

Snap Inc.

Rapport annuel sur la diversité 2024



Voir le monde différemment

Sommaire

INTRODUCTION

Lettre de la direction	3
--	---

NOTRE APPROCHE DE LA DEI : LES STORIES SUR LA DIVERSITÉ

Inspirer l'empathie	5
Remodeler les systèmes	9
Encourager la responsabilisation	12

DONNÉES SUR LA DIVERSITÉ

Objectifs de Snap pour 2025	16
Points saillants des données 2023	17

Lettre de la direction : Adopter un état d'esprit de croissance

L'année dernière, d'extraordinaires vents contraires ont secoué l'industrie des technologies et le monde entier. En 2023, ceux affectant la DEI se sont intensifiés en raison d'une vague d'incertitude économique qui a rendu plus difficile la création des capacités nécessaires pour mener à bien ce travail. Mais en dépit de ces défis à court terme, la nécessité de prioriser l'inclusion reste impérieuse. Qu'il s'agisse des Snapchatters exigeant des produits pour répondre à leurs divers besoins, ou du désir d'atteindre de nouveaux marchés, nous savons que la DEI est essentielle pour la croissance à long terme. Nous avons vu comment l'embauche de talents exceptionnels, en privilégiant la pluralité, permet d'améliorer notre rendement commercial. C'est pourquoi Snap reste déterminé à poursuivre le parcours prévu dans notre premier DAR¹ en 2020.

Même si l'environnement économique difficile a entraîné une réduction des effectifs dans l'ensemble de nos activités, y compris celle de la DEI, nous continuons à demander à toutes les équipes de travailler dans l'optique de la DEI. Il s'agit de l'approche décrite dans le rapport ACT (Action to Catalyze Tech), qui appelle l'ensemble de l'industrie technologique à adopter une « approche commerciale de l'inclusion et une approche plus inclusive de l'entreprise ».

Cette année, Snap s'efforce de poursuivre l'amélioration de la représentation du personnel, notamment au sein de la direction, et nous redoublerons d'efforts dans ce domaine. Grâce à notre travail continu, nous souhaitons approfondir notre engagement à cultiver l'hétérogénéité de nos leaders, porteuse pour Snap de dynamisme en termes de perspectives, d'idées et de talents. Dans le rapport 2024 de Snap, vous trouverez des histoires inspirantes sur la façon dont les membres de notre équipe ont priorisé la DEI à leur manière, en positionnant notre entreprise sur la voie d'un succès durable, et un avenir meilleur.



Evan Spiegel
Cofondateur et PDG



Arun Batra
Directeur principal, DEI



Maureen Ufomadu
Directrice principale, DEI

Stories sur la diversité

Notre approche de la DEI

La stratégie DEI de Snap repose sur trois piliers interdépendants
qui soutiennent ensemble un changement significatif.

Inspire l'empathie



Les récits de parcours créent de l'empathie, ce qui peut inspirer un changement de comportement au sein de Snap et de l'industrie en général. C'est ainsi que nous pouvons créer une culture commune favorisant pour tous un sentiment d'appartenance.

Inspirer l'empathie

L'empathie suscite l'action : cette section montre comment l'empathie peut inspirer de nouvelles perspectives et exercer un impact commercial tangible.

Temps forts des groupes de ressources pour les employés

En 2023, nos GRE (Employee Resource Groups, groupes de ressources pour les employés) ont relayé les expériences vécues par leurs membres à travers des formats courts et Snap AR, ce qui a permis de faire entendre les voix de communautés historiquement marginalisées.

Des Snaps pour se faire entendre

Snapchat est une plateforme qui célèbre l'authenticité. C'est pourquoi notre équipe a créé une expérience de réalité augmentée pour mettre en lumière les différentes communautés regroupées sous le vocable LGBTQIA. Dirigé par SnapPride, ce Snap Show sensibilise les Snapchatters à la signification du terme LGBTQIA et célèbre les personnes

qui composent cette communauté. Les Snapchatters ont été accueillis dans sept espaces distincts, chacun désigné par une des lettres composant l'acronyme, et qui explorent chaque monde. 25 millions d'utilisateurs uniques ont été touchés dans 11 pays et la Lens a été partagée un million de fois.



8 mars 8 femmes

En France, seulement 10 % des statues dans l'espace public rendent hommage à des figures féminines. SnapWomen s'est associé à l'équipe des ventes et celle du studio de RA à Paris pour lancer une activation en RA à l'occasion de la Journée internationale de la femme 2023 dans 8 grandes villes. Sous l'appellation 8 Mars 8 femmes, l'activation consistait à projeter des statues AR féminines à côté de celles d'hommes pour célébrer les grandes femmes de l'Histoire dont les contributions n'ont jamais été reconnues. Ces statues en RA sont activées en permanence et rendent hommage à Josephine Baker, Olympe de Gouges, Manon Tardon, Hubertine Auclert, Simone Veil, Françoise de Graffigny, Élisabeth Vigée Le Brun et Simone de Beauvoir. L'initiative a été largement couverte par les médias en France. L'équipe du Studio de RA Snap a eu l'honneur de remporter le prix mondial Drum Award for Marketing pour sa créativité exceptionnelle.



Temps forts des groupe de ressources pour les employés

Ode to Noir

[Ce court métrage](#) par SnapNoir EMEA relate les parcours de membres noirs de l'équipe tout en mettant leur culture à l'honneur. Il explore les expériences uniques des membres de SnapNoir, révélant leur richesse culturelle, ce qu'ils ont appris et comment développer un sentiment d'appartenance pour les groupes sous-représentés.



Le film a été utilisé tout au long de l'année dans le cadre d'événements tels que le Mois de l'histoire des Noirs au Royaume-Uni et Afrotech pour présenter l'expérience de personnes noires employées chez Snap.

Real Stories, Real Talk

Cette année, nous avons exploré les moyens de tirer parti de témoignages, d'entretiens et de contenus vidéo courts pour partager les expériences de personnes de différents horizons.

Big IDEA

Big IDEA est une série de récits et d'entretiens à l'échelle de l'entreprise à travers lesquels les membres de l'équipe partagent avec leurs collègues des témoignages francs, irrésistibles et profondément intimes sur des questions telles que la race, la classe sociale et la santé mentale.

Cette année, nous avons remplacé les entretiens d'une heure par de courtes vidéos percutantes.

Nous avons également élargi notre objectif pour saisir de nouvelles perspectives nuancées au sein de notre entreprise et étudier comment créer des espaces où chacun peut s'épanouir.



Big IDEA : l'Anglais comme deuxième langue et Trans +



Notre épisode d'Anglais comme deuxième langue a présenté des membres de l'équipe Snap qui partagent leur expérience d'employés au sein d'une multinationale alors que l'anglais n'est pas leur langue maternelle. L'épisode explique comment les locuteurs non natifs peuvent être victimes de préjugés qui affectent leur confiance et leur estime de soi. Ce désavantage peut également devenir un super pouvoir qui leur donne une grande créativité, une meilleure compréhension des clients et du monde pour lequel nous construisons des produits, ainsi qu'une plus grande empathie pour les membres de l'équipe. Notre épisode Big IDEA Trans+ a présenté des membres de l'équipe Snap qui partagent leur expérience en tant que membres de la communauté Trans+ et qui expliquent comment les alliés peuvent aider à créer des espaces sûrs.

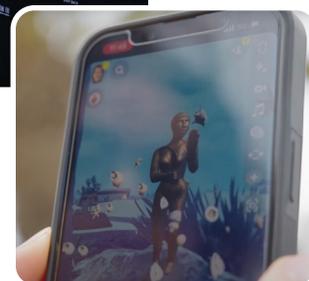


Cette vidéo [Real Stories, Real Talk](#) de 4 minutes met en évidence les expériences vécues par les membres de l'équipe Snap appartenant aux groupes sous-représentés.

Réalité augmentée : donner de la visibilité à Snap AR à travers des récits de groupes sous-représentés



LACMA x Snapchat : Monumental Perspectives Collection III



Pour la troisième année, nous nous sommes associés au Los Angeles County Museum of Art dans le cadre de LACMA x Snapchat : Monumental Perspectives, qui réunit des artistes et des technologues pour utiliser la réalité augmentée afin de créer des monuments virtuels qui explorent l'histoire des communautés de Los Angeles. Notre but est d'impliquer toutes les communautés représentées au sein de l'initiative, de les intégrer au projet et de soutenir des objectifs communautaires plus vastes.

Le projet sera disponible sur des sites dans tout l'État de Los Angeles et également accessible au niveau mondial en effectuant une recherche dans Lens Explorer et sur le [Site Web de LACMA](#). Nous avons organisé une journée gratuite au LACMA le 10 septembre avec un miroir géant du monde en RA et des discussions avec les créateurs, des ateliers, de la danse et bien plus encore pour plus de 8 000 participants.

Remodeler les systèmes



Nous devons examiner nos systèmes en détail et identifier les modèles de comportement qui, au fil du temps, contribuent à l'inégalité structurelle. Nous pourrions ensuite concevoir des interventions à l'impact optimal.

Remodeler les systèmes

Pour intégrer pleinement la DEI dans l'ensemble de notre écosystème, nous devons repenser les systèmes qui sous-tendent tout notre travail, des talents aux produits. Dans cette section, nous verrons une équipe qui explore les tendances en RA, une équipe qui a réussi à repenser nos processus de recrutement, et un effort interfonctionnel qui montre comment l'intégration de l'équité dans les systèmes peut être bénéfique pour l'entreprise.

Plan d'embauche inclusif avancé



Au premier trimestre 2023, Snap a lancé notre « plan d'embauche inclusif avancé » (AIHP). Ce programme repense notre processus d'embauche dans une optique d'inclusion pour s'assurer que les talents que nous recevons en entretien sont plus représentatifs des différentes communautés. Le programme vise à créer un vivier de candidats diversifié à l'ouverture de nouveaux postes et à garantir la présence de candidats sous-représentés à chaque étape du processus d'entretien. Nos équipes de recrutement et de direction IDEA partagent les progrès accomplis en

matière d'embauche dans le cadre d'exams trimestriels afin que chacun puisse réfléchir à sa part de responsabilité. Nous constatons déjà une augmentation notable de la diversité des candidats. Il est apparu qu'en augmentant la diversité des candidats présentés aux responsables du recrutement, la probabilité d'embauche d'un candidat appartenant à un groupe sous-représenté est accrue.

Recherche sur l'engagement des groupes sous-représentés avec la RA

L'équipe Snap Research and Insights a commandé à Omicron Media Group une étude visant à recueillir des informations sur les implications à long terme de la réalité augmentée (RA). L'un des résultats de l'étude a montré que les groupes sous-représentés sont enthousiasmés par la RA. Cependant, ils sont moins susceptibles que les groupes majoritaires de se voir eux-mêmes et leurs communautés représentés dans les expériences de RA. Une meilleure représentation des valeurs, de l'éthique, de la culture et de l'apparence physique des groupes sous-représentés constitue par ailleurs une opportunité commerciale majeure.

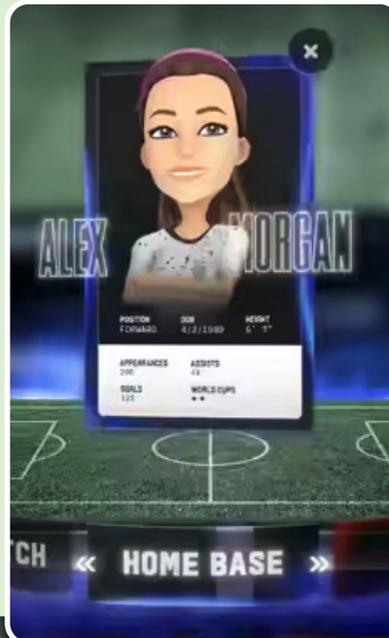


Coupe du monde féminine en RA :

Pour la Coupe du monde féminine de la FIFA 2023, Snap a lancé des activations en RA, notamment une gamme de lentes, des défis Spotlight, des activations de la carte, des équipements Bitmoji de la Coupe du monde et des apparitions de joueuses.

Les 10 programmes retransmettant la Coupe aux États-Unis ont été regardés par près de 20 millions de téléspectateurs.

Les activations en réalité augmentée associées ont eu une portée unique de 16 millions avec 45 millions d'impressions au total, et le contenu de Spotlight a été vu 125 millions de fois.



Cette initiative interfonctionnelle est une démonstration idéale de la façon dont la DEI peut aider à augmenter le chiffre d'affaires, à stimuler l'engagement et à accomplir des progrès en RA.

Encourager la responsabilisation



La responsabilité est un préalable à l'amélioration des résultats de la DEI. Comme toute autre priorité de l'entreprise, la DEI a besoin d'objectifs bien définis, de systèmes de gouvernance, de délais et de données permettant de suivre les résultats.

Encourager la responsabilisation

Nous nous engageons à faire de notre stratégie en matière de DEI notre stratégie d'entreprise. Vous trouverez ci-dessous des exemples d'efforts pratiques pour que chacun se sente responsabilisé.

Initiative du programme de diversité des fournisseurs



L'équipe chargée des achats stratégiques, en collaboration avec l'équipe IDEA, a mené à bien un projet pilote visant à accroître la diversité des fournisseurs au sein des différentes équipes de Snap.

L'objectif était de tester des stratégies adaptées à chaque équipe au lieu d'offrir des solutions globales. Le projet initial qui ciblait l'organisation Réalité augmentée, a collecté des informations sur la sélection des fournisseurs, les types de services et les fournisseurs potentiels provenant d'horizons divers. Il a permis d'identifier des stratégies spécifiques pour cette équipe. Il portait également sur l'évaluation et l'adoption de TealBook, nouveau logiciel destiné à aider les membres de l'équipe Snap à trouver de nouveaux fournisseurs plus représentatifs de la diversité.

Récap du Sommet de l'innovation sur la DEI 2023

En octobre 2023, Snap a tenu son [Sommet sur l'innovation de la DEI](#) annuel, virtuellement et en présentiel, pour inspirer les leaders de la technologie à construire une industrie plus équitable. Le contenu s'est concentré sur les recommandations intersectorielles du rapport ACT pour transformer les résultats DEI. Il a généré un sentiment en ligne extrêmement positif, obtenant un taux de satisfaction de 98 %. Vingt intervenants représentant des entreprises telles que Snap, Intel, LinkedIn, Zillow, Asana, la Fondation Bill & Melinda Gates, le Diversity Lab, l'Aspen Institute et bien d'autres encore ont partagé les meilleures pratiques en matière de DEI. Les intervenants ont également participé à une discussion animée et stimulante avec les acteurs Sabrina Wu et Ismael Cruz Córdova.



Responsabilisation de l'industrie technologique en matière de DEI

En 2023, Snap a travaillé avec son partenaire Aspen Digital pour clore son travail d'incubation de la Tech Accountability Coalition. L'objectif de la Coalition est d'améliorer les normes, la responsabilité et l'innovation autour de la DEI dans la technologie.

En 2024, la Coalition publiera les premières données de l'industrie, qui portent sur plus de 40 entreprises. Nous pourrions ainsi identifier les initiatives qui fonctionnent et comment l'industrie peut apporter une plus grande innovation collective pour résoudre les défis de la DEI auxquels nous faisons tous face.



Données sur la diversité

Les données sont un élément essentiel de notre stratégie DEI,
qui nous aident à voir les progrès accomplis et la direction à prendre.

Objectifs de Snap pour 2025

Nos objectifs d'ici 2025 restent inchangés et nous nous engageons à les atteindre.

Objectif 1

Porter à 20 % la proportion de groupes raciaux et ethniques sous-représentés¹ aux États-Unis

Objectif 2

Porter à 25 % la proportion de femmes occupant des postes dans la technologie

Objectif 3a

Porter à 30 % la proportion de femmes et de membres de groupes raciaux et ethniques américains aux postes de direction*
(Femmes occupant des postes de direction)

Objectif 3b

Porter à 30 % la proportion de femmes et de groupes raciaux et ethniques américains aux postes de direction*
(Groupes raciaux et ethniques sous-représentés aux États-Unis occupant des postes de direction)

Objectif 3c

Porter à 30 % la proportion de femmes et de groupes raciaux et ethniques américains aux postes de direction*
(Asiatiques occupant des postes de direction (États-Unis))

Puisque nous utilisons une combinaison de ces deux sources de données, les données dont nous rendons compte dans le rapport d'évaluation des performances ne correspondent pas directement à notre ensemble de données réglementaires.

Par exemple, l'enquête d'auto-identification DEI de Snap permet aux membres de l'équipe de s'identifier comme non-binaires, originaires du Moyen-Orient ou autochtones, alors que les données réglementaires ne le permettent pas. Nous utilisons cette méthodologie pour obtenir une compréhension plus globale des identités représentées chez Snap. Plus précisément, ces données alimentent notre stratégie visant à favoriser l'inclusion et à promouvoir des résultats équitables sur le lieu de travail. Cependant, dans le cadre de la définition et du suivi des objectifs de représentation, Snap utilise l'ensemble des données réglementaires. Cet ensemble de données correspond à la façon dont les agences de réglementation américaines rendent compte du marché du travail actuel. Cela nous permet de voir plus facilement où nous nous situons sur le marché du travail, par rapport à la population globale.

¹ Les groupes sous-représentés chez Snap sont les Noirs, les Hispaniques/personnes originaires d'Amérique latine, les multiraciaux, les autochtones d'Hawaï/Pacifique et les Amérindiens/Alaskiens. Bien que les Asiatiques ne soient pas sous-représentés dans la population globale de Snap, ils le sont aux postes de direction.

Points saillants des données 2023

Les données ne se limitent pas à des chiffres individuels. Combinées, elles rendent compte de notre parcours en cours en matière de DEI.

Représentation

- La représentation des groupes sous-représentés aux États-Unis a augmenté cette année (+0,6 pp à 16,8 %), bien que nous restions légèrement en deçà de notre représentation en 2021 (17,4 %).
- La représentation des femmes chez Snap à travers le monde ne cesse d'augmenter en glissement annuel. Les femmes représentent actuellement 36,3 % de nos effectifs (+0,7 pp).
- 23 % des personnes recrutées aux États-Unis étaient issues de groupes sous-représentés (+0,8 pp). Cette augmentation tient à l'embauche d'hommes issus de groupes sous-représentés (+2,2 pp à 14,9 %), tandis qu'on note une diminution des recrues féminines en 2023 issues de groupes sous-représentés (-1,1 pp à 7,9 %).

Direction

- 33,7 % des dirigeants mondiaux de Snap sont des femmes, notre plus forte représentation et notre plus forte croissance en glissement annuel (+4,6 pp) depuis 2020. Nous sommes désormais proches de notre objectif de 34,5 %.
- 12,5 % des dirigeants aux États-Unis sont issus de groupes sous-représentés (-1,3 pp), ce qui est similaire aux niveaux de 2021. Environ 1/3 des dirigeants issus de groupes sous-représentés sont des femmes.
- 7,7 % des dirigeants recrutés aux États-Unis cette année étaient issus de groupes sous-représentés (-9,6 pp). 40,5 % des dirigeants au niveau mondial étaient des femmes, notre meilleure année et notre plus grande amélioration en glissement annuel (+9,9 pp) depuis 2020.

Fonctions techniques

- Nous avons enregistré une certaine croissance de la représentation des femmes dans la technologie cette année (+0,5 pp à 21,7 %), mais nous restons en deçà de notre objectif de 25 %.
- Nous avons observé une faible croissance de la représentation des Noirs (+0,4 pp à 2,8 %) et des Hispaniques/personnes originaires d'Amérique latine (+0,2 pp à 5,2 %) des membres de l'équipe technique. La représentation des membres multiraciaux de l'équipe a diminué (-0,5 pp à 3,2 %) et il n'y a pas eu de changement pour les autres groupes sous-représentés.
- 20,3 % des personnes recrutées dans le secteur technologique au niveau mondial étaient des femmes (-2,3 %) et 17,1 % des personnes recrutées dans le secteur technologique aux États-Unis cette année étaient issues de groupes sous-représentés (+1,5 %).



Rapport annuel sur la diversité 2024 de Snap Inc.