

Pionnière dans le soutien aux sportifs de haut niveau, avec son dispositif « Athlètes SNCF », l'entreprise est également « Transporteur Officiel » de grands événements sportifs se déroulant en France. Un positionnement métier qu'elle a su enrichir pour s'engager sur des grands sujets de société.

Un soutien durable aux athlètes de haut niveau

En 1982, la SNCF a été l'une des premières entreprises, à signer une convention avec le Ministère des Sports pour soutenir les athlètes de haut niveau valides ou handisports. Une convention pour épauler les sportifs français amateurs, issus de disciplines peu médiatisées et aux ressources limitées. Depuis près de 40 ans, la SNCF soutient financièrement un collectif de 30 à 35 athlètes pour leur permettre de concilier vie sportive et projet professionnel. L'entreprise de transport leur procure également une forme d'équilibre et de sérénité mentale en les aidant à préparer leur vie d'après. Une deuxième vie qu'il faut savoir anticiper avant que les

projecteurs du sport de haut niveau ne s'éteignent. C'est toute l'ambition de ce dispositif ministériel rebaptisé « Pacte de Performance » en 2015 et porté aujourd'hui par l'Agence Nationale du Sport (ANS).

La reconversion est au cœur des préoccupations de la SNCF pour ses athlètes, l'idée étant de les guider dans la définition d'un véritable projet professionnel. Les 31 athlètes intégrés actuellement au dispositif, disposent tous d'un contrat d'insertion professionnelle, qui fait d'eux d'authentiques cheminots. Un choix engagé pour une entreprise qui veut créer de la cohésion interne et démontrer sa capacité à considérer chacun en fonction de ses talents. Un choix payant puisque 80 % d'entre eux font le choix de rester dans l'entreprise à la fin de leur carrière sportive. En près de 40 ans plus de 200 champions, dont 27 médaillés olympiques, sont passés par le dispositif « Athlètes SNCF » et ce n'est pas terminé puisque 12 d'entre eux se sont envolés pour Tokyo et que la SNCF a renouvelé sa convention avec l'ANS jusqu'en... 2024.

Une implication naturelle dans les grands événements

Jusqu'en 2007, la SNCF contribuait aux grands événements sportifs par son expertise pour la conception et la gestion de plans de mobilité à l'échelle du pays. Transporter les membres de l'organisation, les sportifs, les médias et absorber les flux exceptionnels des supporters, est un savoir-faire que la SNCF maîtrise parfaitement. Le partenariat de la marque avec la Coupe du Monde de Rugby organisée en France en 2007, a marqué un tournant dans sa politique de sponsoring sportif. C'était la première fois que la SNCF parrainait un grand événement international à travers un véritable accord marketing. Suivront l'UEFA EURO 2016, la Coupe du Monde féminine de la FIFA en 2019 et la Coupe du Monde de rugby qui reviendra en France 16 ans après.

En s'engageant plus visiblement sur ces grands événements, la SNCF a compris la nécessité de compléter un positionnement métier de « Transporteur Officiel » par des actions plus participatives pour le grand public. C'est le sens des animations en gare ou des « Trains Expos » qui, à chaque grande occasion, sillonnent la France pour rapprocher les événements des territoires. L'évolution la plus profonde est la prise de conscience que l'entreprise devait donner davantage de sens à ses partenariats et utiliser la puissance du sport pour contribuer à des enjeux de société. Le « We Love 2023 Tour »

qui a sillonné 23 villes pour présenter les actions territoriales, sociales et environnementales que souhaitent mener ensemble la SNCF et France 2023 en est l'illustration. Economie circulaire et durable, éducation et formation, respect de l'environnement, inclusion, nombreuses sont les destinations pour des partenaires qui croient au pouvoir de transformation du sport.



Le Train Expo « We Love 2023 Tour » a parcouru 8 000 km pour rapprocher la Coupe du Monde de rugby des français.

“ Notre engagement dans le sport mêle recherche de performance et responsabilité. Pour la Coupe du Monde de Rugby France 2023, nous voulons offrir un événement sportif au plus faible impact carbone possible tout en agissant sur le terrain social, car l'humain doit être au cœur du jeu.

Laurent Guillemette
Directeur grands événements sportifs