



BILAN SUR LA
RESPONSABILITÉ
SOCIALE
D'ENTREPRISE

2017

The
WALT DISNEY
Company



SOMMAIRE



3

Un message de notre direction

4

Performances 2017 conformes aux objectifs

5

Nos engagements pour une activité responsable

Protection de l'environnement

Normes internationales du travail

Pour une bonne hygiène de vie

Environnement de travail

Engagement citoyen et responsable

13

Notre engagement en faveur du bien être des personnes défavorisées



15

L'inspiration est au cœur de notre engagement

18

Perspectives d'avenir



19

Tableau des données et notes de bas de page

21

Récompenses



22

Annexes

Reporting

Politiques et approches supplémentaires

Index GRI

Un message de notre direction

Walt Disney a déclaré que « nous sommes responsables de tout ce qui porte le nom Disney ». Plus de 50 ans plus tard, nous avons toujours ce sens des responsabilités dans tout ce que nous faisons. Qu'il s'agisse d'un film, d'un parc à thème, d'une centrale énergétique alternative ou d'un bac de recyclage, à l'échelle nationale ou internationale, tout ce qui porte notre nom bénéficie de notre engagement à toujours agir de manière éthique, créer des contenus et des produits de manière responsable, maintenir des environnements de travail respectueux, investir dans les communautés et agir en tant qu'ambassadeurs de l'environnement.

Ce sont des valeurs traditionnelles de longue date chez Disney et nous nous sentons encouragés par la prise de conscience croissante que nous constatons dans le monde entier à l'égard de leur importance et de leur impact économique. Les consommateurs recherchent non seulement de la qualité élevée et des prix justes, mais également d'autres critères lors de leurs décisions d'achat : la façon dont les entreprises traitent leurs employés, les efforts qu'elles déploient pour économiser l'énergie et l'eau, et réduire le gaspillage, ainsi que leur engagement en faveur de l'amélioration continue en tant qu'entreprise citoyenne et en matière de responsabilité sociale efficace. Les employés potentiels sont de plus en plus attentifs à ces facteurs lorsqu'ils doivent choisir à quoi consacrer leur temps et leurs efforts. En conséquence, bien faire consiste de plus en plus à faire le bien et nous sommes très fiers de la réputation chèrement acquise par Disney, celle d'une entreprise parmi les plus admirées au monde, respectée pour ce que nous créons, ce que nous réalisons et, tout aussi important, l'intégrité avec laquelle nous travaillons.

Il y a dix ans, nous avons fait le bilan de nos efforts pour être une entreprise responsable et citoyenne en identifiant les domaines dans lesquels nous montrons l'exemple et ceux où nous pouvions nous améliorer. Nous avons publié notre premier rapport RSE portant sur l'exercice financier 2008 et qui comprenait nos premiers objectifs environnementaux. Depuis, nous avons fixé et atteint de nombreux objectifs supplémentaires dans de nouveaux domaines, réalisé des améliorations significatives sur l'ensemble de nos domaines d'engagement et mis en place de solides plans pour atteindre les objectifs toujours en cours d'ici 2020.

En plus des progrès considérables que nous avons réalisés en faveur de ces objectifs et des dons de près de 350 millions de dollars accordés cette année, nous sommes également très fiers de la réponse que notre entreprise et nos employés ont apportée à l'enchaînement sans précédent de catastrophes naturelles qui ont balayé le monde en 2017, notamment les ouragans Harvey, Irma et Maria, les incendies historiques qui ont largement touché la Californie, les séismes au Mexique et les autres événements dramatiques qui ont impacté la vie de milliers de nos employés et dévasté les communautés dans lesquelles ils vivent, travaillent et se divertissent. Notre réponse collective à chacune de ces tragédies a été rapide et efficace et a notamment impliqué près de 5 millions de dollars de dons en faveur d'organismes d'aide internationaux à travers des contributions directes en espèces et le doublement des dons de nos employés par le biais de notre programme de dons jumelés. En outre, Disney | ABC Television a organisé une Journée nationale du don qui a permis de récolter 15 millions de dollars supplémentaires destinés aux efforts de relèvement.

En 2018 et même au-delà, chez Disney, nous continuerons à nous concentrer sur nos objectifs à long terme, en faisant preuve de transparence quant à notre progression vers ces objectifs, alors même que nous répondons efficacement aux besoins de nos activités, de nos clients et de nos employés dans un monde en évolution rapide et constante. Nous nous appuyerons sur l'ensemble des programmes présentés dans ce bilan et nous nous attacherons toujours à apporter joie et émerveillement aux familles du monde entier, à assurer le confort des personnes défavorisées et à créer l'inspiration et les opportunités pour ceux qui, comme nous, aspirent à rendre ce monde meilleur. Ces programmes en cours se fondent sur les valeurs et l'héritage de notre entreprise et reflètent la large portée et les multiples ressources de The Walt Disney Company.

Nous sommes sensibles à l'intérêt que vous portez aux efforts que nous déployons pour être une entreprise socialement responsable et nous sommes fiers de partager avec vous nos réalisations. Tout en poursuivant nos objectifs, nous continuerons à rechercher de nouvelles possibilités afin d'optimiser l'impact positif que nous avons sur le monde qui nous entoure.



Christine McCarthy

Christine M. McCarthy
Vice-présidente et directrice
financière, The Walt Disney
Company

Nos programmes se fondent sur les valeurs et l'héritage de notre entreprise et reflètent la large portée et les multiples ressources de The Walt Disney Company.

À propos de nos objectifs

Nous pensons que le travail que nous fournissons en faveur d'une entreprise respectueuse et socialement responsable représente un investissement à long terme qui nous est certes bénéfique aujourd'hui, mais qui peut également avoir un impact encore plus grand sur les enfants et les familles du monde entier dans les décennies à venir. Les objectifs constituent un outil important qui guide nos ambitions et mesure les progrès réalisés ; nous les passerons donc régulièrement en revue afin d'évaluer leur alignement avec notre vision stratégique.

Définition des objectifs

Fondée sur l'exercice financier de The Walt Disney Company, sauf lorsqu'il est précisé que l'objectif se réfère à l'année civile.

Sauf indication contraire, toutes les échéances se réfèrent à la fin de l'exercice financier de The Walt Disney Company, celui-ci démarrant en octobre et se terminant en septembre de l'année suivante. Par exemple, un objectif à atteindre « d'ici 2017 » doit être atteint d'ici la fin de l'exercice financier 2017 ou d'ici la fin du mois de septembre 2017.

Dynamiques et susceptibles d'être actualisés ou modifiés.

L'établissement d'objectifs n'est pas un processus statique. Nous continuerons à évaluer la faisabilité et l'utilité de ces objectifs.

À la fois ambitieux et réalisables.

Certains de ces objectifs représentent nos ambitions « évolutives ». En dépit de nos efforts, les conditions du marché ou d'autres facteurs peuvent parfois affecter notre capacité à atteindre ces objectifs.

Assortis de délais et prospectifs.

Ce bilan contient des objectifs tournés vers l'avenir. Les objectifs font l'objet d'incertitudes et leur réalisation n'est pas garantie. Ils peuvent également être ajustés en fonction de l'évolution des priorités économiques et de facteurs externes.

Cumulatifs plutôt qu'annuels.

Sauf indication contraire, les objectifs chiffrés sont cumulatifs à compter du début de l'exercice financier 2013 et jusqu'à la fin de l'exercice financier énoncé dans leur définition.



7 PERFORMANCES CONFORMES AUX OBJECTIFS

ENVIRONNEMENT

Émissions		EN COURS
Déchets		EN COURS
Eau		EN COURS

HEURES DE BÉNÉVOLAT

Heures VoluntEARS		EN COURS
-------------------	--	----------

POUR UNE BONNE HYGIÈNE DE VIE

Ventes de produits alimentaires sous licence		EN COURS
Publicité mondiale		EN COURS

NOS ENGAGEMENTS POUR UNE ACTIVITÉ RESPONSABLE

Nous prenons très au sérieux notre obligation de mener nos activités de manière éthique.



PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

Notre engagement envers la protection de l'environnement consiste à exercer nos activités et à développer notre entreprise tout en utilisant les ressources de manière judicieuse et en protégeant la planète. L'épuisement des ressources naturelles et les menaces qui pèsent sur les écosystèmes et la biodiversité constituent de sérieux enjeux environnementaux. Pour répondre à ces défis, la société et les entreprises privées devront modifier en profondeur la manière dont elles utilisent les ressources naturelles.

Disney s'est ainsi fixé les objectifs de protection de l'environnement à long terme suivants :



Zéro émission directe nette de gaz à effet de serre



Zéro déchet en décharge



Préservation des ressources en eau

ÉMISSIONS

OBJECTIF



EN COURS

D'ici 2020
Réduire de 50 % les émissions nettes par rapport aux niveaux de 2012.

En 2017
Nous avons réduit nos émissions nettes de 41 % par rapport aux niveaux de 2012.

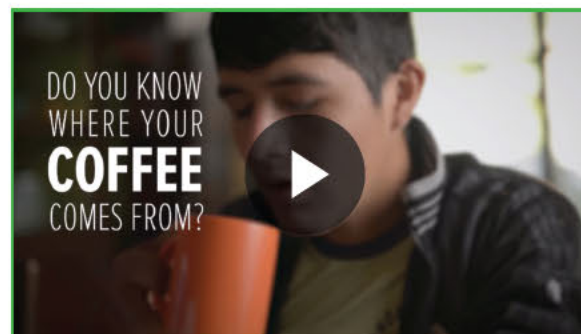
Notre stratégie visant à respecter notre objectif de zéro émission directe nette de gaz à effet de serre suit cette progression : éviter les émissions, réduire les émissions grâce à des mesures d'efficacité, remplacer les combustibles à forte teneur en carbone par des solutions alternatives à faible teneur en carbone, rechercher des technologies alternatives, puis utiliser des certificats de carboneutralité pour les autres émissions. Tout en mettant l'accent sur l'amélioration de nos actifs existants, nous encourageons également le développement durable dans les nouveaux projets en intégrant l'évaluation et la sélection des solutions durables dans le processus de financement en capital.

Notre segment des Parcs à thème et des complexes de loisirs a maintenu ses émissions au niveau de 2012, à travers des mesures d'efficacité qui ont favorisé la croissance et le développement sans augmentation des émissions.¹ Par exemple, dans le complexe Walt Disney World Resort, la conversion de la flotte de bus de transport de visiteurs au diesel renouvelable fabriqué à partir d'huile de cuisson usagée et de déchets alimentaires non consommables a permis de réduire de moitié les émissions de la flotte. En 2017, la moitié de l'électricité achetée par Disneyland Paris était produite à partir de sources d'énergies renouvelables. La dernière destination à avoir ouvert, le Shanghai Disney Resort, a mis en place de nombreuses mesures d'efficacité, initiées par d'autres sites, et deux de ses bâtiments ont reçu le label China Green Building Evaluation.

Dans le complexe Walt Disney World Resort, la conversion de la flotte de bus de transport de visiteurs au diesel renouvelable a permis de réduire de moitié les émissions de la flotte.



En soutenant des projets de réduction de carbone à travers le monde, nous avons pu éviter l'équivalent de 3,5 millions de tonnes d'émissions de CO₂ (ce qui correspond aux émissions de la consommation annuelle d'électricité de 500 000 foyers) entre 2012 et 2017, ce qui a contribué à notre objectif de réduction des émissions.



Dans le cadre du projet de réduction du carbone Alto Mayo au Pérou, soutenu par Disney, les efforts de conservation ont permis aux exploitants agricoles de participer à une coopérative de café biologique équitable.

Outre nos investissements financiers, nous avons fait le lien entre la coopérative et les marchés internationaux, et proposons ce café de spécialité à quelques restaurants signature dans les parcs Disney aux États-Unis.



DÉCHETS

OBJECTIF



EN COURS

D'ici 2020
Valoriser 60 % des déchets destinés à la décharge et à l'incinération.

En 2017
Nous avons atteint un taux de détournement de 46 % des déchets opérationnels générés par nos parcs à thème et complexes de loisirs, ESPN, nos studios et nos bureaux.

Pour atteindre nos objectifs de détournement des déchets, chez Disney, notre approche de la gestion des déchets suit cette progression : réduction, réutilisation, recyclage, compostage, valorisation non thermique des déchets et valorisation thermique des déchets. Le développement d'un solide programme de recyclage est une priorité dans nos parcs à thème et complexes de loisirs. Nous nous concentrons par exemple sur l'utilisation d'une signalétique claire pour les équipes et sur l'augmentation de la quantité de matériaux collectés à traiter pour le recyclage. La gestion des déchets alimentaires est également une priorité pour nos parcs à thème et complexes de loisirs, qui détournent deux fois plus de déchets alimentaires de la décharge en 2017 qu'en 2013. Si l'objectif met l'accent sur les déchets opérationnels, nous détournons également les déchets de construction avec un taux de détournement de 92 % dans les projets de construction en 2017.

¹ La nouvelle croissance dans les parcs et complexes de loisirs Walt Disney comprend Pandora – The World of AVATAR, les travaux d'agrandissement du Disney's Polynesian Village Resort et des Copper Creek Villas & Cabins du Disney's Wilderness Lodge, le redéveloppement de l'ESPN Wide World of Sports Complex and Disney Springs, le Disney Explorers Lodge à Hong Kong Disneyland, la Team Disney Annex, le Plaza Inn au Disneyland Resort, l'Iron Man Experience à Hong Kong Disneyland, Ratatouille : The Adventure à Disneyland Paris et le nouvel immeuble de bureaux ; et le démarrage de la construction de Star Wars : Galaxy's Edge au Walt Disney World Resort et au Disneyland Resort.

PRODUCTION

Les [Environmental Media Awards 2017](#), qui récompensent les médias pour leur message environnemental, ont distingué six films de The Walt Disney Company, dont deux films des studios Marvel, *Black Panther* et *Thor : Ragnarok*, ainsi que *Star Wars : Les Derniers Jedi*, et les films Disney *La Belle et la Bête*, *Nés en Chine*, et *Pirates des Caraïbes : La Vengeance de Salazar*.

Disney|ABC Television a augmenté le recyclage de ses plateaux de tournage et a fait don de plus de 2 100 articles d'ABC Studios, Disney Channel et des productions Freeform.

EMPREINTE PRODUIT

Nous oeuvrons pour réduire l'empreinte de nos produits à travers un certain nombre d'efforts. Notre [Initiative d'emballage intelligent](#), un outil de conception en ligne innovant et leader du secteur destiné à favoriser les performances environnementales des emballages et créer une meilleure expérience pour les consommateurs, a reçu l'[Environmental Leader Project of the Year Award 2017](#), qui récompense le meilleur projet environnemental de l'année. Nous avons impliqué nos meilleurs licenciés et fournisseurs et partagé l'outil avec eux afin qu'ils puissent appliquer les principes de conception à leurs emballages.

Nous devons continuer à investir dans la mise en œuvre de notre [Politique d'achat et d'utilisation du papier](#), qui guide la sélection du papier à l'échelle de l'entreprise.

EAU

OBJECTIF



EN COURS

D'ici 2018

Maintenir la consommation d'eau potable au niveau de 2013 sur les sites existants. Développer des plans de préservation de l'eau pour les nouveaux sites.

En 2017

Nous avons maintenu la consommation d'eau au niveau de 2013, tout en économisant 1,8 % d'eau par rapport à l'année précédente. Le Shanghai Disney Resort est en train de développer un plan de préservation de l'eau.

Chez Disney, nous sommes conscients que l'eau est une ressource précieuse pour nos activités et les communautés où nous sommes présents. Nous gérons l'eau dans nos activités actuelles en mesurant l'empreinte hydrique de Disney, en préservant l'eau et en effectuant des opérations de transition vers l'eau non potable lorsque cela est possible. Depuis 2013, nos sites utilisent de l'eau recyclée pour les colonnes d'irrigation et de refroidissement afin de réduire la consommation d'eau potable.



En 2017, nos parcs à thème et complexes de loisirs ont économisé 488 millions de litres d'eau potable par rapport à l'année dernière

... de quoi remplir l'aquarium The Seas with Nemo & Friends à Epcot

22 fois



NORMES INTERNATIONALES DU TRAVAIL

Après 20 ans de surveillance des conditions de travail dans les usines de fabrication de nos produits de consommation, nous ne dérogeons pas à notre engagement qui vise à comprendre et traiter les conditions de travail de la chaîne d'approvisionnement.

Nous continuons à développer les capacités de nos licenciés et fournisseurs de produits de consommation, nouer des partenariats avec des organisations externes et soutenir l'innovation dans la surveillance et l'amélioration de la chaîne d'approvisionnement.

Nous maintenons des pratiques qui permettent de prévenir, d'identifier et d'atténuer les risques. Ces politiques et stratégies, qui vont de la politique [Pays où l'approvisionnement est autorisé](#) à nos [manuels sur le Programme de Déontologie sociale de Disney \(ILS\)](#), guident nos activités et définissent des normes pour nos fournisseurs et licenciés.

Nous investissons également dans des innovations à plus long terme afin de mieux identifier et traiter les problèmes de main-d'œuvre dans la chaîne d'approvisionnement. Le [Programme d'investissement dans la chaîne d'approvisionnement](#) soutient à un niveau financier et plus global les organisations non gouvernementales, les agences

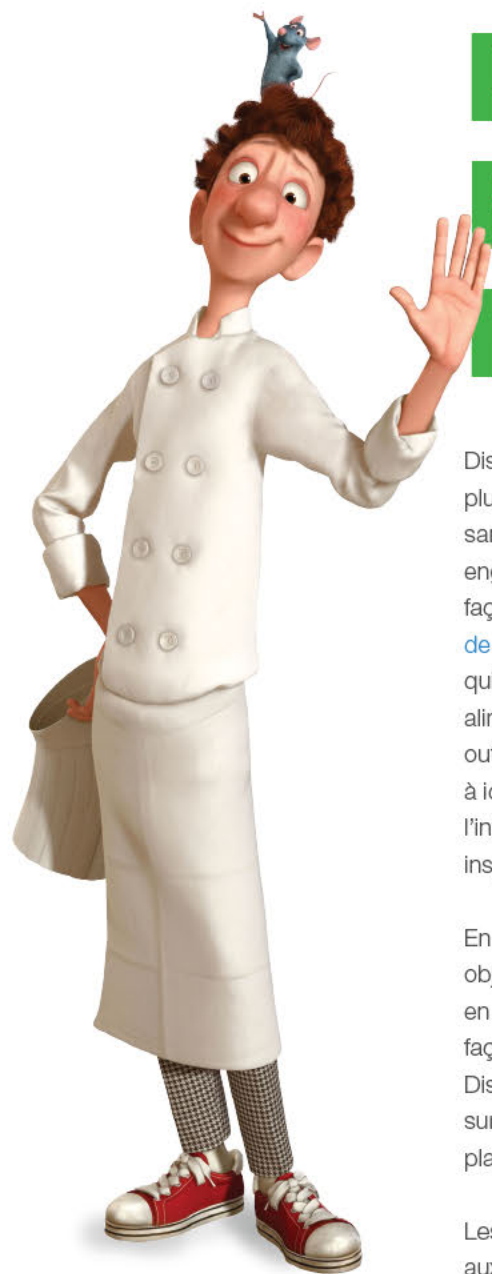
des Nations unies et d'autres groupes dans des projets innovants et efficaces qui visent à améliorer à long terme et de façon évolutive les conditions de travail et à responsabiliser les employés des marchés clés pour l'approvisionnement. En 2017, parmi nos partenaires figuraient Better Work, une initiative commune de l'Organisation internationale du travail (OIT) et la Société financière internationale (SFI), le Centre international de formation de l'OIT, MicroBenefits et Responsible Sourcing Network.



Dans une usine de Shenzhen en Chine, des travailleurs inspectent la qualité des produits Disney.

Nous nous engageons aux côtés de multiples organisations externes pour apprendre et partager notre progression. Exemples de 2017 :

- Contribuer à la publication *Actions commerciales contre le travail forcé* du Consumer Goods Forum
- S'impliquer dans le programme Better Work de l'OIT/la SFI dans leur initiative pilote en Égypte
- Soutenir l'OIT dans leur première exploration d'un Réseau commercial sur la Traite de Personnes et le Travail forcé
- Publier notre première déclaration conformément à la Loi sur l'esclavage moderne du Royaume-Uni
- Participer au Forum des Nations Unies sur les entreprises et les droits de l'homme
- Poursuivre la présidence du Comité sur la responsabilité sociale et les affaires du travail du Council for International Business des États-Unis



POUR UNE BONNE HYGIÈNE DE VIE

Disney s'engage à créer des générations plus saines en rendant les messages de santé plus ludiques et plus simples. Cet engagement se traduit de nombreuses façons, notamment à travers : notre [Politique de recommandations nutritionnelles](#), qui guide notre approche du marketing alimentaire, le [Disney Check](#), qui fournit un outil rapide et facile pour aider les familles à identifier les aliments les plus sains, et l'intégration de messages nutritionnels et inspirants dans nos contenus.

En 2017, nous continuons à poursuivre nos objectifs en matière de licence et de publicité en Amérique du Nord et à progresser de façon significative vers nos objectifs globaux. Disneyland Paris a introduit le Disney Check sur ses menus pour indiquer aux familles les plats les plus équilibrés pour les enfants.

Les contenus qui inspirent aux enfants et aux familles des modes de vie plus sains font partie intégrante de l'Engagement de Disney en faveur d'une bonne hygiène de vie. Cela comprend des courts et longs métrages, des jeux numériques et des

expériences à vivre. Par exemple, Disney Channels Worldwide a créé pour la première fois des contenus originaux vecteurs d'un mode de vie sain faisant apparaître La Bande à Picsou, Docteur La Peluche, Frankie & Paige, Andi Mack et Harley, le cadet de mes soucis et diffusés mondialement et sur des applications et les réseaux sociaux. Au Royaume-Uni, c'est la quatrième année que Disney s'associe avec Change 4 Life pour la campagne « 10 Minute Shake-up ». Capitalisant sur le pouvoir des personnages et histoires de Disney, la campagne a impliqué et inspiré plus de 2 millions d'enfants âgés de 3 à 11 ans qui suivent ainsi les recommandations quotidiennes d'exercice physique du gouvernement.



OBJECTIF



EN COURS

D'ici 2020

Augmenter à 85 % le pourcentage des ventes en gros de produits alimentaires sous licence dédiées aux aliments du quotidien, conformes à nos recommandations nutritionnelles mondiales et maintenir notre niveau de 85 % en Amérique du Nord.

En 2017

79 % des ventes en gros de produits alimentaires sous licence dans le monde étaient conformes à nos directives nutritionnelles mondiales. En Amérique du Nord, l'objectif a été atteint.



EN COURS

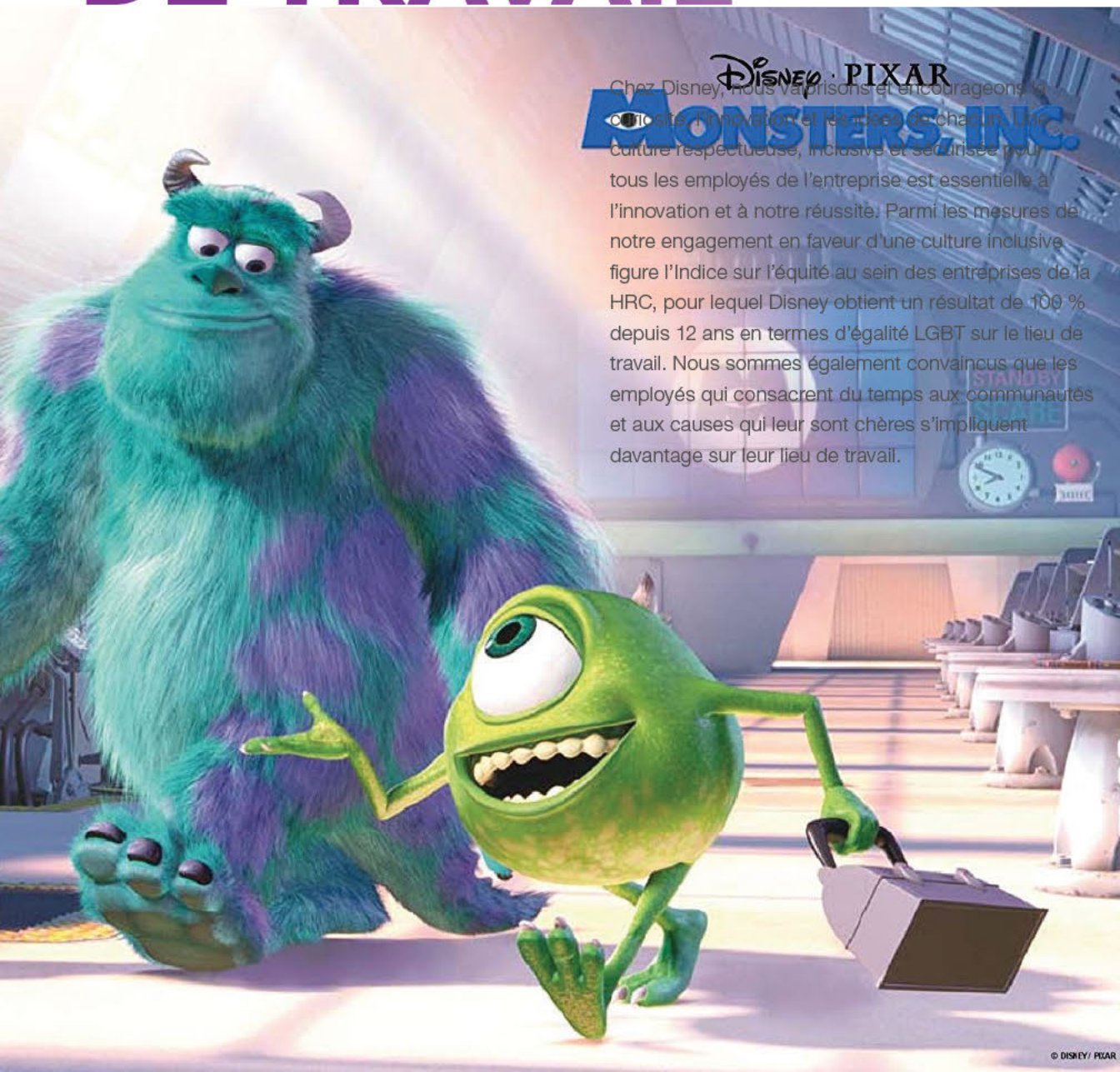
D'ici 2020

Toutes les publicités pour les aliments et boissons ciblant les enfants seront conformes à nos recommandations nutritionnelles mondiales pour être diffusées sur les plates-formes médias américaines ou sur les supports en ligne Disney destinés aux familles avec de jeunes enfants contrôlés par Disney.

En 2017

Nous avons atteint cet objectif aux États-Unis. Nous continuons à progresser vers cet objectif dans le reste du monde.

ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL



Disney · PIXAR
MONSTERS, INC.

Chez Disney, nous valorisons et encourageons la diversité, l'innovation et les idées de chacun. Une culture respectueuse, inclusive et sécurisée pour tous les employés de l'entreprise est essentielle à l'innovation et à notre réussite. Parmi les mesures de notre engagement en faveur d'une culture inclusive figure l'Indice sur l'équité au sein des entreprises de la HRC, pour lequel Disney obtient un résultat de 100 % depuis 12 ans en termes d'égalité LGBT sur le lieu de travail. Nous sommes également convaincus que les employés qui consacrent du temps aux communautés et aux causes qui leur sont chères s'impliquent davantage sur leur lieu de travail.

Groupes-ressources d'employés (GRE)

Chez Disney, nous saluons et accueillons les parcours individuels de chaque employé et encourageons chacun à être lui-même au travail. Nos 36 GRE à travers le monde favorisent l'inclusion en accueillant les points de vue, les cultures et les perspectives des employés, ainsi que leur connaissance de nos business. Par exemple, au Royaume-Uni et en Irlande, le GRE « Women@Disney », géré par les employés et qui compte plus de 300 membres, encourage le développement personnel ainsi que les opportunités de réseautage et de mentorat. En Chine, les employés ont lancé le GRE dédié aux LGBT.



En juillet 2017, Disney s'est associé avec Out & Equal pour organiser une Conférence mondiale pour l'égalité à Londres. Des représentants du Royaume-Uni et d'autres pays y ont assisté.

Initiative mondiale sur le lieu de travail et les femmes

L'Initiative mondiale sur le lieu de travail et les femmes est un groupe interne composé de dirigeants et spécialistes issus de toute l'entreprise et qui se concentre sur : le parrainage, le développement du leadership, la communication et la responsabilité. Le groupe a largement contribué à l'instauration de politiques de travail flexibles chez Disney et à l'identification d'opportunités de développement pour les femmes et de collaborations qui aident l'entreprise à recruter et embaucher davantage de femmes à fort potentiel dans divers domaines, y compris celui de la technologie.



Vétérans

Grâce à notre initiative [Heroes Work Here initiative](#) lancée en 2012, nous avons recruté près de 9 000 vétérans au sein de notre entreprise et aidé 15 000 autres à trouver du travail en dehors de Disney. Disney soutient également les organisations qui aident les vétérans et leurs familles et a apporté son soutien financier et médiatique à des organismes tels que Blue Star Families, The Mission Continues, Student Veterans of America, entre autres. En 2017, nous avons élargi ce programme « Heroes Supply Here » pour renforcer nos dépenses auprès d'entreprises gérées par des vétérans.



OBJECTIF

EN COURS

D'ici 2020
contribuer, grâce à nos employés, à plus de 5 millions d'heures de service communautaire dans le cadre du programme Disney VoluntEARS.

En 2017
Disney VoluntEARS a assuré plus de 486 600 heures de bénévolat sous la forme de compétences, d'heures et d'efforts. Depuis 2012, le programme Disney VoluntEARS a totalisé près de 3,4 millions d'heures de bénévolat.



Bénévolat chez les employés

Les employés et équipes Disney donnent de leur temps, aux communautés où ils vivent et travaillent, grâce au programme de bénévolat d'entreprise VoluntEARS. En plus de notre programme de bénévolat d'entreprise VoluntEARS, les employés du monde entier ont soutenu des organisations communautaires à but non lucratif en donnant de leur temps ou de l'argent, qui a été doublé dans le cadre des programmes de dons des employés Disney.



Impliquer nos talents

Elena d'Avalor illustre la façon dont Disney implique différentes communautés et crée des histoires marquantes faisant appel à des talents issus de la diversité devant et derrière la caméra.



La série, qui a débuté en juillet 2016, a été récompensée par la National Hispanic Media Coalition en tant que Série d'animation exceptionnelle lors des Impact Awards 2017.

C'est la scénariste principale et co-productrice déléguée Silvia Olivas, ancienne membre du programme d'écriture de Disney|ABC, qui supervise l'équipe scénariste.

Vaiana et *Coco* illustrent comment les équipes créatives de Disney se concentrent sur le développement d'histoires authentiques qui reflètent et impliquent différentes communautés à l'échelle mondiale. Les membres des équipes de production, y compris Taika Waititi (*Vaiana*) et Adrian Molina (*Coco*), ainsi que des experts externes, ont apporté leurs conseils et connaissances lors du processus créatif et se sont révélés des partenaires essentiels pour faire de ces films des représentations culturelles authentiques et pertinentes respectivement des îles du Pacifique et du Mexique.

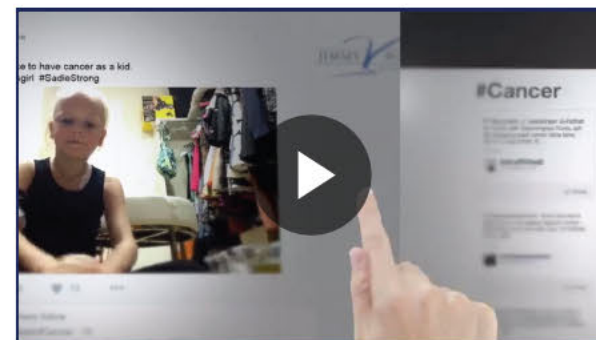


ENGAGEMENT CITOYEN ET RESPONSABLE

En 2017, Disney a contribué à hauteur de 348,6 millions de dollars à des organismes caritatifs sous la forme de dons en espèces nature. À travers ces contributions, nous avons vu une multitude de programmes et d'organisations communautaires qui insufflent des changements durables et positifs dans le monde entier. Nous concentrons nos dons principalement dans les domaines de la solidarité (y compris le bénévolat), la conservation, le renforcement des compétences du XXI^e siècle et les modes de vie sains, en mettant l'accent sur les familles diverses et en difficulté. Par exemple, lors des catastrophes naturelles de 2017 évoquées plus haut, Disney est venu en aide aux personnes en difficulté en donnant près de 5 millions de dollars aux organisations à but non lucratif qui aidaient les populations dans les zones touchées à travers le monde.



Disney soutient depuis longtemps les organisations qui octroient les bourses d'études et permettent ainsi aux étudiants les plus performants de réaliser leurs rêves en leur donnant accès à une formation universitaire. Depuis 2014, Disney a consacré plus de 4 millions de dollars pour soutenir les bourses gérées par l'[American Indian College Fund](#), l'[Asian & Pacific Islander American Scholarship Fund](#), l'[Hispanic Scholarship Fund](#), les [Student Veterans of America](#) et l'[UNCF](#). Cette année, l'entreprise a accordé une subvention à la My Brother's Keeper Alliance pour soutenir le travail de l'association auprès des garçons et jeunes hommes de couleur.



ESPN et la Fondation V pour la recherche sur le cancer

2017 fut une année record pour la collecte de fonds avec plus de 9 millions de dollars collectés par ESPN pour la Fondation V pour la recherche sur le cancer à l'occasion de la Semaine V en décembre 2016 et de la Journée ESPY en juillet 2017.

Préservation de la nature

Chez Disney, nous prenons soin de la planète depuis longtemps. En 2017, le [Disney Conservation Fund \(DCF\)](#) a donné plus de 8 millions de dollars à des organisations à but non lucratif majeures qui interviennent dans le monde entier pour protéger la faune et créer des expériences pour inspirer aux plus jeunes un amour durable pour la nature. Le DCF a distingué 15 personnes issues de 14 pays différents en tant que « [Héros de la conservation Disney](#) » pour leur passion, leur courage et leur ténacité dans leur combat face à certains des plus grands défis que la faune et la flore aient à relever.



Pour célébrer l'ouverture de *Pandora – The World of Avatar* au parc Animal Kingdom de Disney, nous avons lancé l'initiative [Se connecter pour protéger](#), une aventure mobile interactive à l'intérieur du parc destinée aux visiteurs et qui représente un engagement de 1 million de dollars en faveur de la protection et la restauration des habitats essentiels à dix espèces animales menacées.

Pour la troisième année, The Walt Disney Company, y compris Disney | ABC Television et ESPN, a collaboré avec la National Recreation and Park Association sur la campagne [Venez me rencontrer au parc](#) qui a collecté 20 000 dollars d'aide destinés à 16 projets communautaires visant à connecter les enfants à la nature, promouvoir un mode de vie sain et donner accès au sport.

NOTRE ENGAGEMENT EN FAVEUR DU BIEN-ÊTRE DES PERSONNES DÉFAVORISÉES

Longtemps les familles dont les enfants sont confrontés à de graves maladies. Grâce à nous apportons des expériences à fort impact comme seul Disney sait le faire.

POUR ENFANTS

Longtemps les hôpitaux pour enfants, puisque dès les années 1930, rendait visite aux enfants par une compagnie de personnages et animateurs Disney. Des expériences propres à Disney, rendues possibles grâce à nos équipes et nos personnages adorés. Aujourd'hui, nous avons collecté plus de 10 millions de dollars pour une initiative destinée aux enfants du Great Ormond Street Hospital. C'est ainsi que nous avons fait entrer la magie Disney à l'hôpital.



Nos talents et personnages adorés, de l'ensemble de nos marques, consacrent généreusement leur temps et leurs ressources pour faire sourire les enfants des hôpitaux du monde entier. Grâce à un événement organisé par *Star Wars : Force For Change*, les personnages *Star Wars* ont rendu visite aux enfants du Children's Hospital Los Angeles (CHLA) et à leurs familles pour les emmener dans une galaxie très lointaine. Depuis le début de *Force For Change*, *Star Wars* a fait partie d'innombrables événements organisés dans les hôpitaux pour enfants du monde entier. Et grâce à notre collaboration avec la Starlight Children's Foundation, nous avons pu annoncer que des blouses d'hôpital sur le thème de *Star Wars* seraient distribuées à des milliers de jeunes patients à travers le pays.



Lors des événements *Star Wars* du 4 mai, The Walt Disney Company en Australie et en Nouvelle-Zélande a envoyé des colis à des hôpitaux pédiatriques dans le cadre du programme « des colis pour les hôpitaux ».

En 2017, Disney a terminé trois salles d'activités thérapeutiques Disney Fun House en Chine, dans les hôpitaux pour enfants de Pékin, Guangzhou et Chengdu. Ces 3 salles s'inscrivent dans le cadre de notre engagement à en construire 50 en Chine d'ici 2022.

En tant que seul studio à projeter des films en exclusivité dans les hôpitaux pour enfants, nous avons présenté des films des Walt Disney Studios dans 45 hôpitaux pour enfants à travers les États-Unis dans le cadre du programme Disney Movie Moments. Nous avons un projet similaire avec les hôpitaux pour enfants en Australie ; au Royaume-Uni et en Italie, nous collaborons avec MediCinema pour offrir des projections de films.

Nous avons adressé à 445 hôpitaux d'Amérique du Nord des colis Disney remplis de DVD, de jouets et de jeux pour divertir les enfants et les familles confrontés à de graves maladies.



Les personnages *Star Wars* ont rendu visite aux enfants et familles de l'hôpital pour enfants de Floride, où nous avons dévoilé les blouses d'hôpital *Star Wars*.



Iron Man rend visite à un patient à l'hôpital pour enfants de Tulane.

RÉALISER LES RÊVES

Disney réalise plus de 10 000 rêves chaque année en travaillant avec des associations dédiées à la réalisation de vœux d'enfants à travers le monde, entièrement gratuitement pour les familles. Depuis le tout premier rêve réalisé en 1980, Disney et Make-A-Wish® ont réalisé ensemble plus de 120 000 vœux qui ont changé la vie d'enfants gravement malades. Aujourd'hui, Make-A-Wish considère que les rêves liés à Disney restent les plus populaires. Et en 2017, nous avons renouvelé notre campagne couronnée de succès #shareyouears pour soutenir Make-A-Wish.

En 2017, nous avons eu l'honneur de réaliser le [premier rêve au Shanghai Disney Resort](#) et nous avons également collaboré avec une association pour la réalisation d'un rêve à Shanghai.



Le Shanghai Disney Resort a accueilli le tout premier enfant à voir son rêve réalisé par Make-A-Wish Shanghai : Yuanbao, âgé de 7 ans, accompagné de sa famille.

L'INSPIRATION EST AU CŒUR DE NOTRE ENGAGEMENT

Nous savons que l'inspiration prend tout son sens quand elle peut concrètement se réaliser. Nous voulons inspirer aux jeunes la possibilité de créer le futur qu'ils imaginent et nous les célébrons tout au long de leur parcours.

ENCOURAGER LES JEUNES



Nous avons travaillé pour doter cette nouvelle génération des compétences, de la confiance et des outils nécessaires pour créer le futur qu'ils imaginent. Par exemple, notre programme Les comédies musicales de Disney à l'école vise à construire des programmes de théâtre durables dans des écoles primaires publiques souvent en manque de ressources. Au-delà de la joie que l'on éprouve en racontant des histoires sur scène, le théâtre musical favorise à la fois la créativité, la collaboration, la communication, la résolution des problèmes, l'empathie, et bien plus encore. En fournissant gratuitement du matériel et en assurant le développement professionnel des enseignants participants, le programme « Les comédies Musicales Disney à l'école » a bénéficié à plus de 21 000 élèves, 600 enseignants et 200 écoles dans 13 villes.



En 2017, le programme « Les comédies Musicales Disney à l'école » a été lancé dans quatre nouvelles villes des États-Unis : Omaha, Boston, Madison et Orlando, ce qui a permis à plus de 1 000 élèves de découvrir le théâtre musical et de jouer dans leur toute première comédie musicale.

Le programme Les comédies musicales de Disney à l'école a été lancé dans les villes américaines suivantes :

New York
Nashville
Las Vegas
Seattle
Costa Mesa
Newark

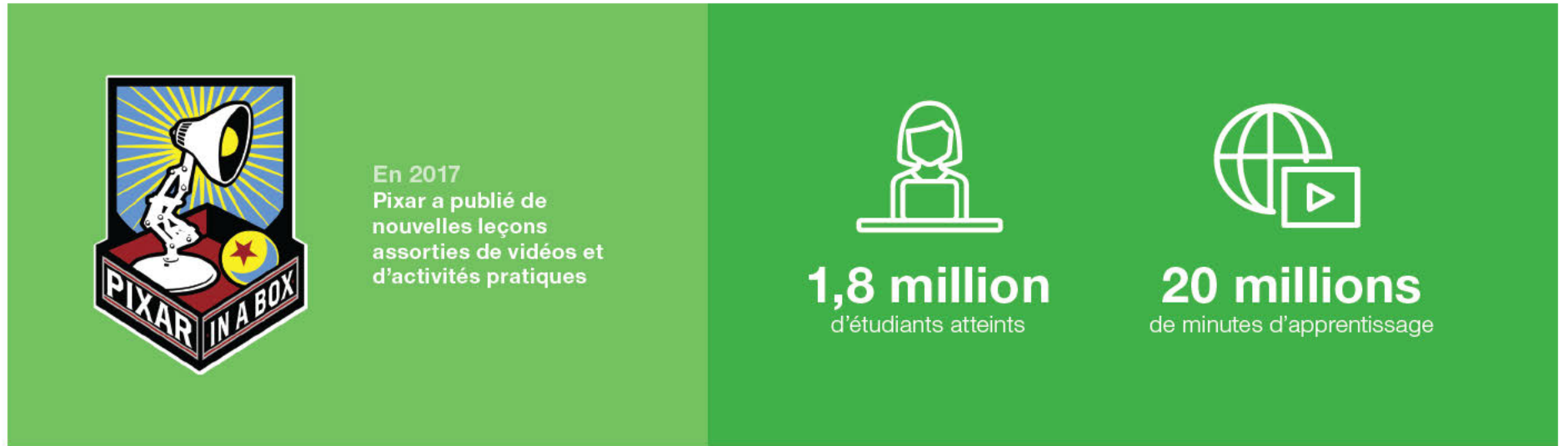
Cleveland
East
Lansing
Baie de San
Francisco

Nouveautés 2017 :
Omaha
Boston
Madison
Orlando

En 2018, le programme Les comédies musicales de Disney à l'école lancera son premier programme international avec l'Eastside Charitable Trust à Londres Eastside, ainsi que des programmes destinés aux États-Unis à Louisville, West Palm Beach, Chicago et Los Angeles.

Pixar in a Box est un partenariat entre les Pixar Animation Studios et la Khan Academy, soutenu par Disney et qui permet de découvrir en coulisses comment les artistes Pixar donnent vie aux histoires. Les cinéastes de Pixar proposent des leçons gratuites sur tout, de la narration à l'animation de balles rebondissantes, en utilisant des matières apprises à l'école, notamment les mathématiques, les sciences, l'informatique et les sciences humaines.

Pour compléter sa bibliothèque existante, Pixar a publié en 2017 de nouvelles leçons assorties de vidéos et d'activités pratiques qui font découvrir à des étudiants de tous âges les concepts de la narration. Plus d'1,8 million d'étudiants ont suivi ces leçons, qui représentent près de 20 millions de minutes d'apprentissage.



En 2017
Pixar a publié de
nouvelles leçons
assorties de vidéos et
d'activités pratiques

1,8 million
d'étudiants atteints

20 millions
de minutes d'apprentissage



**BOYS & GIRLS CLUBS
OF AMERICA**

Disney soutient depuis longtemps les « Boys and Girls Clubs ». En tant que sponsor national du « Boys and Girls Clubs » du programme Jeune américain de l'année, nous favorisons l'inspiration et fournissons les outils nécessaires aux futurs jeunes brillants leaders issus de divers horizons. La lauréate de l'an dernier, Jocelyn Woods, a reçu le prix **Héroïne du changement 2017** lors des Radio Disney Music Awards pour ses impressionnantes qualités de meneuse dans la défense des adolescents de sa communauté.



Elissa Margolis, vice-présidente senior de la Responsabilité sociale d'entreprise de Disney, félicite Carlos Polanca (à droite) qui a obtenu le prix des « Boys and Girls Clubs » du programme Jeune américain de l'année 2017.



Le concours et le programme des Olympiades afroacadémiques, culturelles, technologiques et scientifiques (ACT-SO) de la NAACP sont organisés par les relais NAACP locaux et s'achèvent par une conférence nationale qui a lieu chaque été. Disney a fourni des contenus inspirants, notamment un **atelier avec un Imagénieur** destiné aux étudiants intéressés par la conception et la réalisation.



**Big Brothers Big Sisters
of Australia**

En partenariat avec Big Brothers Big Sisters Australie, Disney a créé un **outil de mentorat à distance** innovant qui aide l'organisation à relever ce défi : assurer le mentorat malgré les longues distances.

ÉLARGIR LES CHAMPS DES POSSIBLES

Nous avons la capacité unique d'inspirer les enfants du monde entier afin qu'ils créent le futur qu'ils imaginent.



Alice Parker, photographiée par Kate T. Parker, dans le cadre de la campagne mondiale de photographie #DreamBigPrincess. Alice fait partie de l'équipe de football The Blasters, où l'esprit d'équipe et la ténacité sont les maîtres-mots.

Par exemple, Dream Big, Princess est une initiative développée à l'échelle de l'entreprise qui encourage les enfants du monde entier à rêver en grand en mettant en lumière des moments inspirants dans les histoires des princesses Disney. En 2017, nous avons lancé la campagne internationale de photo #DreamBigPrincess qui a donné à voir des images valorisantes, prises par des photographes femmes, de filles et femmes de la vraie vie. La publication de ces photos sur les réseaux sociaux a permis aux familles et aux fans de collecter auprès de Disney 1 million de dollars destiné au programme Girl Up, organisé par la Fondation des Nations unies et qui vise à développer le leadership des filles. Les photos les plus marquantes, qu'elles aient été prises par une professionnelle ou non, ont ensuite été exposées au siège des Nations unies à New York.



En Amérique latine, Disney s'est associé avec l'organisation internationale Ashoka pour promouvoir à la fois les compétences de leadership chez les jeunes filles et une culture fondée sur l'égalité, le respect et l'inclusion. À travers la campagne sur les réseaux sociaux #SoyPrincesaSiendoYo (« Moi aussi, je suis une princesse ») et la [subvention Disney Compromiso](#), le partenariat visait à soutenir les entrepreneurs sociaux locaux et à favoriser les compétences de leadership chez les jeunes filles au Mexique, au Brésil, en Colombie et au Chili.



L'héritage de Disney se fonde sur les histoires créatives et inspirées. Chaque année, Disney|ABC Television et Disney Publishing collaborent avec First Book sur la plateforme « [La magie des histoires](#) » pour célébrer les joies de la lecture et impliquer les familles et les fans afin que Disney puisse donner jusqu'à 1 million de livres aux enfants défavorisés. Grâce à une relation de longue date avec First Book, Disney a donné plus de 61 millions de livres aux enfants défavorisés pour les encourager à lire et à imaginer les histoires de demain. Partout dans le monde, Disney célèbre les histoires de multiples façons. En Australie, par exemple, Disney a fait don de 22 000 livres pour enfants à l'Indigenous Literacy Foundation.

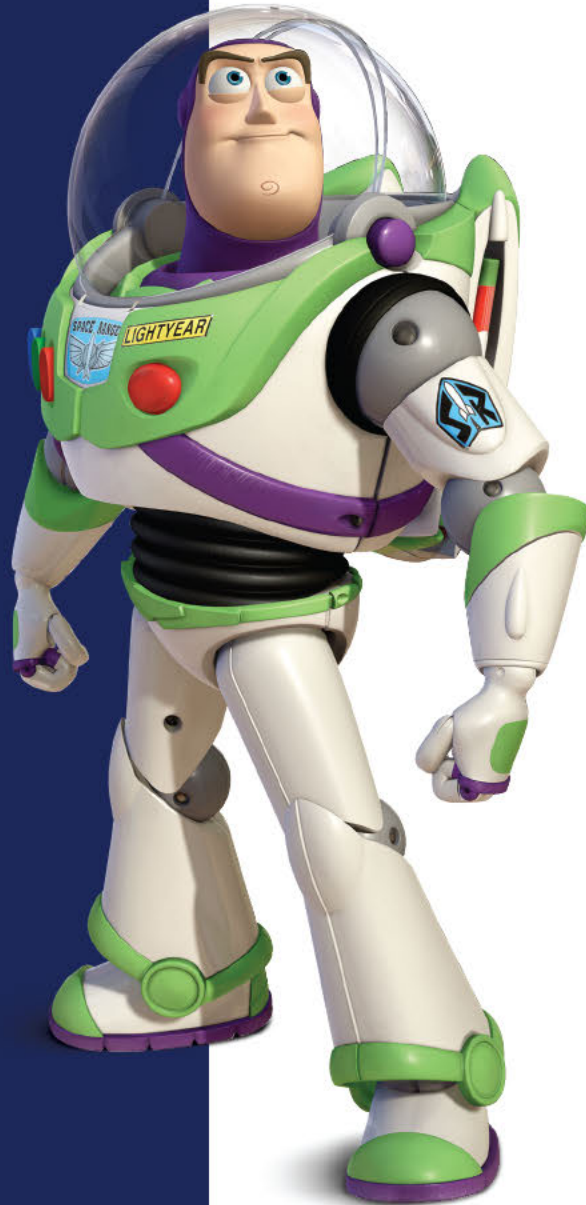


Depuis 2014, ESPN a construit un portefeuille philanthropique centré sur le sport et qui permet à plus de 1 million de jeunes défavorisés d'accéder au sport. En 2017, ESPN s'est associé à des organisations partenaires pour créer sept espaces sécurisés destinés à toucher près de 36 000 personnes/jeunes et leur donner accès au sport. Parmi ces espaces, deux ont été construits avec [love.futbol](#) et [Partners of Americas](#) et ont ainsi touché plus de 2 700 jeunes au [Brésil](#) et au [Mexique](#).



Disney a soutenu un programme destiné à améliorer la qualité de l'enseignement musical dans les écoles primaires de la Chine rurale. En 2017, ce programme a permis d'améliorer les cours de musique, exploité les ressources musicales de Disney pour enrichir le cursus musical, a assuré la formation des professeurs de musique et a proposé des camps d'été musicaux aux enfants.

PERSPECTIVES D'AVENIR



Chez The Walt Disney Company, produire des contenus responsables de grande qualité et travailler en toute intégrité font non seulement partie de notre ADN, mais constituent également un facteur clé de solides retours sur investissements pour nos actionnaires.

Cet engagement à travailler de manière éthique et à inspirer les enfants et les familles explique largement pourquoi je suis si enthousiasmée par l'idée d'être le nouveau pilote de nos efforts en matière de responsabilité sociale d'entreprise. Cela fait 12 ans que je travaille chez The Walt Disney Company et j'ai toujours été fière du travail que nous avons accompli pour protéger la planète, encourager le bénévolat et favoriser la diversité et le respect dans nos lieux de travail, pour ne citer que ces aspects, mais ce que nous faisons est loin de se résumer à cela.

Notre entreprise n'est pas du genre à se reposer sur ses acquis. Nous sommes toujours à la recherche de solutions pour avoir un impact positif et instaurer les changements de pratiques nécessaires. Chaque fois que cela est possible, nous ancrons ces efforts dans le contexte social et environnemental plus large. Nous sommes par exemple conscients de l'importance des Objectifs de développement durable (ODD) des Nations unies à destination des sociétés du monde entier et nous les utilisons pour nourrir nos politiques, nos pratiques et notre engagement.

Lorsque nous envisageons l'avenir, nous recherchons de nouvelles façons de toucher davantage nos communautés en apportant confort, bonheur, inspiration et opportunités aux familles du monde entier. Nous ne pourrions pas y parvenir seuls et savons que c'est notre équipe de héros qui fait la différence. Les milliers de VoluntEARS issus de notre propre entreprise ont été une source d'inspiration incroyable, tout comme ceux qui agissent au quotidien pour leurs propres communautés. Prendre part, même à petite échelle, à cette passion et à cet engagement, voilà qui fait toute la saveur de ce travail.

C'est une responsabilité que je ne prends pas à la légère et je suis impatiente de partager ici même nos progrès et nos objectifs pour les années à venir.

Merci.



Elissa Margolis
Vice-présidente senior
The Walt Disney Company

TABLEAU DE DONNÉES

EXERCICE FINANCIER **2017¹** **2016** **2015**

Protection de l'environnement

Émissions directes ^{2,3,9} (tonnes de CO ₂ e)	843 275	866 797	853 805
Émissions indirectes ^{2,3,9} (tonnes de CO ₂ e)	1 041 639	912 518	917 247
Émissions directes et indirectes combinées ^{2,3} (millions de tonnes de CO ₂ e)	1,88	1,78	1,77
Crédits carbone obtenus ^{4,5} (tonnes de CO ₂ e)	804 859	685 706	626 519
Émissions nettes (millions de tonnes de CO ₂ e) ^{2,3,4,5}	1,04	1,09	1,14
Consommation totale d'énergie (MWh) ^{6,9}	5 847 058	5 517 380	5 501 841
Pourcentage total des déchets détournés de la décharge et de l'incinération (tonnes) ⁷	46 %	45 %	49 %
Consommation d'eau (milliards de gallons d'eau potable) ^{8,9}	6,91	7,04	6,99

Philanthropie stratégique

Dons d'entreprise (espèces, millions de dollars américains) ¹⁰	104,5 \$	101,0 \$	95,5 \$
Dons d'entreprise (dons en nature, millions de dollars américains) ¹⁰	244,1 \$	301,1 \$	237,8 \$
Heures VolunteARS	486 600	542 800	592 000

Lieux de travail

Employés à l'échelle mondiale ^{11,12,13}	180 154	178 985 ¹⁴	169 237
Pourcentage de minorités (employés aux États-Unis) ¹²	42,8 %	40 %	40 %
Pourcentage de minorités (direction, États-Unis) ¹²	25,3 %	24,4 %	23,5 %
Pourcentage de femmes (employées à l'échelle mondiale) ¹²	52,9 %	52,7 %	52,5 %
Pourcentage de femmes (direction, monde) ¹²	43,2 %	43 %	44 %
Dépenses directes totales auprès des entreprises détenues par des groupes minoritaires et des femmes (millions de dollars américains) ¹⁴	432,7 \$	478,6 \$	513,7 \$
Formations proposées (uniques) ¹⁵	19 400	17 300	12 800
Nombre de formations suivies ¹⁵	1 027 800	1 025 200	1 023 000

EXERCICE FINANCIER **2017** **2016** **2015**

Chaîne d'approvisionnement : empreinte des sites

Nombre total des sites de fabrication des produits Disney Au cours de l'exercice financier ^{16,17}	37 500	34 200	30 200
--	--------	--------	--------

Chaîne d'approvisionnement : pourcentage de constats identifiés à traiter^{18,19,20,21,22}

Travail des enfants	1 %	1 %	3 %
Travail forcé	1 %	1 %	3 %
Coercition et harcèlement	0 %	0 %	2 %
Non-discrimination	1 %	1 %	3 %
Liberté syndicale	1 %	1 %	2 %
Santé et sécurité : usine	85 %	86 %	89 %
Santé et sécurité : dortoirs	3 %	4 %	13 %
Rémunération : salaire minimum	8 %	9 %	16 %
Rémunération : rémunération des heures supplémentaires	11 %	13 %	20 %
Rémunération : heures supplémentaires	63 %	61 %	63 %
Rémunération : avantages sociaux	59 %	59 %	61 %
Protection de l'environnement	33 %	36 %	39 %
Autres lois	25 %	28 %	29 %
Sous-traitance	3 %	5 %	16 %
Contrôles et conformité	10 %	11 %	18 %
Publications	4 %	5 %	9 %

Pour une bonne hygiène de vie

Pourcentage des ventes de produits alimentaires sous licence Disney dédiées aux aliments quotidiens conformes à nos recommandations nutritionnelles

Monde	79 %	70 %	67 %
Amérique du Nord ²³	Objectif 85 % atteint	Objectif 85 % atteint	Objectif 85 % atteint

NOTES DE BAS DE PAGE DU TABLEAU DE DONNÉES

1. L'exercice financier de Disney court généralement du dimanche le plus proche du 1er octobre au samedi le plus proche du 30 septembre.
2. La limite de l'objectif GES de Disney comprend les actifs détenus et exploités (tels que les parcs et complexes de loisirs Walt Disney, Disney Cruise Line et les espaces commerciaux), les actifs en crédit-bail (tels que les magasins Disney et les bureaux), ainsi que la production (films, télévision, théâtre et ESPN inclus).
3. Les émissions de gaz à effet de serre sont mesurées et calculées selon les principes du protocole des gaz à effet de serre du World Resources Institute (WRI) et du World Business Council for Sustainable Development (WBCSD, Conseil mondial des affaires pour le développement durable) « Une norme de comptabilisation et de déclaration destinée à l'entreprise, édition révisée de 2004 » (protocole des GES).
4. Les crédits carbone sont issus de projets développés conformément aux normes reconnues (par exemple Climate Action Reserve, Verified Carbon Standard, Gold Standard, etc.). Tous les crédits sont vérifiés par des tiers accrédités. Les certificats de carboneutralité sont disponibles sur notre [site Internet](#).
5. Les instruments contractuels et les facteurs d'émission spécifiques à la source sont utilisés pour calculer les crédits et les émissions nettes afin de mieux refléter les opérations commerciales de Disney. Avec ces ajustements, les émissions directes et indirectes combinées de Disney s'élèvent à 1,84 million de tonnes de CO₂e.
6. La consommation totale d'énergie comprend l'électricité, le gaz naturel, l'eau réfrigérée, l'eau chaude, la vapeur, les énergies renouvelables et les combustibles.
7. Le détournement comprend le recyclage opérationnel, le compostage, les dons, les articles vendus et liquidés, les articles envoyés aux archives, la valorisation thermique des déchets et la valorisation non thermique des déchets. Les déchets comprennent la décharge opérationnelle et l'incinération sans récupération d'énergie. Les sites comprennent les parcs à thème et complexes de loisirs, ESPN, Enterprise Owned et Pixar. Sont exclus tous les équipements en crédit-bail, les magasins et les centres de distribution Disney, les chaînes de télévision, les stations de radio Disney et tous les matériaux de construction.
8. La limite de l'objectif de Disney pour l'eau comprend les actifs détenus et exploités (parcs et complexes de loisirs, Disney Cruise Line, espaces commerciaux détenus, studios, ESPN). La consommation d'eau des magasins Disney et des installations en crédit-bail est exclue de l'objectif. Les données relatives à Shanghai Disneyland ne sont pas incluses dans cette valeur, car elles ne faisaient pas partie de la base de référence de 2013.
9. Les données ont été révisées depuis la publication du Tableau de données 2016 en matière de citoyenneté d'entreprise afin de refléter les corrections apportées à la suite d'examens internes.
10. Les dons d'entreprise en espèces comprennent les contributions du Fonds de conservation Disney. Le soutien en nature fait référence aux contributions non monétaires composées d'articles tangibles ou de soutien non tangible. Les dons peuvent inclure, sans s'y limiter, les estimations de valeur des marchandises, des billets d'entrée pour les parcs à thème, des repas, le temps d'antenne de service public (PSA), les apparitions de personnages/talents et d'autres actions caritatives. Étant donné les disparités en matière de distribution, d'audience, de programmation, de disponibilité, de tarification, de demande du marché et d'autres variables, l'estimation de la valeur des messages d'intérêt public varie en fonction de nos plateformes médias. Par exemple, dans certains cas, elle peut être calculée à partir d'un prix de vente moyen par rapport à la durée. Dans d'autres cas, elle est calculée à partir de la valeur moyenne d'un sponsor en fonction de la tranche horaire. C'est pour cette raison que nous n'utilisons pas une technique unique pour estimer la valeur d'un message d'intérêt public. L'exercice financier 2016 a été marqué par une augmentation significative de la valeur et du volume de dons de livres liée à l'augmentation des liquidations d'inventaires via des dons caritatifs. Au cours de l'exercice financier 2017, les dons de livres sont revenus à un niveau normal, ce qui a entraîné une diminution de la valeur comptable des dons en nature.
11. Les statistiques relatives aux employés reflètent nos effectifs à la fin de chaque exercice financier. La direction comprend les postes à partir du niveau de directeur. The Walt Disney Company comptait environ 199 000 employés à la fin de l'exercice financier 2017.
12. Les chiffres mondiaux sur la diversité des employés incluent l'ensemble des employés de notre système SAP. Ces chiffres incluent des intérimaires payés au cours des 60 derniers jours, à l'exception des employés de Pixar et de Disneyland Paris, des journaliers et des contractuels.
13. L'ouverture du Shanghai Disney Resort lors de l'exercice financier 2016 a contribué à l'augmentation du nombre total d'employés depuis l'exercice financier 2015.
14. Notre bilan ne concerne que les entreprises détenues, contrôlées et exploitées par le National Minority Supplier Development Council (NMSDC), le Women's Business Enterprise National Council (WBENC), l'U.S. Business Leader's Network (USBLN), la National Gay and Lesbian Chamber of Commerce ou l'U.S. Department of Veterans Affairs.
15. Les données relatives à la formation représentent l'ensemble des employés de *D Learn*, à l'exception de Pixar, Disneyland Paris et des contractuels. Les participants ont la possibilité de suivre plusieurs formations. Les formations comprennent des cours en ligne, des cours en salle et des formations pratiques.
16. Les données comprennent les sites actifs à un moment donné au cours de l'exercice financier, arrondies à la centaine près.
17. L'augmentation des sites pour les exercices financiers 2016 et 2017 traduit à la fois l'expansion de l'entreprise et la mise à jour de la méthode comptable liée à l'adoption de la nouvelle plateforme de données en 2015.
18. Disney utilise principalement les indicateurs de gouvernance de la Banque Mondiale (IGB) pour identifier et comparer les zones à risque et déterminer où concentrer nos ressources et nos exigences en matière de surveillance. Veuillez vous reporter à notre [politique Pays où l'approvisionnement est autorisé](#).
19. Le programme de Déontologie sociale de Disney (ILS) favorise l'amélioration continue et durable des conditions de travail sur les sites de fabrication des produits Disney. Toutes les infractions au Code de déontologie identifiées dans les sites actifs à la suite d'audits ou d'évaluations doivent être corrigées ou résolues dans les délais et de la manière définis par le programme de Déontologie sociale de Disney (ILS) afin que le site puisse continuer à fabriquer les produits Disney.
20. La chaîne d'approvisionnement des produits Disney subit des fluctuations habituelles sur les sites actifs. En 2017, environ 24 % de l'ensemble de nos sites étaient de nouveaux fabricants de produits Disney, ce qui complique toute comparaison d'année en année.
21. En 2015, le groupe de Déontologie sociale de Disney (ILS) est passé à un nouveau système de gestion des données, ce qui a entraîné un certain nombre de changements dans la façon dont les données sont agrégées et déclarées. Ce nouveau système permet une compréhension plus précise et en temps réel des conditions de travail dans la chaîne d'approvisionnement étendue des produits Disney. Il empêche cependant de comparer directement les données 2015, 2016 et 2017 présentées ici avec celles des années précédentes.
22. La diminution des constats pour ces catégories résulte de nos efforts continus pour impliquer les licenciés et fournisseurs qui s'engagent à respecter les exigences du programme de Déontologie sociale de Disney (ILS).
23. Le calcul pour l'Amérique du Nord (qui comprend les États-Unis et le Canada) exclut les accords contractuels signés avant 2006 et s'aligne sur les classifications évolutives du secteur pour les produits contribuant à la nutrition des enfants. Nous continuons à évaluer les classifications évolutives du secteur à l'échelle internationale.

DÉCEMBRE 2016	Indice sur l'équité au sein des entreprises de la campagne pour les Droits de l'Homme ☺
FÉVRIER 2017	Les entreprises les plus renommées au monde ☺ Les entreprises les plus admirées ☺
MARS 2017	Entreprise humanitaire de l'année 2017 ☺
AVRIL 2017	Daytime Emmy Awards 2016-2017 ☺ Annonce promotionnelle exceptionnelle – Image – Black History Month : Timeless Heroes « Be Inspired –The Clinton 12 », Disney XD/Disney ABC Citizenship
MAI 2017	Parmi les lieux de travail préférés sur LinkedIn ☺ Diversity Inc Top 50 (Les 50 meilleures entreprises en matière de diversité et d'inclusion) ☺

RÉCOMPENSES



JUIN 2017	Morning Consult : Disney figure parmi les employeurs les plus admirés en 2017 ☺ parmi plusieurs générations Halo Awards ☺ Hour of Code et Share Your Ears
JUILLET 2017	Sports Humanitarian Awards (Prix humanitaires dans le sport) ☺
AOÛT 2017	Telley Awards <ul style="list-style-type: none"> • Bullying prevention PSA ☺ • The Magic of Storytelling ☺ China Best Employer Award (Prix du meilleur employeur en Chine) ☺

SEPTEMBRE 2017	DJSI : Indice Amérique du Nord EMA Green Seal Awards ☺
OCTOBRE 2017	2017 Top 10 Innovations in Diversity & Inclusion Award (Prix 2017 des 10 meilleures innovations en matière de diversité et d'inclusion) ☺ Advancing Justice – LA: Corporate Impact Award (Prix de l'impact d'entreprise) ☺ Asian Business Association Corporation of the Year Award (Prix de l'entreprise de l'année de l'Asian Business Association Corporation) ☺

ANNEXES

REPORTING

Sauf indication contraire, toutes les données et informations contenues dans ce Bilan des performances se rapportent aux initiatives de l'exercice 2017 débutant le 2 octobre 2016 et se terminant le 30 septembre 2017.

Ce bilan reflète nos impacts, nos progrès et nos résultats en termes de responsabilité sociétale et environnementale. Les données sur les performances sont présentées tout au long de ce bilan et nous sommes déterminés à assurer l'amélioration continue, l'exactitude et la complexité de nos rapports sur la responsabilité sociétale et environnementale. À cette fin, notre fonction de reporting d'entreprise, qui gère également le reporting et les données financiers de Disney, collecte et valide nos données. Le cas échéant, nous apportons des détails sur la taille, le périmètre et la méthodologie de collecte des données. Nous prenons également soin d'expliquer les estimations ou hypothèses clés utilisées dans le développement d'indicateurs. Ce bilan annuel ainsi que les histoires et le contenu de notre site Internet et de nos réseaux sociaux fournissent une vision globale de nos efforts en termes de responsabilité sociétale et environnementale.

Dans ce bilan, nous partageons également des exemples d'initiatives menées l'an dernier dont nous sommes fiers et qui reflètent et soutiennent notre mission. Ces exemples ne sont pas exhaustifs du travail accompli chaque jour chez The Walt Disney Company. Si vous souhaitez rester informé des initiatives Disney en matière de responsabilité sociétale d'entreprise, vous pouvez consulter notre [site Internet](#) et nous suivre sur Twitter [@DisneyCSR](#).

HIÉRARCHISATION DES ENJEUX

La hiérarchisation des enjeux fait partie intégrante de la planification stratégique de l'entreprise, y compris notre approche de la responsabilité sociétale et environnementale. Nous examinons et révisons notre approche des enjeux prioritaires de manière continue à travers la planification, l'engagement externe et les évaluations de l'environnement d'exploitation actuel et futur pour notre société.

Notre évaluation des enjeux clés vise à guider nos priorités en matière de stratégie et de politique de responsabilité sociétale et environnementale, nos programmes et notre soutien philanthropique, nos actions commerciales et notre orientation. Nous évaluons les questions à plusieurs niveaux, y compris la relation ou l'impact de chaque question sur la gestion des risques, l'amélioration de la marque et de la réputation, la satisfaction des attentes des parties prenantes, l'élaboration des politiques et l'impact sur la société. Notre évaluation de ces facteurs est effectuée en collaboration régulière avec nos fonctions internes et nos unités commerciales, ainsi que les perspectives des parties prenantes externes, y compris les visiteurs et les consommateurs.

Bien que ce bilan détaille de nombreuses questions critiques, il ne constitue pas une vue exhaustive de toutes les questions importantes pour notre entreprise ou notre société ; il donne plutôt la priorité à un ensemble de domaines d'intérêt avéré pour nos parties prenantes et se concentre sur les faits marquants de cet exercice financier. Nous savons que le panorama des questions qui affectent la société et notre entreprise évolue en permanence et nous continuerons à affiner la façon dont nous définissons, identifions et signalons ces problèmes.

POLITIQUES ET STRATÉGIES SUPPLÉMENTAIRES

Nous pensons qu'agir de manière éthique et dans le respect des Droits de l'Homme est essentiel pour que nous puissions travailler et nous développer dans le monde entier. Nous nous efforçons de mener notre activité avec honnêteté et intégrité, en respectant les lois en vigueur dans les pays où nous sommes présents. Nous nous engageons en faveur d'un certain nombre de politiques et pratiques environnementales, sociales et de gouvernance qui préconisent une gestion réfléchie et éthique de notre entreprise. Ces politiques sont disponibles sur notre [site Internet](#) et comprennent, sans s'y limiter, les éléments suivants :

Environnement

[Politique environnementale](#)

[Gestion des produits chimiques dans les produits de consommation](#)

[Politique d'achat et d'utilisation du papier](#)

[Utilisation d'animaux vivants dans le divertissement](#)

Social

[Loi californienne sur la transparence des chaînes d'approvisionnement](#)

[Code de déontologie pour les fabricants](#)

[Conflits sur la politique des minéraux](#)

[Politique des Droits de l'Homme](#)

[Recommandations nutritionnelles](#)

[Tabagisme dans les films](#)

[Déclaration de transparence de la Loi britannique sur l'esclavagisme moderne](#)

Gouvernance

[Recommandations sur la gouvernance d'entreprise](#)

[Pays où l'approvisionnement est autorisé](#)

[Financements politiques et participation à l'élaboration des politiques publiques](#)

[Normes de conduite éthique](#)

INDEX GRI

Ce bilan fait référence aux lignes directrices G4. Les lignes directrices G4 pour le reporting sur le développement durable de la Global Reporting Initiative constituent un ensemble complet d'indicateurs relatifs aux impacts économiques, environnementaux et éthiques de la performance d'une entreprise.

1. Stratégie et analyse

- G4-1** Déclaration du décideur le plus haut placé de l'organisation
- Un message de notre direction (p. 12)

2. Profil de l'organisation

- G4-3 – G4-16** Profil de l'organisation
- Formulaire/Rapport annuel 10-K
 - Site Internet de The Walt Disney Company

- G4-10** Effectif par type d'emploi, contrat de travail, zone géographique et sexe
- Tableau de données (p. 19)

Type d'emploi	Monde	États-Unis
Intérimaires saisonniers	8 %	9 %
Intérimaires permanents	20 %	23 %
Temps plein	71 %	68 %

- G4-11** Pourcentage du nombre total d'employés concernés par les conventions collectives
- Tous les niveaux hiérarchiques aux États-Unis selon le statut syndical : 57 % couverts par les conventions collectives

3. Limites et aspects matériels identifiés

- G4-18 – G4-19** Limites et aspects matériels identifiés
- Annexes : Rapport (p. 22)

4. Dialogue avec les parties prenantes

- G4-24 – G4-27** Dialogue avec les parties prenantes
- Nous avons établi un dialogue permanent avec les différentes parties prenantes, y compris les employés, les partenaires commerciaux, les organisations gouvernementales et non gouvernementales, et les clients. Nous sommes convaincus que notre collaboration avec les parties prenantes nous permet de mieux identifier les opportunités, aborder les problèmes et trouver des solutions à certains de nos enjeux les plus pressants.
- Dialogue avec les parties prenantes externes de la chaîne d'approvisionnement responsable

5. Profil du rapport

- G4-28 – G4-32** Profil de reporting
- Annexes : Rapport (p. 22)
 - Site Internet de l'entreprise — Section des rapports antérieurs
 - Contactez-nous

6. Gouvernance

- G4-34** Structure de gouvernance
- Site Internet sur la gouvernance d'entreprise
 - Formulaire/Rapport annuel 10-K
 - Circulaire de sollicitation de procuracy
 - Normes de conduite éthique
 - Déontologie et conformité mondiales

7. Éthique et intégrité

- G4-56** Énoncés de mission, codes de conduite, principes et codes de déontologie
- Politiques et stratégies (p. 22)
 - Normes de conduite éthique
 - Code de déontologie professionnelle et d'éthique pour les directeurs
 - Déontologie et conformité mondiales
 - PDF sur la politique fiscale du Royaume-Uni

8. Économie

- G4-CE9** Proportion des dépenses auprès des fournisseurs locaux dans d'importants emplacements opérationnels
- Tableau de données (p. 19)

9. Indicateurs de performance environnementale

- G4-EN3 – G4-EN23** Indicateurs de performance environnementale
- Protection de l'environnement (p. 5)
 - Tableau de données (p. 19)
 - Infographie : Protection de l'environnement chez Disney
 - Protection de l'environnement

- G4-EN27** Portée de l'atténuation des impacts environnementaux des produits et services
- Initiative d'emballage intelligent
 - Politique de recyclage des sacs Disney
 - Protection de l'environnement

10. Emploi, relations sociales et travail décent

- G4-LA2 – G4-LA12** Lieux de travail Disney
- Pratiques sur le lieu de travail (p. 10)
 - Carrières Disney
 - Tableau de données (p. 19)

- G4-LA14 – G4-LA16** Déontologie sociale dans la chaîne d'approvisionnement
- Application des Normes internationales du Travail chez Disney (ILS) (p. 8)
 - Chaîne d'approvisionnement responsable
 - Tableau de données (p. 19)
 - Politiques et stratégies

11. Droits de l'Homme

- G4-HR1 – G4-HR11** Droits de l'Homme
- Politique des Droits de l'Homme
 - Application des Normes internationales du Travail chez Disney (ILS) (p. 8)
 - Tableau de données (p. 19)
 - Programme d'investissement dans la chaîne d'approvisionnement
 - Politiques et stratégies

12. Responsabilité liée aux produits

- G4-M2 – G4-M4** Création de contenus
- Objectifs relatifs aux recommandations nutritionnelles (p. 9)
 - Normes de conduite éthique
 - Politique de confidentialité Disney
 - Code de déontologie pour les fabricants
 - Politiques et stratégies (p. 22)
 - Sécurité en ligne Disney : les enfants
 - Pour une bonne hygiène de vie (p. 9)

Santé et sécurité des clients

- G4 – PR1** Santé et sécurité des clients
- Pour une bonne hygiène de vie (p. 9)
 - Politiques et stratégies
 - Sécurité des produits
 - Politique d'entretien écologique

Communications marketing

- G4-PR6 – G4-PR7** Communications marketing
- Pour une bonne hygiène de vie (p. 9)
 - Politiques et stratégies

13. Société

- G4-SO4 – G4-SO11** Société
- Gouvernance d'entreprise
 - Normes de conduite éthique
 - Application des Normes internationales du Travail chez Disney (ILS) (p. 8)
 - Rapport annuel/10-K
 - Politiques et stratégies

The *WALT DISNEY* Company

Nous vous invitons à rester en contact avec nous :

 [@DisneyCSR](#)

 TheWaltDisneyCompany.com