

UNE NOUVELLE DIRECTION AU SERVICE DE LA STRATÉGIE SOCIÉTALE ET ENVIRONNEMENTALE DE LA SNCF

Créée par le président Jean-Pierre Farandou au moment de sa prise de fonction, la nouvelle direction de l'engagement sociétal et de la transition écologique (DESTE) a pour missions d'impulser, porter, coordonner et superviser la stratégie sociétale et environnementale du groupe SNCF.

Rattachée à la direction générale en charge des Territoires (DGAT), la DESTE réunit :

- la délégation à la transition écologique
- la délégation à la transition énergétique
- la délégation Lien social et territoires
- la Fondation SNCF,
- le réseau SNCF au Féminin,
- les filiales SNCF Développement et Trains Expo Evénements SNCF.

Trois grandes priorités

Proposée par la DESTE, la feuille de route stratégique du groupe en matière d'engagement sociétal et de transition écologique s'articule autour de 3 grandes priorités : **l'humain, les territoires et la planète**. Structurée autour de dix engagements déclinés en 25 objectifs concrets et chiffrés, elle constitue un cadre dans lequel chaque entité du Groupe viendra apporter sa contribution, participant ainsi de manière positive et adaptée à ce volet central du nouveau projet d'entreprise que constitue désormais notre politique RSE.

A titre d'exemple, dans le cadre des politiques d'accompagnement social et de solidarité emploi, la feuille de route prévoit de permettre chaque année à 100 agents de partir en mission de mécénat de compétence longue durée sur une période de 12 à 36 mois.

Elle prévoit également la création d'une agence interne en charge de l'insertion pour accueillir 2 500

personnes chaque année par le biais des chantiers écoles.

La sensibilisation des managers sera clé dans la réussite du projet. La feuille de route prévoit donc la création d'un Institut de formation à la transition écologique pour former les 17 000 managers du Groupe dans les trois ans.

Autre exemple illustrant l'ambition de la SNCF en matière énergétique : le développement de 50 projets sur sites de production d'énergies renouvelables en partenariat avec un ou plusieurs opérateurs spécialisés pour réduire notre facture énergétique tout en réduisant nos émissions de CO₂ sur la période 2020-2025.

« Face aux défis sociétaux et environnementaux de notre société, j'aurais à cœur, avec mes équipes, de démontrer que notre offre de mobilité représente la solution, que l'ancrage du groupe SNCF représente une force pour nos régions, que les femmes et les hommes qui composent ce groupe portent l'ambition d'un service public moderne, efficace, utile pour tous et partout. Nous ne pourrions pas construire le monde d'après sans le groupe SNCF »
Karim ZERIBI, directeur de l'engagement sociétal et de la transition écologique.

Une RSE enracinée dans les territoires

La mise en œuvre de la stratégie RSE de la SNCF sera portée par des contrats d'objectifs et de performance passés entre la maison mère SNCF et

les SA Réseau, Voyageurs et ses Activités, Gares & Connexions et Fret.

Mais elle se fera avant tout en approfondissant notre ancrage territorial, au plus près du tissu socio-économique, en cultivant la proximité avec les décideurs et les acteurs dans leur diversité et en déployant des actions concrètes, adaptées à des réalités diverses.

« LA DESTE est placée au sein de la direction générale en charge des Territoires, et ce n'est pas le hasard. L'heure est venue de s'engager, sur le terrain, chacun à son niveau, en apportant sa propre contribution et celle de son équipe dans les trois axes prioritaires définis par les experts de la DESTE : l'humain, les territoires et la planète. La DESTE apportera aux SA et Activités son soutien d'expertise et aidera les coordinateurs régionaux à renforcer la cohérence du groupe dans les territoires autour d'une RSE que nous voulons ambitieuse, à la hauteur des enjeux inédits de la période que nous vivons ».

Frank LACROIX, directeur général adjoint Territoires, SNCF

La RSE, une valeur ajoutée

- 76% de la génération Y (30-40 ans) juge que l'engagement sociétal ou environnemental d'une entreprise est un critère plus important que le salaire (Etude BVA pour TBWA-janvier 2020)
- 72 % des français déclarent que l'engagement RSE d'une entreprise a un impact sur leur consommation de produits et services (Etude BVA pour TBWA -janvier 2020).
- 52% des Français interrogés positionnent la protection de l'environnement comme un enjeu prioritaire (enquête IFOP, réalisée en novembre 2019).
- 76% de la génération Y (30-40 ans) juge que l'engagement sociétal ou environnemental d'une entreprise est un critère plus important que le salaire (Etude BVA pour TBWA-janvier 2020)