Nationale Loterij

DUURZAAMHEIDS-RAPPORT

2016

INHOUDSTAFEL

Voorwoord	**3**
Inleiding	**5**
1. Vertrouwen & veiligheid	**13**
2. Bescherming van de consument	**17**
3. De toekomst verzekeren	**21**
4. Investeren in een betere maatschappij	**27**

VOORWOORD

Geachte lezer,

Bedankt voor het lezen van ons tweede rapport Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO). Niet dat we pas sinds kort oog hebben voor de doelstellingen die zijn opgenomen in dit rapport. Onze zorgen en doelstellingen werden voorheen steevast opgenomen in onze jaarverslagen. Maar door met een afzonderlijk MVO-rapport voor de dag te komen, onderlijnen we het belang dat we als bedrijf hieraan hechten.

Een MVO-rapport stoelt op drie pijlers; een milieugebonden aspect, een sociale aanpak en een economisch duurzaam perspectief. De Nationale Loterij, actief op de kansspelmarkt, probeert dagdagelijks bovenstaande pijlers op een actieve en maatschappelijk verantwoorde manier in haar beleid te integreren.

De Nationale Loterij is vrij uniek met betrekking tot MVO. We besteden veel zorg aan een verantwoord spelgedrag, gaande van de ontwikkeling van een nieuw spel 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 HR- en retailbeleid en veelvuldig contact 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 goededoelpolitiek uit te bouwen die toelaat tal van initiatieven en organisaties te ondersteunen die bijdragen tot het versterken van de sociale cohesie binnen de samenleving.

Met dit tweede rapport zetten we de ingeslagen weg voort en engageren we ons voor een verdere versterking van deze thema's in de toekomst.

Jannie Haek
CEO van de Nationale Loterij

INLEIDING

Graag stellen we u het tweede MVO-rapport van de Nationale Loterij voor. Dit rapport is het resultaat van een nauwe samenwerking tussen de verschillende afdelingen van de Nationale Loterij. Met dit tweede verslag wil de Nationale Loterij in één document een overzicht geven van de activiteiten die ze dagelijks onderneemt in het kader van een maatschappelijk verantwoorde aanpak.

Dit rapport is gebaseerd op de 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 European Lotteries (EL) en de World Lotteries Association (WLA) en de ISO norm 27001 (Information Security Management).

Dit tweede verslag volgt op het eerste maatschappelijke MVO-rapport dat gepubliceerd werd in 2015. Wij zijn ervan overtuigd dat deze traditie zal voortgezet worden. De volgende verslagen zullen kunnen voortbouwen op vorige ervaringen zowel naar inhoud als naar vorm om zo rekening te houden met de adviezen van de stakeholders met wie we deze dialoog gestart zijn.

Het profiel van dit verslag

Dit rapport bestrijkt de jaren 2015 en 2016.

Dit rapport is het tweede MVO-Rapport van de Nationale Loterij. In 2015 heeft de Nationale Loterij een duurzaamheidsverslag aan het jaarverslag toegevoegd.

Dit MVO-rapport wordt om de twee jaar opgesteld.

Dit MVO-rapport is opgesteld in overeenstemming met "Core" GRI4 richtlijnen[1].

[1] Het Global Reporting Initiative (GRI) is een onafhankelijke internationale organisatie zonder winstbejag waartoe ondernemingen, ngo's en andere Stakeholders behoren. In het algemeen heeft het GRI de opdracht om de duurzame ontwikkeling te bevorderen. In dat verband heeft het GRI richtlijnen bepaald voor de Reporting inzake duurzame ontwikkeling. Deze reporting biedt de bedrijven een referentiekader waarin zij hun economische prestaties, hun milieu-prestaties en hun maatschappelijke prestaties kunnen meedelen. De Nationale Loterij rapporteert in overeenstemming met het niveau « G4 Core » (de essentiële criteria), d.w.z. de context waarin een organisatie de impact meedeelt van haar economische prestaties, haar milieu-prestaties, haar maatschappelijke prestaties en haar Governance-prestaties.

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 loterijdiensten en Lotto Sports Organisation NV, dat actief is in het beheer van de professionele wielerploegen Lotto Soudal.

De Nationale Loterij is een maatschappelijk verantwoorde en professionele aanbieder van spelplezier door middel van het aanbieden van loterijspelen, 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).

Als naamloze vennootschap van publiek recht, is de Nationale Loterij onderworpen aan de wet van 19 april 2002 tot rationalisering van de werking en het beheer van de Nationale Loterij (gekend als de "Wet 2002"). Sinds haar oprichting heeft de Staat publieke taken toevertrouwd aan de Nationale Loterij die getuigen van haar maatschappelijke betrokkenheid ten aanzien van een geheel aan begunstigden uit diverse geledingen van de maatschappij.

In 2016 heeft de Nationale Loterij een omzet van 1.183 miljard Euro gerealiseerd en heeft hiervan 320,03 miljoen herverdeeld naar de maatschappij. De Nationale Loterij heeft +/- 420 medewerkers, verspreid over het hoofdkantoor en 8 vestigingen in België. In een omgeving die voortdurend evolueert en sterk verandert, blijft de Nationale Loterij een toonaangevende operator op de kansspelenmarkt in België met een gemiddelde van 649.169 transacties per dag in 2016.

Context

De laatste jaren wordt de markt van kansspelen gekenmerkt door een aantal grote veranderingen die terug te brengen zijn tot de volgende drie factoren:

1. toename van het aantal operatoren sinds het openen van de markt in 2011, met als gevolg een grote aantrekkingskracht op de leeftijdscategorie 18-24 en bij uitbreiding 18-34;

2. stevige concurrentie van de caféspelen en online kansspelen, voornamelijk sportweddenschappen in de leeftijdscategorie 35-44;

3. groeiend succes van de online concurrerende kansspelen bij de "high spenders" (hier gaat het voornamelijk over veelvuldig en frequent spelen) en het "smart segment" (spelers met een gevoel van controle over de winstkans).

Off-line en Online – trekkingsspelen

Lotto
JOKER+
Euro Millions
KENO
PICK 3
SUPER Lotto

Vervangen door Lotto Extra in 2016

Krasspelen (voortdurende en tijdelijke)

WIN FOR LIFE
KING OF CASH
BINGO
ASTRO
21
KRUISWOORD RAADSEL
QUICK 20
QUICK 50
Subito!
Lucky 7
BLING BLING

Sportweddenschappen

SCOOORE!

On-line (enkel)

RABBITS RUN
Bingo Magico
SPAARPOT SMASH
SCHATTENJACHT
SUPERSAFE

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

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

Ondanks het feit dat de huidige markt in al haar componenten (spelers, distributie, productaanbod, IT, concurrentie) in volle mutatie is, blijft de Nationale Loterij, door een aangepast marketingbeleid, de dagbladhandel centraal stellen die voor 75 % van de spelers het verkooppunt bij uitstek blijft om de producten van de Nationale Loterij te kopen. Voor de verdere ontwikkeling van haar distributienetwerk worden maatregelen genomen om het aantal verkooppunten in de bestaande kanalen te verhogen en nieuwe verkoopskanalen te openen.

Maatschappelijke Verantwoordelijkheid - behoorlijk bestuur

Het beheer van de Nationale Loterij wordt omschreven in de jaarverslagen 2015 en 2016 en is terug te vinden 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 directiecomité, gespecialiseerde comités), het toezicht op de onderneming (Rekenhof, regeringscommissarissen, interne en externe auditoren) en de verloning van bestuurders en mandaten binnen de dochterondernemingen.

Vertegenwoordiging van mannen en vrouwen in de beleidsorganen.

Naar aanleiding van de vernieuwing van de samenstelling van haar raad van bestuur in april–mei 2015 heeft de Nationale Loterij het principe toegepast van Artikel 8, §1, van Wet 2002, dat bepaalt dat ten minste één derde van de leden van de Raad van Bestuur van het andere geslacht moet zijn dan de overige leden. Concreet telt de raad van bestuur van de Nationale Loterij momenteel vijf bestuursters en negen bestuurders.

De Nationale Loterij is o.a. lid van de volgende verenigingen:

- EL: 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
- Becommerce
- ABCI : Association belge de la communication interne
- BLCS Belgian Luxembourg Council of shopping Centers
- European CIO Association
- The Shift Belgium
- GUBERNA: Belgisch Instituut voor Bestuurders
- MPCC : Mouvement Pour un Cyclisme Crédible
- Bedrijfsopleiding.be

Relatie met de Kansspelcommissie

De organieke wet op de Nationale Loterij van 19 april 2002 voorziet in ontmoetingen tussen de voorzitter van de Kansspelcommissie en de gedelegeerd bestuurder van de Nationale Loterij. Zo dienen er minstens twee vergaderingen per jaar te worden gehouden om overleg te plegen over het kansspelbeleid. Voor de jaren 2015 en 2016 werd deze bepaling nageleefd.

Interne werking groep

De voorbije twee jaar analyseerden we de beste praktijken van andere Europese loterijen op het vlak van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. De werkgroep opgericht in het kader van de redactie van het eerste verslag, bestaande uit vertegenwoordigers van de departementen Finance, Human Resources, Communicatie, Subsidies, Responsible Gaming, Procurement, Strategy & Change, Quality & Information Security en Regulatory Affairs, heeft zijn werkzaamheden voortgezet. De vier clusters die eerder werden bepaald naar aanleiding van de redactie van het eerste MVO- rapport werden hernomen.

Betrokkenheid van de stakeholders

Dit rapport over de maatschappelijk verantwordelijkheid van de Nationale Loterij is niet denkbaar zonder de actieve betrokkenheid van de stakeholders. De Nationale Loterij overlegt op geregelde tijdstippen omtrent haar visie op de maatschappelijke verantwoordelijkheid met een groep stakeholders die in contact staan met de Nationale Loterij.

De stakeholders werden geraadpleegd op 30 en 31 maart 2017 en ze werden hierbij ingedeeld in twee groepen, op basis van de economische dan wel de sociale rol die ze opnemen in de maatschappij,

Categorieën	
Begunstigden van subsidies	Stichting Auschwitz - Croix-Rouge de Belgique-Communauté francophone - Rode Kruis Vlaanderen BOZAR –Belgian Paralympic committee – Hôtel Solvay – De Hockey Bond – Jeunes Entreprises
Commerciële partners	Prodipresse -VFP
Consumenten bescherming	VAD – CAD Limburg - ULB - Gezinsbond – Test-Aankoop – Ligue des Familles
Leveranciers	IGT - Drukkerij Joos - Belfius
Media	SudPresse-VRT - JEP
Politieke en publieke overheden	Rekenhof – Kansspelcommissie – kabinet van de Minister van Begroting

Gedurende deze consultatie, gemodereerd door een neutrale, externe persoon, hebben de stakeholders opnieuw de vier "clusters", zoals ook beschreven in het eerste MVO-rapport, gevalideerd.

Van de uitgenodigde stakeholders was 80% volledig nieuw – zij hadden dus niet deelgenomen aan de consultatiesessie van maart 2015.

De stakeholders erkenden de positieve impact van het MVO-rapport en van het gunstig imago van de Nationale Loterij, dat daaruit voortvloeit. Sommigen wensten dat beppalde thema's –bv. leefmilieu- uitgebreid zouden worden, anderen wilden deze MVO-oefening ook openstellen voor privé-operatoren in hún hoedanigheid van "stakeholders", en nog anderen hadden graag willen vernemen welke visie de Nationale Loterij heeft over haar maatschappelijke verantwoordelijkheid binnen vijf jaar.

In het algemeen spraken de stakeholders hun bezorgdheid uit over de bescherming van de spelers tegen overmatig spelgedrag – maar ze beklemtoonden meteen dat de Nationale Loterij absoluut een verantwoordelijke speloperator moet blijven ten opzichte van de privé-operatoren. Bepaalde stakeholders gaven toe dat de Nationale Loterij zich in feite in een uiterst netelige situatie bevindt, namelijk tussen haar eigen spelkanalisatie-opdracht enerzijds en het uitgebreide, agressieve spelaanbod van de privé-concurrenten anderzijds. Ze zijn het ermee eens dat de Nationale Loterij zeker niet dezelfde commerciële methodes moet aanwenden als de privé-operatoren om zo de door haar gesteunde « goede doelen» te kunnen blijven financieren.

De stakeholders hebben zich bezonnen over de methodes die kunnen worden gebruikt in het kader van een efficiënt beschermingsbeleid ten gunste

van de spelers zoals de uitbreiding van het EPIS-systeem (Excluded Persons Information System) tot de loterijspelen, de Mystery Shopping-campagnes en opleiding van de verkooppunten op het vlak van de spelverslavingsrisico's van kansspelen. Sommige stakeholders beklemtoonden de ongunstige resultaten van de Mystery Shopping-campagnes in de verkooppunten van het type "algemene voedingswinkels" en vroegen zich af welke maatregelen de Nationale Loterij in dat opzicht zou willen treffen. Anderen vroegen zich dan weer af of het Mystery Shopping-controlesysteem überhaupt behouden moet blijven.

Weliswaar erkenden de stakeholders de inspanningen van de Nationale Loterij inzake onderzoek naar « pathologisch spelgedrag », maar ze betreurden de geringe visibiliteit van de resultaten van het studiewerk dat zij heeft gefinancierd alsook de gekortwiekte budgetten voor langetermijnonderzoek en de afwezigheid van enig epistemologisch studiewerk wanneer er een nieuw product op de markt moet worden gebracht. Bepaalde stakeholders deden zelfs het voorstel om geld voor de financiering van "goede doelen" voortaan eerder te besteden aan het onderzoek tegen spelverslaving.

De stakeholders waren van mening dat de materialiteitsmatrix onvoldoende de betrokkenheid van de personeelsleden weergeeft zoals die in het MVO-rapport tot uiting komt, dat de klemtoon meer dient te worden gelegd op certificering/standaardisering, dat het MVO-rapport ook zou moeten handelen over « de bescherming van de privésfeer », dat de problemen van de krantenwinkels weinig aan bod komen en, ten slotte, dat de relatie tussen de Nationale Loterij en haar leveranciers meteen vanuit MVO-oogpunt zou moeten worden bekeken bij de redactie van bestekken en de evaluatie van offertes.

Onze verantwoordelijkheid

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

I. 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 productieketen, gaande van de ontwikkeling van een product over de marketing tot en met het aanbieden van de spelen in detail-

handel en online, wordt er voor gezorgd dat dit op een verantwoorde wijze en in een context van een verantwoord spelbeleid gebeurt. Hierbij wordt ingezet op preventie en kanalisatie om te vermijden dat minderjarigen spelen of dat er sprake is van excessief spelgedrag bij volwassenen. Privacy van de spelers wordt maximaal beschermd.

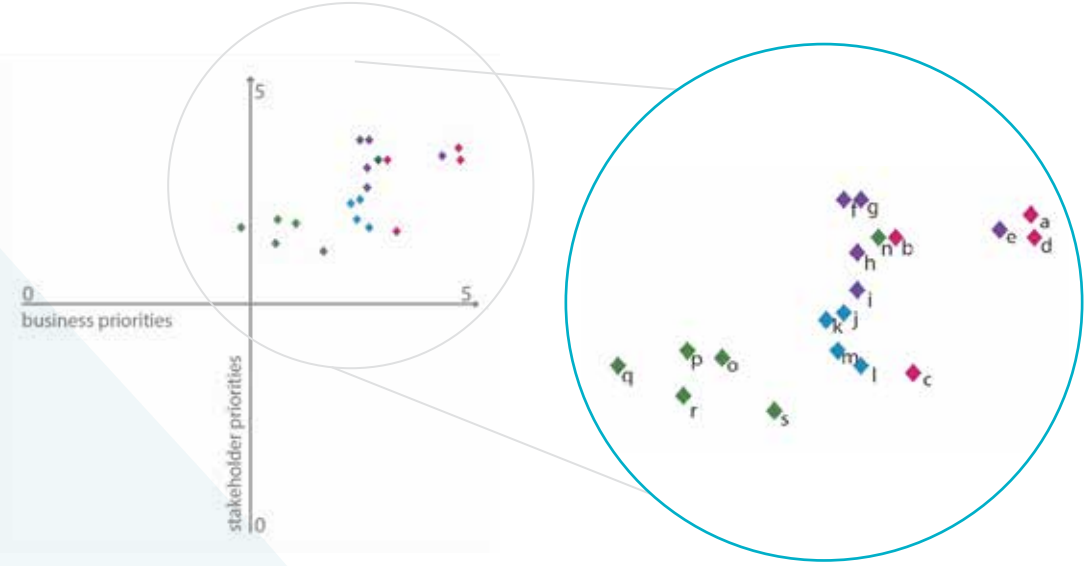
3. De toekomst verzekeren

De Nationale Loterij wil een aantrekkelijk en bereikbaar spelaanbod creëren en zo op een verantwoorde manier de groei verzekeren op langere termijn.

4. Maatschappelijk investeren:

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

Binnen elk van deze clusters zijn er verschillende belangrijke thema's. Deze thema's worden in onderstaande figuur weergegeven op basis van 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

De engagementen van de Nationale Loterij

I. VERTROUWEN & VEILIGHEID

Spelen bij de Nationale Loterij gebeurt in alle eerlijkheid, veiligheid en vertrouwen. De Nationale Loterij garandeert haar spelers een kwalitatief hoogstaande dienstverlening. Informatiebeveiliging is daarbij één van de bouwstenen. Het is een doelstelling die is opgenomen in het beheerscontract[2].

Concreet betekent dit dat de Nationale Loterij de juiste maatregelen neemt om de integriteit, vertrouwelijkheid en beschikbaarheid van informatie te vrijwaren. Om de kwaliteit van haar dienstverlening te verzekeren, hebben we processen en procedures ontwikkeld waar rollen en verantwoordelijkheden duidelijk beschreven zijn. Ook veiligheidsrichtlijnen zoals de bescherming van gegevensbestanden, de beveiliging van krasbiljetten tegen diefstal en het toezicht op trekkingen worden hier bepaald. Procedures voor fraudepreventie in de verkooppunten van de Nationale Loterij en voor de uitbetaling van winnaars worden strikt opgevolgd. Op als verdacht beschouwde transacties worden continu controles uitgevoerd om de speler, het verkooppunt en de Nationale Loterij te beschermen.

Alle personeelsleden ondertekenen een gedragscode, waarmee ze instemmen te handelen volgens het Corporate Beleid voor kwaliteit, veiligheid en

[2] Het beheerscontract is een overeenkomst tussen de Belgische Staat en de Nationale Loterij. Die overeenkomst bepaalt de rechten en de plichten van de Nationale Loterij in de context van de hoofdtaken die haar worden toevertrouwd, namelijk de organisatie van openbare loterijen en het administratieve beheer van subsidies.

verantwoord spel. De Nationale Loterij organiseert voor haar personeelsleden jaarlijkse sensibiliseringssessies en continue opleidingen. Ook in de opleidingen van haar verkooppunten komen deze aspecten uitgebreid aan bod.

Heel dit systeem maakt van de Nationale Loterij een sociaal verantwoordelijke organisatie. De spelers krijgen de garantie dat hun deelname juist wordt geregistreerd en dat ze in alle veiligheid deelnemen aan de trekkingen. Bij winst wordt de anonimiteit van de speler gegarandeerd en wordt de winst correct uitbetaald.

De Nationale Loterij toetst haar beleid aan de algemeen geldende internationale standaarden. Zij is houdster van het certificaat voor informatiebeveiliging ISO 27001[3] en van het World Lottery Association certificaat (SCS: Security Control standards). Beide certificaten zijn onderworpen aan jaarlijkse onafhankelijke audits. Een certificatie is echter geen doel op zich: ze geeft de bevestiging van de veilige en goede werking van een organisatie.

In 2015 en 2016 heeft de Nationale Loterij haar inspanningen voortgezet om haar onderzoekscapaciteit op het vlak van fraudepreventie te vergroten.

Onder het begrip fraude verstaat de Nationale Loterij elke handeling die gesteld wordt door gebruik te maken van onrechtmatige middelen met de bedoeling een financieel voordeel te verkrijgen. Zo voerde de Nationale Loterij in 2015/2016 het aantal controles op fraude op. In 2015 en 2016 werden respectievelijk 1.141 en 1.319 controles uitgevoerd. Telkens werden 7 fraudegevallen vastgesteld. De samenwerking met deze verkooppunten werd stopgezet. Op 31 december 2016 telde de Nationale Loterij 6.032 verkooppunten.

[3] ISO 27001 specificeert eisen voor het vaststellen, implementeren, bijwerken en aan de continu verbeteren van een managementsysteem voor informatiebeveiliging in de context van een organisatie. Het bevat ook eisen inzake de beoordeling en behandeling van risico's voor de informatiebeveiliging afgestemd op de behoeften van de organisatie.

Preventieve maatregelen tegen witwassen

De speellimieten op het e-lotto platform maken het oninteressant om geld wit te wassen. Zo kunnen spelers maar voor een beperkte som wedden op de sportweddenschappen van de Nationale Loterij.

In 2015 werden in alle verkooppunten zogenaamde WinCheckers geïnstalleerd om de speler te mogelijkheid te geven zelf te controleren of hij/zij gewonnen heeft waardoor fraudegevallen worden voorkomen zoals diefstal en doorverkoop van winnende tickets.

Ook werden in 2015 de spelterminals vernieuwd.

Een toets « Speluitbater » is voortaan speciaal voorbehouden voor de uitbaters en hun bedienden om hun persoonlijke aankopen van producten van de Nationale Loterij te registreren. Wanneer die toets wordt gebruikt wordt de vermelding « speluitbater » gedrukt bovenaan het deelnemingsticket (trekkingsspel en/of sportpronostieken) om de spelers en de uitbaters te beschermen tegen elke betwisting m.b.t. de eigendom van het ticket.

De engagementen van de Nationale Loterij

2. BESCHERMING VAN DE CONSUMENT

Doorheen de ganse productieketen van de gevoerde publiciteit tot het aanbieden van de spelen in detailhandel en online, wordt erover gewaakt dat dit op een verantwoorde wijze gebeurt.

Controle en Preventie bij jongeren

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

Een belangrijke controlemaatregel betreft Mystery shopping (anonieme aankoopmethode) campagnes bij de verkooppunten (detailhandel) via minderjarigen onder het toezicht van een volwassene die buiten het verkooppunt blijft.

In 2015 bedroeg het aantal overtredingen 13,50% op 1600 afgelegde bezoeken. In 2014 bedroeg dit 26,20% (eveneens op 1600 bezoeken). Tijdens de derde controlegolf in 2015 werden ook de LottoMatics® en Lottery Inside®* gecontroleerd.

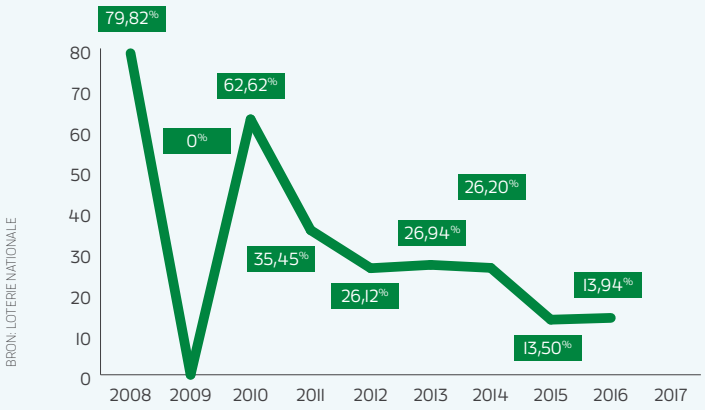
In 2016 werden eveneens 1600 bezoeken afgelegd met als resultaat 13,94% inbreuken, een licht hoger cijfer dan in 2015, maar desalniettemin een bevredigend resultaat.

Mystery shopping bezoeken per bedrijfsactiviteit in 2016

distributiekanaal*	# controles	# overtredingen	%
Dagbladhandels	810	78	9,63%
Algemene voeding	301	67	22,26%
Tankstations	300	49	16,33%

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

In 2009 werd geen Mystery Shopping uitgevoerd.



*Lottery Inside (hernoemd Lotto Express sinds het voorjaar 2016) biedt de mogelijkheid om lotto te spelen - enkel via quickpick - aan de kassa van een warenhuis of een postkantoor.

Preventie van excessief spelgedrag

I. Online moderatoren

Vanaf 2010 heeft de Nationale Loterij moderatoren, al dan niet financiële, ingesteld voor de online activiteiten om zo de inzet van spelers te begrenzen. In het kader van haar kanalisatieplicht werden de plafonds in 2014 gewijzigd, rekening houdend met de marktontwikkelingen op het gebied van sportweddenschappen. Te strenge limieten zouden sommige spelers, en vooral zij die een risico hebben op overmatig spelgedrag, mogelijk leiden naar concurrerende websites waar minder of geen controle is en waar de spellimieten hetzij zeer flexibel zijn, hetzij gewoon ontbreken.

1° De stortingslimiet 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° De betaling van winsten op de rekening van de speler gebeurt tot een maximum van 500 €, het overschot wordt gestort op haar/zijn bankrekening

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

2. Preventiecampagne bij verkooppunten

In 2015-2016 heeft de Nationale Loterij haar jaarlijkse sensibiliseringscampagne gevoerd over de gevaren van overmatig spelgedrag bij de verkooppunten.

a. Sensibilisering van de POS

Alle verkooppunten worden met informatiemateriaal (bijvoorbeeld brochures, folders, affiches, enz.) bevoorraad om hen te sensibiliseren voor verantwoord spelgedrag en hen te vormen met betrekking tot de vragen die leven rond de spelproblematiek. Vooraleer nieuwe verkooppunten de toestemming krijgen om producten te verkopen, moeten ze een opleiding over verantwoord spelgedrag volgen. In 2015 volgden 868 personen een dergelijke opleiding en in 2016 1.128 (POS manager & personeel).

Exploitanten van verkooppunten krijgen daarenboven regelmatig informatie in verband met Verantwoord Spel, via hun verantwoordelijke commerciële manager, of de nieuwsbrieven Lo News of Lo Contact.

b. Sensibilisering van het personeel

Het verantwoord spel en de kwaliteitsbewaking (Quality Assurance System) zijn twee essentiële elementen voor elke werknemer van de Nationale Loterij:

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

Parameters	Doel	Resultaten - 2013	Resultaten- 2014	Resultaten- 2015	Resultaten- 2016
Kennistoets	90%	92,4%	93%	92 %	83 %*
Deelname	85%	87,87%	81,55%	94 %	81 %

* De daling is het gevolg van een verandering in de kennisevaluatie: individuele test i.p.v. een collectieve test en moeilijker vragen

3. Verantwoorde Publiciteit & communicatie

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[4] ter zake. Met deze code wordt in het bijzonder verzekerd dat advertentie en marketing de kans op winst als een loutere kwestie van toeval voorstellen, de winstkansen correct weergeven 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 of onrechtstreeks 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.

[4] World Lotteries Association Best practice marketing / communications guidelines https://www.world-lotteries.org/media-news/publications/wla-marketing-guidelines

De engagementen van de Nationale Loterij

3. DE TOEKOMST VERZEKEREN

De Nationale Loterij moet in een sterk wijzigende kansspelomgeving een aantrekkelijk en toegankelijk spelaanbod creëren dat verantwoord is. Dit moet toelaten duurzame inkomsten te verzekeren en voldoende stabiliteit te geven om te voldoen aan haar kanalisatieplicht en haar maatschappelijke rol op langere termijn.

Een duurzame groei verzekeren

Het marktaandeel van de Nationale Loterij in 2016 werd geraamd op 68%. Het blijft in lijn met het niveau van 2014. Dit wordt geëvalueerd via een jaarlijks bestedingsonderzoek aan kansspelen. Het spelaanbod van de Nationale Loterij krijgt te maken met een alsmaar toenemende concurrentie door private operatoren die bovendien een jonger doelpubliek bereiken. Tegelijkertijd daalt het aantal traditionele verkooppunten (krantenwinkels) van de Nationale Loterij door de gevolgen van een dalende verkoop van de geschreven pers (ten gevolge van de snel oprukkende digitalisering en het groeiend aantal abonnementen) en van tabaksproducten.

Niettegenstaande dit alles blijft het fysieke verkoopnetwerk de belangrijkste pijler van de Nationale Loterij (86 % van het omzetcijfer) en heeft de Nationale Loterij maatregelen genomen om een bepaald niveau van verloning te garanderen.

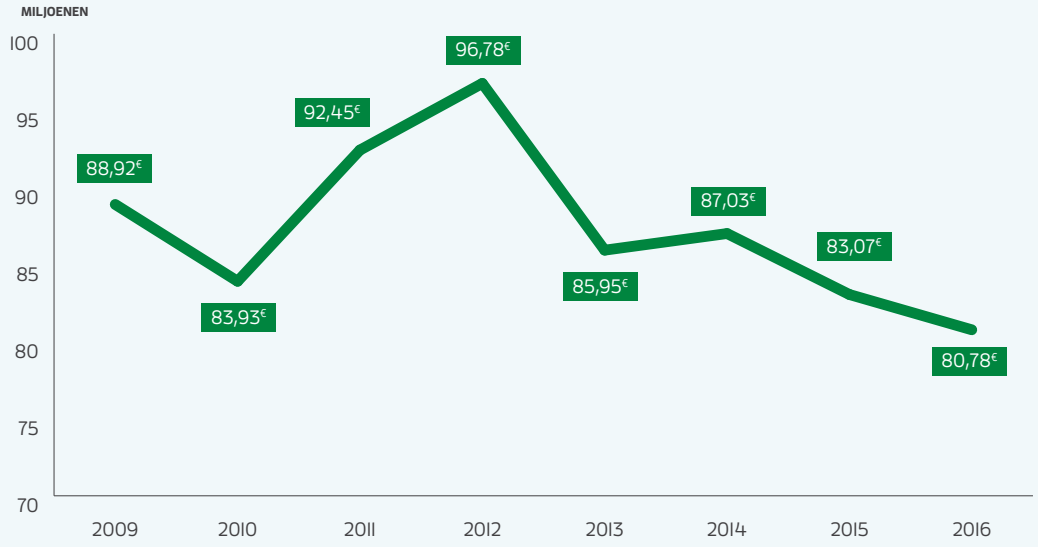
De vergoeding van de POS bestaat, in de eerste plaats, uit commissies, d.w.z. een percentage van de gerealiseerde omzet en, ten tweede, uit premies uitgereikt aan de best presterende verkooppunten of diegene die specifieke verkoopdoelstellingen realiseren. Op deze manier levert de Nationale Loterij haar bijdrage tot het behoud van een sector die belangrijk blijft voor haar commerciële activiteiten.

Om dit alles het hoofd te bieden wil de Nationale Loterij nieuwe klanten en segmenten aanboren, haar fysieke aanwezigheid verder uitbouwen, de digitalisering onophoudelijk opvoeren en nieuwe, aantrekkelijke producten aanbieden.

Daartoe inspireert ze 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 voortdurend meten van haar imago bij het publiek worden regelmatig tevredenheidsonderzoeken en studies naar de reputatie van de Nationale Loterij uitgevoerd. De reputatiescores vastgesteld in voorgaande jaren zijn hieronder opgenomen.

Premies & commissies per POS



	2012	2013	2014	2015	2016
Percentage	61,7%	66,9%	67,3%	64,6%	66,1%
Ranking	14de	17de	18de	21ste	15de

Bron Reptrak - akkanto

Ontwikkeling Verantwoord Spel

De Nationale Loterij heeft een integraal "verantwoord-spel"-programma uitgebouwd, met bijzondere 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[5] en voortdurend bijgewerkt, om zowel de evolutie van de kansspelsector als van bepaalde spelverslavingsverschijnselen op de voet te kunnen volgen en zo de gepaste initiatieven te kunnen nemen.

Elk nieuw spel ontwikkeld binnen de Nationale Loterij wordt eerst getest met behulp van de Sérénigame. Deze tool (ontwikkeld door la Française des Jeux (FdJ)) maakt het mogelijk om het gevaar op verslaving van een spel te beoordelen gebaseerd op criteria zoals de tijd die verstrijkt tussen de aankoop en de uitkomst van het spel, de hoogte van het bedrag van de Jackpot, de illusie van controle op het spel de intentie of indruk die wordt gegeven omtrent de winstkansen en de toegangelijkheid tot het spel.

[5] Het Beheerscontract tussen de Belgische Staat en de Nationale Loterij bepaalt dat er een Verantwoord-Spelcomité dient te worden opgericht. Deze instantie bestaat uit evenveel vertegenwoordigers van de Nationale Loterij als externe afgevaardigden –laatstgenoemden zijn deskundigen inzake verantwoord-spelgedrag.

Deze tool beoordeelt de verschillende risico's en de gevoeligheid van elk spel op basis van objectieve criteria en bestaat uit 5 families van analysecriteria:

- het tempo van het spel, dat wil zeggen de frequentie en tijdsdruk;
- de illusie van controle en betrokkenheid van een speler, dat wil zeggen de inzethoogte, de vermeende invloed van strategie en het aantal soorten betalende spelopties;
- factoren die aanzetten om opnieuw te spelen zoals een bijna winstervaring, de winstkansen of betalingstermijnen;
- de aantrekkelijkheid van de winst, m.a.w. het Jackpot bedrag of de payout ratio;
- de context en omgeving en toegankelijkheid van de spelen, de aanwezigheid van een scherm, de aanwezigheid van muziek of de interactie tussen spelers.

Het Verantwoord -Spelcomité heeft 4 maal vergaderd in 2015 en 4 maal in 2016. In 2015 werden 16 aanpassingen aan bestaande spelen en/of nieuwe spelen geëvalueerd. In 2016 waren dit er 18. Alle voorstellen kregen een gunstig advies.

Voorts heeft de Nationale Loterij wetenschappelijk onderzoek over gokverslaving gefinancierd in 2015 en in 2016 voor een bedrag van € 320.000. In 2015 werd een tweejaarlijkse oproep gelanceerd waarvoor 4 kandidaten werden geselecteerd:

Organisatie	Inhoud
U Antwerpen	Ontwikkeling, implementatie en effect onderzoek naar de meerwaarde van het toevoegen van een online aangeboden cognitieve gedragstherapie (CGT) bovenop een online impliciete cognitieve training (CBM) voor de behandeling van mensen met een verslaving aan geld- en kansspelen.'(NL)
UC Limburg vzw	Preventie en vroege interventie bij (online) gokken van jongeren' (NL)
U Gent (iMinds)	"Towards responsible e-gambling : assessing the perceived opportunities and risks associated with digital gambling"
KU Leuven	CLapp (Children's Ludoliteracy Acknowledgment & Parental Proficiency)

Onderzoek en studies hebben tot doel om de kennis van de Nationale Loterij in specifieke gebieden die verband houden met gokverslaving te versterken (bvb het gebruik van smartphones of het gedrag van deelnemers aan sportweddenschappen). 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 gokeffectenrapport 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 bevatten;
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 tendenzen aan. Zo kan ze voldoen aan de eisen die volgen uit de verplichting om de spelbehoeften naar haar toe te kanaliseren en aan de eisen op het vlak van verantwoord spelgedrag.

De naambekendheid van de producten wordt sinds 2005 opgevolgd via 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 dat wordt vernoemd wanneer een dienst of product wordt gesuggereerd) 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 inwoners binnen een redelijke geografische straal en conform de afgekondigde spelregels, en gebruikt hiervoor de recentste technologische middelen.

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. Onderstaande tabel geeft de evolutie weer van het aantal verkooppunten in de periode 2014-2016. Dit leidt tot een dichtheid van het netwerk van 1,6 verkooppunten per 1.000 potentiële meerderjarige spelers.

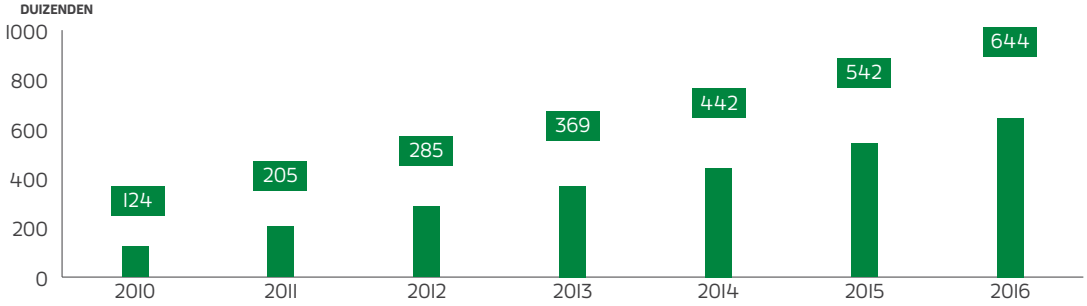
	2014	2015	2016
Verkooppunten	5.374	5.316	6.077

Hoewel de Nationale Loterij de hoofdmoot van haar omzetcijfer puurt uit haar netwerk van «fysieke» verkooppunten, constateert men dat de omzet van de verkoop via het internet en andere digitale (mobiele) kanalen blijft toenemen.

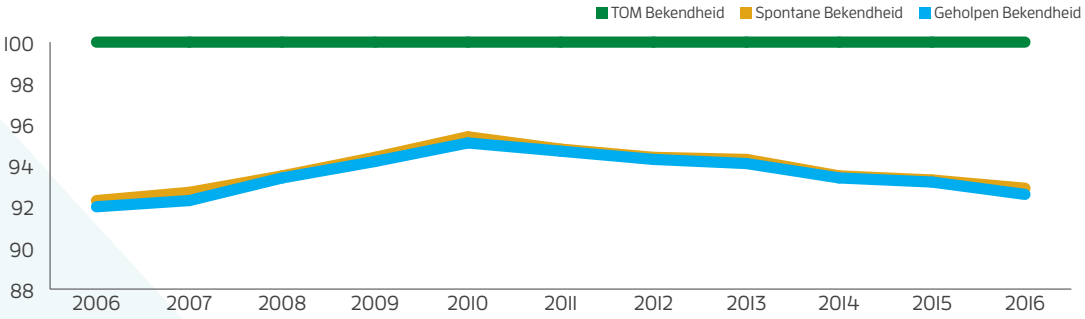
Online speelrekeningen	2014	2015	2016
Actief	41%	38%	38%
Sleeping	44%	46%	46%
Nog niet gespeeld	16%	16%	16%

Na de lancering van het mobiele aanbod (25/8/2014) speelden in 2014 reeds 55.028 spelers minstens eenmaal mobiel (smartphone of tablet). In 2015 waren er 130.628 spelers die minstens eenmaal mobiel hebben gespeeld, in 2016 waren dat er 185.131.

Evolutie #spelersrekeningen e-lotto



	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
TOM Bekendheid	92	92,3	93,4	94,2	95,1	94,7	94,3	94,1	93,4	93,2	92,6
Spontane Bekendheid	92,3	92,7	93,5	94,4	95,4	94,8	94,4	94,3	93,5	93,3	92,9
Geholpen Bekendheid	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100



De engagementen van de Nationale Loterij

4. INVESTEREN IN EEN BETERE MAATSCHAPPIJ

Maximaliseren van subsidies voor goede doelen

De Nationale Loterij is de enige openbare loterijoperator in België De geschiedenis van de loterijen is gebaseerd op het aanbod van eenvoudige spelen, met beperkte inzet, die worden voorgesteld aan een zo talrijk mogelijk publiek en die als doel hebben bij te dragen tot een gezamenlijke inspanning.

Deze band tussen loterijspelers en goede doelen heeft altijd bestaan en ligt aan de basis van de oprichting van de Nationale Loterij. Het bedrijf wil deze band, die de afgelopen jaren al te vaak uit het oog werd verloren, verder versterken. Dit is ook wat de Nationale Loterij onderscheidt van de overige kansspeloperatoren.

De spelers van de Nationale Loterij spelen voornamelijk voor het plezier en zorgen zo voor een onontbeerlijke ondersteuning van een goed doel, soms zonder zich daar bewust van te zijn.

De Nationale Loterij rekent dus op haar partners (d.w.z. de organisaties die met "subsidies van de Nationale Loterij" begunstigd worden) om de belangrijke bijdrage van de spelers van de Nationale Loterij te erkennen en om de opdracht en de visie van de Nationale Loterij te promoten.

De Nationale Loterij heeft een subsidiecharter opgesteld waarin het belang wordt onderlijnd van de erkenning en zichtbaarheid van de actieve rol van de Nationale Loterij en haar spelers in verschillende domeinen:

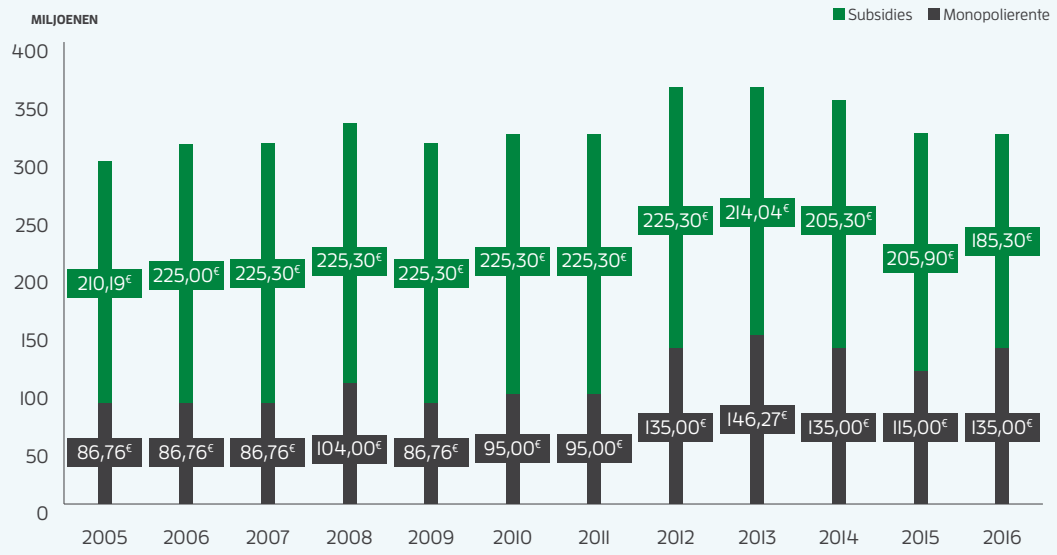
- van humanitaire aard
- van sociale aard
- van sportieve aard
- van culturele aard
- van wetenschappelijke aard
- ter opwaardering van het patrimonium

Het doel van het charter bestaat erin om een selectieve/indicatieve opsomming te geven van de elementen van erkenning en zichtbaarheid die de Nationale Loterij en haar partners samen bepalen en in de praktijk brengen om zo een sterke band tot stand te brengen tussen de Nationale Loterij, haar spelen, spelers en partners en de leden of aangeslotenen van deze laatsten en het publiek in de brede zin. De doelstelling is om op die manier de begunstigden en hun publiek bewust te maken van het belang van de Nationale Loterij, haar spelen en haar spelers.

De Nationale Loterij en haar partner trachten zo een akkoord te bereiken over relevante elementen die de werking van de partner en de steun van de Nationale Loterij tastbaar en bekend maken, Deze verbintenis wordt aangegaan zonder dat de Nationale Loterij zich mag mengen in de keuze, het beheer en de uitvoering van de projecten van haar partner.

De Nationale Loterij zal zich ervan vergewissen dat alle activiteiten in het kader van het charter worden ondernomen met strikte inachtneming van de sociale en fiscale wetgeving en van de wetgeving inzake bescherming van het privéleven.

Monopolierente en subsidies



In overeenstemming met de Wet 2002, wordt het subsidieverdelingsplan van de Nationale Loterij ieder jaar in de vorm van een koninklijk besluit vastgelegd. Ieder jaar betaalt de Nationale Loterij een monopolierente aan de Staat in ruil voor het exclusieve recht om openbare loterijen te opereren.

De tabel geeft een overzicht van de evolutie van de monopolierente en de subsidies gedurende de jongste tien jaar.

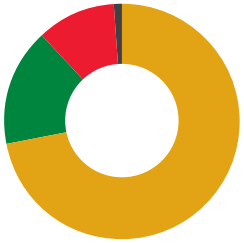
Verdeling van de subsidies per rubriek en categorie

Dankzij haar spelers die op een verantwoorde wijze en voor kleine bedragen spelen, kan de Nationale Loterij een substantieel deel van haar inkomsten uitkeren aan de maatschappij onder de vorm van subsidies.

72,56 % van het budget van de subsidies wordt op federaal niveau toegekend en 27,44 % aan de gemeenschappen.

Binnen het federale budget worden organisaties en projecten gesteund in 4 verschillende domeinen (humanitair, sociaal, sport en cultuur). Enkele begunstigden betreffen onder andere de Belgische Ontwikkelingssamenwerking (DGOS), Child Focus, het Rampenfonds, Paleis voor Schone Kunsten (Bozar) en het Belgisch Olympisch en Interfederaal Comité (BOIC).

Algemene verdeling van het subsidiebudget 2016
€ 185.300.000



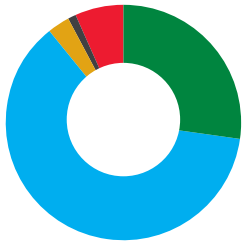
72,56%
Gereserveerd voor de Federale Overheid
€ 134.453.680

11,02%
Dotatie voor de Franse Gemeenschap
€ 20.419.204

16,19%
Dotatie voor de Vlaamse Gemeenschap
€ 29.998.583

0,23%
Dotatie voor de Duitstalige Gemeenschap
€ 428.533

Verdeling van het subsidiebudget 2016
€ 185.300.000



27,44%
Dotatie aan de gemeenschappen
€ 50.846.320

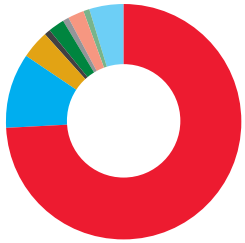
2,92%
Sport
€ 5.412.500

61,95%
Humanitair en maatschappelijk
€ 114.800.929

1,19%
Wetenschappen
€ 2.200.690

6,5%
Cultuur
€ 12.039.561

Verdeling van het subsidiebudget 2016 per rubriek
€ 185.300.000



74,80%
Materies rechtsreeks door de wet bedoeld
€ 138.609.885

0,48%
Projectoproepen
€ 890.000

1,99%
Maatschappelijke participatie
€ 3.692.500

10,23%
Specifieke dotaties
€ 20.256.430

2,06%
Maatschappelijke Integratie
€ 3.819.224

0,91%
Evenementen
€ 1.680.000

4,01%
Instellingen en organisaties van bijzonder maatschappelijk belang
€ 7.431.961

0,23%
Renovatie- en restauratieprojecten
€ 420.000

4,59%
Nationaal Prestige
€ 8.500.000

Projectoproepen

Met de thema's "Alles is mogelijk....Dankzij u" en "Iedereen telt mee" wilde de Nationale Loterij in 2015/2016 aan haar spelers op een heel concrete manier duidelijk maken dat ze, door deel te nemen aan de spelen van de Nationale Loterij, ook mee-bouwen aan een betere toekomst voor iedereen. Zelfs als de speler niet wint bij het spel, wordt zijn /haar geld nuttig besteed aan maatschappelijk relevante projecten. Vaak ook aan projecten dicht in de buurt van de spelers (idee van «proximity»).

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 van onze merken.

In 2016 werden 2.619 dossiers behandeld en 997 evenementen werden gesteund voor een totaal bedrag van 14.544.388 € (BTW excl.).

De sponsoringstrategie en de verdeling van de bijhorende budgetten worden voorgesteld door de sponsoringafdeling en goedgekeurd door het Directiecomité, rekening houdende met de marketing strategie, de ROI op de branding en de zichtbaarheid van producten en bedrijf.

De afgelopen jaren is de sponsoring geëvolueerd naar een strategisch instrument, een middel van marketing en communicatie op basis van de volgende evenwichten:

- commerciële ondersteuning van de merken (98%) en de maatschappelijke rol / reputatie van de Nationale Loterij als mecenas (2%);
- aantal dossiers: projecten Noord (58%), projecten Zuid (40%) en nationale projecten (2%);
- toegekende bedragen: projecten Noord (24%), projecten Zuid (17%) en nationale (59%);
- sponsoring categorieën: 76% sport waarvan 57% voor de wielerploeg, cultuur (10%), special events (8%), nabijheid (4%) en sociaal (2%). Zonder de wielerploeg: sport (39%), cultuur (18%), special events (31%), sociaal (3%), nabijheid (9%);
- tussen de 5 hoofdmerken Lotto, Win for Life, EuroMillions, SCOOORE, Joker + en de corporate branding Nationale Loterij.

Sponsoringdossiers 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), Waalse Pijl, Luik-Bastenaken-Luik, EuroMillions Volley League, Wielerploeg Lotto-Soudal,
Special Events	Brussel Bad, Kerstparade, Zomertour, Feest Op de Dijk, Ravel, Lotto Young adventurers, God Save The Nighties, ...
Culture	Dour Festival, Rock Werchter, Les Ardentes, Pukkelpop, Gent film Festival, Bifff, Winterpret, Rode Duivels, EuroMillions Basketball League, Memorial Van Damme, Eneco Tour
Social	Cap 48, Wings For Life, Solidanza,
Proximity	Offscreen Film Festival, Songs For The Fallen, Beats For Charity, Tournée des Solidarités SDF & Marka, Youth Integration Day,...

Cultural Heritage

De dienst Cultural Heritage bouwt al meer dan twee decennia aan een thematische verzameling waarin het gegeven kansspel en loterijen centraal staat. Inmiddels staat de teller op meer dan 100.000 objecten die een steentje bijdragen om de Nationale Loterij bekend te maken bij het grote publiek en haar imago van aanbieder van verantwoord spel kracht bij te zetten. Zo werd in september 2014 de website www.loterijmuseum.be gelanceerd. Meer dan 1.400 objecten zijn sindsdien online te bewonderen en een interactieve tijdslijn gidst de bezoeker doorheen 2.500 jaar geschiedenis van het kansspel. Gemiddeld bezochten 9.374 personen deze website in de periode 2014-2015 en 8.638 in 2015-2016. In 2014 en 2015 werd de collectie opengesteld voor het publiek door een deelname aan Art Nocturne Knocke en Art Brussels en door tijdelijke tentoonstellingen, namelijk: "Fortuna. 80 jaar Nationale Loterij" in de Seed Factory – Huis van het beeld in Brussel (oktober 2014), de cartoonexpo in het GC Watermaal – Bosvoorde (september 2015) en in het revalidatieziekenhuis Inkendaal in Vlezenbeek (augustus-oktober 2015).

Daarnaast hebben een aantal groepen en scholen de hoofdzetel van de Nationale Loterij bezocht waar de collectiestukken kunnen getoond worden.

De bedrijfsbezoeken worden verder uitgebouwd waarbij mensen ook de mogelijkheid zal worden geboden om een bezoek te brengen aan het distributiecentrum in Jette of de Lotto-trekkingsstudio in Vilvoorde.

Naast deze initiatieven geeft de Nationale Loterij sommige collectiestukken in bruikleen voor evenementen zoals het Vintage festival in Brussels Expo waar oude trekkingsapparaten werden tentoongesteld of aan verenigingen zoals de vzw Testament.be waar reproducties van affiches getoond werden tijdens informatiedagen.

Tenslotte heeft het departement Cultural Heritage jonge studenten ondersteund zoals de tentoonstelling van collectiestukken van de Nationale Loterij in de universitaire bibliotheek van Namen, 'HasArt, quand le jeu de hasard s'expose' (2016). Een groep studenten kunstgeschiedenis werkte mee aan de opbouw van de expo, de communicatie, enz. Op dat moment liep er ook een student van de Naamse universiteit stage bij Cultural Heritage. De jongeren kregen zo een kans om enige werkervaring op te doen en om kennis te maken met de Nationale Loterij, haar waarden, haar maatschappelijke rol en haar producten.

Duurzaam beleggen

De Nationale Loterij profileert zich als een uitgesproken duurzame belegger. Over wat juist moet verstaan worden onder 'duurzaam beleggen' is

reeds veel geschreven en een definitie – als die al zou bestaan – van het begrip is zeker niet eenduidig.

Als Nationale Loterij gaan we er van uit dat die beleggingen duurzaam zijn die daarvoor een specifiek label hebben gekregen van een gespecialiseerde certificering- en/of kwaliteitsinstelling. De Nationale Loterij geeft steeds voorrang aan fondsen met een dergelijk duurzaamheidslabel.

Daarnaast laat de Nationale Loterij alle korte termijn beleggingen screenen op bepaalde duurzaamheidscriteria zoals bijvoorbeeld het geval is met haar portefeuille 'commercial papers'. Hiervoor heeft de Nationale Loterij een contract gesloten met de maatschappij Vigeo (vroeger Ethibel).

Met het oog op haar sociale rol kan de Nationale Loterij een beperkt deel van haar liquiditeiten investeren in duurzame of sociaal verantwoordelijke ondernemingen of producten, zelfs indien het risico ervan enigszins hoger is dan de door de Loterij beoogde, zeer defensieve doelstellingen. Dergelijke beleggingen moeten wel door de Thesauriemanager worden voorgelegd aan het Directiecomité, dat deze belegging formeel dient goed te keuren.

Aantal en betrokkenheid van medewerkers

Het aantal medewerkers bedraagt 425 (FTE) bij de Nationale Loterij. Dit aantal is met 9% gestegen ten opzichte van 2010 (392 medewerkers).

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. Deze tool moet teamleiders in staat stellen om op het vertrek van een werknemer adequaat te anticiperen teneinde de overdracht van kennis in een zo vroeg mogelijk stadium te waarborgen. De kennisoverdracht gebeurt op basis van gesprekken met alle personeelsleden die met pensioen gaan of de onderneming vrijwillig verlaten. Sinds 2015 is deze aanpak van kennisoverdracht in ontwikkeling.

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Werknemers	381	393	400	421	432	437	436	425
Mannen	192	199	201	210	209	215	213	210
Vrouwen	189	194	199	211	223	222	223	215
In dienst getreden	19	24	27	33	36	39	29	31
Uit dienst	11	12	20	12	25	34	33	46
Aantal gevolgde opleidingsuren	4.856	3.699	3.169	2.212	13.137	9.005	8.824,8	4.088,9

Sinds 2014 heeft de Nationale Loterij een aantal initiatieven gelanceerd om de betrokkenheid van de werknemers te verhogen via evaluatie, communicatie, ondersteuning en sensibilisering.

Functies en rollenmodel (2015-2016)		Hervorming van de functieclassificatie met als doelstelling het stimuleren van een veerkrachtige, wendbare en motiverende bedrijfscultuur
Evaluatie	Eva (2014)	Integratie van de evaluatiecyclus van de medewerkers in SAP
	Upward feedback	Eind 2014 werden de feedbackmogelijkheden uitgebreid door de Upward Feedback, van medewerker naar verantwoordelijke. In 2015 en 2016 werd hierop verder gewerkt, met concrete actieplannen voor leidinggevenden (vorming en coaching) en sensibiliserende communicatie naar alle medewerkers
Communicatie	Lonalo Apero	Organisatie, om de twee maanden van een Lonalo Apero, een interactieve infosessie voor de medewerkers met thema's die verband houden met het leven bij het bedrijf
	Connect, intern communicatieplatform (2015)	Lancering van een intranet platform dat zowel voor interne als externe medewerkers toegankelijk is waarop verschillende types van informatie voor het personeel kunnen geraadpleegd worden, raadpleegbaar en waarop feedbacks en email kunnen verstuurd worden
Ondersteuning	Peter-/meterschapsprogramma (2014)	Lancering van een vrijwillig peter-meterschap t.b.v. van de nieuwe medewerkers en collega's die terugkeren na langdurige ziekte, door ervaren medewerkers om de samenwerking met andere collega's en de (her)integratie in het team te vergemakkelijken. Peters/meters hebben steeds vooraf een adequate opleiding gevolgd.
	Lonalo Intro	Lancering van het Lonalo Intro programma om nieuwkomers te verwelkomen tijdens een briefing georganiseerd door het HRM-team. Vanaf 2016 werd de regelmaat van deze Lonalo-Intro's verhoogd en de inhoud verder afgestemd op de behoeften
	Jobstudentenwerking (2015-2016)	De bestaande jobstudentenwerking werd grondig bijgestuurd, met (exclusieve) online kandidatuurstellingen, evaluaties tijdens en na de werkperiode, flexibele inzet en een nog betere afstemming van de jobstudentenprofielen op de noden/vragen van de diensten. In 2015 werden 220 vacatures voor 93 plaatsen aangeboden (2015) en in 2016 waren dat er 130 voor 89
Sensibilisering	Recycleer & Help (2015)	Installatie op ons hoofdkantoor van een inzamelpunt voor gebruikte batterijen, kurken en plastiekdoppen. Met de kurken ondersteunen we De Vlaspit vzw, één van onze subsidiebegunstigden en met de plastiek doppen het Belgisch Centrum voor Geleidehonden. De batterijen zijn bestemd voor de vzw Bebat
	Good Cause Day (2015)	Organisatie, samen met Time4Society, van de jaarlijkse teambuilding in samenwerking met een vzw van haar keuze om haar activiteiten te ondersteunen. In 2016, vrijwillige betrokkenheid van de werknemers als vrijwilliger voor Special Olympics België in La Louvière
	Good Cause Activities End of Year	In december 2015 en december 2016 toonden onze personeelsleden zich solidair met verschillende kansarmengroepen. In 2015 hebben we via deelname aan de actie "Kersttruiendag" 3 goede doelen ondersteund (Samusocial Brussel, Mistral Gagnant en Music for Life). In 2016 organiseerden we een Breakfast for Life ten voordele van Music for Life en Viva for Life, namen we deel aan de Shoe Box actie en Kersttruiendag (onder peterschap van de MIVB ten voordele van Télévie)

Great Place To Work

De Nationale Loterij is in 2014 gestart met het in kaart brengen van de perceptie van het personeel m.b.t. de afstemming ("fit") tussen organisatie en medewerker. Deze oefening heeft tot doel de aanzet te geven tot een aantal verbeteringstrajecten. Via een web-based vragenlijst hebben we via onze partner Vlerick Business School onze medewerkers bevraagd op hun actief engagement, waarbij we terzelfdertijd ook hebben deelgenomen 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. Voor elk van de werkpunten 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) Vanaf het najaar 2015 werd een specifiek actieplan uitgerold in samenwerking met de verschillende HR-diensten en de business, met onder meer de algemene invoering van flexwerk, vormingen voor de managers en coaching voor de directeurs, "Happy Hour-momenten" van ontspanning en informatie, deelname aan Complimentendag en de "Zeg maar Goeiedag" - campagne en een aantal informatieve brochures, vb. rond de vertrouwenspersonen.

Diversiteitsbeleid

De Nationale Loterij plaatst de mens centraal. De Nationale Loterij stelt zich een duurzaam beheer van het menselijk kapitaal (HR) tot doel. De situatie met betrekking tot de aanwezige generaties evolueert ook: de proportie van de babyboomers (geboren tussen 1946 en 1964) neemt af; in 2014 vertegenwoordigde deze generatie nog 45% van het personeel; eind 2016 bedroeg dit aandeel 38,5%. De generatie Z (geboren tussen 1995 en 2005) heeft inmiddels ook haar intrede in onze onderneming gedaan (0,5% eind 2016). Momenteel zijn er dus 4 generaties op de werkvloer actief.

Ook om die reden heeft de Nationale Loterij besloten ook een diversiteitplan te lanceren waarbij de ondertekening van het Charter voor de diversiteit in de onderneming het hoogtepunt was. Op termijn streven we er naar om het Diversiteitslabel te verwerven dat toegewezen wordt door Actiris. Daarnaast boden we aan specificieke doelgroepen specifieke stage-en werkmogelijkheden aan. Zo verwelkomden we in 2015 een persoon met een visuele beperking die met aangepast werkmateriaal bij HR stage liep en boden we in 2016 een tijdelijk werkcontract aan een persoon in het statuut van erkende vluchteling. We stelden in 2016 ook een charter "neutrale recrutering" op. Onze jobsite hebben we ook van de gepaste vermeldingen voorzien.

Welzijn op het werk

De Nationale Loterij engageert zich voor een goed beheer van psycho sociale risico's. In juni 2014 organiseerde de Nationale Loterij een conferentie voor haar medewerkers over de preventie van burn-out en een sensibilisering om situaties van intolerantie (discriminatie) en pesterijen te voorkomen.

In opvolging daarvan, en aansluitend bij de resultaten van de Great Place Enquête, organiseerde HR kleinere acties zoals de mogelijkheid om tijdens de middagpauze gymnastiek- en yogalessen te volgen en voor een aantal +45 werknemers om gratis een medische check-up te laten doen.

Flexwerk

De Nationale Loterij is gestart met een pilootproject "Flexwerk" om een beter evenwicht tussen privé- en beroepsleven te bevorderen. Dit pilootproject werd midden 2014 afgerond en wordt opgevolgd door een werkgroep die paritair en representatief

is samengesteld (personeelsvertegenwoordiging en delegatie van de werkgever). Na deze ervaring werd een charter opgesteld alsook een document voor elke medewerker die flexibel wil werken in de toekomst. Dit charter werd in de loop van 2016 herzien en aangepast. Momenteel kunnen een groot aantal medewerkers (afhankelijk van de functie) tot maximaal 2 dagen per week flexwerk doen.

Beheer van de logistieke keten

Als nv van publiek recht is de Nationale Loterij verplicht de wetgeving inzake 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 bij 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.

In 2016-2017 werd een leveranciersbeleid opgesteld dat de verwachtingen naar de partners van de Nationale Loterij behandelt. Dit document wordt verder gefinaliseerd in 2017 zodat het geïmplementeerd kan worden.

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.

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

Bij het opstellen van een car policy voor haar wagenpark houdt de Nationale Loterij rekening met de technologische evolutie. De maximal toegelaten CO^2 uitstoot voor haar wagenpark wordt gestaag verlaagd. Daardoor daalde de gemiddelde CO^2 uitstoot van de wagens van 130,59 gr in 2012 naar 114,04 in 2016. Deze trend zal zich nog doorzetten.

Voor uitbestede drukwerken (affiches en campagnemateriaal) wordt waar mogelijk gewerkt met FSC gecertificeerd papier, Het gebruikte print- en kopieerpapier heeft het EU Ecolabel en is PEFC gecertificeerd. Voor speelformulieren wordt enkel nog FSC papier gebruikt.

De Nationale Loterij tracht haar brandstofverbruik te doen dalen door het aanbieden van alternatieve vervoersmogelijkheden en de organisatie van ecodrive opleidingen voor haar personeelsleden.

Voor het vervoer van de kunstvoorwerpen probeert de vaste transporteur de vrachtwagen zo vol mogelijk te laden. Indien nodig worden verschillende opdrachten gegroepeerd.

De materialen om de objecten te bewaren (mappen, boxen) worden grotendeels afgenomen van Conservation by Design dat een beleid voert om de impact van hun productie op het milieu zoveel mogelijk te beperken.

De Nationale Loterij heeft een mobiliteitsbeleid voor haar personeel opgezet met een oog op het Kyoto Protocol engagement.

Rekening houden met de eisen van Leefmilieu Brussel betreffende het woon-werkverkeer, vergt van de Nationale Loterij een doordacht en duurzaam mobiliteitsbeleid.

Dit beleid, gecoördineerd door de preventieadviseur, wordt voorbereid binnen een werkgroep die tot doel heeft het juiste vervoermiddel voor elk personeelslid te vinden in functie van de geplande route.

Er worden acties uitgevoerd op twee assen:

- **Het gebruik van de fiets wordt aangemoedigd**
  - » De invoering van een kilometervergoeding voor medewerkers die met de fiets naar de Nationale Loterij komen. Deze vergoeding kan worden gecombineerd met andere vervoerssystemen, zoals leasing of de betaling van een abonnement openbaar vervoer;
  - » Aankoop van bedrijfsfietsen, waaronder 2 elektrische fietsen, ter beschikking gesteld van het personeel voor korte verplaatsingen gedurende de werkuren;
  - » Deelname aan de Mobility Week waarin iedere medewerker de mogelijkheid heeft gehad om een opleiding "fietsen in Brussel" te volgen.
- **Een doordacht gebruik van de auto**
  - » Mogelijke combinatie van een leasingwagen met een NMBS Railease systeem of volledig abonnement openbaar vervoer;
  - » Aankoop van een elektrische bedrijfswagen voor korte, professionele afstanden + de plaatsing van een laadpaal in de garage;

De Nationale Loterij heeft in 2016 een audit opgestart m.b.t. de energetische doeltreffendheid van haar gebouwen.

GRI-INHOUDSINDEX: IDENTIFICATIE VAN DE GERAPPORTEERDE GRI 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
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 kasbiljetten, (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	Volledig	Zie jaarrekening
G4-14	Eigendom tijdens de rapporteringsperiode	Volledig	Vertrouwen & Veiligheid– pagina 12
G4-15	Toelichting over de toepassing van het voorzorgsprincipe	Volledig	Vertrouwen & Veiligheid– pagina 12
G4-16	Extern ontwikkelde economische, milieu gerelateerde en sociale	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	Volledig	Betrokkenheid van de stakeholders - pagina 9
Verslag parameters			
G4-28	Verslagperiode	Volledig	01/01/2015 tot 31/12/2016
G4-29	Datum van het meest recente verslag	Volledig	Tweede 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				
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	Onvolledig	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 2015 was 2.337.746 KWh en in 2016 1.864.278 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	N.A	/
G4-EN15	Onrechtstreekse emissies	Onvolledig	N.A	/
G4-EN19	Initiatieven om CO2-uitstoot te verlagen	Onvolledig	Gemiddelde CO^2-uitstoot per bedrijfswagen is met 18 % verlaagd sinds 2012	%
G4-LA1	Personeelsrotatie	Volledig	Personeelsverloop is de 8% en 2015 et de 10,5 % en 2016	%
G4-LA2	Sociale voordelen per vestiging	Onvolledig	Werknemers met een werkcontract van on- en bepaalde duur genieten van dezelfde sociale voordelen (groepsverzekering, hospitalisatieverzekering eindejaarspremie, bonus) onder bepaalde voorwaarden.. 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 690.019 € in 2015 en 371.315,06 € in 2016	€
G4-LA10	Einde van de loopbaan	Volledig	5 werknemers kregen in 2015 outplacement aangeboden en 6 in 2016	/
G4-LA12	Bestuursstructuur en representativiteit	Volledig	Zie jaarverslag	
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 15 In 2015 volgden 868 personen een dergelijke opleiding en in 2016 1.128 (POS manager & personeel).	%
G4-SO9	Evaluatie van nieuwe leveranciers t.o.v. maatschappelijke aspecten	Niets	N.A.	
G4-PR1	Impact op gezondheid en veiligheid	Volledig	100% van de Nationale Loterij producten zijn door Sérinigame 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	#