



Renta Opinie

HET MOBILITEITSBUDGET

De leasing- en autoverhuursector **ondersteunt** het concept van de invoering van een mobiliteitsbudget voor bedrijven. Het kan een gepast antwoord bieden op de mobiliteitsbehoefte van werknemers die meer divers is dan voorheen. Het mobiliteitsbudget mag geen stigma voor de bedrijfswagen zijn, maar dient het gebruik van **alternatieven makkelijker** te maken voor **werknemer en werkgever**. Uiteindelijk beoogt het mobiliteitsbudget een gedragsverandering richting duurzame vervoersmiddelen en ketenmobiliteit met een vermindering van de (woon-werk) files tot gevolg.

Onze concrete aanbevelingen:

- Het wettelijk kader zou ernaar moeten streven om het mobiliteitsbudget voor **zo veel mogelijk werknemers** in te voeren. Het mag dus geen exclusief systeem worden werknemers die vandaag over een bedrijfswagen beschikken, maar dient opportuniteiten te scheppen voor iedere werknemer.
- De **werkgever** dient de vrijheid te hebben te **bepalen** of het mobiliteitsbudget enkel aangewend kan worden door de werknemer of ook door de **gezinsleden** die onder hetzelfde dak wonen.
- Het begrip mobiliteit is in het kader van het nieuwe werken geen exclusief verhaal meer van 'vervoersmiddelen'. Het begrip mobiliteit zou dus best **breed en niet restrictief geïnterpreteerd** worden en het hele aanbod omvatten dat verplaatsingen mogelijk maakt, maar ook de middelen die verplaatsingen kunnen vermijden bv. de kosten voor flexibele vergader- of werkplekken, bepaalde communicatiemiddelen of elementen die thuiswerken bevorderen.
- Zuiver professionele verplaatsingen in opdracht van en eigen aan de werkgever dienen buiten het toepassingsveld van sociale en fiscale regels te blijven. Het wettelijk kader rond het mobiliteitsbudget dient zowel rekening te houden met werknemers die overwegend woon-werk verkeer en zuivere privé-verplaatsingen maken, maar ook met werknemers die een groter aantal zuiver professionele kilometers afleggen. Daartoe stellen we een regeling voor die zowel een **forfaitaire schatting** van het aantal professionele kilometers kan omvatten als een **regeling waarin de professionele kilometers afgezonderd kunnen worden** van de woon-werk en zuivere privé-kilometers om de zakelijke kilometers buiten het mobiliteitsbudget te houden. Dit kan middels meetsystemen.
- Bedrijven die een mobiliteitsbudget invoeren zouden in het kader van dat plan een **financiële of fiscale incentive** moeten krijgen als ze ook een **bedrijfsvervoersplan** opmaken. Dit plan brengt de mobiliteitsstromen van en naar het bedrijf alsook van de verplaatsingsbehoeften van de werknemers in beeld. Het zal aanbevelingen bevatten voor de werknemers en kan in die zin betere sturing geven aan het mobiliteitsbudget.
- Om het bedrijfsbudget een echte kans te geven én om te vermijden dat het een kostenverhogend initiatief zou zijn voor de werkgevers, zou een **stuk bruto-loon omzetbaar** gemaakt moeten worden naar het mobiliteitsbudget.
- Het **voordeel alle aard** dient **proportioneel** bepaald te worden in functie van de gebruikte vervoersmodi.
- De **werkgever bepaalt het budget** en de kostprijs van de individuele componenten gebaseerd op totale kost, kost per kilometer, kost per gebruik of een combinatie ervan.

L'opinion Renta

LE BUDGET MOBILITÉ

Le secteur de la location de voitures **soutient** le concept de l'instauration d'un budget mobilité pour les entreprises. Cette formule peut apporter une réponse adaptée au besoin de mobilité plus varié qu'auparavant des collaborateurs. Le budget mobilité ne peut en aucun cas être le stigmate de la voiture de société, mais doit **simplifier le recours à des alternatives pour le collaborateur et l'employeur**. En fin de compte, le budget mobilité vise à déclencher un changement de comportement ainsi que l'adoption de moyens de transport et d'une chaîne de mobilité durables, entraînant une diminution des embouteillages (sur les trajets domicile-travail).

Nos recommandations concrètes :

- Le cadre légal devrait viser à instaurer le budget mobilité pour un **maximum de collaborateurs**. Il ne doit donc pas s'apparenter à un système exclusif destiné aux employés bénéficiant aujourd'hui d'une voiture de société, mais doit générer des opportunités pour chaque collaborateur.
- L'**employeur** doit avoir la liberté de **déterminer** si le budget mobilité peut uniquement être utilisé par le collaborateur en personne ou également par les **membres de sa famille** domiciliés sous le même toit.
- Le concept de mobilité n'implique plus seulement les 'moyens de transport' à la lumière des nouveaux développements. Le concept de mobilité devrait s'entendre au **sens le plus large du terme et ne pas être interprété de manière restrictive**. De ce fait, il doit couvrir toute l'offre permettant de se déplacer, mais aussi les moyens permettant d'éviter des déplacements comme les coûts inhérents aux lieux de réunion ou de travail flexibles, certains outils de communication ou des instruments favorisant le télétravail.
- Les déplacements purement professionnels réalisés pour le compte de son employeur doivent demeurer en dehors du champ d'application des règles sociales et fiscales. Le cadre légal relatif au budget mobilité doit prendre en considération tant les collaborateurs qui effectuent essentiellement des déplacements domicile-travail et des déplacements purement privés que les collaborateurs qui parcourent un grand nombre de kilomètres purement à des fins professionnelles. De ce fait, nous proposons à la fois une réglementation qui peut comporter **une estimation forfaitaire** du kilométrage professionnel qu'une autre **distinguant les kilomètres parcourus dans l'exercice de sa profession** des déplacements domicile-travail et purement privés. Cette dernière formule permettrait d'exclure du budget mobilité les kilomètres professionnels à l'aide d'un système de mesure.
- Dans le cadre de ce plan, les entreprises instaurant un budget mobilité devraient bénéficier d'un **avantage financier ou fiscal** dès leur application d'un **plan de transport d'entreprise**. Ce plan permettrait de cartographier les flux de mobilité vers et à destination de l'entreprise ainsi que les besoins en déplacement des collaborateurs. Il comprendrait des recommandations pour les collaborateurs et peut, en ce sens, améliorer le pilotage du budget mobilité.
- Afin de donner une véritable chance au budget de l'entreprise et d'éviter que cette initiative entraîne une hausse des coûts pour les employeurs, une **partie du salaire brut devrait être convertible** en budget mobilité.
- L'**avantage de toute nature** doit être déterminé **proportionnellement** en fonction des modes de transport utilisés.
- L'**employeur fixe le budget** et le coût de revient des composants individuels sur la base du coût total, du coût au kilomètre, du coût à l'usage ou d'une combinaison de ces facteurs.

RENTA HAPPENING 2015

16/09/2015

DE MARKT VOOR VOERTUIGENVERHUUR

Renta vertegenwoordigt 50 bedrijven, goed voor meer dan 360.000 lange- en korte termijn huurvoertuigen (personen-, bestel- en vrachtwagens). In het eerste semester van 2015 schreven Renta-leden samen 22% in van alle nieuw verkochte wagens in België en 45% van de verkopen in de professionele markt.

LANGE-TERMIJN MARKT

Marktevolutie

De lange-termijn verhuurders noteerden in 2014 7% meer bestellingen dan in 2013. Het wagenpark groeide met 3,7 procent tot 333.820 voertuigen. Midden 2015 groeide de vloot door tot bijna 341.000 eenheden. Het aantal nieuwe bestellingen lag per einde juli 2015 ruim 9% hoger dan dezelfde periode vorig jaar.

De totale markt voor bedrijfswagens vertegenwoordigde 49% van het totaal aantal nieuwe inschrijvingen in België tijdens eerste semester van 2015. Dit is een stijging ten opzichte van 2014 (46%) en 2013 (47%). Zeer opvallend is dat de penetratie van nieuwe inschrijvingen door Renta-leden (operationele lease en korte-termijn verhuur samen) gevoelig toeneemt, in het eerste semester van 2013 41%, 2014 42% en in 2015 45%. Op het totaal aantal nieuwe inschrijvingen is dit 22%.

Zeer opvallende stijging ook in het bestelwagensegment: 21% van alle nieuw ingeschreven voertuigen in 2015 is een bestelwagen, in 2013 was dat 17% en in 2014 19%.

Merken

BMW bleef in 2014 het populairst: bijna 1 op 5 nieuw ingeschreven leasingwagens in 2014 was van dit merk, gevolgd door VW, dan Audi en Mercedes op de vierde plaats.

De premiummerken Audi, BMW, Mercedes en Volvo samen vertegenwoordigden 47,5% van alle nieuwe leasing-inschrijvingen. In 2015 stijgt dit door tot boven de 48%. Een evolutie die al jaren aanhoudt.

Verwachtingen

Operationele leasing blijft aan populariteit toenemen, klanten zoeken "ontzorging" van hun vloot en een vast budgettair kader. In het kader van een toenemende druk op de auto-mobiliteit nemen leasemaatschappijen meer en meer de rol van regisseur van de bedrijfsmobiliteit op zich. Verder in dit document kan u de standpunten van de sector over het Mobiliteitsbudget terugvinden, dat de weg zou moeten effenen naar meer multimodaliteit.

LE MARCHÉ DE LOCATION DE VÉHICULES

Renta représente 50 entreprises comptant ensemble plus de 360.000 véhicules de location à court et à long terme (voitures de tourisme, camionnettes et camions). Durant le premier semestre de 2015, les membres de Renta ont immatriculé près de 22% de l'ensemble des nouveaux véhicules achetés en Belgique et 45% des véhicules vendues aux professionnels.

MARCHÉ À LONG TERME

Évolution du marché

En 2014, les loueurs à long terme ont enregistré 7% de nouvelles commandes en plus que l'année précédente. Le parc automobile a progressé de 3,7% pour s'établir à 333.820 véhicules.

À la mi-2015, la flotte a encore progressé pour atteindre 341.000 unités. Le nombre de nouvelles commandes était, fin juillet 2015, plus de 9% supérieur à celui enregistré au cours de la même période l'an dernier.

Le marché total des véhicules de société représentait 49% du nombre total d'immatriculations de véhicules neufs durant le premier semestre de 2015. Ceci signifie une augmentation par rapport à 2014 (46%) et 2013 (47%). À remarquer que la pénétration de nouvelles immatriculations par les membres Renta (Leasing opérationnel et location court terme) augmente: durant le premier semestre de 2013 41%, 2014 42% et en 2015 45%. Sur le nombre total des nouvelles immatriculations cela représente 22%.

Croissance remarquable également dans le segment des camionnettes: quote-part de 21% des nouveaux véhicules immatriculés en 2015, à comparer avec 17% en 2013 et 19% en 2014.

Marques

BMW demeure la marque la plus prisée: 1 nouvelle voiture de leasing immatriculée sur 5 en 2014 provenait du constructeur munichois. Viennent ensuite VW, Audi et Mercedes.

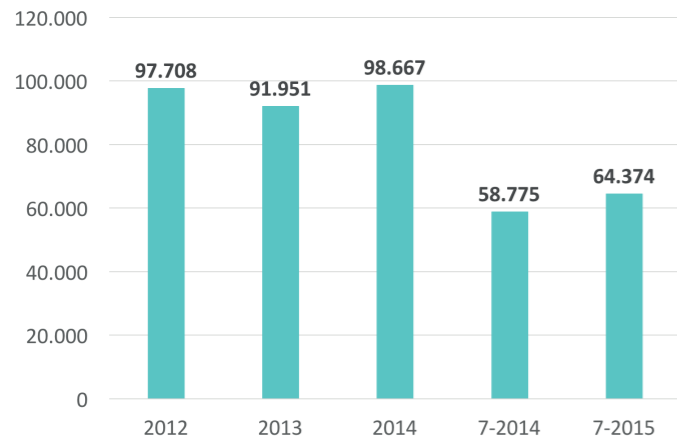
Les marques « premium » Audi, BMW, Mercedes et Volvo représentent ensemble 47,5 % de toutes les nouvelles immatriculations de voitures de leasing. En 2015, cette tendance continue pour atteindre plus de 48%.

Perspectives

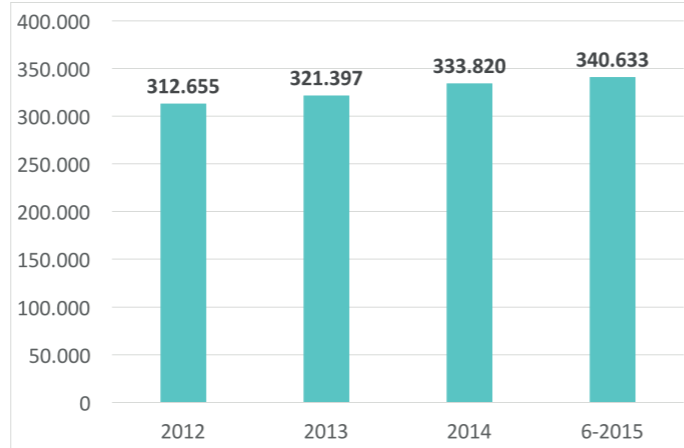
La flotte de voitures de leasing continue de prendre de l'ampleur, les clients cherchent des solutions « sans soucis » dans un cadre budgétaire fixe. Dans le cadre de la pression sur la mobilité-voiture, les sociétés de leasing prennent de plus en plus le rôle de régisseur de la mobilité d'entreprise. Plus loin dans ce document vous pouvez retrouver les points de vue du secteur sur le Budget mobilité, qui pourrait ouvrir la porte à plus de multi-modalité.



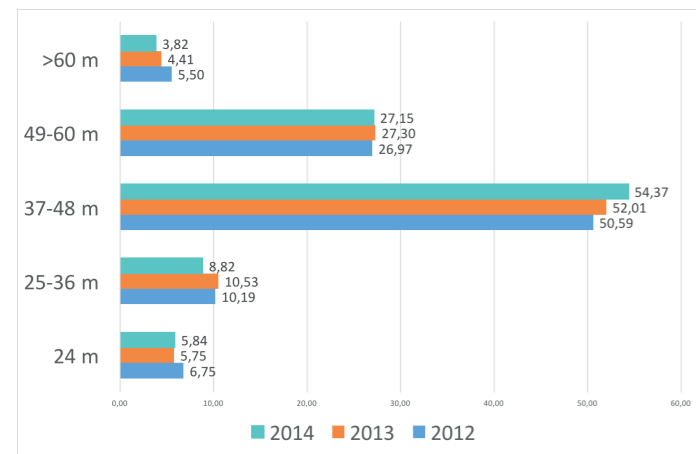
Nieuwe bestellingen door Renta LT Leden
Nouvelles commandes par membres Renta LT



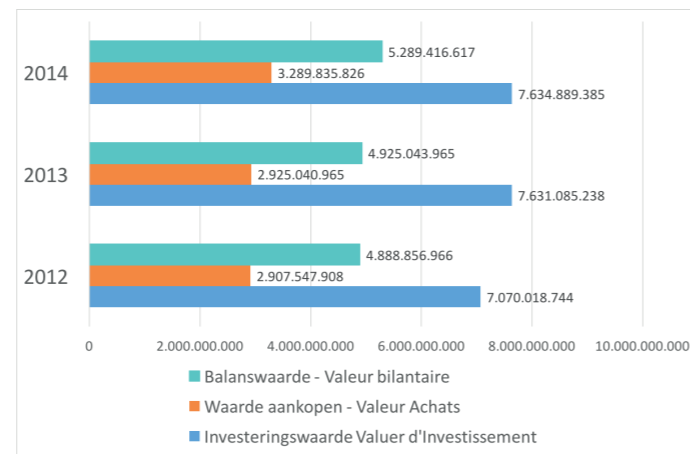
Evolutie van het wagenpark Renta-leden LT
Evolution du parc de véhicules membres Renta LT



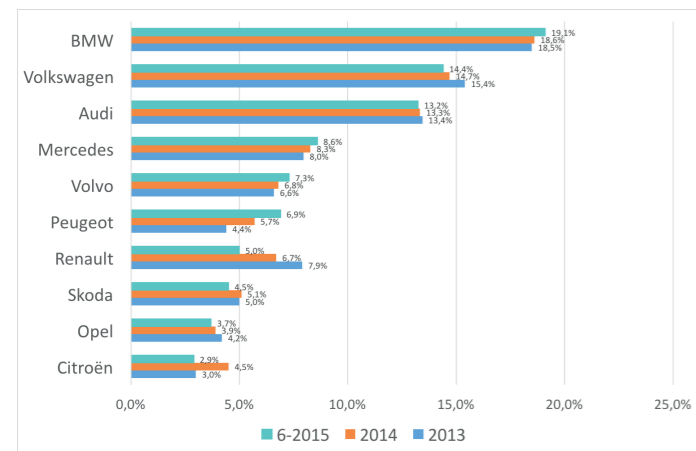
Looptijd van de contracten
Durée des contrats



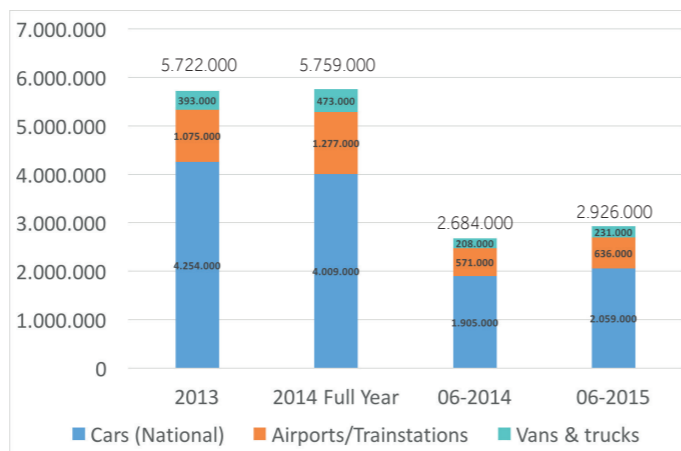
Waarde wagenpark
Valeur parc de véhicules



Top 10 aankopen per merk (marktaandeel)
Top 10 achats par marque (part de marché)



Aantal huurdagen korte-termijnverhuur
Nombre de jours de location court terme



DE KORTE-TERMIJN MARKT

Statistieken

De Renta-leden die statistieken aanleveren over de korte-termijn markt vertegenwoordigen samen 90% van de verhuringen op luchthavens en in treinstations en ongeveer 80% van de lokale markt. Het betreft hier voornamelijk verhuur in het zakelijke segment.

Om een beter inzicht te krijgen in de markt, werd in 2014 begonnen met het verzamelen van statistieken bij lokale verhuurders die vaak in het segment van de bestelwagenverhuur actief zijn. Sedert dit jaar zijn deze ook opgenomen in de statistieken.

Marktevolutie

Tussen 2013 en 2014 bleef het totale marktvolume nagenoeg stabiel. Het luchthaven/treinstation segment, in 2014 goed voor 24% van de totale korte-termijn huurmarkt, deed het andermaal opvallend goed met een groei van meer dan 19%. De omzet in dat segment steeg echter slechts met 8%, wat aangeeft dat de prijzen blijvend onder druk staan. De lokale (vnl. zakelijke) markt voor personenwagens daalde met 7% in volume en 10% in omzet. De bestelwagenmarkt ging fors vooruit met een omzetsijging van 13%.

De eerste 6 maanden van 2015 herstelde de lokale markt voor personenwagens (+8% volume, +3% omzet) en er worden opnieuw sterke volumetijgingen genoteerd in luchthavens en stations (+12% volume, +8% omzet) net zoals in de bestel- en vrachtwagens (+12% in volume en omzet). Globaal gaat de markt vooruit met 9% in volume en 6% in omzet.

Toelichting

De korte-termijn markt doet het volumematisch goed de laatste tijd, maar de prijserosie blijft een probleem. De sector heeft wel een efficiëntieslag kunnen maken en de bezettingsgraad is beduidend toegenomen, van 75% in 2012 naar 83% in 2015.

De positieve trend heeft te maken met het economische herstel en met een toenemend aantal lease- en bedrijfswagens, waarvan de korte-termijn markt een graantje meepikt onder de vorm van aanloop- en vervangwagens. Voorlopig breken in België nieuwe initiatieven, zoals geautomatiseerde verhuur op uurbasis (car sharing) en peer-to-peer verhuur, niet echt door.

LE MARCHÉ À COURT TERME

Statistiques

Les membres de Renta qui ont fourni des statistiques relatives au marché à court terme représentent 90 % des locations opérées dans les aéroports et dans les gares ferroviaires ainsi que quelque 80 % du marché local. Cette activité porte en l'occurrence principalement sur le segment business.

Afin d'encre mieux connaître le marché, la fédération a commencé, en 2014, à rassembler des statistiques auprès des loueurs locaux qui sont généralement actifs dans le segment de la location des camionnettes. Depuis cette année, ces données sont également intégrées aux statistiques présentées dans ce document.

Évolution du marché

Entre 2013 et 2014, le volume total du marché est resté quasiment stable. Le segment aéroports/gares, qui représentait 24% de l'ensemble du marché de la location à court terme en 2014, a une fois de plus suivi une évolution de croissance surprenante de plus de 19%. Le chiffre d'affaires réalisé dans ce segment n'a cependant progressé que de 8%, ce qui indique clairement que les tarifs restent soumis à une réelle pression. Le marché local (principalement business) des voitures de tourisme s'est replié de 7% en volume et de 10% en chiffre d'affaires. Le marché des camionnettes, pour sa part, a noté une augmentation de 13% en chiffre d'affaires.

Les 6 premiers mois de 2015 le marché local des voitures de tourisme a bien remonté (+8% en termes de volume et +3% de chiffre d'affaires), mais se sont caractérisés aussi par de nouvelles fortes augmentations de volume dans les aéroports et les gares (+12 % de volume, +8 % de chiffre) ainsi que dans le segment des camionnettes (+12 % tant en chiffre qu'en volume). Globalement, le marché augmente de 9% en volume et de 6% en chiffre.

Commentaires

Le marché à court terme se comporte mieux les derniers temps, mais l'érosion des prix constitue un problème. Le secteur est toutefois parvenu à améliorer son efficacité et son taux d'occupation qui est passé de 75% en 2012 à 83% en 2015.

Les causes de ce progrès sont essentiellement une meilleure situation économique ainsi qu'un marché long terme qui se comporte mieux et dont les loueurs court terme peuvent profiter par le besoin de véhicules d'attente et de remplacement. Les nouvelles tendances telles que la location automatisée sur base horaire (car sharing), la location peer-to-peer, etc. se développent très lentement en Belgique.