

REPORT ORSE P RA

AUTORITÉ
DES MARCHÉS FINANCIERS



**Responsabilité sociale
et environnementale
de l'AMF**



Éditorial.....3

L'AMF en bref.....4

Agir en employeur responsable.....5

Réduire son impact sur l'environnement.....12

Agir en citoyen responsable21

Ouvrir des perspectives.....27



MARIE-ANNE BARBAT-LAYANI

Présidente

De l'Autorité des marchés financiers

Le dernier rapport de synthèse du GIEC (le Groupe d'experts intergouvernemental sur le climat¹), paru le 20 mars 2023, alarme sur les conséquences dramatiques du dérèglement climatique. Il s'appuie sur des recherches scientifiques qui démontrent que le changement climatique est une réalité et que l'activité humaine en est, « *sans équivoque* », la cause principale. Le rapport souligne également l'importance que des mesures soient prises rapidement afin de limiter ses conséquences.

Les défis à relever pour inverser cette tendance sont immenses et la réponse de la part du secteur économique et financier se doit d'être à la hauteur. C'est notamment pour y répondre que l'AMF s'investit depuis plusieurs années en faveur d'une finance durable.

Adopter une démarche qui prend également en compte des enjeux de responsabilité sociale et sociétale est un autre enjeu dont les acteurs de l'économie, qu'ils soient publics ou privés, doivent s'emparer.

L'AMF entend bien contribuer à la résolution de ces défis. Elle a, à ce titre, placé la protection de l'épargne et la promotion de la finance durable comme les deux premières priorités de ses orientations stratégiques –Impact 2027– récemment publiées.

Munie d'une volonté d'impulser des changements vertueux et d'un devoir d'exemplarité l'AMF s'engage à développer des pratiques socialement responsables qui se traduisent également dans sa politique de ressources humaines et dans la gestion de ses marchés.

Je souhaite, avec ce premier rapport de responsabilité sociale et environnementale de l'AMF, vous partager sa politique, ses stratégies et ses initiatives en la matière.

¹ Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat.

L'AMF en bref

L'Autorité des marchés financiers (AMF) régule la place financière française, ses acteurs et les produits d'épargne qui y sont commercialisés. Elle veille également à la bonne information des investisseurs et se mobilise aux échelons européen et international pour faire évoluer la réglementation. En tant qu'autorité publique indépendante, elle dispose d'un pouvoir réglementaire et d'une large autonomie financière et de gestion.

SES MISSIONS : RÉGULER, SUPERVISER, INFORMER & PROTÉGER

L'AMF a pour missions de veiller :

- à la protection de l'épargne investie dans les instruments financiers donnant lieu à une offre au public ou à une admission aux négociations sur instruments financiers et dans tout autre placement offert au public ;
- à l'information des investisseurs ;
- au bon fonctionnement des marchés d'instruments financiers.

Dans l'accomplissement de ses missions, elle prend en compte les objectifs de stabilité financière. L'AMF est aussi chargée de veiller à la qualité de l'information fournie par les sociétés de gestion sur leur stratégie vis-à-vis du changement climatique.

Pour remplir ses missions, elle est amenée à réglementer, autoriser, surveiller et, lorsque c'est nécessaire, à contrôler, enquêter et sanctionner. Elle contribue à la régulation financière et internationale. Elle veille également à la bonne information des investisseurs et, en cas de besoin, elle les accompagne grâce à son dispositif de médiation.

SON DOMAINE D'INTERVENTION

L'AMF intervient pour réguler :

- les marchés financiers et leurs infrastructures ;
- les sociétés cotées ;
- les intermédiaires financiers autorisés à fournir des services d'investissement ou des conseils en investissements financiers (établissements de crédit autorisés à fournir des services d'investissement, entreprises d'investissement, sociétés de gestion de portefeuille, conseillers en investissements financiers) ;
- les produits d'épargne collective investie dans des instruments financiers ;
- les émetteurs de jetons (ICO) et les prestataires de services sur actifs numériques (PSAN).

SES VALEURS : INDÉPENDANCE, OUVERTURE ET ENGAGEMENT

Indépendance : agir dans l'intérêt général

Créée en 2003, l'AMF est une autorité publique indépendante (API). Elle dispose d'une autonomie juridique, fonctionnelle et financière.

L'indépendance est fondamentale dans l'exercice de ses missions. Elle s'exprime au quotidien, dans les analyses, les prises de position et les décisions de l'institution, toujours dans un souci d'agir dans l'intérêt général.

Ouverture : être en prise directe avec son environnement et l'Europe

L'ouverture est une qualité essentielle pour exercer ses missions de régulateur aujourd'hui. En prise directe avec son environnement, elle a à cœur de contribuer aux évolutions de la société et d'être actrice de la construction européenne pour concevoir la finance de demain.

Engagement : des équipes impliquées et compétentes

Ce qui fait l'AMF, ce sont ses collaborateurs, leur professionnalisme, leurs compétences, leur implication permanente.

AGIR EN EMPLOYEUR RESPONSABLE

METTRE EN PLACE UN CADRE FAVORISANT LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

Les politiques de l'AMF en termes de qualité de vie au travail, de souci d'égalité de traitement, de recrutement et de gestion des emplois et des parcours professionnels sont considérées comme des vecteurs essentiels, générateurs de cohésion sociale et de performance durable.

Participer aux transformations de la finance, agir chaque jour pour une finance au service de l'économie, plus responsable et en prise directe avec les innovations technologiques et sociétales, veiller à la protection des épargnants sont des valeurs fortes partagées par l'ensemble des collaborateurs de l'AMF. La fierté de porter ces valeurs ressort, en effet, dans chacune des enquêtes que l'AMF a menées ces dernières années (baromètre, questionnements réalisés dans le cadre de la définition d'actions, rapports d'étonnement

rédigés par les collaborateurs six mois après leur arrivée, etc.). Ainsi, le dernier baromètre réalisé en 2019 indiquait que 98 % des collaborateurs étaient fiers « d'appartenir » à l'AMF.

Désireuse d'entretenir cette fierté et d'offrir un cadre bienveillant à ses collaborateurs, l'AMF a signé trois accords d'entreprise avec les représentants du personnel en matière de qualité de vie au travail et d'égalité professionnelle, de temps de travail et de gestion des emplois et des parcours professionnels. Ces accords reflètent la volonté de l'AMF de fonder ses relations avec ses collaborateurs sur la confiance et de mettre en place des conditions de travail favorables à des collaborations efficaces. Ils s'articulent autour d'axes clés de sa politique RH : le développement des compétences, la gestion des carrières, le souci de l'égalité professionnelle et de l'équilibre vie professionnelle/vie privée et la cohésion sociale comme facteurs générateurs de performance durable.

Déployer le télétravail

Le télétravail a été déployé au second semestre 2019, à raison d'une journée maximum par semaine, dans le cadre de l'accord collectif sur l'aménagement et l'organisation du temps de travail. Signe qu'il répondait à une attente forte des collaborateurs, deux mois après son lancement, 80 % des effectifs avaient signé l'avenant.

Le volet télétravail a été révisé début 2022 afin de porter à onze le nombre de jours de télétravail autorisés chaque mois, avec une venue sur site de deux jours par semaine pour maintenir la cohésion d'équipe et le lien social. Cette révision a également permis d'instaurer une indemnisation des frais que le télétravail peut occasionner auprès des salariés.

Souhaitant offrir à ses collaborateurs les conditions de télétravail les plus confortables possibles, l'AMF les a tous équipés d'équipements adaptés. Elle a mis en place un module de *e-learning* (obligatoire pour commencer à télétravailler) et a ouvert un espace dédié sur son intranet centralisant toutes les

informations utiles et les bonnes pratiques en la matière. Afin d'améliorer leur installation, elle a également donné aux salariés qui le souhaitent des écrans et des sièges de bureau permettant par la même occasion d'offrir une seconde vie à ces équipements.

Construire collectivement une nouvelle façon de travailler

La mise en œuvre d'un accord fixant un cadre de télétravail plus ambitieux a été un point crucial pour permettre une organisation de type *flex-office*, déployée à l'été 2022 dans le cadre du projet AMF NOW (voir encadré). Celle-ci, en plus de garantir davantage de flexibilité pour ses collaborateurs, offre des espaces de travail rénovés, conviviaux et mieux adaptés.

L'AMF a souhaité faire de cette réorganisation en *flex-office* un projet co-construit en faisant intervenir ses collaborateurs, les instances de direction, les équipes opérationnelles en charge du projet et, bien entendu, les instances représentatives du personnel.

AMF NOW

L'année 2022 a marqué la mise en œuvre du chantier majeur de transformation de l'organisation de l'AMF : le projet AMF NOW (*New Organisation of Work*).

L'AMF a fait le choix de passer ses bureaux en *flex office* (espaces de travail partagés et non attribués).

AMF NOW est le projet qui doit accompagner l'évolution des manières de travailler autour de la mise en place du *flex office*.

Ce projet s'inscrit dans une volonté forte de repenser en profondeur les modes de fonctionnement de l'AMF et s'organise autour de trois grandes dimensions de transformation :

- l'intensification du télétravail ;
- le réaménagement des espaces de travail ;
- l'évolution des modes de travail et de management.

Le projet AMF NOW illustre une volonté importante de se réinventer en cohérence avec les évolutions actuelles (télétravail, nouveaux locaux, etc.), de rester place de la Bourse – point d'accès central pour les publics et les collaborateurs de l'AMF –, dans une surface réduite de 20 %, Il doit lui permettre de poursuivre son objectif de renforcer l'efficacité collective, l'attractivité et la synergie des directions de l'institution en maîtrisant ses coûts immobiliers et son empreinte carbone.

Afin de permettre à chacun de s'approprier les enjeux du projet, chaque étape de la construction du projet s'est accompagnée de communications : webinaires d'information, formations digitalisées, actualités et vidéos postées sur l'intranet, sessions d'échanges avec les assistantes, baromètres.

Enfin, des « règles de vie » garantissant le bien vivre ensemble de cette future organisation ont, elles aussi, été pensées au cours de trois ateliers rassemblant des collaborateurs, des opérationnels et des représentants du personnel.

Veiller à l'équilibre vie professionnelle /vie personnelle des collaborateurs

L'équilibre entre la vie professionnelle et la vie personnelle de ses collaborateurs est une préoccupation majeure pour l'AMF. Elle s'attache à conserver un juste rapport entre le temps de travail et celui réservé au repos et à la vie privée de ses salariés et faire prévaloir leur droit à la déconnexion. À cet effet, des limites ont été fixées qui instaurent des horaires d'accès aux bâtiments de l'AMF et aux ressources informatiques, encadrent l'organisation des réunions et prévoient des temps d'échange pour organiser les charges de travail.

Les managers sont régulièrement sensibilisés à ces questions (formations, séminaires, espace dédié sur l'intranet) afin de prévenir les risques psychosociaux. Ils sont accompagnés pour les gérer et piloter et suivre la charge de travail et son organisation.

Entretenir un dialogue social de qualité

L'AMF considère que participer au dialogue social est une opportunité pour développer des compétences comportementales et techniques, à la fois sur la compréhension des enjeux de l'institution et sur ses dimensions économiques, financières et sociales. L'AMF accompagne les salariés qui souhaitent s'investir dans la représentation du personnel, en proposant en début et en fin de mandat des entretiens spécifiques avec le responsable des relations humaines qui suit le collaborateur (RRH). Y sont abordées les questions liées à la formation spécifique pour aider le salarié à mieux exercer son mandat, sur des thèmes comme la négociation collective, le dialogue social ou encore le mandat syndical.

Le Baromètre social

L'AMF réalise régulièrement un "baromètre social" sur la base d'enquêtes de perception auprès de l'ensemble des salariés.

Véritable instrument de mesure de la perception des collaborateurs sur les dimensions relatives à l'environnement de travail, à la motivation, aux politiques de l'institution, il permet d'évaluer les résultats des dispositifs et des actions mis en place, pour mieux agir sur la QVT.

Lors de la dernière édition, 80 % des collaborateurs avaient répondu aux 120 questions de l'enquête en ligne abordant quatre thèmes :

- travail et fonctionnement à l'AMF (poste, conditions matérielles de travail, équipe directe, management, organisation) ;
- stratégie, transformation et culture de l'AMF (vision et stratégie, transformation, culture) ;
- gestion des ressources Humaines (politique RH, formation, entretiens annuels, rémunération, évolution, Instances représentatives du personnel) ;
- situation personnelle et attentes.

Favoriser la discussion

L'AMF considère la communication et les échanges avec ses collaborateurs comme des axes essentiels pour développer la qualité de vie au travail. À cet effet, elle s'engage à mettre en place des actions favorisant le partage d'informations, la discussion et la cohésion.

Pour ce faire, elle entend organiser, à fréquences régulières, des événements de cohésion institutionnels réunissant l'ensemble des équipes. Elle s'engage également à donner les moyens nécessaires à l'organisation de séminaires d'équipe, qui représentent de véritables temps de cohésion et de discussion pour la vie des équipes. Ils permettent notamment de partager sur les enjeux et objectifs collectifs, sur l'amélioration des modes de fonctionnement et de renforcer les liens entre ses membres.

De surcroît, l'AMF réalise régulièrement, via son intranet, des sondages et des enquêtes de satisfaction. Diffusés à l'ensemble de son personnel, ils portent sur diverses problématiques telles que l'environnement de travail (informatique et espaces de travail), la vie sociale, etc.

Aider les salariés à traverser les périodes difficiles

La prévention des risques psychosociaux

Préoccupation majeure pour l'AMF, la prévention des risques psychosociaux est appréhendée via le programme Santé au travail qui prévoit de :

- travailler en amont pour éviter l'apparition de situations à risques, en agissant à la source sur l'organisation du travail, sur les styles managériaux, sur les conditions de travail, etc.
- sensibiliser les salariés au harcèlement moral et sexuel (module obligatoire), aux risques liés au bruit et au travail sur écran et aux bonnes pratiques liées au sommeil et à la nutrition ;
- intervenir en cas d'un besoin de soutien psychologique : ligne d'écoute, recours à des professionnels externes, etc.

Le soutien aux salariés aidants

Afin de compléter sa démarche de soutien de salariés apportant leur aide à un proche malade, en perte d'autonomie ou en situation de dépendance, l'AMF a signé un partenariat avec la Compagnie des aidants qui propose notamment :

- un accompagnement au quotidien dans les démarches à entreprendre, par le biais d'une assistante sociale ;
- une mise en relation via un réseau social d'entraide de bénévoles ou de professionnels de santé partout en France ;
- des formations ou des campagnes de sensibilisation des personnes en situation d'aidants.

Enfin, désireuse de favoriser l'entraide entre ses collaborateurs, l'AMF a instauré un fonds de solidarité sur lequel les collaborateurs qui le souhaitent font don de journée(s) de congés au profit de collaborateurs devant faire face à la maladie grave d'un proche. Le don peut être, au choix, affecté à un collègue désigné ou au fonds de mutualisation.

L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE, PRINCIPE FONDAMENTAL DE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE

Le principe de l'égalité professionnelle est au cœur de la politique de ressources humaines de l'AMF qui s'attache à traiter de manière égale tous ses collaborateurs et veille à lutter contre toute forme de discrimination.

À l'AMF, l'égalité professionnelle s'applique à toutes les étapes du parcours des collaborateurs. Cela commence dès le recrutement des collaborateurs, fondé uniquement sur l'adéquation des compétences et des capacités des candidats aux postes à pourvoir, et se poursuit tout au long de leur carrière. Des actions – formation notamment – sont régulièrement menées auprès de l'ensemble des collaborateurs pour promouvoir les bonnes pratiques en matière d'égalité et de non-discrimination.

En outre, convaincue que la diversité est un facteur de progrès, l'AMF s'est investie dans une démarche volontariste. Signataire de la charte de la diversité, elle est également partenaire de plusieurs associations qui agissent dans les domaines du handicap et de l'égalité des chances (voir page 24).

Égalité Femmes / Hommes, des chiffres qui parlent d'eux-mêmes

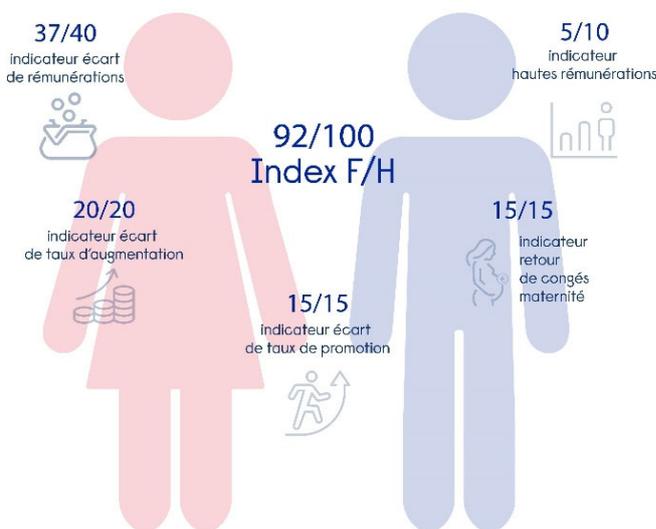
L'engagement de l'AMF en la matière s'exerce au quotidien, sur le terrain de la rémunération comme sur celui de l'évolution des carrières.

En 2022, les équipes comptent 55 % de femmes, 53 % des managers sont des femmes et son Comex respecte une stricte parité femmes/hommes.

Zoom sur l'index femmes/hommes

En 2023, sur la base des données 2022, l'AMF a obtenu un index de parité F/H de 92/100. Cet indicateur, destiné à mesurer les écarts de rémunération et de promotion entre les femmes et les hommes, est élevé et se décline de la façon suivante.

Graphique 1 – L'index F/H 2022 de l'AMF



Miser sur le capital humain

Entretenir et développer les compétences et expertises de ses collaborateurs

La formation est un axe de développement fort à l'AMF. Elle accompagne les collaborateurs dès leur prise de poste et leur permet d'entretenir en permanence leurs compétences techniques dans un environnement particulièrement évolutif. L'offre de formation fait partie des atouts de l'institution. Elle contribue à la culture de transmission interne, d'excellence, enrichit et dynamise la trajectoire professionnelle des collaborateurs.

Graphique 2 – La formation à l'AMF en 2022



Accompagner les managers

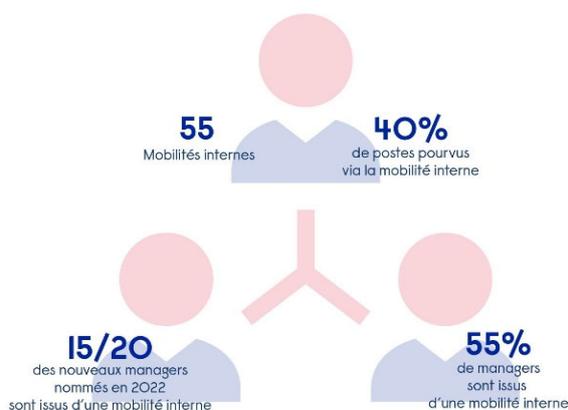
Mettre en place et entretenir un cadre de travail bienveillant requiert une action managériale de qualité, notamment avec l'évolution des modes de travail, l'évolution des représentations de chacun, une attention particulière portée à l'encadrement du temps de travail, au respect impératif des temps de repos. À cette fin, l'AMF a mis en place une charte des managers déclinée autour des quatre rôles clés du manager et des quatre principales valeurs partagées par les équipes. La construction de cette charte est un engagement pris dans le cadre de l'accord qualité de vie et égalité professionnelle signé en 2019. Elle a pour objectif de partager une vision commune de la culture managériale à l'AMF et d'accompagner les nouvelles pratiques de travail.

La charte a été co-construite dans une démarche de mobilisation permettant de valoriser le rôle de chacun comme moteur de la transformation de l'AMF. Au-delà de l'accompagnement RH au quotidien, sont mis à disposition des managers : *coaching* personnalisés, formations et séminaires annuels, actions de sensibilisation, etc.

La mobilité interne, un autre pilier de la politique RH de l'AMF

L'AMF accompagne ses collaborateurs en fonction de leurs potentiels, de leurs aspirations et de ses propres besoins, dans leurs souhaits de mobilité, que cette mobilité soit interne ou externe (détachement auprès d'une autre institution).

Graphique 3 – La mobilité à l'AMF en 2022



Mettre en place un suivi du parcours des collaborateurs

La Direction des ressources humaines propose à chaque collaborateur un suivi individualisé qui illustre sa volonté de proximité et d'accompagnement sur mesure.

Avant de rejoindre l'AMF, chaque futur collaborateur reçoit systématiquement par email, le règlement intérieur et les statuts des personnels. Le responsable RH (RRH) référent reste à disposition pour apporter tout complément d'information avant et après l'arrivée du collaborateur.

Dès le premier jour d'arrivée, le nouveau collaborateur bénéficie systématiquement d'un rendez-vous d'accueil avec la DRH afin d'avoir les informations utiles à tout nouveau arrivant et d'obtenir les réponses aux éventuelles questions administratives et logistiques.

Le parcours d'intégration est expliqué au nouveau collaborateur. Un point d'intégration est réalisé avec la réception en amont de son rapport d'étonnement.

Au cours de l'entretien d'accueil, le nouveau collaborateur est invité à consulter l'intranet afin d'y trouver de nombreuses informations utiles (accord disponibles dont l'accord GEPP, organigrammes, informations sur les différentes directions, rubrique RH spécifique, etc.).

Ainsi de janvier 2019 à fin décembre 2022, 1 558 entretiens internes ont été organisés avec les collaborateurs (entretiens d'intégration, entretiens amont et post mobilité, interview au départ du collaborateur, entretiens à la demande du salarié, entretien de suivi de *coaching*, entretien de suivi de bilan de compétences, entretien post-évaluation annuelle, entretien individuel de formation, entretiens pôle administration RH : entretien retraite, entretien maladie ou handicap, entretien maternité) et 671 entretiens professionnels sur la période de l'accord GEPP 2019-2023.

Développer et entretenir un esprit d'équipe

Embarquer les nouveaux collaborateurs

Bien accueillir ses nouveaux collaborateurs, faire en sorte qu'ils se sentent bien dès leur arrivée est un enjeu de marque employeur important pour l'AMF.

Cela commence avant l'intégration au sein des équipes par la description du processus de recrutement dans les pages recrutement du site internet de l'AMF. Ainsi le candidat connaît les étapes de son parcours, ce qui lui donne déjà des repères essentiels.

Sur ce même espace, il trouvera également le processus d'intégration à l'AMF. Il décrit les grandes étapes de son arrivée au sein des équipes de l'AMF. Jalonné de rendez-vous clés tels que des entretiens avec les RH et avec son manager, la mise en relation avec son parrain ou sa marraine, des formations, des rencontres avec la présidente et avec d'autres directions que celle dans laquelle il travaille. Cela va lui permettre de prendre ses marques dans les meilleures conditions.

Le parrainage des nouveaux collaborateurs

Dans les quinze jours qui suivent leur arrivée à l'AMF, les nouveaux collaborateurs sont mis en relation avec un parrain ou une marraine qui leur permettra d'accélérer la compréhension des modes de fonctionnement interne et de trouver des réponses à des questions qui ne concernent pas directement le métier. Ce parrainage facilitera également les rencontres avec des collègues d'autres directions et donc favorisera une meilleure intégration.

Favoriser l'accueil des stagiaires

Réserver le meilleur accueil à ses stagiaires est également un enjeu important de la politique RH de l'AMF. Historiquement, l'AMF a mené une politique d'accueil de stagiaires très ambitieuse. Elle lui permet de se constituer un vivier pour ses

recrutements futurs. Ainsi, entre 2019 et 2023, 23 stagiaires ont rejoint l'AMF à l'issue de leur stage). L'AMF offre aux stagiaires l'occasion de bénéficier d'une expérience unique. Les retours à la fin des stages montrent, en effet, que les étudiants accueillis sont satisfaits d'avoir pu travailler sur des missions riches et variées, d'avoir été responsabilisés sur leurs dossiers, et considérés comme des membres à part entière des équipes. Les tuteurs de stage sont régulièrement sensibilisés sur l'objectif des stages, qui rentrent dans le cursus académique de tout étudiant, ainsi que sur les textes applicables en matière de stage et leur rôle de tuteurs.

En 2022, plus de 83 étudiants ont effectué un stage à l'AMF.

Veiller à la cohésion de ses équipes

Même si la crise sanitaire et les nouveaux modes d'organisation du travail ont quelque peu bousculé les habitudes et le fonctionnement des équipes et que les liens se sont parfois un peu distendus, l'AMF a toujours donné à ses collaborateurs des occasions de se rassembler, de se retrouver et d'échanger dans un cadre informel. Ainsi, des événements festifs ou sportifs sont régulièrement organisés par l'AMF ou avec son soutien. Elle apporte, par exemple, un soutien financier à l'équipe de football constituée de collaborateurs et de collaboratrices, par l'achat de tenues ou par la location de terrains d'entraînement. De même, des communications sont régulièrement publiées sur l'intranet pour annoncer les matchs ou les résultats de l'équipe dans les tournois auxquels elle participe.

D'autres événements ponctuels de cohésion sont également organisés par l'AMF : courses solidaires (voir page 24), ateliers durables, tournois de babyfoot ou bien des concours lancés sur l'intranet (par exemple, concours de pronostics en marge de grands événements sportifs, concours dans le cadre d'un calendrier de l'Avent réalisé chaque année depuis deux ans).

RÉDUIRE SON IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT

L'EMPREINTE CARBONE DE L'AMF

Le calcul de l'empreinte carbone

En publiant le premier bilan de ses émissions de gaz à effet de serre sur les exercices 2019 et 2020, l'AMF s'est conformée aux dispositions du code de l'environnement s'appliquant aux personnes morales de droit public employant plus de 250 personnes (obligation de publication du bilan des émissions GES tous les trois ans).

L'AMF s'est appuyée sur l'expertise d'un cabinet spécialisé entre novembre 2020 et mai 2021 pour réaliser cette mesure et a choisi d'effectuer un calcul le plus exhaustif possible, sur les trois scopes :

- le scope 1 qui concerne les émissions directes de GES liées aux activités de l'entreprise (exemple : les émissions de la flotte de véhicule) ;

- le scope 2 qui concerne les émissions indirectes de GES liées à la consommation d'énergie de l'entreprise (exemple : consommation d'électricité des bureaux de l'AMF) ;
- le scope 3 qui concerne les émissions indirectes de GES liées à l'ensemble des activités de l'entreprise, en prenant en compte les émissions faites en amont et en aval (par exemple : les déplacements des collaborateurs dans le cadre de leurs activités à l'AMF).

Cette mesure a permis à l'AMF de mieux comprendre son impact environnemental et de définir une stratégie de réduction de ses émissions. Cela constitue donc une étape fondamentale dans la mise en place de sa stratégie RSE.

La trajectoire de réduction des émissions de gaz à effet de serre de l'AMF

À l'appui de son premier bilan carbone, l'AMF a identifié plusieurs leviers activables à court et à moyen termes pour réduire ses émissions de GES. Le Collège de l'AMF a approuvé en octobre 2021 deux objectifs² de réduction de l'empreinte carbone de l'AMF par rapport au niveau atteint en 2019 – année de référence antérieure à la crise sanitaire – : une réduction de 15 % en 2025 et de 27,5 % en 2030.

En raison de l'impact significatif de la crise sanitaire et, en particulier, des périodes de confinement, l'objectif de réduction d'ici à 2025 avait été dépassé en 2020 et 2021. Un éventuel rebond des émissions était toutefois attendu en 2022, dont l'ampleur demeurait incertaine du fait de l'absence de visibilité quant aux scénarios de « retour à la normale » des activités.

Les émissions de gaz à effet de serre de l'AMF en 2022

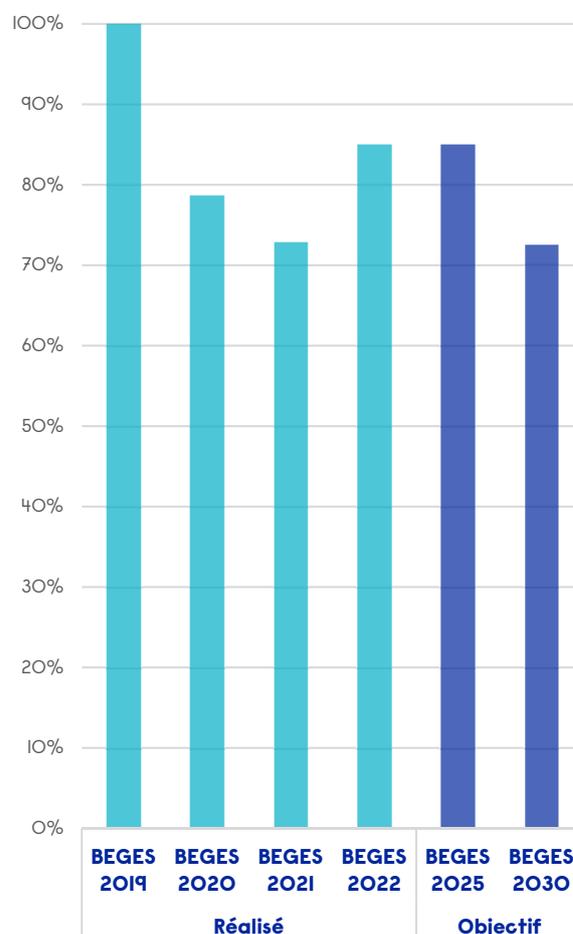
Durant l'année 2022, dans un contexte sanitaire globalement favorable, l'AMF a contenu le rebond de ses émissions de GES à 16 % par rapport à 2021, et située au niveau de l'objectif 2025 de -15 % par rapport à 2019.

Au total, l'AMF a été responsable en 2022 de l'émission de 2 537 tCO₂e (tonnes d'équivalent CO₂) contre 2 176 tCO₂e en 2021 et 2 986 tCO₂e en 2019, 95 % de ces émissions relevant du scope 3.

Sur les scopes 1 et 2, l'AMF a poursuivi la réduction de son empreinte carbone en 2022, notamment en diminuant sa consommation d'énergie de 3 % par rapport à 2021 et de 24 % par rapport à 2019.

Sur le scope 3, la principale source d'émissions concerne, comme en 2021, les achats de biens et de services. Ce poste représente 1 309 tCO₂e, soit 52 % du total des émissions, en augmentation de 5 % par rapport au 1 243 tCO₂e relevés en 2021.

Graphique 4 – Les objectifs de réduction de l'empreinte carbone de l'AMF



Particulièrement limités en 2021, notamment à l'international, les déplacements des visiteurs et des salariés dans le cadre de leurs missions constituent le deuxième poste d'émissions en 2022 (15 %) pour atteindre 381 tCO₂e, contre 103 tCO₂e en 2021. L'augmentation de ce poste – conséquence du retour à la normale de la situation sanitaire – est la principale cause de la croissance de l'empreinte carbone de l'AMF entre 2021 et 2022.

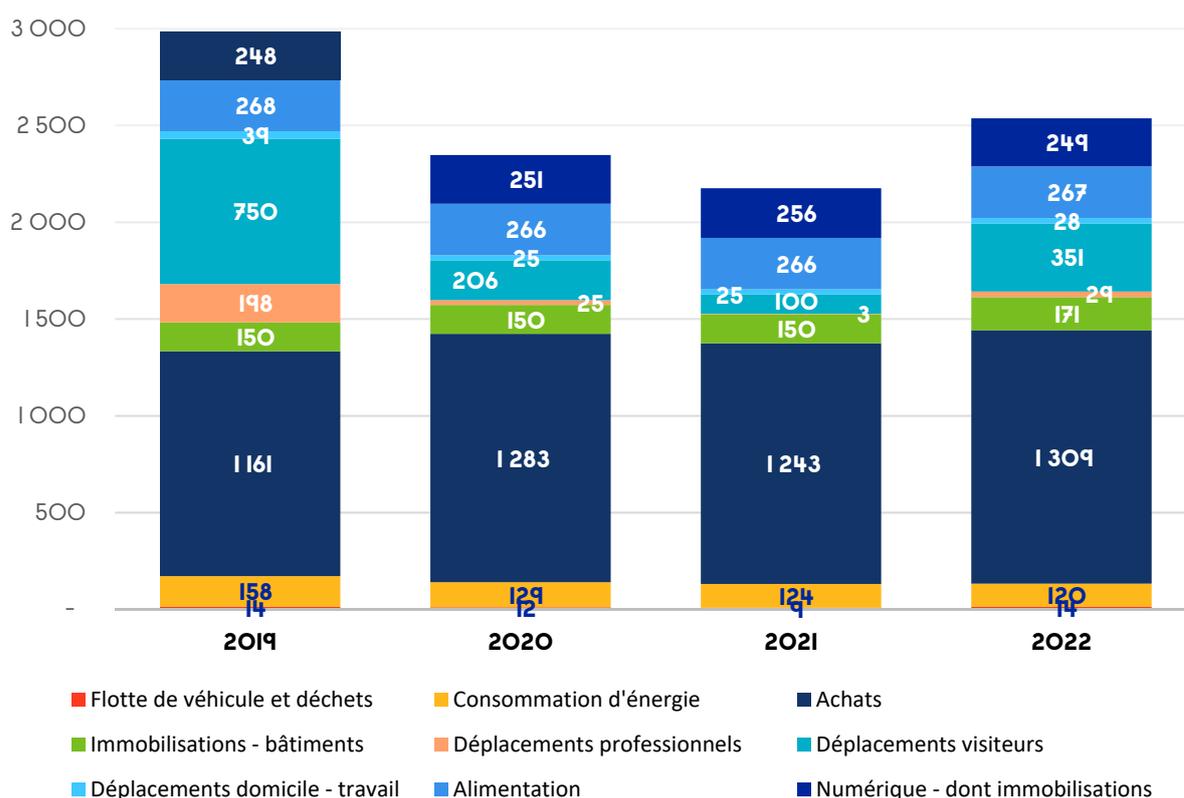
² Définis selon le référentiel *Science Based Target* qui estime les efforts de réduction d'émissions

nécessaires pour contenir l'augmentation des températures planétaires en dessous de 2°C.

Viennent ensuite la restauration du déjeuner des salariés et des prestataires travaillant à l'AMF (11 %) et le numérique (9 %) – couvrant à la fois les émissions liées aux équipements informatiques et à l'usage des données –.

Dans un contexte post-crise sanitaire, le principal enjeu pour l'AMF est à présent d'éviter tout nouveau rebond de ses émissions et d'accélérer la diminution de son empreinte afin d'atteindre ses objectifs 2025 et 2030. En particulier, le poste des déplacements professionnels fait l'objet d'un pilotage attentif afin de limiter les voyages les plus émetteurs de gaz à effet de serre (voir page 17).

Graphique 5 – Évolution des émissions de gaz à effet de serre de l'AMF (en tco₂e)



TENDRE VERS UNE PLUS GRANDE SOBRIÉTÉ

À travers un plan d'efficacité énergétique

Le plan d'efficacité énergétique de l'AMF s'articule autour de trois axes :

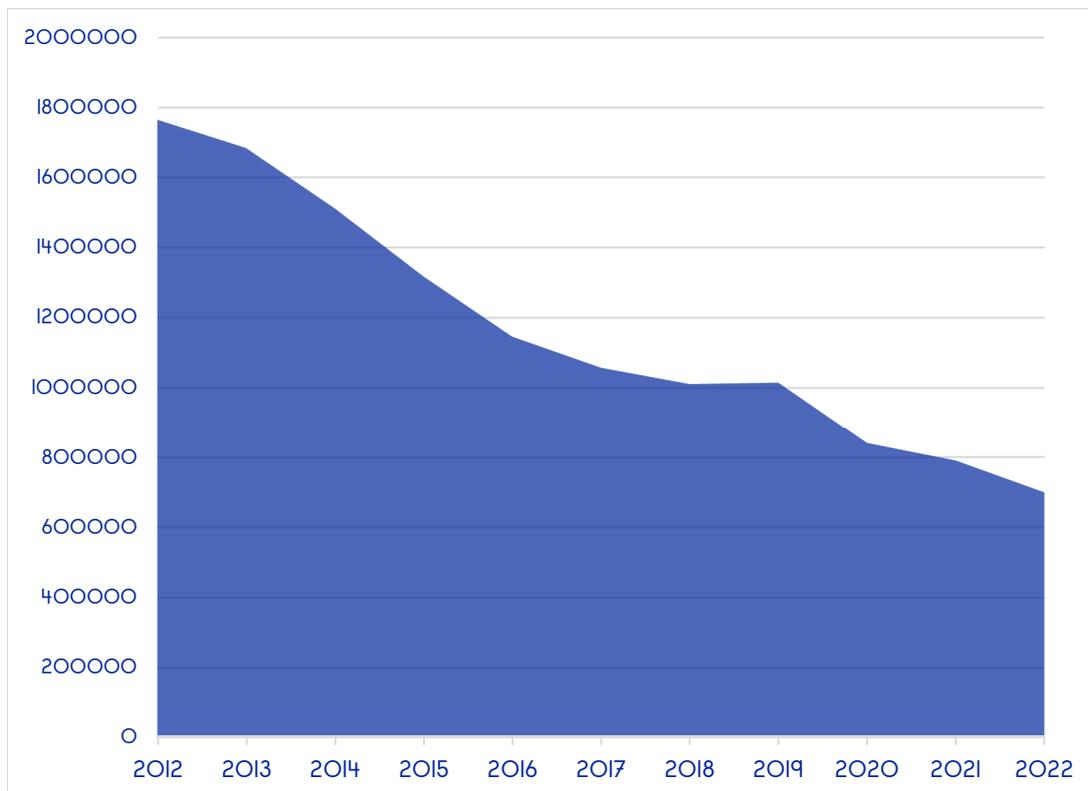
- optimiser l'immobilier ;
- favoriser des pratiques moins énergivores ;
- responsabiliser et sensibiliser aux pratiques écoresponsables.

Pour inciter ses collaborateurs à davantage de sobriété, l'AMF organise régulièrement des campagnes de sensibilisation aux pratiques écoresponsables.

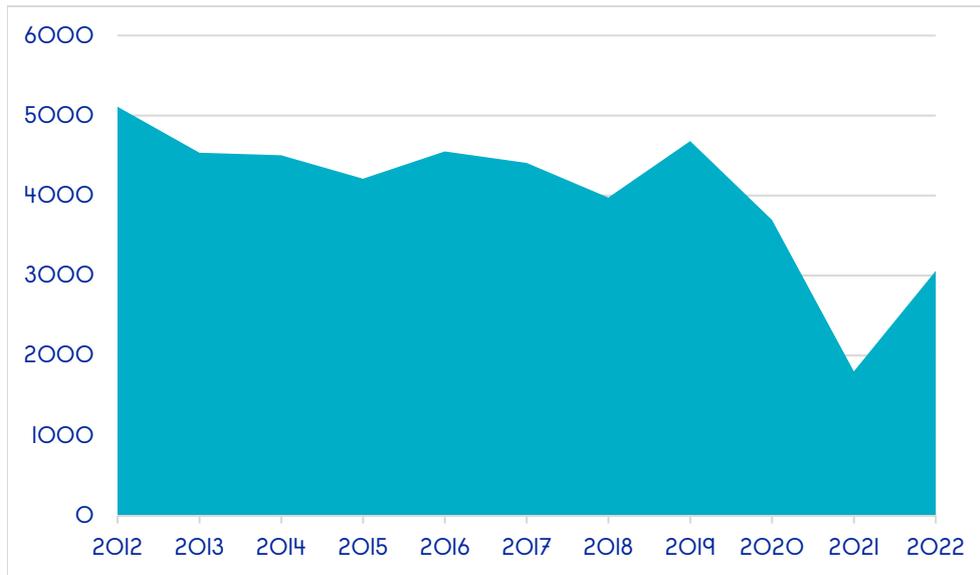
Des actions sont également mises en place afin d'optimiser l'efficacité énergétique des sites, déjà certifiés BREEAM-in-use niveau « very good » pour l'un, et HQE pour l'autre : déploiement d'une plateforme assurant le pilotage des consommations des fluides, remplacement des éclairages traditionnels par des éclairages à détection de présence, limitation du système de chaleur à 19°C durant la période de chauffe, etc.

Ces actions ont permis à l'AMF de réduire drastiquement ses consommations d'énergie et de fluides.

Graphique 6 – Consommation d'électricité de l'AMF (en KWh)



Graphique 7 – Consommation d’eau de l’AMF
(en m3)



Enfin, l’année 2022 marque la mise en œuvre du projet AMF NOW (voir page 6) qui a permis à l’AMF, en mai 2023, de se réorganiser dans des locaux d’une surface totale inférieure de 20 %, et moins consommateurs d’énergie. Le bâtiment principal a été libéré en août 2022 pour rénovation. Ses occupants ont alors été répartis sur trois sites lors d’une phase transitoire qui a affecté temporairement le pilotage de l’empreinte carbone associée à l’immobilier.

En privilégiant des moyens de déplacement plus responsables

Parmi les leviers identifiés pour réduire l’empreinte carbone de l’AMF figure une plus grande sobriété en matière de déplacements, en particulier en ce qui concerne les moyens les plus polluants : les véhicules thermiques pour les déplacements au quotidien et l’avion pour des déplacements professionnels lointains.

Par ailleurs, la crise sanitaire a bouleversé les habitudes de déplacement en développant des solutions moins polluantes comme la visio-conférence, en alternative aux déplacements professionnels ou l’utilisation de moyens de transport moins émetteurs de gaz à effet de serre.

L’AMF pérennise et intègre ces mutations dans ses modes de fonctionnement afin de diminuer, sur le long terme, son impact environnemental. Elle observe d’ores et déjà le développement de pratiques plus vertueuses.

Les déplacements domicile-travail

Les déplacements des salariés de l’AMF pour se rendre au bureau sont déjà largement décarbonés puisque les transports en commun, le vélo (électrique ou non) et la marche sont utilisés dans 96 % des trajets effectués.

La part de collaborateurs utilisant le vélo pour se rendre à l’AMF est passée de 6 % en 2019 à 11 % après la pandémie, très probablement en raison du contexte sanitaire mais peut-être également du fait de certaines actions mises en place à l’AMF parmi lesquelles :

- l’instauration, au printemps 2021, d’un forfait mobilités durables. Cette incitation financière est versée aux collaborateurs utilisant des modes de déplacements vertueux pour leurs déplacements domicile-travail ;
- la mise à disposition d’équipements pratiques (parkings à vélos notamment) est une autre explication à cette hausse.

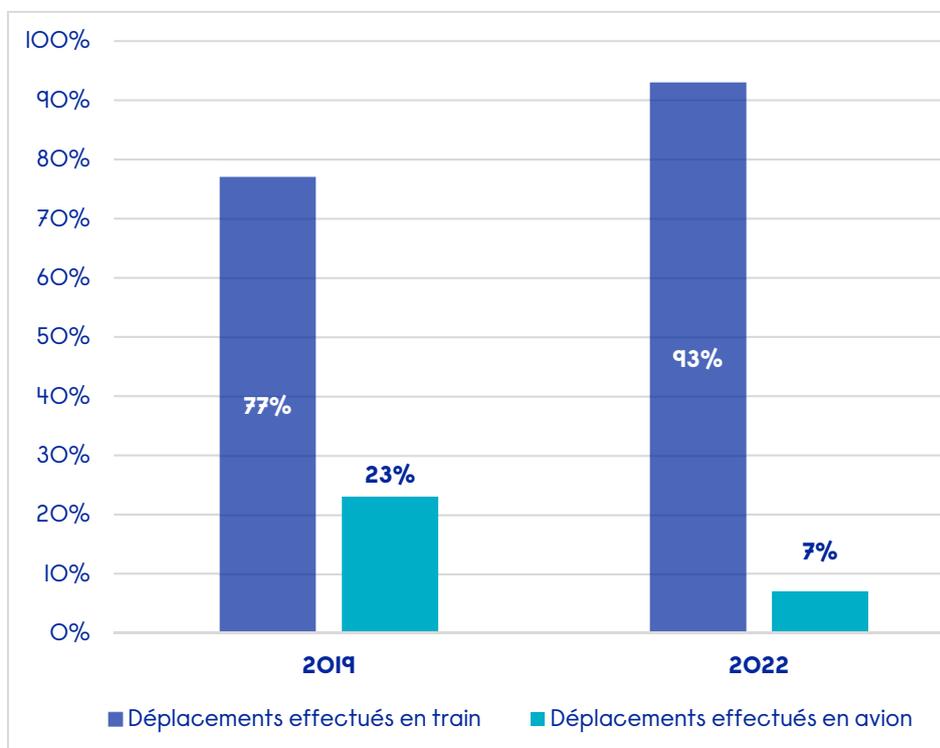
Reste néanmoins que les 4 % des trajets effectués en voiture représentent plus de la moitié des émissions de gaz à effet de serre émis par l’AMF pour ce type de déplacement.

Les déplacements professionnels des collaborateurs

Alors, que l'essentiel de la réglementation s'établit de plus en plus à l'échelon européen et que de nombreuses mesures importantes se négocient dans les enceintes internationales, l'AMF a placé l'action internationale au cœur de sa stratégie. Cela nécessite, par conséquent, de participer à de nombreuses réunions se déroulant en dehors des frontières nationales. Soucieuse de l'impact environnemental des déplacements professionnels de ses collaborateurs, l'AMF a mis en place un cadre qui privilégie le recours aux moyens de transport les plus vertueux.

Ainsi, pour toutes les destinations desservies à la fois par l'avion et le train, l'emploi du moyen de transport le moins polluant est préféré. En conséquence, le recours à l'avion est devenu marginal pour ce type de déplacement. Les actions de sensibilisation vont se poursuivre pour le réduire encore.

Graphique 8 – Déplacements professionnels des collaborateurs – Destinations accessibles à la fois en avion et en train



Les déplacements des visiteurs

Estimer finement les déplacements de ses visiteurs est un enjeu important pour l'AMF dans la mesure où il représente une part significative de son empreinte carbone. Au-delà de leur nombre, connaître la provenance de ses visiteurs et les modes de transport qu'ils ont utilisés pour atteindre ses locaux sont deux informations essentielles. Elle a, pour ce faire, instauré un recueil de ces informations auprès de ses visiteurs.

Par ailleurs, afin d'éviter un grand nombre de vols long-courriers et autant d'émissions de gaz à effet de serre, l'AMF organise son séminaire international en format digital depuis 2021. Cet événement rassemble chaque année, dans les locaux de l'AMF, près de 400 représentants d'une cinquantaine d'autorités internationales.

RÉDUIRE, RÉUTILISER, RECYCLER À L'AMF

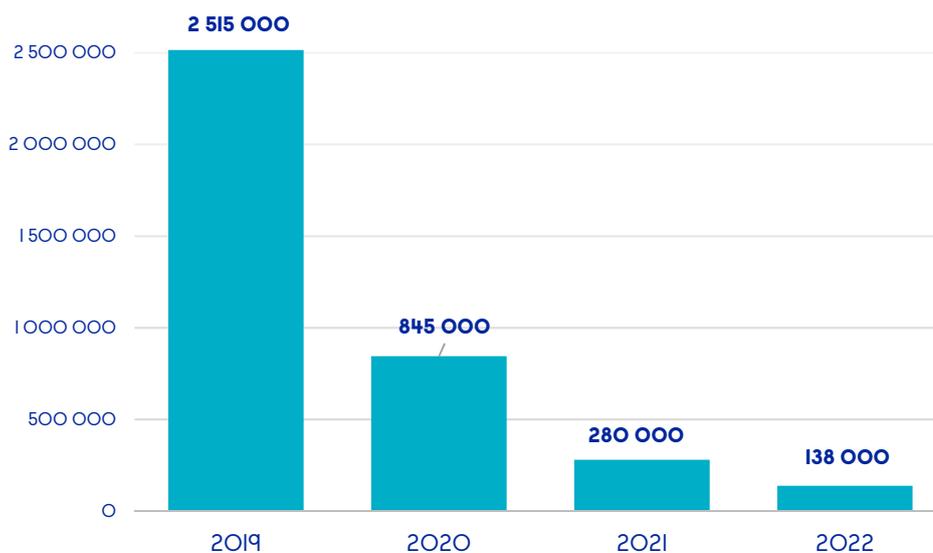
Réduire la consommation de papier en poursuivant les efforts de dématérialisation et de digitalisation

Entamée il y a presque dix ans, cette réduction a commencé par la dématérialisation complète du processus de traitement des commandes. La mise en place d'une plateforme de traitement des commandes et d'un outil de signature électronique ont permis de se passer du papier sur l'ensemble de la procédure.

D'autres procédures ont peu à peu suivi le chemin de la numérisation : la passation des marchés, le traitement des remboursements des frais, la signature de l'ensemble des courriers et des documents, puis la validation des différents dossiers des directions. En parallèle, des outils de travail collaboratifs et de formation à distance ont été peu à peu déployés et ont permis de réduire encore l'utilisation du papier.

Cette dématérialisation a conduit à une consommation de papier divisée par 18 entre 2019 et 2022.

Graphique 9 – Consommation de papier (en nombre de feuilles)



Cependant, le numérique a lui aussi un impact sur l'environnement. C'est pourquoi, l'AMF, sensibilise ses collaborateurs aux pratiques du numérique responsable et s'efforce, lors de ses passations de marchés IT, de choisir des prestations respectueuses de l'environnement.

Promouvoir l'économie circulaire lors de ses projets immobiliers

Dans le cadre du projet AMF NOW, compte tenu de l'empreinte carbone significative des biens manufacturés et afin de promouvoir le recyclage, l'AMF réutilise le plus possible le mobilier initial. Les meubles non réutilisés sont donnés à des organismes associatifs, à des écoles, à des ministères ainsi qu'aux salariés.

Par ailleurs, 27 tonnes de mobiliers usagés ont été données à un éco-organisme qui œuvre à leur valorisation.

Enfin, un dispositif logistique exceptionnel a permis de trier et recycler plus de 15 tonnes de documents, d'objets et de fournitures de bureau en mai 2022, en vue des futurs mouvements induits par le projet AMF NOW (voir page 6).

Encourager les initiatives en faveur du recyclage

Pour réduire l'impact environnemental de l'installation de machines à café utilisant des capsules en aluminium, l'AMF a mis en place un dispositif de récupération à des fins de recyclage des capsules usagées. L'aluminium ainsi récupéré repart en cycle de production pour être réutilisé pour de nouveaux objets. Le marc de café contenu dans les capsules est quant à lui valorisé en étant transformé en biogaz et en compost agricole principalement.

En 2022, 1,5 tonne de capsules ont été ainsi collectées pour du recyclage.

Par ailleurs, des points de collecte des piles usagées sont disposés dans les locaux de l'AMF. En 2022, 100 KG ont été recyclés.

Enfin, durant la crise sanitaire COVID-19, des points de collecte de masques usagés ont été installés dans les locaux. 90 kg ont été recyclés en 2021.

POUR SUIVRE UNE POLITIQUE D'ACHAT RESPONSABLE

Lors de ses procédures de passation de marchés, l'AMF cherche à sélectionner des prestataires ou des fournisseurs responsables, qui ont initié une démarche RSE. De cette façon, l'AMF les incite à améliorer leurs performances environnementale et sociale et promet ainsi une économie plus durable. L'institution tend également à réduire indirectement l'impact environnemental de ses achats par ce biais.

Le déploiement de la politique d'achat responsable à l'AMF repose sur deux types de leviers

- Adopter des critères de jugement des offres qui tendent à sélectionner des entreprises engagées socialement et/ou environnementalement lors de la passation de ses marchés, par exemple :
 - pour ses achats IT, l'AMF valorise les prestataires démontrant des dispositions de réduction des émissions de gaz à effet de serre issues de leurs *data centers*, des mesures d'optimisation de la durée de vie de leurs équipements, etc.
 - le marché de nettoyage des locaux de l'AMF prévoyait l'appréciation des candidats qui avaient mis en place un plan de formation, de valorisation et de développement du personnel ;
- Intégrer des conditions spéciales de réalisation dans les clauses contractuelles des marchés, engageant les prestataires ou fournisseurs retenus à la réalisation d'actions socialement et/ou responsables au plan environnemental, par exemple :
 - l'AMF demande au titulaire du marché de nettoyage des locaux un mode d'exécution garantissant l'aménagement des horaires d'intervention de leur personnel afin d'éviter leur mobilisation tôt le matin et tard le soir et ainsi préserver l'équilibre de vie des personnels concernés,
 - le titulaire du marché de conception et d'aménagement des locaux est engagé par une obligation contractuelle à prévoir a minima 20 % de mobiliers issus du réemploi, de la réutilisation, du reconditionnement, de l'intégration de matières recyclées.

SENSIBILISER LES ÉQUIPES

Encourager les éco-gestes

L'AMF communique régulièrement en interne afin de sensibiliser ses collaborateurs à l'importance d'adopter des éco-gestes au travail et portant notamment sur :

- l'usage de la climatisation et des éclairages ;
- le tri des déchets ;
- le numérique.

En parallèle, l'AMF informe ses collaborateurs sur les différentes actions qui peuvent leur permettre de réduire leur empreinte environnementale personnelle : le poids de leur alimentation dans leur empreinte carbone, le choix des moyens de déplacement, l'importance de calculer son empreinte carbone personnelle, etc.

Accompagner les grands éco-événements

En septembre et octobre 2022, dans le cadre de la Semaine européenne du développement durable (SEED), puis en novembre 2022 pendant la Semaine européenne de la réduction des déchets, une campagne de communication a été lancée sur l'intranet. Diffusés sous forme de séries, ces contenus ont permis d'informer et de sensibiliser les salariés et les prestataires aux enjeux environnementaux : impact des déplacements, du numérique et de l'alimentation dans l'empreinte carbone, les consommations d'énergie au sein de l'AMF, ou encore la question de l'eau au sortir d'un été particulièrement sec.

Ces contenus à vocation pédagogique ont été accompagnés de quiz permettant à chacun de vérifier l'état de ses connaissances en la matière.

Mobiliser grâce au challenge « Ma Petite Planète »

En marge de la SEED 2022, 83 collaborateurs ont participé au challenge écologique « Ma petite planète ». Ce challenge organisé par une association qui a pour but de sensibiliser et faire passer à l'action le plus de personnes possible pour la préservation de l'environnement, propose des défis écologiques à relever en équipes.

Ainsi du 26 septembre au 17 octobre 2022, quatre équipes ont réalisé plus de 1 600 défis visant à améliorer leur empreinte environnementale.

Ces challenges ont évité l'émission de plus de 5 300 KG de CO2. Ils ont en outre permis aux collaborateurs participant de monter en compétences sur les sujets liés à l'environnement et d'identifier des axes d'améliorations éco-responsables. Enfin, ce challenge a été l'occasion de riches échanges et d'une saine émulation entre les participants.



AGIR EN CITOYEN RESPONSABLE

Investie d'une mission publique et désireuse d'agir en employeur responsable, l'AMF souhaite également agir sur sa responsabilité sociétale. Elle mène à cet égard plusieurs actions pour la protection des épargnants et afin de rendre opérationnelle une finance durable efficace et utile au financement de la transition écologique et d'une économie soutenable. Elle a d'ailleurs placé ces deux sujets en première et deuxième priorités de ses orientations stratégiques pour 2027 (Impact 2027). Elle encourage également ses collaborateurs à s'engager par le biais de partenariats qu'elle a conclus avec des associations agissant pour l'égalité des chances et l'accès à l'emploi des personnes en situation de handicap.

AGIR POUR LA PROTECTION DES ÉPARGNANTS

L'une des missions socles de l'AMF est la protection de l'épargne. Pour l'AMF, mettre l'épargnant au centre de son action, c'est rendre la finance accessible, utile et de confiance. Protéger l'épargne, c'est s'assurer que l'épargnant est traité de façon équitable, qu'il dispose de toute l'information utile

pour faire ses choix d'investissement et que les produits qui lui sont proposés sont adaptés à son profil d'investisseur et à ses besoins. L'AMF encourage particulièrement l'utilisation d'un langage plus simple et compréhensible dans les documents transmis aux épargnants, pour que la finance soit accessible à tous et ne soit pas réservée aux experts. Protéger les épargnants, c'est également mener des actions de pédagogie à leur attention, stimuler leur esprit critique, les informer sur les risques liés aux produits non régulés par l'AMF et lutter contre les arnaques qui ont explosé ces dernières années et dont les modalités sont toujours plus trompeuses. Enfin protéger les épargnants, c'est mettre à leur disposition un service de médiation pour la résolution des différends avec leur intermédiaire financier.

Informer et renseigner le public

Afin d'accompagner les épargnants dans leurs décisions d'investissement, l'AMF met à leur disposition de l'information pédagogique (site internet, guides, vidéos et contenus sur les réseaux sociaux Facebook et Instagram) et neutre sur les produits financiers, les frais liés et leur impact sur

l'épargne, le fonctionnement des marchés, comment bien investir etc. Elle diffuse notamment des informations visant à alerter les investisseurs sur les arnaques auxquelles ils peuvent être confrontés. Elle explique les différentes formes que ces escroqueries peuvent prendre, comment les repérer, comment les éviter et quoi faire lorsqu'ils découvrent qu'ils sont victimes d'une arnaque. L'AMF publie également régulièrement des mises en garde à destination du public sur des activités non autorisées ou des offres frauduleuses.

Créée en 2010, la plateforme « Épargne Info Service » répond aux questions des épargnants sur les produits d'épargne financière, les intermédiaires financiers ou encore les possibles arnaques à l'investissement. L'équipe dédiée a traité 12 000 dossiers en 2022.

Renforcer l'éducation financière

Afin d'accompagner les épargnants, l'AMF multiplie les formats de communication (tv, radio, internet et réseaux sociaux) et organise des événements en ligne (webinaires, *lives* sur les réseaux sociaux) sur des sujets généraux relatifs à l'épargne, mais aussi sur des thématiques plus précises à destination des actionnaires individuels, par exemple.

Par ailleurs, en 2022, pour la troisième année consécutive, l'AMF a ouvert son MOOC « Comment gérer efficacement son épargne et ses placements », réalisé en partenariat avec l'Institut national de la consommation (INC). Ce parcours pédagogique a intéressé depuis son lancement, en 2020, plus de 40 000 personnes. Le MOOC AMF est ouvert chaque année à l'occasion de la Semaine mondiale de l'investisseur. Il est accessible plusieurs semaines, gratuitement et sans prérequis. Il a pour objectif d'accompagner les épargnants dans la compréhension des placements financiers et de leur donner les clés pour investir et épargner en toute connaissance de cause en fonction de leurs besoins et de leurs projets de vie.

Garantir une médiation favorisant la résolution des litiges à l'amiable

Le Médiateur de l'AMF met à la disposition des épargnants un service de médiation de la consommation gratuit et confidentiel pour les aider à résoudre à l'amiable les litiges avec leur intermédiaire financier sur un produit ou service financier relevant de la compétence de l'AMF. Le médiateur, nommé par le Président de l'AMF après avis du Collège, intervient en tiers impartial et indépendant des parties. Il émet une recommandation non contraignante fondée en droit et en équité. Et, pour mieux illustrer son action, le médiateur expose chaque mois, dans son journal de bord, un cas de médiation. Il publie un Rapport annuel afin de rendre compte de sa mission.

S'ENGAGER POUR UNE FINANCE DURABLE

Face aux défis posés par le réchauffement climatique, et plus largement par les sujets environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG), et le nécessaire financement de la transition vers une économie durable, la réglementation en matière de finance durable s'est développée à un rythme sans précédent en Europe. L'AMF a joué un rôle moteur dans les travaux nationaux et européens et s'est beaucoup investie pour contribuer à l'agenda européen. L'AMF joue désormais un rôle important d'accompagnement des acteurs dans la mise en œuvre de ces réglementations souvent complexes.

L'AMF, partenaire de l'initiative Finance ClimAct

L'AMF participe à l'initiative « Finance ClimAct », projet coordonné par l'ADEME, qui contribue à la mise en œuvre de la Stratégie nationale bas carbone de la France et du Plan d'action finance durable de l'Union européenne. Ce projet mobilise plusieurs acteurs publics et privés de la Place de Paris et vise à développer les outils, les méthodes et les connaissances, notamment en permettant aux institutions financières et à leurs superviseurs d'intégrer les questions climatiques dans leurs processus de décision et d'aligner les flux financiers sur les objectifs énergie-climat.

Jouer un rôle moteur dans les travaux nationaux et européens

Dans le domaine de la finance durable, le cadre des marchés financiers connaît depuis 2018 des évolutions importantes, sous l'impulsion notable de l'Union européenne et de la France, qui s'est souvent montrée en pointe sur ce sujet. L'AMF a su être force de proposition et a joué un rôle moteur dans le développement de la finance durable en Europe.

Le cadre européen évolue vers toujours plus de complexité, y compris dans ce nouveau champ de régulation, qui pose un risque potentiel de fragmentation du marché européen, les régulateurs devant faire face aux demandes d'interprétation nationale de textes encore en construction. Il reste maintenant à accompagner l'évolution du cadre européen en matière de finance durable dans un souci de clarté et de cohérence d'ensemble.

Intégrer les enjeux de connaissance en finance durable dans le dispositif de certification des professionnels

La maîtrise et l'intégration des enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) génèrent des besoins majeurs en matière de formation des professionnels. Afin de créer un socle commun de connaissances et compétences en matière de finance durable, indispensable à la bonne compréhension de ces sujets et à la qualité du conseil prodigué aux épargnants, l'AMF a choisi en 2021 de compléter significativement le syllabus consacré à ce thème dans le questionnaire de l'examen généraliste et de proposer un module spécifique supplémentaire entièrement dédié à la finance durable, dont les premiers examens ont eu lieu en février 2022. Fin juin 2023, 1270 personnes ont obtenu cette certification.

Accompagner la Place dans la prise en compte des nouvelles exigences en matière de finance durable

Dans un contexte réglementaire intense, l'AMF a déployé d'importants efforts de pédagogie par sa participation ou par l'organisation de plusieurs webinaires ou événements sur la finance durable. Ils avaient pour objectif d'apporter plus de lisibilité aux acteurs sur la mise en œuvre de nouvelles réglementations structurantes et encore en cours d'évolution.

S'INVESTIR AUPRÈS DES JEUNES

Favoriser la transmission du savoir

Enseigner, c'est capitaliser sur ses connaissances, prendre de la hauteur sur son expertise, et transmettre. L'AMF encourage ses collaborateurs à exercer des activités d'enseignement. Outre le fait qu'elle contribue à former les professionnels de demain, cette démarche profite aussi à l'attractivité de l'AMF auprès des étudiants.

Protéger les jeunes épargnants

En 2022, l'AMF a poursuivi son action auprès des jeunes, souvent attirés par des produits particulièrement risqués et moins connaisseurs des investissements plus traditionnels. Afin de les inciter à prendre du recul sur le discours des influenceurs, l'AMF a lancé plusieurs campagnes de prévention (plus de 180 000 comptes touchés sur Instagram et 160 000 sur Facebook, plus de 4 millions d'impressions sur Tik Tok).

Parallèlement, en fin d'année, l'AMF a fait appel au média Brut pour la production et la diffusion d'une vidéo sur les arnaques aux crypto-monnaies. Brut dispose d'une large audience auprès des jeunes, ce qui permet de toucher une population qui ne connaît pas forcément l'Autorité mais qui est la cible d'influenceurs peu scrupuleux et d'arnaques sur ces réseaux. La vidéo ainsi produite a été vue plus de 2,5 millions de fois tous réseaux confondus, avec près de 7 millions d'impressions au total.

Encourager les jeunes chercheurs

Lancé en 2015, le prix du jeune chercheur de l'AMF a pour objectif de soutenir la recherche académique sur des thèmes en lien avec la régulation et les marchés. D'un montant de 5 000 euros, ce prix est décerné par le Collège de l'AMF, sur avis du Conseil scientifique de l'AMF, après sélection des dossiers de candidature reçus.

En 2022, il a été décerné à deux personnalités : l'une enseignant-chercheur en Finance à l'EM Strasbourg Business School pour ses travaux sur la finance comportementale ; l'autre, professeur assistant au département d'économie de l'université de Columbia, dont les activités de recherche portent notamment sur l'intermédiation financière et la finance d'entreprise.

En luttant contre le déterminisme social avec l'association Télémaque

L'éducation et l'insertion professionnelle sont des enjeux majeurs pour le développement économique et sociale de notre société. Les acteurs économiques, jouent un rôle crucial dans la lutte contre le déterminisme social et l'insertion professionnelle. C'est pourquoi l'AMF, aux côtés de l'association Télémaque, soutient des élèves issus de milieux défavorisés.

L'institut Télémaque accompagne, dès le collège, des jeunes investis et motivés issus de territoires fragiles tout au long de leur scolarité par le biais d'un mentorat école/entreprise.

Depuis 2021, l'AMF parraine dix jeunes grâce à l'implication de collaborateurs qui se sont portés mentors. Ce rôle consiste notamment à accompagner son filleul à des sorties culturelles afin qu'il développe sa curiosité et sa culture générale, à lui parler de son parcours et de ses expériences afin de lui faire découvrir le monde professionnel et à l'encourager à viser des études à la hauteur de son potentiel.

En juin 2022, afin de développer le lien entre l'AMF, ses mentors et les filleuls, ces derniers ont été accueillis dans les locaux de l'AMF pour un moment d'échanges et de convivialité.

En aidant les jeunes handicapés à trouver leur voie avec Tremplin Handicap

L'AMF a noué un partenariat avec l'association Tremplin Handicap. Cette démarche traduit la volonté de l'institution de renforcer sa politique de responsabilité sociale et de concentrer ses efforts pour l'insertion de personnes, et notamment des jeunes, en situation de handicap.

Véritable passerelle entre les établissements scolaires, les étudiants en situation de handicap et le monde du travail, l'association accompagne les entreprises dans la mise en œuvre d'actions d'accueil, de formation et d'intégration.

Dans le cadre de son partenariat noué en 2022, les salariés de l'AMF seront invités au cours de l'année 2023 à participer à des ateliers de coaching proposés à des étudiants en situation de handicap :

- *English coaching* ;
- relecture de CV et de lettre de motivation ;
- simulation d'entretien ;
- découverte de métiers.

DÉVELOPPER ET ENCOURAGER LES INITIATIVES PONCTUELLES

L'AMF promeut régulièrement des actions en faveur d'associations caritatives ou investies dans l'environnement. Appréciables des collaborateurs, ces actions solidaires sont parfois complétées d'initiatives émanant des équipes elles-mêmes et trouvent, dans ce cas, un accueil favorable de l'AMF.

Lancer des initiatives ponctuelles

En plus de la carte de vœux éditée chaque année au profit d'une association caritative, des actions solidaires sont régulièrement proposées. Elles remportent en général du succès auprès des salariés. Ainsi, pendant le calendrier de l'Avent de l'AMF 2022, les collaborateurs ont été invités à réagir au contenu du jour posté sur l'intranet au profit d'une cause qu'ils devaient choisir en votant. Chaque réaction à l'information postée déclenchait un don au profit de l'association ayant recueilli le plus de voix. Les collaborateurs ont voté majoritairement pour l'Association Les Petits Princes dont la mission est de réaliser les rêves des enfants malades. Leurs *likes* et commentaires ont permis de recueillir 4 200 euros qui ont été versés par l'AMF à l'association.

En septembre 2020, les équipes de l'AMF ont marché et couru au profit de l'association Mécénat Chirurgie Cardiaque qui permet à des enfants souffrant de malformations cardiaques de venir en France et d'être opérés lorsqu'ils ne peuvent être soignés dans leur pays d'origine. Ces pas, transformés en euros, ont permis de collecter 12 000 euros versés par l'AMF à l'association. Grâce à ce don, une fillette de douze ans souffrant de malformation cardiaque est venue du Togo se faire opérer en France.

Appeler les dons personnels

En novembre 2022, les collaborateurs ont été invités à déposer jouets et vêtements au profit de Emmaüs Alternatives (EA). Structure indépendante d'Emmaüs, EA aide les populations les plus éloignées de l'autonomie en leur proposant un accueil d'urgence et un accompagnement individualisé avec comme objectif final le retour à l'emploi. Les collaborateurs ont donné 130 KG de vêtements et de jouets. Vendus dans la boutique de l'association, ils permettront de financer les actions d'Emmaüs Alternatives.

Relayer et soutenir les initiatives proposées par les collaborateurs

Le Cross du Figaro

En 2022, pour répondre à la demande de collaborateurs, l'AMF a financé l'inscription de 31 salariés au cross du Figaro en soutien au Téléthon. Une partie des frais d'inscription a été reversée à l'association AFM-Téléthon. L'édition 2022 a permis de collecter près de 20 000 euros de dons reversés au Téléthon.

INSPIRER CONFIANCE

Respecter un code de déontologie exigeant

L'Autorité des marchés financiers a la responsabilité de veiller au bon fonctionnement des marchés et de protéger les épargnants tout en prenant en compte les nécessités du financement de l'économie. Elle est, à cet effet, dotée de pouvoirs de régulation et de sanction, qu'elle exerce en toute indépendance. Dans ce contexte, les salariés doivent respecter une éthique professionnelle de haut niveau.

La loi du 6 août 2019, tout en clarifiant davantage les règles applicables concernant la déontologie, recentre le pouvoir de décision sur les institutions. Le règlement intérieur du 20 avril 2020 portant sur l'organisation, le fonctionnement et la déontologie les a traduits en termes opérationnels pour l'AMF.

Ces textes imposent aux collaborateurs des comportements d'intégrité, d'impartialité et de confidentialité. Ils fixent également des règles pour éliminer tout conflit d'intérêts et encadrer, voire interdire, les activités annexes, les cadeaux et invitations aux collaborateurs.

L'AMF a nommé un déontologue qui a pour mission de veiller au respect de ces règles. Il est également chargé de collecter et d'analyser les informations issues des déclarations que doivent lui transmettre chaque année tous les salariés sur les instruments financiers, mandat de gestion ou procuration pour la gestion de portefeuille pour compte de tiers qu'ils détiennent et de répondre à leurs questions sur ce sujet.

Enfin, chaque collaborateur en CDI, CDD ou intérim, qui quitte l'AMF suit une procédure de départ qui lui impose de s'acquitter d'un certain nombre de formalités visant à s'assurer qu'il ne rejoint pas une société à la supervision de laquelle il a participé ou en faveur de laquelle il aurait contribué à l'attribution d'un marché public.

Encadrer ses processus d'achats

En tant qu'autorité publique et acheteur faisant usage de deniers publics, l'AMF est soumise aux dispositions des directives européennes et du code de la commande publique encadrant l'achat public. Ces textes visent à assurer le respect de trois grands principes :

- la liberté d'accès des fournisseurs à la commande publique ;
- l'égalité de traitement des candidats ;
- la transparence des procédures.

Les processus d'achats de l'AMF ont été formalisés pour en assurer leur respect. Ils sont détaillés au sein de plusieurs documents venant encadrer les achats de l'institution (règlement interne relatif aux achats, guide de la déontologie des achats, guide de la négociation des marchés publics et guide encadrant le recours aux cabinets de conseil.).

OUVRIR DES PERSPECTIVES

OPTIMISER SON SYSTÈME DE GOUVERNANCE RSE

Dans une démarche d'amélioration constante de ses procédures, l'AMF entend perfectionner la gouvernance de son projet durable en mettant en place un comité RSE. Composé de contributeurs issus de ses différentes directions, il permettra ainsi d'étendre sa démarche RSE à l'ensemble des fonctions de l'institution. Cette optimisation poursuit plusieurs objectifs :

- structurer, simplifier et fiabiliser la récolte des données ;
- élargir et affiner ses indicateurs de responsabilité tout en consolidant les modalités de leur suivi ;
- engager l'ensemble de ses salariés dans sa démarche responsable et la diffuser auprès de son écosystème et de ses parties prenantes.



17 place de la Bourse – 75082 Paris Cedex 02

Tél. : +33 (0) 1 53 45 60 00

www.amf-france.org

