

GENDER EQUALITY INDEX ADOBE FRANCE 2020

John Warnock and Chuck Geschke founded Adobe on three fundamental principles: Our people are our most important asset. Good ideas come from everywhere. And build a company where you would want to work yourself.

The events in 2020 highlighted the importance of these principles as COVID-19 changed everything about life and work as we know it. Through this crisis, Adobe's focus remains on people—ensuring the health and safety of our employees, serving our customers, and supporting our communities. We took early and decisive action, directing our teams to work from home, suspending travel and shifting corporate events to digital. We've rolled out benefits to support employees and their families, including a new COVID-19 time-off benefit and work-from-home fund to set up home offices.

Adobe continues to be passionate about building a diverse and inclusive environment for all our employees, customers, partners, and the technology industry as a whole. Adobe believes that everyone deserves respect and equal treatment regardless of gender, race, ethnicity, age, disability, sexual orientation, gender identity, cultural background, religious beliefs, or anything else that makes us who we are. We call our vision [Adobe For All](#). Fundamental to this vision is our belief that when people feel appreciated and included, they can be more creative, innovative and successful.

At Adobe we have made steady progress improving our gender diversity mix over the last few years, but we still have work to do. We publicly share our [diversity demographics](#) annually to provide awareness, spur conversation and inspire action into diversity and inclusion within Adobe and across the industry.

We want every Adobe employee to feel they have fair compensation and opportunity, and we invest in analysis and transparency to demonstrate that commitment. At Adobe we define global gender pay parity as ensuring that employees in the same job and location are paid fairly, regardless of gender. We first achieved global gender pay parity in October 2018 and affirmed in September 2020 that we have maintained that pay parity.

We are continuing to pursue our newest opportunity parity initiative – examining fairness in promotions and horizontal movement across demographic groups. To the best of our knowledge, there isn't any clear industry standard for how to measure or address opportunity parity. We shared our first findings in September 2019 and updated those findings in September 2020.

In 2020, Adobe France scored 82/100 on the Gender Equality Index when measured against the five key indicators which are: average earnings between male and female employees; gender equality in salary increases; gender equality in promotions; salary increases during maternity leave; and of the 10 highest-paid employees at Adobe France, the proportion of employees that are of the under-represented gender.

We again performed strongly in the areas of weighted gender pay gap, gender equality in promotions, and pay increases during maternity leave (67 out of 70 possible points). However, our 2020 gender equality in annual salary increases, which is calculated based on the percentage of people receiving a merit increase, decreased by 10 points (10 out of 20 points) compared to last year. The figures for this indicator may fluctuate annually based on our employee demographics associated with changes in headcount and hiring plans. A thorough analysis of the annual salary increases data showed there are reasonable explanations regarding this indicator, such as employees having recently joined or left the company, and that Adobe's compensation philosophy was adhered to. We have a continuing opportunity to improve on the fifth indicator regarding the number of females, our under-represented gender, in highest-paid positions. We are examining ways to make more progress in this area.



"At Adobe, we're committed to creating a more diverse and inclusive workforce. Diversity is all about the value we place on the unique and varied life experiences that our people bring to work every day, while inclusivity gives every single one of them the opportunity to succeed. We will continue to focus on the holistic design of our people processes and programs ensuring our Adobe For All vision is encompassed in all that we do and continue to drive greater diversity and inclusion at Adobe and beyond!"

Tania Garrett
Vice President of Employee Experience, International



INDEX 2020 DE L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES CHEZ ADOBE FRANCE

Lors de la création d'Adobe, John Warnock et Chuck Geschke ont posé trois principes fondamentaux. Nos employés sont notre ressource la plus précieuse. Les bonnes idées peuvent venir de partout. Et il est impératif de bâtir une entreprise dans laquelle on voudrait soi-même travailler.

En bouleversant nos modes de vie et de travail en 2020, la pandémie de COVID-19 a rappelé l'importance de ces principes. Tout au long de cette crise, Adobe a maintenu les ressources humaines au centre de ses préoccupations en veillant à la santé et la sécurité de ses collaborateurs, en répondant aux besoins de ses clients et en soutenant ses communautés. Nous avons pris des mesures précoces et décisives : nous avons demandé à nos équipes à travailler de chez elles, suspendu les déplacements et dématérialisé nos événements professionnels. Nous avons mis en place des avantages pour soutenir nos collaborateurs et leurs familles, notamment un nouveau dispositif de congé COVID-19 ainsi qu'un fond spécial pour financer l'aménagement des bureaux à domicile.

Depuis de nombreuses années, Adobe est animé de la même passion : créer un environnement propice à la diversité et à l'intégration pour l'ensemble de ses collaborateurs, clients et partenaires, mais aussi pour le secteur technologique dans sa globalité. Adobe estime que chacun a droit au respect et à l'égalité de traitement, quel que soit son sexe, sa race, son origine ethnique, son âge, son handicap, son orientation sexuelle, son identité sexuelle, son appartenance culturelle, ses croyances religieuses ou tout autre aspect faisant de nous ce que nous sommes. Nous avons baptisé cette vision **Adobe For All**. Elle repose sur une conviction profonde : à partir du moment où l'individu a le sentiment d'être respecté et considéré, sa créativité, sa capacité d'innovation et sa réussite sont décuplées.

Si l'égalité femme-homme enregistre, chez Adobe, des progrès constants depuis quelques années, il nous reste encore du chemin à parcourir. Chaque année, nous communiquons nos **statistiques démographiques** sur la mixité, soucieux de sensibiliser, de dynamiser les échanges et de promouvoir les initiatives axées sur la diversité et l'inclusion, aussi bien en interne qu'à l'échelle du secteur tout entier.

Nous souhaitons que chacun de nos employés ait conscience d'avoir une rémunération et des opportunités équitables et nous investissons, notamment, dans l'analyse et la transparence pour démontrer cet engagement. Pour Adobe, la parité salariale suppose que tous les salariés occupant un poste identique, sur un même site, soient rémunérés de manière égale, quel que soit leur sexe. Nous avons pour la première fois atteint l'égalité salariale au niveau mondial en octobre 2018 et nous avons réaffirmé cette parité en septembre 2020.

Nous poursuivons une nouvelle initiative que nous appelons l'égalité des chances – en portant une attention particulière à l'équité dans les promotions et les mouvements internes entre les différentes équipes. À notre connaissance, il n'existe pas de norme claire dans notre industrie sur la manière de mesurer ou de traiter l'égalité des chances. Nous avons fait part de nos premières conclusions en septembre 2019 et les avons actualisées en septembre 2020.

En 2020, Adobe France a obtenu 82/100 à l'index de l'égalité femmes-hommes. Cet index est mesuré par rapport à cinq indicateurs clés : l'écart des rémunérations moyennes entre les femmes et les hommes, l'écart de répartition des augmentations individuelles entre les femmes et les hommes, l'écart de répartition des promotions entre les femmes et les hommes, le pourcentage de salariées augmentées au retour de congé maternité et le nombre de personnes du sexe sous-représenté dans les 10 plus hautes rémunérations.





Nous avons de nouveau obtenu de bons résultats dans les domaines de l'écart des rémunérations, dans les promotions et les augmentations de salaire au retour de congé de maternité (67 points sur 70 possibles). Cependant, notre score d'égalité femmes-hommes en matière d'augmentation annuelle des salaires a baissé de 10 points (sur 20) en 2020 par rapport à l'année précédente. À noter que ce score est calculé sur la base du pourcentage de personnes recevant une augmentation individuelle. Selon l'évolution des effectifs et nos plans de recrutement, les chiffres de cet indicateur sont susceptibles de fluctuer tout au long de l'année. Une analyse approfondie des données annuelles sur les augmentations salariales a montré qu'il existe des explications concernant cet indicateur, tels que les employés ayant récemment rejoint ou quitté l'entreprise, et que la philosophie de rémunération d'Adobe a été respectée. Les opportunités d'amélioration du cinquième indicateur, qui concerne le nombre de femmes dans les postes les mieux rémunérés, sont toujours d'actualité. Nous étudions les possibilités d'évoluer dans ce domaine.



« Chez Adobe, nous avons à cœur de favoriser la diversité et l'inclusion des collaborateurs qui nous entourent. Si la diversité a trait à l'originalité et à la variété des parcours individuels qui font la valeur ajoutée professionnelle de chacun, l'inclusion multiplie les chances de réussite de chaque salarié. Nous continuerons d'insister sur la dimension holistique des processus et programmes pour nos collaborateurs en veillant à ce que notre vision Adobe For All imprègne toutes nos actions, et nous continuerons de favoriser la diversité et l'inclusion chez Adobe et au-delà. »

Tania Garrett
Vice-présidente de l'expérience des employés, International

