

# traduction en français du rapport ESG

2021-2022

“playing with purpose”



---

## À propos de Hasbro

**Hasbro est un leader mondial du divertissement.** Sa mission est non seulement de divertir, mais aussi de tisser des liens entre les fans toutes générations confondues, via l'émerveillement des histoires et l'exaltation du jeu.

Hasbro offre à ses clients à travers le monde, des expériences uniques liées à sa marque, par le biais de jeux, de produits dérivés et du divertissement. Hasbro détient dans son portefeuille de marques certains noms emblématiques tels que MAGIC : THE GATHERING, DUNGEONS & DRAGONS, Hasbro Gaming, NERF, TRANSFORMERS, PLAY DOH et PEPPA PIG, ainsi que quelques marques partenaires de premier plan.

Créer de la joie et tisser des liens entre les gens du monde entier, autour du jeu, du jouet, des histoires, c'est la boussole de Hasbro.

Depuis plus d'une décennie, Hasbro est reconnue comme étant une entreprise citoyenne. Elle a notamment été classée par 3BL Media parmi les « 100 Meilleures Entreprises Citoyennes », et encore, comme l'une des « Entreprises les plus éthiques du monde », par l'Institut Ethisphere. Enfin, Hasbro a été reconnue par le comité des « Civic 50 », comme l'une des 50 entreprises américaines les plus soucieuses des populations locales. Pour plus d'informations, visitez le site **[corporate.hasbro.com](https://corporate.hasbro.com)**.

---

# table of contents

## introduction

- > Mission, raison d'être, valeurs
- > Plan d'action Blueprint 2.0
- > Message de notre PDG
- > Bienvenue de la part de notre Direction mondiale RSE
- > Raison d'être : Pourquoi nous jouons
- > ESG chez Hasbro : Comment nous jouons

## planet

- > Conception durable
- > Réduction de l'empreinte carbone
- > Risque climatique et résilience

## play

- > Sécurité des produits et assurance qualité
- > Contenu et marketing responsables
- > Affaires gouvernementales et défense des intérêts
- > Actions philanthropiques et impact social

## people

- > Inclusivité et performance
  - > Diversité des cultures, équité et inclusion

 *Pour lire notre Rapport DE&I 2021-2022, cliquer ici.*

- > Développement des talents et performance
- > Gestion des rémunérations et des avantages sociaux

## principes

- > Sourcing éthique
- > Respect des droits de l'homme
- > Éthique des affaires et gouvernance
- > Cybersécurité et protection des données

## annexes

- > Comment Hasbro rend compte des questions ESG
- > Principes de reporting
- > Tableaux de données
- > Index GRI
- > SASB
- > Index des matériaux Questions ESG Définitions
- > Données relatives à l'emploi (EEO-1)
- > Politiques ESG





## NOTRE MISSION :

Divertir tout en créant des liens entre les générations de fans via l'émerveillement des histoires et l'exaltation du jeu.

## NOTRE RAISON D'ÊTRE :

Créer de la joie et du lien entre les hommes et les femmes d'où qu'ils viennent, autour du jeu, du jouet, d'une histoire.

## NOS VALEURS :



### SAUTER DANS LES FLAQUES :

Le goût de l'aventure et le courage sont des valeurs fortes de notre entreprise, sans perdre de vue que nous sommes une entreprise construite sur le jeu.



### L'INFORMATION C'EST LE POUVOIR :

Intégrité, résilience et sens de l'objectif sont au cœur de l'entreprise, en conservant une bonne maîtrise des faits. Hasbro doit continuer de s'améliorer même quand tout va bien.



### PRESERVER NOTRE TRESOR COMMUN :

soutenir les populations locales pour contribuer à faire du monde, de notre planète et de la société un endroit plus accueillant pour les générations futures.



### RESTER UNIS :

travailler en équipe au service d'une seule et même vision ; débattre puis décider et s'engager sur un plan d'action audacieux.



### LA MAGIE DE L'AMITIE :

Nos communautés sont diversifiées et inclusives, chacun y est le bienvenu. Tous sont rassemblés et unis dans la joie partagée des histoires et du jeu.



### DEVENIR UNE LEGENDE :

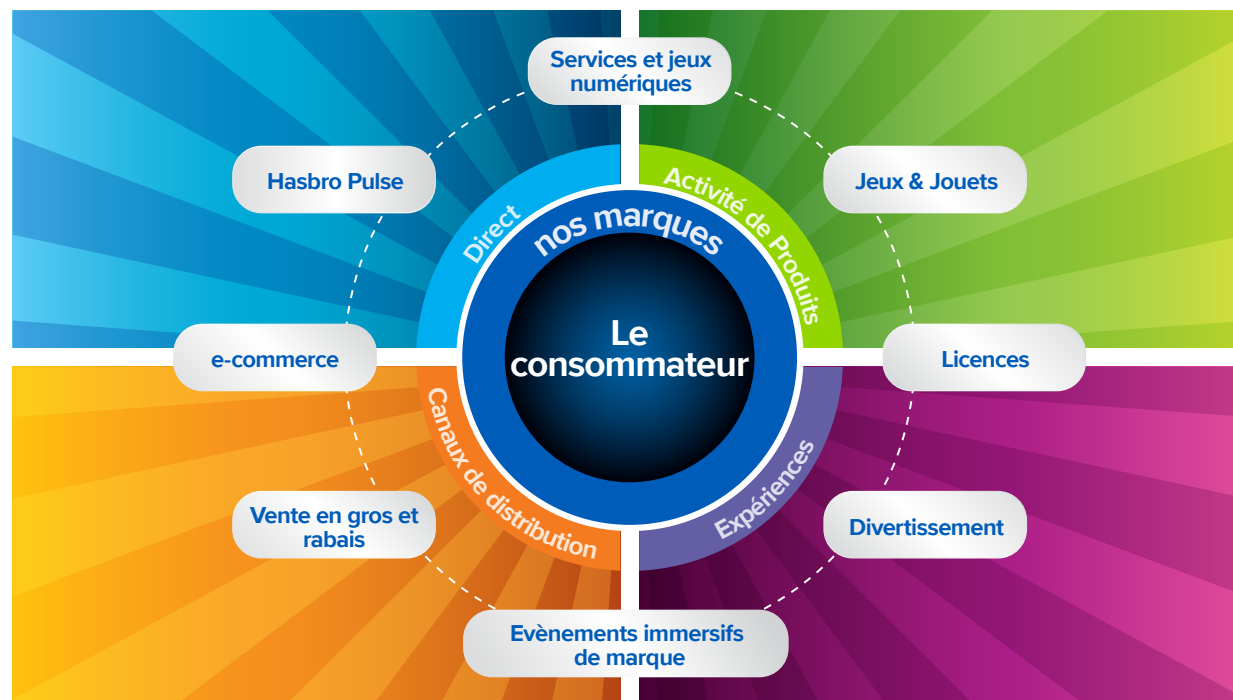
Pratiquer l'excellence, cultiver notre héritage, créer de l'intelligence remarquable.





# Blueprint 2.0

Le Blueprint 2.0 est le cadre stratégique dont nous nous sommes dotés, pour donner vie à nos marques avec passion tout en favorisant une croissance durable et rentable à long terme. Il s'agit de notre fil conducteur, qui évolue au fil du temps pour rester en phase avec le contexte dans lequel nous travaillons. Avec la satisfaction du consommateur pour boussole, ce plan d'actions nous guide pour tirer le meilleur parti des talents remarquables que comptent nos équipes et des qualités extraordinaires de nos marques, afin de toucher les fans de tous âges dans tous les domaines du jeu et du divertissement. Nous sommes fiers de concevoir des produits et des expériences innovants qui apportent de la joie et contribuent à tisser des liens entre les hommes.



## Stratégie Blueprint 2.0

En faisant passer nos marques au crible du plan d'actions (Stratégie Blueprint 2.0), nous réalisons notre mission : divertir nos fans par l'émerveillement des histoires, et l'exaltation du jeu, ce qui est la raison d'être de notre entreprise.

\* LBE: Location-based entertainment.



# Message de notre PDG



Hasbro est une entreprise dynamique qui compte des marques qui ont la cote sans prendre une ride, un portefeuille de jeux inégalé, une longue histoire d'innovation dans le secteur du jeu et du divertissement menée par quelques-unes des meilleures équipes du secteur. C'est aussi une entreprise citoyenne consciente des enjeux. Face aux défis mondiaux d'aujourd'hui, la mission de Hasbro, qui consiste à divertir et créer du lien entre les générations de fans grâce à l'émerveillement des histoires et à l'exaltation du jeu, est plus importante que jamais. C'est un privilège que nous prenons très au sérieux, et il s'accompagne d'une responsabilité

partagée d'avoir dans le monde un impact positif, tout en restant performants. La capacité de Hasbro à être un acteur économique au service du bien – tout en fournissant de solides résultats aux parties prenantes – est au cœur de notre identité. Notre raison d'être reste avant tout de créer de la joie et de tisser des liens autour d'un jeu, d'un jouet, d'une histoire. Nous enchantons nos fans en agissant dans nos quatre domaines d'impact clés : Planet, Play, People, Principles (Planète, Jeu, Personnes et Principes). Je tiens à remercier chaleureusement nos équipes pour ce que nous avons accompli ensemble. Nous continuerons à enthousiasmer nos fans par le jeu et le divertissement longtemps encore : Nous le faisons depuis 100 ans, et nous le ferons encore pendant 100 ans.

Chris Cocks



# Le mot de bienvenue de la Direction mondiale RSE



L'année prochaine, Hasbro soufflera sa centième bougie. 100 ans déjà ! Cela en fait des jouets, des jeux, des sourires ! Nous avons accompli tant de choses au cours du siècle écoulé, animés par un désir inébranlable de créer de la joie et de tisser des liens entre les hommes dans le monde entier. Après des débuts modestes dans les années 1920, où ils vendaient des chutes de tissus, puis des boîtes à crayons et des panoplies de docteur, nos fondateurs, les frères Hassenfeld, ont saisi l'occasion d'élargir leur impact en créant pour les enfants des jouets qui leur sont chers, comme Potato Head et Play-Doh. Aujourd'hui, les valeurs comme les idéaux de nos fondateurs sont dans notre ADN. Et l'avenir nous sourit. En tant que leader mondial du divertissement, Hasbro touche les consommateurs du monde entier. De Peppa Pig à Donjons et Dragons, du Monopoly à Transformers, nos marques emblématiques connectent entre eux et divertissent les fans de tous âges. Playing with Purpose, notre dernier rapport d'étape ESG 2021-2022, donne vie à notre objectif, à notre mission et à nos valeurs, en présentant notre stratégie et nos performances environnementales, sociales et de gouvernance (ESG) au cours de l'année écoulée, sans oublier les succès et les opportunités. Dans ce rapport, vous en apprendrez davantage sur nos progrès en matière d'ESG :

- > **PLANET** : Découvrez le cadre de notre nouveau Plan d'action pour le climat et notre stratégie de réduction des émissions de carbone.
- > **PLAY** : découvrez l'impact mondial de notre programme de philanthropie, leader du secteur, dans le cadre duquel 92 % des membres de notre équipe sont engagés dans le bénévolat.
- > **PEOPLE** : Explorez les mesures que nous avons prises pour favoriser la DE&I (diversité, équité et inclusion) dans toute l'entreprise, y compris nos progrès pour atteindre nos objectifs dans ce domaine pour 2025.
- > **PRINCIPLES** : Comprenez comment nous soutenons le bien-être des salariés de notre chaîne d'approvisionnement par le biais de programmes de santé, d'éducation financière entre autres.

Nous espérons que vous apprécierez cette mise à jour et vous invitons à nous faire part de vos commentaires, car c'est un travail qui n'est jamais terminé. Je suis honorée de diriger une équipe de champions qui se présentent chaque jour, prêts et désireux de travailler pour rendre notre entreprise plus forte et le monde meilleur. Grâce à l'engagement indéfectible des membres de notre équipe dans le monde entier, 100 ans après, nous continuons à faire vivre notre objectif chaque jour !

Kathrin Belliveau

# raison d'être :

## pourquoi nous jouons

**Chez Hasbro, notre raison d'être est de créer non seulement de la joie mais aussi une communauté où tout le monde se retrouve, autour d'un jeu, d'un jouet, d'une histoire.** C'est un privilège et nous en sommes conscients. En effet, nous créons des produits et des expériences qui apportent de la joie en créant des liens entre les générations, les cultures et les vies. Cet objectif motive nos employés, engage nos consommateurs, a un impact sur nos communautés et se trouve au cœur de notre entreprise. Nous jouons dans un but précis et nous nous efforçons d'être une source d'inspiration pour un monde plus inclusif, plus durable et plus connecté.



### Notre raison d'être déclinée en actions :

Hasbro a été fondé, il y a près d'un siècle, autour de deux piliers : la valeur du jeu et l'importance de rendre à la collectivité un peu de ce qu'elle nous a donné.

Le fait de nous laisser guider par notre raison d'être pour créer de la valeur et gagner la confiance de nos parties prenantes, est une attitude qui ne date pas d'hier. Les mesures prises récemment pour codifier notre objectif et l'intégrer dans toutes les facettes de notre activité ont contribué à renforcer notre position sur le marché.

Créée en 2021, la Global Purpose Organization (organisation mondiale avec une dimension sociétale), qui dépend de la Direction mondiale RSE, intègre les fonctions stratégiques de la société, les affaires gouvernementales, la communication d'entreprise, le développement durable, la responsabilité sociétale des entreprises (RSE)/ la stratégie environnementale, sociale et de gouvernance (ESG), l'assurance qualité et les affaires réglementaires, les droits de l'homme et le sourcing éthique, la philanthropie, l'impact social et le service aux consommateurs.

Sous la direction du PDG et au sein de notre Comité de Direction exécutif, la Direction mondiale RSE oriente la politique de l'entreprise pour l'ensemble de nos performances ESG ou dites "non financières", la stratégie et les performances mondiales autour de notre objectif. Grâce à une étroite collaboration et un partenariat qui intègre les fonctions transversales, la Direction mondiale RSE définit, intègre, exécute et communique les positions de principe ainsi que la stratégie ESG de Hasbro à l'ensemble de l'entreprise, dans nos quatre principaux domaines d'impact :



planet



people



play



principles

—  
“Dans tout ce que nous faisons, nous nous efforçons d’apporter de la joie et de créer un monde meilleur, autour d’un jeu, d’un jouet, d’une histoire.”

—KATHRIN BELLIVEAU,  
DIRECTION MONDIALE RSE

—





## Domaines d'impact

Le présent rapport d'étape sur les facteurs ESG, s'articule autour des quatre domaines d'impact. Nous y décrivons nos progrès à ce jour ainsi que nos champs d'action.

### planet



En nous appuyant sur notre bilan en matière de respect de l'environnement, nous nous engageons à faire notre part pour aider à protéger la planète. En 2022, nous avons présenté le cadre de notre plan d'action pour le climat, qui définit les objectifs de réduction de nos émissions carbone d'ici à 2030, pour atteindre un niveau net d'émissions de gaz à effet de serre égal à zéro d'ici à 2050 et établir un cadre pour les risques et la résilience face au changement climatique.

En outre, nos concepteurs et ingénieurs continuent à définir des principes de durabilité et d'économie circulaire, pour nos jeux, jouets et expériences de divertissement, y compris pour les emballages.

### play



En tant que société ayant le privilège de créer des jeux, des jouets et des expériences pour des fans de tous âges, la sécurité des produits et des contenus est au cœur de nos préoccupations.

Notre programme et nos processus rigoureux d'assurance qualité sont conçus pour garantir que les produits et les expériences que nous créons soient non seulement de la plus haute qualité et sécurité, mais qu'ils dépassent même les attentes de nos consommateurs.

Notre raison d'être et le plaisir du jeu nous inspirent dans notre approche en matière d'impact social et d'actions philanthropiques auprès des populations locales là où nous avons des usines.

Ainsi nous sommes fiers d'utiliser nos ressources pour avoir un impact positif sur la vie de millions d'enfants et de personnes dans le besoin.

### people



Nos salariés sont indéniablement la pierre angulaire de notre entreprise. Nous encourageons une culture d'entreprise favorisant l'inclusivité dans nos équipes, qui sont constituées de membres venant de milieux et d'origines ethniques divers. La diversité de ces expériences nous permet de constituer des équipes faites d'individus talentueux et passionnés, qui ont souvent un objectif personnel qui prime sur le reste. Pour favoriser le développement personnel et le potentiel des salariés, nous avons mis en place un programme pilote pour les aider à découvrir leur propre raison d'être au sein de notre entreprise.

### principles



Créer de la joie et construire une communauté pour les gens du monde entier requiert une adhésion constante aux principes les plus élevés en matière d'équité, de respect et d'éthique.

Nos principes guident la façon dont nous opérons et dirigeons les hommes et les affaires, à l'intérieur comme à l'extérieur de notre entreprise, que ce soit dans les situations normales ou inattendues.

Nous utilisons notre entreprise et notre leadership pour opérer dans le monde un changement positif – depuis notre engagement inébranlable à faire respecter les droits de l'homme dans notre chaîne d'approvisionnement, jusqu'à notre approche des questions d'ESG sous l'œil vigilant de notre conseil d'administration.

Chez Hasbro, nous nous engageons à traiter nos partenaires, nos salariés et nos consommateurs avec dignité et nous nous efforçons d'agir toujours de manière juste.

# esg chez hasbro :

## notre façon de jouer

Chez Hasbro, l'ESG est le cadre qui permet de traduire notre objectif en actions – en passant du “pourquoi” nous existons au “comment” nous créons durablement de la valeur, tant pour notre entreprise que pour nos parties prenantes. Sans objectif, l'ESG n'est qu'un ensemble de mesures, sans boussole pour guider les décisions et les actions. Sans stratégie ESG, notre raison d'être, notre objectif, n'est qu'une déclaration d'intention et non un mode de conduite des affaires. Notre raison d'être et la stratégie ESG de Hasbro sont intrinsèquement liées – Elles font partie intégrante l'un de l'autre, elles génèrent un impact évolutif et apportent de la valeur à nos salariés, consommateurs, investisseurs, partenaires ainsi qu'à la planète.



## introduction

Chez Hasbro, nous nous concentrons sur **quatre domaines prioritaires en matière d'ESG**, et qui sont essentiels à la réalisation de notre raison d'être, qui est de procurer de la joie et de créer une communauté de citoyens du monde, autour d'un jeu, d'un jouet et d'une histoire.

**Sécurité des produits et des contenus**, afin de maintenir la confiance de nos consommateurs et de répondre à leurs attentes.



**Respect des droits de l'homme et sourcing éthique**, pour préserver la sécurité, le bien-être et la dignité des collaborateurs de notre chaîne de d'approvisionnement et de l'ensemble de notre entreprise.



**Climat et respect de l'environnement**, pour garantir la santé de notre planète et de nos communautés, ainsi que la pérennité de nos activités.



**Les ressources humaines et la culture** (gestion du capital humain), pour faire en sorte que tous nos employés se sentent intégrés, respectés et habilités à donner le meilleur d'eux-mêmes au travail chaque jour.



Pour plus d'information sur la manière dont nous évaluons nos performances en matière d'ESG, consultez les tableaux de données à la fin de chaque partie de ce rapport.



# Évaluation de la pertinence de la stratégie ESG : Où en sommes-nous ?

Hasbro procède périodiquement à une évaluation de pertinence des facteurs ESG afin d'examiner et de hiérarchiser ceux qui sont pertinents aujourd'hui pour notre entreprise et nos parties prenantes. Cette évaluation en plusieurs étapes relève de la bonne gouvernance et renforce également notre approche stratégique ESG, la définition de nos objectifs et le reporting. En 2022, nous avons réalisé une cartographie complète des facteurs ESG. Nous avons organisé des ateliers de leadership ainsi que des enquêtes auprès des parties prenantes afin d'évaluer les changements intervenus dans notre activité partout dans le monde depuis l'évaluation datant de 2017. Le processus a consisté à identifier et à hiérarchiser les facteurs ESG les plus importants pour notre activité et nos parties prenantes. Nous avons engagé un consultant indépendant et utilisé les principes de reporting des normes GRI 2021 pour la matérialité et l'engagement des parties prenantes afin de nous guider dans les trois étapes suivantes :

## Étape 1 : Recherche et identification des enjeux

Nous avons établi et pondéré une liste exhaustive des facteurs ESG les plus pertinents pour notre activité et les secteurs dans lesquels nous opérons.

Cette étape a pris en compte les questions d'ESG d'actualité, les nouvelles exigences réglementaires émergentes, des attentes des parties prenantes externes (y compris les évaluations et les classements des facteurs ESG) et les normes SASB en vigueur pour les jouets et les articles de sport, les médias et le divertissement.

Dans ce cadre, nous avons également pris en considération les tendances sociétales et macroéconomiques plus larges. En particulier, la manière dont nous intégrons les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies et dont nous les influençons, afin de nous assurer que nous nous alignons sur les attentes extérieures à l'entreprise qui nous sont imposées par l'agenda mondial relatif aux enjeux de durabilité. Sur la base de nos recherches et analyses, nous avons identifié un ensemble de **23 facteurs ESG (page 124)** prioritaires pour Hasbro et les parties prenantes externes.

## Étape 2 : Hiérarchisation des enjeux

### > Enquête auprès des employés

Pour hiérarchiser ces questions, nous avons mené une enquête auprès des employés en demandant aux membres des équipes du monde entier de classer les questions par ordre d'importance pour Hasbro. Après examen des réponses reçues, les trois principaux problèmes identifiés étaient liés à la santé et la sécurité, l'engagement et le développement des employés, les droits de l'homme et les conditions de travail dans les usines.

### > Enquête auprès des parties prenantes externes

Nous avons invité les parties prenantes externes à répondre à la même enquête et avons reçu les réponses de représentants de groupes de consommateurs, d'organismes industriels et d'experts en la matière. Ces parties prenantes ont souligné à l'unanimité l'importance de la qualité et de la sécurité des produits, de la gestion des produits chimiques et de la création d'un contenu responsable.

### > Conversations avec les investisseurs

Nous avons recueilli les commentaires de nos parties prenantes lors d'appels aux investisseurs, en partenariat avec nos équipes « Relations avec les investisseurs » et « Juridique ». Nos investisseurs ont systématiquement souligné que le climat, les plastiques et la durabilité, la qualité des produits et la sécurité du contenu, le respect des droits de l'homme et du capital humain étaient des priorités absolues pour Hasbro.

### > Atelier de leadership

Dans le cadre d'un atelier interne, les **23 facteurs ESG (page 124)** ont été débattus et classés par ordre de priorité par nos plus hauts dirigeants dans nos domaines d'activité et nos régions. Il a été demandé aux dirigeants de considérer les questions de deux manières : d'abord de donner la priorité aux questions sur lesquelles Hasbro a le plus d'impact, et ensuite de classer les questions qui ont le plus d'impact sur le succès de l'entreprise.



## introduction

De ces discussions, il est ressorti que la durabilité de nos produits, le caractère responsable des contenus et du marketing, l'engagement des salariés, l'environnement et la responsabilité des fournisseurs restent des priorités absolues pour Hasbro. Le changement climatique est également un problème crucial pour notre entreprise, avec une forte corrélation avec la conception des produits, le choix des matériaux et la gestion du cycle de vie.

L'engagement des salariés continue d'être un pilier pour Hasbro, qui s'efforce toujours d'être un lieu de travail exceptionnel et inclusif pour ses équipes.

### Le résultat

Notre évaluation de la pertinence de la stratégie ESG 2022 a réaffirmé l'importance pour Hasbro de nos principales priorités ESG : les personnes et la culture d'entreprise, la sécurité des produits et des contenus, le respect des droits de l'homme et le sourcing éthique, ainsi que les enjeux climatiques et le respect de l'environnement. Cette évaluation nous a également aidés à identifier les questions clés qui ont pris de l'importance depuis 2017, comme la cybersécurité et la protection des données, la biodiversité et la transparence fiscale. Nous avons récemment pris des mesures pour renforcer notre programme de cybersécurité et de protection des données en recrutant un responsable de la cybersécurité en 2022 (voir les détails de notre programme à la **page 89**). La biodiversité et la transparence fiscale sont des questions émergentes pour Hasbro que nous continuons à surveiller au travers de sondages et par l'engagement des parties prenantes. Ces questions restent le fondement de la stratégie ESG de Hasbro et permettront de réaliser des progrès durables. Notre gestion et nos performances sur ces questions sont présentées dans ce rapport. Veuillez consulter les définitions relatives à la pertinence de la stratégie ESG ici (**page 124**).

### Étape 3 : Validation des enjeux

Pour la validation finale, notre Direction mondiale RSE a travaillé en étroite collaboration avec les dirigeants qui travaillent sur nos performances ESG et notre stratégie d'entreprise, notamment le directeur général, le directeur des opérations et la Direction mondiale des Ressources Humaines. Les commentaires des parties prenantes externes et internes ainsi que les enseignements recueillis tout au long du processus ont été regroupés et classés par ordre de priorité.

Les résultats ont été présentés au Comité de Direction exécutif et au conseil d'administration de Hasbro pour approbation finale.

#### Enjeux prioritaires

- > Changement climatique et protection de l'environnement
- > Respect des droits de l'homme et sourcing éthique
- > Sécurité des contenus et des produits
- > Management du capital humain

#### Nouveaux enjeux

- > Sécurité chimique
- > Impôts et transparence fiscale
- > Respect de la biodiversité

#### Enjeux fondamentaux

- > Ethique et respect des règles
- > Philanthropie et impact social
- > Gouvernance d'entreprise et responsabilité du conseil d'administration
- > Cybersécurité & protection des données personnelles










## Engagement des parties prenantes






En plus du processus formel d'évaluation des enjeux stratégiques, Hasbro prend en compte les enjeux en constante évolution et recueille en continu les commentaires des parties prenantes. Nous pensons qu'un engagement fort et cohérent des parties prenantes est la clé du succès à long terme.

Nous nous engageons régulièrement avec les parties prenantes, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de notre entreprise, en fonction de leur expertise et de leur implication, dans les questions importantes pour notre activité. Les commentaires recueillis lors de ces engagements renforcent notre stratégie, augmentent notre résilience et nous permettent de remplir la mission de notre entreprise : divertir des générations de fans grâce à l'émerveillement des histoires et l'exaltation du jeu.

Typologie de partie prenante	Parties prenantes	Type d'engagement
 <b>Régulateurs et responsables politiques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Représentant américain au commerce (USTR)</li> <li>• Ministère américain du commerce</li> <li>• Commission américaine des valeurs mobilières et des changes</li> <li>• Commission européenne</li> <li>• Ambassade de l'Inde, Ministère du commerce</li> <li>• Ministère indien de la promotion de l'industrie et du commerce intérieur (DPIIT)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibilisation des entreprises, lobbying et forum de politiques publiques</li> <li>• Participation aux comités des organismes de normalisation</li> </ul>
 <b>Organisations non gouvernementales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• One Tree Planted</li> <li>• PDG Action for Diversity and Inclusion (membre engagé)</li> <li>• Chemical Footprint Project</li> <li>• The Humane League</li> <li>• PETA Pour une Ethique dans le Traitement des Animaux</li> <li>• Fonds mondial pour la nature (WWF)</li> <li>• Organisations philanthropiques. <b>Visitez <a href="https://hasbro.org">hasbro.org</a> pour une liste complète nos partenaires philanthropiques dans le monde</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Discussion et engagement avec organismes chargés des Affaires publiques internationales, des questions de RSE/ESG, des actions philanthropiques et de l'impact social à l'échelle mondiale, de l'assurance qualité, des relations avec les investisseurs et les équipes juridiques</li> </ul>
 <b>Associations professionnelles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• US Toy Association (TA)</li> <li>• Toy Industries of Europe (TIE)</li> <li>• British Toy &amp; Hobby Association (BTHA)</li> <li>• Associations du jouet de divers États membres</li> <li>• Southeast Asia Toy Association (SEATA)</li> <li>• Fédération mondiale des annonceurs (WFA)</li> <li>• Responsible Business Alliance (RBA)</li> <li>• Association nationale pour la gestion de l'environnement, de la santé, de la sécurité et du développement durable (EHS&amp;S) (NAEM) – Organisation internationale pour la santé et la sécurité des produits de consommation (ICPHSO)</li> <li>• Association of National Advertisers (ANA)</li> <li>• Entertainment Software Rating Board (ESRB)</li> <li>• Entertainment Software Association (ESA)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Collaboration par le biais des équipes Affaires gouvernementales mondiales, RSE/ESG et Assurance qualité et participation aux activités des associations industrielles – En 2021-2022, la Direction mondiale RSE de Hasbro a siégé au conseil d'administration de la Toy Association (TA) et au comité exécutif de la TA. L'équipe Hasbro participe au Comité des affaires du gouvernement fédéral.</li> </ul>



# introduction

Typologie de partie prenante	Parties prenantes	Type d'engagement
 <b>Investisseurs et évaluateurs de l'impact ESG</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• JUST Capital</li> <li>• MSCI</li> <li>• ICCR</li> <li>• Institutional Shareholder Services (ISS)</li> <li>• Sister Nora</li> <li>• Sustainalytics</li> <li>• Chemical Footprint Project</li> <li>• Principaux actionnaires représentant 50% des actions en circulation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Des mises à jour régulières sur les performances financières et opérationnelles de Hasbro par le biais de rapports annuels, de communiqués de presse, de la communication des résultats, de réunions ad hoc, et de notre site <b>Web</b>, de nos communications et de nos événements relatifs aux relations avec les investisseurs</li> </ul>
 <b>Détaillants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li style="width: 50%;">• Walmart</li> <li style="width: 50%;">• Amazon</li> <li style="width: 50%;">• Target</li> <li style="width: 50%;">• Carrefour</li> <li style="width: 100%;">• Tous les détaillants dans le monde</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réunions régulières avec les principaux clients</li> <li>• Collaboration sur la sécurité des jouets et l'établissement de normes par l'équipe d'assurance qualité</li> </ul>
 <b>Fournisseurs</b>	<p><b>Voir la liste de nos usines établie en 2021</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sessions de formation sur les exigences de conformité et de l'audit conduit par la Responsible Business Alliance (RBA) (anciennement Electronic Industry Citizenship Coalition)</li> <li>• Entretiens confidentiels avec des salariés sélectionnés parmi des fournisseurs de fabrication sous licence et des fournisseurs tiers</li> <li>• Sommets annuels des fournisseurs de Hasbro (Inde et Chine)</li> <li>• Ateliers mensuels en présentiel pour les fournisseurs (Chine)</li> <li>• Visites d'usines sur site et réunions sur les fiches d'évaluation des fournisseurs Hasbro</li> <li>• Académie Hasbro sur le sourcing éthique</li> <li>• Programmes pilotes sur le bien-être des ouvrières d'usine</li> </ul>
 <b>Consommateurs</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programme de service aux consommateurs</li> <li>• Engagements de Hasbro en matière d'insight consommateur</li> <li>• Équipe Hasbro Analytics, Insights and Measurement (A.I.M.)</li> <li>• Global FunLabs où les consommateurs essaient les produits Hasbro en cours de développement</li> <li>• Canaux de feedback des consommateurs : e-mail, ligne téléphonique gratuite, chat en ligne, médias sociaux et correspondance écrite</li> </ul>
 <b>Employees</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Groupes et réseaux de salariés (PRIDE pour les questions LGBTQ+, Career Parents, Green Team et autres)</li> <li>• Outils permettant de faire part de ses préoccupations : ligne d'assistance éthique mondiale et deux boîtes aux lettres confidentielles administrées par le comité d'audit du conseil d'administration et le bureau du directeur des affaires juridiques</li> </ul>





## Surveillance et responsabilité des facteurs ESG

Le conseil d'administration d'Hasbro supervise nos objectifs et nos activités dans le cadre de l'ESG par le biais du comité de nomination, de gouvernance et de responsabilité sociale du conseil d'administration ("comité de gouvernance"). Les sujets ESG, y compris la diversité, l'équité et l'inclusion (DE&I), les enjeux climatiques, le respect des droits de l'homme et la gestion du capital humain, sont des points réguliers à l'ordre du jour du Comité de gouvernance. Ce dernier analyse ces questions et la conduite de l'entreprise qui s'y rattache et fait des recommandations au Conseil. En outre, le Comité d'audit du Conseil d'administration supervise la SEC et les divulgations publiques dans des domaines spécifiques, tels que les minéraux de conflit, le risque climatique, les DE&I et le risque d'entreprise. Par l'intermédiaire de notre comité de rémunération, le conseil d'administration tient compte des performances et des priorités en matière d'ESG lorsqu'il détermine la conception du plan de rémunération. Le Conseil reçoit des mises à jour régulières et des rapports trimestriels concernant nos progrès en matière d'ESG à l'échelle internationale. Le Conseil d'administration est particulièrement qualifié pour assurer cette surveillance, étant donné la diversité de ses compétences, de ses points de vue, l'étendue de son expertise et la richesse de son histoire. En plus de la gouvernance au niveau du Conseil, notre PDG et le Comité de Direction exécutif examinent régulièrement nos performances, progrès et opportunités en matière d'ESG. Notre comité ESG, présidé par la Vice-Présidente en charge de la RSE et composé de membres de notre Comité de Direction exécutif, se réunit plusieurs fois par an afin d'assurer une surveillance rigoureuse par la direction de la stratégie, de l'impact et de la performance ESG de l'entreprise, en identifiant les lacunes et les opportunités. La Direction mondiale RSE, qui rapporte au PDG, est membre du Comité de Direction exécutif. Elle définit l'orientation stratégique de nos performances ESG à l'échelle internationale et veille à l'intégration des facteurs ESG dans l'ensemble de l'organisation mondiale et de la chaîne d'approvisionnement.

## Reconnaissance ESG

Parmi les marques de reconnaissance obtenues par Hasbro pour ses réalisations en matière de promotion et d'avancement des intérêts de nos parties prenantes, de nos communautés, de notre société et de notre planète il y a :

**THE CIVIC 50**  
 NAMED ONE OF THIS YEAR'S HONOREE 10 YEARS  
 MOST COMMUNITY-MINDED BUSINESSES  
 2022  
 POINTS OF LIGHT

**AMERICA'S MOST JUST COMPANIES**  
 Forbes 2021

**3BL**  
 ME DIA  
 100 Best Corporate Citizens  
 2022

**FAST COMPANY**  
 BRANDS THAT MATTER  
 2022

**2022 WORLD'S MOST ETHICAL COMPANIES**  
 WWW.ETHISPHERE.COM  
 11-TIME HONOREE

**seramount**  
 part of IAB  
 BEST COMPANY FOR DADS  
 2022

**seramount**  
 part of IAB  
 100 BEST COMPANY  
 2022

**ENTREPRISES LES PLUS FIABLES EN 2022 POUR LE MAGAZINE NEWSWEEK**

**ENTREPRISES AMÉRICAINES LES PLUS RESPONSABLES EN 2022 POUR LE MAGAZINE NEWSWEEK**

**EN 2022, HASBRO OBTIENT UN SCORE DE 100%, POUR LE RESPECT DES DROITS DE L'HOMME**

**EN 2021, HASBRO EST PRÉSENTE DANS LE CLASSEMENT DU WALL STREET JOURNAL / DRUCKER INSTITUTE DES 250 ENTREPRISES LES MIEUX GÉRÉES**

**EN 2021, HASBRO FIGURE PARMIS LES ENTREPRISES OÙ IL FAIT BON TRAVAILLER POUR LE MAGAZINE NEWSWEEK**

Pour en savoir plus sur la gouvernance chez Hasbro, cliquer ici



# planet

**Chez Hasbro, la protection de l'environnement est une priorité depuis longtemps.** Il y a plus de vingt ans, nous avons commencé à mesurer nos émissions de gaz à effet de serre (GES) pour établir une valeur de référence. En 2008, nous avons annoncé des objectifs publics de réduction des GES. En 2010, nous avons adhéré au CDP (anciennement Climate Disclosure Project), la plus grande base de données sur les émissions de carbone reconnue mondialement pour le suivi et la gestion de l'impact environnemental. En 2012, l'Agence américaine de protection de l'environnement (EPA) a décerné à Hasbro son premier Climate Leadership Award, qui récompense le leadership de l'entreprise dans la lutte contre le changement climatique et la réduction des émissions de GES. Il ne s'agit là que de quelques exemples des progrès considérables réalisés collectivement pour réduire nos émissions carbone, les quantités d'eau que nous utilisons et les déchets que nous produisons dans l'ensemble de nos installations, ainsi que pour réduire l'impact environnemental de nos produits et emballages – ces efforts sont essentiels et nous les poursuivons.

## Ce chapitre met en évidence :

- > Les principes de durabilité dès la conception
- > La réduction de l'empreinte carbone
- > La prise en compte du risque climatique et la résilience

Au fil des ans, notre programme de protection de l'environnement s'est concentré sur trois domaines essentiels : nos produits, notre chaîne d'approvisionnement et nos installations et enfin notre culture d'entreprise. Nous sommes fiers de nos réalisations à ce jour, telles que la création de **MR. POTATO HEAD Goes Green**, l'introduction de nouveaux outils de mesure de l'impact environnemental chez nos fournisseurs, le lancement au niveau international d'une GREEN TEAM dirigée par des employés du groupe pour sensibiliser nos équipes aux questions environnementales. Nous savons que nous ne continuerons à progresser que si nous continuons à évoluer. En nous appuyant sur nos premiers efforts de réduction des émissions de gaz à effet de serre dans nos installations et nos sites d'exploitation, notamment nos usines, nous adoptons maintenant une approche plus large et plus holistique pour garantir que notre stratégie en la matière, englobe l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement et de création de valeur. Nous allons également au-delà de la maîtrise de notre impact environnemental pour inclure dans notre démarche, l'atténuation des risques que le changement climatique pose à notre entreprise. Le lancement, en 2023, de notre plan d'action pour le climat permettra de renforcer et d'accélérer notre action en faveur de l'environnement. Il permettra également d'identifier les nouvelles opportunités d'allier excellence opérationnelle et résilience climatique.

## Une conception durable

En tant qu'entreprise créant des biens de consommation et opérant dans une chaîne d'approvisionnement et une chaîne de valeurs complexe, nous avons intégré à toutes les étapes, des processus permettant d'évaluer et de réduire notre impact sur l'environnement. Depuis l'innovation aux étapes de conception, d'ingénierie et de fabrication de nos produits et emballages, jusqu'à la promotion d'une culture de responsabilité environnementale chez nos salariés, nous considérons la durabilité comme une opportunité de stimuler la créativité et l'amélioration continue. Nos initiatives en faveur d'une conception durable vont dans trois directions : Emballage durable, produits durables et enfin, promotion d'une économie circulaire.

## Des emballages durables

Hasbro a commencé il y a plus de dix ans sa recherche de solutions d'emballage durables. Au départ, nous nous sommes concentrés sur une réponse aux enjeux de « sustainability by design » en réduisant les matériaux superflus. Nos efforts se sont développés au fil du temps pour inclure, dans nos emballages, toujours plus de matériaux recyclables et recyclés. Les points forts de notre démarche sont l'élimination des attaches métalliques de tous les emballages, l'ajout de l'étiquette How2Recycle® pour informer les consommateurs sur le recyclage des produits, et l'utilisation de papier recyclé ou issu de sources gérées durablement, dans la majorité des emballages et contenus de nos boîtes.

En 2018, nous avons commencé à utiliser du plastique d'origine végétale pour certains éléments d'emballage et, par la suite, nous avons entamé une démarche visant à limiter de façon drastique l'utilisation de plastique dans tous nos emballages.

## Application des principes de l'économie circulaire

Nous sommes fiers de concevoir des produits de façon plus respectueuse de l'environnement et nous pensons que chaque emballage fait la différence. Nous sommes guidés par un ensemble de principes et règles à suivre en matière d'emballage durable qui continuent à challenger la créativité de nos ingénieurs afin de créer un avenir plus durable et circulaire pour notre entreprise et notre monde.

### 1 Approvisionnement durable

Utiliser au maximum des matériaux renouvelables, recyclés et certifiés sans compromettre la sécurité.

### 2 Réduction des matériaux

Éliminer les emballages en plastique et réduire la quantité de matériaux utilisés grâce à une conception efficace, tout en limitant les risques de détérioration du produit.


### 3 Réduction du volume

Optimiser la taille des produits et des emballages d'expédition pour réduire l'impact environnemental.

### 4 Conception pour faciliter la récupération

Améliorer la recyclabilité en éliminant les déchets plastiques et en informant les consommateurs grâce à l'étiquetage des emballages. Envisager le recours à des systèmes réutilisables, le cas échéant.



 **NOTRE PARCOURS EN CE QUI CONCERNE NOS EMBALLAGES**

En 2021 et 2022, nous avons continué à imaginer des moyens pour réduire l'utilisation de plastique vierge dans les emballages à usage unique de nos jouets et de nos jeux. Notre défi majeur a été de développer des emballages à partir de matériaux faciles à recycler, sans jamais faire de compromis sur l'expérience du consommateur ou la sécurité de nos produits à la livraison. Nous sommes fiers d'annoncer que nos ingénieurs ont mis au point des milliers d'emballages sans plastique\*. Cela inclut des initiatives telles que l'élimination des sachets en évitant, chaque fois que possible, le recours à de l'emballage rétractable, à des blisters, à des boîtes-fenêtres. Nos efforts permettent ainsi d'éliminer le recours à des millions de kilos de plastique vierge par an.\*\*

Cette démarche de réduction du plastique à usage unique dans nos emballages nous a beaucoup appris, cela nous a permis de mesurer nos progrès. Cela nous aidera à définir nos futurs objectifs en matière de développement durable. Nous disposons d'une équipe dynamique multifonctionnelle qui se consacre à affiner son utilisation des emballages alternatifs et à quantifier leur impact environnemental. Nous continuerons à élaborer des solutions novatrices pour rendre nos emballages les plus durables possible. Nous nous engageons à réduire, dans la mesure du possible, notre utilisation de matière plastique vierge et nous sommes en passe d'en éliminer la quasi-totalité des emballages des nouveaux produits\*\*\* à partir de 2023.

**LEÇON 1**

**SORTIR DES SENTIERS BATTUS**

En modifiant nos emballages, nous avons créé de nouveaux avantages tant pour nos consommateurs que pour l'environnement. En utilisant des "emballages ouverts", c'est-à-dire des emballages sans fenêtre ni blister, nous offrons aux consommateurs une meilleure visibilité et une meilleure interaction avec nos produits sur le point de vente. Dans d'autres cas, nous avons opté pour un "emballage fermé" dans des boîtes en carton, où nous pouvons également mieux mettre en avant la valeur ludique du produit pour le consommateur, grâce à des graphismes photo-réalistes.

\* Ne comprend pas le ruban adhésif, la colle et les attaches en plastique.  
 \*\* Calcul basé sur la proportion de nouveaux produits dans notre gamme de produits globale. Sur la base de ces données, nous estimons que nous aurons éliminé environ 5400 tonnes de plastique vierge. Ces économies sont des estimations susceptibles de changer, car la proportion, dans nos inventaires, des produits reconduits d'une année sur l'autre et celle de nouveaux produits, évolue d'une année sur l'autre.  
 \*\*\* Hasbro définit les nouveaux produits comme tout ce qui nécessite un nouvel outillage, de nouveaux composants électroniques, de nouveaux modèles de produits textiles, une nouvelle formulation des matériaux ou un nouveau procédé de fabrication. Les emballages exclus de cette initiative sont les suivants : les produits qui nécessitent les propriétés d'une barrière plastique (tels que les recharges de billes en mousse rondes NERF, le composé de modelage PLAY-DOH et les mélanges alimentaires EASY-BAKE) et les emballages sous blister pour les objets de collection destinés aux fans (tels que les figurines à collectionner de 3,75 pouces). Les produits MAGIC : THE GATHERING et DUNGEONS & DRAGONS sont produits par Wizards of the Coast et ne sont pas pris en compte dans ce calcul, qui ne concerne que les produits de consommation Hasbro.

**Qu'est-ce que cela signifie d'éliminer le plastique à usage unique de emballages ?**

Voici quelques exemples de composants plastiques que nous éliminons de nos emballages:



**fenêtres transparentes** → 

**blisters** → 

**sachets (à l'intérieur de la boîte)** → 

**elastiques** → 

**film rétractable (à l'extérieur de la boîte)** → 

## LEÇON 2

### L'EMBALLAGE FAIT PARTIE DE L'EXPÉRIENCE PRODUIT

Parfois, l'emballage fait partie du produit et n'est pas destiné à un usage unique. Les commentaires de nos fans sur les produits à collectionner notamment, nous ont appris que l'emballage sous blister plastique est un élément clé de l'expérience produit. S'agissant d'objets à collectionner, comme nos figurines STAR WARS de 3,75 pouces, les fans conservent généralement l'emballage intact pour les exposer. Afin d'offrir à nos fans la meilleure expérience possible, nous continuerons à proposer des emballages traditionnels, fabriqués à base de plastique végétal ou de PET recyclé.

## LEÇON 3

### NOUVELLES SOLUTIONS D'EMBALLAGE POUR CONSERVER LA QUALITÉ DES PRODUITS

Certains produits, comme la pâte à modeler PLAY-DOH, les préparations pour pâtisserie EASY BAKE et les sachets d'aliments BABY ALIVE nécessitent un matériau d'emballage à base de plastique pour ses propriétés barrière (à l'humidité ou à l'oxygène) pour qu'ils conservent toutes leurs qualités. Nous nous efforçons d'identifier des matériaux alternatifs offrant ces mêmes propriétés barrières pour emballer ces produits.





## Produits durables

Dans notre démarche d'amélioration de la durabilité de nos produits, nous recherchons en permanence un équilibre entre qualité, sécurité et conception. Ces principes nous guident dans la recherche de nouveaux matériaux et dans les processus d'innovation.

**Le lancement des deux produits – MR. POTATO HEAD Goes Green et MONOPOLY Go Green – a marqué une étape clé dans notre démarche de développement de produits durables.** POTATO HEAD est fabriqué avec du plastique végétal et son emballage est sans plastique (à l'exception de ruban adhésif et de colle). L'emballage de MONOPOLY Go Green, le plateau de jeu, le guide de jeu, l'argent, les cartes, le sac de rangement, l'insert et le plateau destiné à ranger l'argent sont fabriqués avec du papier 100% recyclé. A l'intérieur de la boîte, les serres et les dés sont fabriqués avec du bois provenant de forêts gérées de façon durable, et les jetons sont fabriqués avec du plastique végétal dérivé de la canne à sucre, une matière première renouvelable.

En mars 2021, nous avons lancé un **Super Soaker NERF** plus durable dont les réservoirs d'eau sont fabriqués à partir de bouteilles d'eau en plastique recyclé. En nous appuyant sur les enseignements tirés du développement de ces produits en 2021, nous avons annoncé notre intention de fabriquer la gamme de jouets emblématiques POTATO HEAD avec des matériaux d'origine végétale ou renouvelable. Il s'agit de la prochaine étape de notre démarche globale visant à fabriquer tous nos jeux et jouets en matériaux recyclés ou renouvelables au cours de la prochaine décennie, afin que nos produits soutiennent une économie plus durable, à faible émission de carbone.



# PLAYSKOOL



**Le consommateur étant au centre de notre plan d'action Blueprint 2.0, l'étape consistant à recueillir les commentaires de nos fans a été décisive dans notre démarche de conception durable.**

Nous avons interrogé les parents d'enfants d'âge préscolaire afin de mieux comprendre leur préférence pour les produits écologiques. Le résultat ? Les parents accueillent favorablement la possibilité d'acheter des jouets durables pour leurs enfants, à condition de ne pas compromettre leur sécurité ni leur résistance.

En 2022, PLAYSKOOL a lancé la première ligne de jouets durables de la marque pour les tout-petits, vendus exclusivement par Amazon. Cette collection comprend six produits, et chaque jouet est fabriqué avec au moins 30 % de matériaux renouvelables en utilisant un mix de "mass balance" et de plastiques d'origine végétale.

La nouvelle gamme PEPPA PIG est un autre exemple de produit Hasbro fabriqué à partir de matériaux durables : notamment du bois provenant de forêts gérées de façon durable. La ligne de jouets comprend un train PEPPA PIG en bois, une maison de jeu de luxe en bois, une voiture et un bateau en bois, ainsi que des figurines familiales en bois.





## Promouvoir une économie circulaire

Hasbro est conscient de sa responsabilité dans la fin de vie de ses produits. Nous encourageons l'économie circulaire et le recyclage responsable des jouets et des jeux que nous avons aimés pour leur offrir une seconde vie.

En 2018, Hasbro a été la première entreprise de jouets à lancer un **programme national de recyclage des jouets** aux États-Unis. TerraCycle®, notre partenaire et leader mondial du recyclage, utilise les matériaux de nos jouets recyclés dans la fabrication d'espaces de jeu, de bancs de parc et de produits tels que des pots de fleurs. En raison du grand intérêt des consommateurs pour ce programme, nous l'avons étendu à 11 autres pays.



Pour célébrer le le mois de la Terre chez Hasbro, Tom Szaky, fondateur et PDG de TerraCycle®, s'est adressé aux équipes Hasbro, lors de notre séminaire d'entreprise en avril 2022. Et dans son discours, il a parlé d' "Éliminer jusqu'à l'idée même du déchet".



Tom Szaky, PDG et fondateur de TerraCycle en compagnie des membres de l'équipe de direction de Hasbro



**TerraCycle et MAGIC : THE GATHERING** : En 2022, nous avons lancé un projet pilote avec TerraCycle® pour explorer les possibilités de gestion en fin de vie des produits pour les magasins du réseau Wizards Partner Network (WPN). Cette expérience pilote offrait aux joueurs la possibilité de recycler les emballages de MAGIC : THE GATHERING Booster, qui, aujourd'hui, ne peuvent être recyclés dans les dispositifs existants. Wizards a expédié des boîtes de recyclage aux magasins WPN Premium en Amérique du Nord et a pris en charge les frais d'expédition à TerraCycle® une fois les boîtes pleines.

Les résultats de ce projet pilote ont été positifs. Les magasins étaient ravis de pouvoir fournir aux consommateurs une solution à forte valeur ajoutée en matière de durabilité. Ils ont remarqué la facilité de mise en œuvre comme l'intérêt des consommateurs pour ce projet. Dans notre démarche pour rendre nos emballages à usage unique sans plastique et faciles à recycler, nous nous réjouissons des initiatives comme celles-ci qui nous permet de fournir des solutions transitoires innovantes pour les produits difficiles à recycler.





## Réduction des émissions de carbone

En 2022, nous avons introduit le cadre de notre Plan d'Action Climat, une stratégie climat complète en deux parties visant à réduire notre empreinte carbone et à renforcer la résilience climatique. Ce plan, qui sera lancé en 2023, intégrera de nouvelles initiatives stratégiques aux initiatives existantes en matière de conception, de gestion de la chaîne d'approvisionnement et des installations.

### Émissions de gaz à effet de serre (GES)

La première partie de notre plan d'action pour le climat porte sur la réduction de GES. Elle figure dans la lettre d'engagement pour l'élimination des GES que nous avons signée avec la Science Based Target initiative (SBTi) en janvier 2022. En adhérant à la SBTi, nous nous appuyons sur une méthodologie reconnue mondialement pour fixer des objectifs de réduction des GES en accord avec les objectifs fixés par l'Accord de Paris. Cette méthodologie s'appuie sur des données scientifiques, pour définir stratégies et processus décisionnels.

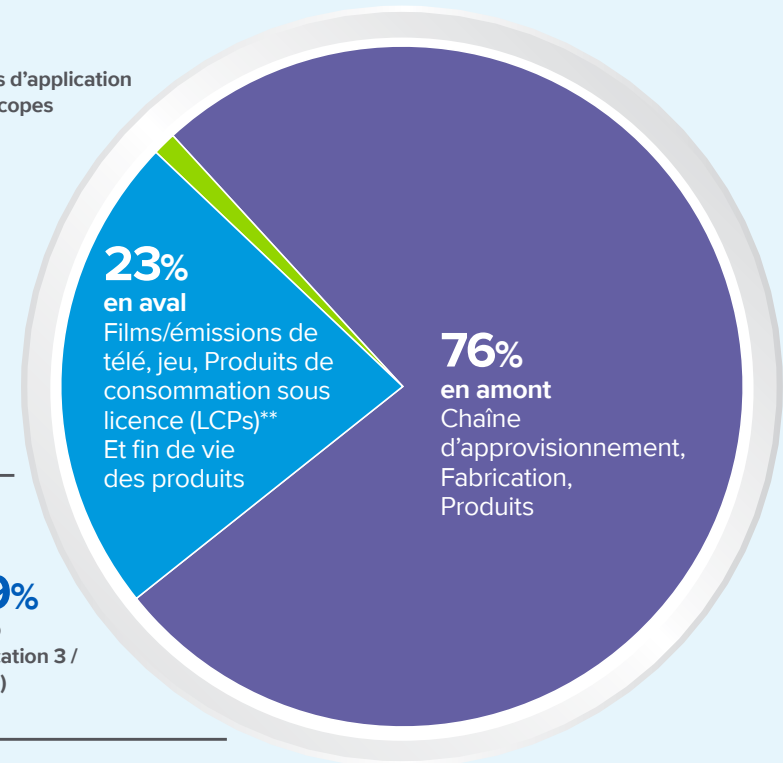
#### ÉTAPE 1 ÉTABLIR UNE VALEUR DE RÉFÉRENCE POUR LE CARBONE

Dans un premier temps, nous nous sommes engagés dans un processus de plusieurs mois pour établir la valeur de référence de nos émissions – non seulement pour nos émissions directes (Champ d'application 1 / scope 1) et indirectes contrôlées par Hasbro (Champ d'application 2 / scope 2) (que nous comptabilisons depuis toujours), mais aussi pour nos émissions en amont et en aval (Champ d'application 3 / scope 3). Nous avons investi dans une nouvelle plateforme et un nouveau logiciel plus rigoureux de collecte de données sur le carbone, et avons également recruté pour renforcer l'équipe et donc renforcer nos capacités dans ce domaine clé. Nous mettons en œuvre les outils nécessaires pour fixer des objectifs de réduction réalistes afin d'atteindre notre objectif de zéro émission nette.

### 2020 : VALEUR DE RÉFÉRENCE DES ÉMISSIONS DE GES

>1%

(Champs d'application 1 et 2 / scopes 1 et 2)



>99%

(Champ d'application 3 / scope 3)

\*\*LCPs : Licensed consumer products (produits de consommation sous licence)

## ÉTAPE 2 FIXER NOS OBJECTIFS EN FONCTION DE DONNEES SCIENTIFIQUES (SBTS)

Sur la base de notre engagement à nous fixer des objectifs scientifiques et en tirant parti de l'évaluation plus complète de nos émissions de gaz à effet de serre de référence, nous évaluons deux principaux objectifs SBTS\* pour notre entreprise :

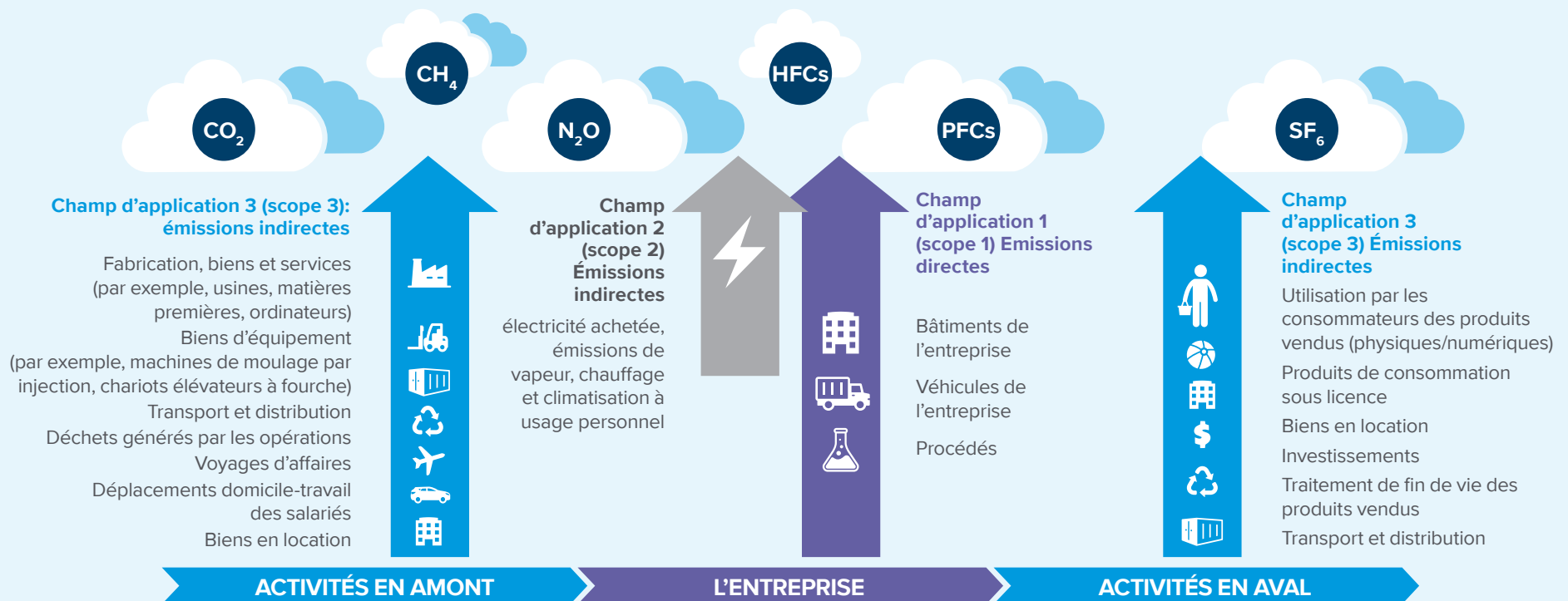
- Une réduction d'environ 40 % des GES d'ici 2030 (par rapport à 2020)\*.
- Une réduction d'environ 90 % des GES, combinée à l'utilisation de crédits d'élimination du carbone pour les 10 % restants, afin d'atteindre notre objectif de zéro émission nette d'ici 2050\*.

\* Objectifs soumis à SBTi pour vérification le 15 septembre 2022.

## ÉTAPE 3 PASSER À L'ACTION

Alors que nous entamons le prochain chapitre de notre démarche vers plus de durabilité environnementale, nous sommes motivés pour continuer à apprendre et à évoluer. Au fur et à mesure, nous partagerons les détails de notre feuille de route SBTi. Nous sommes convaincus que nos initiatives environnementales actuelles contribueront plus largement à la réalisation de nos objectifs.

### CHAMPS D'APPLICATION 1, 2, 3 (SCOPES 1,2,3)



## Chaîne d'approvisionnement durable

Notre chaîne d'approvisionnement représente l'essentiel de notre empreinte carbone. C'est la raison pour laquelle elle est devenue l'une de nos priorités au cours des dernières années et restera une priorité essentielle de notre stratégie de réduction des émissions de carbone. Nous avons travaillé en étroite collaboration avec nos fournisseurs tiers qui fabriquent et distribuent nos produits afin de bien comprendre leur impact sur l'environnement, recueillir et évaluer les données nécessaires à l'élaboration d'une politique solide de réduction des GES.

En 2019, nous sommes devenus la première entreprise de jouets et de jeux à piloter l'indice Higg, un outil très reconnu de mesure des impacts environnementaux et sociaux dans la fabrication de biens de consommation. Bien qu'initialement conçu pour l'industrie du vêtement et de la chaussure, la flexibilité et l'efficacité de cet outil se sont avérées utiles pour la collecte et l'analyse des données nous concernant. Nous nous sommes associés à la Sustainable Apparel Coalition (SAC) pour piloter le Facilities Environmental Module (FEM) de l'indice Higg. Cette initiative pilote a permis de mieux comprendre les impacts environnementaux de notre chaîne d'approvisionnement et permis à la SAC d'obtenir un retour d'information intersectoriel qui a permis d'étendre l'utilisation de cet outil à d'autres secteurs que celui de l'habillement. En plus d'avoir facilité l'analyse des données, cet outil a facilité les négociations portant sur les enjeux de durabilité avec nos fournisseurs.

En 2021, nous avons élargi la portée de ce projet pilote. 100 % de nos fournisseurs se sont mis à la mesure de leur performance environnementale. Cette vision plus globale de notre chaîne d'approvisionnement nous a permis d'identifier les opportunités pour Hasbro de travailler à la réduction de son empreinte carbone, en y associant ses fournisseurs. Par exemple, en 2021 nous avons utilisé les données de l'indice Higg pour identifier, parmi nos fournisseurs, ceux ayant l'impact environnemental le plus important. Nous nous sommes déplacés sur site pour auditer leurs installations et étudier les possibilités de réduire l'impact environnemental de leurs activités.

## Notre plan de durabilité applicable à nos fournisseurs se concentre sur quatre axes :

1. Une amélioration de l'efficacité des usines et des programmes d'exploitation et de maintenance
2. La mise à niveau technique des équipements de l'usine
3. L'installation sur site de capteurs solaires
4. L'achat d'énergie renouvelable hors site



## Préservation des ressources naturelles

Hasbro s'engage à préserver les ressources naturelles et à s'approvisionner de manière durable en ressources naturelles dans le cadre de nos opérations et du développement de produits, partout dans le monde.

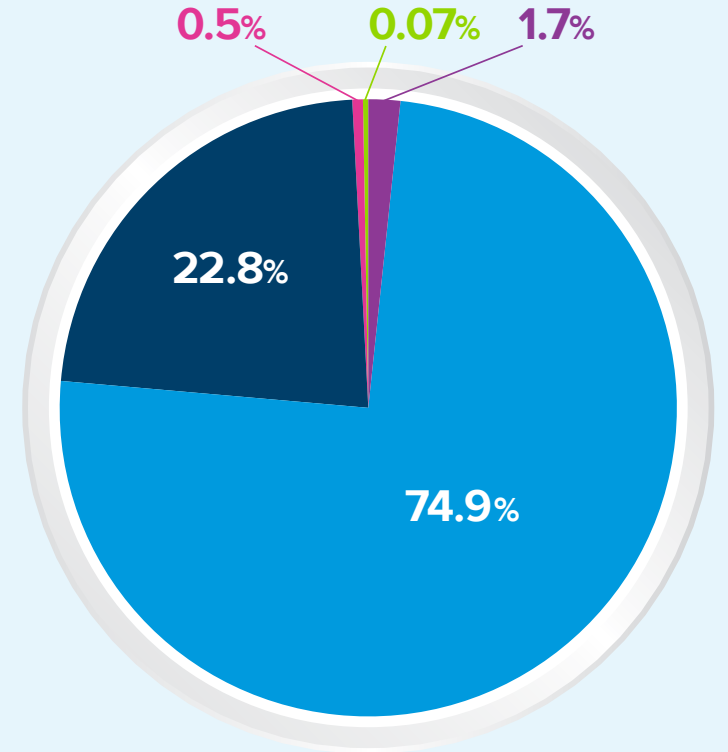
### EAU

Bien que les principaux domaines d'activité de Hasbro, à savoir, la fabrication de jouets et de jeux, les jeux numériques et la production de divertissements, soient peu gourmands en eau, nous considérons l'accès à l'eau potable comme un droit fondamental pour tous les hommes et nous faisons tout notre possible pour protéger cette ressource naturelle importante. Pour préserver les ressources naturelles en eau, nous mettons en œuvre les stratégies suivantes :

#### GESTION DE L'EAU PAR LES FOURNISSEURS

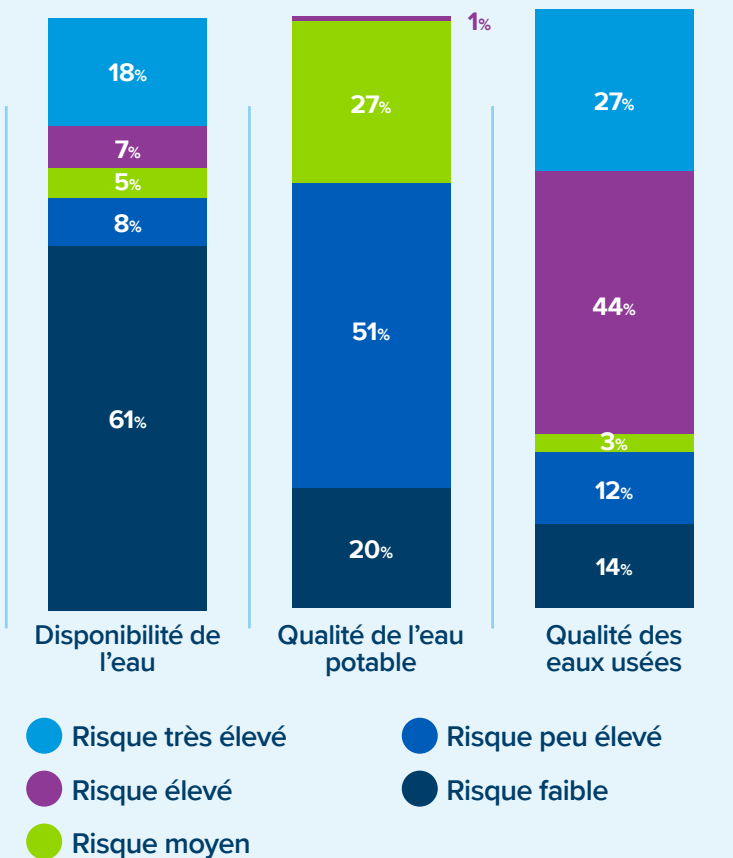
Hasbro demande à ses fournisseurs de mettre en place un programme de gestion de l'eau qui (1) documente, caractérise et surveille les sources, l'utilisation de l'eau et le rejet des eaux usées; (2) recherche les possibilités de préserver l'eau ; et (3) contrôle les voies de contamination. Les eaux usées doivent être surveillées, contrôlées et traitées comme il se doit avant d'être rejetées ou éliminées. Cette exigence fait partie de notre programme d'approvisionnement éthique et du code de conduite applicable à nos fournisseurs. La conformité de nos fournisseurs à cette exigence et les progrès réalisés en matière d'utilisation de l'eau sont contrôlés par le rapport annuel obligatoire Higg FEM.

## APPROVISIONNEMENT EN EAU DE NOS FOURNISSEURS (EN BREF) – 2021



- Eau potable municipale
- Eau produite / eau traitée
- Nappe phréatique
- Eau de provenance inconnue
- Eau douce de surface

## RISQUE LIÉ À L'EAU POUR NOS FOURNISSEURS (EN BREF) – 2021



## ÉVALUATION DE L'EAU PAR REGION

En 2021, nous avons réalisé notre première évaluation annuelle mondiale de la disponibilité et de la qualité de l'eau dans les régions où nos fournisseurs et les installations que nous possédons et exploitons sont présents. Pour effectuer ce travail, nous avons utilisé l'outil Aqueduct Water Risk Map du World Resources Institute pour identifier les bassins versants prioritaires afin de s'assurer de l'absence d'impact négatif sur les populations locales, des opérations de notre chaîne d'approvisionnement.

## Premiers enseignements de l'évaluation

Les installations que nous possédons et exploitons (bureaux et centres de distribution) utilisent un minimum d'eau. Leur utilisation de l'eau est principalement liée à l'usage domestique dans les cuisines, les toilettes, le nettoyage et un peu d'aménagement paysager. La consommation d'eau de nos fournisseurs est plus élevée comparée la nôtre. Notre évaluation initiale a porté sur les sources d'eau utilisées par les différents fournisseurs, tout en identifiant les zones où l'eau est rare, où l'eau potable manque, où il n'existe pas de pratiques adéquates d'assainissement des eaux usées, comme indiqué sur cette page. Même si les procédés de fabrication de nos produits par nos fournisseurs sont peu gourmands en eau, il existe un risque d'impact sur les populations locales là où ils opèrent. A mesure que nous affinons notre stratégie et que nous fixons à nos fournisseurs de nouveaux objectifs en matière de gestion de l'eau, Hasbro donne la priorité aux éléments suivants : un engagement plus poussé de la part des fournisseurs dont les usines se situent dans des zones classées comme présentant le risque le plus élevé pour les trois paramètres (disponibilité de l'eau, qualité de l'eau potable et traitement des eaux usées), et dans les zones où le risque est élevé, notamment pour les eaux douces de surface et les eaux souterraines (nappes phréatiques).

 PAPIER

En tant que société fabriquant des produits de consommation qui utilise du papier dans un grand nombre de ses produits et emballages, nous avons un rôle à jouer dans la gestion responsable de cette ressource. Depuis plus d'une décennie, nous appliquons la **Paper and Forest Procurement Policy** (politique d'approvisionnement en papier et gestion durable des forêts) mise en place par Hasbro pour partager avec nos fournisseurs nos attentes en matière de politique durable d'approvisionnement en papier. Cette politique permet de guider nos fournisseurs dans le choix des matériaux pour les produits et les emballages fabriqués pour Hasbro. Depuis la mise en œuvre de cette politique, 90 % de notre papier, de nos emballages et du contenu de nos boîtes proviennent de matériaux recyclés ou de sources qui pratiquent une gestion forestière durable. Pour le reste, nous avons une équipe transversale qui travaille à l'évaluation des prochaines étapes et l'identification des opportunités de progrès.

En outre, nous reconnaissons l'importance de la santé des forêts pour préserver la biodiversité et lutter contre le changement climatique. Pour soutenir les efforts de reforestation, nous avons établi un partenariat avec l'association à but non lucratif One Tree Planted. Avec le soutien de Hasbro, ils ont pu planter 100 000 arbres dans le monde entier, notamment au Brésil, aux États-Unis en Inde et en Irlande. Cet investissement aidera à reconstituer les ressources naturelles vitales utilisées dans nombre de nos produits et emballages.

 DÉCHETS

La production de déchets ayant diminué de 2020 à 2021 pendant la fermeture des bureaux et des entrepôts pour cause de pandémie de COVID-19, nous avons pris le temps de réévaluer nos programmes de gestion des déchets en nous concentrant sur une collecte de données plus complète. Nous sommes conscients que des stratégies plus solides de réduction et de gestion des déchets nous aideront à atteindre nos objectifs de réduction des GES. Avec la réouverture de nos installations, nous utiliserons un nouveau processus de collecte de données pour évaluer les risques et les opportunités liés à notre production de déchets et pour fixer de nouveaux objectifs.





## Eco-Culture



### ÉNERGIE RENOUVELABLE

Dans le cadre de notre soutien à une économie renouvelable, nous avons continué, en 2021, à investir dans des projets liés aux énergies renouvelables afin d'atteindre notre objectif de 100 % d'énergies renouvelables dans nos établissements partout dans le monde. Afin de réduire l'empreinte carbone associée à notre consommation d'électricité, Hasbro a acheté des certificats d'énergie renouvelable (CER), qui représentent chacun un mégawattheure (MWh) d'énergie renouvelable généré sur le réseau même de notre consommation d'électricité. Nous avons acheté des CER pour couvrir plus de 100 % de l'électricité consommée sur chaque marché où ils étaient disponibles. Dans les cas où les CER n'étaient pas disponibles dans le pays, nous en avons acheté dans les pays voisins.

Les CER achetés représentent une combinaison de sources d'énergies renouvelables, notamment éoliennes, solaires, de biomasse, de biogaz ou de sources hydroélectriques. Ils sont vérifiés de manière indépendante et délivrés par les autorités compétentes Green-e, European Energy Certificate System, I-CER Standard et les systèmes de suivi régionaux compétents. Les CER émis aux États-Unis et au Canada sont en outre vérifiés par un auditeur indépendant et certifiés par la norme sur les énergies renouvelables Green-e.

Malgré nos achats de CER, nous n'avons pas acheté de crédits de compensation carbone en 2021, conformément au principe de notre adhésion à l'initiative Science Based Targets (SBTi), une organisation de renommée mondiale qui aide les entreprises à fixer des objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre conformes aux connaissances scientifiques sur le climat. Nous investissons plutôt dans d'autres initiatives de réduction des émissions en vue d'atteindre notre objectif de zéro émission nette. Pour plus de détails sur les achats annuels de compensations carbone et de CER, veuillez consulter notre déclaration annuelle de performance en matière d'énergie renouvelable.



### LA GREEN TEAM DE HASBRO

La Green Team est un groupe d'employés HASBRO qui, à travers le monde, traite des sujets liés à la durabilité environnementale. Ces employés passionnés insufflent une culture de la responsabilité environnementale par le biais d'actions de sensibilisation et d'éducation. Ils amènent leurs collègues à questionner leurs comportements et à les modifier pour une entreprise et une planète plus durables. Avec des représentants dans le monde entier, comme aux États-Unis, au Canada, au Brésil, en Colombie, au Royaume-Uni, en France, en Australie et à Hong Kong, la Green Team a organisé des événements qui ont incité les employés à prendre des mesures en faveur de la protection de l'environnement. Par exemple, dans le cadre du Mois de la Terre 2021, nos employés d'eOne, basés à Toronto, ont lancé une campagne vidéo de sensibilisation à l'environnement intitulée "Seven Rs of Sustainability", pour inciter les autres à faire des choix écologiques dans leur vie quotidienne. À notre siège social de Rhode Island, les employés ont fait équipe avec une organisation à but non lucratif locale pour nettoyer les principales zones côtières, évitant ainsi que des dizaines de kilos de débris ne polluent l'océan.



**A Rhode land, les employés ont fait équipe avec une organisation à but non lucratif locale pour nettoyer les principales zones côtières.**



 **PRODUCTION DURABLE DE DIVERTISSEMENT**

En janvier 2022, eOne, le studio de divertissement de Hasbro, a rejoint la Sustainable Entertainment Production (SPA), un consortium regroupant les plus grandes sociétés de cinéma, de télévision et de streaming du monde, qui se consacre à accélérer la transformation du secteur du divertissement en une industrie plus durable. Le SPA fixe des objectifs environnementaux spécifiques, mesurables et fixés dans le temps, et fournit des feuilles de route et des stratégies pour réduire les émissions de carbone et les déchets. Par le biais du SPA et de la Ontario Green Screen (OGS), une collaboration visant à apporter des changements durables dans l'industrie cinématographique, l'équipe de cinéma et de télévision d'eOne prend des mesures pour s'assurer que nos productions sont plus respectueuses de l'environnement. Au Canada, eOne adopte des systèmes d'éclairage à faible consommation d'énergie, des matériaux, des décors et des costumes de seconde main, des panneaux solaires et réduit les déplacements dans la mesure du possible.



Lors du tournage de l'émission de télévision *Moonshine*, qui se déroule en milieu rural, les efforts en matière de durabilité ont consisté à utiliser un réseau électrique plus efficace plutôt que des générateurs.

## Risque climatique et Résilience

La deuxième partie de notre plan d'action pour le climat traite du risque climatique et de la résilience : la manière dont les effets du changement climatique et des phénomènes météorologiques violents pourraient affecter les activités de Hasbro, et le cadre pour réduire les risques et renforcer la résilience dans l'ensemble de nos opérations. Notre plan Risque et Résilience identifiera les changements physiques, réglementaires et technologiques qui pourraient avoir un impact financier direct sur notre activité. Cela inclut la gestion de la résilience de notre entreprise face aux impacts physiques aigus du changement climatique, tels que les phénomènes météorologiques violents. Nous continuons également à intégrer le risque climatique et la résilience dans notre système de gestion globale des risques (Enterprise Risk Management = ERM), en commençant par une analyse initiale du risque climatique réalisée en interne par une équipe transversale. Nous partagerons les étapes importantes de notre démarche qui va s'étaler sur plusieurs années, ainsi que les enseignements et les opportunités.

### Task Force on Climate-Related Financial (TCFD) (groupe de travail sur la transparence financière liée au changement climatique)

Le cadre du risque et de la résilience que nous évaluons est basé sur les recommandations du Conseil de stabilité financière en matière de transparence financière liée au climat. Nous avons commencé à travailler en 2022 pour intégrer le cadre de la TCFD du processus ERM existant, dans quatre domaines clés : la gouvernance, la gestion des risques, la stratégie, les mesures et les objectifs. Le cadre de la TCFD permettra d'identifier les risques climatiques réels et potentiels, de guider la gestion de ces risques et de mesurer l'efficacité des mesures d'atténuation que nous prenons.

#### NOTRE CALENDRIER

Nous procéderons à une évaluation des risques climatiques, avec l'aide d'experts externes

2022-23

Sur la base des résultats, on commencera à mettre en œuvre des mesures d'atténuation des risques et à développer des mesures et des objectifs

2023-24

Nous prévoyons que les prochaines années seront une période d'apprentissage pour notre entreprise. Pour plus d'informations sur les risques climatiques et les opportunités en matière de gouvernance, de gestion et de performance, que nous avons identifiés, veuillez vous reporter à notre dernière réponse au **CDP** sur le changement climatique

### Éléments clés et actions de la TCFD en 2021/2022 :

#### 1 GOUVERNANCE – NOTRE GOUVERNANCE DES RISQUES ET OPPORTUNITÉS POTENTIELS LIÉS AU CLIMAT

Les politiques et initiatives environnementales sont supervisées par notre conseil d'administration, par le biais du comité de gouvernance et du comité d'audit. Tous les membres du comité de gouvernance ont une expertise en matière d'ESG. Le Comité de gouvernance supervise l'agenda RSE/ESG de Hasbro et, de concert avec le Conseil, le Comité de gouvernance examine et évalue les politiques et les pratiques de l'entreprise concernant les questions RSE/ESG importantes, y compris la durabilité et le changement climatique. Par exemple, le Comité de gouvernance examine les politiques environnementales. Notre Comité d'audit du Conseil d'administration supervise les communications financières et celles de la SEC relatives aux questions climatiques. En outre, le comité de rémunération du conseil d'administration tient compte des performances et des priorités en matière d'ESG dans le plan de rémunération. Notre Direction mondiale RSE, membre du Comité de Direction exécutif, rapporte directement au CEO et dirige la Global Purpose Organization (organisation mondiale avec une dimension sociétale). Elle est responsable de la stratégie ESG et RSE de l'entreprise, y compris la stratégie climatique et les initiatives en matière de développement durable.

#### ACTIONS 2021/2022 :

- > Création d'un groupe de travail interne et pluridisciplinaire sur le climat
- > Reporting au Conseil d'administration de notre plan d'action sur le climat
- > Focus constant des critères ESG mis sur la durabilité environnementale tel qu'identifié par l'évaluation de la matérialité ESG 2022

## 2 STRATÉGIE – IMPACTS DES RISQUES ET OPPORTUNITÉS POTENTIELS LIÉS AU CLIMAT SUR NOTRE ACTIVITÉ

Comme indiqué précédemment, le processus ERM d’Hasbro guide l’identification et l’évaluation des événements internes et externes qui pourraient avoir un impact sur notre activité. Notre Plan d’action climat s’appuiera sur notre processus ERM existant pour mener notre évaluation des risques climatiques et notre analyse des scénarios possibles. Nous réunirons une équipe pluridisciplinaire dotée d’une large palette de compétences. Les mesures réglementaires proposées et décidées ainsi que d’autres actions liées au changement climatique seront prises en compte dans le cadre de ce processus.

En fin de compte, les résultats et les enseignements de notre évaluation de l’impact du changement climatique devraient guider notre activité et améliorer encore notre efficacité.

### ACTIONS 2021/2022 :

- > Élaboration de la stratégie du plan d’action pour le climat.
- > CDP Climat terminé – C2. Section risques et opportunités pour soumission en 2022. **Voir les précédents rapports sur le climat ici.**
- > Évaluation des risques climatiques par une équipe pluridisciplinaire : en bonne voie.

## 3 GESTION DES RISQUES – PROCESSUS VISANT À ÉVALUER, GÉRER ET ATTÉNUER LES RISQUES POTENTIELS ET LES OPPORTUNITÉS LIÉS AU CLIMAT

Une fois terminée notre évaluation des risques et notre stratégie affinée, nous allons élaborer des indicateurs clés de performance (KPI) pour gérer et atténuer les risques et opportunités liés au climat.

## 4 MÉTRIQUES ET OBJECTIFS – KPI POUR GÉRER LES RISQUES ET OPPORTUNITÉS POTENTIELS LIÉS AU CLIMAT

Sur la base de notre évaluation des risques et de notre stratégie, nous définirons des KPI pour mesurer l’efficacité de nos mesures d’atténuation et évaluer les performances.

## FACTEURS À PRENDRE EN COMPTE Risque et résilience

### Risques physiques

-  Inondations
-  Sécheresse
-  Élévation du niveau de la mer
-  Stress thermique
-  Vent
-  Episodes météorologiques extrêmes

### Risques liés aux transitions

-  Politique
-  Responsabilité civile
-  Technologie

### Impact financier

-  Perturbations de la production/des opérations (p. ex., électricité, transport, disponibilité des travailleurs)
-  Perturbations de la chaîne d’approvisionnement
-  Dommages physiques aux actifs (et augmentation des coûts d’assurance)
-  Augmentation du prix des ressources et des matières premières (par exemple, l’eau, l’énergie, les denrées alimentaires).
-  Modification de la demande de produits/services

2017

2018

2019

2020

2021

## Émissions et énergie – Résumé

### Émissions de gaz à effet de serre (tonnes de CO<sub>2</sub>e)<sup>1</sup>

> Total des émissions directes (Champ d'application 1 / scope 1) <sup>2</sup>	6,586	5,447	5,138	5,849	3,605
> Total des émissions indirectes dues à l'énergie (Champ d'application 2 / scope 2) – en fonction de la localisation.	7,957	7,629	6,901	6,889	5,911
> Total des émissions indirectes dues à l'énergie (Champ d'application 2 / scope 2) – en fonction du marché	92	1	47	46	48
> Total des Champs d'application 1 et 2 (en fonction de la localisation)	14,543	13,076	12,039	12,738	9,516
> Total des Champs d'application 1 et 2 (en fonction du marché)	6,678	5,448	5,185	5,895	3,653
> Crédits de compensation carbone vérifiés <sup>3</sup>	18,651	8,509	12,002	7,003	–

### Énergie consommée au sein de l'entreprise (mégawattheures [MWh])

<b>Total Consommation d'énergie</b>	<b>44,831</b>	<b>43,187</b>	<b>47,518</b>	<b>42,060</b>	<b>39,555</b>
> Électricité (consommée depuis le réseau)	24,991	23,583	24,208	25,604	21,749
> Autres combustibles <sup>4</sup>	18,947	19,840	23,310	16,456	17,806
> Total normalisé (en MWh/million de \$ de recette)	9	9	10	9	6

### Utilisation des énergies renouvelables<sup>5</sup>

> Crédits d'énergie renouvelable (correspondant à l'électricité Hasbro provenant du réseau) <sup>6</sup>	24,681	23,525	24,135	25,502	21,626
> Crédits d'énergie renouvelable excédentaires <sup>7</sup>	–	–	3,548	1,326	1,249
> Électricité d'origine renouvelable (%)	98.8%	99.8%	99.7%	99.6%	99.4%

<sup>1</sup> Voir Principes de reporting – Planet **page 96**.

<sup>2</sup> Le Champ d'application 1 (émissions directes) comprend les sources de combustion stationnaires, de combustion mobiles et de réfrigérants. L'amélioration de la collecte des données et des estimations ainsi que la transition planifiée vers l'énergie électrique à partir du gaz naturel pour les systèmes CVC ont permis de réduire les émissions directes (Champ d'application 1) en 2021.

<sup>3</sup> Voir la section sur les énergies renouvelables **page 29**.

<sup>4</sup> Le chauffage et la climatisation urbains ont été inclus dans la catégorie "Autres sources de combustible". Ces données n'étaient pas disponibles avant 2021.

<sup>5</sup> **Pour plus de détails sur notre programme d'énergie renouvelable, veuillez consulter la déclaration sur les énergies renouvelables et les émissions de gaz à effet de serre de Hasbro en 2022.**

<sup>6</sup> Des CER ont été achetés pour couvrir 100 % de la consommation d'électricité de Hasbro sur tous les marchés, sauf en Russie, en Nouvelle-Zélande et en Corée du Sud, où les CER n'étaient pas disponibles.

<sup>7</sup> CER excédentaires achetés sur les marchés disponibles (**pour plus d'informations, veuillez consulter la déclaration sur les énergies renouvelables et les émissions de gaz à effet de serre 2022 de Hasbro**).



2017

2018

2019

2020

2021

## Émissions et énergie – Détails

### Émissions de gaz à effet de serre (tonnes de CO<sub>2</sub>e)

#### Champ d'application 1 /scope 1 (Emissions directes)

> Asie Pacifique	0	17	215	175	10
> Europe	2,704	1,677	2,023	3,486	1,195
> Amérique Latine	121	75	549	55	129
> USA / Canada	3,761	3,678	2,351	2,133	2,271
<b>Total Champ d'application 1 /scope 1 (Emissions directes)</b>	<b>6,586</b>	<b>5,447</b>	<b>5,138</b>	<b>5,849</b>	<b>3,605</b>
Données normalisées (tonnes métriques /million de dollars de recettes)	1.26	1.19	1.09	1.07	0.56

#### Champ d'application 2 /scope 2 (émissions indirectes)

> Asie Pacifique	1,733	1,500	1,301	1,215	781
> Europe	1,434	1,387	1,297	1,239	1,261
> Amérique Latine	518	612	541	437	343
> USA / Canada	4,272	4,130	3,762	3,998	3,526
<b>Total Champ d'application 2 /scope 2 (émissions indirectes)</b>	<b>7,957</b>	<b>7,629</b>	<b>6,901</b>	<b>6,889</b>	<b>5,911</b>
Données normalisées (tonnes métriques /million de dollars de recettes)	1.53	1.67	1.46	1.26	0.89
<b>Total émissions de GES (Champs d'application 1 et 2 /scopes 1 et 2)</b>	<b>14,543</b>	<b>13,076</b>	<b>12,039</b>	<b>12,738</b>	<b>9,516</b>
Total Normalized (metric tons/\$millions of revenue)	2.79	2.86	2.55	2.33	1.45

#### Champ d'application 3 /scope 3 (Autres émissions indirectes)

> Usine tierces de niveau 1	–	–	122,210	167,821	149,149
> Centres de distribution tiers	–	–	4,092	3,161	2,244
> Fret aérien <sup>8</sup>	–	–	–	7,308	51,762
> Fret maritime <sup>9</sup>	–	–	–	13,310	31,509
> Voyages d'affaires des salariés (par avion)	–	–	5,992	774	1,418
<b>Total Champ d'application 3 /scope3 (autres émissions indirectes)</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>132,294</b>	<b>192,375</b>	<b>239,034</b>

<sup>8</sup> À partir de 2021, les données sur le fret aérien comprennent tous les transports en amont, de l'usine au détaillant.

<sup>9</sup> À partir de 2021, les données sur le fret maritime comprennent tous les transports en amont, de l'usine au détaillant.

	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Émissions de gaz à effet de serre par type (Champs d'application 1 et 2 ; tonnes de CO<sub>2</sub>e)<sup>10</sup></b>					
> CO <sub>2</sub>	–	–	11,897	12,677	9,352
> CH <sub>4</sub>	–	–	21	22	23
> N <sub>2</sub> O	–	–	37	46	35
> Fluides frigorigènes – HFC et PFC	–	–	93	72	105
> SF <sub>6</sub>	–	–	0	0	0
> NF <sub>3</sub>	–	–	0	0	0
> Particules	–	–	–	–	0
> CO <sub>2</sub> biogénique	–	–	0	0	0
<b>Autres émissions à déclarer (ppm)</b>					
> Émissions de COV	0	0	0	0	0
> Émissions de NOx	0	0	0	0	0
> Émissions de Sox	0	0	0	0	0
> Émissions TRI	De minimis	De minimis	De minimis	De minimis	De minimis
<b>Déchets</b>					
<b>Poids total des déchets produits (tonnes)<sup>11</sup></b>	<b>4,262</b>	<b>4,319</b>	<b>2,340</b>	<b>2,207</b>	<b>2,375</b>
<b>Total de déchets dangereux</b>	<b>10.9</b>	<b>10.0</b>	<b>9.2</b>	<b>5.5</b>	<b>4.2</b>
> Recyclage	0	0	0	0	0
> Évacuation des déchets	10.9	10.0	9.2	5.5	4.2
> Données normalisées (tonnes métriques / pied carré)	3.4	3.2	2.4	1.4	0.9
<b>Total des déchets non-dangereux<sup>12</sup></b>	<b>4,251</b>	<b>4,309</b>	<b>2,331</b>	<b>2,202</b>	<b>2,371</b>
> Recyclage	2,221	2,059	954	877	710
> Évacuation des déchets	2,030	2,250	1,377	1,324	1,661
<b>Nombre total de déversements importants</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

<sup>10</sup> Hasbro exploite les installations qu'il possède conformément à toutes les exigences environnementales réglementaires. Le cas échéant, Hasbro informe les organismes de réglementation locaux, nationaux et fédéraux des déchets et émissions qu'il produit. Les quantités de SF<sub>6</sub>, NF<sub>3</sub>, de particules ou de CO<sub>2</sub> biogénique produits par Hasbro sont inférieures aux seuils de détection et de déclaration, car nos émissions sont de minimis, y compris lorsqu'elles sont normalisées.

<sup>11</sup> Voir Principes de reporting – Planet **page 97**.

<sup>12</sup> Les principaux déchets dangereux produits proviennent des solvants et la peinture.

	2017	2018	2019	2020	2021
<b>EAU</b>					
<b>Consommation d'eau – Total (Mégalitres [ML])<sup>13</sup></b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Eau prélevée – Total (Mégalitres [ML])</b>	<b>64</b>	<b>62</b>	<b>38</b>	<b>60</b>	<b>41</b>
<b>Eau prélevée par type de source</b>					
> Eaux de surface	–	–	–	–	1
> Nappe phréatique	–	–	–	–	1
> Eaux municipales	–	–	–	–	39
> Eaux de pluie	–	–	–	–	0
<b>Eaux rejetées – Total (Mégalitres [ML])<sup>14</sup></b>	<b>64</b>	<b>62</b>	<b>38</b>	<b>60</b>	<b>41</b>
<b>Eaux rejetées par type de source</b>					
> Eaux de surface	–	–	–	–	1
> Nappe phréatique	–	–	–	–	1
> Eaux municipales	–	–	–	–	39
> Eaux de pluie	–	–	–	–	0

<sup>13</sup> Voir Principes de reporting – Planet page 97.

<sup>14</sup> Les installations détenues et exploitées par Hasbro n'utilisent pas d'eau pour le traitement ou les opérations industrielles.



2017

2018

2019

2020

2021

### Par région

#### Asie Pacifique

> Eau prélevée (ML)	7	8	7	6	7
> Eau prélevée dans un contexte de stress hydrique de référence élevé ou extrêmement élevé (ML)	–	–	–	–	5
> Eau prélevée dans un contexte de stress hydrique de référence élevé ou extrêmement élevé (%) <sup>15</sup>	–	–	–	–	13%
> Eaux rejetées (ML) <sup>16</sup>	7	8	7	6	7

#### Europe

> Eau prélevée (ML)	8	8	13	20	8
> Eau prélevée dans un contexte de stress hydrique de référence élevé ou extrêmement élevé (ML)	–	–	–	–	4
> Eau prélevée dans un contexte de stress hydrique de référence élevé ou extrêmement élevé (%)	–	–	–	–	10%
> Eaux rejetées (ML) <sup>17</sup>	8	8	13	20	8

#### Amérique latine

> Eau prélevée (ML)	2	2	0	2	2
> Eau prélevée dans un contexte de stress hydrique de référence élevé ou extrêmement élevé (ML)	–	–	–	–	2
> Eau prélevée dans un contexte de stress hydrique de référence élevé ou extrêmement élevé (%)	–	–	–	–	5%
> Eaux rejetées (ML)	2	2	0	2	2

#### USA – Canada

> Eau prélevée (ML)	47	45	18	33	24
> Eau prélevée dans un contexte de stress hydrique de référence élevé ou extrêmement élevé (ML)	–	–	–	–	4
> Eau prélevée dans un contexte de stress hydrique de référence élevé ou extrêmement élevé (%)	–	–	–	–	9%
> Eaux rejetées (ML)	47	45	18	33	24
<b>Eau prélevée normalisée (ML/milliers d'employés)</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>6</b>

<sup>15</sup> Voir Principes de reporting – Planet **page 97** pour plus de détails, y compris les outils utilisés et la méthode de calcul.

<sup>16</sup> Voir Principes de présentation des rapports – Planet **page 97**.

<sup>17</sup> Voir Principes de présentation des rapports – Planet **page 97**.



# play

**En tant qu'entreprise ayant le privilège d'offrir des jeux, des jouets et des expériences de divertissement à nos clients de tous âges, la sécurité de nos produits et contenus est une priorité absolue.** Notre programme et nos processus d'assurance qualité sont rigoureux et conçus pour garantir que chaque produit et chaque expérience de divertissement présente la meilleure qualité qui soit avec toutes les garanties de sécurité, et qu'ils dépassent les attentes de nos clients et les enchante. Si la qualité et la sécurité de nos produits physiques sont d'une importance capitale, il en va de même pour notre contenu. Nous aspirons à créer un contenu qui soit inspirant et engageant pour un large panel de consommateurs et de fans, en allant au-delà des stéréotypes traditionnels. Nous espérons que chaque consommateur se retrouve dans nos produits, nos jeux numériques, nos histoires et nos divertissements. Nous croyons au pouvoir du jeu pour créer de la joie et du lien entre les hommes et les femmes du monde entier. Nos actions philanthropiques et sociales à l'échelle mondiale visent à donner à des générations de conteurs les moyens d'agir, de créer un impact durable et équitable et à susciter la joie, l'émerveillement et l'exaltation à travers la magie narrative et le jeu.

## Ce chapitre met en évidence :

- > la sécurité des produits et l'assurance qualité
- > notre approche responsable en matière de contenu et de marketing
- > les affaires gouvernementales et la sensibilisation
- > nos actions philanthropiques et notre impact social

## Sécurité des produits et assurance qualité

Nous intégrons les enjeux liés à la sécurité et à la qualité dans chaque produit et chaque expérience de jeu, depuis la conception et l'ingénierie jusqu'à la fabrication et l'emballage, à chaque étape du cycle de vie de nos produits.

L'industrie du jouet et du jeu est fortement réglementée par des lois nationales et internationales strictes qui régissent la façon dont nous fabriquons nos produits. Hasbro adhère à toutes les normes de sécurité et de qualité applicables. Grâce à nos partenariats avec les organismes de réglementation, des partenaires et des experts extérieurs à notre organisation – dirigés par nos équipes transversales hautement qualifiées en matière de sécurité et de qualité des produits – nous sommes fiers de pouvoir affirmer que nous disposons d'un bilan remarquable et d'un engagement démontré en faveur de l'amélioration continue.

### La sécurité et la qualité sont l'affaire de tous

Notre approche en matière de sécurité et de fiabilité des produits s'applique à l'ensemble de l'entreprise à travers le monde. Dirigée par notre équipe internationale d'assurance qualité, avec le soutien de nos fonctions juridiques et réglementaires, nous adoptons une approche intégrée de la sécurité et de la fiabilité des produits axée sur le partenariat. Grâce à cette collaboration, nous renforçons la culture de la sécurité chez Hasbro ainsi que notre engagement en matière de qualité, qui consiste à toujours faire les choses correctement dès la première fois.

Notre équipe d'assurance qualité est chargée d'assurer une veille réglementaire internationale et de mettre à jour les exigences de sécurité et de fiabilité des produits Hasbro. Elle est également en charge de la formation de notre équipe de développement de produits sur les nouvelles mises à jour de ces réglementations et normes. Ce dialogue entre nos équipes en charge de la Qualité, du Développement et de la Marque garantit que nos concepteurs et ingénieurs reçoivent les mises à jour concernant les nouvelles normes et réglementations qui concernent leurs processus de développement. Notre équipe d'assurance qualité participe régulièrement à des programmes de formation et de certification.

La supervision de notre programme de sécurité des produits est assurée par une équipe de direction composée de notre Président et Chief Operating Officer (Directeur des opérations), du Chief Purpose Officer (Direction Mondiale RSE), Chief Legal Officer (Directeur des Affaires juridiques), Head of Quality Assurance (Responsable de l'Assurance Qualité) et de notre Senior Vice-President of Global Legal Compliance (Senior Vice-président, Conformité juridique mondiale). Cette équipe se réunit régulièrement pour discuter des incidents ou des problèmes récents. La surveillance est également assurée par l'intermédiaire de notre équipe de réglementation de l'assurance qualité mondiale. Cette équipe effectue une veille sur l'évolution des exigences réglementaires actuelles et émergentes et aide notre entreprise à maintenir la conformité.

### Nos normes de sécurité

Notre programme mondial d'assurance qualité a mis au point quelque 170 normes et procédures de sécurité et de fiabilité, qui nous sont propres, conçues pour répondre à nos besoins spécifiques de fabricant de jouets et de jeux. Nos concepteurs, nos ingénieurs et notre personnel d'assurance qualité du monde entier utilisent ces normes, qui intègrent et dépassent souvent les exigences définies par la Commission américaine de sécurité des produits de consommation (CPSC), de l'American Society for Testing and Materials (ASTM), du Comité européen de normalisation (CEN) et l'Organisation internationale de normalisation (ISO), pour créer et tester nos produits. Nous assurons une veille concernant les risques émergents en matière de sécurité des produits et d'habitudes de jeu des enfants par divers moyens : organismes de réglementation et de normalisation, réactions des consommateurs ainsi que nos propres tests sur les jouets.



## Le processus d'assurance qualité Hasbro

Nous utilisons un processus de tests et de revue qualité en cinq étapes pour garantir le respect de nos normes et procédures de qualité. Cela permet d'anticiper les problèmes potentiels et les améliorations, et de garantir la sécurité, la conformité et la fiabilité des produits.

### ÉTAPE 1 CONCEPT DU PRODUIT

Une fois le concept d'un nouveau jouet ou d'un nouveau jeu approuvé, nos ingénieurs spécialisés en assurance qualité travaillent avec nos concepteurs pour spécifier les normes de sécurité et de fiabilité (SRS) de Hasbro applicables aux étapes de conception et de fabrication, auxquelles le produit doit être conforme, comme indiqué dans un plan de tests écrit.

### ÉTAPE 2 CONCEPTION ET DÉVELOPPEMENT

Au cours de la conception et du développement, nos équipes créent des échantillons conformément au plan de tests et communiquent les exigences spécifiques au produit à nos fabricants fournisseurs.

### ÉTAPE 3 PRODUCTION

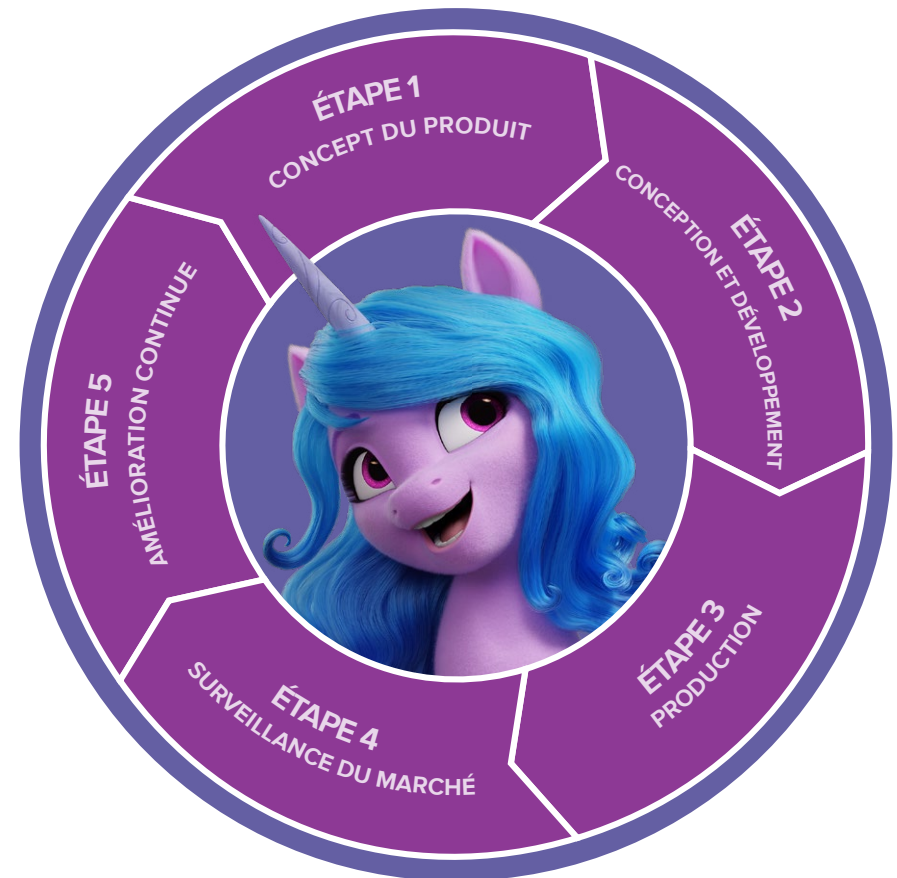
Tout au long de la fabrication, nos équipes d'assurance qualité sont présentes dans l'usine pour contrôler les échantillons et valider la conformité des produits aux exigences SRS et réalisent des audits par échantillonnage des jouets et jeux auprès de toutes les équipes de fabrication. Nous faisons également appel à des laboratoires tiers indépendants pour tester nos produits.

### ÉTAPE 4 SUIVI DU MARCHÉ

Les commentaires que nous recueillons dans le monde entier sur chaque produit Hasbro proviennent de sources très diverses – dont des consommateurs, des détaillants et des régulateurs – grâce à un système consolidé qui nous alerte et nous permet de répondre immédiatement à tout problème potentiel lié à la sécurité ou à la qualité.

### ÉTAPE 5 AMÉLIORATION CONTINUE

Nous améliorons en permanence nos processus d'assurance qualité et de sécurité des produits en suivant les principes circulaires de la roue de Deming ou du PDCA. Les enseignements et les expériences sont réinjectés dans la première étape.



## Garantir la sécurité et la qualité dans la chaîne d'approvisionnement

Intégrer la qualité et la sécurité aux étapes de conception et de développement de nos jouets et de nos jeux fait certes partie de notre approche visant à mettre sur le marché des produits sûrs, conformes et fiables. Mais ce n'est pas tout. Il est tout aussi important de travailler avec des partenaires qualifiés et réputés qui partagent nos valeurs sur l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement.

Nous adoptons une approche rigoureuse pour garantir la conformité des usines tierces aux exigences de Hasbro. Tout d'abord, toutes les usines doivent suivre un processus de préqualification avant d'être réputées susceptibles de travailler avec nous. Une fois approuvées, toutes les usines sont contrôlées par des visites sur site et font l'objet d'un audit formalisé au moins une fois par an. Nous contrôlons également la sécurité, la conformité et la fiabilité de nos produits par le biais de tests périodiques et de contrôles qualité effectués à plusieurs stades du processus de fabrication. En outre, nous organisons deux fois par an, pour nos fournisseurs de niveau 1 et de niveau 2, une formation sur les modifications des normes et politiques qualité Hasbro. Notre engagement est continu et porte sur de nombreux aspects.

En 2021 et en 2022, nous avons renforcé notre capacité de production en (1) renforçant les partenariats existants avec les fournisseurs et (2) en transférant certaines de nos activités vers de nouveaux sites de fabrication tiers au Vietnam et au Mexique. Nos équipes d'assurance qualité ont formé les salariés du Vietnam et du Mexique aux normes de qualité et de sécurité de Hasbro dans chacune de ces usines. Elles ont également organisé des formations pour les laboratoires d'essai de l'usine afin d'assurer leur conformité aux normes internationales.

En outre, nous avons réalisé des progrès significatifs ces dernières années, dans les domaines suivants :

**Nous avons notamment élargi notre Conseil de la qualité interne** pour y inclure nos équipes d'approvisionnement éthique et de sécurité mondiale. L'intégration de nouvelles fonctions permet une contribution plus large aux discussions et à la surveillance au sein du Conseil. Le Conseil, ainsi que notre Organisation mondiale de développement et d'approvisionnement Hasbro, examine régulièrement les questions de qualité et de sécurité des produits. Le Conseil partage les KPI liés à la qualité, les enseignements concernant les conceptions et les processus, les nouveaux développements réglementaires et les nouvelles politiques et procédures. Le Conseil aborde également tout sujet de préoccupation spécifique et fait le point sur les actions correctives. L'objectif ultime de cette organisation de partage et de remontée d'informations est de renforcer et de développer en permanence une véritable culture de sécurité chez les collaborateurs Hasbro tout en renforçant notre engagement en matière de qualité : faire les choses correctement dès la première fois, à chaque fois.

**Nous avons renforcé notre cadre de mesure des performances en** investissant dans de meilleures plateformes de gestion des données. Cet investissement renforce l'intégrité et la granularité des données utilisées pour mesurer et suivre la performance des fournisseurs. Nous continuons également à intégrer les KPI qualité à notre tableau de bord de suivi des fournisseurs du monde entier. Ce tableau de bord est utilisé par nos équipes de sourcing pour élaborer l'évaluation holistique des performances des usines et des plans d'approvisionnement.

**Formation continue pour les employés et les partenaires de Hasbro**  
En 2021, malgré les difficultés persistantes du COVID-19, nous avons organisé des dizaines de sessions de formation en présentiel sur l'assurance qualité pour nos vendeurs, fournisseurs, laboratoires et salariés Hasbro. Nous avons animé, pour des centaines de personnes, plus de 400 heures de formation sur les exigences renforcées de Hasbro pour les tests qualité, la sécurité des jouets électroniques et la sécurité de base des jouets.

## Tournés vers l'avenir

Le monde évolue et les attentes de nos consommateurs aussi. Dans ce contexte, nous nous engageons à faire évoluer notre offre de produits. Nous restons agiles et itératifs dans notre approche pour répondre à l'évolution des besoins sans toutefois compromettre la sécurité ou la qualité. Nous considérons les nouveaux défis, initiatives et changements réglementaires comme des opportunités d'amélioration et de renforcement de nos normes. Par exemple, dans le cadre de notre démarche pour rendre nos emballages plus durables, l'équipe d'assurance qualité a travaillé en étroite collaboration avec notre équipe de conception durable afin d'identifier des matériaux alternatifs au plastique pour sécuriser nos produits sans compromettre leur livraison en parfait état.

## Gestion des produits chimiques

La spécification des matériaux et la gestion des produits chimiques jouent un rôle essentiel dans la sécurité, la qualité et la responsabilité environnementale de nos produits. En nous appuyant sur le travail approfondi de Hasbro dans ce domaine, nous avons formalisé et rendue publique dès 2019, notre politique de gestion des matériaux et des produits chimiques. En plus de communiquer nos pratiques de sécurité éprouvées en matière de gestion des produits chimiques, cette politique crée une référence de transparence à partir de laquelle nous pouvons aller plus loin dans notre engagement de mesurage et de réduction de l'impact environnemental de notre chaîne d'approvisionnement.



### POLITIQUE DE GESTION DES MATÉRIAUX ET DES PRODUITS CHIMIQUE D'HASBRO

La politique de gestion des matériaux et des produits chimiques d'Hasbro guide les activités de spécification, d'approvisionnement, de sélection des matériaux et des substances présents dans nos produits et emballages. Cette politique s'applique à tous les produits Hasbro dans le monde entier et s'étend aux fournisseurs Hasbro impliqués dans la fabrication de nos produits. Le manuel des fournisseurs de Hasbro, le Vendor Manual, définit des attentes supplémentaires en matière de gestion des produits chimiques applicables aux fournisseurs.

## La gestion des matériaux et des produits chimiques chez Hasbro est basée sur les principes et les engagements suivants :

- > La sécurité des personnes qui utilisent nos produits est notre priorité absolue. Dans les pays dans lesquels nous distribuons nos produits, nous respectons toutes les lois, réglementations et normes de sécurité applicables, et adoptons et appliquons les normes internationales lorsque les lois et réglementations nationales sont moins strictes.
- > Nous évaluons de manière proactive les matériaux et les produits chimiques présents dans les produits et les emballages de Hasbro, et nous les classons par ordre de priorité pour les réduire au minimum. Cette approche se fonde sur des listes publiques de produits chimiques préoccupants et des analyses scientifiques solides qui montrent qu'ils peuvent être néfastes pour la santé humaine ou l'environnement.
- > Pour tous les matériaux utilisés dans nos produits et emballages, nous réalisons des évaluations de la sécurité chimique, y compris une nomenclature des substances ainsi que des évaluations des risques toxicologiques (le cas échéant).
- > Nous nous efforçons de réduire les dangers potentiels en remplaçant un produit chimique préoccupant par un autre moins dangereux lorsque ce remplacement est possible, sans impact négatif sur d'autres aspects de la sécurité du produit.
- > Nous travaillons avec nos fournisseurs, les experts en sécurité des produits et l'ensemble des parties prenantes pour revoir la conception des produits et des emballages afin de limiter le recours à des substances dangereuses et pour stimuler l'innovation dans le développement et l'adoption d'alternatives sûres et respectueuses de l'environnement.
- > Nous soutenons les politiques, les normes et la législation basées sur des études scientifiques sérieuses comme sur une évaluation des dangers liés à l'exposition et risques subséquents, en marquant notre préférence pour les alternatives moins dangereuses.



## GÉRER LES RISQUES ET LES DANGERS LIÉS AUX PRODUITS CHIMIQUES NOCIFS PRÉSENTS DANS LES PRODUITS

Hasbro pense que la gestion des produits chimiques utilisés dans ses produits fait partie de la sécurité des produits et de notre responsabilité environnementale. Nous examinons, contrôlons et limitons avec soin l'utilisation de produits chimiques très préoccupants dans nos produits et emballages, en portant une attention particulière aux produits chimiques présents dans les composants accessibles aux enfants.

**Notre approche de l'évaluation et de la gestion des risques et des dangers liés aux produits chimiques dangereux dans les produits est la suivante :**

- Participation en amont aux discussions dans divers forums industriels et à des publications sur les risques et dangers des produits chimiques par les organismes de réglementation et les études scientifiques.
- Plateforme tierce pour recevoir des mises à jour en temps réel sur les réglementations chimiques proposées.
- Atténuation des risques et des dangers par la restriction, l'élimination ou l'interdiction de certains produits chimiques et de certaines classes de produits chimiques.

Les processus de contrôle chimique en usine mis en place par Hasbro, pour les matériaux entrants, établissent les exigences des meilleures pratiques pour le système de gestion de la qualité en usine, en mettant l'accent sur la gestion globale des produits chimiques. Cela inclut l'obligation pour les usines de contrôler les outils et les processus de production des produits chimiques préoccupants. Parmi les autres mécanismes de contrôle que nous appliquons, il y a une base de données de gestion des produits chimiques, une liste de fournisseurs Hasbro approuvés et un processus de tests et de contrôles pour les matériaux entrants. Pour contrôler les ingrédients et les matières premières provenant des fournisseurs de niveau 3 de nos vendeurs, nous exigeons l'approbation d'Hasbro sur les nomenclatures de substances et les tests entrants pour tous les fournisseurs de matériaux à haut risque.

Hasbro maintient un programme complet de gestion des produits chimiques qui comprend des procédures de sécurité et de fiabilité (SRP) robustes pour tous les produits Hasbro. Ces procédures comprennent une liste de substances (Restricted Substance List) (RSL) contenant plus de 4 300 produits chimiques réglementés. La RSL de Hasbro comprend des produits chimiques préoccupants selon Hasbro ou selon des réglementations internationales. Notre RSL comprend également des produits chimiques dont l'utilisation n'est pas réglementée mais peut être signalée aux autorités compétentes. Nous divulguons et enregistrons toutes les substances conformément aux exigences réglementaires, y compris les substances préoccupantes identifiées par différents organismes d'État et de réglementation. Consultez sur la page suivante la liste des substances réglementées considérées comme prioritaires par Hasbro.





## TABLEAU DES SUBSTANCES REGLEMENTEES HASBRO\*

Famille chimique	Exemples de substances réglementées
<b>Plomb et métaux lourds</b>	Aluminium, Antimoine, Arsenic, Baryum, Béryllium, Bore, Cadmium, Chrome (Cr III et Cr VI), Cobalt, Cuivre, Fer, Plomb, Lithium, Manganèse, Mercure, Molybdène, Nickel, Sélénium, Argent, Strontium, Etain, Etain organique, Thallium, Vanadium, Zinc.
<b>Phthalates</b>	DEHP, DBP, BBP, DINP, DIDP, DNHP/DHEXP, DNOP, DIBP, DPENP/DPP, DCHP, DIHP, DMEP, DIPP, DEP, TBPH, DNHUP, 1,2-Benzenedicarboxylic Acid, Dihexyl Ester, 1,2-Benzenedicarboxylic Acid, Diphenyl Ester 1,2-Benzenedicarboxylic Acid, Mixed Decyl and Hexyl and Octyl Diesters, 1,2-Benzenedicarboxylic Acid Di-C6-10-alkyl Esters, N-pentyl-isopentyl Phthalate,
<b>Retardateurs de flamme</b>	Retardateurs de flamme halogénés comprenant, sans s'y limiter, les PCCC, le phosphate de Tris (TDCPP), le Penta-BDE, le TCEP, le TBPH, le HBCD, PBDE, PBB, TRIS, TEPA, OBDE, DEDPE, HBCD
<b>Restrictions supplémentaires sur les produits chimiques et les familles de produits chimiques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; BPA</li> <li>&gt; Formaldéhyde</li> <li>&gt; Amiante</li> <li>&gt; Nitrosamines et substances nitrosables</li> <li>&gt; Substances cancérogènes, mutagènes et toxiques pour la reproduction (classées CMR dans le règlement CLP (CE) n° 1272/2008))</li> <li>&gt; Parfums allergisants réglementés par la partie III de l'annexe II de la directive 2009/48/CE sur la sécurité des jouets.</li> <li>&gt; Substances présentant des risques de sensibilisation de la peau, telles que l'IPBC, le CMI/MI et le nickel.</li> <li>&gt; Liste candidate des SVHC publiée conformément à l'article 59, paragraphe 10, du règlement REACH</li> <li>&gt; California Prop 65</li> <li>&gt; Minéraux de conflit</li> <li>&gt; Substances appauvrissant la couche d'ozone</li> <li>&gt; Maine Safer Chemicals in Children's Products (Substances chimiques plus sûres dans les produits pour enfants de l'Etat du Maine)</li> <li>&gt; Vermont V.S.A Titre 18 : Chapitre 38A</li> <li>&gt; Washington Children's Safe Products Act</li> <li>&gt; Oregon Toxics Free Kids Act</li> </ul>



\* Il s'agit d'une sélection de substances réglementées. Ce tableau ne couvre pas l'ensemble des substances actuellement interdites par Hasbro.

Hasbro surveille et se conforme à toutes les réglementations mondiales applicables en matière de produits chimiques, y compris la réglementation américaine sur l'amélioration de la sécurité des produits de consommation, les lois fédérales américaines sur les substances dangereuses, la directive européenne sur la sécurité des jouets et les réglementations REACH, RoHS et CLP. En plus de ces réglementations mondiales, Hasbro se conforme à diverses lois américaines sur les produits chimiques et aux exigences de déclaration.

Notre processus d'assurance qualité pour réduire et éliminer les produits chimiques nocifs comprend : le suivi des réglementations, la veille réglementaire concernant les produits chimiques qui nous concernent et qui vont être réglementés, la réalisation d'une étude d'impact lorsqu'une loi ou un règlement est promulgué avec un délai de mise en œuvre indiqué et mise en œuvre avant le délai réglementaire.

Dans de nombreux cas, nous limitons ou éliminons l'utilisation de produits chimiques avant les exigences réglementaires. Par exemple, nous avons interdit l'utilisation d'organoétain avant la date de mise en œuvre de la directive de l'Union européenne sur la sécurité des jouets.

Tous les produits Hasbro doivent être fabriqués conformément aux spécifications et procédures de l'entreprise, ce qui inclut l'examen et l'approbation des produits chimiques avant la fabrication sur la base d'une évaluation de la sécurité chimique, qui inclut la déclaration prévue par la nomenclature des substances, la recherche dans la RSL (Restricted Substance List) et les tests chimiques. Les équipes de chimie et d'ingénierie de Hasbro traitent et éliminent tous les produits indiqués sur la RSL de Hasbro avant la production.

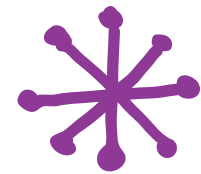
### CHEMICAL FOOTPRINT PROJECT

Nous mesurons et rendons compte des indicateurs quantitatifs liés à la performance de la qualité du service et à la protection des clients par le biais de divers canaux, comme l'enquête BPA menée au Canada. Nous avons été la première grande entreprise de jouets à participer au Chemical Footprint Project, un programme de Clean Production Action. Le projet

développe et fait progresser le concept et la pratique de l'empreinte chimique, en mettant l'accent sur la réduction des produits chimiques très préoccupants utilisés. Les empreintes chimiques fournissent des données de référence pour évaluer les performances et comparer les progrès réalisés en abandonnant certains produits chimiques au profit de meilleures alternatives dans nos opérations de fabrication, notre chaîne d'approvisionnement et nos emballages. Depuis notre adhésion en 2019, nous y avons participé chaque année et avons continué à augmenter nos scores. En 2022, nous avons obtenu des résultats quasi parfaits en matière d'inventaire chimique. Nous avons également signalé une réduction de notre empreinte chimique totale par rapport à notre référence de 2020.

### RESTER VIGILANT

Nous adoptons une double approche de la formation des fournisseurs et organisons régulièrement des formations pour eux. Nous comptons sur nos fournisseurs pour former leurs propres fournisseurs, sauf dans le cas des fournisseurs qui manipulent des matériaux à haut risque. Dans ce cas, nous les formons directement. Nous formons tous les fournisseurs de niveau 1 et les fournisseurs de matériaux à haut risque de niveau 2 au moins deux fois par an sur nos normes d'assurance qualité. D'autres formations sont organisées si nécessaire, si des changements sont apportés aux normes et politiques de Hasbro. Nous exigeons également que tous les fournisseurs à l'exportation soient certifiés ISO 9001. Tous les salariés de l'assurance qualité d'Hasbro sont formés à nos processus de gestion des produits chimiques. Nous prévoyons d'étendre cette formation à tous les salariés de Hasbro et d'intégrer la formation à notre processus d'intégration des nouveaux.



## Un contenu et un marketing responsables

Chez Hasbro, nous sommes au cœur des motivations intemporelles des consommateurs : le pouvoir d'être transporté par la magie narrative et celui de tisser des liens autour d'un jeu. Rien ne nous stimule plus que la création et le marketing de contenus inspirants, qui engagent nos fans toutes générations confondues. Nous nous efforçons de rencontrer les consommateurs où qu'ils se trouvent en leur proposant un contenu innovant sous toutes ses formes, qu'il s'agisse de jeux de société ou de jeux numériques, de jouets, de programmes télévisés, de films ou d'applications mobiles. Nous sommes conscients du fait que la création de contenu et le marketing de nos produits est un privilège qui nous oblige. Cela implique de le faire de manière responsable. Nous pensons que pour être responsables, le contenu et le marketing doivent être adaptés à l'âge des enfants, être inclusifs et de grande qualité.

À mesure que notre secteur d'activité et notre portefeuille de marques évoluent, nous sommes emballés par le rôle élargi que nous jouons, tout en restant conscients de l'influence que nos histoires et nos personnages peuvent avoir sur le public. Nous tenons compte de la nature du support, des attentes du public et de l'identité de la marque afin de développer un contenu approprié. En tant qu'entreprise passionnée par ses fans, nous avons fait évoluer notre contenu pour le rendre encore plus inclusif et plus approprié et qu'il reflète tant la diversité de nos consommateurs que celle de leurs intérêts.

## Surveillance du contenu

Nous protégeons le contenu de Hasbro de deux manières : (1) des processus et une gestion internes rigoureux, et (2) la conformité externe et l'examen de la réglementation.

### PROCESSUS INTERNES

La qualité de tous nos produits et contenus numériques fait l'objet d'un contrôle interne rigoureux. Tous les produits et contenus de divertissement, depuis la phase d'idéation jusqu'à la livraison, sont passés en revue par nos équipes de production, de création et de développement, afin d'être conformes aux normes et aux bonnes pratiques du secteur. Ce processus d'examen du contenu comprend l'examen des conceptions, des scripts, des story-boards et de l'animation finale pour vérifier la légalité, la conformité aux normes de diffusion des réseaux et le respect de toutes les sensibilités culturelles.

D'un point de vue marketing, nous appliquons les bonnes pratiques en matière de publicité. Nos annonces publicitaires sont placées uniquement sur des sites tiers appropriés et nous appliquons des directives spécifiques en matière de publicité et de marketing sur les réseaux sociaux pour nos contenus en ligne et numériques.

### CONFORMITÉ EXTERNE

Nos équipes collaborent régulièrement avec des organismes de contrôle externes pour se conformer aux règles et réglementations applicables. Nos sites Web, sur lesquels les fans du monde entier aiment interagir avec leurs personnages et marques préférés, répondent à des normes élevées. Hasbro donne la priorité à la conformité à la législation américaine sur la protection de la vie privée des enfants en ligne (Children's Online Privacy Protection Act = COPPA), qui fixe des règles pour la collecte d'informations auprès des enfants de moins de 13 ans. En ce qui concerne les jeux numériques, nous travaillons avec nos propres équipes internes et les titulaires de licences de jeu afin de garantir que les jeux Hasbro conviennent à un large public, comme l'indique le classement par l'ESRB (Entertainment Software Rating Board).

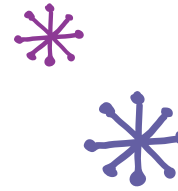


## Marketing auprès des enfants

Chez Hasbro, nous appliquons le principe de “ compliance by design “ en matière de marketing auprès des enfants. Cela signifie que nous sommes vigilants au strict respect des normes applicables à la publicité et au marketing destinés aux enfants tout au long du processus de création. Nous prenons également en compte l’expérience du public, son niveau de maturité ainsi que d’autres caractéristiques lors de la conception du support marketing afin de nous assurer qu’il est approprié.

Notre engagement à respecter les lois et réglementations applicables en matière de publicité, y compris celles imposées par la Federal Trade Commission (FTC) des États-Unis, a conduit Hasbro à prendre une part active au sein de la Children’s Advertising Review Unit (CARU), un groupe américain d’autorégulation de l’industrie qui définit des directives volontaires pour les entreprises faisant de la publicité auprès des enfants. Nous appliquons les directives de la CARU ainsi que les principes directeurs de la publicité dans d’autres régions du monde. Nous sommes également membres de la Fédération internationale de la publicité pour enfants (the World Federation of Advertisers = WFA) : un organisme international porte-parole des spécialistes du marketing dans le monde entier, qui défend les principes d’une communication efficace et durable. Nous sommes également un membre actif du comité RAC (Responsible Advertising for Children) au sein de la WFA, qui se consacre sur le marketing responsable auprès des enfants. Les membres du comité s’efforcent d’anticiper et de comprendre les aspirations de la société et des parents en matière de communication marketing responsable auprès des enfants. Le comité développe et favorise les bonnes pratiques en matière de communication marketing destinée aux enfants en animant un dialogue et un engagement permanent avec les décideurs politiques, les associations de consommateurs et les associations de parents.

En tant qu’entreprise, Hasbro a élaboré et mis en œuvre une politique de marketing et de publicité responsables applicable à tous les responsables marketing de Hasbro. Bien que cette politique soit principalement basée sur la législation et la réglementation américaines, puisque c’est là que se trouve notre siège social, nous effectuons une veille législative et réglementaire dans toutes les autres régions du monde. Nous avons également mis en œuvre des démarches d’autorégulation pertinentes sur les marchés où nous faisons de la publicité.



## Inclusive by design

Nous croyons au pouvoir des marques pour faire évoluer les choses dans la bonne direction. Ainsi, nous créons des contenus et saluons les produits qui passent outre les stéréotypes traditionnels. Nous aspirons à offrir des expériences ludiques à travers le jeu et les histoires qui encouragent les gens à être eux-mêmes et à aller au bout d’eux-mêmes.

La création de marques inclusives nécessite un travail d’équipe et nous dotons nos employés des outils et des ressources nécessaires pour prendre des décisions qui garantissent l’inclusivité de nos produits, contenus et expériences. Nos équipes ont accès à des experts qui, grâce à leur regard neuf, les aident à prendre des décisions. L’équipe interne d’analyse et d’information de Hasbro, AIM, est essentielle dans notre approche de la construction d’une marque inclusive. Grâce aux conseils des consommateurs, à des études de marché et à des analyses, l’AIM fournit les informations dont nos équipes ont besoin pour faire des choix éclairés sur les produits et expériences avant leur mise sur le marché.

L’inclusivité est une composante de notre processus de conception. Nous encourageons nos équipes de conception, de développement et de marketing à privilégier l’inclusion en créant des produits, des expériences et des contenus marketing qui attirent et reflètent la véritable diversité de notre large clientèle.

Bien que chacun chez Hasbro soit responsable de la sauvegarde et de l’avancée de nos priorités en matière de DE&I, en 2022, nous avons créé un nouveau poste pour accélérer la DE&I au sein de nos marques et de nos contenus : le poste de Vice-président « Design – Inclusion & Innovation grand public ». Il/elle veille à ce que l’inclusion soit prise en compte dans le processus de conception de nos produits dès le début. Pour en savoir plus sur notre approche marketing inclusive, consultez notre document intitulé rapport 2021-2022 sur la diversité, l’équité et l’inclusion (DE&I).



*Pour lire notre Rapport  
DE&I 2021-2022, cliquer ici.*



**BABY ALIVE aura 50 ans en 2023 et la défense d'une représentation inclusive fait partie de l'ADN de la marque depuis sa création.** La toute première ligne de poupées réalistes, en 1973, ne comptait qu'une seule poupée afro-américaine BABY ALIVE. Pour répondre aux attentes de nos consommateurs qui ont fortement évolué, l'équipe de la marque BABY ALIVE s'est engagée dans une vision plus large et plus inclusive. Elle compte maintenant 70 poupées différentes. Cette vision implique un plus grand nombre de couleurs de peau, de styles de cheveux et de couleurs des yeux, ainsi que des caractéristiques et styles différents. Cela signifie également un engagement en faveur d'un marketing et d'une publicité authentiques. L'équipe de la marque s'associe à HumanKind Casting pour garantir un casting authentique et diversifié, représentatif des consommateurs. L'équipe se réjouit de ce que la représentativité soit tant le moteur que la définition de la marque BABY ALIVE pour les 50 prochaines années et au-delà.



## Des histoires inclusives

L'équipe de Global Integrated Marketing (GIM) et notre agence de création interne, Left Foot Blue, dotent notre organisation des outils nécessaires pour prendre collégialement des décisions inclusives qui nous engagent. Cette équipe élabore des stratégies média créatives tout en apportant une vision inclusive aux campagnes, au casting, au développement du contenu et son exécution. Ensemble, l'équipe GIM et Left Foot Blue se concentrent sur un casting, une rédaction et une production inclusifs et représentatifs pour s'assurer que nos campagnes de marketing représentent fidèlement le consommateur. Une fois les talents choisis, nous prenons en compte la diversité dans tous les aspects de la préproduction, afin que nos talents soient prêts à réussir. Nous examinons tout, de la coiffure au maquillage (le styliste a-t-il de l'expérience dans le travail avec diverses textures / styles de cheveux ? etc.) à l'éclairage (y a-t-il quelqu'un dans l'équipe qui sait la manière dont les différentes couleurs de peau prennent la lumière ? etc.) Nos créateurs de contenu et nos équipes de marketing de marque

travaillent en partenariat avec notre Centre d'excellence (Center of Excellence = COE), un groupe d'experts issus de l'ensemble de l'entreprise des fonctions DE&I, RSE/ESG, Communications et Juridique, pour assurer la responsabilité et l'inclusivité des contenus. Ce groupe offre expertise et crédibilité sur une large palette de sujets sociétaux, ce qui permet de développer des produits, du contenu, des expériences et un marketing plus significatifs. Il permet également d'atténuer les risques en identifiant les problèmes et lacunes potentiels avant que le produit ne soit mis sur le marché. Souvent, le COE engage les employés de toute l'entreprise, où qu'ils se trouvent, quelles que soient leur fonction au sein de l'entreprise ou leur ancienneté, pour diversifier les perspectives et offrir des conseils et des commentaires. Plus d'informations sur nos réseaux d'employés et les groupes de ressources d'entreprise (GRE) dans notre rapport DE&I en cliquant sur le bouton ci-dessous.

 [Pour lire notre Rapport DE&I 2021-2022, cliquer ici.](#)

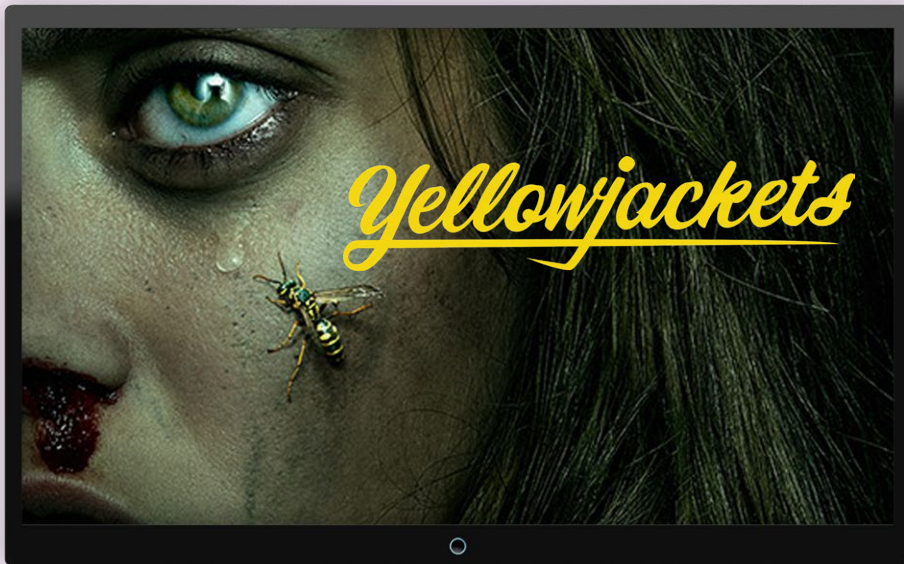
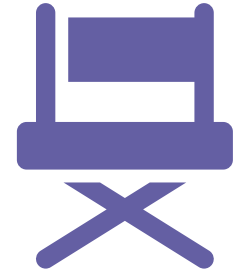


Nous souhaitons que chacun puisse se projeter dans le contenu que nous créons de façon authentique. Nous reconnaissons l'importance de recruter, de retenir et de célébrer nos talents à l'écran comme en dehors. Dans un poste nouvellement créé, notre vice-président de la diversité, de l'équité et de l'inclusion, pour le cinéma et la télévision, au sein de eOne, notre studio de production de divertissement, veille à ce que la diversité et l'inclusion soient une réalité, non seulement devant les caméras, mais également derrière. De nos acteurs à nos scénaristes, caméramans, coiffeurs et fournisseurs, la diversité et la représentativité sont essentielles à la production d'un divertissement inclusif pour un monde diversifié.

 Pour lire notre Rapport DE&I 2021-2022, cliquer ici.



Le producteur de *Cruel Summer* sur le plateau



Notre série dramatique, *Yellowjackets*, nominée aux Emmy® et acclamée par la critique, offre un bel exemple de cet objectif mis en pratique. Elle a par ailleurs reçu un accueil très positif de la part de la critique pour sa représentation des personnages de la communauté LGBTQ+ par le biais des Dorian TV Awards décernés par la Society of LGBTQ+ Entertainment Critics et par des nominations pour les prix GLAAD Media et Peabody. *Yellowjackets* a également reçu le label ReFrame, une distinction décernée aux productions télévisuelles qui ont réalisé un recrutement équilibré entre les sexes. Plus important encore, le succès de la série se manifeste au travers des milliers de gens totalement fans de nos personnages et de leurs intrigues. C'est un témoignage d'inclusion authentique et consciente d'auteurs et de membres de la distribution appartenant à la communauté LGBTQ+ au service d'une intrigue qui leur parle et qui parle d'eux.

Notre approche inclusive y compris dans la manière dont nous créons les histoires, c'est une nouvelle marque : *Kiya & the Kimoja Heroes*. En 2021 et 2022, l'équipe de Family Brands chez eOne a travaillé d'arrache-pied en collaborant étroitement avec l'un des plus grands studios d'animation du continent africain pour créer une nouvelle marque, dans l'espoir de répondre à un besoin de voir plus de femmes noires comme modèles pour petites filles de moins de 6 ans. *Kiya & the Kimoja Heroes* lancé sur Disney+, Disney Junior et YouTube en 2023, suit les aventures mouvementées de Kiya et de ses meilleurs amis Motsie et Jay, qui utilisent leurs superpouvoirs pour rétablir la joie et l'harmonie dans leur communauté. Le nom de la ville fictive de Kimoja City signifie "un" en swahili et s'inspire des gens, des cultures et des paysages des pays d'Afrique australe.

Le respect fidèle de la diversité des modes de vie et des cultures d'Afrique australe était de la plus haute importance. Tout, depuis les salutations locales, la vie de famille ou les types d'aliments consommés a été soigneusement pris en compte. L'équipe a travaillé en étroite collaboration avec des experts de l'éducation préscolaire en Afrique, en Europe et aux États-Unis, pour s'assurer que les intrigues et les personnages de Kiya soient authentiques et sonnent juste. *"Grâce à une approche réfléchie devant comme derrière les caméras, les enfants d'âge préscolaire du monde entier pourront regarder Kiya et les héros de Kimoja et s'identifier à eux"*, explique Esra Cafer (SVP, Global Brand Strategy & Management, Family Brands). *"Kiya & the Kimoja Heroes a une véritable raison d'être et nous avons beaucoup appris avec eux."*



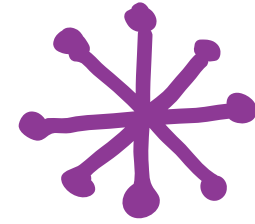


## Affaires publiques et défense des intérêts

Chez Hasbro, nous reconnaissons que nous opérons dans un monde géopolitique en constante évolution. En plus d'assurer la sécurité des produits et l'accès au droit de jouer, l'explosion des technologies numériques et en ligne a conduit à de nouvelles formes de jeux et de divertissements, au moment où la nécessité de répondre aux défis climatiques se fait de plus en plus pressante. Dans le monde entier, les préoccupations des entreprises et des gouvernements concernant la résilience et la stabilité des approvisionnements se poursuivent face aux défis que posent santé publique et changement climatique. Alors que notre activité continue de croître et les attentes des parties prenantes évoluent, nous naviguons dans un environnement mondial de plus en plus complexe.

Nous pensons qu'il est plus important que jamais de s'engager de manière proactive aux côtés des pouvoirs publics, des régulateurs, des organisations non gouvernementales (ONG), des fédérations professionnelles et d'autres entreprises pour construire un environnement politique et réglementaire adéquat. Nous devons nous associer à des initiatives qui répondent à ces besoins, notamment sur des questions telles que la sécurité des produits et des contenus, un approvisionnement éthique, un marketing responsable auprès des enfants et un développement durable.

L'équipe Global Government Affairs dirige et supervise l'engagement des politiques publiques sur ces questions et d'autres, en étroite collaboration avec le personnel de terrain. Par exemple, sur la question de la sécurité chimique aux États-Unis, notre équipe Global Government Affairs a travaillé en collaboration avec le Congrès américain et les ONG pendant plusieurs années pour encourager le développement d'une norme nationale uniforme pour la sécurité chimique. Cela a conduit à l'adoption de la loi sur l'amélioration de la sécurité chimique (Chemical Safety Improvement Act = CSIA) en 2016, qui a été la première révision substantielle des lois sur les produits chimiques aux États-Unis depuis 1976. La CSIA est conçue pour fournir une approche nationale unifiée de la gestion des produits chimiques, garantissant la sécurité des entreprises et la sécurité des produits dans les 50 États.



Dans l'Union européenne (UE), Hasbro, en collaboration avec Toy Industries of Europe (TIE), continue de s'engager activement auprès de la Commission européenne. Hasbro participe à des groupes de travail d'experts traitant des modifications ou des interprétations sur des sujets tels que la directive sur la sécurité des jouets, les exigences chimiques et la durabilité.

Notre travail consiste notamment à encourager les efforts de l'industrie européenne du jouet pour s'assurer que les amendements proposés offrent un niveau élevé de protection des enfants tout en étant réalisables, applicables et proportionnés aux risques posés. De même, pour la région Asie-Pacifique nous travaillons avec l'Association asiatique des jouets et des jeux (Asia Toy and play association = ATPA) et avec les associations nationales du jouet pour traiter des sujets actuels et émergents du secteur avec les gouvernements de cette région du monde, y compris des bonnes pratiques qui ont cours ailleurs. Nous nous engageons également auprès d'autres décideurs politiques et régulateurs sur les marchés développés et émergents du monde entier. Par exemple, en Amérique latine, Hasbro participe activement à des audiences publiques et s'engage avec les régulateurs pour plaider en faveur de la réduction des barrières techniques et commerciales qui peuvent constituer une entrave à la concurrence et, en fin de compte, rendre les jouets et les jeux moins abordables et donc, inaccessibles aux enfants.

Forts de nos convictions sur le rôle bénéfique que l'entreprise peut jouer dans le monde, nous nous réjouissons chaque fois que cela est possible de soutenir et de défendre les questions qui correspondent à nos valeurs fondamentales et qui nous tiennent à cœur. En 2019, Hasbro a été fier de rejoindre le groupe CEO Action for Diversity & Inclusion™, un regroupement d'entreprises qui s'engagent à faire progresser la diversité et l'inclusion sur le lieu de travail. Cette action a permis d'insister sur l'importance de la diversité, de l'équité et de l'inclusion chez Hasbro et souligné l'importance du rôle à jouer par les entreprises dans la promotion de la justice sociale tant sur le lieu de travail que dans la société. En 2022, nous sommes devenus signataire d'une lettre adressée à tous les gouverneurs et responsables éducatifs aux États-Unis, les exhortant à prendre des mesures pour que chaque élève, dans chaque État américain, ait accès à des cours d'informatique. Chez Hasbro, nous avons pu constater que la

technologie peut stimuler l'innovation, débloquer les potentiels et améliorer les opportunités de carrière. En partenariat avec 500 autres dirigeants des secteurs public et privé, nous avons le privilège d'utiliser nos entreprises pour plaider en faveur d'un meilleur accès aux opportunités créées par les nouvelles technologies pour tous les élèves d'Amérique.

En tant qu'entreprise citoyenne mondiale, nous pensons qu'il est de notre responsabilité de nous engager de façon constructive sur les questions de politique publique qui sont importantes pour nous ou qui peuvent avoir un impact sur nos activités. Nous soutenons le droit de nos employés à participer au débat politique. Nous disposons d'une **Charte concernant les activités et le lobbying politiques** qui décrit notre conception de l'engagement politique de nos employés et de l'entreprise. Comme le souligne notre politique, les employés sont libres de soutenir financièrement des candidats à des fonctions politiques, à condition qu'ils précisent qu'ils le font en leur nom propre et non au nom de l'entreprise. Hasbro ne dispose d'aucun comité d'action politique (Political Action Committee = PAC) aux États-Unis. L'entreprise n'apporte son soutien à aucune cause politique quelle qu'elle soit. Dans la mesure où Hasbro est un membre actif de certains lobbys sur des questions de politique publique, Hasbro s'engage à rendre ces dépenses publiques comme la loi fédérale américaine l'y oblige. L'Association du jouet aux États-Unis, dont Hasbro est membre, a un comité d'action politique pour les affaires publiques (PAC) auquel les dirigeants de Hasbro peuvent contribuer personnellement. Cependant, les cotisations des membres de Hasbro ne sont pas utilisées pour financer ce PAC.



**Hasbro n'a pas de comité d'action politique (PAC) aux États-Unis, et ne finance aucun parti politique quel qu'il soit.**

## Actions philanthropiques et Impact social

Redonner à nos collectivités locales et mondiales a toujours été un engagement fondamental de Hasbro depuis sa fondation en 1923 par les frères Hassenfeld. Au cours du siècle dernier, les actions philanthropiques de Hasbro ont été principalement axées sur les enfants et les familles. Aujourd'hui, nos actions philanthropiques et sociales dans le monde constituent une priorité stratégique en cohérence avec notre plan d'action Blueprint 2.0, nos salariés et les besoins de nos collectivités. Notre nouvelle stratégie élargie soutient les enfants, les familles et les jeunes adultes. En 2022, nous avons rebaptisé notre fondation d'entreprise. Hasbro Children's Fund est devenu la Hasbro Foundation, avec de nouvelles priorités en matière d'impact. Nous continuons à tirer parti de nos actifs commerciaux, du temps et du talent de nos collaborateurs, des dons de jouets et de jeux, du soutien financier et de nos marques pour avoir un impact le plus fort possible.

### Programmes à impact social

1. Partenariats pour un impact plus fort
2. Activation de nos marques
3. Offrir le plaisir de jouer
4. Nos équipes incarnent notre raison d'être

### Des partenariats pour un impact plus fort

Les subventions accordées par la Fondation Hasbro sont la pierre angulaire de notre impact social. Nos actions philanthropiques pilotées au travers de partenariats et de programmes permettent à Hasbro de rester fidèle à son héritage philanthropique en soutenant les enfants et les familles. Nous nous associons à des organisations offrant de la stabilité en temps de crise, grâce à des programmes de soutien à la santé physique et mentale, le placement en famille d'accueil, la sécurité alimentaire et l'aide en cas de catastrophe.

En rebaptisant la Fondation Hasbro, nous doublons notre engagement en faveur de l'éducation. Nous pensons que chaque enfant et chaque jeune adulte mérite d'avoir accès à une éducation sûre et inclusive où il peut apprendre, grandir et construire les bases de sa réussite. Hasbro est fier de promouvoir un accès équitable à l'éducation dans toutes les régions du monde où nous sommes présents par le biais de partenariats avec Save the Children, Special Olympics et World's Largest Lesson. Pour assurer un accès équitable à l'éducation aux jeunes et aux jeunes adultes défavorisés, nous finançons des programmes de développement dans des domaines essentiels à notre activité : les STIM (sciences, technologies, ingénierie, mathématiques), le développement de jeux, les histoires et le sens des affaires. Grâce à des partenariats avec des associations telles que Black Girls CODE, Games for Change, Ghetto Film School, Girl Up et Year Up, nous donnons les moyens d'agir à la prochaine génération d'inventeurs, de créateurs, de conteurs et d'entrepreneurs.



Pour lire notre Rapport DE&I 2021-2022, cliquer ici.



### DONNER AUX CRÉATEURS DE JEUX ET AUX INNOVATEURS SOCIAUX

Games for Change est une organisation à but non lucratif dont la mission est d'encourager les communautés de joueurs et de promouvoir la capacité des jeux et des médias immersifs à œuvrer pour le bien de tous. Le Games for Change Student Challenge est le principal programme national de conception de jeux pour les étudiants, qui combine la passion des collégiens et des lycéens pour les jeux à la formation aux nouvelles technologies et à l'engagement civique. Les élèves apprennent le codage et le design thinking, facilitent les discussions sur l'impact social au sein de leur communauté et conçoivent des solutions créatives aux problèmes sociaux. Nous sommes fiers de financer le Student Challenge, qui permet aux étudiants de d'avoir un impact positif dans leurs communautés par le biais de la conception de jeux.







### **INSPIRER LA PROCHAINE GÉNÉRATION DE JEUNES FEMMES DIRIGEANTES**

Notre partenariat récent avec Girl Up, une initiative de la Fondation des Nations Unies, est dédié au développement du leadership au féminin, qui met l'accent sur l'équité pour les jeunes filles et les femmes là où elles ne sont pas entendues ou sont sous-représentées. En investissant dans le programme de Girl Up, Storytelling for Social Change, nous fournissons aux femmes dirigeantes les ressources et les compétences nécessaires pour raconter leurs histoires et pour promouvoir l'égalité entre les sexes et favoriser l'évolution des mentalités.

### **AMÉLIORER LA FORMATION DES TRAVAILLEURS DE NOTRE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT**

Outre notre programme de promotion du bien-être des ouvriers, nous finançons des programmes éducatifs pour les populations locales partout où nos fournisseurs opèrent. En partenariat avec Save the Children, nous proposons aux jeunes des formations pour améliorer leur employabilité ainsi que des séminaires sur l'éducation des enfants, aux travailleurs migrants.

 Plus d'informations sur notre stratégie et nos programmes en matière de respect des droits de l'homme.

## Activating Our Brands

### **BLACK IS MAGIC**

En 2021, notre marque MAGIC : THE GATHERING a été inspirée par la passion de ses fans pour faire la différence grâce à son produit Black is Magic Secret Lair au profit de Black Girls CODE. Le produit a honoré et célébré l'histoire et la culture des Noirs dans leur magnifique globalité. En outre, il a été conçu, développé et dessiné par des artistes noirs. Le don de près d'un million de dollars fait par Wizards of the Coast, à la suite de la campagne Black is Magic, a permis de financer la formation de 3 200 étudiantes dans le cadre de plus de 100 programmes Black Girls CODE, ainsi que des ateliers de conception de jeux et d'arts numériques, des camps d'été et des ateliers de formation. Cette initiative a valu à MAGIC : THE GATHERING une place dans la liste des marques qui comptent sur la liste 2022 de Fast Company "Brands That Matter". MAGIC : THE GATHERING est une marque reconnue pour "donner aux fans ce qu'ils veulent" et pour la façon dont elle fait entendre la voix des minorités. Par l'intermédiaire de la Fondation Hasbro, nous sommes ravis d'étendre notre partenariat avec Black Girls CODE, en finançant des "CODE Clubs" dans les états de Washington et de Rhode Island.



FAST COMPANY

BRANDS  
THAT  
MATTER  
2022

## Offrir le plaisir de jouer

Nous pensons que le droit de jouer est un droit fondamental. Notre programme de dons assure une distribution de nos jouets et jeux à des millions de personnes, apportant ainsi un répit bienvenu en temps de crise et soutenant ainsi ceux qui sont dans le besoin, et ce, notamment au moment des fêtes de fin d'année.

### PLAY RELIEF

Notre programme Play Relief est conçu pour apporter de la stabilité, du répit ainsi que des moments de joie aux personnes touchées par des problèmes de santé, des crises humanitaires ou des catastrophes naturelles partout dans le monde. Les jouets et les jeux donnés dans le cadre du programme Play Relief peuvent apporter aux enfants et aux familles un sentiment de normalité, ainsi qu'un peu de réconfort et de joie dans les épreuves qu'ils traversent.

### RÉAGIR LORS DES CATASTROPHES NATURELLES

Lorsque des ouragans, des tornades et d'autres catastrophes naturelles se produisent, il existe une lacune importante et souvent négligée dans la réponse humanitaire : la prise en compte des besoins psychologiques des enfants traumatisés par l'événement. En cas de catastrophe, nos salariés se réunissent pour emballer des kits Play Relief composés de jouets et de jeux. Nos partenaires sur le terrain, les associations caritatives humanitaires, distribuent ces kits dans des abris d'urgence qui hébergent temporairement les personnes déplacées. Ces kits apportent une distraction, un peu de plaisir, ainsi qu'un sentiment de solidarité, au moment où l'on en a le plus besoin.

En 2021, nos salariés ont apporté des boîtes de Play-Doh aux enfants de la communauté de Manchay à Lima, au Pérou, pour Noël.



### SOUTIEN AUX RÉFUGIÉS DANS LE MONDE

Au cours de l'année écoulée, Hasbro a soutenu les réfugiés du monde entier avec une contribution de 3 millions de dollars en dons financiers et de produits à des organisations telles que Save the Children et UNICEF USA. Nous avons également soutenu les réfugiés afghans qui se réinstallent aux États-Unis par le biais de la plateforme de dons en nature Welcome Exchange, Welcome.US, encourageant les familles à faire des dons en nature pour améliorer leur vie pendant cette transition difficile. Nous sommes fiers de la créativité et de la compassion dont a fait preuve la Team Hasbro qui a donné de son temps et de ses ressources pour emballer des kits de secours, agir bénévolement auprès d'organisations à la frontière de l'Ukraine et faire des dons directs à Save the Children et UNICEF USA.

### OFFRIR LE PLAISIR DE JOUER

Hasbro donne accès à des jouets et des jeux pendant la période des fêtes pour les enfants et familles du monde entier. Notre site « programme de dons pour les fêtes » est conçu pour apporter la magie des fêtes et l'esprit de Noël à ceux qui en ont le plus besoin. En Amérique latine, nos salariés s'associent à des organisations caritatives locales pour développer des "ludothèques" afin que les enfants de la communauté aient accès à des jeux. Aux États-Unis, notre partenariat avec l'organisation Marine Toys for Tots transforme les soignants en véritables héros, afin qu'ils puissent offrir à leurs enfants un cadeau pour célébrer les fêtes de fin d'année, quelle que soit leur situation économique.




En 2021,  
nous avons fait  
don de  
**3 millions**  
de dollars  
en jouets et  
et jeux aux  
centres caritatifs  
Toys for Tots  
à travers les  
les États-Unis.

## Team Hasbro : Nos salariés incarnent notre raison d'être

La solidarité est au cœur de notre culture d'entreprise, et nous offrons à tous les salariés de Hasbro quatre heures par mois de temps libre payé pour faire du bénévolat. Team Hasbro est notre programme de bénévolat des salariés, le meilleur de sa catégorie, qui offre toute l'année, des opportunités sponsorisées par l'entreprise pour que les employés puissent faire du bénévolat. Nos projets caritatifs reflètent nos priorités en matière d'action philanthropique et s'alignent sur les préoccupations qui tiennent le plus à cœur à nos employés. De la conception de nouvelles aires de jeu jusqu'à l'organisation de tournois de jeux, de la collecte de fonds pour les enfants hospitalisés à l'emballage de kits "Play Relief" pour les familles réfugiées, les employés de Hasbro ont fait 36 000 heures de bénévolat en 2021, ce qui a eu un impact sur 150 000 enfants et adultes.

### VOLONTAIRES POUR LA PRÉSERVATION DE LA PLANÈTE

Dans le cadre de nos efforts de conservation des ressources naturelles, Hasbro a planté 100 000 arbres dans des régions clés du monde avec l'organisation sans but lucratif One Tree Planted. Dans le cadre de ce partenariat, nous engageons les salariés à travers des projets de plantation d'arbres ainsi que des événements éducatifs animés par eux.

 Plus d'informations sur notre stratégie et nos objectifs en matière de protection de l'environnement et de lutte contre le changement climatique.



### PARTENARIAT AVEC LES ÉCOLES LOCALES

Au cours des dernières décennies, Hasbro a établi une relation étroite avec les écoles primaires de l'État de Rhode Island, où se situe notre siège social. L'initiative "Service for Schools" de Hasbro a commencé comme un simple projet coordonné par un seul salarié impliquant un seul département. Il s'est depuis transformé en une tradition estivale pour les employés du monde entier qui se portent volontaires pour égayer les écoles locales avant la rentrée scolaire. Tous les projets financés par Hasbro comprennent la peinture, l'aménagement paysager, la conception de fresques murales, la création d'espaces de jeu et le don de jouets et de jeux pour faire de la rentrée scolaire un moment inoubliable pour les élèves.

De plus, chaque année en décembre, dans le cadre de notre journée caritative déployée dans toute l'entreprise, Hasbro fait don de jouets et de jeux à des milliers d'élèves de l'école primaire dans les districts proches de notre siège comme aux populations locales à travers le monde. En 2020 et 2021, dans le cadre d'un partenariat avec l'association nationale Operation Warm, nous avons fait don d'un manteau d'hiver neuf à chaque enfant en plus de son jouet ou de son jeu.

**En 2021, 92 % des employés de Hasbro à travers le monde ont participé à des projets de bénévolat en présentiel ou en distanciel, soit un engagement cinq fois supérieur à la moyenne dans les entreprises.<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Selon le benchmark annuel Giving in Numbers du Chief Executives for Corporate Purpose (CECP), la participation moyenne des salariés aux programmes de bénévolat d'entreprise était de 17% en 2021.



 **TEAM HASBRO SKILLSHARE**

Afin d'améliorer encore l'impact de nos partenaires caritatifs, Hasbro a, en 2021, formalisé son programme de bénévolat basé sur les compétences en lançant la Team Hasbro SkillShare. Le programme fait correspondre les compétences et les talents des salariés, comme la rédaction, la conception graphique, le développement de sites Web et la comptabilité, avec les besoins des organisations à but non lucratif, ce qui leur permet d'économiser du temps et de l'argent.

 **TEAM HASBRO VOLUNTEERS**

**ANDRÉ**  
ANALYSTE EN INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE  
ALLEMAGNE

En tant que pompier volontaire et ambulancier à Dreieich, en Allemagne, André a fait de l'endroit où il vit un endroit plus sûr et son exemple a inspiré la prochaine génération pendant près de 25 ans. L'année dernière, lorsque l'Europe centrale a connu des inondations dévastatrices, André a pris un congé de Hasbro pour faire partie des premiers intervenants.

*“Mon unité a été envoyée dans la zone sinistrée par les inondations dans le nord de l'Allemagne pendant quelques jours. Là-bas, les gens ont tout perdu. Notre plus belle récompense a été de voir à quel point les gens étaient reconnaissants de notre aide. J'aimerais vraiment remercier Hasbro de m'avoir donné la chance d'aider ces gens à retrouver une vie normale.”*



**HELENE**  
RESPONSABLE DES COMPTES CLIENTS  
ROYAUME-UNI

Installée à Uxbridge, en Angleterre, Helene est la fondatrice et la présidente de LOVE MISSION, une organisation qui apporte soutien et espoir aux personnes vulnérables, notamment des veuves, des orphelins et des enfants malades au Cameroun. Grâce à des collectes de fonds et de dons, LOVE MISSION a fourni des produits de première nécessité, tels

que des livres, des jouets et des fournitures scolaires, ainsi qu'un accès à des soins dentaires et à l'aide en matière d'éducation.

*“Nous pouvons soigner les maladies physiques avec des médicaments, mais le seul remède à la solitude, au désespoir et à l'impuissance est l'amour.”*

## Journée Internationale de la Joie (Day of Joy)

Rien n'est plus représentatif de notre culture du don de soi que notre Journée Internationale de la Joie, notre journée caritative annuelle, une tradition du groupe Hasbro qui nous est chère.

Au cours de cette journée, chaque année en décembre, les salariés du monde entier consacrent leur temps et leur talent à une myriade de projets au profit d'organisations caritatives. Lors de cette journée spéciale, nous voyons notre objectif se concrétiser lorsque notre équipe s'unit et engage nos partenaires dans des actions philanthropiques à travers plus de 250 projets bénévoles dans le monde entier. En une seule journée, l'engagement incroyable de la Team Hasbro fait la différence dans 42 pays pour plus de 100 000 enfants.



## Le Brian Goldner Center for Transforming Futures

Brian Goldner, ancien président du conseil d'administration et PDG de Hasbro est décédé de façon inattendue en octobre 2021. Brian était un visionnaire dans le domaine du divertissement, du jeu et des histoires ; il croyait également à la capacité de notre entreprise à avoir un impact positif. Il était animé par l'idée d'élever les autres par le mentorat, l'autonomisation des femmes dans notre industrie, la création d'opportunités pour les jeunes défavorisés et l'amélioration des systèmes de soins pour les membres vulnérables de la société. Pour commémorer son héritage, nous avons créé le Brian Goldner Center for Transforming Futures. Ce centre rend hommage à la vision de Brian et à sa conviction d'avoir un impact positif sur les jeunes et les jeunes adultes vulnérables, avec un investissement de 2,5 millions de dollars qui financera trois initiatives stratégiques :

**Le fonds de bourse Brian Goldner Storytelling Fellowship à la Ghetto Film School.** Le fonds soutiendra des bourses annuelles à la Ghetto Film School, qui accueille de jeunes artistes issus des minorités. Les bourses offrent plus de 1 000 heures de formation immersive de niveau universitaire dans l'art et l'industrie du cinéma : de l'écriture du scénario à la production.

**Le Brian Goldner Student Support Fund de Year Up,** une organisation dont la mission est de combler le fossé pour garantir l'égalité des chances, en assurant un accès équitable aux opportunités économiques, à l'éducation et à la justice pour tous les jeunes adultes, quels que soient leurs origines, leurs revenus ou l'endroit où ils vivent. Le fonds permettra d'améliorer le panel déjà riche des services proposés par Year Up pour répondre aux différents défis et difficultés financières auxquels les étudiants sont confrontés et d'éliminer les obstacles potentiels à leur réussite.

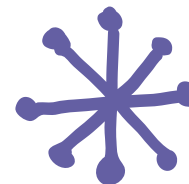
**Les Brian Goldner Flights of Hope soutiendront l'association Angel Flight of New England** en fournissant un moyen de transport aérien et terrestre gratuit à des personnes – enfants et familles – en détresse pour recevoir des traitements médicaux vitaux aussi longtemps et aussi souvent que nécessaire.



Brian et ses filleuls dans le cadre du projet Year Up, en 2016



Brian et sa femme distribuant des jouets et des jeux Hasbro lors de la Journée Internationale de la Joie (Day of Joy) en 2017





	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Qualité et sécurité des produits</b>					
<b>Catégories importantes de produits et de services pour lesquelles les impacts sur la santé et la sécurité sont évalués en vue d'une amélioration.</b>	100%	100%	100%	100%	100%
<b>Nombre total d'incidents de non-respect des réglementations et des codes d'application volontaire concernant les impacts sur la santé et la sécurité des produits<sup>18</sup></b>	0	0	0	2	0
> Incidents de non-respect de la réglementation entraînant une amende ou une pénalité	–	–	–	–	0
> Incidents de non-respect de la réglementation ayant donné lieu à un avertissement	–	–	–	–	0
> Incidents de non-respect des codes d'application volontaire	–	–	–	–	0
<b>Durabilité et conception des produits</b>					
<b>Nombre total d'incidents de non-conformité aux réglementations et aux codes d'application volontaire concernant les communications marketing, y compris la publicité, la promotion et le parrainage</b>	0	1	0	0	0
> Incidents de non-respect de la réglementation entraînant une amende ou une pénalité	–	–	–	–	0
> Incidents de non-respect de la réglementation ayant donné lieu à un avertissement	–	–	–	–	0
> Incidents de non-respect des codes d'application volontaire	–	–	–	–	0

<sup>18</sup> En raison d'une erreur de déclaration, un rappel de produit a été signalé en 2020 ; le nombre correct de rappels est de 2. Ce deuxième rappel concernait 460 NERF Microshots rappelés le 16 décembre 2020 parce que l'avertissement n'était pas en anglais (espagnol/portugais).

	2017	2018	2019	2020	2021
--	------	------	------	------	------

### Actions philanthropiques, impact social et engagement des salariés

Heures de bénévolat des salariés	75,051	68,870	68,312	25,883	36,206
Soutien financier (en millions de dollars) <sup>19</sup>	6.6	5.1	2.9	4.8	7.5
Dons de produits (valeur marchande estimée en millions de dollars)	15.9	15.7	9.2	20.8	9.8
Actions philanthropiques – Total (en millions de dollars) <sup>20, 21</sup>	22.5	20.8	12.1	25.7	17.3
Enfants et adultes concernés (millions de personnes)	4.7	4.3	4.2	4.1	6.1

<sup>19</sup> Le soutien financier total représente le total combiné du parrainage des entreprises caritatives et des subventions en espèces accordées au cours de l'année fiscale. Les subventions de l'entreprise sont versées par l'intermédiaire de la Fondation Hasbro (anciennement Hasbro Children's Fund), y compris toutes les subventions de contrepartie.

<sup>20</sup> Le soutien philanthropique total représente à la fois les contributions financières et la valeur marchande estimée des dons de produits.

<sup>21</sup> Les chiffres de 2018 ont été recalculés en raison d'une erreur de déclaration cette année-là.



# people

**En tant qu'organisation mondiale avec des milliers d'employés dans des bureaux dans le monde entier, nous partageons une grande diversité d'expériences vécues, d'origines, d'ethnies et de centres d'intérêt.** Qu'il s'agisse de mettre un produit sur le marché, de respecter nos normes de haute qualité, de recruter de nouveaux talents ou de maintenir le rythme de nos opérations – nos employés y parviennent. Nos équipes puisent leur inspiration dans notre raison d'être : créer de la joie et un sentiment d'appartenance pour tous les individus dans le monde entier. Notre culture d'entreprise favorisant l'inclusion nous permet d'atteindre l'excellence, de construire des marques à fort impact et d'étendre notre leadership dans le domaine du jeu, du divertissement et au-delà.

## Ce chapitre met en avant :

- > **une culture d'entreprise inclusive et performante**
  - diversité, équité et inclusion
- > **développement des talents et gestion des performances**
- > **rémunération et avantages**

# Qui nous sommes – en un coup d’œil



**74**  
bureaux dans  
43 pays

Ancienneté  
Moyenne des  
salariés :

**7**  
ans

Plus de  
**36 200**  
heures de  
bénévolat  
réalisées par  
nos salariés

Plus de  
**6 400**  
salariés à travers le monde

Au cours des dernières années, le monde et notre entreprise ont évolué de façon spectaculaire. Avec un nouveau PDG, une nouvelle Direction mondiale des Ressources Humaines et une nouvelle stratégie en place, nos équipes se dirigent vers l’excellence opérationnelle au service du client. Nous investissons dans les meilleurs talents et dans de nouvelles capacités de traitement des données afin d’exécuter au mieux le Blueprint 2.0. Cela nous permettra d’améliorer encore le service de nos consommateurs et d’analyser nos performances à grande échelle.

Investir dans les meilleurs talents signifie que nous avons réexaminé chaque aspect de l’expérience de nos salariés – depuis le recrutement et l’intégration jusqu’à l’engagement et le développement – pour soutenir les membres de notre équipe à chaque étape de leur parcours. Grâce à ce processus, nous avons identifié trois axes stratégiques prioritaires :

- > Une culture d’entreprise inclusive et performante
- > Le développement des talents et la gestion des performances
- > La rémunération et les avantages sociaux



## Une culture d'entreprise inclusive et performante

### Notre culture d'entreprise nous distingue

Nous favorisons une culture d'entreprise inclusive où tous les membres de l'équipe peuvent donner le meilleur d'eux-mêmes notamment dans le cadre professionnel. Notre objectif pour nos employés est le suivant : leur permettre d'effectuer un travail qu'ils aiment, avec des personnes qu'ils apprécient, pour des marques auxquelles ils croient, le tout pour une entreprise engagée. Nous créons une expérience de travail cohérente à l'échelle mondiale qui reflète nos valeurs et qui contribue à faire progresser notre entreprise. Pour les employés qui nous rejoignent, que ce soit pour 25 jours ou 25 ans, cette culture d'entreprise est l'un des aspects uniques et les plus gratifiants du travail chez Hasbro.

#### Qu'est-ce qui rend la culture Hasbro si unique et si gratifiante ?

Nous avons récemment posé cette question à certains de nos salariés, et voici ce qu'ils ont répondu :



**LORA**  
CONSEILLER PRINCIPAL EN ACQUISITION DE TALENTS,  
HASBRO U.S.  
MEMBRE DE L'ÉQUIPE DEPUIS 2021

*“Chez Hasbro, la joie que nous créons n'est pas seulement pour les consommateurs, mais aussi en interne pour les employés. Tout est fait pour favoriser l'intégration de chacun. En tant que femme de couleur, c'est la première fois, où au travail, j'ai l'impression de pouvoir me montrer telle que je suis, dans toute ma personnalité. Ce sentiment de confiance en soi se traduit directement dans mon travail au quotidien.”*



**AARON**  
INGÉNIEUR DE PROJET SENIOR, HASBRO U.S.  
MEMBRE DE L'ÉQUIPE DEPUIS 2015

*“L'une des choses qui font de Hasbro une entreprise exceptionnelle est la flexibilité qu'elle m'offre pour passer du temps avec ma famille. Je me sens sincèrement soutenu lorsque j'ai besoin d'équilibrer ma vie de famille et ma vie professionnelle. Ce n'est pas seulement toléré, c'est encouragé.”*



**HODA**  
MANAGER DE&I, eONE CANADA  
MEMBRE DE L'ÉQUIPE DEPUIS 2019

*“Ce qui rend le travail chez eOne si particulier, c'est que l'on nous fait confiance pour faire notre travail dans un environnement très fun ! J'aime particulièrement le fait de travailler sur des programmes qui donnent l'opportunité de soutenir les gens dans les quartiers où nous avons grandi. Nous sommes une entreprise internationale, mais nous pouvons également avoir un impact positif localement, là où nous vivons.”*



**VAN ANH**  
PLANIFICATEUR CHARGÉ DE L'APPROVISIONNEMENT MONDIAL,  
HASBRO VIETNAM  
MEMBRE DE L'ÉQUIPE DEPUIS 2020

*“L'une des choses qui rendent mon travail chez Hasbro épanouissant tient à la gestion des relations humaines. Je me sens écouté, respecté et soutenu par la direction et par mes collègues. J'ai la possibilité de m'engager bénévolement auprès des gens de mon quartier en participant à des événements caritatifs importants sponsorisés par l'entreprise. “Faites ce que vous aimez, et vous n'aurez plus jamais l'impression de travailler.” C'est ce que je ressens chez Hasbro”.*



 NOS VALEURS

Hasbro a connu un premier siècle riche en histoires, avec une mission et une raison d'être qui ont forgé des liens forts avec les fans, à travers les générations, dans tous les pays. C'est un hommage à nos marques extraordinaires, aux personnes qui les créent, à notre raison d'être que nous partageons tous : créer un monde meilleur : rassembler les gens et susciter de la joie. La culture de Hasbro est portée par **nos valeurs**.

Réimaginées en 2022 pour refléter notre culture d'entreprise et notre portefeuille de marques dynamiques, nos valeurs définissent les attentes sur la façon dont nous travaillons les uns avec les autres, au service de notre stratégie. Nos valeurs fondent notre culture d'entreprise, où chacun peut se montrer tel qu'il est et donner le meilleur de lui-même au travail.



Au Brésil, nous avons ouvert de nouveaux bureaux qui reflètent notre besoin d'un environnement de travail collaboratif.



## Nouvelles méthodes de travail

Depuis que Hasbro existe, les liens que nous entretenons les uns avec les autres ont été l'un de nos plus grands atouts. Notre capacité à obtenir des résultats et à penser de manière créative aux expériences que nous concevons n'a pas de limites lorsque nous sommes ensemble. Comme pour toute entreprise, la pandémie de COVID-19 nous a fait prendre un virage et nous a encouragés à explorer de nouveaux modes de collaboration et à réimaginer notre façon de travailler. Notre agilité, notre résilience et notre engagement inébranlable vis-à-vis de notre mission nous ont permis de continuer à prospérer dans un contexte difficile. Les leçons tirées de la pandémie nous ont inspiré la nouvelle philosophie de travail. Il s'agit notamment de faire preuve de plus d'agilité et de flexibilité en tant qu'entreprise, en encourageant un état d'esprit orienté développement des compétences chez les membres de notre équipe, en tirant le meilleur parti possible de la technologie pour réussir.

Notre modèle hybride permet une flexibilité hors site tout en offrant des opportunités de télétravailler en équipe. Nous nous efforçons de créer des environnements de travail agiles pour l'ensemble des membres de l'équipe : favoriser la collaboration en présentiel en tirant parti des nouvelles technologies pour le télétravail. Nos bureaux et installations sont repensés pour répondre à ce besoin. L'avenir de nos activités et de notre expérience du travail s'appuient sur un ensemble de principes directeurs. Pour la majorité des membres de notre équipe, cela signifie pouvoir être en mesure de travailler dans une configuration hybride ou à distance. Nous offrons une grande flexibilité pour que chacun puisse s'épanouir dans le style de travail qui lui convient tout en veillant à l'équilibre des besoins de l'entreprise et en respectant notre culture d'entreprise.

### LES PRINCIPES DIRECTEURS DE L'AVENIR DU TRAVAIL

- > Nous restons attachés à notre raison d'être, fidèles à notre culture d'entreprise ainsi qu'à nos valeurs
- > La confiance et la responsabilité sont les fondements de l'expérience professionnelle des salariés.
- > Nous adoptons la flexibilité
- > La santé et le bien-être des salariés restent primordiaux
- > Le bureau est l'un des nombreux endroits où l'on peut se rencontrer et créer.
- > L'avenir passe par la technologie.
- > Il n'existe pas d'approche unique.

Notre Organisation des Ressources Humaines collabore en permanence avec des dirigeants du monde entier afin de mieux comprendre les spécificités de chaque contexte et d'établir des principes directeurs qui placent la flexibilité, la culture d'entreprise, les relations et le bien-être des salariés au cœur de nos méthodes de travail.

## Relier les personnes à la raison d'être de l'entreprise

La raison d'être d'une entreprise c'est avant tout pour et par les collaborateurs. Nous croyons fondamentalement que l'expérience et la culture de nos salariés doit être alignée avec notre raison d'être. Nos salariés sont nos plus grands défenseurs tout en étant solidaires en matière de responsabilité. Nous devons nous assurer que nos employés non seulement comprennent **la raison d'être de Hasbro** mais qu'ils se sentent également pleinement partenaires et acteurs de son succès.

Alors, comment faisons-nous cela ? Pour aider nos salariés à se connecter à la raison d'être de Hasbro nous avons mis en place en 2021 un outil en ligne d'évaluation des objectifs individuels – une enquête de 10 minutes pour aider nos salariés à mieux cerner leur objectif personnel. Une fois celui-ci défini, nous les aidons à faire le lien entre leur objectif personnel, celui de l'entreprise et leur travail – et les résultats ont été extraordinaires.

Par exemple, en 2022, les membres de notre équipe consommateurs ont participé à l'évaluation des objectifs. Le groupe a d'abord hésité à s'engager dans le processus, mais lorsque leurs responsables ont commencé à leur poser des questions comme "Qu'est-ce qui vous tient à cœur dans la vie ? Quel est l'impact que vous souhaitez avoir ? Comment voulez-vous marquer le monde de votre empreinte et comment pouvez-vous le faire au travail ? – ils ont commencé à comprendre la corrélation entre objectif personnel et travail. Après l'enquête et les exercices, l'équipe s'est projetée plus loin. Ils ont compris comment leur fonction spécifique au sein de l'entreprise était liée à quelque chose de plus grand, à un objectif plus large : apporter de la joie aux gens. Ils ont finalement déclaré se sentir plus heureux et plus impliqués dans l'entreprise Hasbro.

## Diversité, équité et inclusion

Nos salariés étant au cœur de la stratégie d'Hasbro, nous nous engageons à promouvoir une culture d'entreprise qui favorise l'inclusion, dans des environnements de travail propices au bien-être de tous les salariés. Nous savons que la santé et le succès de notre entreprise passe par un lieu de travail diversifié, équitable et inclusif où les gens peuvent donner le meilleur d'eux-mêmes en s'épanouissant chaque jour. Nous prenons des mesures pour nous assurer que nous attirons, développons, promovons et conservons des collaborateurs issus de tous les horizons, riches d'expériences diverses. En tant qu'entreprise qui a mis la satisfaction client au cœur de ses préoccupations (comme l'Etoile Polaire qui nous guide), nous devons disposer d'une main-d'œuvre qui reflète notre clientèle et les fans de nos produits. Une main d'œuvre diversifiée, travaillant sur la base d'un ensemble d'objectifs clairs, contribue au progrès et à la croissance de l'entreprise.



Pour lire notre Rapport DE&I 2021-2022, cliquer ici.

Hasbro est honoré d'être le lauréat du prix Ruth Bader Ginsburg Board Diversity Award 2022 décerné par DirectWomen. Ce prix récompense une entreprise qui a joué un rôle de premier plan dans la promotion de la diversité au sein de son conseil d'administration.

Lisez notre **communiqué de presse** pour en savoir plus.

Mary Beth West, membre du conseil d'administration d'Hasbro, s'exprimant lors du déjeuner de remise des prix DirectWomen, Octobre 2022

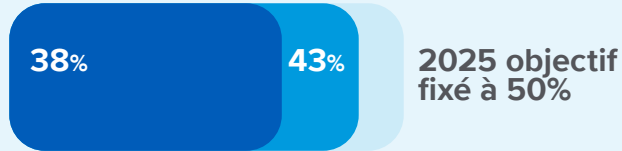


\* McKinsey & Company – (18 novembre 2020). Plus qu'une déclaration d'engagement : Comment les 5P intègrent la raison d'être pour créer de la valeur. McKinsey & Company. Consulté le 21 octobre 2022 à l'adresse <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/more-than-a-mission-statement-how-the-5ps-embed-purpose-to-deliver-value>.

## Nous avons fixé des objectifs publics ambitieux en matière de DE&I en 2017. Nous sommes fiers des progrès réalisés à ce jour et sommes en bonne voie pour atteindre nos objectifs en matière de main-d'œuvre :

Augmenter le nombre de femmes occupant des postes de direction\* dans tous les secteurs d'activité pour atteindre une proportion de 50% d'ici 2025.

- 2017 Valeur de référence
- 2021 progrès



Augmenter le nombre de salariés issus de la diversité raciale et ethnique aux États-Unis pour atteindre une proportion de 25% d'ici 2025.

- 2017 Valeur de référence
- 2021 progrès



Nous sommes en passe d'atteindre nos objectifs pour 2025, mais le travail se poursuit. Nous avons mis en place une équipe transversale dirigée par notre premier vice-président chargé de la diversité, de l'équité, de l'inclusion et de la stratégie multiculturelle, afin d'identifier la prochaine phase de définition des objectifs pour 2030. Dans le cadre de cet effort, nous explorons des KPI supplémentaires tels que l'identité de genre, l'orientation sexuelle et les données démographiques spécifiques à une région.

\* On entend par "dirigeants" les directeurs et les personnes de niveau supérieur.

Notre stratégie DE&I est guidée par une approche interdépendante qui englobe notre personnel et notre culture d'entreprise, nos marques, notre chaîne d'approvisionnement et nos actions caritatives. Cette approche, rendue possible par l'étroite collaboration entre la People Team et la Global Purpose Organization (organisation mondiale avec une dimension sociétale), connecte toutes les facettes de notre travail et garantit nos efforts dans l'ensemble de l'entreprise.

### Nos priorités sont les suivantes :

- 1 Favoriser une culture inclusive où tous les employés sont les bienvenus en ayant la possibilité d'être eux-mêmes et d'apporter leur meilleure contribution, unis dans la joie partagée des histoires et du jeu.
- 2 Constituer un personnel diversifié qui reflète les clients et les communautés que nous servons.
- 3 Soutenir les employés sur notre lieu de travail, y compris les femmes, avec un engagement continu favorisant l'équilibre entre les sexes aux postes de direction et l'équité salariale.

Pour en savoir plus sur notre travail de promotion de la diversité, de l'équité et de l'inclusion dans nos bureaux et nos usines, dans nos marques et nos expériences de divertissement, et au sein des communautés et des industries dans lesquelles nous opérons, lisez notre Rapport DE&I.

 [Pour lire notre Rapport DE&I 2021-2022, cliquer ici.](#)



## Expérience des employés

Notre culture dynamique, inclusive et gagnante fait de Hasbro une entreprise unique. Cette culture d'entreprise est portée par l'expérience des employés. Il s'agit du parcours et de la somme de toutes les interactions que chaque employé a, depuis le pré-recrutement jusqu'à la sortie avec toutes les étapes intermédiaires.

### NOUS SOMMES À L'ÉCOUTE

Nous sommes convaincus que l'amélioration continue passe par l'écoute active et le retour d'information permanent. Nous recueillons régulièrement les commentaires des membres de notre équipe par différents moyens. Nous le faisons notamment par le biais de consultations des employés, y compris des assemblées publiques. Ces consultations sont conçues pour favoriser un climat de confiance mutuelle où les dirigeants sont transparents et où les membres de l'équipe peuvent partager leurs aspirations et leurs défis. Ces forums permettent également à nos dirigeants de faire le point sur la stratégie avec les membres de l'équipe dans le monde entier. En 2022, nous avons lancé la série "Unscripted", un forum mondial où les dirigeants répondent aux questions des employés en temps réel et partagent les progrès réalisés par rapport aux priorités de l'entreprise. Favoriser et promouvoir une culture de l'écoute permet à Hasbro de s'améliorer tout en restant performants.

Les enquêtes auprès des employés constituent un autre moyen de recueil d'informations. Nous utilisons des outils Microsoft et la plateforme Glint pour recueillir régulièrement les commentaires et les réactions des membres de nos équipes partout dans le monde. En 2021, nous avons lancé des enquêtes annuelles sur l'engagement des employés au niveau mondial dans toutes nos unités commerciales. Les résultats de ces enquêtes nous aident à identifier les moyens d'améliorer l'engagement des employés dans son ensemble, mais aussi par caractéristiques démographiques clés (sexe, âge, origine culturelle, ancienneté, niveau de poste, etc.). Ce niveau de granularité fournit des informations plus précises pour mieux comprendre le ressenti des groupes minoritaires et quelles actions peuvent être prises pour progresser. Il s'agit également d'un outil utile pour recueillir des commentaires sur les points suivants : les priorités, les performances et la croissance afin de s'assurer que les employés se sentent appréciés, valorisés et encouragés à donner le meilleur d'eux-mêmes chaque jour.

## APERÇU DES RÉSULTATS DE L'ENGAGEMENT DES EMPLOYÉS EN 2021

**70%**  
des employés ont un sentiment d'appartenance à Hasbro.

**77%**  
des employés se déclarent heureux de travailler chez Hasbro.

**77%**  
des employés ont déclaré que leur travail chez Hasbro a du sens pour eux.

**77%**  
des employés "Recommanderaient l'entreprise comme un endroit où il fait bon travailler.

### RÉSEAUX D'EMPLOYÉS DE HASBRO

L'équipe Hasbro est composée de plus de 6 400 employés répartis dans 74 bureaux à travers le monde. Nous nous appuyons activement sur l'expertise et l'expérience de nos employés pour favoriser un environnement de travail équitable et inclusif. Nos réseaux d'employés Hasbro – des groupes d'employés volontaires qui se réunissent sur la base d'identités et/ou d'expériences de vie communes – sont conçus pour permettre aux employés de faire entendre leur voix, permettre le leadership à tous les niveaux et soutenir l'engagement. Nos réseaux d'employés encouragent une culture et un environnement de travail plus inclusifs et ont plaidé pour faire évoluer la politique de l'entreprise, notamment pour l'adoption d'horaires de travail flexibles et la mise en place de toilettes non genrées. Ces groupes permettent également à Hasbro d'identifier les tendances et les jours de l'année culturellement importants à fêter pour nos employés, nos consommateurs et notre communauté.

Chaque réseau organise des programmes, des événements et des actions bénévoles tout au long de l'année. Ils parrainent également des déjeuners d'accueil pour les nouveaux employés et organisent des conférences et des programmes, notamment des discussions au coin du feu avec des invités internes et externes, ainsi que des panels autour d'événements clés, tels que le Black Month History, la Journée internationale des droits des femmes, la Journée de la Terre, le Mois des fiertés, le Mois du patrimoine asiatique et des îles du Pacifique, le Mois du patrimoine hispanique, et le mois du patrimoine indigène.



## Pleins feux sur le réseau des employés : Global Wellness

La mission du réseau Global Wellness de Hasbro est d'aider à améliorer la santé physique, mentale et sociale des employés, en leur offrant des opportunités d'apprendre, de reproduire et de promouvoir des attitudes et des comportements positifs en faveur du bien-être. Ce groupe organise des événements autour du bien-être au bureau, aux États-Unis, au Royaume-Uni et au Canada, en plus d'offres virtuelles destinées à un public international. Les programmes et les événements s'appuient sur quatre piliers (bien-être physique, harmonie entre vie professionnelle et vie privée, équilibre mental/émotionnel et bien-être financier) et se concentrent sur le bien-être global de l'employé afin d'améliorer sa santé et sa qualité de vie.



### CONTRIBUER AU COFFRE DE LA COMMUNAUTÉ : FAVORISER L'IMPACT DANS NOS COMMUNAUTÉS LOCALES

Redonner à la collectivité fait partie intégrante de notre raison d'être et de la culture d'entreprise Hasbro. Nous soutenons les populations locales afin de laisser le monde, notre planète et la société dans un meilleur état pour les générations à venir. Nous sommes fiers d'offrir à tous les employés de Hasbro quatre heures de temps libre rémunéré par mois pour leur permettre de s'engager bénévolement là où ils vivent. Team Hasbro, élu meilleur programme de bénévolat des employés, offre toute l'année aux employés des occasions de s'investir. Nos projets d'actions bénévoles reflètent nos priorités en matière de philanthropie et s'alignent sur les domaines d'impact auxquels nos employés tiennent le plus. Depuis le mentorat pour les jeunes adultes dans la conception de jeux, à la création de nouveaux espaces de jeu, en passant par l'organisation de tournois pour collecter des fonds pour les enfants, etc. Sans oublier l'emballage des kits de jouets et de jeux "Play Relief" pour les familles de réfugiés. Les employés de Hasbro ont cumulé quelque 36 000 heures de bénévolat en 2021, au bénéfice de 150 000 enfants et adultes.

## Évolution des talents et gestion des performances

Au cours des 100 dernières années, nous avons eu le privilège de créer de la joie et des liens avec les gens du monde entier, et nous sommes impatients de vivre les 100 prochaines années. Nous savons que pour que notre entreprise reste prospère encore longtemps, notre équipe doit "sauter dans les flaques" et faire preuve d'esprit d'aventure et de courage dans les affaires, sans jamais oublier que nous sommes une entreprise fondée sur le jeu. Cela nécessite une équipe agile orientée développement des compétences. Notre organisation des ressources humaines favorise une culture de l'apprentissage en offrant à tous les membres de l'équipe des opportunités de développement qui répondent à leur curiosité et leur développement individuel tout en encourageant Hasbro à raconter des histoires qui enthousiasment nos fans.

En 2022, nous évaluons et redéfinissons notre approche du développement et de la performance des talents afin de mieux refléter le lien entre développement personnel et performance de l'entreprise. Un état d'esprit orienté développement des compétences est plus performant lorsqu'il rejoint les motivations et les ambitions individuelles. Nous donnons à nos salariés et à leurs managers les moyens de s'approprier leur formation et le développement de leur carrière. Nous élargissons l'accès à des expériences de développement telles que des missions élargies, des plateformes d'apprentissage, le coaching par les pairs et les opportunités de "gigs" dans différents projets et équipes. Nous explorons de nouvelles plateformes d'apprentissage pour engager nos équipes dans leur parcours de développement et accélérer notre croissance. Notre objectif est d'attirer, de retenir et de développer des talents ayant les compétences dont nous avons besoin et qui sont en phase avec notre raison d'être.



**Découvrez comment nos employés font la différence et ont un impact là où ils vivent.**



## Le bon talent. Les bonnes compétences.

L'année 2022 a marqué le début d'un parcours de transformation de plusieurs années pour Hasbro et notre organisation des ressources humaines. En commençant par notre Comité de Direction exécutif, nous avons accueilli notre nouveau PDG et une nouvelle Direction mondiale des Ressources Humaines au début de l'année 2022. Alors que notre entreprise s'organise pour mettre en œuvre notre stratégie Hasbro Blueprint, il est essentiel de comprendre les talents dont nous disposons et ceux dont nous aurons besoin pour atteindre (et dépasser) nos objectifs financiers et stratégiques.

Cette année, nous avons pris plusieurs mesures importantes pour renforcer notre processus international d'évaluation des talents actuels et ceux dont nous aurons besoin à l'avenir, dans toutes les entreprises du groupe avec pour objectifs de :

- > Obtenir une photo instantanée de nos talents actuels
- > Identifier les rôles clés pour notre succès stratégique
- > Identifier nos talents clés
- > Mettre en place un plan de relève des dirigeants
- > Traiter les risques de sous-performance et de départ

Dans le cadre de ces travaux, notre équipe des ressources humaines travaille en étroite collaboration avec les responsables commerciaux et opérationnels, afin de s'assurer que nous prenons des mesures pour développer les compétences des cadres de l'entreprise, que nous structurons toujours mieux les entretiens trimestriels d'évaluation des performances et que des plans de prévention du risque de départ sont mis en œuvre pour retenir les talents essentiels nécessaires à la réalisation de nos objectifs commerciaux.

## Favoriser une culture de l'apprentissage

Notre culture de travail agile et flexible exige un état d'esprit orienté développement. Nous le favorisons en insistant sur l'importance de la formation et du développement et en les encourageant. Nous offrons toute une palette de formations uniques que nos équipes peuvent exploiter pour développer leurs compétences.



### PLATEFORMES D'EXPÉRIENCE DE L'APPRENANT

Chez Hasbro, les salariés sont aux commandes du développement de leurs compétences grâce à la Learner Experience Platform (LXP), Degreed. Les LXP permettent un développement personnalisé des compétences, en phase avec les centres d'intérêt, les compétences et les rôles des membres d'une équipe. Elle leur permet d'accéder à une méthode d'apprentissage par l'expérience et à des opportunités de carrière pour soutenir leur développement personnel et contribuer au succès de Hasbro.



### MENTORAT DE GROUPE INTERNATIONAL

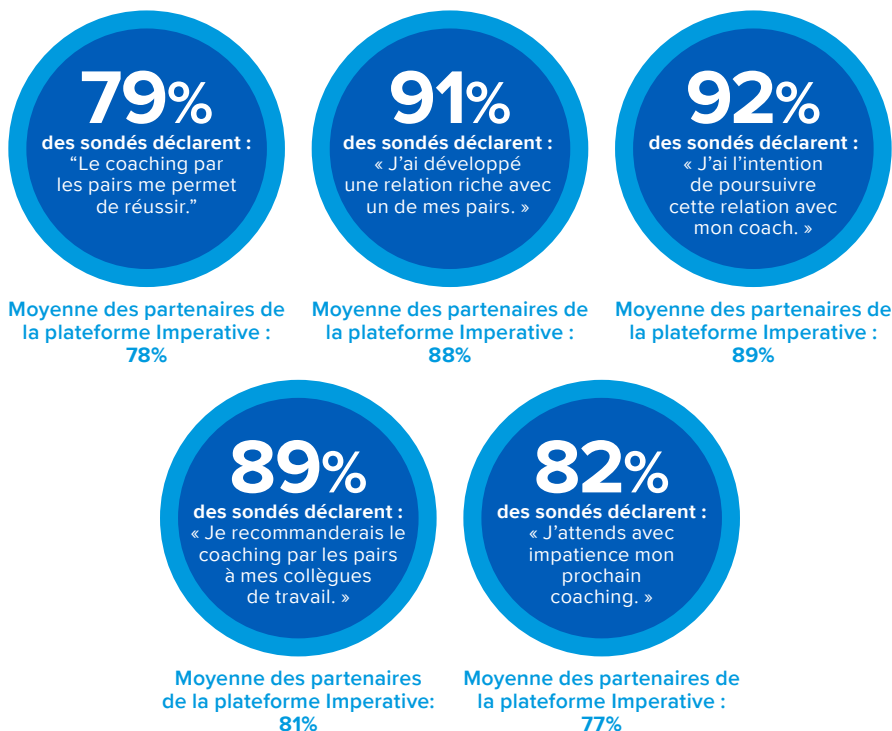
Tirant parti de notre culture d'apprentissage, nous avons lancé un programme de mentorat de groupe en 2020. Le mentorat de groupe consiste en un groupe de tutorés et un mentor, qui travaillent ensemble pour atteindre des objectifs de développement spécifiques afin de favoriser l'épanouissement personnel et professionnel. Les mentors guident les mentorés en partageant leur expérience, en posant des questions, en participant à des activités communes et en leur présentant d'autres personnes de l'entreprise qui peuvent les aider à atteindre leurs objectifs. C'est aussi l'opportunité pour les participants de mutuellement s'aider à se développer via la collaboration et la résolution de problèmes.

Notre programme mondial de mentorat de groupe met en relation des collègues de tous niveaux dans le monde entier afin de leur permettre d'obtenir des conseils et de croiser des points de vue différents. En deux ans, ce programme a soutenu, chaque année, plus de 50 mentors et 250 mentorés.

 COACHING ENTRE PAIRS

Nous sommes conscients que les relations interpersonnelles et la responsabilité sont le moteur de notre culture en matière de formation. En 2021, nous avons lancé une plateforme numérique de coaching par les pairs pour aider les membres de nos équipes à renforcer leurs liens avec un réseau interne de pairs. Le coaching par les pairs répond aux besoins de connexions sociales et de formation au travail des salariés. En utilisant les objectifs personnels définis grâce à l'outil d'évaluation dédié, les membres de l'équipe se sont engagés dans des échanges riches autour du développement et ont commencé à trouver des moyens de vivre leurs objectifs chez Hasbro comme ailleurs. Depuis le lancement de notre programme d'accompagnement par les pairs, nous avons constaté de solides résultats dans la durée.

**Coaching entre pairs : Résultats 2021**



Imperative est une plateforme d'apprentissage par l'IA utilisée par Hasbro pour le coaching par les pairs.

**Si ces chiffres ne parlent pas d'eux-mêmes, lisez ce que cette participante a à dire à ce sujet !**



*“Le coaching par les pairs m’a permis de rencontrer d’autres dirigeants de Hasbro. J’ai dû apprendre à organiser mon agenda pour consacrer du temps à ce mentorat et ces échanges m’ont confirmé la nature authentique des liens créés avec mon coach. J’ai aimé rencontrer des gens dans différents secteurs de l’entreprise ; ensemble, nous avons pu résoudre des problèmes en croisant nos points de vue. Je recommande vivement à chacun de saisir cette opportunité !”*

**–TANYA, DIRECTRICE SENIOR DES RELATIONS AVEC LES INVENTEURS ET DE L'INNOVATION, HASBRO CANADA**

 **SWAPPORTUNITIES ET GIGS**

Le développement chez Hasbro peut se faire aussi par le biais de nos plateformes Swappportunity et Gig Marketplace, qui offrent toutes deux aux salariés une occasion unique d'acquérir de nouvelles compétences dans un autre secteur de l'entreprise. Les Swappopportunities permettent aux employés de « se voir proposer un nouveau rôle » pour une mission temporaire, tandis que leur poste d'origine reste inchangé. La Gig Marketplace est une plateforme qui permet aux salariés d'acquérir de nouvelles compétences et de prêter leur talent à d'autres qui ont besoin de leur soutien. Les missions « gigs » internes sont des expériences de travail, des tâches et des projets courts au sein de Hasbro. Les équipes qui ont besoin de soutien peuvent afficher leurs « gigs » disponibles sur l'"intranet", et les employés intéressés peuvent postuler pour être recrutés pour cette mission, en fonction de leurs compétences et de leurs intérêts. Le modèle de travail GIG, permet aux équipes d'associer des talents internes à des projets critiques qui produiront une réelle valeur ajoutée, permettant ainsi aux employés de se soutenir les uns les autres, de construire de nouvelles relations et de se construire un réseau à l'échelle internationale. Ces missions peuvent varier d'un simple projet d'une heure à des missions plus longues qui doivent être réalisées dans le cadre des horaires de travail normaux. Ces deux programmes contribuent à la formation et au développement des compétences des employés, encourageant l'évolution de la carrière et offrent une vision plus globale de l'entreprise.

## Rémunération et avantages

Chez Hasbro, nous nous engageons à récompenser les bons comportements des membres de notre équipe. Cela comprend un programme complet de rémunération à l'échelon mondial, de primes en actions (en fonction du niveau du poste), des politiques de congés payés, des primes annuelles, des remises sur les produits et du temps pour le bénévolat. Nous offrons à nos salariés un ensemble de récompenses et d'avantages en fonction de leurs performances, de leurs compétences et de leur expérience. Notre objectif est de fournir des récompenses individuelles efficaces, pertinentes à l'échelle mondiale, qui décuplent notre capacité à motiver et à retenir les talents clés.

Une rémunération compétitive est la pierre angulaire de notre programme de rémunération globale. Nous réalisons une étude du marché et du secteur d'activité au moins une fois par an et, si nécessaire, nous révisons notre programme de rémunération et de primes. Cette analyse nous aide à rester compétitifs et à continuer d'attirer, de retenir et d'engager les meilleurs talents. Nous effectuons des audits d'équité salariale et passons en revue le salaire des employés à travers le monde pour atteindre l'équité en interne. Nous effectuons chaque année un examen de l'équité salariale au niveau mondial dans le cadre de notre cycle de planification de la rémunération, afin de nous assurer que les employés sont rémunérés de manière juste et équitable dans l'ensemble de l'organisation. Lorsque nous réalisons notre étude globale sur l'équité salariale, nous analysons les informations salariales en fonction de divers facteurs, notamment le sexe dans l'ensemble des pays, et par groupes ethniques aux États-Unis.

## Chez Hasbro, vous et vos proches

Chez Hasbro, prendre soin de nos employés, c'est aussi prendre soin de leurs familles. Dans certains de nos marchés, nous offrons un congé parental payé qui est amélioré, pour aller au-delà des exigences légales. Par exemple, aux États-Unis, les nouveaux parents, y compris les pères, les familles homoparentales et les parents adoptifs, peuvent bénéficier d'un congé parental, pouvant aller jusqu'à 10 semaines de congés payés pour s'occuper de leur nouveau-né ou de l'enfant adopté. Les mères biologiques bénéficient également de six à huit semaines de congé d'incapacité temporaire de courte durée, ce qui leur donne un total de 18 semaines de congés payés. Au Canada, la prestation gouvernementale destinée aux mères biologiques est complétée, jusqu'à hauteur de 100 % de leurs revenus perçus avant leur congé, et ce pour les huit premières semaines de congé maternité.

Hasbro est également convaincu de l'importance d'aider les employés à équilibrer leur vie professionnelle et personnelle. Nous proposons des politiques compétitives en matière de congés payés y compris en Amérique du Nord, jusqu'à quatre semaines de vacances par an à partir de la première année civile qui suit le recrutement d'un salarié ; une semaine de congé supplémentaire entre Noël et le jour de l'an ; et une journée de travail plus courte le vendredi dans de nombreuses localisations. En Europe, nos salariés bénéficient d'au-moins quatre semaines de congés payés par an, la plupart des pays offrant entre 22 et 28 jours. En Asie, nous offrons également à nos salariés jusqu'à cinq jours de congé bien-être en plus du congé annuel, pour leur permettre de s'occuper de leur bien-être personnel.

Nous sommes fiers d'être reconnus depuis plusieurs années, comme l'une des meilleures entreprises pour les parents qui travaillent, les aidants et les familles.



## La sécurité avant tout

La sécurité et le bien-être de nos salariés vont de pair avec la création d'une culture d'entreprise où ils peuvent réussir et donner le meilleur d'eux-mêmes. L'impact du COVID-19 a rendu cela encore plus évident. Nous sommes fiers de nous assurer que nos environnements de travail

sont sûrs et que nos salariés sont en bonne santé. Nous faisons participer activement les salariés – dans nos bureaux, studios, entrepôts de distribution et magasins de détail – à la promotion et à la garantie d'un environnement de travail sûr et sain. Par exemple, pour protéger nos salariés à leur retour dans nos bureaux en 2022, nous avons lancé un nouvel outil de recherche des contacts COVID-19. Il utilise les données « carte à carte » pour identifier et notifier les contacts proches si/quand un test COVID-19 positif est détecté dans l'un de nos bâtiments. Les cartes fonctionnent en Bluetooth "basse énergie" et émettent et reçoivent des signaux, lorsque deux cartes se sont trouvées dans un rayon de 2 mètres pendant 15 minutes ou plus. La mise en place d'outils comme celui-ci a fourni une protection supplémentaire à nos salariés et a continué à renforcer nos protocoles et nos programmes pour l'avenir.

Notre équipe de santé et de sécurité des employés maintient un système complet de normes strictes relatives à la santé et la sécurité dans les bureaux et installations que nous possédons et exploitons. Ces normes – qui reposent sur les bonnes pratiques mondiales et les exigences réglementaires – comprennent des processus de performance et de responsabilité ; l'éducation, la formation des employés, la communication avec eux, les enquêtes et rapports sur les incidents, et les audits de sécurité. En plus de répondre à nos normes internes, tous les sites Hasbro doivent se conformer aux exigences réglementaires locales et nationales.

## Notre avenir est prometteur

Nos équipes sont idéalement placées pour amener notre entreprise et notre incroyable portefeuille de marques vers de nouveaux sommets et pour exécuter le Plan d'action Blueprint 2.0. Notre vision est audacieuse, et nous sommes convaincus d'avoir les équipes et les structures en place pour atteindre nos objectifs, tout en faisant du monde un endroit meilleur. Plus important encore, nous y parviendrons en continuant à travailler avec intégrité, dans le respect et en favorisant l'inclusion de chacun. Recruter, assurer le développement des compétences et la fidélisation de personnes de talent, est la clé du succès de toute entreprise, surtout quand il s'agit d'une entreprise aussi dynamique et créative que Hasbro.

	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Salariés, nouvelles recrues et départs volontaires<sup>22</sup></b>					
<b>Nombre total de salariés</b>	<b>5,660</b>	<b>5,288</b>	<b>5,261</b>	<b>6,473</b>	<b>6,420</b>
> Salariés (de moins de 30 ans)	829 (15%)	751 (14%)	702 (13%)	926 (14%)	953 (15%)
> Salariés (de 30 à 50 ans)	3,682 (65%)	3,526 (67%)	3,519 (67%)	4,320 (67%)	4,231 (66%)
> Salariés (de 51 ans et plus)	1,138 (20%)	996 (19%)	1,029 (20%)	1,227 (19%)	1,235 (19%)
<b>Nombre total et taux d'embauche de nouveaux salariés</b>	<b>1,276</b>	<b>1,187</b>	<b>1,071</b>	<b>1,069</b>	<b>1,848</b>
> Nouveaux salariés (de moins de 30 ans)	582	499	412	428	652
> Nouveaux salariés (de 30 à 50 ans)	576	573	533	525	1,013
> Nouveaux salariés (de 51 ans et plus)	118	112	125	116	181
> Nouvelles recrues (% qui se considèrent comme un homme) <sup>23</sup>	–	–	–	–	42%
> Nouvelles recrues (% qui se considèrent comme un femme)	56%	59%	60%	52%	57%
> Nouvelles recrues (% qui se considèrent « autre ») <sup>23</sup>	–	–	–	–	1%
<b>Turnover volontaire</b>	<b>8%</b>	<b>11%</b>	<b>11%</b>	<b>8%</b>	<b>14%</b>
> Turnover volontaire (de moins de 30 ans)	12%	14%	25%	15%	21%
> Turnover volontaire (de 30 à 50 ans)	8%	10%	12%	7%	14%
> Turnover volontaire (de 51 ans et plus)	7%	10%	6%	5%	8%
> Turnover volontaire (% qui se considèrent comme un homme) <sup>23</sup>	–	–	–	–	12%
> Turnover volontaire (% qui se considèrent comme un femme)	9%	11%	12%	8%	14%
> Turnover volontaire (% qui se considèrent « autre ») <sup>23</sup>	–	–	–	–	30%

<sup>22</sup> Veuillez consulter les Principes de reporting – People **page 98**.

<sup>23</sup> Pour que nos données sur le personnel soient plus inclusives, nous avons décidé de répartir nos données sur les nouvelles recrues et le turnover du personnel entre les catégories “femmes”, “hommes” et “autres”. Nous avons déjà publié des données sur le personnel féminin et non féminin, voir notre mise à jour des données RSE 2020 pour les années de comparaison. En 2021, nous présenterons les nouvelles catégories de genre “hommes” et “autres”. “Autre” comprend les réponses des employés non renseignées dans le système d’eOne et “Non déclaré” ou “Autre” dans le système de Hasbro/Wizards of the Coast.



2017

2018

2019

2020

2021

## Salariés, nouvelles recrues et turnover volontaire par zone géographique

	2017	2018	2019	2020	2021
<b>USA</b>					
> Nombre total de salariés	2,661	2,455	2,519	2,806	2,803
> Nombre de nouvelles recrues	749	703	588	500	806
> Turnover volontaire	6%	8%	8%	6%	12%
<b>Canada</b>					
> Nombre total de salariés	172	182	176	522	504
> Nombre de nouvelles recrues	24	30	21	46	125
> Turnover volontaire	8%	7%	10%	7%	18%
<b>Asie Pacifique</b>					
> Nombre total de salariés	1,209	1,166	1,186	1,211	1,194
> Nombre de nouvelles recrues	208	227	215	127	259
> Turnover volontaire	11%	16%	14%	7%	13%
<b>Europe</b>					
> Nombre total de salariés	1,323	1,208	1,122	1,511	1,465
> Nombre de nouvelles recrues	235	178	204	200	358
> Turnover volontaire	9%	11%	14%	8%	9%
<b>Amérique latine</b>					
> Nombre total de salariés	160	145	133	134	125
> Nombre de nouvelles recrues	33	30	30	13	30
> Turnover volontaire	8%	15%	19%	10%	17%
<b>Mexique</b>					
> Nombre total de salariés	135	132	125	289	329
> Nombre de nouvelles recrues	27	19	13	183	270
> Turnover volontaire	12%	7%	14%	42%	47%

2017

2018

2019

2020

2021

## Diversité, Equité, Inclusion

### Les femmes dans nos effectifs

> Personnel féminin	55%	55%	55%	54%	55%
> Dirigeants et cadres de sexe féminin	38%	41%	42%	43%	46%
> Cadres supérieurs de sexe féminin	–	–	–	2	3
> Salariées américaines	54%	55%	53%	52%	52%
> Dirigeants et cadres de sexe féminin aux Etats-Unis	38%	41%	42%	41%	43%

### Diversité raciale et ethnique de notre main-d'œuvre (États-Unis)

> Salariés issus de la diversité raciale/ethnique	17%	18%	19%	21%	22%
> Dirigeants et cadres issus de la diversité raciale/ethnique	8%	10%	10%	14%	14%
> Nouvelles recrues issues de la diversité raciale/éthnique	25%	26%	25%	31%	34%

### Salariés par groupe ethnique (États-Unis)

> Amérindien/Alaskien	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
> Asiatique	6%	7%	7%	7%	8%
> Noirs ou Afro-américains	2%	2%	2%	3%	3%
> Hispaniques/Latinos	8%	8%	8%	8%	8%
> Amérindien d'Hawaii ou insulaire du Pacifique	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%
> Issus de deux groupes ethniques différents	1%	1%	2%	2%	2%
> Blancs	83%	82%	81%	80%	78%

### Diversité selon le type d'emploi

<b>Nombre total d'employés permanents</b>	–	–	–	<b>6,402</b>	<b>6,239</b>
> % Total des employés permanents – Femmes	–	–	–	54%	54%
> % du total des employés permanents – issu d'une minorité (États-Unis seulement)	–	–	–	21%	22%
<b>Nombre total d'employés occasionnels<sup>24</sup></b>	–	–	–	<b>71</b>	<b>181</b>
> % Total des employés occasionnels – Femmes	–	–	–	66%	71%
> % du total des employés occasionnels – issu d'une minorité (États-Unis seulement)	–	–	–	11%	30%

<sup>24</sup> Pour 2021, les employés occasionnels comprennent les stagiaires. Les stagiaires n'étaient pas inclus dans les données de 2020.

2017

2018

2019

2020

2021

suite

Nombre total d'intérimaires <sup>25</sup>	–	–	–	129	131
Nombre total d'incidents liés à la discrimination pendant la période de référence	–	–	–	2	0

## Engagement et développement des salariés

Proportion d'employés évaluant leur niveau d'engagement comme étant activement engagé <sup>26</sup>	–	–	–	–	71.70%
---	---	---	---	---	--------

## Santé, sécurité et bien-être du personnel

### Taux d'incidence (par 200 000 heures travaillées)<sup>27</sup>

> Blessures et maladies déclarées	1.11	0.89	0.30	0.33	0.15
> Accidents et maladies avec arrêt de travail	0.82	0.45	0.16	0.29	0.48
> Journées de travail perdues	8.14	7.53	2.81	10.74	5.16
> Accidents du travail mortels	0	0	0	0	0

### Taux d'incidence par région (pour 200 000 heures travaillées)

#### Amériques

> Blessures et maladies déclarées	1.98	1.21	0.23	0.18	0.03
> Accidents et maladies avec arrêt de travail	1.50	0.60	0.19	0.13	0.42
> Journées de travail perdues	17.13	10.72	14.43	9.91	1.87

#### Europe

> Blessures et maladies déclarées	0.49	0.63	0.46	0.81	0.50
> Accidents et maladies avec arrêt de travail	0.30	0.11	0.23	0.76	0.92
> Journées de travail perdues	0.57	0.54	2.00	21.24	16.66

#### Asie Pacifique

> Blessures et maladies déclarées	0.17	0.46	0.27	0.13	0.09
> Accidents et maladies avec arrêt de travail	0.17	0.23	0.00	0.13	0.09
> Journées de travail perdues	1.12	1.55	0.00	0.20	0.37

<sup>25</sup> Veuillez consulter les Principes de présentation des rapports – People page 98.

<sup>26</sup> Veuillez consulter les Principes de présentation des rapports – People page 98.

<sup>27</sup> Diminution significative due à une meilleure précision des données (voir Principes de présentation des rapports – People page 98) ainsi qu'aux progrès réalisés dans la mise en œuvre de programmes de sécurité sur certains sites.

2017

2018

2019

2020

2021

### Droits de l'homme et relations de travail

Le personnel de sécurité, y compris les employés d'une entreprise de sécurité tierce, qui a reçu une formation en bonne et due forme sur les politiques de Hasbro en matière de respect des droits de l'homme et autres procédures spécifiques et leur application à la sécurité.

-

-

-

100%

100%

Salariés de Hasbro protégés par des syndicats ou des conventions collectives au niveau mondial<sup>28</sup>

10.50%

10.50%

9.60%

11.85%

11.40%

<sup>28</sup> Les chiffres de 2020 ont été recalculés en raison d'une erreur de déclaration cette année-là.



# principles

**Créer de la joie et construire une communauté internationale et inclusive requiert une adhésion sans faille aux plus hauts principes d'équité et de justice.** Chez Hasbro, nous nous engageons à traiter nos partenaires, employés et clients avec dignité, et nous nous efforçons de faire ce qui est juste. Grâce à notre politique ESG et notre gouvernance d'entreprise, ainsi qu'à une politique rigoureuse en matière d'éthique, nous garantissons une gestion de nos activités, du bien-être de nos équipes et des collaborateurs de la chaîne d'approvisionnement, fondée sur des principes clairs. Nous vérifions l'adhésion à nos principes par des formations régulières et continues et par l'engagement des parties prenantes.

## Ce chapitre met en évidence:

- > l'approvisionnement éthique
- > le respect des droits de l'homme
- > l'éthique des affaires et la gouvernance
- > la cybersécurité et la protection des données



## Sourcing éthique

Hasbro a une longue histoire et un engagement de longue date en matière de sourcing éthique. Nous avons été l'une des premières entreprises de l'industrie des produits de consommation à mettre en place des principes d'éthique et de sécurité pour nos propres usines et pour les usines tierces, dès les années 1990. Depuis lors, nous avons fait évoluer notre programme afin de rester en phase avec l'évolution constante du respect des droits de l'homme dans le monde. Notre programme se fonde sur le **Hasbro Global Business Ethics Principles** (HGBEP), qui énonce les principes fondamentaux que tous les fournisseurs tiers doivent respecter. Nous nous engageons régulièrement, en présentiel ou en distanciel, auprès de nos partenaires, sur les chaînes de production, afin de garantir leur formation continue. Cela nous permet d'évaluer sur place les environnements de travail et de traiter en temps réel les problèmes au fur et à mesure qu'ils se présentent. Hasbro exige des conditions de travail équitables, sûres et légales, ainsi que la dignité et le respect des travailleurs. Cultiver et entretenir un dialogue ouvert avec nos fournisseurs est un principe important de notre programme et nous aide à construire et à promouvoir la confiance et la transparence dans notre chaîne d'approvisionnement. En plus de notre programme de conformité sociale, nous cherchons également à réaliser des investissements innovants pour soutenir les collaborateurs et leurs familles et avoir un impact positif auprès des populations locales.

### Principes internationaux pour une éthique commerciale

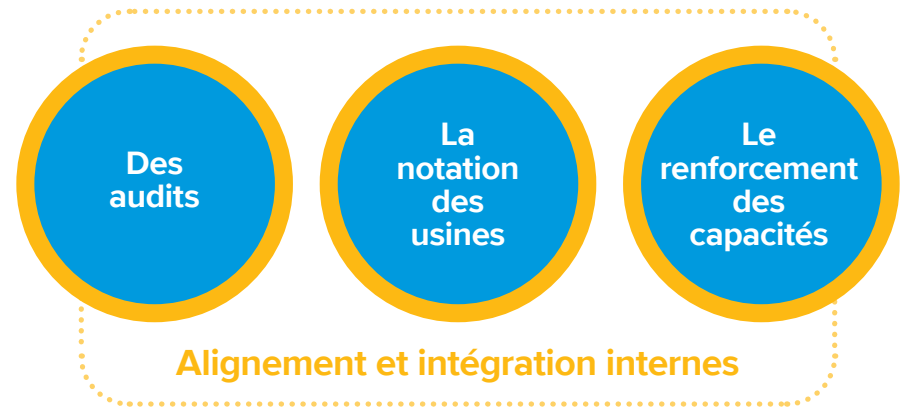
Toutes les installations impliquées dans la production de produits Hasbro ou de produits sous licence doivent accepter par contrat de se conformer à notre HGBEP, qui vise à faire respecter et à protéger les droits de l'homme comme suit :

- > **Protéger** : les heures de travail et la rémunération, la santé et la sécurité, l'environnement, la liberté syndicale et de négociation collective ; et
- > **Interdire** : le travail forcé, le travail des enfants, les abus et la discrimination et l'acceptation d'avantages en échange de l'exercice d'une influence.

Sont soumis au HGBEP les fournisseurs tiers, les entrepôts détenus et exploités par Hasbro ainsi que les titulaires de licences Hasbro. En outre, nos fournisseurs sont tenus de s'assurer que l'ensemble de leur chaîne d'approvisionnement respecte le HGBEP.

### Conformité de l'approvisionnement éthique

Nous aidons nos fournisseurs à respecter le HGBEP par les moyens suivants :



### AUDITS

Hasbro est membre de la Responsible Business Alliance (RBA), la plus grande alliance multisectorielle au monde qui s'engage à soutenir les droits et le bien-être des travailleurs de la chaîne d'approvisionnement. Nous intégrons le code de conduite des fournisseurs de la RBA (mis à jour tous les trois ans) dans notre programme de conformité sociale. Nous nous imposons, ainsi qu'à nos fournisseurs, les normes les plus élevées en matière de conditions de travail et de respect des droits de l'homme. Nous demandons à tous les fournisseurs de communiquer le HGBEP et le code de conduite RBA à leurs chaînes d'approvisionnement respectives, y compris aux fournisseurs de composants et de matières premières, afin de garantir la conformité tout au long de la chaîne d'approvisionnement. La RBA propose également des outils de conformité sociale de premier

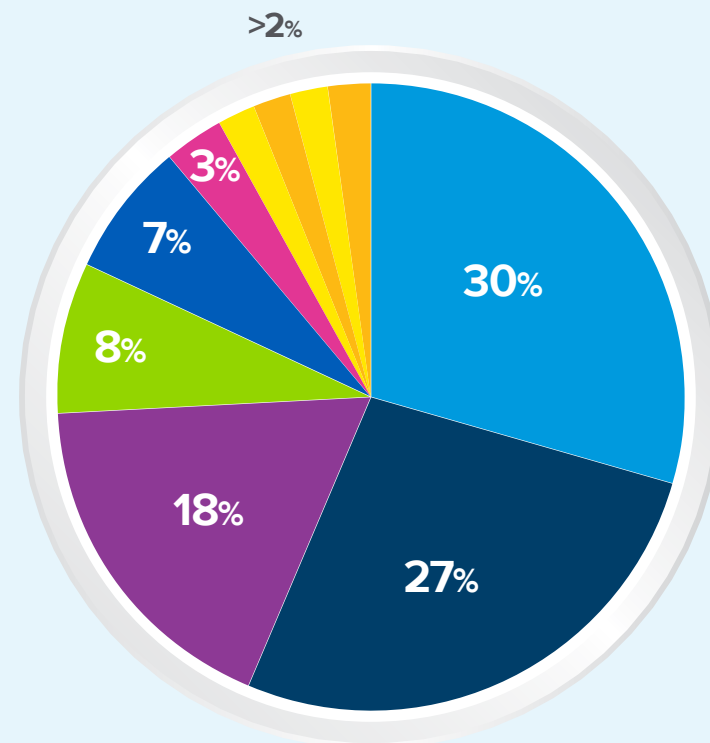
ordre, tels qu'une plateforme d'apprentissage en ligne et un système d'évaluation des travailleurs en usine, que nous exploitons également.

Chaque année, toutes les usines de notre chaîne d'approvisionnement mondiale sont soumises à des audits obligatoires et inopinés, ainsi que des audits de suivi pour remédier à tout problème identifié. Ces audits, menés par des auditeurs indépendants, évaluent les usines sur des questions clés comme la santé et la sécurité, les salaires et les avantages sociaux et le traitement équitable des employés. Hasbro suit de près et analyse les résultats de tous les audits, puis s'engage personnellement et individuellement auprès de chaque usine pour identifier les résolutions à prendre pour remédier aux problèmes en suspens par le biais de plans d'actions correctives (PAC). Les éléments clés d'un PAC comprennent : l'analyse des causes profondes, les plans d'action à court et à long terme, leur affectation à des cadres de l'usine pour la correction des non-conformités et le respect des délais de résolution prévus. Si des **problèmes de tolérance zéro (ZT)** affectant gravement les droits ou la sécurité des travailleurs sont identifiés au cours d'un audit, l'usine dispose d'un délai de 30 jours maximum pour y remédier, sous peine de voir son activité suspendue. Les **problèmes critiques** sont ceux qui peuvent avoir un impact négatif sur les droits individuels des travailleurs, la vie, la sécurité ou la réputation de l'entreprise Hasbro. Les problèmes critiques nécessitent une correction immédiate et seront vérifiés lors des audits de suivi.

Outre nos audits de conformité sociale annuels et inopinés, nous mandatons des sociétés d'audit de conformité sociale tierces, indépendantes pour mener des audits annuels de surveillance basés sur les risques couvrant au moins 10 % de notre chaîne de fabrication en sous-traitance. Ce niveau supplémentaire de rigueur nous aide à identifier les problèmes potentiellement plus difficiles à découvrir lors d'un audit de conformité sociale standard. Par exemple, des problèmes liés à la discrimination ou au harcèlement sexuel sont plus difficiles à détecter lors d'audits réguliers. Dans le cadre du processus de surveillance, les auditeurs peuvent passer plus de temps à recueillir des commentaires directement auprès des travailleurs de la chaîne d'approvisionnement. Ces données supplémentaires peuvent parfois révéler des problèmes qui nécessitent des stratégies de correction spécifiques au fournisseur.

## 10 PRINCIPAUX RÉSULTATS D'AUDIT EN 2021

100% des plans d'actions correctives approuvés



### PROBLÈMES CRITIQUES :

- Heures de travail
- Préparation aux situations d'urgence
- Salaires et avantages
- Sécurité au travail
- Emploi librement choisi
- Accidents du travail et maladies professionnelles
- Protection des jeunes travailleurs\*
- Transparence
- Liberté Syndicale
- Non-discrimination

Résultats obtenus à partir de 115 audits menés dans 76 usines.

\* Les résultats concernant la protection des jeunes travailleurs sont obtenus par rapport aux normes relatives à la protection spécifique applicable aux jeunes travailleurs de 16 à 18 ans.

## ★ CLASSEMENT DES USINES

En 2019, Hasbro a lancé son système de notation des usines sur les questions de sourcing éthique. Cet outil organise, suit et catégorise les performances des usines dans un format instantané simple, avec un code couleur. L'outil aide nos fournisseurs à comprendre et à suivre leurs performances et il est lié à des échéances d'audit de suivi. Il renforce également les tableaux de bord de chaque fournisseurs de Hasbro, en intégrant la conformité sociale comme indicateur de performance clé.

Les autres avantages de ce système d'évaluation sont les suivants :

- > Une visibilité accrue de Hasbro et des fournisseurs sur les problèmes ouverts par site de production
- > Des conseils pour les usines sur la priorisation des problèmes en cours à corriger.
- > Fixation des objectifs de performance des fournisseurs en fonction des données recueillies
- > Primes et sanctions basées sur la performance
- > Analyse comparative des fournisseurs.

## 📈 RENFORCEMENT DES CAPACITÉS

Aussi forts que soient les principes sur le papier, leur mise en oeuvre partagée est la clé d'un succès durable à long terme. Notre objectif est de donner à la direction de l'usine les moyens de s'approprier la conformité. À cette fin, nous exigeons que nos fournisseurs s'inscrivent dans un cycle de formation continue et complète. L'ensemble des directeurs de nos usines tierces doit suivre la formation Hasbro Ethical Sourcing Academy. L'Academy est un cours d'apprentissage en ligne de 30 heures sur la conformité sociale qui forme et renforce les exigences rigoureuses d'Hasbro en matière de sourcing éthique. Cette formation en ligne obligatoire est associée à des ateliers mensuels en présentiel que l'équipe d'approvisionnement éthique de Hasbro organise dans nos bureaux du monde entier.

Nous proposons également des formations en présentiel aux membres de l'équipe Hasbro qui travaillent en étroite collaboration avec nos fournisseurs, y compris nos équipes en charge de sécurité à l'échelle mondiale, d'assurance qualité et de sourcing local. L'un des outils de notre programme de formation est le « *Guide de l'approvisionnement éthique pour le personnel visitant les usines* » qui aide les équipes de Hasbro à identifier les signaux d'alarme potentiels lors d'un audit portant sur le sourcing éthique.

### SYSTÈME DE NOTATION HASBRO DES USINES POUR UN SOURCING ÉTHIQUE

Note / classement de l'usine	statut d'approbation de l'usine
86%-100% Aucun problème critique	Approuvée (auditée tous les ans)
51%-85% 1 problème critique	Approbation sous condition (audit de surveillance dans 6 à 9 mois)
0%-50% 1 problème Tolérance Zéro ou 2 problèmes critiques	Aucune commande n'est autorisée sans correction immédiate (audit de surveillance dans 1 à 3 mois)

Un problème critique est un problème qui impacte négativement et de manière significative les droits individuels des travailleurs et/ou leur vie, leur sécurité, comme indiqué dans le « **Hasbro Ethical Sourcing Guide for Licensees** ». Les problèmes « tolérance zéro » sont ceux qui impactent gravement les droits individuels, la vie, la sécurité et/ou la réputation de l'entreprise Hasbro.

## La puissance de notre chaîne d'approvisionnement

Notre chaîne d'approvisionnement comprend à la fois les fournisseurs directs qui fabriquent les produits Hasbro (fournisseurs et sous-traitants) ainsi que les usines fabriquant sous licence. Actuellement, notre chaîne d'approvisionnement compte environ 180 usines de fournisseurs et de sous-traitants dans 14 pays. Notre chaîne d'approvisionnement des entreprises exploitant nos licences compte quelque 1 800 titulaires de licence et 3 000 usines réparties dans 24 pays. Pour une liste complète des fournisseurs et des usines tierces de Hasbro, consultez notre **liste 2021**.

Garantir la conformité sociale de notre chaîne d'approvisionnement dans le monde entier est un engagement de tous les jours qui exige une attention et un soin constants. L'une des forces de notre chaîne d'approvisionnement réside dans la relation étroite que nous entretenons avec nos fournisseurs, ce qui a été possible grâce à une cohérence transversale, des partenariats durables avec les fournisseurs et une planification à long terme. Cette gestion de la chaîne d'approvisionnement favorise un engagement fort de nos fournisseurs et leur adhésion à notre programme HGBEP.



### UNE SEULE VOIX : ALIGNEMENT ET INTÉGRATION INTERNES

La surveillance de notre programme qui pilote le respect des droits de l'homme et le sourcing éthique à l'échelon international, s'inscrit dans la structure de gouvernance de l'ESG. Le Conseil d'administration supervise notre objectif et nos performances ESG par le biais du Comité de gouvernance. Les questions ESG, dont la diversité, l'équité et l'inclusion (DE&I), le climat, le respect des droits de l'homme et la gestion du capital humain, sont des points réguliers à l'ordre du jour du Comité de gouvernance. Le Comité de gouvernance est chargé d'analyser ces questions et de formuler des recommandations à l'ensemble du Conseil. En outre, le Comité d'audit supervise la SEC et les divulgations publiques dans certains domaines tels que les minerais de conflit, le risque climatique et le risque d'entreprise. Le Comité de rémunération prend également en compte les performances et les priorités ESG lorsqu'il décide du plan de rémunération. L'ensemble du Conseil reçoit des mises à jour régulières. Le Conseil d'administration est qualifié pour exercer cette surveillance, étant donné la diversité de ses compétences, de ses points de vue, de son expertise et de l'ancienneté de ses membres dans les affaires.

Au niveau de la direction, notre Direction mondiale RSE est responsable de la stratégie et des performances ESG de l'entreprise. Notre PDG et le Comité de Direction exécutif examinent régulièrement les progrès en matière d'ESG, y compris pour ce qui concerne le respect des droits de l'homme et le sourcing éthique. Un engagement et une collaboration solides entre notre gestion de la chaîne d'approvisionnement et la direction du sourcing éthique favorise également la cohérence interne. Cela nous permet de parler à nos usines tierces d'une seule et même voix. Notre communication interne est cohérente et cela nous permet de communiquer aux usines l'importance fondamentale que nous accordons à la garantie de conditions de travail sûres dans le respect des droits fondamentaux. Cette approche est renforcée par nos tableaux de bord intégrés pour le suivi des fournisseurs, où leurs performances sont évaluées en termes de qualité, de coûts, de délais de livraison mais aussi de conformité sociale. Notre équipe de sourcing éthique participe à toutes les réunions mensuelles autour des fiches d'évaluation des fournisseurs, en partenariat avec nos responsables commerciaux.



### UN LEVIER FORT : DES PARTENARIATS SOLIDES ET DURABLES AVEC LES FOURNISSEURS

Notre étroite collaboration avec nos quelque 75 usines tierces directes est fondée sur des valeurs partagées et sur la responsabilité. Certains de ces fournisseurs travaillent avec Hasbro depuis des décennies et ont fait leurs preuves. Ces relations solides favorisent un engagement direct et partagé pour faire progresser le respect des droits de l'homme dans le monde.



### PLANIFICATION À LONG TERME ET APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE

La stratégie de répartition des sources d'approvisionnement de Hasbro est conçue pour soutenir les objectifs commerciaux et les exigences éthiques liés à l'approvisionnement. En consolidant la production dans un nombre réduit d'usines plus performantes, nous pouvons planifier l'allocation de marchés sur deux ans ou plus. Ce modèle efficace d'allocation de marchés permet aux fournisseurs de planifier à plus long terme leur production et leurs besoins en main-d'œuvre, ce qui permet également de gérer le temps de travail et de garantir les emplois.

### Garantir l'absence de minerais de conflit

Notre programme d'approvisionnement éthique est responsable des "minéraux de conflit" (étain, tantale, tungstène et or, également connus sous le nom de conformité "3TG"). Bien que nous n'utilisions que peu de 3TG dans nos produits, dans la mesure où ils sont utilisés, notre programme garantit qu'ils proviennent de zones de paix.

Depuis le lancement de notre programme sur les minéraux de conflit en 2013, nous n'avons cessé d'améliorer nos performances d'une année sur l'autre. Les détails concernant nos performances sont disponibles dans notre **rapport 2021 sur les minerais de conflit**.

Les faits marquants de 2022 comprennent un processus d'engagement des fournisseurs amélioré pour traiter les réponses des fournisseurs qui ne sont pas conformes à notre évaluation 3TG. Cette année également, nous avons élargi la portée de notre programme au-delà de la conformité 3TG et à la loi Dodd-Frank sur la réforme de Wall Street et la protection des consommateurs pour inclure le cobalt. Bien que l'utilisation du cobalt par Hasbro soit limitée, les deux principales raisons de l'inclure sont les suivantes : (1) le travail des enfants a été identifié comme un risque dans le processus d'extraction du cobalt ; et (2) pour étendre notre diligence raisonnable en matière de minéraux au-delà des exigences légales.

Nous continuons à apprendre et à adopter les meilleures pratiques pour un approvisionnement sans conflit, tout en assurant le développement économique et social dans les régions "en conflit". Pour plus d'informations sur notre chaîne d'approvisionnement, veuillez consulter la dernière mise à jour de notre **liste d'usines tierces**, accessible au public et mise à jour chaque année depuis 2011.

### Protection de la propriété intellectuelle et comportement concurrentiel

Les principes de la sécurité en matière de propriété intellectuelle sont inhérents à toutes les disciplines et tous les aspects de notre activité. La nature confidentielle de la propriété intellectuelle de Hasbro et de nos partenaires est au cœur de nos processus et de notre prise de décision.



### FABRICANTS FOURNISSEURS

Hasbro exige de tous ses fabricants fournisseurs qui ont accès à sa propriété intellectuelle qu'ils se conforment à ses normes de sécurité mondiales. Ces normes sont conçues pour identifier les faiblesses critiques potentielles et favoriser l'amélioration continue. Dans le cadre de ce programme de conformité, l'équipe de sécurité mondiale de Hasbro procède à des auto-évaluations de routine, à des évaluations sur site et à des vérifications ponctuelles inopinées auprès des fournisseurs et de leurs principaux sous-traitants.



### DÉTAILLANTS

Hasbro travaille en étroite collaboration avec ses clients pour répondre à leurs besoins commerciaux tout en évitant toute divulgation, à la concurrence, de données relevant de la propriété intellectuelle confidentielle et en préservant la confiance des consommateurs. Nous travaillons d'arrache-pied pour contrôler la propriété intellectuelle non publiée et empêcher toute divulgation prématurée aux concurrents, tout en garantissant les commandes des clients.

## Droits de l'homme

Chez Hasbro, rien n'est plus important que la sécurité, le bien-être et la dignité de nos salariés et des collaborateurs de notre chaîne d'approvisionnement. Nous pensons que tout individu a droit aux libertés et aux droits fondamentaux, et nous nous efforçons de prévenir et d'atténuer tout impact négatif sur les droits de l'homme dans l'ensemble de nos activités. Nos engagements en matière de droits de l'homme sont considérés par le prisme des principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme. Nous mettons en œuvre ces engagements au travers de politiques, notamment notre **politique en matière de droits de l'homme**, notre **code de conduite**, notre **politique en matière d'environnement, de santé et de sécurité**, notre **politique de recrutement responsable** et notre HGBEP. Tous les employés de Hasbro sont tenus de respecter l'engagement de l'entreprise en matière de droits de l'homme dans l'ensemble de ses activités commerciales et nous veillons à ce que tous s'y conforment par le biais de formations approfondies.



## Collaborateurs de la chaîne d'approvisionnement

Nous assumons notre obligation de respecter les droits de l'homme partout où nous opérons. Nous concentrons nos ressources et nos efforts dans les régions où les risques de violation sont les plus importants et là où les populations sont les plus vulnérables. Compte tenu de la nature de notre modèle de chaîne d'approvisionnement et des zones géographiques où nous opérons, l'essentiel de nos efforts pour garantir le respect de la législation sur le travail et le respect des droits de l'homme se concentre sur des pays comme l'Inde, le Vietnam et le Mexique.

Nous nous efforçons de travailler avec des partenaires de la chaîne d'approvisionnement qui partagent un engagement fort en faveur des droits de l'homme. Le partage des valeurs est un facteur essentiel, non seulement pour la réussite des opérations, mais aussi pour l'intégrité de notre entreprise. Comme le précise notre **politique en matière de respect des droits de l'homme**, il est essentiel que les partenaires de la chaîne d'approvisionnement s'engagent à garantir des conditions de travail équitables et sûres à tous leurs collaborateurs et à les traiter avec dignité et respect. Nous mettons en œuvre nos engagements en matière de respect des droits de l'homme dans notre chaîne d'approvisionnement par le biais de notre HGBEP, qui interdit toute forme de travail forcé, notamment la traite des êtres humains et l'esclavage moderne. Pour faciliter l'identification des risques dans certaines régions du monde et des populations vulnérables, nous procédons à des évaluations annuelles des risques de la chaîne d'approvisionnement et examinons la situation du pays concerné en matière de droits de l'homme et de législation sur le travail, y compris lorsqu'il y a recours à des agences de main-d'œuvre et à des travailleurs sous contrat.

Nous nous attaquons activement aux principaux problèmes liés aux droits de l'homme dans notre chaîne d'approvisionnement, notamment le travail forcé, la rémunération des travailleurs, le temps de travail et l'égalité entre hommes-femmes.

Nous affinons nos techniques pour identifier puis éliminer tout risque de travail forcé dans notre chaîne d'approvisionnement. Le travail forcé est une question qui continue de s'imposer comme une priorité absolue. Nous interdisons toute forme de travail forcé, y compris le trafic d'êtres humains et l'esclavage moderne, comme le précise notre **Déclaration sur l'esclavage moderne dans le monde**. Comme indiqué dans notre **politique de recrutement responsable**

**2021**, nous interdisons également aux usines de facturer aux nouvelles recrues, des frais d'embauche ou des pénalités s'ils démissionnent, qu'elles soient embauchées directement ou par l'intermédiaire de tiers.

L'engagement et la communication directe avec les travailleurs de nos usines sont essentiels à nos efforts. Nous avons mis en place une ligne d'assistance téléphonique mondiale traduite dans les langues communément comprises par les travailleurs. Les usines sont tenues d'afficher les informations concernant la ligne d'assistance bien en évidence, dans des endroits tels que les cantines, les dortoirs ou les toilettes. La ligne d'assistance téléphonique est une ressource confidentielle pour recueillir les doléances des travailleurs en rapport avec le HGBEP. En 2020, nous avons testé une nouvelle application, "RBA Voices", pour communiquer directement en temps réel avec les travailleurs des usines. Grâce à cette application, nous avons pu non seulement confirmer la conformité des usines mais aussi identifier de nouveaux axes d'amélioration.

## Évaluation à 360° du respect des droits de l'homme

Notre programme de surveillance du respect des droits de l'homme continue d'évoluer en fonction de nos activités et de l'endroit où elles s'exercent. En 2021, nous avons pris des mesures pour mieux comprendre le paysage plus large dans lequel ils s'inscrivent au-delà de notre chaîne d'approvisionnement et avons réalisé notre première étude d'impact interentreprise sur les droits de l'homme à l'échelle mondiale. L'objectif de cette évaluation était d'identifier et de classer par ordre de priorité les problèmes posés par le non-respect des droits de l'homme susceptibles de se produire dans les secteurs industriels dans lesquels nous opérons. Les domaines examinés comprenaient la logistique (comme le transport routier, l'entreposage et le transport maritime), les jeux numériques et la production cinématographique et télévisuelle. Cette évaluation a permis d'identifier des tendances à l'échelle du secteur et des recommandations spécifiques que nous pourrions mettre en œuvre pour atténuer les risques de manière proactive. Par exemple, nous avons renforcé les dispositions relatives au respect des droits de l'homme dans les contrats de nos principaux prestataires logistiques afin de mieux les protéger lors du transport de nos marchandises.

## Priorité au bien-être des collaborateurs

Chez Hasbro, nous reconnaissons notre obligation d'aller "au-delà de la conformité" dans notre chaîne d'approvisionnement et nos communautés. Nous réalisons des investissements stratégiques pour avoir un impact positif et améliorer la vie des travailleurs de notre chaîne d'approvisionnement. En nous appuyant sur des opérations pilotes de bien-être des collaborateurs lancées en 2018, notre objectif est d'opérer un véritable changement dans la vie de nos salariés et leurs familles. En 2021 et 2022, les nouvelles initiatives parrainées par Hasbro dans les usines de nos fournisseurs sont les suivantes :

- > Mise en œuvre du projet HER de BSR pour soutenir nos salariées dans les usines en Chine, y compris le programme HERFinance pour les aider à acquérir des compétences dans le domaine de la finance et le programme HERHealth qui informe les femmes et les aide à accéder à des services essentiels à leur santé. Jusqu'en 2021, le programme a touché 2 300 travailleuses et a formé 67 managers pour diriger ce programme dans les années à venir.
- > Un programme de formation des parents en Chine pour aider les travailleurs migrants à renforcer leurs relations avec leurs enfants en leur enseignant des techniques de communication efficaces et des compétences parentales positives. En 2021, ce programme a concerné 500 travailleurs.
- > Les programmes Child-Friendly Spaces ont été lancés dans deux usines situées en Chine en 2022, permettant aux parents migrants de recevoir leurs enfants dans des lieux conçus pour l'accueil des enfants pendant l'été. Ces lieux offrent des possibilités de garde d'enfants pour les plus jeunes hors période scolaire, à l'écart des sites de production. Les enfants sont pris en charge en toute sécurité pendant la journée de travail de leurs parents.
- > Soutien renouvelé au programme P.A.C.E. (Personal Advancement & Career Enhancement) de Gap Inc. en partenariat avec un fournisseur en Inde. Jusqu'en 2021, 120 salariées ont suivi des cours et le programme est conçu pour durer, grâce à une politique de formation des formateurs.

**Pour plus d'information concernant l'équité dans notre chaîne d'approvisionnement, consultez notre rapport DE&I.**

## Perspectives d'avenir

Alors que nous continuons à prendre des mesures pour soutenir et investir dans le respect des droits de l'homme et pour soutenir les travailleurs de notre chaîne d'approvisionnement, nous sommes conscients qu'il reste encore à faire. Nous pensons qu'un engagement direct et continu avec les travailleurs de nos usines est la meilleure façon de comprendre et de répondre aux évolutions des besoins des salariés. À cette fin, sur la base des commentaires des travailleurs, les nouvelles initiatives à venir sont :

- > **Évaluation de la parité hommes-femmes :** En 2023, nous prévoyons de mettre à l'essai un outil pour mesurer la parité hommes-femmes dans les usines. À partir de cette base de référence, nous travaillerons avec les usines pour fixer des objectifs afin de garantir la protection des salariées. Cela couvrira des domaines tels que le soutien pré et postnatal, et la promotion de femmes à des postes de cadre et de direction dans l'usine.
- > **Évaluation des besoins des travailleurs :** Nous prévoyons de réaliser une évaluation des besoins sociaux en Inde, afin d'examiner les besoins socio-économiques de nos travailleurs en matière de santé, de garde d'enfants et de formation. À l'avenir, nous prévoyons d'étendre cette évaluation à l'échelle mondiale et d'utiliser les résultats pour alimenter de futurs programmes dédiés à l'évaluation du bien-être des travailleurs.

Un espace adapté aux enfants chez un fournisseur tiers



Pour lire notre Rapport DE&I 2021-2022, cliquer ici.

## Éthique et gouvernance des affaires

Hasbro s'engage à respecter une gouvernance d'entreprise et une éthique fortes. Elles sont le fondement de notre culture d'entreprise, de nos succès commerciaux et de la création de valeur sur le long terme pour l'ensemble des parties prenantes. Nous révisons et mettons à jour régulièrement notre **Code de Conduite** ainsi que nos principes et pratiques de gouvernance d'entreprise, pour qu'ils respectent les normes les plus élevées en la matière.

### Code de Conduite

Le Code de Conduite de Hasbro (le Code) est le principal ensemble de règles et de normes que tous les employés, directeurs et responsables de la société, ainsi que tous les membres de la direction, y compris notre PDG, notre directeur financier et notre contrôleur, doivent appliquer. Le Code traite des comportements et des normes de conduite professionnelle, et fournit des conseils et une politique dans des domaines tels que les conflits d'intérêts, la protection des informations confidentielles de l'entreprise, l'intégrité financière et la conformité aux lois, règles et réglementations, jusqu'au délit d'initié et à la divulgation publique appropriée d'informations sensibles. La conformité au Code est obligatoire, et tout manquement peut entraîner toute une série de sanctions, jusqu'au licenciement.

### Principes de gouvernance d'entreprise

Notre **Conseil d'administration a adopté un ensemble de principes de gouvernance** qui portent sur la sélection et la composition du Conseil, les qualifications des membres du Conseil, les rôles et responsabilités, les comités du Conseil et leur composition, l'accès des administrateurs à la direction et aux conseillers indépendants, la rémunération des administrateurs et bien d'autres questions liées à la gouvernance de Hasbro.



—

“Agir de façon juste tout en faisant bien les choses, c'est dans notre ADN, et notre Code de conduite définit les valeurs qui guident toutes nos décisions.”

— CHRIS COCKS, PDG

—

## Le conseil d'administration et ses comités

Notre conseil d'administration est composé de chefs d'entreprise et de cadres expérimentés, d'âge, de sexe et d'ancienneté variés, ayant une expérience dans un large éventail de secteurs industriels. Ils fournissent à la direction de Hasbro un ensemble diversifié et robuste de compétences, de points de vue et d'expertise. Chaque membre du Conseil a occupé des postes de direction dans des entreprises complexes, tant nationales qu'internationales, avec un bilan solide en matière de performances stratégiques, commerciales, financières et non financières, notamment en matière d'ESG. Notre conseil d'administration, dynamique et très engagé, soutient et questionne la direction de manière appropriée. Ses membres ont une expérience significative en matière de gestion, de développement du leadership et de gouvernance d'entreprise, dans de grandes entreprises multinationales, ce qui renforce la direction et l'ensemble de notre entreprise.

### Notre conseil d'administration compte cinq comités permanents :

- > Audit
- > Rémunération
- > Cybersécurité et protection des données
- > Finances et allocation de capital
- > Nominations, gouvernance et responsabilité sociale

Pour plus d'informations concernant le conseil d'administration de Hasbro et ses comités, veuillez consulter notre **circulaire d'information 2022**.





## Prévention de la corruption

En tant qu'entreprise multinationale dont le comportement se veut exemplaire en termes d'éthique et de transparence, nous appliquons une tolérance zéro en matière de corruption, quelles que soient les normes ou les coutumes locales.

Le Code de conduite de Hasbro et les politiques connexes prévoient des règles claires de lutte contre la corruption. Nous renforçons notre engagement à prévenir la corruption par la formation et la surveillance à tous les niveaux de l'entreprise. Parmi nos bonnes pratiques, nous menons également des audits anti-corruption et antitrust chaque année. Pour guider les salariés dans ce domaine complexe, nous proposons des formations, des ressources et des outils en ligne, y compris un outil centralisé pour les demandes et les approbations de cadeaux et d'invitations à l'échelle mondiale. En outre, les salariés et les tiers disposent de nombreux canaux de signalement des manquements à ces règles, notamment une ligne d'assistance gratuite, une adresse électronique et une adresse postale classique. Les allégations de conduite inappropriée peuvent également être signalées directement à la direction ou aux membres de nos services juridiques et ressources humaines. Notre ligne d'assistance et nos boîtes aux lettres sont surveillées, contrôlées et examinées par notre service juridique. Dans la mesure où cela s'avère nécessaire, des enquêtes de suivi sont menées par du personnel expérimenté de notre service juridique, des ressources humaines et de l'audit interne. Au cours d'une année type, nous recevons environ 75 plaintes à l'échelle internationale, par le biais des différents canaux de signalement.

Nous adoptons une approche fondée sur le risque pour prévenir les comportements malhonnêtes ou frauduleux avec nos partenaires internationaux. Par exemple, pour les partenaires qui travaillent dans des juridictions à haut risque, nous nous basons en partie sur l'indice de perception de la corruption publié par Transparency International et nous restons systématiquement vigilants avec les partenaires commerciaux qui agiront au nom de Hasbro. Dans certains cas, nous travaillons avec et/ou

formons les partenaires pour les aider à comprendre les attentes d'Hasbro en matière d'éthique et de conformité, notamment en ce qui concerne nos normes anti-corruption. Bien que Hasbro opère dans certaines juridictions identifiées comme à haut risque dans le Corruption Perceptions Index, aucun risque significatif lié à la lutte contre la corruption n'a été identifié par le processus d'évaluation des risques de Hasbro en 2021.





## Cybersécurité et protection des données

Chez Hasbro, nous nous engageons à traiter de manière responsable et sûre les données des clients, des partenaires et des salariés. Nous suivons les bonnes pratiques de l'industrie pour élaborer et gérer nos programmes de sécurité et de protection de la vie privée. Nous faisons appel à des auditeurs tiers pour mener des évaluations périodiques de la cybersécurité de Hasbro et réaliser des exercices de simulation de violation afin de nous assurer que nos programmes et protocoles restent fiables et adaptables. En 2021, nous avons apporté des améliorations importantes à nos programmes de sécurité et de protection de la vie privée, notamment en ce qui concerne :

- La mise en place des pratiques de surveillance de pointe dans l'ensemble de nos activités.
- Le lancement d'un nouveau programme de gestion des risques liés aux tiers pour évaluer les contrôles de sécurité et de conformité des principaux fournisseurs.
- L'augmentation du pourcentage d'employés formés à la sécurité 67 %.
- L'automatisation des contrôles de confidentialité pour garantir la conformité aux exigences en matière de protection de la vie privée, y compris la conformité au règlement général sur la protection des données (RGPD) de l'UE.

En 2022, nous avons commencé à travailler sur une feuille de route visant à garantir une approche solide et uniforme de la sécurité dans toutes les unités commerciales et chez tous les clients. L'un des éléments clés de notre nouvelle stratégie est la mise en œuvre complète de notre modèle de "security and privacy by design" (sécurité et protection de la vie privée dès la conception), afin de garantir que les aspects liés à la sécurité sont intégrés dans tous les sites Web destinés à nos clients, dans les jouets connectés, les jeux numériques et le contenu, dès la conception. Ce modèle permettra également de garantir des essais tout au long du cycle de vie du produit.

### Gouvernance de la cybersécurité et de la vie privée

La gouvernance de la cybersécurité et de la confidentialité relève à la fois du conseil d'administration et de la direction. Le comité du conseil d'administration chargé de la cybersécurité et de la protection des données aide le Conseil à surveiller les risques de cybersécurité par le biais de revues trimestrielles avec notre équipe dédiée, qui traitent notamment des cyberincidents critiques, de l'alignement sur nos principes de sécurité de l'information, de l'évaluation des menaces, des fonctions de sécurité, de l'état de préparation et des efforts de formation.

Notre Comité directeur sur la cybersécurité et la protection des données, se compose quant à lui, de membres de notre Comité de Direction exécutif. Il se réunit régulièrement pour superviser et guider le programme de confidentialité de Hasbro et assure une vision homogène et globale de la cybersécurité et de la protection des données dans toute l'entreprise. En 2022, dans le cadre de notre engagement pour des pratiques de sécurité de pointe, nous avons créé un nouveau poste de directeur de la sécurité informatique pour progresser dans ce domaine.

### Construire une culture de la sécurité

Nous considérons que la sécurité numérique ne relève pas uniquement de la responsabilité de notre équipe informatique mais de celle de chacun de nos salariés. Des logiciels sophistiqués ne suffisent pas, nos employés comme nos partenaires doivent être conscients des risques et savoir comment signaler et répondre aux incidents liés à la sécurité. Tous les employés de Hasbro sont tenus de suivre chaque année une formation sur la cybersécurité et la protection des données.

## Bonnes pratiques en matière de protection de la vie privée

Hasbro respecte la vie privée de ses clients, consommateurs et salariés, et protège les informations personnelles. Notre **Global Privacy Statement** décrit la manière dont nous recueillons, utilisons et divulguons les informations personnelles.

Nous procédons également à une évaluation régulière de notre conformité aux réglementations internationales en matière de protection de la vie privée. Notre équipe dédiée à la protection de la vie privée travaille pour répondre à nos besoins internes et externes en intégrant les principes relatifs à la confidentialité dans tous les aspects de l'entreprise.

Dans le cadre de notre approche, nous recueillons par le biais de nos sites Web et de nos applications mobiles, les informations client nécessaires à la satisfaction de leurs demandes, pour leur assurer l'expérience produit prévue ou pour atteindre d'autres objectifs commerciaux autorisés. Nous exigeons un consentement explicite pour utiliser les données collectées à d'autres fins que celles-ci.

En raison de l'importance de la protection de la vie privée des enfants, Hasbro travaille en étroite collaboration avec l'Entertainment Safety and Ratings Board (ESRB) aux États-Unis et applique des lignes directrices et des bonnes pratiques pour assurer la conformité avec le Children's Online Privacy Protection Act de 1998 (COPPA). Dans le monde entier, nous protégeons rigoureusement la vie privée des enfants, en nous conformant aux directives spécifiques à chaque pays, telles que le Code de conception adapté à l'âge au Royaume-Uni, et toutes les réglementations mondiales en matière de protection de la vie privée, comme le Règlement général sur la protection des données (RGPD).



**2020**
**2021**
**Gouvernance d'entreprise**
**Conseil d'administration**
**Nombre de membres du conseil d'administration de Hasbro<sup>29</sup>**
**14**
**13**

&gt; Membres non dirigeants

–

12

 > Membres indépendants<sup>30</sup>

12

12

 > Femmes membres<sup>31</sup>

6 (55%)

7 (54%)

**Directeurs s'identifiant à chaque catégorie**

&gt; Non-binaire

–

0

&gt; LGBTQ+

–

0

&gt; Afro-américain ou Noir

–

2

&gt; Alaskien ou amérindien

–

0

&gt; Asiatiques

–

0

&gt; Hispaniques ou Latinos

–

0

&gt; Amérindien d'Hawaii ou insulaire du Pacifique

–

0

&gt; Blancs

–

11

&gt; Issus de deux ou plusieurs groupes ethniques

–

0

**Durée moyenne du mandat des membres du conseil d'administration (années)**

–

**8.3**

<sup>29</sup> Analyse démographique du conseil d'administration basée sur sa composition en avril 2022.

<sup>30</sup> Pour les normes relatives à l'indépendance des administrateurs de Hasbro, veuillez consulter l'annexe B, page B-1 de **la circulaire d'information de Hasbro pour 2022**.

<sup>31</sup> Pourcentage 2020 recalculé en raison d'une erreur de déclaration.

2020

2021

### Rémunération des dirigeants

Rémunération des dirigeants liée à la performance en matière d'ESG<sup>32</sup>

Yes

Yes

### Éthique des affaires

#### Lutte contre la corruption

Activités évaluées pour les risques liés à la corruption <sup>33</sup>	–	100%
Nombre total de cas de corruption confirmés	–	0
Nombre total d'incidents confirmés dans lesquels les salariés ont été licenciés ou sanctionnés pour cause de corruption	–	0
Nombre total d'incidents confirmés où des contrats avec des partenaires commerciaux ont été résiliés ou non renouvelés en raison de manquements liés à la corruption	–	0
Plaintes reçues par le biais de la ligne d'assistance téléphonique et des boîtes aux lettres éthiques de Hasbro, ainsi que par le biais d'autres sources	85	77
Nombre total de salariés auxquels les politiques et procédures anti-corruption de l'organisation ont été communiquées	–	6,314
Nombre total de partenaires commerciaux auxquels les politiques et procédures anticorruption de l'organisation ont été communiquées	–	La politique de conformité anti-corruption d'Hasbro concernant la diligence raisonnable lors de l'engagement de partenaires commerciaux exige que tous les partenaires commerciaux potentiels, nouveaux ou existants, qui agissent en tant qu'intermédiaires ou agents, remplissent un questionnaire et un certificat anti-corruption ainsi qu'un contrôle de diligence raisonnable qui est examiné par l'équipe de conformité juridique de Hasbro.
> Partenaires commerciaux auxquels les politiques et procédures anti-corruption de Hasbro ont été communiquées	–	

<sup>32</sup> Pour en savoir plus sur la prise en compte des objectifs ESG dans les plans de rémunération des dirigeants, veuillez consulter **les pages vii, xi, 45-47 et 52 de la circulaire d'information Hasbro 2022**.

<sup>33</sup> L'évaluation annuelle du risque anti-corruption de Hasbro couvre l'ensemble de l'entreprise Hasbro, à travers tous les segments et activités dans le monde. En 2021, nous avons enquêté sur 100 % des entités/localisations que nous.

	2020	2021
<b>Nombre total de salariés ayant reçu une formation sur la lutte contre la corruption<sup>33</sup></b>	–	<b>6,314</b>
<b>Par catégorie de salariés</b>		
> Conseil d'administration	–	Les membres du conseil d'administration de Hasbro sont formés tous les quatre ans
> Non cadres (niveaux 1 à 4)	–	2,955
> Professionnels (5 et 6)	–	2,663
> Cadres (7+)	–	696
<b>Par zone géographique</b>		
> USA	–	2,914
> Canada	–	448
> Asie	–	1,187
> Pacifique	–	102
> Europe	–	1,364
> Amérique latine	–	134
> Mexique	–	165
<b>Nombre total d'employés ayant suivi la formation annuelle sur le code de conduite</b>	<b>6,049</b>	<b>5,831</b>
<b>Conformité</b>		
<b>Valeur monétaire totale des contributions politiques financières et en nature faites par la société</b>	–	<b>\$0</b>
> Directement	–	\$0
> Indirectement	–	\$0
<b>Actions en justice en cours dans lesquelles Hasbro a été identifié comme partie</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
> Comportement anticoncurrentiel	0	0
> Violations de la législation antitrust	0	0
> Situation de monopole	0	0
<b>Actions en justice conclues dans lesquelles Hasbro a été identifié comme une partie</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
> Comportement anticoncurrentiel	0	0
> Violations de la législation antitrust	0	0
> Situation de monopole	0	0

<sup>33</sup> L'évaluation annuelle du risque anti-corruption de Hasbro couvre l'ensemble de l'entreprise Hasbro, à travers tous les segments et activités dans le monde. En 2021, nous avons enquêté sur 100 % des entités/localisations que nous



	2020	2021
<b>Responsabilité du fournisseur et des vendeurs</b>		
Nouveaux fournisseurs sélectionnés sur la base de critères environnementaux	100%	100%
Nombre de fournisseurs évalués pour les impacts environnementaux	–	76 (100%)
Moyenne des problèmes environnementaux critiques par audit	–	0
Pourcentage de nouveaux fournisseurs sélectionnés sur la base de critères sociaux	100%	100%
Nombre de fournisseurs dont l'impact social a été évalué	–	76 (100%)
Moyenne des problèmes sociaux critiques par audit	–	1.38
Fournisseurs tiers enjoint de se soumettre à un audit annuel de conformité sociale	99%	100%
Les usines tierces sont formées aux exigences de Hasbro en matière d'approvisionnement éthique et de conformité sociale par le biais de formations en présentiel et en ligne	97%	100%
Fournisseurs audités selon les normes environnementales	100%	100%

- > Comment Hasbro rend compte des facteurs ESG
- > Principes de reporting
- > Tableaux de données
- > Indice GRI
- > Indice SASB
- > Questions ESG importantes Définitions
- > Données sur l'emploi (EEO-1)
- > Politiques ESG





### Comment Hasbro rend compte des facteurs ESG

#### A PROPOS DE CE RAPPORT

Le “Playing with Purpose : ESG Progress Report 2021-2022” présente les progrès et les objectifs en matière d’ESG de Hasbro pour l’année civile 2021 (du 1er janvier 2021 au 31 décembre 2021) et met en avant les points forts et les travaux en cours en 2022. Ce rapport fournit également des informations complémentaires sur notre activité, telles que présentées dans nos mises à jour annuelles des données ESG. Les données de rapport et de performance comprennent des informations sur les installations détenues et exploitées par Hasbro (bureaux et centres de distribution), sauf indication contraire. Le rapport inclut la performance collective de toutes les entités juridiques de Hasbro, Inc., y compris Entertainment One et Wizards of the Coast.

Nous avons préparé ce rapport conformément aux normes préconisées par la Global Reporting Initiative (GRI) 2021 et aux normes sectorielles du Sustainability Accounting Standards Board (SASB) pour les secteurs Jouets et articles de sport, Médias et divertissements. Nos informations sur les risques et les opportunités liés au climat ont été développées en se référant aux recommandations du Groupe de travail sur les informations financières liées au climat : Climate-Related Financial Disclosures (TCFD). Notre index de contenu GRI figure à partir de la **page 115** de ce document. Nos indices de contenu SASB figurent à partir de la **page 122** de ce document.

Au fil des années, nous avons renforcé notre processus de recueil de données ESG. En 2022, nous avons rédigé une procédure de processus métiers formalisant les contrôles pour garantir l’exhaustivité et l’exactitude des données. Pour la vérification des données, nous avons institué un processus d’examen à points de contact multiples dans lequel les contrôleurs de données sélectionnent un échantillon de points de données et examinent la documentation correspondante et les sources primaires. Des étapes comme celle-ci permettent de garantir la validité et l’intégrité des données, et nous guident dans l’amélioration continue de notre procédure et de nos exigences en matière de collecte de données. Les retraitements d’informations effectués à partir des périodes précédentes sont mis en évidence par des notes de bas de page dans nos tableaux de données.

Nous vérifions chaque année les données relatives aux émissions de gaz à effet de serre des Champs d’application 1 et 2 (scopes 1 et 2) et de certains des Champs d’application 3 (scope 3) par l’intermédiaire d’un fournisseur de données tiers indépendant, et publions la déclaration d’assurance dans notre rapport annuel du CDP (Climate Disclosure Project). Nous n’avons pas cherché à obtenir une assurance externe pour les autres composantes de ce rapport. Veuillez contacter Jesse Sneath (directeur de la RSE) à l’adresse suivante [jesse.sneath@hasbro.com](mailto:jesse.sneath@hasbro.com) pour toute question ou commentaire sur le présent rapport.

### Principes de présentation du rapport

#### planet

#### ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE

Les émissions de gaz à effet de serre de Hasbro sont mesurées et calculées selon les principes du World Resources Institute (WRI) et du World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) du Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol) et sont déclarées conformément aux émissions des Champs d’application 1, 2 et 3 (scopes 1, 2 et 3). Les émissions sont calculées pour tous les sites détenus et/ou exploités par Hasbro.

En 2021, nous avons mis au point un processus de collecte et de communication des données environnementales encore plus rigoureux, ce qui a permis d’inclure des sites supplémentaires et de mettre à jour nos estimations. Les émissions de tous les sites qui ne communiquent pas leurs données de consommation d’énergie sont estimées sur la base de la consommation d’électricité et de gaz naturel par pied carré (unité de mesure impériale : square foot) par rapport à des sites similaires dont les données sont déclarées.

Les calculs ont été effectués à partir des sources suivantes :

- The Greenhouse Gas Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard (Revised Edition)
- Defra Environmental Reporting Guidelines: Including streamlined energy and carbon reporting guidance, 2019
- Energy Information Administration 1605B



**LE CHAMP D'APPLICATION 1 (SCOPE 1)** couvre les émissions directes de tous les actifs détenus et exploités 1. La méthode de contrôle opérationnel a été appliquée. Les données d'émissions carbone ont été calculées à l'aide des sources suivantes :

- > IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories, 2006
- > U.S. Environmental Protection Agency (US EPA)
- > Center for Corporate Climate Leadership: Direct Fugitive Emissions from Refrigeration, Air Conditioning, Fire Suppression, and Industrial Gases
- > U.S. EPA Center for Corporate Climate Leadership: Direct Emissions from Mobile Combustion Sources
- > International Energy Agency (IEA) Emission Factors v.4, 2021

**LE CHAMP D'APPLICATION 2 (SCOPE 2)** concerne les émissions de gaz à effet de serre indirectes provenant de l'électricité, du chauffage et de la climatisation achetés et consommés. La méthode fondée sur le marché a été utilisée lorsque disponible dans le calcul des retraits de crédits carbone, des émissions totales et des émissions nettes. Les données relatives aux émissions de GES ont été calculées à partir des sources suivantes :

- > The Greenhouse Gas Protocol: Scope 2 Guidance
- > U.S. EPA Center for Corporate Climate Leadership: Indirect Emissions from Purchased Electricity
- > U.S. EPA Emissions & Generation Resource Integrated Database (eGRID)
- > IEA Emission Factors v.4, 2021

**LE CHAMP D'APPLICATION 3 (SCOPE 3)** concerne les émissions indirectes provenant de sources qui ne sont pas détenues ou exploitées par Hasbro. Les émissions de gaz à effet de serre de Champ d'application 3 (scope 3) comprennent les émissions des usines tierces de niveau 1, des centres de distribution tiers, du fret aérien et maritime en amont et en aval, et des voyages en avion d'affaires des salariés<sup>2</sup>. L'amélioration des processus de collecte de données de Hasbro en 2021, a permis d'ajouter les émissions de GES suivantes provenant du transport d'approvisionnement en amont, depuis les centres de distribution jusqu'aux clients détaillants.

## ENERGIE

---

La consommation totale d'énergie a été calculée à l'aide d'informations provenant, par exemple, des factures d'énergie et des rapports de consommation, pour tous les sites appartenant à et/ou exploités par Hasbro. L'énergie totale comprend la consommation de combustibles, l'électricité achetée, et le chauffage et la climatisation urbains.

## DÉCHETS

---

Le total des déchets générés par les opérations a été calculé pour tous les sites Hasbro détenus et exploités par Hasbro<sup>4</sup> à l'aide d'informations provenant de factures vérifiées<sup>5</sup>. Dans ce rapport, notez que nous avons converti les tonnes américaines en tonnes métriques.

## EAU

---

La consommation et le prélèvement totaux d'eau ont été calculés pour tous les sites détenus et exploités par Hasbro, à l'aide d'informations provenant de factures vérifiées<sup>6</sup>. Le stress hydrique de référence " élevé " et " extrêmement élevé " a été calculé à l'aide de l'outil **Aqueduct Water Risk Atlas du World Resource Institute (WRI)**. La consommation d'eau mesure l'eau utilisée par une entreprise et qui de ce fait, n'est plus disponible pour être utilisée par l'écosystème ou les gens qui vivent là. La définition de la GRI de la consommation d'eau fait référence à l'eau qui est prélevée et non rejetée, et au contraire, qui est considérée comme un déchet, évaporée, transpirée, ou a été consommée par les humains ou le bétail, ou qui est polluée au point d'être inutilisable.

La consommation totale d'eau a été calculée comme suit : prélèvement total d'eau moins rejet total d'eau, conformément aux normes GRI.

La définition GRI du prélèvement d'eau fait référence à la somme de toute l'eau prélevée de l'eau de surface, de l'eau souterraine, de l'eau de mer ou d'un tiers pour tout usage au cours de la période de référence.

La définition GRI du rejet d'eau fait référence à la somme des effluents, de l'eau utilisée et de l'eau non utilisée rejetée dans les eaux de surface, les eaux souterraines, l'eau de mer ou une tierce partie, dont l'entreprise n'a plus besoin au cours de la période de référence. Compte tenu des deux définitions ci-dessus, Hasbro a prélevé 41 mégalitres d'eau et en a

rejeté 41 mégalitres. Par conséquent, on considère qu'aucune eau n'a été consommée en 2022.

## people

### NOMBRE TOTAL DE SALARIÉS

---

Le nombre indiqué pour le “Nombre total de salariés” est un décompte unique de tous les salariés actifs au 31/12/2021.

### TRAVAILLEURS TEMPORAIRES

---

Les travailleurs temporaires sont définis comme ceux qui ne sont pas inclus dans la masse salariale de Hasbro (employés par des tiers). Les travailleurs temporaires ne sont pas inclus dans les autres données démographiques, mais ils sont inclus et mesurés dans les données sur les taux d'incidents et les blessures liées à la santé et à la sécurité.

### ENGAGEMENT DES SALARIÉS

---

Une proportion de salariés évaluant leur niveau d'engagement comme “activement engagé” : Nombre de répondants qui sont “d'accord” ou “tout à fait d'accord” aux deux questions de l'indice d'engagement de Glint. Ces questions sont : “Dans quelle mesure êtes-vous heureux de travailler chez Hasbro, Inc. (Hasbro, eOne et Wizards) ? et “Je recommanderais Hasbro, Inc. (Hasbro, eOne et Wizards) comme un endroit où il fait bon travailler”. Ce nombre est divisé par le nombre total de répondants ayant participé à l'enquête.

### TAUX D'ACCIDENTS AVEC ARRÊT DE TRAVAIL

---

Le taux d'accidents et de maladies avec arrêt de travail est calculé comme étant le nombre de blessures pour 200 000 heures de travail, pour la région Amériques, la région Asie-Pacifique et l'Europe. Le champ d'application du taux d'accidents avec arrêt de travail concerne les employés de Hasbro, eOne et Wizards, et comprend les travailleurs temporaires et les travailleurs sous la supervision directe de Hasbro. Une blessure avec arrêt de travail est définie comme une blessure qui entraîne une absence d'au moins un jour après le jour de la blessure. Le nombre d'accidents avec arrêt de travail est basé sur les rapports de santé et de sécurité de chaque site.

### NOUVELLES EMBAUCHES ET TURNOVER

---

2021 reflète le turnover aligné sur les niveaux pré-pandémiques.

Le pourcentage de turnover par âge, sexe et région est basé sur le pourcentage de salariés de chaque catégorie qui ont volontairement quitté l'entreprise, et non le pourcentage de cette catégorie pour l'ensemble de la population des salariés.

Le turnover est calculé comme suit : le nombre moyen de salariés au dernier jour de l'année civile concernée et au premier jour de l'année civile suivante. Le nombre de départs volontaires au cours de l'année concernée est identifié. Le taux de départ volontaire est donc calculé en divisant le nombre de départs volontaires par le nombre moyen de salariés.

---

<sup>1</sup> Ne tient plus compte de eOne music, vendu en 2020.

<sup>2</sup> Le total des émissions de gaz à effet de serre de scope 3 n'incluent pas les activités en amont telles que les biens et services achetés, les biens d'équipement, les déplacements domicile-travail des employés et les activités liées au carburant et à l'énergie, ni en aval des activités telles que la transformation des produits vendus, l'utilisation des produits vendus, les actifs loués en aval, les franchises et les investissements.

<sup>3</sup> Pour plus de détails sur les achats annuels de crédits de carbone, veuillez consulter nos déclarations annuelles **sur les performances en matière d'énergie renouvelable** pour 2022.

<sup>4</sup> Ne tient plus compte de eOne music, vendu en 2020.

<sup>5</sup> Pour les sites sans factures vérifiées, les données ont été estimées à l'aide des données disponibles sur les déchets et de la superficie du site.

<sup>6</sup> Pour les sites sans factures vérifiées, les données ont été estimées à l'aide des données disponibles sur l'eau et de la superficie du site.



2017

2018

2019

2020

2021

## Émissions et énergie – Résumé

### Émissions de gaz à effet de serre (tonnes de CO<sub>2</sub>e)<sup>1</sup>

> Total des émissions directes (Champ d'application 1 / scope 1) <sup>2</sup>	6,586	5,447	5,138	5,849	3,605
> Total des émissions indirectes dues à l'énergie (Champ d'application 2 / scope 2) – en fonction de la localisation.	7,957	7,629	6,901	6,889	5,911
> Total des émissions indirectes dues à l'énergie (Champ d'application 2 / scope 2) – en fonction du marché	92	1	47	46	48
> Total des Champs d'application 1 et 2 (en fonction de la localisation)	14,543	13,076	12,039	12,738	9,516
> Total des Champs d'application 1 et 2 (en fonction du marché)	6,678	5,448	5,185	5,895	3,653
> Crédits de compensation carbone vérifiés <sup>3</sup>	18,651	8,509	12,002	7,003	–

### Énergie consommée au sein de l'entreprise (mégawattheures [MWh])

<b>Total Consommation d'énergie</b>	<b>44,831</b>	<b>43,187</b>	<b>47,518</b>	<b>42,060</b>	<b>39,555</b>
> Électricité (consommée depuis le réseau)	24,991	23,583	24,208	25,604	21,749
> Autres combustibles <sup>4</sup>	18,947	19,840	23,310	16,456	17,806
> Total normalisé (en MWh/million de \$ de recette)	9	9	10	9	6

### Utilisation des énergies renouvelables<sup>5</sup>

> Crédits d'énergie renouvelable (correspondant à l'électricité Hasbro provenant du réseau) <sup>6</sup>	24,681	23,525	24,135	25,502	21,626
> Crédits d'énergie renouvelable excédentaires <sup>7</sup>	–	–	3,548	1,326	1,249
> Électricité d'origine renouvelable (%)	98.8%	99.8%	99.7%	99.6%	99.4%

<sup>1</sup> Voir Reporting Principles – Planet page 96.

<sup>2</sup> Le scope 1 (émissions directes) comprend les sources de combustion fixe, de combustion mobile et de réfrigérants. Amélioration de la collecte de données et des estimations, ainsi que la transition prévue vers l'énergie électrique à partir de gaz naturel pour les systèmes de CVC, ont permis de réduire les émissions de scope 1 en 2021.

<sup>3</sup> Voir la section Énergies renouvelables page 29.

<sup>4</sup> Le chauffage et le refroidissement urbains ont été inclus dans la rubrique « Autres sources de combustible ». Ces données n'étaient pas disponibles avant 2021.

<sup>5</sup> Veuillez consulter la **Déclaration sur les énergies renouvelables et les émissions de gaz à effet de serre 2022 de Hasbro pour plus de détails** sur notre programme d'énergie renouvelable.

<sup>6</sup> Des CER ont été achetés pour couvrir 100 % de la consommation d'électricité de Hasbro sur tous les marchés, à l'exception de la Russie, de la Nouvelle-Zélande et de la Corée du Sud, où les CER n'existent pas.

<sup>7</sup> CER excédentaires achetés sur les marchés existants (veuillez consulter la **Déclaration 2022 sur les énergies renouvelables et les émissions de gaz à effet de serre de Hasbro pour plus de détails**).

2017

2018

2019

2020

2021

## Émissions et énergie – Détails

### Émissions de gaz à effet de serre (tonnes de CO<sub>2</sub>e)

#### Champ d'application 1 /scope 1 (Emissions directes)

> Asie Pacifique	0	17	215	175	10
> Europe	2,704	1,677	2,023	3,486	1,195
> Amérique Latine	121	75	549	55	129
> USA / Canada	3,761	3,678	2,351	2,133	2,271
<b>Total Champ d'application 1 /scope 1 (Emissions directes)</b>	<b>6,586</b>	<b>5,447</b>	<b>5,138</b>	<b>5,849</b>	<b>3,605</b>
Données normalisées (tonnes métriques /million de dollars de recettes)	1.26	1.19	1.09	1.07	0.56

#### Champ d'application 2 /scope 2 (émissions indirectes)

> Asie Pacifique	1,733	1,500	1,301	1,215	781
> Europe	1,434	1,387	1,297	1,239	1,261
> Amérique Latine	518	612	541	437	343
> USA / Canada	4,272	4,130	3,762	3,998	3,526
<b>Total Champ d'application 2 /scope 2 (émissions indirectes)</b>	<b>7,957</b>	<b>7,629</b>	<b>6,901</b>	<b>6,889</b>	<b>5,911</b>
Données normalisées (tonnes métriques /million de dollars de recettes)	1.53	1.67	1.46	1.26	0.89
<b>Total émissions de GES (Champs d'application 1 et 2 /scopes 1 et 2)</b>	<b>14,543</b>	<b>13,076</b>	<b>12,039</b>	<b>12,738</b>	<b>9,516</b>
Total Normalized (metric tons/\$millions of revenue)	2.79	2.86	2.55	2.33	1.45

#### Champ d'application 3 /scope 3 (Autres émissions indirectes)

> Usine tierces de niveau 1	–	–	122,210	167,821	149,149
> Centres de distribution tiers	–	–	4,092	3,161	2,244
> Fret aérien <sup>8</sup>	–	–	–	7,308	51,762
> Fret maritime <sup>9</sup>	–	–	–	13,310	31,509
> Voyages d'affaires des salariés (par avion)	–	–	5,992	774	1,418
<b>Total Champ d'application 3 /scope3 (autres émissions indirectes)</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>132,294</b>	<b>192,375</b>	<b>239,034</b>

<sup>8</sup> À partir de 2021, les données sur le fret aérien comprennent tous les transports en amont, de l'usine au détaillant.

<sup>9</sup> À partir de 2021, les données sur le fret maritime comprennent tous les transports en amont, de l'usine au détaillant.

	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Émissions de gaz à effet de serre par type (Champs d'application 1 et 2 ; tonnes de CO<sub>2</sub>e)<sup>10</sup></b>					
> CO <sub>2</sub>	–	–	11,897	12,677	9,352
> CH <sub>4</sub>	–	–	21	22	23
> N <sub>2</sub> O	–	–	37	46	35
> Fluides frigorigènes – HFC et PFC	–	–	93	72	105
> SF <sub>6</sub>	–	–	0	0	0
> NF <sub>3</sub>	–	–	0	0	0
> Particules	–	–	–	–	0
> CO <sub>2</sub> biogénique	–	–	0	0	0
<b>Autres émissions à déclarer (ppm)</b>					
> Émissions de COV	0	0	0	0	0
> Émissions de NOx	0	0	0	0	0
> Émissions de Sox	0	0	0	0	0
> Émissions TRI	De minimis	De minimis	De minimis	De minimis	De minimis
<b>Déchets</b>					
<b>Poids total des déchets produits (tonnes)<sup>11</sup></b>	<b>4,262</b>	<b>4,319</b>	<b>2,340</b>	<b>2,207</b>	<b>2,375</b>
<b>Total de déchets dangereux</b>	<b>10.9</b>	<b>10.0</b>	<b>9.2</b>	<b>5.5</b>	<b>4.2</b>
> Recyclage	0	0	0	0	0
> Évacuation des déchets	10.9	10.0	9.2	5.5	4.2
> Données normalisées (tonnes métriques / pied carré)	3.4	3.2	2.4	1.4	0.9
<b>Total des déchets non-dangereux<sup>12</sup></b>	<b>4,251</b>	<b>4,309</b>	<b>2,331</b>	<b>2,202</b>	<b>2,371</b>
> Recyclage	2,221	2,059	954	877	710
> Évacuation des déchets	2,030	2,250	1,377	1,324	1,661
<b>Nombre total de déversements importants</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

<sup>10</sup> Hasbro exploite les installations qu'il possède conformément à toutes les exigences environnementales réglementaires. Le cas échéant, Hasbro informe les organismes de réglementation locaux, nationaux et fédéraux des déchets et émissions qu'il produit. Les quantités de SF<sub>6</sub>, NF<sub>3</sub>, de particules ou de CO<sub>2</sub> biogénique produits par Hasbro sont inférieures aux seuils de détection et de déclaration, car nos émissions sont de minimis, y compris lorsqu'elles sont normalisées.

<sup>11</sup> Voir Principes de reporting – Planet **page 97**.

<sup>12</sup> Les principaux déchets dangereux produits proviennent des solvants et la peinture.

	2017	2018	2019	2020	2021
<b>EAU</b>					
<b>Consommation d'eau – Total (Mégalitres [ML])<sup>13</sup></b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Eau prélevée – Total (Mégalitres [ML])</b>	<b>64</b>	<b>62</b>	<b>38</b>	<b>60</b>	<b>41</b>
<b>Eau prélevée par type de source</b>					
> Eaux de surface	–	–	–	–	1
> Nappe phréatique	–	–	–	–	1
> Eaux municipales	–	–	–	–	39
> Eaux de pluie	–	–	–	–	0
<b>Eaux rejetées – Total (Mégalitres [ML])<sup>14</sup></b>	<b>64</b>	<b>62</b>	<b>38</b>	<b>60</b>	<b>41</b>
<b>Eaux rejetées par type de source</b>					
> Eaux de surface	–	–	–	–	1
> Nappe phréatique	–	–	–	–	1
> Eaux municipales	–	–	–	–	39
> Eaux de pluie	–	–	–	–	0

<sup>13</sup> Voir Principes de reporting – Planet page 97.

<sup>14</sup> Les installations détenues et exploitées par Hasbro n'utilisent pas d'eau pour le traitement ou les opérations industrielles.

2017

2018

2019

2020

2021

## Par région

### Asie Pacifique

> Eau prélevée (ML)	7	8	7	6	7
> Eau prélevée dans un contexte de stress hydrique de référence élevé ou extrêmement élevé (ML)	–	–	–	–	5
> Eau prélevée dans un contexte de stress hydrique de référence élevé ou extrêmement élevé (%) <sup>15</sup>	–	–	–	–	13%
> Eaux rejetées (ML) <sup>16</sup>	7	8	7	6	7

### Europe

> Eau prélevée (ML)	8	8	13	20	8
> Eau prélevée dans un contexte de stress hydrique de référence élevé ou extrêmement élevé (ML)	–	–	–	–	4
> Eau prélevée dans un contexte de stress hydrique de référence élevé ou extrêmement élevé (%)	–	–	–	–	10%
> Eaux rejetées (ML) <sup>17</sup>	8	8	13	20	8

### Amérique latine

> Eau prélevée (ML)	2	2	0	2	2
> Eau prélevée dans un contexte de stress hydrique de référence élevé ou extrêmement élevé (ML)	–	–	–	–	2
> Eau prélevée dans un contexte de stress hydrique de référence élevé ou extrêmement élevé (%)	–	–	–	–	5%
> Eaux rejetées (ML)	2	2	0	2	2

### USA – Canada

> Eau prélevée (ML)	47	45	18	33	24
> Eau prélevée dans un contexte de stress hydrique de référence élevé ou extrêmement élevé (ML)	–	–	–	–	4
> Eau prélevée dans un contexte de stress hydrique de référence élevé ou extrêmement élevé (%)	–	–	–	–	9%
> Eaux rejetées (ML)	47	45	18	33	24
<b>Eau prélevée normalisée (ML/milliers d'employés)</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>6</b>

<sup>15</sup> Voir Principes de reporting – Planet **page 97** pour plus de détails, y compris les outils utilisés et la méthode de calcul.

<sup>16</sup> Voir Principes de présentation des rapports – Planet **page 97**.

<sup>17</sup> Voir Principes de présentation des rapports – Planet **page 97**.



	2017	2018	2019	2020	2021
--	------	------	------	------	------

### Qualité et sécurité des produits

<b>Catégories importantes de produits et de services pour lesquelles les impacts sur la santé et la sécurité sont évalués en vue d'une amélioration.</b>	100%	100%	100%	100%	100%
<b>Nombre total d'incidents de non-respect des réglementations et des codes d'application volontaire concernant les impacts sur la santé et la sécurité des produits<sup>18</sup></b>	0	0	0	2	0
> Incidents de non-respect de la réglementation entraînant une amende ou une pénalité	-	-	-	-	0
> Incidents de non-respect de la réglementation ayant donné lieu à un avertissement	-	-	-	-	0
> Incidents de non-respect des codes d'application volontaire	-	-	-	-	0

### Durabilité et conception des produits

<b>Nombre total d'incidents de non-conformité aux réglementations et aux codes d'application volontaire concernant les communications marketing, y compris la publicité, la promotion et le parrainage</b>	0	1	0	0	0
> Incidents de non-respect de la réglementation entraînant une amende ou une pénalité	-	-	-	-	0
> Incidents de non-respect de la réglementation ayant donné lieu à un avertissement	-	-	-	-	0
> Incidents de non-respect des codes d'application volontaire	-	-	-	-	0

<sup>18</sup> En raison d'une erreur de déclaration, un rappel de produit a été signalé en 2020 ; le nombre correct de rappels est de 2. Ce deuxième rappel concernait 460 NERF Microshots rappelés le 16 décembre 2020 parce que l'avertissement n'était pas en anglais (espagnol/portugais).

	2017	2018	2019	2020	2021
--	------	------	------	------	------

### Actions philanthropiques, impact social et engagement des salariés

Heures de bénévolat des salariés	75,051	68,870	68,312	25,883	36,206
Soutien financier (en millions de dollars) <sup>19</sup>	6.6	5.1	2.9	4.8	7.5
Dons de produits (valeur marchande estimée en millions de dollars)	15.9	15.7	9.2	20.8	9.8
Actions philanthropiques – Total (en millions de dollars) <sup>20, 21</sup>	22.5	20.8	12.1	25.7	17.3
Enfants et adultes concernés (millions de personnes)	4.7	4.3	4.2	4.1	6.1

<sup>19</sup> Le soutien financier total représente le total combiné du parrainage des entreprises caritatives et des subventions en espèces accordées au cours de l'année fiscale. Les subventions de l'entreprise sont versées par l'intermédiaire de la Fondation Hasbro (anciennement Hasbro Children's Fund), y compris toutes les subventions de contrepartie.

<sup>20</sup> Le soutien philanthropique total représente à la fois les contributions financières et la valeur marchande estimée des dons de produits.

<sup>21</sup> Les chiffres de 2018 ont été recalculés en raison d'une erreur de déclaration cette année-là.

	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Salariés, nouvelles recrues et départs volontaires<sup>22</sup></b>					
<b>Nombre total de salariés</b>	<b>5,660</b>	<b>5,288</b>	<b>5,261</b>	<b>6,473</b>	<b>6,420</b>
> Salariés (de moins de 30 ans)	829 (15%)	751 (14%)	702 (13%)	926 (14%)	953 (15%)
> Salariés (de 30 à 50 ans)	3,682 (65%)	3,526 (67%)	3,519 (67%)	4,320 (67%)	4,231 (66%)
> Salariés (de 51 ans et plus)	1,138 (20%)	996 (19%)	1,029 (20%)	1,227 (19%)	1,235 (19%)
<b>Nombre total et taux d'embauche de nouveaux salariés</b>	<b>1,276</b>	<b>1,187</b>	<b>1,071</b>	<b>1,069</b>	<b>1,848</b>
> Nouveaux salariés (de moins de 30 ans)	582	499	412	428	652
> Nouveaux salariés (de 30 à 50 ans)	576	573	533	525	1,013
> Nouveaux salariés (de 51 ans et plus)	118	112	125	116	181
> Nouvelles recrues (% qui se considèrent comme un homme) <sup>23</sup>	–	–	–	–	42%
> Nouvelles recrues (% qui se considèrent comme un femme)	56%	59%	60%	52%	57%
> Nouvelles recrues (% qui se considèrent « autre ») <sup>23</sup>	–	–	–	–	1%
<b>Turnover volontaire</b>	<b>8%</b>	<b>11%</b>	<b>11%</b>	<b>8%</b>	<b>14%</b>
> Turnover volontaire (de moins de 30 ans)	12%	14%	25%	15%	21%
> Turnover volontaire (de 30 à 50 ans)	8%	10%	12%	7%	14%
> Turnover volontaire (de 51 ans et plus)	7%	10%	6%	5%	8%
> Turnover volontaire (% qui se considèrent comme un homme) <sup>23</sup>	–	–	–	–	12%
> Turnover volontaire (% qui se considèrent comme un femme)	9%	11%	12%	8%	14%
> Turnover volontaire (% qui se considèrent « autre ») <sup>23</sup>	–	–	–	–	30%

<sup>22</sup> Veuillez consulter les Principes de reporting – People **page 98**.

<sup>23</sup> Pour que nos données sur le personnel soient plus inclusives, nous avons décidé de répartir nos données sur les nouvelles recrues et le turnover du personnel entre les catégories “femmes”, “hommes” et “autres”. Nous avons déjà publié des données sur le personnel féminin et non féminin, voir notre mise à jour des données RSE 2020 pour les années de comparaison. En 2021, nous présenterons les nouvelles catégories de genre “hommes” et “autres”. “Autre” comprend les réponses des employés non renseignées dans le système d’eOne et “Non déclaré” ou “Autre” dans le système de Hasbro/Wizards of the Coast.

2017

2018

2019

2020

2021

**Salariés, nouvelles recrues et turnover volontaire par zone géographique**

	2017	2018	2019	2020	2021
<b>USA</b>					
> Nombre total de salariés	2,661	2,455	2,519	2,806	2,803
> Nombre de nouvelles recrues	749	703	588	500	806
> Turnover volontaire	6%	8%	8%	6%	12%
<b>Canada</b>					
> Nombre total de salariés	172	182	176	522	504
> Nombre de nouvelles recrues	24	30	21	46	125
> Turnover volontaire	8%	7%	10%	7%	18%
<b>Asie Pacifique</b>					
> Nombre total de salariés	1,209	1,166	1,186	1,211	1,194
> Nombre de nouvelles recrues	208	227	215	127	259
> Turnover volontaire	11%	16%	14%	7%	13%
<b>Europe</b>					
> Nombre total de salariés	1,323	1,208	1,122	1,511	1,465
> Nombre de nouvelles recrues	235	178	204	200	358
> Turnover volontaire	9%	11%	14%	8%	9%
<b>Amérique latine</b>					
> Nombre total de salariés	160	145	133	134	125
> Nombre de nouvelles recrues	33	30	30	13	30
> Turnover volontaire	8%	15%	19%	10%	17%
<b>Mexique</b>					
> Nombre total de salariés	135	132	125	289	329
> Nombre de nouvelles recrues	27	19	13	183	270
> Turnover volontaire	12%	7%	14%	42%	47%

2017

2018

2019

2020

2021

## Diversité, Equité, Inclusion

### Les femmes dans nos effectifs

> Personnel féminin	55%	55%	55%	54%	55%
> Dirigeants et cadres de sexe féminin	38%	41%	42%	43%	46%
> Cadres supérieurs de sexe féminin	–	–	–	2	3
> Salariées américaines	54%	55%	53%	52%	52%
> Dirigeants et cadres de sexe féminin aux Etats-Unis	38%	41%	42%	41%	43%

### Diversité raciale et ethnique de notre main-d'œuvre (États-Unis)

> Salariés issus de la diversité raciale/ethnique	17%	18%	19%	21%	22%
> Dirigeants et cadres issus de la diversité raciale/ethnique	8%	10%	10%	14%	14%
> Nouvelles recrues issues de la diversité raciale/ethnique	25%	26%	25%	31%	34%

### Salariés par groupe ethnique (États-Unis)

> Amérindien/Alaskien	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
> Asiatique	6%	7%	7%	7%	8%
> Noirs ou Afro-américains	2%	2%	2%	3%	3%
> Hispaniques/Latinos	8%	8%	8%	8%	8%
> Amérindien d'Hawaii ou insulaire du Pacifique	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%
> Issus de deux groupes ethniques différents	1%	1%	2%	2%	2%
> Blancs	83%	82%	81%	80%	78%

### Diversité selon le type d'emploi

<b>Nombre total d'employés permanents</b>	–	–	–	<b>6,402</b>	<b>6,239</b>
> % Total des employés permanents – Femmes	–	–	–	54%	54%
> % du total des employés permanents – issu d'une minorité (États-Unis seulement)	–	–	–	21%	22%
<b>Nombre total d'employés occasionnels<sup>24</sup></b>	–	–	–	<b>71</b>	<b>181</b>
> % Total des employés occasionnels – Femmes	–	–	–	66%	71%
> % du total des employés occasionnels – issu d'une minorité (États-Unis seulement)	–	–	–	11%	30%

<sup>24</sup> Pour 2021, les employés occasionnels comprennent les stagiaires. Les stagiaires n'étaient pas inclus dans les données de 2020.



2017

2018

2019

2020

2021

suite

Nombre total d'intérimaires <sup>25</sup>	–	–	–	129	131
Nombre total d'incidents liés à la discrimination pendant la période de référence	–	–	–	2	0

## Engagement et développement des salariés

Proportion d'employés évaluant leur niveau d'engagement comme étant activement engagé <sup>26</sup>	–	–	–	–	71.70%
---	---	---	---	---	--------

## Santé, sécurité et bien-être du personnel

### Taux d'incidence (par 200 000 heures travaillées)<sup>27</sup>

> Blessures et maladies déclarées	1.11	0.89	0.30	0.33	0.15
> Accidents et maladies avec arrêt de travail	0.82	0.45	0.16	0.29	0.48
> Journées de travail perdues	8.14	7.53	2.81	10.74	5.16
> Accidents du travail mortels	0	0	0	0	0

### Taux d'incidence par région (pour 200 000 heures travaillées)

#### Amériques

> Blessures et maladies déclarées	1.98	1.21	0.23	0.18	0.03
> Accidents et maladies avec arrêt de travail	1.50	0.60	0.19	0.13	0.42
> Journées de travail perdues	17.13	10.72	14.43	9.91	1.87

#### Europe

> Blessures et maladies déclarées	0.49	0.63	0.46	0.81	0.50
> Accidents et maladies avec arrêt de travail	0.30	0.11	0.23	0.76	0.92
> Journées de travail perdues	0.57	0.54	2.00	21.24	16.66

#### Asie Pacifique

> Blessures et maladies déclarées	0.17	0.46	0.27	0.13	0.09
> Accidents et maladies avec arrêt de travail	0.17	0.23	0.00	0.13	0.09
> Journées de travail perdues	1.12	1.55	0.00	0.20	0.37

<sup>25</sup> Veuillez consulter les Principes de présentation des rapports – People page 98.

<sup>26</sup> Veuillez consulter les Principes de présentation des rapports – People page 98.

<sup>27</sup> Diminution significative due à une meilleure précision des données (voir Principes de présentation des rapports – People page 98) ainsi qu'aux progrès réalisés dans la mise en œuvre de programmes de sécurité sur certains sites.

2017

2018

2019

2020

2021

### Droits de l'homme et relations de travail

Le personnel de sécurité, y compris les employés d'une entreprise de sécurité tierce, qui a reçu une formation en bonne et due forme sur les politiques de Hasbro en matière de respect des droits de l'homme et autres procédures spécifiques et leur application à la sécurité.

-

-

-

100%

100%

Salariés de Hasbro protégés par des syndicats ou des conventions collectives au niveau mondial<sup>28</sup>

10.50%

10.50%

9.60%

11.85%

11.40%

<sup>28</sup> Les chiffres de 2020 ont été recalculés en raison d'une erreur de déclaration cette année-là.

**2020**
**2021**
**Gouvernance d'entreprise**
**Conseil d'administration**
**Nombre de membres du conseil d'administration de Hasbro<sup>29</sup>**
**14**
**13**

&gt; Membres non dirigeants

–

12

 > Membres indépendants<sup>30</sup>

12

12

 > Femmes membres<sup>31</sup>

6 (55%)

7 (54%)

**Directeurs s'identifiant à chaque catégorie**

&gt; Non-binaire

–

0

&gt; LGBTQ+

–

0

&gt; Afro-américain ou Noir

–

2

&gt; Alaskien ou amérindien

–

0

&gt; Asiatiques

–

0

&gt; Hispaniques ou Latinos

–

0

&gt; Amérindien d'Hawaii ou insulaire du Pacifique

–

0

&gt; Blancs

–

11

&gt; Issus de deux ou plusieurs groupes ethniques

–

0

**Durée moyenne du mandat des membres du conseil d'administration (années)**

–

**8.3**

<sup>29</sup> Analyse démographique du conseil d'administration basée sur sa composition en avril 2022.

<sup>30</sup> Pour les normes relatives à l'indépendance des administrateurs de Hasbro, veuillez consulter l'annexe B, page B-1 de **la circulaire d'information de Hasbro pour 2022**.

<sup>31</sup> Pourcentage 2020 recalculé en raison d'une erreur de déclaration.

2020

2021

### Rémunération des dirigeants

Rémunération des dirigeants liée à la performance en matière d'ESG<sup>32</sup>

Yes

Yes

### Éthique des affaires

#### Lutte contre la corruption

Activités évaluées pour les risques liés à la corruption<sup>33</sup>

–

100%

Nombre total de cas de corruption confirmés

–

0

Nombre total d'incidents confirmés dans lesquels les salariés ont été licenciés ou sanctionnés pour cause de corruption

–

0

Nombre total d'incidents confirmés où des contrats avec des partenaires commerciaux ont été résiliés ou non renouvelés en raison de manquements liés à la corruption

–

0

Plaintes reçues par le biais de la ligne d'assistance téléphonique et des boîtes aux lettres éthiques de Hasbro, ainsi que par le biais d'autres sources

85

77

Nombre total de salariés auxquels les politiques et procédures anti-corruption de l'organisation ont été communiquées

–

6,314

Nombre total de partenaires commerciaux auxquels les politiques et procédures anticorruption de l'organisation ont été communiquées

–

> Partenaires commerciaux auxquels les politiques et procédures anti-corruption de Hasbro ont été communiquées

–

La politique de conformité anti-corruption d'Hasbro concernant la diligence raisonnable lors de l'engagement de partenaires commerciaux exige que tous les partenaires commerciaux potentiels, nouveaux ou existants, qui agissent en tant qu'intermédiaires ou agents, remplissent un questionnaire et un certificat anti-corruption ainsi qu'un contrôle de diligence raisonnable qui est examiné par l'équipe de conformité juridique de Hasbro.

<sup>32</sup> Pour en savoir plus sur la prise en compte des objectifs ESG dans les plans de rémunération des dirigeants, veuillez consulter **les pages vii, xi, 45-47 et 52 de la circulaire d'information Hasbro 2022.**

<sup>33</sup> L'évaluation annuelle du risque anti-corruption de Hasbro couvre l'ensemble de l'entreprise Hasbro, à travers tous les segments et activités dans le monde. En 2021, nous avons enquêté sur 100 % des entités/localisations que nous.

	2020	2021
<b>Nombre total de salariés ayant reçu une formation sur la lutte contre la corruption<sup>33</sup></b>	–	<b>6,314</b>
<b>Par catégorie de salariés</b>		
> Conseil d'administration	–	Les membres du conseil d'administration de Hasbro sont formés tous les quatre ans
> Non cadres (niveaux 1 à 4)	–	2,955
> Professionnels (5 et 6)	–	2,663
> Cadres (7+)	–	696
<b>Par zone géographique</b>		
> USA	–	2,914
> Canada	–	448
> Asie	–	1,187
> Pacifique	–	102
> Europe	–	1,364
> Amérique latine	–	134
> Mexique	–	165
<b>Nombre total d'employés ayant suivi la formation annuelle sur le code de conduite</b>	<b>6,049</b>	<b>5,831</b>
<b>Conformité</b>		
<b>Valeur monétaire totale des contributions politiques financières et en nature faites par la société</b>	–	<b>\$0</b>
> Directement	–	\$0
> Indirectement	–	\$0
<b>Actions en justice en cours dans lesquelles Hasbro a été identifié comme partie</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
> Comportement anticoncurrentiel	0	0
> Violations de la législation antitrust	0	0
> Situation de monopole	0	0
<b>Actions en justice conclues dans lesquelles Hasbro a été identifié comme une partie</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
> Comportement anticoncurrentiel	0	0
> Violations de la législation antitrust	0	0
> Situation de monopole	0	0

<sup>33</sup> L'évaluation annuelle du risque anti-corruption de Hasbro couvre l'ensemble de l'entreprise Hasbro, à travers tous les segments et activités dans le monde. En 2021, nous avons enquêté sur 100 % des entités/localisations que nous



	2020	2021
<b>Responsabilité du fournisseur et des vendeurs</b>		
Nouveaux fournisseurs sélectionnés sur la base de critères environnementaux	100%	100%
Nombre de fournisseurs évalués pour les impacts environnementaux	–	76 (100%)
Moyenne des problèmes environnementaux critiques par audit	–	0
Pourcentage de nouveaux fournisseurs sélectionnés sur la base de critères sociaux	100%	100%
Nombre de fournisseurs dont l'impact social a été évalué	–	76 (100%)
Moyenne des problèmes sociaux critiques par audit	–	1.38
Fournisseurs tiers enjoint de se soumettre à un audit annuel de conformité sociale	99%	100%
Les usines tierces sont formées aux exigences de Hasbro en matière d'approvisionnement éthique et de conformité sociale par le biais de formations en présentiel et en ligne	97%	100%
Fournisseurs audités selon les normes environnementales	100%	100%

La Global Reporting Initiative (GRI) fournit un cadre complet pour l'établissement de rapports sur le développement durable des entreprises, fondé sur les contributions d'un large éventail de parties prenantes. Notre rapport Playing with Purpose : Le rapport ESG 2021-2022 a été préparé conformément aux normes GRI 2021. Nous fournissons l'index du contenu de la GRI ci-dessous pour référencer notre reporting GRI.

Informations à fournir	Description	Indexation / Réponse
<b>ORGANISATION ET PRATIQUES EN MATIÈRE DE RAPPORTS</b>		
2-1	Coordonnées de l'entreprise	<b>A PROPOS DE HASBRO</b>
2-2	Entités incluses dans le rapport de développement durable de l'organisation	
2-3	Période de rapport, fréquence et point de contact	Comment Hasbro rend compte de l'ESG – À propos de ce rapport, <b>page 96</b>
2-4	Retraitements des informations	Des retraitements d'informations sont disponibles dans les notes de bas de page pour Play Data, <b>page 59-60</b> , les People Data, <b>page 76-77</b> et Principes <b>page 91</b>
2-5	Assurance extérieure	
<b>ACTIVITÉS ET TRAVAILLEURS</b>		
2-6	Activités, chaîne de valeur et autres relations commerciales	<b>Rapport annuel 2021 A PROPOS DE HASBRO</b>
2-7	Salariés	Personnel – Salariés, nouvelles recrues et départs volontaires, <b>page 73</b> Personnel – Salariés, nouvelles recrues et rotation volontaire par région, <b>page 74</b>
2-8	Travailleurs qui ne sont pas salariés	Personnel – Diversité, équité et inclusion, <b>page 75-76</b> Personnel – Principes d'établissement des rapports, <b>page 98</b>
<b>GOUVERNANCE</b>		
2-9	Structure et composition de la gouvernance	Principes – Gouvernance d'entreprise, <b>page 91-92</b> Principes – Éthique des affaires et gouvernance, <b>page 86-87</b> ESG chez Hasbro – ESG Surveillance et responsabilité, <b>page 15</b> Circulaire d'information 2022 de Hasbro – Comités du conseil d'administration, <b>page 24-27</b> Circulaire d'information 2022 de Hasbro – Mandat du conseil d'administration, <b>page 33</b> Circulaire d'information 2022 de Hasbro – Annexe B, <b>page B-15</b>
2-10	Nomination et sélection de l'organe supérieur de gouvernance	<b>Charte du comité de nomination, de gouvernance et de responsabilité sociale Normes relatives à l'indépendance des administrateurs</b>
2-11	Président de l'organe supérieur de gouvernance	Circulaire d'informations 2022 de Hasbro – Structure de direction du conseil d'administration, <b>page 32</b> Circulaire d'informations 2022 de Hasbro – Résumé analytique, <b>page 39</b>
2-12	Rôle de l'organe supérieur de gouvernance dans la supervision de la gestion de l'impact	ESG chez Hasbro – ESG Surveillance et responsabilité, <b>page 15</b> La puissance de notre chaîne d'approvisionnement, <b>page 81</b> Circulaire d'information Hasbro pour 2022 – stimuler la performance ESG, <b>page viii</b> . Circulaire d'information 2022 de Hasbro – Engagement des actionnaires, <b>page vii</b>
2-13	Délégation de la responsabilité de la gestion des impacts	Raison d'être – La raison d'être mise en pratique, <b>page 6-8</b> ESG chez Hasbro – ESG Surveillance et responsabilité, <b>page 15</b>
2-14	Rôle de la plus haute instance de gouvernance dans l'établissement de rapports sur le développement durable	ESG chez Hasbro – ESG Surveillance et responsabilité, <b>page 15</b>

Informations à fournir	Description	Indexation / Réponse
2-15	Conflits d'intérêt	Principes – Éthique des affaires et gouvernance, <b>page 86</b> ESG chez Hasbro – ESG Surveillance et responsabilité, <b>page 15</b> <b>Code de conduite de Hasbro</b>
2-16	Communication des problèmes critiques	En 2021, aucun problème critique (que nous définissons comme des problèmes étayés ayant un impact financier matériel réel ou potentiel sur l'entreprise) n'a été communiqué à l'organe de gouvernance le plus élevé de Hasbro au cours de la période considérée. Hasbro veille au respect des lois applicables et de la politique de l'entreprise par le biais d'audits et d'enquêtes internes. L'équipe dirigeante de Hasbro reçoit chaque trimestre un résumé anonyme de toutes les enquêtes et tendances en matière de conformité. Le comité d'audit du conseil d'administration reçoit chaque année un résumé anonyme de toutes les enquêtes et tendances en matière de conformité. Les violations de la loi ou de la politique et les résultats des audits sont communiqués aux membres de l'équipe de direction et du comité d'audit tout au long de l'année, le cas échéant.
2-17	Connaissance collective de l'organe de gouvernance le plus élevé	ESG chez Hasbro – ESG Surveillance et responsabilité, <b>page 15</b>
2-18	Évaluation de la performance de l'organe de gouvernance le plus élevé	Circulaire d'information 2022 de Hasbro – Auto-évaluation annuelle du conseil d'administration et de ses comités, <b>page 33</b>
2-19	Politiques de rémunération	Circulaire d'information 2022 de Hasbro – Discussion et analyse de la rémunération, <b>page 39</b> <b>Politique de récupération de rémunération de Hasbro</b>
2-20	Procédure de détermination de la rémunération	Circulaire d'information 2022 de Hasbro – Procédure de rémunération, <b>page 49-51</b>
2-21	Ratio de rémunération totale annuelle	Circulaire d'information 2022 de Hasbro, <b>page 85</b>
<b>STRATÉGIE, POLITIQUE ET PRATIQUES</b>		
2-22	Déclaration sur la stratégie de développement durable	Message du PDG, <b>page 4</b> Message de bienvenue de la Vice-Présidente en charge de la RSE, <b>page 5</b>
2-23	Engagements politiques	Principes – Éthique des affaires et gouvernance, <b>page 86</b> Principes – Prévention de la corruption, <b>page 88</b> Politiques – <b>page 126</b>
2-24	Mise en œuvre des engagements politiques	Objectif – L'objectif en pratique, <b>page 6-8</b> ESG chez Hasbro – Comment nous jouons, <b>page 9-10</b> ESG chez Hasbro – Surveillance et responsabilité ESG, <b>page 15</b>
2-25	Processus de correction des impacts négatifs	ESG chez Hasbro – Engagement des parties prenantes, <b>page 13-14</b> Principes – Travailleurs de la chaîne d'approvisionnement, <b>page 84</b>
2-26	Mécanismes permettant de demander conseil et de faire part de ses préoccupations	ESG chez Hasbro – Engagement des parties prenantes, <b>page 13-14</b> <b>Politique de respect des droits de l'homme</b> Principes – Travailleurs de la chaîne d'approvisionnement, <b>page 84</b>
2-27	Respect des lois et règlements	<b>Rapport annuel 2021 de Hasbro – Extrait du 10-K :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Procédures judiciaires, page 47</li> <li>• Risques juridiques et administratifs liés à nos activités, page 4</li> <li>• Notes sur les états financiers consolidés, page 135</li> <li>• Autres charges (produits), nettes, page 63-64</li> </ul>
2-28	Associations d'adhérents	ESG chez Hasbro – Engagement des parties prenantes, <b>page 13-14</b>

Informations à fournir	Description	Indexation / Réponse
<b>ENGAGEMENT DES PARTIES PRENANTES</b>		
2-29	Approche de l'engagement des parties prenantes	ESG chez Hasbro – Engagement des parties prenantes, <b>page 13-14</b>
2-30	Conventions collectives	People – Droits de l'homme et relations de travail, <b>page 77</b>
<b>GRI 3: THEMES PERTINENTS 2021</b>		
3-1	Conseils pour déterminer les thèmes pertinents	ESG chez Hasbro – Évaluation de la pertinence ESG, <b>page 11-12</b>
3-2	Liste des thèmes pertinents	Thèmes pertinents, <b>page 124</b>
<b>GRI 205: LUTTE CONTRE LA CORRUPTION 2016</b>		
205-1	Activités évaluées en termes de risques liés à la corruption	Principes – Éthique des affaires, <b>page 92</b> Principes – Prévention de la corruption, <b>page 88</b>
205-2	Communication et formation relatives aux politiques et procédures de lutte contre la corruption	Principes – Éthique des affaires, <b>page 92-93</b> Principes – Éthique des affaires et gouvernance, <b>page 88</b>
205-3	Cas avérés de corruption et mesures prises	Principes – Éthique des affaires, <b>page 92</b>
3-3	Gestion des thèmes pertinents	Principes – Prévention de la corruption, <b>page 88</b>
<b>GRI 206: COMPORTEMENT ANTICONCURRENTIEL 2016</b>		
206-1	Actions en justice contre le comportement anticoncurrentiel et les pratiques antitrust	Principes – Conformité, <b>page 93</b>
3-3	Gestion des thèmes pertinents	Principes – Protection de la propriété intellectuelle et comportement concurrentiel, <b>page 83</b>
<b>GRI 303: EAU ET EFFLUENTS 2018</b>		
303-3	Prélèvement d'eau	Planet – Eau, <b>page 36-37</b> Principes de reporting – Eau, <b>page 97</b>
303-4	Rejet d'eau	
303-5	Consommation d'eau	
3-3	Gestion des thèmes pertinents	Planet – Eau, <b>page 26-27</b>
<b>GRI 305: EMISSIONS 2016</b>		
305-1	Émissions directes de GES (Champ d'application 1)	Planet – Emissions & Energie, <b>page 33-35</b> Principes de reporting – Émissions directes de GES (Champ d'application 1), <b>page 96</b>
305-2	Émissions indirectes de GES (Champ d'application 2)	Planet – Emissions & Energie, <b>page 33-35</b> Principes de reporting – Émissions indirectes de GES (Champ d'application 2), <b>page 96-97</b>

Informations à fournir	Description	Indexation / Réponse
305-3	Autres émissions indirectes de GES (Champ d'application 3)	Planet – Emissions & Energie, <b>page 34</b> Principes de reporting – Autres émissions indirectes de GES (Champ d'application 3), <b>page 96-97</b>
305-4	Intensité des émissions de GES	Planet – Emissions & Energie, <b>page 34-35</b>
305-7	Émissions d'oxydes d'azote (NOx), d'oxydes de soufre (SOx) et autres émissions atmosphériques significatives	Planet – Autres émissions à déclarer, <b>page 35</b> Planet – Emissions & Energie – Émissions de gaz à effet de serre par type, <b>page 35</b>
3-3	Gestion des thèmes pertinents	Planet – page 16 Planet – Réduction des émissions de carbone, <b>page 23-25</b> Planet – Risque climatique et résilience, <b>page 31-32</b>
<b>GRI 306: EFFLUENTS ET DECHETS 2020</b>		
306-3	Déversements significatifs	Planet – Déchets, <b>page 35</b> Principes de Reporting – Déchets, <b>page 97</b>
3-3	Gestion des thèmes pertinents	Planet – Déchets, <b>page 28</b> Planet – Pensée circulaire, <b>page 17-22</b>
<b>GRI 308: ÉVALUATION ENVIRONNEMENTALE DES FOURNISSEURS 2016</b>		
308-1	Nouveaux fournisseurs analysés à l'aide de critères environnementaux	Principes – Responsabilité des fournisseurs, <b>page 94</b>
308-2	Impacts environnementaux négatifs dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises	Principes – Responsabilité des fournisseurs, <b>page 94</b> Planet – Chaîne d'approvisionnement durable, <b>page 25</b>
3-3	Gestion des thèmes pertinents	Principes – Sourcing éthique, <b>page 79-80</b> Planet – Chaîne d'approvisionnement durable, <b>page 25</b>
<b>GRI 401: EMPLOI 2016</b>		
401-1	Recrutement de nouveaux employés et rotation du personnel	People – Salariés, nouvelles recrues et départs volontaires, <b>page 73</b> People – Salariés, nouvelles recrues et départs volontaires par région du monde, <b>page 74</b>
401-2	Avantages accordés aux salariés à temps plein et non aux employés temporaires ou à temps partiel	People – Construire sur des bases solides, <b>page 71-72</b> People – Expérience des salariés, <b>page 67-68</b> Personnel – Construire sur des bases solides, <b>page 71-72</b> Personnel – Expérience des employés, <b>page 67-68</b> Rapport annuel de Hasbro 2021 – Rémunération, santé, sécurité et bien-être des salariés, <b>page 25-26</b>
3-3	Gestion des thèmes pertinents	People – Nouvelle façon de travailler, <b>page 64</b> People – Promouvoir l'excellence des performances par la gestion totale des talents, <b>page 68-70</b> People – Construire sur des bases solides, <b>page 71-72</b>
<b>GRI 403: SANTE ET SECURITE AU TRAVAIL 2018</b>		
403-9	Accidents du travail	People – Santé, sécurité et bien-être des salariés, <b>page 76</b> Reporting Principles – Taux d'accidents avec arrêt de travail, <b>page 98</b>
3-3	Gestion des thèmes pertinents	People – La sécurité avant tout, <b>page 72</b>

Informations à fournir	Description	Indexation / Réponse
<b>GRI 405: DIVERSITE ET EGALITE DES CHANCES 2016</b>		
405-1	Diversité des organes de gouvernance et des employés	People – Diversité, équité et inclusion, <b>page 75-76</b> 2021 EEO-1 (equal employment opportunity), <b>page 125</b>
3-3	Gestion des thèmes pertinents	People – Diversité, équité et inclusion, <b>page 65-66</b>
<b>GRI 406: LUTTE CONTRE LA DISCRIMINATION 2016</b>		
406-1	Cas de discrimination et mesures correctives prises	People – Diversité, équité et inclusion, <b>page 76</b>
3-3	Management of material topics	People – Diversité, équité et inclusion, <b>page 65-66</b>
<b>GRI 407: LIBERTE SYNDICALE ET NEGOCIATION COLLECTIVE 2016</b>		
407-1	Opérations et fournisseurs pour lesquels le droit de liberté syndicale et de négociation collective peut être en péril	Principles – Sourcing éthique, <b>page 79-80</b> Principles – Respect des droits de l'homme, <b>page 83-84</b> <b>Politique en matière de respect des droits de l'homme Responsible Business Alliance (RBA)</b>
3-3	Gestion des thèmes pertinents	Principles – Sourcing éthique, <b>page 79-80</b> Principles – Respect des droits de l'homme, <b>page 83-84</b>
<b>GRI 408: TRAVAIL DES ENFANTS 2016</b>		
408-1	Opérations et fournisseurs présentant un risque significatif lié au travail des enfants	Principles – Sourcing éthique, <b>page 79-80</b> Principles – Respect des droits de l'homme, <b>page 83-84</b> <b>Politique en matière de respect des droits de l'homme Responsible Business Alliance (RBA)</b>
3-3	Gestion des thèmes pertinents	Principles – Sourcing éthique, <b>page 79-80</b> Principles – Respect des droits de l'homme, <b>page 83-84</b>



Informations à fournir	Description	Indexation / Réponse
<b>GRI 409: TRAVAIL FORCE OU OBLIGATOIRE 2016</b>		
409-1	Opérations et fournisseurs présentant un risque significatif de travail forcé ou obligatoire	Principes – Sourcing éthique, <b>page 79-80</b> Principes – Respect des droits de l'homme, <b>page 83-84</b> <b>Politique en matière de respect des droits de l'homme Responsible Business Alliance (RBA)</b>
3-3	Gestion des thèmes pertinents	Principes – Sourcing éthique, <b>page 79-80</b> Principes – Respect des droits de l'homme, <b>page 83-84</b>
<b>GRI 410: PRATIQUES DE SECURITE 2016</b>		
410-1	Formation du personnel de sécurité aux politiques et procédures relatives aux droits de l'homme	People – Droits de l'homme et relations de travail, <b>page 77</b>
3-3	Gestion des thèmes pertinents	Principes – Respect des droits de l'homme, <b>page 83-84</b>
<b>414: EVALUATION SOCIALE DES FOURNISSEURS 2016</b>		
414-1	Nouveaux fournisseurs analysés à l'aide de critères sociaux	Principes – Responsabilité des fournisseurs, <b>page 94</b>
414-2	Impacts sociaux négatifs sur la chaîne d'approvisionnement et mesures prises	Principes – Responsabilité des fournisseurs, <b>page 94</b> Principes – Les dix principales constatations d'audit les plus importantes 2021, <b>page 80</b>
3-3	Gestion des thèmes pertinents	Principes – Sourcing éthique, <b>page 79-80, 82</b>
<b>GRI 415: POLITIQUES PUBLIQUES 2016</b>		
415-1	Contributions politiques	Principes – Conformité, <b>page 93</b>
3-3	Gestion des thèmes pertinents	<b>Politique en matière d'activités politiques et de lobbying</b>
<b>GRI 416: SANTE ET SECURITE DES CONSOMMATEURS 2016</b>		
416-1	Évaluation des impacts des catégories de produits et de services sur la santé et la sécurité	Play – qualité et sécurité des produits, <b>page 59</b>
416-2	Cas de non-conformité concernant les impacts des produits et des services sur la sécurité et la santé	Play – qualité et sécurité des produits, <b>page 58</b>
3-3	Gestion des thèmes pertinents	Play – Sécurité des produits et assurance qualité, <b>page 39-41</b>

Informations à fournir	Description	Indexation / Réponse
<b>GRI 417: COMMERCIALISATION ET ETIQUETAGE 2016</b>		
417-3	Cas de non-conformité concernant la communication marketing	Play – Durabilité et conception des produits, <b>page 59</b>
3-3	Gestion des thèmes pertinents	Play – Contenu et marketing responsables, <b>page 46-48</b>
<b>GRI 418: CONFIDENTIALITE DES DONNEES DES CLIENTS 2016</b>		
418-1	Plaintes fondées relatives à l'atteinte à la confidentialité des données des clients et aux pertes de données des clients	En 2021, nous n'avons eu aucun incident à signaler concernant des violations d'informations ou des pertes de données sur les consommateurs. Hasbro se conforme aux exigences de déclaration dans les juridictions où il opère
3-3	Gestion des thèmes pertinents	Principles – Confidentialité des données et cybersécurité, <b>page 89-90</b>

## Jouets et articles de sport

L'index suivant met en correspondance nos divulgations avec les normes industrielles de la SASB pertinentes pour notre activité. Hasbro publie des informations par rapport à la norme de l'industrie des jouets et des articles de sport depuis 2019.

SUJET	CODE	MESURE COMPTABLE	CATEGORIE	RÉFÉRENCE DE L'EMPLACEMENT / RÉPONSE
Dangers chimiques et pour la sécurité des produits	CG-TS-250a.1	(1) Nombre de rappels et (2) nombre total d'unités rappelées	Quantitatif	1
	CG-TS-250a.2	Nombre de lettres d'avis reçues (LOA) reçues de la Consumer Product Safety Commission (CPSC) américaine	Quantitatif	0
	CG-TS-250a.3	Montant total des pertes financières résultant de procédures judiciaires liées à la sécurité des produits	Quantitatif	0
	CG-TS-250a.4	Discussion sur les processus visant à évaluer et à gérer les risques et/ou les dangers associés aux produits chimiques contenus dans les produits	Discussion et analyse	Play – Gestion des produits chimiques, <b>page 42-25</b> Play – Sécurité des produits et assurance qualité, <b>page 39-40</b> <b>Politique de gestion des matériaux et des produits chimiques de Hasbro</b>
Conditions de travail dans la chaîne d'approvisionnement	CG-TS-430a.1	Nombre d'établissements vérifiés selon un code de conduite de responsabilité sociale	Quantitatif	76 (100% of suppliers)
	CG-TS-430a.2	(1) Taux de non-conformité et (2) taux de mesures correctives associées de l'audit de responsabilité sociale et environnementale des fournisseurs directs pour les (a) nonconformités prioritaires et les (b) autres nonconformités	Quantitatif	Principles – Responsabilité des fournisseurs, <b>page 94</b> Principles – Les dix principales constatations d'audit critiques 2021, <b>page 80</b> Sourcing éthique – Respect des droits de l'homme, <b>page 83-94</b> <b>Responsible Business Alliance (RBA)</b>
Mesure d'Activité	CG-TS-000.A	Production annuelle	Quantitatif	451,000,000 Units
	CG-TS-000.B	Nombres de sites de fabrication, pourcentage externalisé	Quantitatif	Sites de production détenus et exploités par Hasbro : 0 Sites de fabrication externalisés sous contrat direct avec Hasbro : 75 <b>Liste des usines tierces 2021</b>

## Media and Divertissement

Avec l'acquisition d'eOne à la fin de 2019, nous avons inclus les éléments applicables de la norme Media & Divertissement dans nos informations l'année dernière et nous continuons à le faire cette année.

SUJET	CODE	MESURE COMPTABLE	CATEGORIE	RÉFÉRENCE DE L'EMPLACEMENT / RÉPONSE
Pluralisme dans les médias	SV-ME-260a.1	Pourcentage de représentation des sexes et des groupes raciaux/ethniques pour (1) la direction, (2) les professionnels et (3) l'ensemble des autres employés	Quantitatif	2021 EEO-1, page 125
	SV-ME-260a.2	Description des politiques et procédures visant à garantir le pluralisme du contenu des médias d'information	Discussion et Analyse	--
Intégrité journalistique et identification des commanditaires	SV-ME-270a.1	Montant total des pertes financières à la suite de procédures judiciaires associées à la diffamation verbale ou écrit	Quantitatif	0
	SV-ME-270a.2	Recettes provenant de la publicité intégrée	Quantitatif	--
	SV-ME-270a.3	Description de l'approche visant à assurer l'intégrité journalistique des émissions de nouvelles liées à : (1) la véracité, l'exactitude, l'objectivité, l'équité et la responsabilisation, (2) l'indépendance du contenu et/ou la transparence de la partialité potentielle, et (3) la protection de la vie privée et la limitation du préjudice	Discussion et Analyse	--
Protection de la propriété intellectuelle et piratage des médias	SV-ME-520a.1	Description de l'approche visant à garantir la protection de la propriété intellectuelle (PI)	Discussion et Analyse	Principes – Protection de la propriété intellectuelle et comportement concurrentiel, page 83 Principes – Éthique des affaires et gouvernance, page 86 Code of Conduite
Mesure d'Activité	SV-ME-000.A	(1) Nombre total de destinataires des médias et nombre de (2) foyers bénéficiant de la télédiffusion, (3) abonnés aux réseaux câblés et (4) diffusion de magazines et de journaux	Quantitatif	--
	SV-ME-000.B	Nombre total de productions médiatiques et de publications produites	Quantitatif	En 2021, Hasbro a fourni <ul style="list-style-type: none"> <li>• 229 demi-heures de contenu télévisé scénarisé</li> <li>• 695 demi-heures de contenu télévisuel non scénarisé</li> <li>• Hasbro a acquis : 236 demi-heures de contenu télévisuel produit par des tiers</li> <li>• Hasbro a produit : sept longs métrages</li> <li>• six séries de contenus animés</li> </ul>

--  
not applicable  
to Hasbro



# questions importantes en matière d'esg définitions

Environnement	<b>Conception de produits et gestion du cycle de vie</b>	Gérer et améliorer le cycle de vie de tous les produits et services pour les consommateurs et la planète, y compris les impacts des innovations en matière de matériaux, de l'emballage, de la distribution et de l'utilisation finale.
	<b>Sourcing des matériaux</b>	Continuer à améliorer les composants des produits, en respectant les lois et réglementations applicables lors de l'approvisionnement en matériaux et en intégrant l'utilisation de matériaux recyclés et renouvelables.
	<b>Emissions de gaz à effet de serre</b>	Réduire les émissions des véhicules appartenant à l'entreprise, la consommation d'énergie des bureaux de l'entreprise, des installations appartenant à l'entreprise, des usines, de la logistique et des magasins de détail, ainsi que la consommation d'énergie du matériel informatique et des centres de données.
	<b>Risque et résilience liés au changement climatique</b>	Renforcer la résilience des installations et de la chaîne d'approvisionnement à travers le monde face aux effets physiques du changement climatique et atténuer les risques climatiques connexes pour l'entreprise, tels que les changements politiques et réglementaires, les tendances du marché et les changements technologiques
	<b>Biodiversité et impacts écologiques</b>	Gérer l'impact de nos activités, produits et services sur l'environnement naturel et les écosystèmes qui peut résulter de l'utilisation des terres, de l'approvisionnement et de l'extraction, y compris la perte de biodiversité, la destruction de l'habitat et la déforestation.
	<b>Gestion des produits chimiques</b>	Maintenir un programme complet de gestion des produits chimiques, accessible au public, qui comprend de solides procédures de sécurité et de fiabilité (SRP) pour tous les produits.
	<b>Déchets</b>	Réduire la quantité, le type et la qualité des déchets générés par la production de nos produits et services.
	<b>Eau</b>	Contrôler et réduire notre consommation d'eau dans l'ensemble des installations que nous possédons et exploitons à travers le monde.
Social	<b>Engagement et développement des employés</b>	S'engager avec les employés sur les avantages qui améliorent leur fidélité et leur productivité, tels que les initiatives qui assurent l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, l'apprentissage et le développement, la formation et l'éducation.
	<b>Santé, sécurité et bien-être des employés</b>	Offrir un environnement de travail sûr et sain à tous les employés, y compris un soutien en matière de santé mentale.
	<b>Diversité, équité et inclusion</b>	Soutenir toutes les personnes en promouvant, créant et faisant progresser la diversité, l'équité et l'inclusion sur les lieux de travail et dans les entreprises.
	<b>Impact et engagement auprès des populations locales</b>	S'engager auprès des populations locales par le biais d'activités, d'événements et de programmes organisés à l'échelle mondiale et locale, en favorisant l'impact sur les entreprises grâce aux réseaux d'employés et au bénévolat.
	<b>Respect des droits de l'homme, travail et conditions de travail</b>	Traiter toutes les personnes de la chaîne d'approvisionnement à travers le monde, avec dignité et respect, tout en opérant de manière éthique pour garantir les normes de santé et de sécurité des travailleurs et atténuer les risques liés à la discrimination et au travail forcé.
	<b>Contenu et marketing responsables</b>	Assurer une représentation diversifiée du contenu médiatique à l'écran. Mener des activités de marketing et de communication de manière équitable et responsable et gérer les influenceurs tiers de manière responsable.
	<b>Qualité et sécurité des produits</b>	Veiller à ce que les normes de qualité et de sécurité soient appliquées à chaque étape de la production, de la conception, depuis l'ingénierie jusqu'à la fabrication et l'emballage.
	<b>Confidentialité des données et cybersécurité</b>	Protéger la confidentialité des données des consommateurs par une utilisation, un stockage et un partage responsables des données afin de prévenir les activités criminelles, telles que le piratage et les prédateurs en ligne. Détecter les menaces et les atteintes à la sécurité des données et y remédier.
Gouvernance	<b>Composition du conseil d'administration</b>	Veiller à la diversité de la composition du conseil d'administration, notamment en ce qui concerne la race, l'origine ethnique, le sexe, les LBGTQ+, l'âge et l'origine nationale, ainsi qu'aux qualifications, à l'intégrité et à l'indépendance de ses membres.
	<b>Gestion des facteurs ESG et responsabilité du conseil d'administration</b>	Supervision et gestion des questions environnementales et sociales au sein du conseil d'administration et des équipes de direction, et rémunération des cadres supérieurs liée aux performances environnementales, sociales et de gouvernance (ESG).
	<b>Lutte contre la corruption et éthique des affaires</b>	Tous les employés de Hasbro doivent adhérer et se conformer aux principes de gouvernance d'entreprise, à l'éthique et aux politiques connexes, y compris les pratiques commerciales responsables, la corruption, les pots-de-vin et la fraude ou d'autres avantages qui représentent un abus de confiance.
	<b>Contribution fiscale et transparence</b>	Faire preuve de transparence sur l'approche fiscale de Hasbro, notamment en conciliant la conformité fiscale avec les attentes en matière d'éthique, de société et de développement durable.
	<b>Affaires gouvernementales et défense des intérêts</b>	S'engager de manière constructive avec les agences gouvernementales, les régulateurs, les organisations non gouvernementales (ONG) et d'autres organismes sur des questions de politique publique internationale susceptibles d'avoir un impact direct sur l'entreprise.
	<b>Protection de la propriété intellectuelle et comportement concurrentiel</b>	Protection des droits de propriété intellectuelle de Hasbro sans porter atteinte à la concurrence et en permettant une utilisation équitable des services.
	<b>Responsabilité des fournisseurs</b>	Assurer l'évaluation environnementale et sociale de tous les fournisseurs actuels et futurs dans toutes les divisions et opérations.





CO= 1307988  
U= 1307988

## EQUAL EMPLOYMENT OPPORTUNITY 2021 EMPLOYER INFORMATION REPORT EEO-1 CONSOLIDATED REPORT

### SECTION B - COMPANY IDENTIFICATION

1. HASBRO INC  
1027 NEWPORT AVENUE  
PAWTUCKET, RI 02861

2.a. HASBRO INC  
1027 NEWPORT AVENUE  
PAWTUCKET, RI 02861

c. EIN= 050389480

### SECTION C - TEST FOR FILING REQUIREMENT

1- Y 2- Y 3- Y DUNS= 001200443

### SECTION E - ESTABLISHMENT INFORMATION

NAICS: 339930 - Doll, Toy, and Game Manufacturing

### SECTION D - EMPLOYMENT DATA

JOB CATEGORIES	HISPANIC OR LATINO		NOT-HISPANIC OR LATINO											OVERALL TOTALS	
			***** MALE *****						***** FEMALE *****						
	MALE	FEMALE	WHITE	BLACK OR AFRICAN AMERICAN	NATIVE HAWAIIAN OR PACIFIC ISLANDER	ASIAN	AMERICAN INDIAN OR ALASKAN NATIVE	TWO OR MORE RACES	WHITE	BLACK OR AFRICAN AMERICAN	NATIVE HAWAIIAN OR PACIFIC ISLANDER	ASIAN	AMERICAN INDIAN OR ALASKAN NATIVE		TWO OR MORE RACES
EXECUTIVE/SR OFFICIALS & MGRS	3	4	71	3	0	6	0	1	40	6	0	3	0	1	138
FIRST/MID OFFICIALS & MGRS	18	30	340	7	0	30	0	4	346	7	0	36	0	12	830
PROFESSIONALS	41	62	560	19	3	63	2	20	450	16	0	73	1	20	1330
TECHNICIANS	0	0	10	2	0	0	0	1	4	0	0	2	0	0	19
SALES WORKERS	3	0	11	0	0	0	0	0	12	1	0	1	0	0	28
ADMINISTRATIVE SUPPORT	17	49	69	5	0	5	1	1	379	11	0	20	2	7	566
CRAFT WORKERS	1	0	14	1	0	0	0	1	7	0	0	1	0	0	25
OPERATIVES	7	3	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14
LABORERS & HELPERS	1	0	1	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	4
SERVICE WORKERS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	91	148	1078	39	3	104	3	28	1240	41	0	136	3	40	2954
PREVIOUS REPORT TOTAL	89	145	1075	37	3	93	3	28	1159	51	3	113	2	26	2827

### SECTION F - REMARKS

DATES OF PAYROLL PERIOD: 12/30/2021 THRU 12/31/2021

### SECTION G - CERTIFICATION

CERTIFYING OFFICIAL: Alison Martins  
EMAIL: alison.martins@hasbro.com  
EEO1 REPORT CONTACT PERSON: Alison Martins  
EMAIL: alison.martins@hasbro.com

CERTIFIED DATE [EST]: 5/16/2022 3:55 PM

TITLE: Director, Diversity, Equity and Inclusion  
PHONE: 401-727-5301  
TITLE: Director, Diversity, Equity and Inclusion  
PHONE: 401-727-5301







## esg policies

### Governance & Ethics

- > Corporate Code of Conduct
- > Governance Principles
- > Hasbro UK Tax Strategy Statement
- > Political Activity and Lobbying Policy
- > Anti-Retaliation Policy
- > Anti-Bribery and Corruption Policy

### Human Rights & Ethical Sourcing

- > Human Rights Policy
- > Global Modern Slavery Statement
- > Hasbro Responsible Recruitment and Contract Labor Policy
- > Global Business Ethics Principles  
(English, Chinese, Japanese)
- > RBA Code of Conduct
- > Ethical Sourcing Guide for Licensees  
(English)
- > Conflict Minerals Policy

### Environmental Responsibility

- > Climate Change Commitment
- > Environment, Health and Safety Policy
- > Paper and Forest Procurement Policy
- > Materials and Chemical Management Policy



1027 Newport Avenue  
Pawtucket, RI 02861

[hasbro.com](http://hasbro.com)