzienden, ...

Aantal en Betrokkenheid van medewerkers

Het aantal medewerkers bedraagt 420 bij de Nationale Loterij. Dit is met 6,5% gestegen ten opzichte van 2012 (392 medewerkers).

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Mannen	192	199	201	210	209	215
Vrouwen	189	194	199	211	223	222
Werknemers	381	393	400	421	432	437
Ingetreden	19	24	27	33	36	39
Werknemers VTE (gemiddeld)			381	392	406	420
Uitgetreden	11	12	20	12	25	34
Aantal gevolgde opleidingsuren	4.856	3.699	3.169	2.212	13.137	9.005

Om de overdracht van alle opgebouwde kennis te waarborgen en om de toekomstige werknemers in staat te stellen hiervan gebruik te maken, is het belangrijk om een hulpmiddel te ontwikkelen die toelaat hierop te anticiperen. Deze tool moet teamleiders in staat stellen om op het vertrek van een werknemer adequaat te anticiperen om op die manier de overdracht van kennis in een zo vroeg mogelijk stadium te waarborgen.

In 2014 heeft de Nationale Loterij een aantal initiatieven gelanceerd om de betrokkenheid met het te versterken via evaluatie, communicatie en ondersteuning.

Evaluatie	Eva	In januari 2014 werd de evaluatie cyclus van de medewerkers geïntegreerd in SAP. Tot oktober 2014 werd de feedback enkel gedaan via verantwoordelijke naar medewerker.
	Upward feedback	Eind 2014 werden de feedback mogelijkheden uitgebreid door de Upward Feedback, van medewerker naar verantwoordelijke
Communicatie	Lonalo Apero	Gelanceerd op 8 mei 2014, de Lonalo-aperitief is een infosessie voor de medewerkers die plaatsvindt tijdens de lunchpauze in een vriendelijke sfeer en gewijd is aan een reeks van thema's die verband houden met het leven bij de Nationale Loterij. Elke medewerker kan deelnemen op vrijwillige basis en deelnemen aan de discussies
Ondersteuning	Peterschap programma	Het peterschap programma werd gelanceerd in juni 2014 en verbindt op vrijwillige basis ervaren medewerkers en nieuwe medewerkers om de samenwerking met andere collega's en de integratie in het team gedurende de eerste dagen, weken, maanden te vergemakkelijken. Peters/meters hebben een adequate opleiding gevolgd om dit op te nemen. Eind 2014, werden alle nieuwe medewerkers begeleid door één van de 13 peters/meters.
	Lonalo Intro	Vanaf 20 oktober 2014 werd het Lonalo Intro programma ingevoerd om nieuwkomers te verwelkomen tijdens een briefing over het bedrijf gegeven door het HRM-team. Bij deze gelegenheid worden ze verwelkomd door de CEO en de leden van het directiecomité. De doelstelling is om de integratie van nieuwe medewerkers te vergemakkelijken.

Great Place To Work

De Nationale Loterij is in 2014 gestart met het in kaart brengen van de perceptie van het personeel over de "fit" tussen organisatie en medewerker. Deze oefening heeft tot doel de aanzet te geven tot een aantal verbeteringstrajecten. Hierbij leggen we de klemtoon op het meten van het engagement van de medewerkers. Via een web-based vragenlijst hebben we via onze partner Vlerick Business School onze medewerkers bevraagd op hun actief engagement , waarbij we terzelfdertijd ook zullen deelnemen aan de competitie van "Best Workplaces 2015" in België.

Uit de enquête bleek dat ruim 65% van de ondervraagden de Nationale Loterij een goede organisatie vond om voor te werken. Als sterk punt kwam de trots naar voor: trots op de eigen job, op de realisaties van het team en op het bedrijfsimago. De werkpunten situeren zich op een 4-talvlakken: de nood aan erkenning en waardering, aan geloofwaardigheid van het management, aan kameraadschap en aan onpartijdige behandeling. Voor elk van deze domeinen worden nu actiepunten ontwikkeld die gericht zijn op het verbeteren van het werkklimaat en het verhogen van het goed gevoel (vermindering psycho-sociale klachten en stress) zodat het engagement van alle medewerkers erop vooruit gaat. Het specifieke actieplan zal vanaf het najaar 2015 worden uitgerold.

Diversiteit

De Nationale Loterij plaatst ook het menselijke in het centrum van zijn aandacht. De Nationale Loterij stelt zich het duurzaam beheer van de mens (HR) als doel. Hiertoe heeft de Nationale Loterij natuurlijkerwijs besloten ook een diversiteitplan te lanceren. Sterker nog, in het beeld van de multiculturele externe omgeving, wil de Nationale Loterij eenzelfde rijkdom (diversiteit) in zijn teams terug vinden. De wens om een diversiteitsplan te introduceren resoneerde in het begin meer met de diversiteit inzake leeftijd gezien de omgekeerde leeftijd piramide leeftijd waarmee de Nationale Loterij op dit moment wordt geconfronteerd.

Welzijn op het werk

De Nationale Loterij engageert zich tot goed beheer van psychosociale risico's. Om psychosociale risico's op de werkplek te voorkomen organiseerde de Nationale Loterij in juni 2014 een conferentie voor haar medewerkers over de volgende onderwerpen:

- Zorg goed voor jezelf ter preventie van burn-out
- Wees bewust en respectvol voor anderen om situaties van intolerantie (discriminatie) en pesterijen te voorkomen

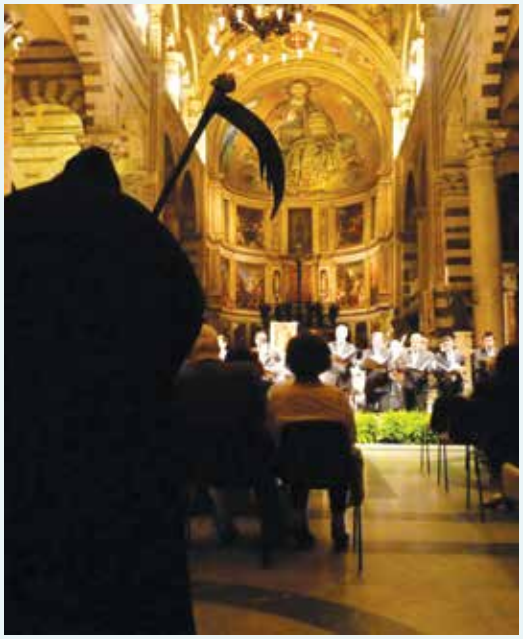
Flexwork

De Nationale Loterij is gestart met een pilootproject «Flexwerk» om een beter evenwicht privé- en beroepsleven te bevorderen. Dit pilootproject wordt opgevolgd door een werkgroep die paritair en representatief is samengesteld (personeelsvertegenwoordiging en delegatie van de werkgever). Na deze ervaring, zal een charter van goed gedrag opgesteld worden alsook een document voor elke medewerker die flexibel wil werken in de toekomst.

Beheer van de logistieke keten

Als nv van publiek recht is de Nationale Loterij verplicht de wetgeving overheidsopdrachten na te leven voor haar aankopen. Om sturing te geven aan het aankoopgebeuren werd een aankoopbeleid opgesteld. Dit beleid is beschikbaar voor alle medewerkers en is van toepassing op iedereen die direct of indirect met een aankoop betrokken is.

Naast de afbakening van rollen en verantwoordelijkheden behandelt het aankoopbeleid ook het ethisch kader waarbinnen de medewerkers dienen te werken. Centraal staan de waarden integriteit, transparantie, zorgvuldigheid en zakelijkheid. Van alle medewerkers die rechtstreeks betrokken zijn bij aanbestedingen wordt verwacht dat ze een verklaring ondertekenen dat ze niet in een situatie van belangenconflict verkeren. Bij haar overheidsopdrachten wordt bovendien expliciet gesteld dat potentiële partners zich dienen te onthouden van giften en uitnodigingen aan de werknemers van de Nationale Loterij. Vanuit haar wettelijke verplichtingen, stelt de



Nationale Loterij bovendien dat samenwerking enkel mogelijk is met betrouwbare partners die voldoen aan al hun fiscale en sociale verplichtingen. Standaard wordt dit gecontroleerd bij elk contracting proces.

Tot slot stelt het aankoopbeleid dat – waar mogelijk – maximaal dient rekening gehouden te worden met maatschappelijk verantwoord ondernemen, duurzaam inkopen en sociale return. Medewerkers dienen bij de opstart van een aankoopprocedure deze mogelijkheden af te wegen en te gebruiken.

- Leveranciers van publicitaire gadgets wordt gevraagd een (ethische) gedragscode te ondertekenen
- In bepaalde dossiers wordt een tewerkstellingsclausule opgenomen waarbij langdurig werklozen aangeworven dienen te worden indien een opdracht gegund wordt
- Waar mogelijk worden bepaalde taken uitbesteed aan een beschutte werkplaats (vb mailings)
- Waar mogelijk worden ecologische criteria gehanteerd voor de gunning van de opdracht (voorbeelden: onderhoudsdiensten, wagenpark, schoonmaakdiensten, energievoorziening)

Milieu

De Nationale Loterij tracht bij haar aankopen maximaal rekening te houden met haar ecologische impact.:

- Voor elektriciteit wordt uitsluitend gewerkt met 100% groene stroom. Dit werd in het verleden gecombineerd met bewustmakingscampagnes die moesten leiden tot een daling van het verbruik.
- Schoonmaakproducten moeten een ecolabel hebben, over een doseersysteem beschikken en eigenschappen hebben die leiden tot minder waterverbruik
- Voor haar wagenpark houdt de Nationale Loterij bij het toekennen van contracten met ecologische criteria als ecoscore en CO2. Bovendien worden in de car policy drempels vastgelegd op gebied van uitstoot en minimale ecoscore. De gemiddelde CO2 uitstoot daalde van 135,68 (midden 2012) tot 120 (einde 2014). Deze trend zal zich verder doorzetten in de toekomst
- Voor bepaalde uitbestede drukwerken (affiches) wordt gewerkt met FSC gecertificeerd papier. Het gebruikte print- en kopieerpapier heeft het EU Ecolabel en is PEFC gecertificeerd.

GRI-INHOUDSINDEX: IDENTIFICATIE VAN DE GERAPPORTEERDE GLOBAL REPORTING INITIATIVE PARAMETERS

		Rapportering-status	Bladzijden/Toelichting
Strategie en Analyse			
G4-1	Verklaring van CEO	Volledig	Voorwoord pagina 3
G4-2	Belangrijkste impact, risico's en opportuniteiten	Volledig	Zie jaarrekening
Profiel van de organisatie			
G4-3	Naam van de organisatie	Volledig	Nationale Loterij NV.
G4-4	Voornaamste producten en/of diensten	Volledig	Trekkingsproducten (Lotto,euromillions,pick3,keno) en krasbiljeten (winforlife, etc)
G4-6	Land waar de organisatie is gevestigd	Volledig	De Nationale Loterij is gevestigd in België (Hoofdzakelijk te Brussel)
G4-7	Eigendomsstructuur en rechtsvorm	Volledig	Naamloze Vennootschap van Publiek Recht
G4-8	Markten	Volledig	De Nationale Loterij in het kort – pagina 5 Context – pagina 6
G4-9	Bedrijfsomvang	Volledig	Zie jaarrekening
G4-13	Significante wijzigingen van de omvang, de structuur van de eigendom tijdens de rapporteringsperiode	Volledig	Zie jaarrekening
G4-14	Toelichting over de toepassing van het voorzorgsprincipe	Volledig	Vertrouwen & Veiligheid– pagina 11
G4-15	Extern ontwikkelde economische, milieu gerelateerde en sociale handvesten, principes of andere initiatieven die de organisatie onderschrijft	Volledig	Vertrouwen & Veiligheid– pagina 11
G4-16	Lidmaatschap van verenigingen of van belangenorganisaties	Volledig	Maatschappelijke Verantwoordelijkheid – pagina 7
Dialoog met de stakeholders			
G4-24	Lijst van de stakeholders	Volledig	Betrokkenheid van de stakeholders - pagina 9
G4-25	Basis voor identificatie en selectie van de stakeholders	Volledig	Betrokkenheid van de stakeholders - pagina 9
G4-26	Hoe de dialoog met de stakeholders aanpakken	Volledig	Betrokkenheid van de stakeholders - pagina 9
Verslag parameters			
G4-28	Verslagperiode	Volledig	01/01/2014 tot 31/12/2014
G4-29	Datum van het meest recente verslag	Volledig	Eerste MVO Rapport
G4-30	Verslaggeving cyclus	Volledig	Tweejaarlijks
G4-31	Contactpersoon	Volledig	Zie jaarverslag
G4-33	Validatie van het verslag door externe personen	Volledig	Geen externe validatie alleen voor jaarrekening
Bestuur			
G4-34	Bestuursstructuur	Volledig	Zie jaarverslag
Ethiek en integriteit			
G4-56	Gedragscode	Volledig	De Nationale Loterij past toe de Code voor ethische en verantwoorde reclame, zowel de regels van European Lotteries en World Lotteries Association

	Prestatie-indicatoren			eenheid
G4-EC1	Directe economische waarde	Volledig	De Nationale Loterij stort +/- 340 miljoen euro terug aan de maatschappij in de vorm van subsidies, monopolierente en sponsoring	€
G4-EC7	Ontwikkeling en impact van de investeringen t.o.v. infrastructuren en diensten	Onvolledig	De begunstigden van de subsidies stellen sommige van hun infrastructuren ter beschikking aan de Loterij en omgekeerd.	/
G4-EC8	Onrechtstreekse economische impact		De financiering van de door de Nationale Loterij ondersteunde projecten in verband met de thema's armoedebestrijding, duurzame ontwikkeling en Millenniumdoelstellingen heeft een belangrijk hefboomeffect dat niet onmiddellijk kwantificeerbaar is	€
G4-EN3	Direct energieverbruik	Volledig	Het energieverbruik van de Nationale Loterij in 2014 was 2.750.113 KwH	KWh
G4-EN6	Efficiënt energieverbruik	Volledig	Verschillende initiatieven om energieverbruik te verlagen zijn genomen bv. Dikke-truiendag. 100% energieverbruik wordt groene stroom	/
G4-EN15	Rechtstreekse emissies	Onvolledig	-	/
G4-EN15	Onrechtstreekse emissies	Onvolledig	-	/
G4-EN19	Initiatieven om CO2-uitstoot te verlagen	Onvolledig	Gemiddelde CO^2-uitstoot per bedrijfswagen is met 12% verlaagd sinds 2012	%
G4-LA1	Personeelsrotatie	Volledig	Personeelsverloop is 8% in 2014 (+3% t.o.v. 2012)	%
G4-LA2	Sociale voordelen per vestiging	Onvolledig	Alleen werknemers met een werkcontract van langer dan 6 maanden genieten sociale voordelen (groepsverzekering, eindejaarspremie, bonus). De sociale voordelen voor halftijdse werknemers zijn evenredig. De werknemers van de hoofdzetel en die van de regionale kantoren genieten dezelfde voordelen.	/
G4-LA9	Vorming	Volledig	Vormingskosten 2014 : 583.529,62€ (daling van 32% t.o.v. 2013)	€
G4-LA10	Einde van de loopbaan	Volledig	4 werknemers kregen in 2014 outplacement aangeboden	/
G4-LA12	Bestuursstructuur en representativiteit	Volledig	Zie jaarrekening	/
G4-LA14	Evaluatie van strategische leveranciers t.o.v. tewerkstelling	Volledig	De Nationale Loterij laat haar leveranciers een ethische gedragscode ondertekenen	/
G4-HR3	Discriminatieklachten	Volledig	Geen	#
G4-SO3	Evaluatie van de risico's m.b.t. corruptie en belangrijke geïdentificeerde risico's	Volledig	Alle speltransacties zijn het voorwerp van specifieke monitoring d.m.v. computerprogramma's die afwijkingen opsporen. Aanvullende analyses werden uitgevoerd om de oorzaken van deze incidenten en, indien nodig, fraude te identificeren.	/
G4-SO4	Vorming strijd tegen fraude en corruptie	Volledig	Zie Sensibilisering van het personeel – pagina 13 291 verkooppunten hebben deelgenomen aan een training vóór het opstarten van hun activiteiten. In 2014 zijn 13 artikels m.b.t. veiligheid gepubliceerd in nieuwsbrieven gericht naar de verkooppunten	%
G4-SO9	Evaluatie van nieuwe leveranciers t.o.v. maatschappelijke aspecten	Niets	NVT	/
G4-PR1	Impact op gezondheid en veiligheid	Volledig	100% van de Nationale Loterij producten zijn door GamGuard gekeurd en komen voor het Comité Verantwoord Spel voor een risicotoetsing	%
G4-PR6	Verkoop van onwettelijke producten	Volledig	100% van de verkochte producten zijn wettelijk	%
G4-PR7	Inbreuk op de marketing-gedragscodes	Volledig	De Nationale Loterij is lid van de UBA (Unie van Belgische Adverteerders) en is onderworpen aan marketing-gedragscodes onder toezicht van de Jury voor Ethische Praktijken inzake Reclame	#
G4-PR8	Inbreuk op privacy	Volledig	Geen	#
G4-PR9	Boetes voor de producten en hun gebruik	Volledig	Geen	#