

Semaine du covoiturage en Brabant wallon

Ma boîte à outils en entreprise



Semaine du
COVOITURAGE
en Brabant wallon

du 16 au 22
septembre 2016

*On fait le même trajet,
on partage les frais?*

www.covoituragebw.be



carpool.be



Septembre 2016

Madame, Monsieur,

Du 16 au 22 septembre se tiendra la deuxième édition de la Semaine du Covoiturage en Brabant wallon. Cette initiative a été lancée par la Province du Brabant wallon dans le but de sensibiliser les entreprises, les établissements scolaires et les organisateurs d'évènements à une mobilité douce et durable.

Cette année, durant toute cette semaine, toute une série d'actions de sensibilisation auront lieu principalement des Parcs d'Activité Economique (PAE) répartis sur le territoire de la Province du Brabant Wallon. D'autres événements prendront également place sur des parkings de covoiturage publics et privés.

Ce guide a été conçu dans le but de vous accompagner dans le lancement d'une action covoiturage dans votre entreprise. Cette Semaine du Covoiturage a la chance de se dérouler en même temps que la Semaine de la Mobilité. Il s'agit donc d'une double occasion pour mettre votre entreprise sur le devant de la scène en matière de bonnes pratiques en mobilité.

La mobilité nous concerne tous (vous, vos collègues, votre famille) et ce, à toutes les échelles (dans votre ville, dans votre parc d'activités, dans votre région). Tous les matins et tous les soirs, vous et vos collègues êtes confrontés à des problèmes de circulation, de stationnement ou d'accessibilité aux endroits que vous avez l'habitude de fréquenter. La mobilité n'est pas une matière à envisager à court terme, il faut toujours l'étudier à plus long terme tout en restant au courant des situations vécues au jour le jour.

L'outil que vous avez entre les mains vous accompagne dans la mise en œuvre d'actions concrètes pour promouvoir le covoiturage. Il peut également vous servir d'une manière générale pour mettre en avant l'intermodalité dans votre entreprise et promouvoir ainsi les transports en commun et le vélo.

Si vous désirez aller plus loin dans la mise en place du projet de covoiturage, les opérateurs de covoiturage disposent de nombreux outils. Vous pouvez vous reporter à la dernière page de ce guide pour les contacter.

Si vous avez des questions, nous restons à votre disposition. N'hésitez pas à nous relayer ce que vous avez développé dans votre entreprise.

Nous vous remercions pour votre dynamisme et espérons que ce guide répondra à l'ensemble de vos questions.

L'équipe de la Semaine du Covoiturage en Brabant wallon



carpool.be



Table des matières

1. Faire son plan marketing	3
1.1. Le public cible	4
1.2. Fixer vos objectifs	5
1.3. Stratégie de communication.....	6
Vos affiches.....	7
Votre dépliant personnalisé	7
Votre banner rotatif sur écran.....	7
Aller à la rencontre de vos collègues	8
Par voie électronique	8
Des gadgets	8
Faites entrer vos collègues dans la danse.....	9
Parlez-en autour de vous	9
2. Place à l'action !	10
2.1. Actions à court terme	10
2.2. Actions à long terme.....	10
La fiscalité spécifique.....	10
Les places de parking réservées	10
Le retour garanti	11
La bonification par attribution de points, de cadeaux	11
2.3. Enfoncez le clou !.....	11
3. Les opérateurs de covoiturage actifs dans la Province	12
Taxistop – service carpool.be.....	12
Commuty - Plateforme de covoiturage et de mobilité durable	12
4. Plus d'infos ? Contactez nos partenaires !.....	12



1. Faire son plan marketing

Afin d'envisager un plan de communication efficace, il y a plusieurs questions à se poser :

Qui ?

- Quel public voulez-vous viser ?
- Votre entreprise est grande ? Pourquoi ne pas commencer en cherchant quelques ambassadeurs ?
- Évaluez la meilleure manière pour atteindre une masse critique

Pourquoi ?

- Dans quel but est-ce que l'entreprise défend le covoiturage ou l'intermodalité ?
- Qu'est-ce que l'entreprise y gagne ?
- Le covoiturage en tant que tel a des avantages écologiques (4 personnes dans une voiture, c'est moins de place sur la route, moins de rejet de CO2), économiques (mutualisation des coûts) et même fiscaux !
- Vous connaissez vos collègues, à vous de voir à quoi votre entreprise est plus sensible. Trouvez les bons arguments qui amélioreront l'efficacité de votre campagne de communication !

Comment ?

- A quel moyen de communication vos collègues ont le plus de chance d'être sensibilisés ?
- Certaines entreprises utilisent un réseau intranet, d'autres utiliseront plus facilement la communication papier, les écrans dans les lieux de passages, etc. A vous de voir comment toucher au mieux vos collègues.

Quels moyens ?

- Après avoir identifié les besoins de votre entreprise en termes de communication, il est nécessaire de se poser la question des moyens à mettre en œuvre. Quelles ressources en matière de personnel, de matériel ou de budget sont à votre disposition pour agir ?

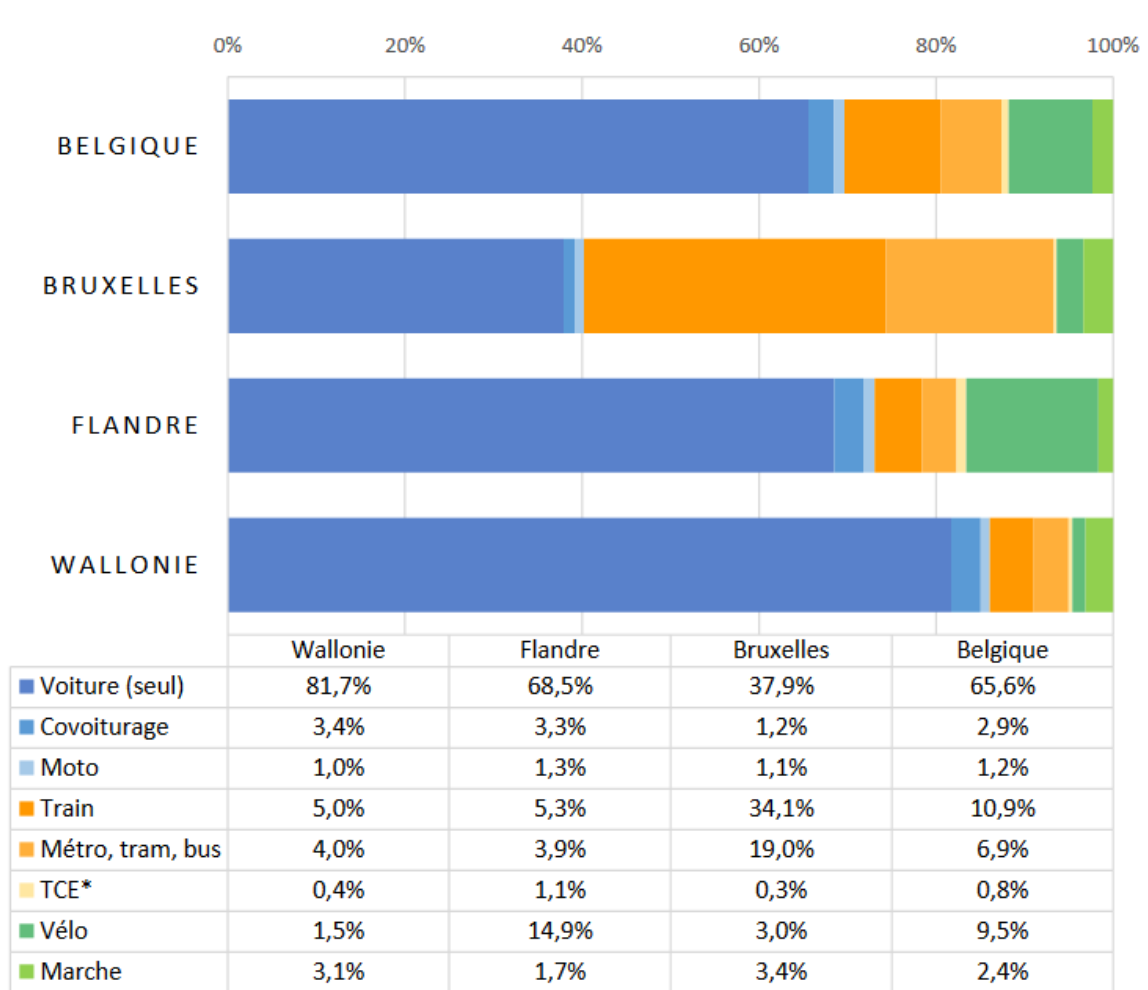
Quand ?

- Maintenant ou à tout autre moment opportun. Profitez de la Semaine du covoiturage pour mettre votre entreprise en avant !

1.1. Le public cible

Dans un premier temps, identifiez les utilisateurs de voitures au sein de votre société. En Belgique, à la suite de la dernière enquête fédérale de mobilité en 2014, on constate que 65,6% des travailleurs utilisent la voiture seuls ou en famille comme moyen de transport principal pour se rendre vers leur entreprise. A cela, il faut ajouter 2,9 % de personnes pratiquant régulièrement le covoiturage.


Voici ce que nous dit précisément le diagnostic mobilité de 2014 du SPF Mobilité et Transports :



*TABLEAU 2 : RÉPARTITION MODALE SELON LE LIEU DE TRAVAIL, *TCE : TRANSPORT COLLECTIF ORGANISÉ PAR L'EMPLOYEUR

Comme on peut le constater, la voiture solo est davantage utilisée en Wallonie que dans les autres régions (le covoiturage y est d'ailleurs le deuxième moyen de transport).

Le diagnostic de mobilité nous enseigne donc que chaque région en Belgique dispose de profils différents. On observe également des contextes locaux très différents. Vous pouvez en faire vous-même l'observation en étudiant l'environnement dans lequel se situe votre société. Votre entreprise est-elle à proximité d'une gare ? d'un arrêt de bus ? d'une sortie d'autoroute ?



Dans un second temps, renseignez-vous si votre entreprise a mis en place un plan de déplacements d'entreprise. Si elle ne l'a pas mis en place, informez-vous si une enquête de mobilité spécifique (organisée au sein de l'entreprise ou au sein de la commune) a déjà eu lieu.

Où se trouvent les automobilistes ?

Sur les parkings, pardi ! Essayez d'entrer en contact avec eux à travers un petit flyer apposé sur le pare-brise. Invitez-les à discuter de la mobilité. Si vos parkings sont pleins, jetez un oeil à l'extérieur du terrain de l'entreprise, il y a peut-être du stationnement aux alentours. Ne les oubliez pas, ce sont peut-être vos collègues !

Vos collègues sont-ils en horaire fixe, variable, à pause ?

Cette question est à vous poser de manière préliminaire. Le type d'horaire est un facteur à prendre en considération au moment où vous fixerez des objectifs réalisables pour votre entreprise. Gardez à l'esprit que faire du covoiturage ne fût-ce qu'un jour par semaine, c'est déjà positif !

Chez nous, c'est voiture de société !

La voiture de société est un avantage de toute nature. C'est une manière pour l'employeur de compenser les charges sur le travail en permettant à l'employé d'obtenir un avantage alternatif à la rémunération directe.

Faire du covoiturage avec une voiture de société est également encouragé... Attention, il est toutefois vivement déconseillé de demander un défraiement de ses passagers, cela peut même se révéler illégal si tous les frais sont payés par l'entreprise. La voiture de société dispose d'une fiscalité spécifique, autant s'en tenir à l'avantage de toute nature. Pour toute question relative aux avantages fiscaux propres au covoiturage et aux voitures de société, n'hésitez pas à prendre contact avec votre opérateur de covoiturage.

Covoiturage et assurances : Faut-il prévoir quelque chose de spécial ?

Si vous ne dépassez pas 0,34 € de défraiement par kilomètre parcouru, la Responsabilité Civile du chauffeur couvre les passagers. L'assurance Accidents sur le chemin du travail vous couvre également et ce, même pour un petit détour. Dépasser ce montant de 0,34 € / km pour l'ensemble des covoitureurs met le chauffeur dans l'illégalité.

1.2. Fixer vos objectifs

Chaque entreprise ou chaque projet suit une trame relativement similaire pour définir ses objectifs. Après avoir fait un état des lieux de la mobilité au sein de votre entreprise, vers où voulez-vous aller ? Différents outils de management ont été développés afin de clarifier les objectifs à atteindre. En voici quelques-uns :

Analyse SWOT...

- Forces (Strengths): quels sont les avantages de la politique de mobilité au sein de votre entreprise ?
- Faiblesses (Weaknesses) : quels en sont les inconvénients ? Les forces et faiblesses sont étudiées au sein de l'entreprise.
- Opportunités (Opportunities) : En quoi votre environnement extérieur peut-il être un contexte favorable aux changements de politique de mobilité au sein de votre entreprise ?
- Menaces (Threats) : quelles menaces fait peser l'environnement extérieur sur votre future stratégie ?

...pour objectifs SMART

Pour mesurer si vos objectifs ont été atteints, on utilise une stratégie dite SMART. Vos objectifs doivent être :

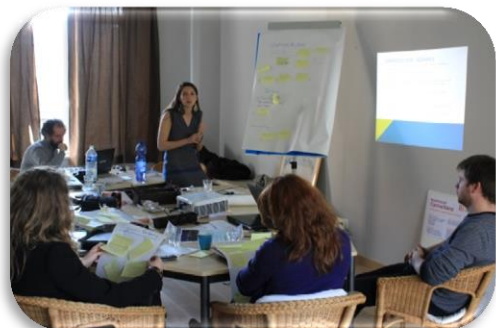
- Stratégiques : vos objectifs s'insèrent dans une dynamique globale
- Mesurables : avec des données quantitatives ou qualitatives
- Atteignables
- Réalistes : ne vous surpassez pas, fixez-vous des objectifs qui toucheront directement un certain public
- Limités dans le temps : faites un planning

Dans vos objectifs, sachez également identifier les impacts positifs qu'aura le développement d'une nouvelle stratégie de mobilité sur votre entreprise. Par exemple, le fait d'encourager le covoiturage contribue favorablement à la diminution des embouteillages et offre une image meilleure de l'impact du fonctionnement de votre entreprise sur l'environnement.

1.3. Stratégie de communication

Comment impacter au mieux vos collègues ? Tout d'abord, il est nécessaire de développer une **stratégie de communication**. Posez-vous prioritairement les questions suivantes :

- Est-ce que chaque employé dispose d'un accès facile à un ordinateur au bureau ? Ceci vous permettra de déterminer si les messages passent mieux par l'informatique ou en version papier.
- Vos employés disposent-ils d'un accès total ou restreint à internet ?
- A quel moment de la journée est-ce plus facile d'atteindre vos employés ?
- Vos collègues sont-ils davantage sensibles à une communication écrite ou orale ?



Avant d'envisager tel type d'action ou de support, répondez à l'ensemble de ces questions.

Le lancement du covoiturage dans votre entreprise doit **faire parler de lui** ! Ne laissez pas l'occasion à vos travailleurs d'affirmer qu'ils n'étaient pas au courant. La visibilité et le dynamisme de votre communication aura un impact considérable sur le succès de l'implémentation du covoiturage auprès de vos travailleurs.

Voici **quelques pistes** à exploiter en fonction de ce qui est pertinent pour votre entreprise :

	Voie directe	Voie indirecte
Communication orale	Stand d'information Séance d'information Groupes de réflexion Evènement / Action / Concours	Gadgets
Communication écrite	Flyers Ecrans d'entreprise	Brochures E-mails Signature e-mail Banners Affiches Article dans la revue d'entreprise Gadgets

*Notre conseil : À vos idées ! Ne vous contentez pas de cette liste de suggestions... **Osez innover !***

L'équipe de la semaine du covoiturage en Brabant wallon et ses partenaires est à votre disposition pour vous soutenir et vous accompagner dans votre stratégie de communication. En quête d'idées ? Prenez-contact avec nous ! Des slogans, textes ou images sont disponibles selon vos besoins !

Vos affiches

Si vous avez de l'**espace d'affichage** (valves près de la pointeuse ou de la machine à café...), n'hésitez pas à vous procurer des modèles d'affiches auprès de votre opérateur de covoiturage. Vous pouvez **les personnaliser** en y ajoutant, par exemple, un slogan accrocheur ou la photo d'un employé qui covoiture déjà.

Votre dépliant personnalisé

Un **support papier** avec les informations essentielles est plus parlant qu'un grand discours ! Si votre entreprise met en avant des avantages spécifiques pour les covoitureurs, c'est une bonne occasion de les mettre en avant. Votre opérateur de covoiturage peut vous accompagner dans la mise en place d'un dépliant attractif.

Votre banner rotatif sur écran

Une idée dynamique consiste à intégrer des slides adaptés à un écran avec l'**information qui tourne en boucle** dans un lieu fréquenté par les travailleurs.

Aller à la rencontre de vos collègues

Partir à la rencontre directe des autres travailleurs reste la voie primordiale pour faire passer un message. Plus le contact est direct et plus vous laisserez votre collègue vous présenter sa situation spécifique, plus vous pourrez être convaincant. Un principe : restez toujours à l'écoute ! Même si vous disposez d'une information à transmettre, il est important que la discussion aille dans les deux sens.

Dans les rencontres, vous pouvez privilégier un stand d'information sur le temps de midi ou pendant un shift. Ce type d'animation vous permet d'amorcer la rencontre avec vos collègues et dénicher les futurs potentiels covoitureurs.

Vous pouvez également organiser des séances d'information sur des thèmes plus spécifiques (par exemple : si vous mettez en place l'avantage fiscal pour les covoitureurs, c'est un bon moyen de rassembler et d'informer les employés concernés sur le sujet). De plus, la séance d'information consiste à donner des **explications** plus concrètes sur le covoiturage ainsi que de permettre un questions-réponses entre les différentes personnes présentes ou de créer un débat.

Enfin, profitez des réunions internes pour parler du covoiturage. Vous pouvez demander à vos chefs d'équipe d'intervenir en faisant une brève présentation sur la base de données de covoiturage.

Notre conseil : N'hésitez pas à demander des brochures aux autres acteurs de transport pour agrémenter vos séances et stands d'information.



Par voie électronique

Plusieurs solutions sont possibles :

Votre e-mail de lancement

L'e-mail de lancement est un e-mail destiné à **informer vos travailleurs** sur le covoiturage et les différentes activités de sensibilisation s'y référant.

Autres supports

N'hésitez pas à exploiter les **moyens de communication dont dispose déjà votre entreprise** et qui sont régulièrement consultés par vos travailleurs : votre journal/magazine d'entreprise, votre newsletter, l'intranet...

Au même titre que pour les flyers ou affiches, l'équipe de la Semaine du covoiturage en Brabant wallon vous accompagne dans la mise en place d'articles, de messages ou de supports variés. Contactez-nous rapidement !

Des gadgets

Vos collègues et vous-même êtes peut-être friands de cadeaux ? Des gadgets utiles tels que clés USB, tasses, bics, autocollants... peuvent compléter efficacement le matériel de promotion. Demandez d'abord autour de vous si l'un ou l'autre gadget pourrait faire plaisir.

Les gadgets offerts aux employés évoluent rapidement. De même, un petit cadeau peut vite devenir encombrant et laisser une image de surplus. Si vous envisagez cette piste, étudiez bien votre marché.

Faites entrer vos collègues dans la danse

Et pourquoi ne pas organiser un groupe de réflexion autour de la mobilité ? Certaines entreprises intègrent de plus en plus la notion d'écologie au sein de leur fonctionnement. Si dans plusieurs d'entre-elles, la volonté vient de la direction, d'autres organisent des groupes de travail avec les employés afin de les intégrer au mieux dans la dynamique. Cela peut également permettre aux entreprises de trouver des employés « ambassadeurs » sur le covoiturage qui diffuseront un message constructif sur la mobilité durable.

Notre conseil : Peu importe le moyen de communication que vous choisissez, gardez en tête de diffuser un message positif ! Evitez les messages moralisateurs ou redondants et restez à l'écoute de vos collègues. Ils restent les porte-voix de la situation réelle sur le terrain et peuvent faire évoluer vos objectifs dans une certaine direction.

Parlez-en autour de vous

Vous êtes dans un parc ou vous occupez un bâtiment avec d'autres entreprises ? N'hésitez pas à parler de votre projet de covoiturage. Pourquoi ne pas envisager une action de sensibilisation avec eux ?

Quel type de message pouvez-vous diffuser ?

Pour que votre campagne de promotion du covoiturage obtienne le succès escompté non seulement il est nécessaire d'être proactif mais il est aussi important de diffuser des messages positifs qui impactent directement la vie quotidienne de vos collègues.

1/ Trouvez un slogan ou un logo percutant sur le covoiturage : Une phrase courte ou une expression décalée vaut parfois mieux qu'un long discours. Vous pouvez demander à vos collègues directs ce qu'ils en pensent.

2/ Demandez aux covoitureurs existants de témoigner sur leur expérience !

3/ Pensez pratique : Faire du covoiturage, c'est clairement contribuer à un meilleur environnement. Mais n'oubliez pas d'être réaliste ! Il est souvent plus facile et efficace d'encourager vos collègues de covoiturer une fois par semaine que de leur imposer du covoiturage tous les jours !

2. Place à l'action !

Si une campagne de communication à l'égard des travailleurs s'avère indispensable, la mise en place simultanée d'une action interactive produira un impact d'autant plus efficace. Nous vous encourageons à développer des actions à court terme (pour lancer le covoiturage) et/ou à plus long terme (afin de le pérenniser).



2.1. Actions à court terme

Un événement d'une demi-journée, d'une journée ou d'une semaine permet d'améliorer fortement la masse critique d'un service de covoiturage. Les actions à court terme ont pour but de rassembler vos collègues autour d'un événement convivial de promotion ou de sensibilisation.

Pour obtenir du soutien dans la mise en place d'une telle action, n'hésitez pas à prendre contact avec votre opérateur de covoiturage l'équipe de la Semaine du Covoiturage en Brabant wallon ou un de ses partenaires (coordonnées en fin de brochure).

Notre conseil : N'oubliez pas de prendre des photos de vos actions !

2.2. Actions à long terme

La Semaine du covoiturage se déroulera dans le courant du mois de septembre, en même temps que la Semaine de la mobilité. Bien souvent, il s'agit d'un moment clé pour mettre en place des initiatives intéressantes en matière de mobilité dans l'entreprise. Une action à court terme peut donc être la base d'une politique de mobilité à plus long terme. Plusieurs éléments peuvent être mis en route.

La fiscalité spécifique

Votre entreprise peut mettre en place une fiscalité spécifique pour le covoiturage¹. Celle-ci est l'une des mesures les plus efficaces pour inciter vos collègues à covoiturer. Pour toute information complémentaire, n'hésitez pas à vous reporter sur le site du SPF Finances (http://finances.belgium.be/fr/particuliers/transport/deduction_frais_de_transport/trajet_domicile_travail/covoiturage/) ou à contacter votre opérateur de covoiturage.

Les places de parking réservées

Votre entreprise fait face à un problème de stationnement quotidien ? Les parkings sont parfois un véritable casse-tête. Autant partir tôt pour être sûr d'avoir une place à proximité de l'entrée de l'entreprise !

Et si, au lieu de ça, on réglementait le stationnement ? Prévoir des places de parkings pour les équipes de covoiturage à proximité des entrées du bâtiment est une mesure efficace qui encourage à diminuer le nombre de voitures au sein du parking. Avoir une place réservée

¹ Plusieurs conditions doivent être réunies : l'entreprise doit mettre en place une convention de covoiturage avec des règles à suivre et un contrôle du covoiturage.

11 lorsqu'il y a au moins un ou deux passagers dans la voiture peut être un incitant efficace. N'hésitez pas à prendre contact avec votre opérateur de covoiturage pour étudier les possibilités de parkings réservés sur votre site.

Le retour garanti

Votre employé covoitureur vient de perdre son chauffeur qui a dû s'absenter inopinément en cours de journée. Grâce au retour garanti, l'entreprise accompagne l'employé covoitureur lésé dans sa recherche d'un partenaire ou d'un moyen de locomotion pour rejoindre son domicile. Généralement, le retour garanti se présente sous forme de texte stipulant la marche à suivre. Plus d'infos ? Prenez contact avec votre opérateur de covoiturage ! Il vous accompagnera dans l'élaboration d'un plan de solutions pour l'employé lésé (transports en commun, service de taxi...).

La bonification par attribution de points, de cadeaux

En tant qu'employeur, vous pouvez permettre à vos employés d'accéder à un certain nombre d'avantages tels que des éco-chèques, des jetons carwash... Pour tout trajet en covoiturage, l'entreprise peut également contribuer à des opérations à plus-value sociale comme la plantation d'arbres, la participation à une opération caritative...

Notre conseil : Nous vous conseillons de toujours vérifier ce qui pourra être déductible pour votre entreprise. Vérifier également la compatibilité des avantages avec les commissions paritaires auxquelles appartiennent vos travailleurs.

2.3. Enfoncez le clou !

La communication sur le covoiturage doit être récurrente afin de stimuler vos travailleurs à sauter le pas vers le covoiturage. Fixez-vous un calendrier sur une année avec des messages de rappel. N'oubliez pas de diversifier ces messages : écologie, économies, témoignages...

Restez également en contact avec la direction des ressources humaines. Permettez aux nouveaux travailleurs d'accéder directement à l'information propre au covoiturage. Préparez un dépliant, prenez le temps de lui expliquer... Ceci permettra au nouveau venu de prendre de bonnes habitudes dès le départ.

Pour aller plus loin, n'hésitez pas à contacter les opérateurs de covoiturage ! Ils disposent d'une panoplie d'outils qui vous permettront de mettre en place une politique de mobilité efficace !



3. Les opérateurs de covoiturage actifs dans la Province

Taxistop – service carpool.be



Taxistop asbl – service carpool.be

Rue Buisson Saint-Guibert 1B
5030 Gembloux

info@taxistop.be

Martin Biot

Project Manager en mobilité partagée
mbi@taxistop.be – 081/62.50.99

Béatrice Schobbens

Project Manager en mobilité partagée
bsc@taxistop.be – 081/62.50.97

Commuty - Plateforme de covoiturage et de mobilité durable



Anne-Claire Vanfleteren

Responsable Commuty
anne-claire@commuty.net
0489/736 759

4. Plus d'infos ? Contactez nos partenaires !



Province du Brabant wallon

Service du développement territorial et environnemental

Pierre Francis

Parc des Collines - Bâtiment Archimède – Place du Brabant wallon,1
(anciennement Avenue Einstein 2) - 1300 Wavre

Téléphone: +32 (0) 10/23 63 69

developpementterritorial@brabantwallon.be



Taxistop asbl, coordinateur du projet Semaine du Covoiturage en Brabant wallon

Martin Biot & Béatrice Schobbens

Avenue du Douaire 6

1340 Ottignies

010/23.58.01

mbi@taxistop.be – bsc@taxistop.be



Commuty

Anne-Claire Vanfleteren

Responsable Commuty

anne-claire@commuty.net

0489/736 759



Union wallonne des entreprises

Benoît Minet & Chloé Laurent

Chemin du Stocquoy 3

1300 Wavre

010/48.94.05

mobilite@uwe.be



Intercommunale du Brabant wallon

Service économique

Françoise Duplat

Rue de la Religion 10

1400 Nivelles

067/21.71.11

economique@ibw.be



carpool.be





Semaine du
COVOITURAGE
en Brabant wallon

du 16 au 22
septembre 2016

*On fait le même trajet,
on partage les frais?*

www.covoituragebw.be



carpool.be



Brochure réalisée par Taxisop en 2015 et mise à jour par la Cellule Mobilité de l'Union Wallonne des Entreprises en 2016.