



Loterie Nationale

RAPPORT SOCIÉTAL

2016

TABLE DES MATIÈRES

Avant-propos	3
Introduction	5
1. Confiance & sécurité	13
2. Protection du consommateur	17
3. Assurer l'avenir	21
4. Investir dans une société meilleure	27

AVANT-PROPOS

Chère lectrice, Cher lecteur,

Vous avez entre vos mains notre deuxième rapport sur la Responsabilité Sociétale d'Entreprise (RSE) et je vous remercie de bien vouloir prendre le temps de le lire. Ce n'est pas que nous ayons depuis peu de temps manifesté de l'intérêt pour les objectifs repris dans le rapport, que du contraire, nos préoccupations et nos objectifs étaient auparavant toujours inclus dans nos rapports annuels. Par le fait que nous venions avec un rapport RSE distinct, nous tenons à souligner l'importance que l'entreprise y attache.



Un rapport RSE repose sur 3 piliers : un aspect environnemental, une approche sociale et une perspective économique durable. La Loterie Nationale, active sur le marché des jeux de hasard, essaie de mettre en œuvre chaque jour de manière responsable et active ces trois piliers repris ci-avant.

La Loterie Nationale est tout à fait unique en ce qui concerne la RSE. Nous prêtons une grande attention au jeu responsable, du développement d'un nouveau jeu jusqu'à la communication et au

marketing. La RSE se reflète non seulement dans nos produits et services, mais aussi dans une politique durable de la mobilité, une saine politique du personnel et de vente ainsi qu'à travers des contacts fréquents avec les parties prenantes à tous les niveaux de la société.

Tout cela constitue la base d'une offre de jeu socialement responsable vers nos joueurs tout en gardant un œil sur la créativité, l'innovation, la transparence et la confiance.

De plus, et grâce à nos joueurs, nous sommes en mesure de construire une politique de bonnes causes qui permet de soutenir de nombreuses initiatives et organisations qui contribuent au renforcement de la cohésion sociale au sein de la société.

Avec ce deuxième rapport, nous poursuivons notre chemin et nous nous engageons à renforcer davantage ces sujets à l'avenir.

Jannie Haek
CEO Loterie Nationale



INTRODUCTION

Nous avons le plaisir de vous présenter le deuxième rapport RSE de la Loterie Nationale. Ce rapport est le fruit d'une étroite collaboration entre les différents départements de la Loterie Nationale. Avec ce deuxième 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 European Lotteries (EL) ainsi que de la World Lotteries Association (WLA) et de la norme ISO 27001 (Information Security Management).

Ce deuxième rapport suit le premier rapport RSE publié en 2015. Nous sommes convaincus que cette tradition se poursuivra. Les prochains rapports pourront être adaptés, aussi bien sur la forme que sur le fond, à partir des expériences passées et sur base des avis récoltés auprès des parties prenantes avec qui nous avons initié ce dialogue.

¹ La Global Reporting Initiative (GRI) est une organisation à but non lucratif, indépendante, internationale à laquelle participent des entreprises, des O.N.G. et d'autres parties prenantes. Sa mission est de promouvoir le développement durable. La GRI a développé des lignes directrices pour le reporting en matière de développement durable qui fournit aux entreprises un référentiel global leur permettant de rendre compte de leurs performances économiques, environnementales et sociales. La Loterie Nationale rapporte en conformité avec le niveau «G4 Core» (critères essentiels) c.-à-d. le contexte dans lequel l'organisation communique les impacts de ses performances économiques, environnementales, sociales et en matière de gouvernance.

Le profil du rapport

La période choisie en vue de rédiger ce rapport porte sur les années 2015-2016.

Ce rapport est le deuxième rapport RSE pour la Loterie Nationale. En 2015, la Loterie Nationale avait rédigé un rapport sociétal joint à son rapport annuel.

Un rapport RSE est établi tous les deux ans.

Le présent rapport RSE est conforme au «Core» GRI¹.



La Loterie Nationale en bref

La Loterie Nationale, constituée en 1934, est détenue par l'Etat (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 des équipes cyclistes professionnelles 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 paral-

lèlement accessibles via les canaux numériques (e-lotto.be, réseau mobile).

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 sa création, l'Etat a confié à la Loterie Nationale des missions de service public qui témoignent de son engagement sociétal vis-à-vis d'un ensemble de bénéficiaires issus de nombreux secteurs de la société civile.

En 2016, la Loterie Nationale a réalisé un chiffre d'affaires de 1,183 milliards d'euros et a redistribué

près de 320,03 millions d'euros à la société civile. La Loterie Nationale compte +/- 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 649.169 transactions par jour en 2016.

Contexte

Le marché des jeux de hasard a subi au cours des dernières années des changements majeurs caractérisés par les trois facteurs suivants :

1. Augmentation depuis l'ouverture du marché en 2011, du nombre d'opérateurs de jeux de hasard avec à la clé un grand pouvoir d'attraction auprès des 18-24 ans, voire une extension vers les 18-34 ans ;
2. Vive concurrence des jeux de café et les jeux de hasard en ligne, principalement les paris sportifs au sein de la catégorie d'âge 35-44 ans ;
3. Succès croissant des jeux de hasard en ligne concurrents auprès des "high spenders" (principalement niveau élevé et fréquent de jeu) et du segment "smart" (joueurs avec un sentiment de maîtrise des chances de gains).

Off-line et Online – jeux de tirage



remplacé par Lotto Extra
en 2016

Jeux de grattage (permanents et temporaires)



Paris sportifs



On-line uniquement



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

Un point d'attention important pour la Loterie Nationale se situe au niveau des jeux de hasard en ligne tandis que 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 part de marché.

Malgré que le marché d'aujourd'hui dans toutes ses composantes (joueurs, distribution, IT, concurrence) soit en pleine mutation, la Loterie Nationale continue à soutenir, à travers une politique marketing adaptée, les libraires qui pour 75 % des joueurs représentent le point de vente privilégié pour l'achat des produits de la Loterie Nationale. Dans le but de poursuivre le développement de son réseau de points de vente, des mesures sont prises en vue d'en augmenter le nombre dans les canaux traditionnels et d'en ouvrir dans de nouveaux canaux de distribution.

Responsabilité sociétale - Gouvernance

La gouvernance de la Loterie Nationale est reprise

dans le rapport annuel 2015 qui est disponible 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.

Représentativité Homme-Femme au sein des organes de gestion

À l'occasion du renouvellement de la composition de son conseil d'administration en avril-mai 2015, la Loterie Nationale a appliqué, conformément à la Loi de 2002, le principe selon lequel un tiers au moins des membres du conseil d'administration sont de sexe différent de celui des autres membres. En l'occurrence le conseil d'administration de la Loterie compte désormais 5 administratrices pour 9 administrateurs.

La Loterie Nationale est membre des associations suivantes :

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

Relation avec la Commission des jeux de hasard

La Loi de 2002 institutionnalise les rencontres entre le Président de la Commission des jeux de hasard et l'administrateur délégué de la Loterie Nationale en prévoyant au minimum 2 réunions par an en vue de se concerter sur la politique des jeux de hasard. Ce fut le cas en 2015 et en 2016.

Groupe de travail interne

Au cours des deux dernières années, nous avons analysé les bonnes pratiques mises en œuvre par les autres loteries européennes en matière de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise. Le groupe de travail, établi à l'occasion de la rédaction du premier rapport sociétal, et composé de représentants des services Ressources Humaines, Corporate Communication, Subsidés, Jeu Responsable, Procurement, Strategy & Change, QAS, Regulatory Affairs, Finance a poursuivi ses activités. Les 4 thématiques (clusters) identifiées à l'occasion de la rédaction du premier rapport RSE ont été confirmées.

Implication des parties prenantes

Ce rapport sur la Responsabilité Sociétale d'Entreprise (RSE) de la Loterie Nationale ne peut se concevoir sans l'implication active 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 sont en contact avec la Loterie Nationale.

Les parties prenantes ont été consultées les 30 et 31 mars 2017 et ont été réparties en deux groupes, sur base du rôle social et/ou économique qu'elles jouent dans la société.

Catégories

Bénéficiaires de subsides	Fondation Auschwitz – Croix-Rouge de Belgique – Communauté francophone – Rode Kruis Vlaanderen – BOZAR – Belgian Paralympic Committee – Hôtel Solvay – Fédération de Hockey – Jeunes Entreprises
Partenaires commerciaux	ProdiPresse –VFP
Protection des consommateurs	VAD – CAD Limburg – ULB – Gezinsbond – Test-Achats – Ligue des Familles
Fournisseurs	IGT – Drukkerij Joos – Belfius
Media	SudPresse –VRT – JEP
Les autorités politiques et publiques	La Cour des Comptes – La Commission des jeux de hasard – le Cabinet du Ministre du Budget

Au cours de cette consultation, modérée par un tiers neutre, les parties prenantes ont validé à nouveau les 4 clusters qui avaient été précédemment définis lors du premier rapport RSE.

Parmi les parties prenantes invitées, 80 % des personnes présentes étaient nouvelles et n'avaient pas participé aux consultations de mars 2015.

Les parties prenantes ont reconnu le caractère positif du rapport RSE et l'image positive de la Loterie Nationale qui s'en dégage. D'aucuns auraient voulu voir certains points (p.ex. l'environnement) être plus développés, ouvrir cet exercice aux opérateurs privés en tant que stakeholder et découvrir la vision à 5 ans de la Loterie Nationale en matière de responsabilité sociétale.

De manière générale, les parties prenantes ont exprimé leurs préoccupations quant à la protection

des consommateurs contre le jeu pathologique tout en soulignant que la Loterie Nationale devait continuer veiller à rester un opérateur responsable par rapport aux opérateurs privés. D'aucuns ont reconnu que la Loterie Nationale se trouve dans une situation d'extrême tension entre sa mission de canalisation et une offre plurielle agressive des concurrents privés et qu'il convient qu'elle n'emploie pas les mêmes méthodes commerciales afin de maximiser ses profits pour pouvoir continuer à financer les bonnes causes.

Les parties prenantes se sont interrogées sur les méthodes utilisées pour une politique efficace de protection des joueurs comme par exemple l'extension du système EPIS (Excluded Persons Information system) aux jeux de loterie, les campagnes de mystery shopping, la formation des revendeurs quant aux risques liés aux jeux de hasard en termes d'assuétude. D'aucuns se sont interrogés sur les

mauvais résultats recueillis lors de campagnes de mystery shopping dans les points de vente d'alimentation générale et les mesures que comptait prendre la Loterie Nationale à cet égard. D'autres se sont interrogés sur la nécessité de maintenir ce système de contrôle.

Les parties prenantes ont reconnu les efforts consentis par la Loterie Nationale dans la recherche afin d'étudier le phénomène du jeu pathologique mais ils ont déploré le peu de visibilité des résultats des études financées par la Loterie Nationale, les budgets limités pour mener des études sur le long terme, le manque d'étude épistémologique accompagnant le lancement de tout nouveau produit. D'aucuns proposent de réorienter le financement de certaines bonnes causes au profit de la recherche contre l'addiction.

Les parties prenantes ont estimé que la matrice de matérialité ne reflète pas suffisamment le niveau d'implication des employés comme repris dans le rapport RSE, que l'accent devrait être mis sur la certification/standardisation, que le rapport devrait adresser les thèmes de la protection de la vie privée, qu'il est fait peu de place aux problèmes rencontrés par les libraires et que les fournisseurs devraient être associés à la Loterie Nationale dans

une optique RSE lors de la rédaction des cahiers des charges et lors l'évaluation des offres.

Notre Responsabilité

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

I. 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 de production, du développement d'un produit, en passant par le 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 et dans le cadre d'une politique de jeu responsable. Dans ce cadre, il est investi dans la prévention et la canalisation pour empêcher les mineurs de jouer ou lorsqu'il est question de comportement de jeu excessif chez des adultes. La vie privée des joueurs est protégée au maximum.

3. Assurer l'avenir

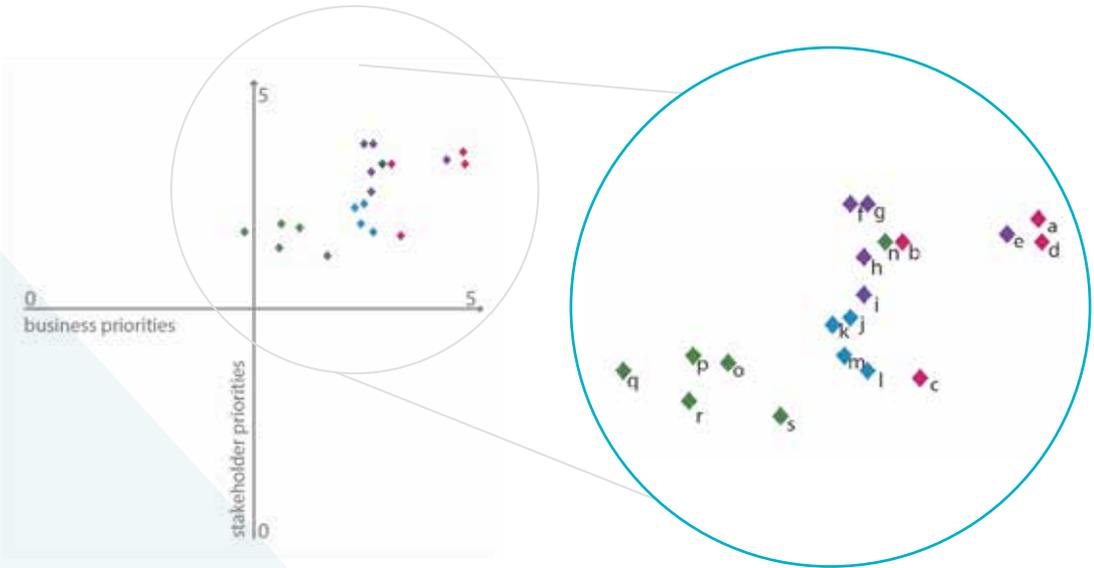
La Loterie Nationale veut créer une offre de jeu attrayante et accessible qui soit responsable pour permettre d'assurer une croissance sur le long terme.

4. Investir dans la société

La Loterie Nationale veut maximiser le retour vers la société civile. Cela concerne non seulement un investissement dans le tissu social au moyen

des subsides mais aussi l'engagement de ses 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.

Dans chacun de ces clusters sont repris des thèmes importants. Ces thèmes sont repris ci-dessous par ordre d'importance pour la Loterie Nationale et pour les parties prenantes (matrice de matérialité).



- 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



Les engagements de la Loterie Nationale

I. CONFIANCE & SÉCURITÉ

Jouer aux jeux de La Loterie Nationale se fait en toute transparence, sécurité et confiance. La Loterie Nationale garantit à ses joueurs une prestation de services de qualité élevée. La sécurité de l'information en est une des pierres angulaires. Cet objectif est repris dans le contrat de gestion².

Cela signifie concrètement que la Loterie Nationale prend les bonnes mesures afin de garantir l'intégrité, la confidentialité et la disponibilité de l'information. Afin de préserver la qualité de sa prestation de service, la Loterie Nationale a mis en place un ensemble de processus et de procédures où les rôles et responsabilités sont décrits avec précisions. Ce système détermine entre autres les règles de sécurité comme la protection des données, la protection des billets à gratter contre

le vol et la surveillance des tirages. Les procédures visant la lutte contre la fraude dans les points de vente de la Loterie Nationale ainsi que le paiement des gains sont strictement suivis. Des contrôles continus sur des transactions suspectes sont effectués afin de protéger aussi bien le joueur, le point de vente que la Loterie Nationale.

Tous les membres du personnel de la Loterie Nationale ont signé un code de conduite par lequel

² Contrat de gestion : convention qui lie l'Etat belge et la Loterie Nationale et qui définit les droits et obligations de la Loterie Nationale par rapport aux missions qui lui sont confiées (organisation des loteries publiques, gestion administrative des subsides)

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 par la Loterie Nationale ainsi que des formations permanentes. Lors de la formation des points de vente, ces aspects sont largement évoqués.

Toutes ces initiatives font que la Loterie Nationale est une organisation socialement responsable qui garantit à ses joueurs que leur participation au jeu est correctement enregistrée, qu'ils peuvent jouer aux jeux de tirage en toute sécurité et que leur

anonymat est protégé lorsqu'ils jouent et gagnent et quand leurs gains sont payés.

La Loterie Nationale se conforme aux standards internationaux applicables. Elle est certifiée ISO 27001³ en matière de sécurité de l'information et certifiée WLA (World Lottery Association - SCS: Security control standards). Les deux font l'objet d'un audit annuel par une société externe. La certification n'est pas un objectif en soi: elle confirme la bonne et sûre méthode de travail d'une organisation.

En 2015 et 2016, la Loterie Nationale a poursuivi ses efforts en vue d'accroître ses capacités de recherche dans le cadre de la lutte contre la fraude. Nous entendons par fraude, tout acte qui a été réalisé en utilisant des moyens déloyaux destinés à obtenir un avantage financier indu. Ainsi, la Loterie Nationale a enregistré en 2015-2016 une augmentation des cas de fraude qui ont été contrôlés et/ou instruits. En 2015 et en 2016, ce sont 1.141 et 1.309 contrôles qui ont été réalisés par la Loterie Nationale et à chaque fois ce sont 7 cas de fraude qui ont été constatés. Dans ces cas de fraude, il a été mis fin à la collaboration avec ces points de vente. Au 31 décembre 2016, la Loterie Nationale comptait 6.032 points de vente.



³ La norme ISO 27001 spécifie les exigences relatives à l'établissement, à la mise en œuvre, à la mise à jour et à l'amélioration continue d'un système de management de la sécurité de l'information dans le contexte d'une organisation. Elle comporte également des exigences sur l'appréciation et le traitement des risques de sécurité de l'information, adaptées aux besoins de l'organisation.

Mesures préventives contre le blanchiment

Les modérateurs de jeu mis en place sur la plateforme e-lotto font qu'il est moins intéressant de les détourner pour blanchir de l'argent. Ainsi les joueurs ne peuvent parier qu'une somme limitée sur des paris sportifs de la Loterie Nationale.

En 2015 ont été installés dans tous les points de vente des appareils - les WinCheckers - qui permettent au joueur de contrôler par lui-même si son billet est gagnant ou non, et par là éviter, les manipulations frauduleuses en vue de dérober des billets gagnants et de les revendre.

En 2015, les terminaux de jeux ont été entièrement renouvelés.

Ils sont désormais pourvus d'une touche spéciale « jeu exploitant » qui permet à l'exploitant et ses employés d'enregistrer leurs achats personnels des produits de la Loterie Nationale. Lors de son utilisation, apparaît sur le ticket de jeu de tirage et/ou de paris sportif la mention "jeu exploitant", afin de protéger joueurs et exploitants contre toute contestation quant à la propriété du ticket.





Les engagements de la Loterie Nationale

2. PROTECTION DU CONSOMMATEUR

Sur l'ensemble de la chaîne de production, 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 la participation des mineurs aux jeux de hasard. Pour ce faire, la Loterie Nationale prend des mesures de contrôle et de prévention.

Les campagnes de mystery shopping (méthode d'achat anonyme) dans les points de vente, par un mineur sous le contrôle d'un adulte positionné en dehors du point de vente, constituent une mesure de contrôle importante.

En 2015, le pourcentage d'infractions était de 13,50 %, pour 1.600 visites contre 26,20 % en 2014. Au cours de la troisième vague de mystery shopping de 2015, les contrôles ont aussi portés sur les Lottomatics® et le Lottery Inside®*.

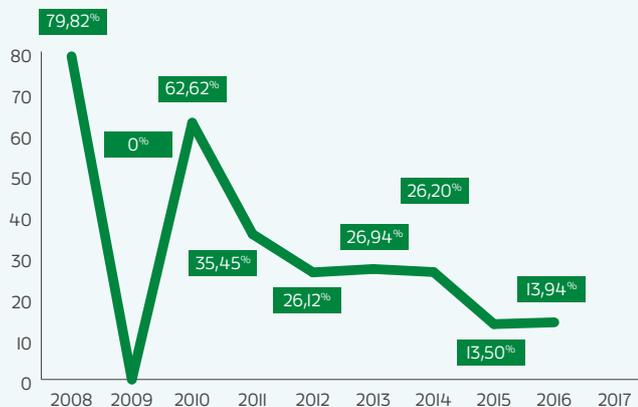
En 2016, le pourcentage d'infractions était de 13,94 % pour 1.600 visites, en légère augmentation par rapport à 2015 mais cela reste malgré tout un grand succès.

À noter par rapport au graphique ci-dessous qu'il n'y a pas eu de campagne mystery shopping en 2009.

Canaux de distribution*	# contrôles	# infractions	%
Librairies	810	78	9,63%
Alimentation générale	301	67	22,26%
Station Essence	300	49	16,33%

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

Nombre de contrôles de mystery shopping par activités commerciales en 2016



*Lottery Inside (rebaptisé « Lotto Express » depuis le printemps 2016) est la possibilité de jouer au Lotto (seulement pour un Quick Pick®) à la caisse d'un magasin d'alimentation générale ou dans un bureau de poste.



Prévenir le jeu excessif

I. Modérateurs pour les jeux en ligne

Dès 2010, la Loterie Nationale a instauré des modérateurs financiers et non financiers 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 pour tenir compte des évolutions du marché des paris sportifs : des limites trop conservatrices pousseraient vraisemblablement certains joueurs, et notamment ceux à risque, à se tourner vers des sites d'opérateurs concurrents qui ne font l'objet d'aucun ou d'un faible contrôle et où les limites de jeu, s'il en existe, sont très souples.

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

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

2. Campagne de sensibilisation

En 2015 et 2016, la Loterie Nationale a poursuivi sa campagne annuelle de sensibilisation aux dangers liés au jeu excessif dans les points de vente et parmi les membres de son personnel.

a. Sensibilisation des points de vente

Tous les points de vente sont dotés d'un matériel d'information (p.ex. folders, brochures, affiches, etc.) visant à les sensibiliser au Jeu Responsable et à les former aux questions concernant le jeu pathologique. Tout nouveau point de vente reçoit une formation sur le Jeu Responsable, et ce, avant même d'avoir reçu l'autorisation de commercialiser les jeux de la Loterie Nationale. En 2015, ce sont 868 personnes qui ont été formées et en 2016, ce sont 1.128 (manager & utilisateurs POS).

De plus, les exploitants des points de vente reçoivent régulièrement de l'information au niveau du Jeu Responsable, que ce soit via leur responsable commercial, via la newsletter LoNews ou encore le magazine LoContact.

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

b. Sensibilisation du 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» (en NL et FR) est remis à chaque nouvel employé par le responsable QAS ;
- Tous les employés participent à une session annuelle de sensibilisation en vue de rafraîchir leur connaissance effective de la politique du Jeu Responsable de la Loterie Nationale.

Paramètres	Objectif	Résultats 2013	Résultats 2014	Résultats 2015	Résultats 2016
Test de connaissance	90%	92,4%	93%	92%	83%*
Taux de participation	85%	87,87%	81,55%	94 %	81 %

* La baisse du résultat est due à un changement de méthode dans l'évaluation des connaissances : le test collectif a été abandonné au profit d'un test individuel aux questions plus difficiles.

3. Publicité et communication responsable

La Loterie Nationale a adopté un Code de publicité éthique et responsable (<http://bit.ly/IF3psd2>) 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. Il satisfait au prescrit des lignes directrices WLA⁴ 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, que les publicités 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 ou indirectement 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.



Les engagements de la Loterie Nationale

3. 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 pour lui garantir des revenus constants ainsi qu'une stabilité afin de satisfaire sur le long terme à ses obligations de canalisation et à son rôle sociétal.

Assurer une croissance durable

La part de marché de la Loterie Nationale en 2016, estimée à 68 %, reste au niveau de 2014. Elle est évaluée sur base d'une enquête annuelle sur le niveau de dépenses totales en jeux de hasard. L'offre de jeu de la Loterie Nationale est confrontée à une concurrence intense des opérateurs privés qui, de plus, s'adressent à un jeune public. Au même

moment, le nombre de points de vente traditionnels de la Loterie Nationale (les libraires) diminue en raison d'une diminution des ventes des produits de la presse (conséquence de l'édition numérique et augmentation des abonnements) et du tabac.

Fort de ce constat et partant du fait que le réseau physique de vente reste un pilier important de la Loterie Nationale avec +/- 86 % de son chiffre d'affaires, la Loterie Nationale a pris des mesures incitatives en vue de garantir un certain niveau de rémunération des points de vente.

La rémunération des points de vente est composée, d'une part, de commissions c.-à-d. un pourcentage sur le chiffre d'affaires réalisé, et d'autre part, de primes octroyées aux points de vente les plus performants ou qui atteignent des objectifs de vente lors de campagne marketing ciblées. Par ce biais, la Loterie Nationale entend contribuer

ainsi au maintien de ce secteur d'activité qui reste important pour ses activités commerciales.

Face à ces défis, la Loterie Nationale s'attelle à atteindre de nouveaux clients et segments, à étendre sa présence physique, à poursuivre sans relâche la numérisation de ses activités 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 des loteries.

Par ailleurs, la Loterie Nationale organise régulièrement des enquêtes de satisfaction et des études de réputation afin de mesurer son image auprès du public. Une illustration de l'évolution de son taux de réputation est reprise sous ce tableau.



Primes et commissions pour les POS



	2012	2013	2014	2015	2016
Taux	61,7%	66,9%	67,3%	64,6%	66,1%
Classement	14 ^{ème}	17 ^{ème}	18 ^{ème}	21 ^{ème}	15 ^{ème}

Source étude Reprtrak - Akkanto

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 Responsable⁵ 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 Sérénigame, développé par la Française des Jeux (Fdj). 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, l'accessibilité aux jeux.

Cet outil permet d'évaluer le risque d'assuétude de chaque jeu selon des critères objectifs. L'outil comporte 5 familles de critères d'analyse :

⁵ Le Comité de Jeu Responsable est prévu par le contrat de gestion. Il est composé de d'autant de représentants internes à la Loterie Nationale que de représentants externes, experts dans le domaine du comportement de jeu responsable.

- le rythme du jeu, c.-à-d. la fréquence et la pression du temps ;
- l'illusion de contrôle et d'implication d'un joueur, c.-à-d. l'échelle de mise, la mise en place de stratégie et le nombre de types d'options de jeu payantes ;
- les facteurs d'incitation à rejouer, comme l'impression de quasi-gain, la probabilité ou les délais de paiement ;
- l'attractivité des gains, à savoir, le montant du Jackpot ou le taux de redistribution des gains ;
- l'univers et l'environnement et donc l'accessibilité des jeux, la présence d'un écran, la présence de musique ou encore, l'interaction entre les joueurs.

À l'issue de cette phase de test, le Comité de Jeu Responsable, qui s'est réuni 4 fois en 2015 et 4 fois en 2016, donne son avis sur tout jeu lancé par la Loterie Nationale. Ce sont ainsi 16 nouveaux billets et relook en 2015 et 18 billets en 2016 qui ont obtenu un avis favorable.

Par ailleurs, la Loterie Nationale a financé pour les années 2015-2016 à hauteur de 320.000 € des études scientifiques sur l'addiction aux jeux. En 2015, un appel à projets d'une durée de deux ans a été lancé et ce sont 4 candidats qui ont été sélectionnés, à savoir :

Organisation	Inhoud
U Antwerpen	Création, mise en œuvre et exploration de la plus-value relative à l'ajout d'une thérapie cognitivo-comportementale en ligne à un programme d'entraînement cognitif implicite en ligne dans le cadre du traitement de patients présentant une assuétude aux jeux d'argent et de hasard
UC Limburg vzw	Les jeux d'argent et de hasard (en ligne) chez les jeunes/prévention et intervention à un stade précoce
U Gent (iMinds)	"Towards responsible e-gambling : assessing the perceived opportunities and risks associated with gambling in a digital environment
KU Leuven	CLapp.Children's ludoliteracy acknowledgment & Parental proficiency

Le but de ces recherches/études est d'enrichir la connaissance de la Loterie Nationale dans certains domaines spécifiques de l'assuétude au jeu (p.ex. 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. un 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. un 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 du marché pour 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. Le tableau ci-dessous illustre (en %) l'évolution de la réputation des produits. Une distinction est faite entre la réputation "top of mind" (TOM - pourcentage de personnes qui citent spontanément une marque), la réputation spontanée (citation d'une marque à l'évocation d'un service ou produit) ou assistée (reconnaissance d'une marque à partir d'une liste).

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, dans un rayon géographique raisonnable, conformément aux règles arrêtées, et utilise pour se faire les moyens technologiques les plus récents.

La Loterie Nationale propose une offre adaptée de ses différents produits et garantit une densité de son réseau de points de vente. Le tableau ci-dessous montre l'évolution du nombre de points de vente sur la période 2014-2016. Le niveau de densité du réseau équivaut à 1,6 point de vente pour 1.000 joueurs potentiels adultes.

	2014	2015	2016
Points de vente	5.374	5.316	6.077

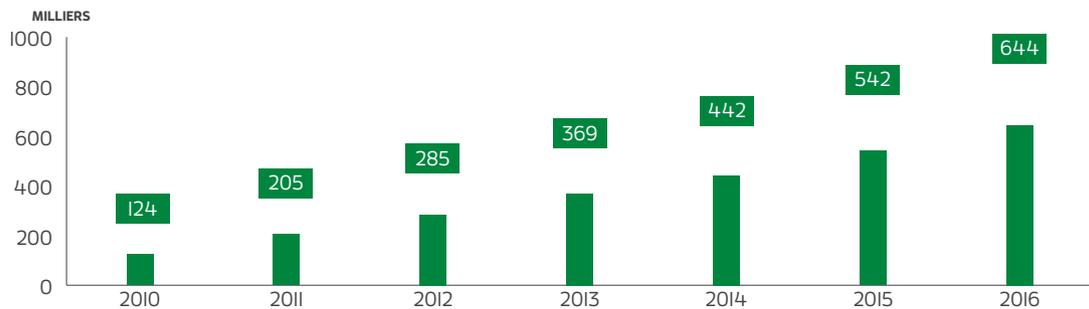
Bien que le réseau physique reste le pilier le plus important pour la Loterie Nationale, on constate que la part du chiffre d'affaires réalisé via Internet et les autres canaux numériques (mobile) continue de croître.

Comptes de joueurs en ligne

	2014	2015	2016
Actifs	41%	38%	38%
Dormant	44%	46%	46%
N'ayant pas encore joué	16%	16%	16%

Depuis le lancement de l'offre mobile de la Loterie Nationale le 25/08/2014, ce sont 55.028 joueurs qui ont joué au moins une fois sur leur appareil mobile (smartphone ou tablette). En 2015, ce sont 130.628 joueurs et en 2016, 185.131 joueurs.

Evolution #comptes joueurs e-lotto



	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Notoriété top of Mind TOM	92	92,3	93,4	94,2	95,1	94,7	94,3	94,1	93,4	93,2	92,6
Réputation Spontané	92,3	92,7	93,5	94,4	95,4	94,8	94,4	94,3	93,5	93,3	92,9
Réputation Aidé	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100





Les engagements de la Loterie Nationale

4. INVESTIR DANS UNE SOCIÉTÉ MEILLEURE

Maximiser les subsides pour les bonnes causes

La Loterie Nationale est l'unique opérateur de loterie publique en Belgique. L'histoire des loteries est basée sur une offre de jeux simples, avec une mise limitée, présentés au plus grand nombre possible et qui a pour but de contribuer à un effort commun. Ce lien entre les joueurs et les bonnes

causes a toujours existé et a été à la base de la création de la Loterie Nationale. Cette dernière entend renforcer ce lien qui, au cours des dernières années, s'est estompé. C'est aussi ce qui distingue la Loterie Nationale des autres opérateurs de jeux.

Les joueurs de la Loterie Nationale, qui jouent principalement par plaisir, font en sorte qu'ils offrent leur soutien essentiel à une bonne cause, parfois sans qu'ils en soient au courant.

La Loterie Nationale compte sur ses partenaires (à savoir les bénéficiaires des « subsides de la Loterie Nationale ») pour qu'ils reconnaissent l'importante contribution faite par ses joueurs et pour qu'ils participent à leur niveau à la promotion de la mission et la vision de la Loterie Nationale.



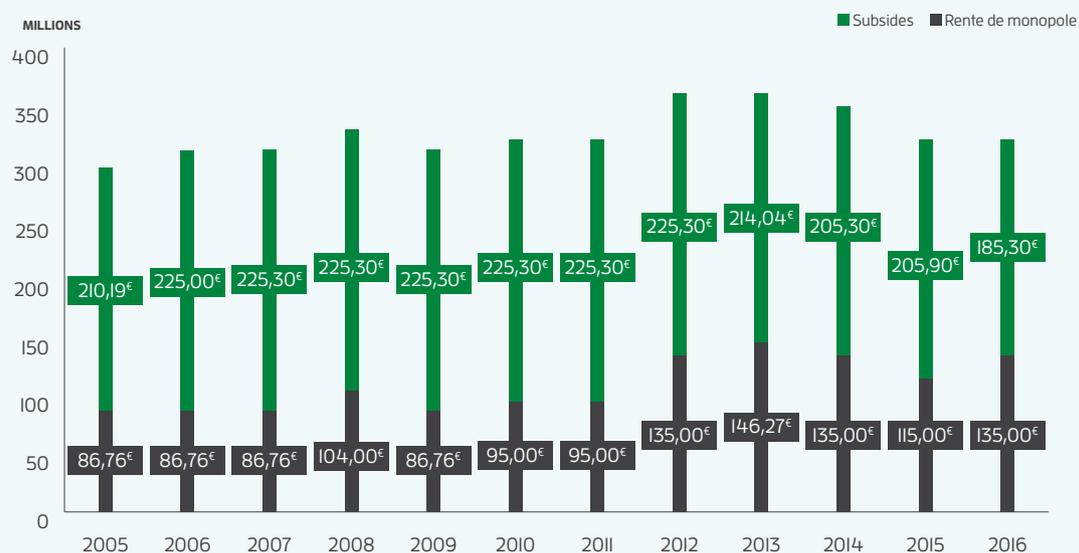
C'est pourquoi, la Loterie Nationale a élaboré une charte des subsides laquelle souligne l'importance d'une reconnaissance et d'une visibilité du rôle actif de la Loterie Nationale et ses joueurs dans divers domaines :

- humanitaire
- social
- sportif
- environnemental
- scientifique
- valorisation du patrimoine

L'objectif de la charte est d'énumérer non limitativement les éléments de reconnaissance et de visibilité qu'elle aura définis avec les bénéficiaires pour créer ce lien fort entre la Loterie Nationale, ses jeux, ses joueurs, les bénéficiaires, leurs membres ou affiliés et le public en général. Elle espère ainsi susciter une prise de conscience des bénéficiaires et du public de l'importance de la Loterie Nationale, ses jeux et ses joueurs.

La Loterie Nationale et les bénéficiaires s'entendent ainsi sur les moyens pour mettre en œuvre cette charte sans qu'elle en fasse dépendre la sélection, la gestion et la mise en œuvre des projets du bénéficiaire. La Loterie Nationale veillera à ce que toutes les activités entreprises dans le cadre de la charte soient conformes à la législation sociale, fiscale et à la protection de la vie privée.

Rente de monopole et subsides



En vertu de la Loi de 2002, chaque année, est adopté un plan de répartition sous la forme d'un arrêté royal qui énumère les bénéficiaires des subsides de la Loterie Nationale. Chaque année, la Loterie Nationale paie une rente de monopole à l'Etat pour le droit exclusif qui lui est reconnu d'opérer et d'offrir des loteries publiques. Le tableau ci-dessous donne un aperçu de l'évolution de la rente de monopole et des subsides au cours des dix dernières années.

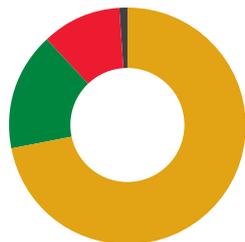
Répartition des subsides par rubriques et domaines

Grâce à ses joueurs qui jouent de manière responsable de petits montants, la Loterie Nationale peut ainsi retourner une part substantielle de ses revenus à la société sous forme de subsides.

L'enveloppe annuelle des subsides est répartie entre l'Etat fédéral à hauteur de 72,56 % et les Communautés à hauteur de 27,44 %.

Au niveau fédéral, les subsides sont répartis entre organisations et projets dans 4 domaines (humanitaire, social, culture et sport). Parmi les bénéficiaires, citons l'aide belge au développement (DGOS), Child Focus, le fonds des calamités, BOZAR et le comité olympique et interfédéral belge (COIB).

Répartition globale des subsides 2016 € 185.300.000



72,56%

Part réservée au Fédéral
€ 134.453.680

16,19%

Dotation à la Communauté flamande
€ 29.998.583

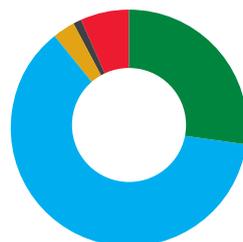
11,02%

Dotation à la Communauté française
€ 20.419.204

0,23%

Dotation à la Communauté germanophone
€ 428.533

Répartition du budget des subsides 2016 € 185.300.000



27,44%

Dotation aux Communautés
€ 50.846.320

61,95%

Humanitaire et social
€ 114.800.929

2,92%

Sport
€ 5.412.500

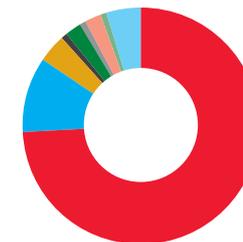
1,19%

Science
€ 2.200.690

6,5%

Culture
€ 12.039.561

Répartition du budget des subsides 2016 par rubrique € 185.300.000



74,80%

Matières visées directement par la loi
€ 138.609.885

10,23%

Dotations spécifiques
€ 20.256.430

4,01%

Institutions et organisations d'intérêt social particulier
€ 7.431.961

0,48%

Appels à projets
€ 890.000

2,06%

Intégration sociale
€ 3.819.224

0,23%

Rénovation et projets de restauration
€ 420.000

1,99%

Participation sociétale
€ 3.692.500

0,91%

Evènements
€ 1.680.000

4,59%

Prestige national
€ 8.500.000



Appel à projets

Avec la campagne « Tout est possible ... grâce à vous » et « chacun compte ! », en 2015/2016, 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 le joueur ne gagne pas au jeu, son argent est utilisé de manière utile à des projets sociétaux relevant et souvent aussi pour des projets de proximité.

Sponsoring

Le sponsoring bâtit des ponts entre les joueurs et les marques de la Loterie Nationale via une communication autour d'évènements et d'actions sur le terrain. Le sponsoring offre aux visiteurs/participants d'un événement une expérience de divertissement inoubliable qui renforce ainsi l'image de la Loterie Nationale et de ses marques. En 2016, la Loterie Nationale a reçu 2.619 demandes de sponsoring et 997 ont été retenues pour un montant total de 14.544.388 € (HTVA).

La stratégie et la répartition des budgets sponsoring sont proposés par le service Sponsoring et approuvées par le comité de direction, compte tenu de la stratégie marketing, du ROI sur le branding et la visibilité des produits et de l'entreprise.

Le sponsoring a évolué ces dernières années vers un développement stratégique comme moyen de marketing et de communication basé sur les équilibres suivants:

- le soutien commercial des marques (98 %) vs. le rôle social/réputation de la Loterie mécène (2 %)
- le nombre de dossiers : projets Nord (58 %), projets Sud (40 %), projets nationaux (2 %)
- les montants attribués : projets Nord (24 %), projets Sud (17 %), projets nationaux (59 %)
- les domaines de sponsoring : sport (76 %) dont 57 % pour l'équipe cycliste, culture (10 %), special events (8 %), proximity (4 %) social (2 %). Hors équipe cycliste: sport (39 %), culture (18 %), special Events (31 %), social (3 %), proximity (9 %).
- la répartition entre les 5 marques (Lotto, Win for Life, EuroMillions, SCOOORE!, Joker+) et l'image corporate.

Les organisations, actions, événements spon-

sorisés par la Loterie Nationale s'inscrivent dans une approche locale et durable comme l'illustrent les exemples ci-dessous.

Sport	Lotto 6 Daagse van Gent, Lotto DHI (Down Hill met mountain bike), Flèche Wallonne, Liège-Bastogne-Liège, Euro-Millions Volley League, équipe cycliste Lotto-Soudal
Special Events	Bruxelles les Bains, Parades de Noël, Zomertour, Feest Op de Dijk, Beau Vélo de RAVeL, Lotto Young Adventurers, God Save The Nighties
Culture	Dour Festival, Rock Werchter, Les Ardentes, Pukkelpop, Gent film Festival, Biff, Plaisirs d'hiver, Diables Rouges, 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

Héritage culturel

Le service Cultural Heritage s'emploie depuis plus de deux décennies à constituer une collection sur la thématique du jeu de hasard et des loteries. Ce sont près de 100.000 objets qui ont été rassemblés à ce jour et qui participent à faire connaître auprès du grand public la Loterie Nationale et à diffuser ainsi son image d'opérateur de jeu responsable.

En septembre 2014 a été lancé le site <http://www.museedelaloterie.be> où plus de 1.400 objets y sont présentés ainsi qu'une ligne du temps interactive guidant le visiteur à travers 2500 ans d'histoire du jeu. Le site a été visité en moyenne par 9.374 personnes (2014 - 2015) et 8.638 (2015 - 2016).

En 2014 et 2015, la collection a été rendue accessible au public soit à travers la participation de la Loterie Nationale à Art Nocturne Knocke et Art Brussels (2015), soit lors d'expositions temporaires telles que « Fortuna: 80 ans de la Loterie Nationale » (octobre 2014) à la Seed Factory – Maison de l'image à Bruxelles, l'exposition de cartoon à la VGC de Watermael - Boitsfort (septembre 2015), au centre de revalidation de Vlezenbeek Inkendaal (août-octobre 2015).

Par ailleurs, un certain nombre de groupes et d'écoles ont visité le siège principal de la Loterie Nationale où les pièces de la collection peuvent être vues.

À l'avenir, les visites d'entreprises seront développées comme la visite du centre de distribution à Jette ou le studio de tirage du Lotto à Vilvoorde.

À côté de ces initiatives, la Loterie Nationale prête certaines pièces de sa collection pour des événements tels que le Festival Vintage à Bruxelles Expo où de vieux appareils de tirage ont été exposés ou des journées d'informations organisées par des associations telles que Testament.be où des reproductions d'affiches sont exposées lors les journées d'information (2016).

Enfin, le service Cultural Heritage soutient les jeunes étudiants comme l'illustre ce projet d'exposition d'objets de la collection qui a eu lieu à la bibliothèque universitaire de Namur «BUMP Namur» (2016) «HasArt, quand le jeu de hasard s'expose» à laquelle ont contribué des étudiants en histoire de l'art pour l'aspect communication. Au même moment, un étudiant de l'université de Namur était en stage à la Loterie Nationale où il a ainsi eu l'occasion d'acquérir une expérience de travail et de se familiariser avec la Loterie Nationale, ses valeurs, son rôle social et ses produits.

Investir de manière durable

La Loterie Nationale se profile franchement comme un investisseur durable. De nombreux ouvrages ont été écrits à propos du concept d'« investissement durable » et une définition – si elle existait – est loin d'être univoque.

Pour la Loterie Nationale, nous supposons que ces investissements sont durables lorsqu'ils ont reçus une certaine certification d'un organisme spécialisé en la matière. La Loterie Nationale a toujours donné la priorité à des fonds possédant un tel label de durabilité.

À côté de ça, la Loterie Nationale fait examiner par la société Vigeo (anciennement Ethibel) tous ses placements à court terme sur base de critères de durabilité définis par la Loterie Nationale comme p.ex. pour son portefeuille « bons du trésor » (commercial papers).

Compte tenu de son rôle sociétal, la Loterie Nationale peut investir une partie limitée de ses avoirs dans des entreprises ou des produits durables ou socialement responsables, même si le risque est légèrement plus élevé que prévu au regard des objectifs d'investissements très défensifs de la Loterie Nationale. De tels placements doivent être soumis au comité de direction par le responsable trésorerie, qui doit formellement approuver la proposition de placement.

Nombre et engagements des collaborateurs

Le nombre de collaborateurs de la Loterie Nationale est de 425 (EPT). C'est une augmentation de 9 % par rapport à 2010 (392 collaborateurs).

Le défi auquel sera confrontée la Loterie Nationale au cours des années à venir est le départ à la retraite de nombreux membres de son personnel et la transmission des connaissances aux futurs collaborateurs. Pour ce faire, il est important de développer un outil qui permette d'anticiper cet événement et de garantir le transfert de connaissances à un stade avancé. Ce transfert de compétences, développé depuis 2015, se fait sur base de discussions, avec les membres du personnel qui vont à la retraite ou qui quittent l'entreprise.

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Employés	381	393	400	421	432	437	436	425
Hommes	192	199	201	210	209	215	213	210
Femmes	189	194	199	211	223	222	223	215
Entrées	19	24	27	33	36	39	29	31
Sorties	11	12	20	12	25	34	33	46
# heures de formation	4.856	3.699	3.169	2.212	13.137	9.005	8.824,8	4.088,9



Depuis 2014, la Loterie Nationale a lancé un certain nombre d'initiatives en vue de renforcer l'engagement du personnel.

Fonctions et modèles des rôles (2015-2016)		Réforme de la classification de fonctions en vue d'encourager une culture d'entreprise dynamique, agile et motivante
Evaluation	Eva (2014)	Intégration du cycle de performance et d'évolution dans SAP.
	Upward feedback (2015-2016)	Fin 2014 amélioration de la procédure des possibilités de feedback via l'Upward feedback, du collaborateur vers son responsable. En 2015-2016, le travail s'est poursuivi avec l'élaboration de plans d'action pour les responsables (formation et coaching) et d'une communication de sensibilisation vers le personnel
Communication	Lonalo Apéro (2015-2016)	Organisation tous les deux mois d'un « Lonalo Apéro », session interactive d'information à destination du personnel sur des thèmes touchant la vie de l'entreprise
	Connect, plateforme de communication interne (2015)	Lancement d'un intranet accessible aux employés et collaborateurs externes où sont publiées des informations, directement consultables grâce à la fonction recherche et où il est possible d'envoyer des messages et des feedbacks
Soutien	Programme de parrainage (2014)	Lancement d'un programme de parrainage volontaire des nouveaux employés et/ou des personnes de retour après un long moment d'absence par des collaborateurs expérimentés en vue de faciliter leur (ré)intégration et collaboration (parrains et marraines ont suivi une formation préalable)
	Lonalo Intro (2014)	Lancement du programme « Lonalo Intro » dont l'objectif est de faciliter l'intégration des nouveaux venus lors d'une session d'info donnée par l'équipe HR. En 2016 leur fréquence a été revue à la hausse et leur contenu a été revu en fonction des besoins.
	Jobs d'étudiants (2015-2016)	Révision des modalités de recrutement et d'évaluation des jobs étudiants (p.ex. candidatures en ligne, évaluations pendant et après la période de travail, meilleure adéquation des profils avec les besoins/demandes des services). Ce sont 200 candidatures pour 93 emplois qui ont été reçues en 2015 et 130 pour 89 en 2016.
Sensibilisation	Recyclez & aidez (2015)	Installation au siège social d'un point de collecte de piles usagées, de bouchons de liège et en plastique. Cette collecte soutient De Vlaspit vzw et le Centre Belge pour Chiens-Guides (tous deux bénéficiaire de subside) tandis que les piles usagées sont destinées à l'asbl Bebat.
	Good Cause Day (2015)	Organisation avec Time4Society d'une journée team-building en collaboration avec une ASBL de son choix en vue de soutenir ses activités. En 2016, participation d'employés sur base volontaire, en tant que bénévoles aux Special Olympics Belgium à La Louvière.
	Good Cause Activities End of Year	En 2015 et 2016, participation active du personnel aux actions de fin d'année en vue de soutenir des groupes de défavorisés. En 2015, participation à la « Journée du pull de Noël » pour soutenir 3 organismes de bienfaisance (SamuSocial Bruxelles, Mistral Gagnant et Music for Life). En 2016, organisation d'un Breakfast for Life au profit de Music for Life et Viva for Life et action Shoe-Box et « Journée du pull de Noël » (sous le patronage de la STIB en faveur du Télévie)

Great Place To Work

En 2014, la Loterie Nationale a lancé une évaluation quant à la perception des membres de son personnel par rapport à l'adéquation entre organisation et collaborateurs. L'objectif de cet exercice était de définir des projets en vue d'améliorer l'environnement de travail. 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. Grâce à cette évaluation, la Loterie Nationale a pu participer à la compétition des « Best Workplaces 2015 » en Belgique.

Les résultats de l'enquête font apparaître qu'un peu plus de 65 % des personnes interrogées ont une opinion positive quant à la Loterie Nationale en tant qu'employeur, que 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 résultats ont par ailleurs souligné des points d'amélioration tels que la camaraderie et l'impartialité dans le traitement. Pour chacun de ces domaines, des points d'actions ont été développés dans un objectif d'amélioration de l'ambiance au travail, de l'augmentation du sentiment de bien-être (diminution du nombre de plaintes psycho-sociales et du stress). Depuis 2015, un plan d'action spécifique est mis en œuvre en collaboration avec les différents services HR et le

business, par l'introduction du flexwork, la formation des managers et le coaching suivi par les directeurs, les moments de détente et d'information « Happy Hour », la participation au jour du compliment (« Dites bonjour ») et la publication d'un certain nombre de brochures d'information comme p.ex. sur les personnes de confiance.

Politique de diversité

La Loterie Nationale place également l'humain au centre de ses attentions par un objectif de gestion durable de son personnel qui se traduit notamment par une prise en compte de l'évolution générationnelle de l'entreprise. En effet, on compte désormais 4 générations au sein de l'entreprise : des Baby-boomers (nés entre 1946 et 1964) qui représentaient en 2014 encore 45 % contre 38,5 % fin 2016 à la génération Z (personnes nées entre 1995 et 2005) qui représente 0,5 % fin 2016.

Elle a aussi décidé de lancer un plan d'actions visant à promouvoir la diversité et dont la signature de la Charte de la diversité en entreprise en est l'incarnation. À terme, la Loterie Nationale espère obtenir « le label diversité » d'Actiris pour les actions prises comme par exemple la possibilité de faire des stages ou offrir des opportunités de travail envers des groupes cibles spécifiques

comme par exemple le stage effectué en 2015 par une personne malvoyante au service Ressources Humaines ou le travail temporaire donné en 2016 à un réfugié reconnu. En 2016, la Loterie Nationale a adopté une charte « recrutement neutre » et a publié sur son site toutes ces initiatives.

Bien-être au travail

La Loterie Nationale s'engage pour une bonne gestion des risques psychosociaux. À cette fin, elle a organisé en juin 2014 une conférence pour ses collaborateurs sur les sujets suivants : prévenir le burnout et sensibilisation en vue d'empêcher des situations de harcèlement et de discrimination.

D'autres actions ont été entreprises à la suite de l'enquête Great Place To Work, comme notamment la possibilité de suivre des cours de gymnastique et de yoga, sur le temps de midi et de faire un check-up médical complet gratuit pour un certain nombre de collaborateurs de 45 ans ou plus.

Flexwork

Le projet « Flexwork » de Loterie Nationale a été lancé à la mi-2014 afin de promouvoir l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle et a fait l'objet d'un suivi par un groupe de travail paritaire et repré-

sentatif (délégation du personnel – délégation de l'employeur). A la suite de cette expérience une charte a été élaborée ainsi qu'un document pour chaque collaborateur qui désire travailler de manière flexible à l'avenir. Cette charte a été revue et corrigée en 2016. Actuellement un grand nombre de collaborateurs (selon leur fonction) peuvent travailler en flexwork au maximum 2 jours par semaine.

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.

La rédaction d'une politique des fournisseurs laquelle comporte les attentes de la Loterie Nationale à l'égard de ses fournisseurs a été lancée en 2016-2017. Ce document sera finalisé en 2017 pour qu'il puisse entrer en vigueur.

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.

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.

Lors de l'adoption de sa car policy pour son parc automobile, la Loterie Nationale tient compte des évolutions techniques. Le maximum autorisé d'émissions de CO² pour son parc automobile diminue de manière constante. Le taux moyen de CO² a diminué de 130,59 gr. en 2012 à 114,04 gr. en 2016. Cette tendance se poursuivra à l'avenir.

Pour certains travaux d'imprimerie qui sont externalisés (affiches), le papier labellisé FSC est utilisé dans la mesure du possible. Le papier des imprimantes et photocopieurs est certifié PEFC et dispose d'un EU Ecolabel. Pour les formulaires de jeu n'est utilisé que du papier FSC.

La Loterie Nationale s'engage à diminuer sa consommation de carburant pour une offre de moyens de transports alternatifs et l'organisation de formations ecodrives pour les membres de son personnel.

Pour le transport des pièces de la collection du service Cultural Heritage, il est fait appel à un transporteur qui, dans la mesure du possible, regroupe plusieurs courses pour remplir son camion.

Les matériaux afin de conserver et protéger les objets de la collection sont issus de Conservation by Design qui a une politique environnementale en vue de réduire l'impact de sa production sur l'environnement.



La Loterie Nationale a une politique de mobilité pour les membres de son personnel qui tient compte des engagements du Protocole de Kyoto.

Compte tenu des exigences de Bruxelles-environnement en ce qui concerne les trajets lieu de travail-domicile, la Loterie Nationale a mis en place une politique de mobilité réfléchi et durable.

Cette politique, coordonnée par le conseiller en prévention, et préparée au sein d'un groupe de travail, a pour objectif de trouver le meilleur moyen de transport pour chaque membre du personnel en fonction du trajet planifié.

Des actions sont exécutées sur deux axes :

- **la promotion du vélo :**

- » introduction d'une compensation kilométrique pour les collaborateurs qui viennent en vélo à la Loterie Nationale. Cette compensation peut être combinée avec d'autres systèmes de transport, tels que le leasing, le paiement d'un abonnement pour les transports en commun...
- » achat de vélos d'entreprise dont deux vélos électriques mis à disposition du personnel pour de courts déplacements professionnels au cours des heures de travail;
- » participation à la Mobility Week où chaque collaborateur a reçu la possibilité de suivre une formation « rouler à vélo dans la circulation à Bruxelles ».

- **un usage réfléchi de la voiture :**

- » possibilité de combinaison pour les conducteurs de voitures en leasing avec le système SNCB Railease ou un abonnement complet aux transports publics ;
- » achat d'un véhicule électrique de société pour de courts déplacements (+ placement d'une station de recharge dans le garage).

Enfin, la Loterie Nationale a débuté en 2016 un audit d'efficacité énergétique de ses bâtiments.

GRI: IDENTIFICATION DES PARAMÈTRES GLOBAL REPORTING INITIATIVE

		Status du reporting	Pages et Commentaires
Stratégie et analyse			
G4-1	Déclaration du CEO	Complet	Avant-propos – page 3
G4-2	Impacts, risques et opportunités majeurs	Complet	Voir rapport financier
Profil de l'organisation			
G4-3	Nom de l'organisation	Complet	Loterie Nationale S.A.
G4-4	Principaux produits et/ou services	Complet	Produits de tirage (Lotto, Pick3, EuroMillions, Keno et de grattage (winforlife, etc)
G4-6	Pays où l'organisation est implantée	Complet	La Loterie Nationale est implantée en Belgique (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 12
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 12
G4-16	Affiliation à des associations ou à des organisations nationales ou internationales de défense des intérêts	Complet	Responsabilité sociétale 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	01/01/2015 au 31/12/2016
G4-29	Date du dernier rapport publié	Complet	Ceci est le deuxième 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 éthique et responsable ainsi que les règles édictées par European Lotteries et la World Lotteries Association.

Indicateurs de performance

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, 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 Nationale 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 énergétique	Complet	La consommation d'énergie de la Loterie Nationale en 2015 était de 2.337.746 KWh et en 2016 de 2016 1.864.278 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	TBC	N.A.	/
G4-EN15	Empreinte carbone indirecte	TBC	N.A.	/
G4-EN19	Réduction de l'empreinte carbone		Le taux moyen de Co ² par voiture de société a diminué de 18 % depuis 2012	%
G4-LA1	Rotation du personnel		La rotation du personnel sur l'effectif complet est de 8% en 2015 et de 10,5% en 2016	%
G4-LA2	Avantages sociaux par principaux sites opérationnels		Les employés avec un contrat de travail à durée déterminée et indéterminée bénéficient de mêmes avantages sociaux (assurance groupe, hospitalisation, prime de fin d'année, bonus) sous certaines conditions. Les avantages sociaux pour les employés à temps partiel sont proratisés. Les employés du siège social et des bureaux régionaux bénéficient grosso modo de mêmes avantages.	/
G4-LA9	Formation		Les coûts de formation s'élèvent à 690.019 € en 2015 et à 371.315,06 € en 2016.	€
G4-LA10	Accompagnement de fin de carrière		5 employés ont bénéficié en 2015 d'un reclassement professionnel et 6 employés en 2016	/
G4-LA12	Composition des organes de gouvernance et représentativité		Voir rapport financier	
G4-LA14	Evaluation des fournisseurs stratégiques en matière de travail		Les fournisseurs de la Loterie Nationale souscrivent à un code d'éthique.	
G4-HR3	Plaintes discrimination		Néant	#
G4-SO3	Evaluation des risques de corruption et risques substantiels identifiés		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 cas incidents et le cas échéant, révéler les cas de fraude.	/
G4-SO4	Formation de lutte contre la fraude et la corruption		Sensibilisation du personnel – page 15. En 2015, ce sont 868 personnes qui ont été formées et en 2016, ce sont 1.128 (manager & utilisateurs POS).	%
G4-SO9	Evaluation des nouveaux fournisseurs sur le plan sociétal			
G4-PR1	Impact sur la santé et sécurité		100 % des produits de la Loterie Nationale sont testés avec le logiciel Sérinigame et passent devant le comité de Jeu Responsable pour évaluation des risques	%
G4-PR6	Vente de produits interdits		100 % des produits vendus par la Loterie Nationale sont conformes à la Loi.	%
G4-PR7	Infraction non-respect aux codes marketing volontaires		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		Néant	#
G4-PR9	Amendes relatives aux produits et leur utilisation		Néant	#