Loterie Nationale

Rapport sociétal 2014

TABLE DES MATIÈRES

Avant-propos 3
Introduction 4
Le profil du rapport 4
La Loterie Nationale en bref 5
Contexte 6
Responsabilité sociétale - Gouvernance 7
Notre Responsabilité 8
Implication des parties prenantes 9
Les engagements de la Loterie Nationale 11
Confiance & sécurité 11
Protection du consommateur 12
Assurer l'avenir 14
Investir dans une meilleure société 18

AVANT-PROPOS

Jannie Haek
CEO

Comme notre responsabilité sociétale nous occupe déjà depuis quelques années, nous ne pouvions plus faire l'impasse sur la publication d'un rapport qui reprend nos initiatives et nos résultats. Voici donc notre premier rapport de Responsabilité Sociétale d'Entreprise (RSE).

Auparavant, beaucoup d'objectifs repris dans le présent rapport étaient intégrés dans les rapports annuels. Avec ce premier rapport RSE, nous soulignons l'intérêt de notre société pour la Responsabilité Sociétale d'Entreprise.

La Loterie Nationale est un acteur unique dans le domaine de la RSE, en ce qu'elle consacre une grande attention au Jeu Responsable, du développement du jeu jusqu'à sa commercialisation ainsi qu'à la communication. La RSE ne se traduit pas seulement dans nos produits et services mais aussi au travers une politique de mobilité durable, une politique de bien-être pour le personnel, une politique saine pour notre réseau de vente au détail ainsi que de nombreux contacts et concertations avec nos parties prenantes dans toutes les couches de la Société.

Tout ceci forme la base d'une offre de jeu socialement responsable envers nos joueurs avec un œil à la créativité, l'innovation, la transparence et la confiance.

En outre, et grâce à nos joueurs, nous sommes en mesure de construire une politique en faveur des bonnes causes qui permet d'offrir un soutien financier à nombres d'initiatives et organisations qui contribuent au renforcement de la cohésion sociale au sein de la société.

Cette première publication n'est pas un objectif en soi mais est aussi un engagement pour un renforcement de ces thèmes à l'avenir.

RAPPORT RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE D'ENTREPRISE (RSE)

SUR LES ACTIVITÉS DE LA LOTERIE NATIONALE EN 2014

INTRODUCTION

Nous avons le plaisir de vous présenter le premier rapport RSE de la Loterie Nationale. Ce rapport est le fruit d'une étroite collaboration entre les différents départements de la Loterie Nationale. Il a été réalisé grâce au concours de la société de conseil Sustenuto qui nous a guidé à travers les différentes étapes de sa confection.

Avec ce premier rapport, la Loterie Nationale vise à rassembler dans un seul et même document un aperçu des actions qu'elle mène au quotidien et qui s'inscrivent dans une démarche de responsabilité sociétale.

Ce rapport se base sur les nouvelles lignes directrices GRI (Global Reporting Initiative – version 4 – www.globalreporting.org). Notre démarche s'inscrit dans la mise en œuvre des normes élaborées dans le cadre de l'Association européenne des loteries (EL) ainsi que de l'association mondiale des loteries (WLA) et de la norme ISO 27001.

Par ailleurs, le présent document s'inscrit dans le prolongement des rapports sociétaux qui ont été établis au cours des quatre dernières années. Nous sommes convaincus qu'il sera suivi par d'autres, dont la forme et le contenu pourront être adaptés sur base des avis récoltés auprès des parties prenantes avec qui nous avons initié ce dialogue dans le cadre de cette première expérience. Ce rapport est également vérifié avec une large sélection de parties prenantes.

Le profil du rapport

- La période choisie en vue de rédiger ce rapport porte sur l'année 2014. Les données des indicateurs reprises dans ce rapport sont celles de 2014, à défaut celles de 2013.
- Ce rapport est le premier rapport développement durable pour la Loterie Nationale. En 2013, la Loterie Nationale

avait rédigé un rapport sociétal joint à son rapport annuel.

- Un rapport développement durable sera désormais établi tous les deux ans.
- Le présent rapport de développement durable n'a pas été audité par une entreprise tierce, et est conforme au « Core » GRI4.

La Loterie Nationale en bref

La Loterie Nationale, constituée en 1934, est détenue par l'État (78.72 %) et par la Société Fédérale de Participations et d'Investissement (21.28 %). Par ailleurs, la Loterie Nationale détient 100 % des sociétés S.A. LNL Services, active dans la fourniture de services de loterie et S.A. Lotto Sports Organisations, active dans la gestion de l'équipe cycliste professionnelle Lotto Soudal.

La Loterie Nationale est un prestataire socialement responsable et professionnel de plaisirs ludiques qui propose des jeux de tirage, des jeux de grattage et des paris sportifs à travers un réseau physique réparti sur l'ensemble du territoire belge et parallèlement accessibles sur des canaux numériques (e-lotto.be, mobile).

Of-line et On-line Tirage

Grattage

Paris sportifs

On-line uniquement

En tant que société anonyme de droit public, la Loterie Nationale est régie par la loi du 19 avril 2002 relative à la rationalisation du fonctionnement et de la gestion de la Loterie Nationale (dite « Loi de 2002 »). Depuis le début de sa création, l'Etat a confié à la Loterie Nationale des missions de service public qui illustrent son engagement sociétal vis-à-vis d'un ensemble de parties prenantes de la société.

En 2014, la Loterie Nationale a réalisé un chiffre d'affaires de 1.211 milliards d'euros et a redistribué à la société près de 340 millions d'euros. La Loterie Nationale comprend +/- 420 collaborateurs répartis entre le siège social et ses 8 autres sites en Belgique. Dans un environnement en constante évolution et profonde mutation, la Loterie Nationale reste un opérateur de premier ordre sur le marché des plaisirs ludiques en Belgique avec en moyenne 708.624 transactions par jour en 2014.

Contexte

Selon une étude interne à la Loterie Nationale réalisée en 2012, le marché des jeux de hasard subit des changements majeurs qui se rapportent aux quatre facteurs suivants :

1. l'ouverture du marché en 2011 a entraîné une augmentation du nombre de fournisseurs. La communication et l'offre de ces nouveaux entrants a exercé un grand pouvoir d'attraction auprès de la catégorie d'âge 18-24, voire une extension vers les 18-34 ;
2. au sein de la catégorie d'âge 35-44 existe une vive concurrence des jeux de café et dans une moindre mesure les jeux de hasard en ligne ;
3. on constate un succès croissant des jeux de hasard en ligne concurrents auprès des "high spenders" (haut niveau d'activité) et du segment "smart" (habilité vs recherche gros gains);
4. il apparait que les joueurs prennent part moins souvent en même temps aux différents jeux de tirage et de grattage (Lotto/Euro Millions/billets à gratter) de la Loterie Nationale, la raison évoquée le plus souvent en est la crise économique.

Ces facteurs font que la Loterie Nationale perd du terrain et risque de continuer à en perdre aussi bien sur le plan de la part de marché, la pénétration, la fréquence de jeu et le profil socio-démo.

Un point d'attention important pour la Loterie Nationale se situe au niveau des jeux de hasard en ligne. Sur les autres segments de marché (jeux de hasard dans les casinos et salles de jeux, paris dans les agences, jeux TV), on constate une baisse ou au mieux une stabilisation des revenus et parts de marché.

Il est incontestable que le marché d'aujourd'hui avec toutes ses composantes (joueurs, distribution, IT, concurrence) est en pleine mutation. La Loterie Nationale continue à soutenir les libraires qui pour 75 % des joueurs représentent le point de vente privilégié pour l'achat des produits de la Loterie Nationale. En vue de poursuivre le développement du réseau de vente, des dispositions sont prises pour augmenter le nombre de points de vente dans les canaux traditionnels et pour en ouvrir dans de nouveaux canaux de distribution.

Responsabilité sociétale – Gouvernance

La gouvernance de la Loterie Nationale est reprise dans son rapport financier 2014 qui est consultable à l'adresse suivante : http://www.loterie-nationale.be/fr/a-propos-de-nous/qui-sommes-nous/documents

Elle reprend les informations sur les organes de gestion (conseil d'administration, comité de direction, comités spécialisés*) et de contrôle de l'entreprise (Cour des Comptes, Commissaire du Gouvernement, Auditeurs interne et externe) ainsi que sur la politique de rémunération de ses dirigeants et les mandats au sein de ses filiales.

***Les Comités spécialisés**

Comité d'audit

Il examine les comptes et contrôle le budget, le suivi des travaux d'audit, l'examen de la fiabilité de l'information financière et l'organisation et la surveillance du contrôle interne.

Comité de rémunération

Il émet notamment des avis sur la rémunération des membres du comité de direction et gère tout plan d'intéressement qui pourrait être institué en faveur des cadres et employés.

Comité stratégique

Il assiste le conseil d'administration dans la définition de la stratégie de la société.

Les valeurs qui caractérisent la Loterie Nationale sont l'adhésion, le respect et esprit d'équipe. Elles se retrouvent dans l'engagement que chacun met en œuvre dans le cadre des activités de l'entreprise.

La Loterie Nationale est membre des associations suivantes :

Associations sectorielles

- **EL :** European Lotteries
- **WLA :** World Lottery Association
- **FEB VBO :** Fédération des Entreprises de Belgique
- **CIM :** Centre d'information sur les médias
- **ESOMAR :** The European Society for Opinion and Market Research
- **IAB Belgium :** l'Association belge de la publicité digitale et interactive
- **UBA :** Union Belge des Annonceurs
- **GSI Belgium** et **Luxembourg VZW**

Organisations RSE

- **Business & Society Belgium**
- **Guberna :** Institut belge des Administrateurs
- **MPCC :** Mouvement Pour un Cyclisme Crédible

Au cours du dernier trimestre 2014, nous avons analysé les bonnes pratiques mises en œuvre par les autres loteries européennes en matière de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise. Dans la foulée, un groupe de travail composé de représentants des services Ressources Humaines, Corporate Communication, Subsides, Jeu Responsable, Procurement, Strategy & Change, QAS, Regulatory Affairs a été constitué. Au cours des différentes sessions de travail organisées, 4 thématiques ont été identifiées qui représentent la responsabilité tangible (matérialité) de la Loterie Nationale.

Notre Responsabilité

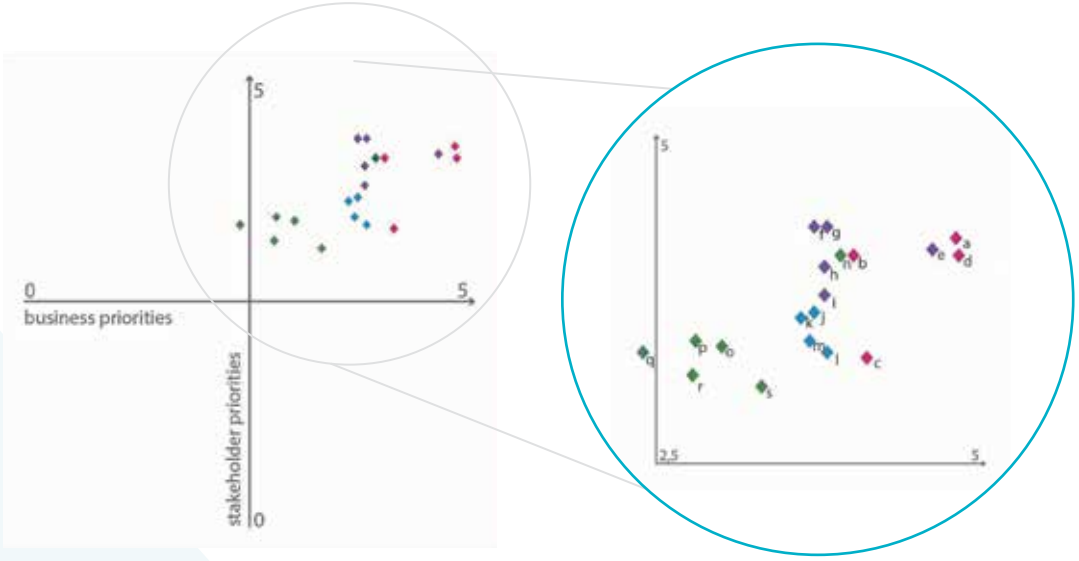
Les responsabilités de la Loterie Nationale sont reprises sous quatre clusters :

1. **Confiance & sécurité :** la Loterie Nationale est responsable pour la prévention de la fraude et des abus et veut offrir un maximum de sécurité aux consommateurs. À cette fin, la Loterie Nationale respecte les critères des certificats et normes externes en vue d'offrir des jeux qui suscitent la confiance.
2. **Protection du consommateur :** sur l'ensemble de la chaîne, du marketing jusqu'à l'offre de jeu dans les commerces de détail et en ligne, il est veillé à ce que cela se passe de manière responsable. La vie privée du

consommateur est protégée au maximum. Par ailleurs, il est investi dans la prévention pour empêcher les mineurs de jouer ou lorsqu'il est question de comportement de jeu excessif chez des adultes.

3. **Assurer l'avenir :** la Loterie Nationale veut créer une offre de jeu attrayante et accessible qui soit responsable pour permettre d'assurer une croissance sur le long terme.
4. **Investir dans la Société :** la Loterie Nationale veut maximiser le retour vers la société. Cela concerne non seulement un investissement au moyen des subsides mais aussi l'engagement de ses propres collaborateurs, de l'attention pour la diversité, le renforcement de la société civile au niveau local et l'engagement de réduire son propre impact environnemental.

Pour chacun de ces clusters sont repris les thèmes qui sont considérés comme importants. Ces thèmes sont repris par ordre d'importance pour la Loterie Nationale et pour les stakeholders (matrice de matérialité) dans les tableaux ci-dessous.



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

Implication des parties prenantes

L'exercice qui consiste à rédiger un rapport sur la Responsabilité Sociétale d'Entreprise (RSE) ne peut se concevoir sans l'implication des parties prenantes. La Loterie Nationale a, de manière ponctuelle, à propos de sa vision sur sa responsabilité sociétale, une concertation avec les parties prenantes qui de près comme de loin sont en contact avec les activités de la Loterie Nationale.

Les parties prenantes ont été regroupées par catégories de la manière suivante :

Catégories	
Les bénéficiaires de subsides	Cavema – Fondation Auschwitz – Croix-Rouge Wallonie Bruxelles – Rode Kruis Vlaanderen – Out of the Box - Fédération Wallonie – Bruxelles – Vlaamse Gemeenschap
Les partenaires commerciaux	Prodipresse– VFP
Protection du consommateur	VAD – Werkgroep tegen gokverslaving – Le Pélican – Saint-Luc – ULG – La Commission des Jeux de Hasard
Les fournisseurs	GTech – Drukkerij Joos – Belgacom (Proximus) – Delaware
Les médias	Belga
Les autorités politiques et publiques	La Commission des Finances de la Chambre – Cour des Comptes – Commission des Jeux de Hasard – le Cabinet du Ministre du Budget

Les clusters ont été validés par les parties prenantes au cours de 5 sessions de discussion organisées dans les locaux de la Loterie Nationale entre le 16 et 20 mars 2015.

Au cours de ces discussions toutes les parties prenantes se sont félicitées de l'esprit d'ouverture et de transparence manifestée par la Loterie Nationale dans son approche de responsabilité sociétale. Par ailleurs, elles ont reconnu la pertinence des domaines (clusters) définis ci-avant et elles n'ont pas estimé nécessaire de l'étendre à d'autres. Toutefois, elles ont pointé du doigt le fait que le public en général est peu informé ou mal informé de la politique de subsides et des appels à projets organisés par la Loterie Nationale.

Les parties prenantes ont exprimé le souhait que les actions de la Loterie Nationale en matière de subsides s'inscrivent dans la durée sous l'angle du développement durable par l'établissement d'un dialogue continu avec les bénéficiaires et d'une plus grande transparence dans les critères d'attribution des subsides. Il a été suggéré que ceci pourrait prendre la forme de la création d'une plateforme d'échanges entre Loterie Nationale et bénéficiaires, le lancement d'une campagne en vue de guider les grands gagnants vers le financement des bonnes causes, la rédaction d'une charte environnementale à laquelle des bénéficiaires adhèreraient dans le cadre de leur relation avec la Loterie Nationale.

Les parties prenantes ont mis en garde la Loterie Nationale de limiter la problématique du jeu pathologique à la seule dimension protection du consommateur. Elles ont recommandé que la Loterie Nationale continue ses efforts en vue de fournir des solutions durables afin de prévenir les risques de jeu pathologique au moyen de mesures telles que l'adoption de recommandations telles que formulées par des autorités de régulations étrangères (p.ex. ARJEL en France) à propos des dangers liés aux jeux en ligne, et en vue de promouvoir l'accès aux résultats des études scientifiques menées sur les risques d'assuétude au jeu, voire d'inscrire systématiquement les joueurs problématiques dans la base de données des joueurs exclus (EPIS – Excluded Persons Information System).

Les relations de longue date entre la Loterie Nationale et ses fournisseurs et revendeurs sont la preuve d'un engagement durable que la Loterie Nationale souhaite poursuivre dans

le futur. Les parties prenantes ont insisté pour renforcer ce lien certainement en matière de jeu responsable par l'adoption de mesures telles que la formation continue des employés des libraires (modules de e-learning) à l'instar de ce qui se fait avec l'industrie du tabac ou l'adoption de mesures techniques particulières en vue de prévenir les dérives liées au jeu pathologique.

La position unique de la Loterie Nationale comprend des obligations qui font d'elle une référence à laquelle se mesure les autres acteurs du marché. Certains stakeholders ont déploré que cette centralité qui s'inscrit dans la durée ne soit pas mieux prise en compte dans ce rapport. Ils souhaitent que la Loterie Nationale soit l'étalon des mesures à prendre pour la limitation des mises et pertes des joueurs mais souhaitent aussi qu'elle soit un exemple dans une publicité plus responsable avec une retenue/limitation des volumes de publicité et une modération dans les slogans à utiliser.

Pour certains stakeholders, la Loterie Nationale gagnerait à être encore plus transparente vis-à-vis de l'implication du politique dans sa gestion et dans la façon dont ses dirigeants sont désignés, dans la façon dont les règles édictées par les loteries s'appliquent et sont adoptées, sur les méthodes mises en œuvre dans le contrôle via le Mystery shopping du respect de ses obligations en matière d'interdiction du jeu des mineurs, dans la publicité à donner aux résultats des études scientifiques sur l'assuétude au jeu, voire aux rapports d'impacts des jeux de La Loterie Nationale et dans la définition des normes environnementales appliquées à sa flotte de véhicules. D'aucuns suggèrent de mettre sur pied une conférence avec les différents stakeholders afin de présenter les résultats de ce rapport.

RÊVER EN TOUTE
TRANQUILLITÉ

LES ENGAGEMENTS
DE LA LOTERIE NATIONALE

CONFIANCE ET SÉCURITÉ

Jouer aux jeux de La Loterie Nationale se fait en toute transparence, sécurité et confiance. Concrètement, la Loterie Nationale prend toutes les mesures nécessaires en vue de préserver l'intégrité, la confidentialité et la disponibilité de l'information.

Les mesures prises concernent : la protection des bases de données, la protection des billets contre le vol et la surveillance des tirages, des procédures de prévention contre la fraude en point de vente et lors du paiement des gains.

Tous les membres du personnel de la Loterie Nationale ont signé un code de conduite par lequel ils s'engagent à suivre les directives établies par la Politique Corporate pour la Qualité, la Sécurité et le Jeu Responsable. Des sessions de sensibilisation des employés sont organisées chaque année ainsi que des formations permanentes. Les points de vente reçoivent aussi une formation lors de laquelle l'aspect sécurité est largement évoqué.

Toutes ces initiatives font que la Loterie Nationale garantit à ses joueurs qu'ils peuvent jouer en toute sécurité et que leur anonymat est protégé lorsqu'ils jouent et gagnent.

La Loterie Nationale se conforme aux standards internationaux tels que la norme ISO 27001 en matière de sécurité de l'information et la norme WLA (World Lottery Association) qui font l'objet d'un audit annuel par une société externe.

MESURES CONTRE LA FRAUDE

- L'utilisation de modérateurs (plafonnement des mises et gains) pour les paris sportifs en ligne rend plus difficile l'abus du système à des fins de blanchiment d'argent.

- En 2015, des appareils automatiques de contrôle de gain utilisables directement par le joueur (WinCheckers) seront installés dans nos points de vente.

En 2014, il est apparu, après enquête pro-active, que 6 cas de fraudes ont été établis dans les points de vente. Dans 3 cas, cela a donné lieu à une rupture du contrat avec le point de vente et, dans les 3 autres cas, à des mesures particulières (mise sous surveillance particulière, retenue sur bonus et demande de licenciement d'un membre du personnel). Le nombre de points de vente de la Loterie Nationale est de 5374 (31/12/2014).

À L'ABRI DES DÉRIVES, PROFITER DE LA VIE

LES ENGAGEMENTS
DE LA LOTERIE NATIONALE

PROTECTION DU CONSOMMATEUR

Sur l'ensemble de la chaîne, du marketing jusqu'à l'offre de jeu dans les commerces de détail et en ligne, il est veillé à ce que tout se passe de manière responsable.

Contrôler et prévenir le jeu des mineurs

La Loterie Nationale a pour devoir de prévenir le jeu des mineurs. Pour remplir cette mission, la Loterie Nationale prend et prévoit un ensemble de mesures qui s'appuient sur le contrôle et la prévention.

Les campagnes aléatoires de Mystery shopping* (méthode de recherche d'achat anonyme) dans les points de vente constitue une mesure de contrôle importante. En 2014, 1599 contrôles (30 % des points de vente) ont eu lieu pour une moyenne de 26,2 % d'infractions.

Types de points de vente*	# contrôles	# infractions	%
Librairies	896	168	18,75 %
Magasins d'alimentation générale	347	161	36,6 %
Stations-service	268	80	38,06 %

* Le nombre de contrôles effectués dans les autres catégories de points de vente est trop faible pour en déduire des conclusions.

En raison de ce niveau élevé d'infraction, des mesures préventives en vue de sensibiliser les points de vente ont été prises. Elles consistent en la mise à disposition de tout un matériel d'information qui doit aider le point de vente à dissuader les mineurs de jouer.

Prévenir le jeu excessif

1. Campagne de prévention dans les points de vente

En 2014, la Loterie Nationale a, comme chaque année, développé une campagne de sensibilisation aux dangers liés au jeu excessif qui a été diffusée dans tous les points de vente. Le prospectus, mis à jour en 2014, intitulé « Pour que le jeu reste un plaisir, fixez vos limites ! » donne des conseils et des informations tels que le numéro d'aide 0800 35 777 (24 h/24 – 7 jrs/7).

2. Modérateurs pour les jeux en ligne

Dès 2010, la Loterie Nationale a instauré des modérateurs pour ses activités en ligne en vue de plafonner les mises des joueurs. Dans le cadre de sa mission de canalisation, les plafonds ont été adaptés en 2014 afin de tenir compte des évolutions du marché des paris sportifs. Des limites trop conservatrices pousseraient vraisemblablement certains joueurs, et principalement ceux à risque, à se tourner vers des sites web concurrents moins contrôlés ou pas contrôlés du tout où les limites sont très souples voire inexistantes.

3. Sensibilisation au Jeu Responsable

La sensibilisation au Jeu Responsable se fait envers les points de vente et le personnel de la Loterie Nationale, et est complémentaire à l'information disponible sur le site web.

Adaptation des plafonds de mise afin de tenir compte des évolutions du marché

1° La limite de versement par semaine est par défaut de 300€ et peut être augmentée à la demande du joueur jusque 500€.

2° La perte journalière maximale est par défaut de 100€ et peut être augmentée à la demande du joueur jusque 300€.

3° Le versement des gains sur le compte joueur se fait à hauteur maximale de 500€ ; le surplus est versé sur le compte bancaire.

4° Le solde maximal disponible sur le compte joueur est de 500€.

Diffusion vers les points de vente

Tous les points de ventes doivent être dotés d'un matériel d'information (p.ex. folders, brochures, affiches, etc.) visant à les sensibiliser au comportement de Jeu Responsable et à les former aux questions concernant le jeu pathologique. Tout nouveau point de vente recevra une session de formation concernant le Jeu Responsable avant même d'avoir reçu l'autorisation de commercialiser les jeux de la Loterie Nationale. En 2014, ce sont 291 nouveaux points de vente qui ont reçu cette formation.

Les exploitants des points de vente reçoivent en plus régulièrement de l'information au niveau du Jeu Responsable, que ce soit via leur responsable commercial ou via les newsletters LoNews ou LoContact.

Diffusion vers le personnel

Le Jeu Responsable et QAS (Quality Assurance System) sont deux éléments incontournables pour chaque employé de la Loterie Nationale :

- chaque nouvel employé reçoit, dès son entrée en fonction, une formation sur le Jeu Responsable, la qualité et la sécurité à la Loterie Nationale ;
- le livret « Qualité, Sécurité et Jeu Responsable » lui est remis par le responsable QAS ;
- tous les employés participent à une session de sensibilisation annuelle en vue de rafraîchir leur connaissance effective de la politique du Jeu Responsable de la Loterie Nationale.

La participation à cette session et la connaissance effective sont deux paramètres repris dans le calcul du bonus collectif. En 2014, à défaut d'avoir atteint les 85 % de taux de participation, cette partie du bonus collectif n'a pas été attribuée.

Marketing responsable

La Loterie Nationale a adopté un Code de publicité éthique et responsable (http://bit.ly/1F3psd2) qui est amélioré régulièrement. Ce code forme un cadre de référence pour le développement de campagnes de publicité et d'activités de promotion pour la vente des produits de jeux de loterie et il satisfait au prescrit des lignes directrices WLA en la matière. Avec ce code, il est garanti, en particulier, que les chances de gains sont présentées dans les publicités comme une question de pur hasard et qu'elles sont ainsi communiquées. Elles ne peuvent mentionner ou donner l'impression que le jeu est une alternative au travail ou est une manière de régler des problèmes financiers.

La Loterie Nationale ne développe pas ou ne met pas sur le marché des jeux qui s'adressent directement aux mineurs et s'engage à ce que, dans ses campagnes de publicité, aucun mineur ne soit montré comme étant associé à la pratique des jeux de hasard. Par ce biais, elle s'abstient de promouvoir ses jeux à travers l'achat d'espaces publicitaires dans la presse écrite, télévision et radio qui est spécifiquement destinée aux enfants ou aux adolescents.

Paramètres	Objectif	Résultats - 2013	Résultats -2014
Test de connaissance	90 %	92,4 %	93 %
Taux de participation	85 %	87,87 %	81,55 %

S'AVENTURER
VERS DE NOUVEAUX HORIZONS

LES ENGAGEMENTS
DE LA LOTERIE NATIONALE

ASSURER L'AVENIR

La Loterie Nationale doit, dans un environnement de jeu en pleine mutation, créer une offre de jeu attrayante et accessible qui soit responsable. Cela doit permettre de lui garantir une croissance économique et ainsi qu'une stabilité satisfaisante pour satisfaire à ses obligations de canalisation sur le long terme.

Assurer une croissance durable

La part de marché de la Loterie Nationale en 2014 est estimée à 66 %. Elle est évaluée annuellement sur base d'une enquête sur le niveau de dépenses. L'offre de jeu de la Loterie Nationale est confrontée à une concurrence intense qui, de plus, s'adresse à un jeune public. Parallèlement, les points de vente traditionnels de la Loterie Nationale (les libraires) souffrent d'une diminution des ventes de la presse (conséquence de l'édition numérique et augmentation des abonnements) et de la vente des produits du tabac.

Nonobstant ces faits, le réseau traditionnel représente +/- 92 % du chiffre d'affaires de la Loterie Nationale. Le réseau physique reste le pilier le plus important pour la Loterie Nationale. En même temps, on constate que la part du chiffre d'affaires réalisé via Internet et les autres canaux numériques (mobile) continue de croître.

Pour faire face à ces défis, la Loterie Nationale cherche à atteindre de nouveaux clients et segments, à poursuivre l'extension de sa présence dans le secteur de la vente au détail, à poursuivre la numérisation sans relâche et à offrir de nouveaux produits attrayants.

Cette démarche est également inspirée des « meilleures pratiques » adoptées au niveau international et des contacts permanents qu'elle entretient avec les partenaires européens spécialisés dans le secteur de la loterie.

Pour s'assurer de son image positive, la Loterie Nationale organise régulièrement des enquêtes de satisfaction et des études de réputation. Le taux de réputation est passé de 61,7 % en 2012 à 67,3 % en 2014. La Loterie Nationale atteint la 18ème place en 2014 selon l'étude Reptrack* (http ://bit.ly/1E69NYI)

Développement produit responsable

La Loterie Nationale a développé un programme complet de « Jeu Responsable », avec une attention particulière pour la recherche scientifique et le traitement médical, mais aussi pour la formation et l'information du plus grand nombre : les joueurs, les points de vente, le personnel de la Loterie Nationale etc. Cette politique globale a été soumise pour approbation au Comité de Jeu Responsable et est constamment mise à jour, afin de suivre au plus près les évolutions du secteur des jeux de hasard et des symptômes liés au jeu pathologique, et ce, pour adopter les mesures les plus appropriées pour y répondre.

Chaque nouveau jeu développé au sein de la Loterie Nationale est préalablement testé via le logiciel GAM GaRD. Ce logiciel permet d'évaluer le risque d'assuétude d'un jeu selon des critères tels que : le laps de temps entre l'achat et le résultat du jeu, la hauteur du montant du jackpot, l'illusion du contrôle du jeu, l'intention/impression donnée concernant la probabilité de gagner, la facilité d'accès aux jeux.

Les nouveaux jeux sont également soumis au Comité de Jeu Responsable. Celui-ci s'est réuni 3 fois en 2014. Il est composé pour partie d'employés de la Loterie Nationale et pour partie de praticiens cliniques experts en addiction. Son rôle est d'évaluer et de formuler des avis sur les nouveaux jeux de la Loterie Nationale.

En 2014, 13 modifications apportées à des jeux existants ou nouveaux jeux ont été évalués dont 11 ont obtenu un feu vert (en ordre) contre 2 un feu orange (avertissement).

En outre, La Loterie Nationale a financé en 2014 à hauteur de 500.000€ des études scientifiques sur l'addiction aux jeux. Un appel à projets a été lancé en 2014 pour lequel 10 candidats se sont déclarés et 5 ont été sélectionnés.

	Validation		
Jeux	Vert	Orange	Rouge**
Super Lotto	3		
Produits Instant	8		
e-games*		2	

* Du fait qu'ils sont exclusivement disponibles sur Internet, ils comportent un degré de dangerosité plus élevé.
** Les jeux qui tombent dans cette catégorie doivent être revus pour pouvoir être lancés.

Organisation	Contenu
UCL	Mieux comprendre le rôle de l'impulsivité dans le développement, le maintien et la récurrence du jeu problématique et développer des techniques d'intervention
Centre de Référence en Santé Mentale (CRESAM)	Éclaircir les nouveaux enjeux et les nouvelles attitudes à développer tant au niveau curatif que préventif concernant le jeu pathologique notamment les jeunes usagers des sites Internet et des applications pour tablettes et Smartphones dédiés aux jeux de hasard
ULB	Étude de la prévalence des comportements ludiques chez les adolescents âgés de 13 à 18 ans et mise en place d'un programme de sensibilisation aux jeux de hasard chez les jeunes
Universiteit van Antwerpen (UA)	Elaboration (conception, mise en œuvre et évaluation) d'un programme d'entraînement en ligne, proposé sous forme d'auto-assistance ou intégré à un traitement existant, pour le traitement des personnes souffrant d'une addiction aux jeux de hasard
ULB	Étude des effets cliniques de l'exercice cognitif sur la prise de décision des joueurs excessifs - modification de la décision des joueurs excessifs dans le sens d'une réduction du goût du risque et l'envie de proximité

Pour l'appel à projets de 2015-2016, le but de ces recherches/études sera d'enrichir la connaissance de la Loterie Nationale dans certains domaines spécifiques relatifs à l'assuétude au jeu (à titre d'exemples non limitatifs : l'utilisation de smartphones ou le comportement des joueurs de paris sportifs). Les résultats pourront être intégrés dans la stratégie de développement, de vente et de communication des produits de la Loterie Nationale.

Lorsque la Loterie Nationale désire organiser un nouveau jeu de loterie, des paris, des concours ou tout autre jeu de hasard, les étapes suivantes doivent être suivies :

1) une analyse d'opportunité pour le lancement de ce nouveau type de jeu sur base de la mission d'entreprise de la Loterie Nationale et de l'évolution du marché du point de vue des utilisateurs, des réseaux de distribution et de la concurrence. Cette analyse contient entre autres une étude quantitative et qualitative des utilisateurs, une étude sur le potentiel de vente et l'éventuelle cannibalisation des autres produits dans le portefeuille de la Loterie Nationale ;

2) un rapport sur les effets liés au jeu, rédigé par le Comité Jeu Responsable et qui évalue les conséquences du nouveau jeu sur les comportements de jeu. Ce document peut aussi éventuellement contenir certaines mesures d'accompagnement ;

3) Plan financier des investissements nécessaires pour le lancement du nouveau produit, les coûts des campagnes marketing planifiées et les attentes en termes de ventes ;

4) si le nouveau jeu est un jeu de hasard, l'avis préalable de la Commission des Jeux de Hasard devra aussi être inclus ;

5) projet d'arrêté royal.

Une offre de jeu attrayante

La Loterie Nationale soumet sa stratégie produit au moins une fois par an à une étude détaillée et adapte son portefeuille produits aux préférences des utilisateurs et aux nouvelles tendances et possibilités, afin de satisfaire aux exigences qui découlent de son obligation de canaliser les envies de jeu et de respecter celles en matière du Jeu Responsable.

La réputation des produits est suivie depuis 2005 selon une évaluation continue des prestations de jeu et de la communication qui s'y rapporte. Ci-dessous se trouve un tableau qui illustre l'évolution de la réputation des produits.

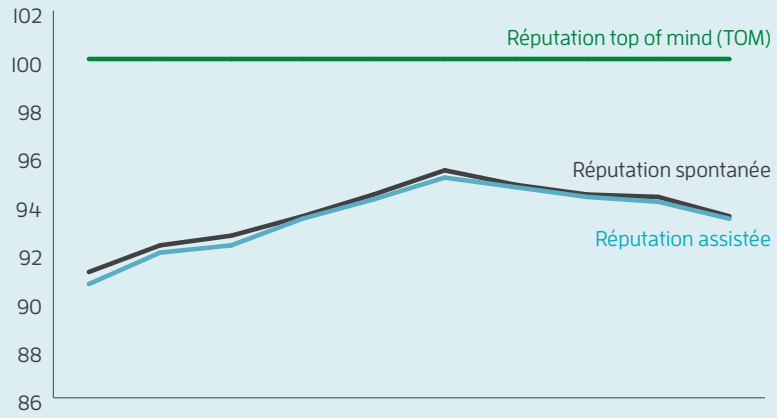
Une distinction est faite entre la réputation « top of mind » (TOM - se mesure par le pourcentage de personnes qui citent spontanément une marque, en première réponse), la réputation spontanée (citation d'une marque à l'évocation de la catégorie de produits (ou du secteur d'activité) ou assistée (reconnaissance d'une marque à partir d'une liste proposée aux personnes interrogées).

Accessibilité des jeux

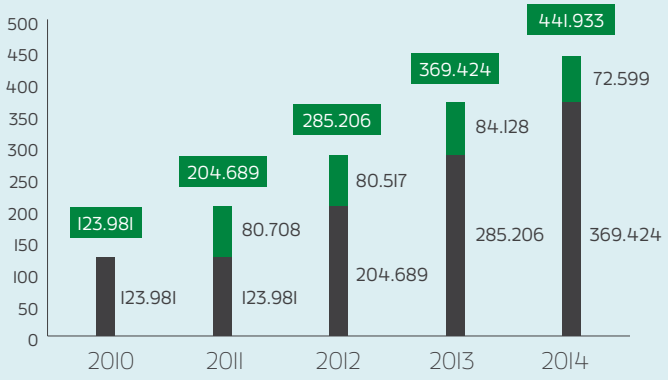
La Loterie Nationale s'engage tout au long de l'année à exercer ses tâches de service public sur l'ensemble du territoire, à destination de tous les habitants du royaume, dans un rayon géographique raisonnable, conformément aux règles arrêtées, et utilise pour se faire les moyens technologiques les plus récents.

La Loterie Nationale met à disposition une offre adaptée de ses différents produits et garantit une densité de son réseau de points de vente. Fin 2014, le nombre de points de vente s'élevait à 5.374. Cela équivaut à un niveau de densité du réseau de 1,6 point de vente pour 1.000 joueurs potentiels adultes.

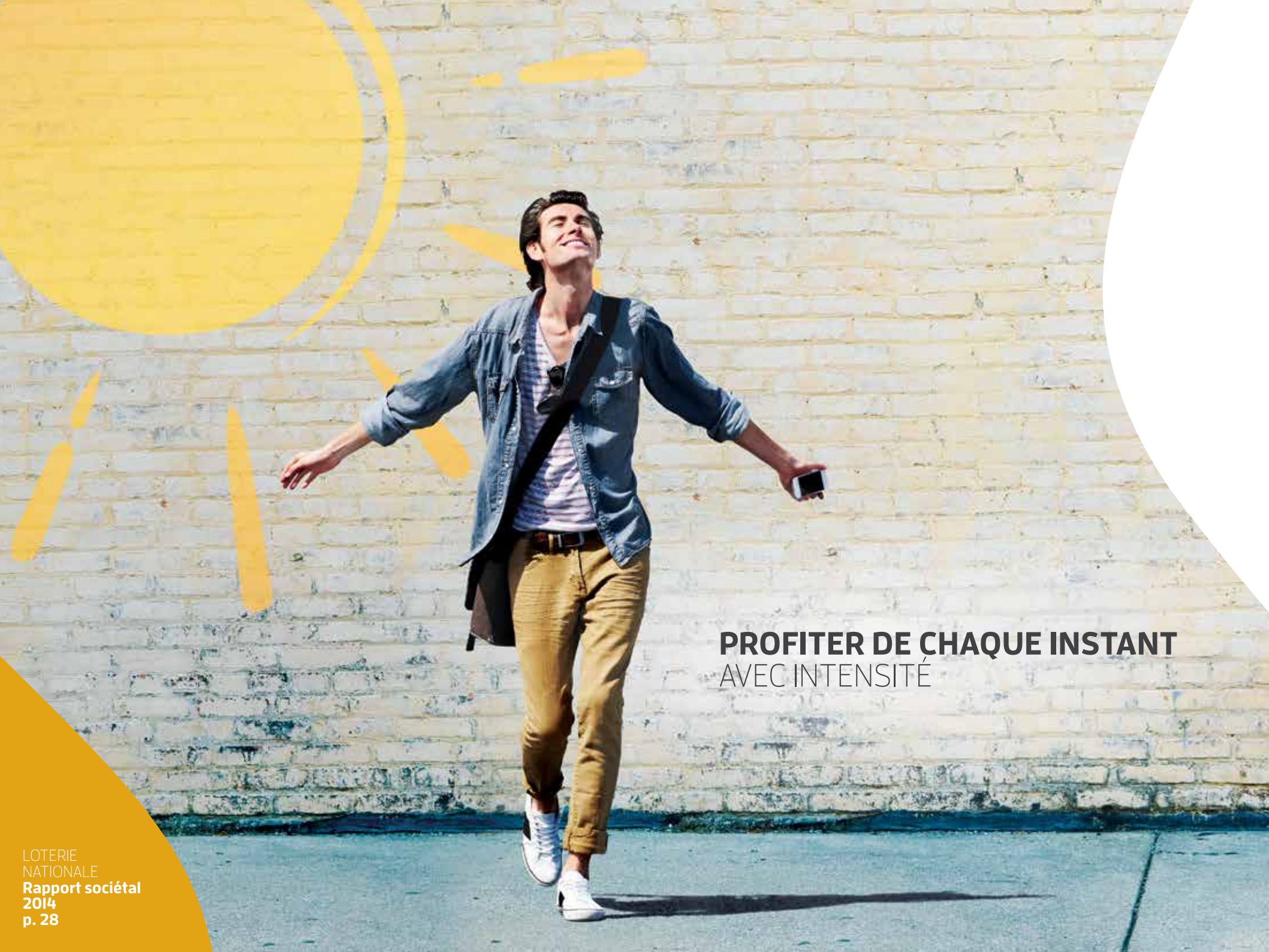
Au 31/12/2014, on comptait 441.933 comptes de joueurs en ligne dont 41 % « actifs » (= light, medium ou heavy), 44 % « dormants » et 16 % n'ayant jamais joué. Depuis le lancement de l'offre mobile le 25/08/2014, ce sont 55.028 joueurs qui ont joué au moins une fois sur leur appareil mobile (smartphone ou tablette).



	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Réputation top of mind (TOM)	90,7	92	92,3	93,4	94,2	95,1	94,7	94,3	94,1	93,4
Réputation spontanée	91,2	92,3	92,7	93,5	94,4	95,4	94,8	94,4	94,3	93,5
Réputation assistée	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100



	Par année	Cumulatif
2010		123.981
2011	80.708	204.689
2012	80.517	285.206
2013	84.128	369.424
2014	72.599	441.933



PROFITER DE CHAQUE INSTANT
AVEC INTENSITÉ

LES ENGAGEMENTS
DE LA LOTERIE NATIONALE

INVESTIR DANS UNE MEILLEURE SOCIÉTÉ

La Loterie Nationale veut maximiser le retour vers la société. Cela concerne non seulement un investissement au moyen des subsides mais aussi l'engagement de ses propres collaborateurs, de l'attention pour la diversité, le renforcement de la société civile au niveau local et l'engagement de réduire son propre impact environnemental.

Maximiser les subsides pour les bonnes causes

La Loterie Nationale est un mécène important – même le plus important du pays. Chaque année, elle redistribue une partie non négligeable de son bénéfice en vue de subsidier des organisations ou des activités issues de secteurs variés : projets humanitaires, activités sociales, manifestations sportives, événements culturels, recherche scientifique et projets pour la promotion du prestige national. Que ce soient des petits, moyens ou grands projets, les subsides distribués s'inscrivent dans le cadre du bien-être général de la population.

Les associations qui reçoivent un soutien financier sont nombreuses et réparties sur l'ensemble territoire national.

En 2014, la Loterie Nationale a contribué de cette manière à la société pour un montant de € 217.000.000 via 205 millions d'euros en subsides (inscrit dans notre mission) et 12 millions d'euros en sponsoring.

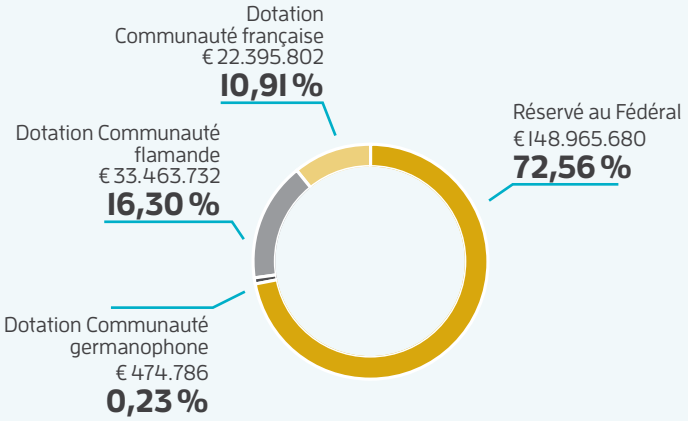
En conformité à la Loi du 19 avril 2002 relative à la rationalisation du fonctionnement et de la gestion de la Loterie Nationale, le plan de répartition des subsides est chaque année

fixé sous forme d'un Arrêté Royal. Le tableau ci-dessous donne un aperçu de la rente de monopole et des subsides. 72,56 % du budget des subsides est réservé au fédéral tandis que 27,44 % est transféré aux Communautés.

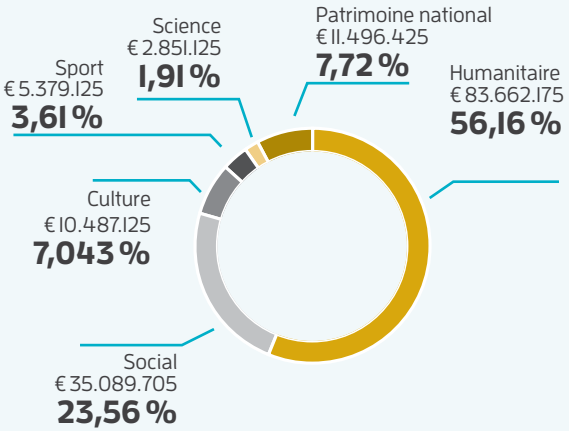
	2012	2013	2014
Rente de monopole payée à l'Etat *	€ 135.000.000	€ 146.265.000	€ 135.000.000
Somme totale des subsides	€ 225.300.000	€ 214.035.000	€ 205 300 000

*La rente de monopole est la somme payée par la Loterie Nationale chaque année à l'Etat en raison du fait qu'elle est la seule institution qui a pour mission d'organiser des loteries publiques.

RÉPARTITION DU BUDGET 2014 DES SUBSIDES



RÉPARTITION DU BUDGET FÉDÉRAL 2014 PAR SECTEURS D'ACTIVITÉS € 148.965.680



Appels à projets

Au sein du service Subsides ont été lancés trois appels à projets : Pauvreté et inclusion sociale, Objectifs du Millénaire (lancé en 2006), Développement durable (lancé en 2012). Les tableaux ci-dessous illustrent d'une part les montants des appels à projets lancés en 2013 et exécutés en 2014 et d'autre part le nombre de dossiers introduits et de lauréats.

	2012	2013	2014
Pauvreté et inclusion sociale	€ 2.537.000	€ 2.410.000	€ 2.410.000
Objectifs du Millénaire	€ 1.000.000	€ 950.000	€ 950.000
Développement durable	€ 2.000.000	€ 1.900.000	€ 1.900.000

Appels à projets	# Dossiers	# Lauréats	Exemple
Pauvreté et inclusion sociale	391	41	Médecins du Monde Création d'un dossier médical électronique pour les lieux de consultation du Médecins du Monde
Objectifs du Millénaire	142	42	
Développement durable	125	44	De Wroeter Belevingslandbouw donne de nouveau à la campagne et à ses produits un visage. Développement durable et emploi social vont de pair.

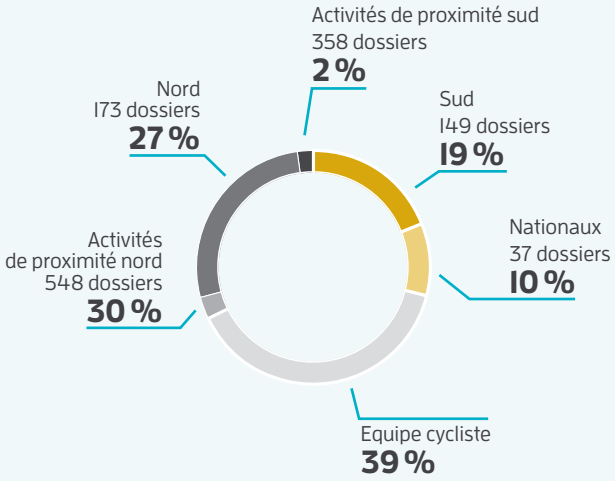
Tout est possible grâce à vous !

Avec la campagne « Tout est possible… grâce à vous », lancée en mars 2014, la Loterie Nationale voulait informer le grand public de manière concrète qu'en jouant avec les jeux de la Loterie Nationale on participe aussi à un meilleur avenir pour tous. Même si en tant que joueur vous ne gagnez pas au jeu, votre argent est utilisé de manière utile. Souvent aussi pour des projets près de chez vous. Les campagnes illustrées ci-dessous font le lien évident entre nos joueurs et le rôle de mécène joué par la Loterie Nationale.

Sponsoring

Le sponsoring bâtit des ponts entre joueurs et les marques de la Loterie Nationale via une communication autour des évènements et des actions sur le terrain. Le sponsoring offre aux visiteurs/participants d'un événement une expérience de divertissement inoubliable. Ainsi, nous renforçons l'image de la Loterie Nationale et de nos marques.

En 2014, 2.500 dossiers ont été traités et 1.251 événements ont été soutenus pour un montant total de € 17Mio. La stratégie sponsoring ainsi que la répartition des budgets sont proposés par le service Sponsoring et approuvées par le comité de direction, tenant compte de la stratégie marketing, le ROI sur le branding et la visibilité et business.



Les dossiers de sponsoring se rapportent aux domaines suivants et s'inscrivent dans une approche locale et durable des événements soutenus :

- **Sport :** Lotto 6 Daagse van Gent, Lotto DHI (Down Hill Mountain bike), Ethias Trophy, ...

- **Special Events :** Bruxelles les bains, Parades de Noël, Zomeraperitief, ...
- **Culture :** Dour Festival, Rock Werchter, Les Ardentes, Pukkelpop, ...
- **National :** Plaisirs d'hiver, Diables Rouges, SCOOORE League, ...
- **Social :** Viva For Life, Cap 48, ...
- **Proximité :** Familieplantdag, Tour de Belgique en Tandem pour aveugles et malvoyants, ...

Nombre et engagement des collaborateurs

Le nombre de collaborateurs de la Loterie Nationale est de 420. C'est une augmentation de 6,5 % par rapport à 2012 (392 collaborateurs).

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Hommes	192	199	201	210	209	215
Femmes	189	194	199	211	223	222
Employés	381	393	400	421	432	437
Entrées	19	24	27	33	36	39
Employés FTE (moyenne)			381	392	406	420
Sorties	11	12	20	12	25	34
# heures de formation	4.856	3.699	3.169	2.212	13.137	9.005

Au cours des années à venir, la Loterie Nationale sera confrontée à une grande vague de départs (en pension) des membres de son personnel. Afin de garantir le transfert des connaissances accumulées et de permettre aux futurs collaborateurs de pouvoir les utiliser, il est important de développer un outil qui permette d'anticiper cet événement. Cet outil doit permettre aux chefs d'équipe d'anticiper de manière adéquate le départ d'un collaborateur, afin de garantir le transfert de connaissances à stade avancé.

La Loterie Nationale a, en 2014, lancé un certain nombre d'initiatives afin de renforcer l'engagement personnel via évaluation, communication et soutien.

Evaluation	Eva	En janvier 2014, intégration du cycle de performance et d'évolution dans SAP.
	Upward feedback	Fin 2014, extension des possibilités de feedback par le biais de l'Upward feedback, du collaborateur vers le responsable.
Communication et promotion	Lonalo Apero	Lancé le 8 mai 2014, le « Lonalo-Apéro » est un cylce de sessions d'informations organisées sur le temps de midi dans une atmosphère conviviale et sur des thèmes qui ont trait à la vie à la Loterie Nationale. Chaque collaborateur y participe volontairement et peut prendre part aux discussions.
Soutien	Programme de parrainage	Le programme de parrainage a été lancé en juin 2014 et met en lien, sur base volontaire, des collaborateurs expérimentés avec les nouveaux venus afin de faciliter leur intégration et la collaboration au sein des équipes dès les premiers jours, semaines et mois d'entrée en fonction. Parrains et marraines ont suivi une formation en lien avec cette mission. Fin 2014, tous les nouveaux collaborateurs ont été suivis par 13 parrains et/ou marraines. Ce programme sera étendu en 2015 aux personnes de retour d'une longue période de maladie.
	Lonalo Intro	Le 20 octobre 2014 a été lancé le programme « Lonalo Intro » en vue de souhaiter la bienvenue aux nouveaux venus lors d'une session d'info sur l'entreprise donnée par l'équipe HR. À cette occasion, ils sont accueillis par le CEO et les membres du comité de direction. L'objectif est de faciliter l'intégration des nouveaux venus.

Great Place To Work

En 2014, la Loterie Nationale a lancé l'exercice d'évaluation de la perception que les membres du personnel ont quant à l'adéquation entre organisation et collaborateur. Cet exercice a pour objectif de donner lieu à des projets en vue d'améliorer l'environnement de travail. Par ce biais, nous mettons l'accent sur l'engagement des collaborateurs. Au moyen d'une liste de questions publiées sur Internet, nous avons interrogé avec notre partenaire Vlerick Business School, les collaborateurs à propos de leur engagement actif. Cette évaluation nous permettra également de participer à la compétition des « Best Workplaces 2015 » en Belgique.

De l'enquête, il apparaît qu'un peu plus de 65 % des personnes interrogées ont une opinion positive quant à la Loterie Nationale en tant qu'employeur. La fierté est le point fort mis en avant : fierté pour son propre job, pour les réalisations de l'équipe et l'image de la société. Les points sur lesquels il reste à travailler se situent sur 4 axes : le besoin de reconnaissance et d'appréciation, la crédibilité du management, la camaraderie et l'impartialité dans le traitement. Pour chacun de ces domaines, des points d'actions sont développées dans un objectif d'amélioration l'ambiance au travail, l'augmentation du sentiment de bien-être (diminution du nombre de plaintes psycho-sociales et du stress) afin que l'engagement de tous les collaborateurs aille de l'avant. Un plan d'action spécifique sera mis en œuvre d'ici la fin de l'année 2015.

Diversité

La Loterie Nationale place également l'humain au centre de ses attentions. Elle se fixe aussi comme objectif la gestion durable de son personnel dans une perspective de ressources humaines. À cette fin, la Loterie Nationale a décidé naturellement de lancer un plan d'action visant à promouvoir la diversité en vue d'obtenir le label Diversité octroyé par Actiris. En effet, à l'image de son environnement externe multiculturel, elle souhaite retrouver au sein de ses équipes cette même richesse. La volonté d'introduire un plan diversité a résonné au départ de la gestion des âges étant donné la pyramide des âges inversée que connaît la Loterie Nationale actuellement.

Bien-être au travail

La Loterie Nationale s'engage à la bonne gestion des risques psycho-sociaux. Afin d'éviter ces risques sur le lieu de travail, la Loterie Nationale a organisé en juin 2014 une conférence pour ses collaborateurs sur les sujets suivants :

- prendre soin de soi afin de prévenir le burnout
- être soucieux et respectueux des autres pour éviter de tomber dans des situations d'intolérance (discrimination) ou de harcèlement

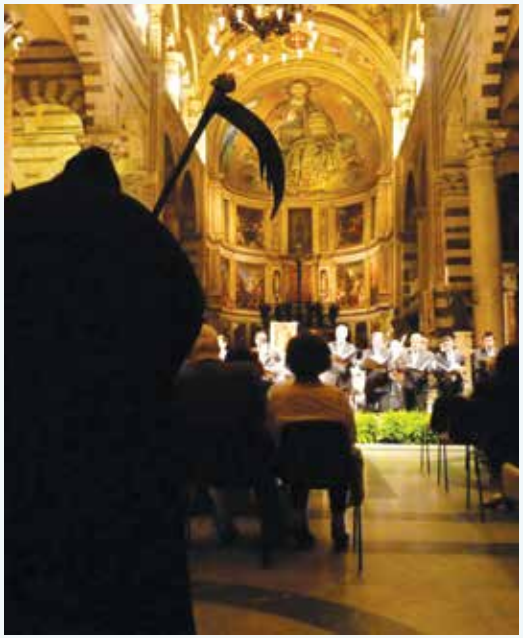
Flexwork

La Loterie Nationale a lancé un projet pilote de « Flexwork » afin de promouvoir l'équilibre vie privée et vie professionnelle. L'expérience pilote qui a clôturée mi-2014 a été suivie par un groupe de travail paritaire et représentatif (délégation du personnel – délégation de l'employeur). À la suite de cette expérience, une charte de bonne conduite sera rédigée ainsi qu'un document pour tous les collaborateurs qui veulent travailler de manière flexible à l'avenir.

Gestion de la chaîne logistique

En tant que SA de droit public, la Loterie Nationale est obligée de respecter les dispositions en matière de marchés publics pour tous ses achats. Pour guider la façon dont les achats doivent avoir lieu, une politique d'achat a été mise en œuvre. Elle est disponible pour tous les collaborateurs et est applicable à quiconque est impliqué de manière directe ou indirecte dans une procédure d'achat.

En plus de la délimitation des rôles et responsabilités, la politique d'achat couvre également le cadre éthique dans lequel les employés doivent travailler. Les valeurs d'intégrité, transparence, de diligence et de professionnalisme sont centrales. On attend de tout collaborateur impliqué directement dans un marché public qu'il signe une déclaration dans laquelle il déclare ne pas être dans une situation de conflit d'intérêt. Par ailleurs, il est explicitement prévu que les partenaires potentiels doivent s'abstenir de tout cadeau ou invitations au profit des collaborateurs de la Loterie Nationale. De par ses obligations légales, la Loterie Nationale est tenue de collaborer uniquement avec des



partenaires de confiance qui satisfont à toutes leurs obligations fiscales et sociales. Elles sont contrôlées de manière standard à l'occasion de chaque procédure de marché public.

Enfin, la politique d'achat prévoit qu'il faut – si possible – tenir compte au maximum de la responsabilité sociétale de l'entreprise, achat durable et le retour vers la société. Les collaborateurs doivent au début d'une procédure de passation de marché évaluer ces possibilités et les utiliser.

- Les fournisseurs de gadgets publicitaires doivent souscrire un code de conduite éthique.
- Dans certains dossiers, il est prévu une clause d'employabilité dans laquelle il est fait référence à l'obligation d'engager des chômeurs de longue durée si le contrat est attribué au soumissionnaire.
- Si possible, certaines tâches sont attribuées à des ateliers protégés (ex. mailings).
- Si possible, des critères écologiques sont utilisés pour l'attribution de certains marchés (p.ex.: service d'entretien, flotte de voiture, service de nettoyage, fourniture d'énergie).

Environnement

La Loterie Nationale fait des efforts pour tenir compte de son impact environnemental dans sa politique d'achat.

- Pour l'électricité : il est fait usage exclusif de 100 % d'électricité verte. Ceci a été lié par le passé à des campagnes de sensibilisation prônant la diminution de la consommation.
- Produits de nettoyage : ceux-ci doivent porter un écolabel et disposer d'un système de dosage et de caractéristiques qui permettent une diminution de la consommation d'eau.
- Pour le parc automobile : lors de la passation de contrat la Loterie Nationale tient compte de critères écologiques tels qu'ecoscore et CO_2. De plus dans la car policy est tenu compte de seuils sur base du CO_2 et d'un ecoscore minimal. Le taux moyen de CO_2 a diminué de 135,68 (mi-2012) à 120 (fin 2014). Cette tendance se poursuivra à l'avenir.
- Pour certains travaux d'imprimerie qui sont externalisés (affiches), le papier labellisé FSC est utilisé. Le papier des imprimantes et photocopieurs est certifié PEFC et dispose d'un EU Ecolabel. Le papier utilisé pour les jeux à gratter est du papier recyclé.

INDEX DE CONTENU GRI : IDENTIFICATION DES PARAMÈTRES GLOBAL REPORTING INITIATIVE

		Statut du reporting	Pages/commentaires
Stratégie et Analyse			
G4-1	Déclaration du CEO	Complet	Avant- propos – page3
G4-2	Impacts, risques et opportunités majeurs	Complet	Voir rapport financier
Profil de l'organisation		Complet	
G4-3	Nom de l'organisation	Complet	Loterie Nationale S.A.
G4-4	Principaux produits et/ou services	Complet	Produits de tirage (Lotto, euromillions, pick3, keno) et produits de grattage (winforlife, etc)
G4-6	Pays où l'organisation est implantée	Complet	La Loterie Nationale est implantée en Belgique et a son siège social à Bruxelles
G4-7	Nature du capital et forme juridique	Complet	Société Anonyme de droit public
G4-8	Marchés	Complet	La Loterie en bref – page 5 Contexte – page 6
G4-9	Taille de l'organisation	Complet	Voir rapport financier
G4-13	Changements significatifs de la taille, de la structure de l'organisation ou de son capital au cours de la période de reporting	Complet	Voir rapport financier
G4-14	Indiquer si la démarche ou le principe de précaution est pris en compte par l'organisation, et comment.	Complet	Confiance & Sécurité – page 11
G4-15	Chartes, principes et autres initiatives en matière économique, environnementale et sociale, développés en externe et auxquels l'organisation a souscrit ou donné son aval.	Complet	Confiance & Sécurité – page 11
G4-16	Affiliation à des associations ou à des organisations nationales ou internationales de défense des intérêts	Complet	Responsabilité sociétale – page 7
Echange avec les parties prenantes			
G4-24	Liste des parties prenantes	Complet	Implication des parties prenantes - page 9
G4-25	Base d'identification et sélection des parties prenantes	Complet	Implication des parties prenantes - page 9
G4-26	Démarches de ce dialogue	Complet	Implication des parties prenantes - page 9
Profil du rapport			
G4-28	Période considérée	Complet	01/01/2014 au 31/12/2014
G4-29	Date du dernier rapport publié	Complet	Ceci est le premier rapport RSE
G4-30	Cycle considéré	Complet	Tous les deux ans
G4-31	Personne de contact	Complet	Voir rapport annuel
G4-33	Validation du rapport par des personnes externes à l'organisation	Complet	Pas de validation par des parties externes sauf pour le rapport financier
Gouvernance			
G4-34	Structure de gouvernance	Complet	Voir rapport annuel
Ethique et intégrité			
G4-56	Codes de conduite	Complet	La Loterie Nationale applique le code de publicité d'éthique et responsable ainsi que les règles édictées par European Lotteries et la World Lotteries Association

	Indicateurs de performance			Unité
G4-EC1	Valeur économique distribuée	Complet	La Loterie Nationale reverse à la société chaque année une somme de +/- 340 millions d'euros sous forme de subsides et de rente de monopole et de sponsoring	€
G4-EC7	développement et impact des investissements en matière d'infrastructures et d'appui aux services	Partiel	Les bénéficiaires de subsides mettent à disposition de la loterie certaines de leur infrastructure et inversement	/
G4-EC8	Impact économique indirect substantiel	Partiel	Le financement de projets par la loterie nationale dans les domaines de la lutte contre la pauvreté, le développement durable et l'objectif du Millénaire a un effet levier non négligeable qui actuellement n'est pas directement quantifiable	€
G4-EN3	Consommation énergie	Complet	La consommation d'énergie de La Loterie Nationale en 2014 était de 2.750.113 KWh	KWh
G4-EN6	Efficacité énergétique	Complet	Diverses initiatives ont été prises en vue de faire baisser la consommation d'électricité. De plus 100% de l'énergie consommée provient de l'énergie verte	/
G4-EN15	Empreinte carbone directe	Incomplet	-	/
G4-EN15	Empreinte carbone indirecte	Incomplet	-	/
G4-EN19	Réduction de l'empreinte carbone	Partiel	Le taux moyen de Co^2 par voiture de société a diminué de 12% depuis 2012	%
G4-LA1	Rotation du personnel	Complet	La rotation totale du personnel sur l'effectif complet est de 8% en 2014 (+3% par rapport à 2012)	%
G4-LA2	Avantages sociaux par principaux sites opérationnels	Partiel	Seules les employés avec un contrat de travail égal ou supérieur à 6 mois bénéficient d'avantages sociaux (assurance groupe, hospitalisation, prime de fin d'année, bonus) Les avantages sociaux pour les employés à temps partiels sont proratisés. Les employés du siège social et des bureaux régionaux bénéficient de mêmes avantages.	/
G4-LA9	Formation	Complet	Les coûts de formation s'élèvent à 583.529,62€ (en diminution de 32% par rapport à 2013)	€
G4-LA10	Accompagnement de fin de carrière		4 employés ont bénéficié en 2014 d'un reclassement professionnel (outplacement)	/
G4-LA12	Composition des organes de gouvernance et représentativité	Complet	Voir rapport financier	/
G4-LA14	Evaluation des fournisseurs stratégiques en matière de travail	complet	Les fournisseurs de la Loterie Nationale souscrivent à un code d'éthique	/
G4-HR3	Plaintes discrimination	Complet	Néant	#
G4-SO3	Evaluation des risques de corruption et risques substantiels identifiés	Complet	Toutes les transactions de jeux font l'objet d'un monitoring spécifique au moyen d'outils informatiques en vue de déceler toute anomalie. Des analyses supplémentaires sont réalisées pour identifier les causes de ces incidents et le cas échéant, révéler les cas de fraude.	/
G4-SO4	Formation de lutte contre la fraude et la corruption	Total	Sensibilisation du personnel – page 13 291 points de vente ont suivi une formation avant le démarrage de leur activité En 2014, ce sont 13 articles sur les questions de sécurité qui ont été publiés dans les lettres d'information à destination des points de vente	%
G4-SO9	Evaluation des nouveaux fournisseurs sur le plan sociétal	Incomplet	-	/
G4-PR1	Impact sur la santé et sécurité	Complet	100% des produits de la Loterie Nationale sont testés avec le logiciel GamGuard et passent devant le Comité de jeu responsable pour évaluation des risques	%
G4-PR6	Vente de produits interdits	Complet	100% des produits vendus par la Loterie Nationale sont conformes à la Loi	%
G4-PR7	Infraction non-respect aux codes marketing volontaires	Complet	La Loterie Nationale en tant que membre de l'UBA (Union Belge des Annonceurs) est soumis aux codes de marketing volontaires sous le contrôle du Jury d'Ethique en Publicité	#
G4-PR8	Infractions à la confidentialité des infractions	Complet	Néant	#
G4-PR9	Amendes relatives aux produits et leur utilisation	Complet	Néant	#