



### 3-maandelijke nieuwsbrief voor bedrijven - Vlaanderen



#### Inleiding

Beste carpoolcoördinator,

Op 30 en 31 maart organiseert Taxistop in samenwerking met de provinciale mobiliteitspunten een uitwisseling tussen bedrijven over hoe succesvol een carpoolbeleid kan gevoerd worden. Thema's als fiscaliteit, gereserveerde parkeerplaatsen, matching en de gegarandeerde thuisrit komen aan bod. De bedoeling is dat bedrijven onderling handige tips uitwisselen.

Als inleiding worden in **Gent** Eandis en Colruyt aan het woord gelaten, in **Leuven** Nike. De workshops vinden plaats in de gebouwen van de provincie Oost-Vlaanderen, **30 maart van 14u-16u** en in de provincie Vlaams-Brabant **31 maart 10u-12u**. De workshops zijn GRATIS.

Gelieve uw aanwezigheid te bevestigen door een e-mail te sturen naar [emu@taxistop.be](mailto:emu@taxistop.be) met vermelding van locatie en hoeveel personen aanwezig zullen zijn.



#### Economisch

##### Vernieuwde fiscale handleiding

Carpoolen is voor de werknemers een goede zaak. Ze besparen niet alleen in hun kosten, maar kunnen ook genieten van fiscale voordelen. Als mobiliteitscoördinator weet u vast wel dat het niet evident is om van deze voordelen te genieten. De werknemer kan best wel wat hulp gebruiken van de personeeldienst. Daarom heeft Taxistop een fiscale handleiding voor zowel werknemers als werkgevers opgesteld.



En zeker nu is het belangrijk om er een kijkje in te nemen, want de parameters rond carpoolen met een bedrijfswagen zijn aangepast voor het **aanslagjaar 2010**. De voordelen hangen nu af van de CO<sub>2</sub>-uitstoot van de bedrijfswagen. Je vindt de handleidingen op de [pagina rond fiscaliteit](#). Help dus uw werknemers te genieten van de fiscale voordelen!



#### Evident (1)

##### Getuigenis: 35% carpoolers bij SKF



"In SKF Tongeren loont ons carpoolbeleid echt wel. Op korte tijd hebben 35% van onze werknemers besloten om te carpoolen naar het werk. Dit is natuurlijk maar één van de redenen waarom SKF Logistics de Mobility Award heeft gewonnen in 2009. Daarnaast besteden wij uiteraard ook aandacht aan onze fietsers en openbaar vervoergebruikers.

Het feit dat het carpoolen zo succesvol is, heeft volgens mij hoofdzakelijk te maken met 3 zaken:

1. We hebben een studie rond de mobiliteit van de werknemers laten uitvoeren. Daarin werd in kaart gebracht waar iedereen woont en wat de meest efficiënte en milieuvriendelijkste manier van pendelen is. Als daaruit bleek dat een aantal personen geschikt waren om met elkaar te carpoolen, werden ze daarvan op de hoogte gebracht en met elkaar in contact gebracht. Daarin moet ik wel toegeven dat de werknemers uit Tongeren zelf beter wisten met wie het ideaal was om samen te rijden en daarvoor geen studie nodig hadden.
2. De belangrijkste stimulatie was evenwel het communiceren van de fiscale voordelen bij carpoolen. Vele werknemers waren daarvan niet op de hoogte en waren onmiddellijk

verkocht voor het idee om geld te besparen tijdens het pendelen.

3. We merkten ook een verschil toen we 10 gereserveerde carpoolparkeerplaatsen aan de ingang installeerden. We moesten wel streng zijn in het begin! Er durfden wel eens niet-carpoolers zich daar parkeren, maar daar hebben we onmiddellijk korte metten mee gemaakt. En de carpoolers die daar parkeren kunnen als eerste de parking afrijden op het einde van de werkdag. Daar zijn onze carpoolers heel tevreden mee."

Heidi Coppens - SKF Logistics Tongeren



## Evident (2)

### Communicatie als succesfactor

Om van carpoolen een succes te maken, is het zeker nuttig om een **carpoolbeleid** te implementeren in het bedrijf. Door dit te doen, kan je je werknemers helpen om van de fiscale voordelen te genieten en geld te besparen het hele jaar door. Je kan als bedrijf natuurlijk verder gaan in de promotie van carpoolen. Zo zijn er bedrijven die gereserveerde parkeerplaatsen behouden voor carpoolers of 2 keer in het jaar een gratis ontbijt schenken aan hun carpoolende werknemers. We hebben zelfs weet van een bedrijf die een extra dag verlof schenkt aan zijn carpoolers.



Dit hoeft evenwel niet zo ver te gaan. Uit ervaring weten we dat 'communicatie' een sleutelwoord is voor de promotie ervan. Het is niet voldoende om eenmaal te communiceren dat er een carpoolbeleid is geïnstalleerd. Hoe meer er wordt gecommuniceerd over de voordelen (fiscale en besparende voordelen, ...) en mogelijkheden (matching, carpoolprikbord,...) van carpoolen, hoe meer werknemers geprikkeld worden door het idee en de overstap overwegen. Dit hoeft niet per se een mega-campagne te zijn, maar een simpele 'Hé, je weet toch dat wij carpoolen ondersteunen en misschien is er een collega met wie je kan samenrijden' kan reeds voldoende zijn. Maar ook hier geldt, hoe creatiever, hoe beter!

Je kan uiteraard steeds bij ons terecht voor advies over de communicatie. Wij kunnen ook helpen door het aanreiken van promotiemateriaal. Aarzel zeker niet om ons te contacteren!

