

# EDENRED LANCEERT **ECOCHIQUE ON TOUR**, EEN SENSIBILISERINGSCAMPAGNE OM HET KOOPGEDRAG VAN DE BELGEN TE VERBETEREN

Tijdens de maand juni reist de ecotruck van Edenred – een ware ecologische woonwagen – door België om consumenten te informeren en bewust te maken van het brede gamma aan producten en diensten die ze met ecocheques kunnen kopen.

**Brussel, 31 mei 2018 – Edenred, wereldleider in transactionele oplossingen voor bedrijven, werknemers en handelaars, en vooral bekend om zijn *Ticket Restaurant*<sup>®</sup>- en *Ticket Ecocheque*<sup>®</sup>-producten, lanceert op 31 mei een nationale campagne over ecologie. Ecocheques mogen dan wel de koopkracht van de consument vergroten, toch zijn ze vooral een middel om milieuvriendelijk te consumeren. Ondanks alle inspanningen lijkt er nog heel wat onduidelijkheid over de gebruiksmogelijkheden van ecocheques te heersen bij het grote publiek. Daarom gaat Edenred de hele maand juni op pad om de Belgen te ontmoeten en hen te laten ontdekken dat de ecocheque een toegangsticket is tot intelligentere consumptie en hen een ruime keuze biedt aan kwaliteitsvolle en milieuvriendelijke producten.**

Ons consumptiegedrag beïnvloedt niet enkel ons dagelijks leven, maar heeft ook een directe impact op toekomstige generaties. Edenred engageert zich daarom, naast zijn activiteit als uitgever van cheques, ook voor een maatschappelijke missie en wil zich positioneren als een belangrijke ecologische speler. De uitgever van *Ticket Ecocheque*<sup>®</sup> gaat daarom de Belgen persoonlijk opzoeken om hen bewust te maken van ecologische en duurzame consumptie. Edenred herinnert hen er daarbij aan dat het koopgedrag van elk individu telt voor het milieu – zeker aangezien in 2017 in totaal bijna 820.000 miljoen Belgen *Ticket Ecocheque*<sup>®</sup> hebben ontvangen, goed voor een gecombineerde ecologische koopkracht van € 115 miljoen euro.

*“Ecocheques werden in het leven geroepen om veranderingen in consumptiegewoonten aan te moedigen. De bestedingsmogelijkheden met ecocheques zijn talrijk en gevarieerd: van de aankoop van een vintage meubel of een drankje uit de frisdrankautomaat, over de reparatie van een smartphone tot de aanleg van de tuin. We merken echter dat het brede gamma aan producten en diensten die met ecocheques aangekocht kunnen worden, nog te weinig bekend is bij de Belgen”,* legt Olivier Bouquet, algemeen directeur van Edenred Benelux, uit.

## Edenred op tournee door het hele land om het koopgedrag van de Belgen te verbeteren

Is het mogelijk om aan onze dagelijkse behoeften en wensen te voldoen met *Ticket Ecocheque*<sup>®</sup>? Dat is de uitdaging die Edenred een consument heeft voorgesteld. Op 28 en 29 mei vormde de ecotruck op de parking van de Carrefour-winkel in Oudergem zijn ecologische thuis. De aankopen en verplaatsingen van de consument moesten allemaal milieuvriendelijk zijn en betaald worden met *Ticket Ecocheque*<sup>®</sup>. Het doel hiervan is aan te tonen dat ecocheques niet enkel gebruikt kunnen worden voor 'bijkomstige' aankopen of producten die ten onrechte als duur en moeilijk toegankelijk worden beschouwd, maar dat ze perfect passen in onze essentiële dagelijkse behoeften.

Vandaag begint de ecotruck aan zijn een maand durende reis door het land. Hij zal in verschillende steden halt houden, op de werkplek van gebruikers en bij partnerbedrijven en winkelcentra, te beginnen bij **Dockx Brussel** op zaterdag 2 juni. De ecotruckroute maakt ook tussenstoppen in **Waasland Shopping Center** in Sint-Niklaas (9 juni), **Decathlon Evere** (13 juni), **Les Grands Près** in Bergen (16 juni) en **K in Kortrijk** (23 juni). Zijn reis eindigt op woensdag 27 juni op symbolische wijze bij de hoofdzetel van Edenred in Brussel. U kunt de route van de ecotruck van Edenred rechtstreeks volgen op [ecotruck.edenred.be](http://ecotruck.edenred.be).

Het doel van de 'ecocheque on tour'-tournee is om het aanbod en de diversiteit van producten en diensten te tonen die consumenten met behulp van *Ticket Ecocheque*<sup>®</sup> kunnen verkrijgen, om consumenten tips te geven over hoe ze hun koopgedrag gemakkelijk kunnen bijsturen en om het specifieke profiel van elke consument te evalueren.

Edenred hoopt zo ook een positief effect te hebben op de perceptie van ecocheques. Dat is een belangrijke uitdaging, aangezien ecocheques een echte ecologische hefboom vormen: één consument op de drie verklaart namelijk zijn gewoonten te hebben veranderd door het gebruik van ecocheques<sup>1</sup>. De positieve impact werd dus reeds aangetoond, maar de bewustwording ervan dient verdergezet en geïntensifieerd te worden.

Daarnaast heeft Edenred ook besloten om samen te werken met verschillende ecologische partners, waaronder Natagora en Natuurpunt, om onder andere de CO<sub>2</sub>-uitstoot van de ecotruck te compenseren. Om de CO<sub>2</sub>-uitstoot te neutraliseren, wordt in november in de regio van Mechelen 200 m<sup>2</sup> nieuw bos aangelegd. Ook andere belangrijke spelers steunen deze actie, zoals PEFC (niet-gouvernementele organisatie die actief is op het gebied van de certificering voor duurzaam bosbeheer) en Ecolabel (officieel Europees milieukeurmerk, met name erkend door alle landen van de Europese Unie).

*"We zijn verheugd dat deze campagne van start gaat en zijn vooral benieuwd naar de impact die ze op lange termijn zal hebben op de mentaliteit van de consument. Vandaag is iedereen zelf verantwoordelijk voor het herzien van zijn consumptiegedrag om die ecologischer en duurzamer te maken. Ecocheques vormen de hefboom die perfect past in deze positieve versnelling",* licht Chris Steenwegen, algemeen directeur bij Natuurpunt, toe.

### Het profiel van elke consument bepalen voor een groter milieu-effect

Met een studie die gedurende de hele campagne zal worden uitgevoerd, wil Edenred nog een stap verder gaan in zijn onderzoek naar trends in consumptie en soorten gedrag van Belgen. In samenwerking met de gebruikers van ecocheques, zal de studie het mogelijk maken consumenten in groepen in te delen en hen op die manier individueel te benaderen met specifieke en treffende boodschappen.

---

<sup>1</sup> Tevredenheidsenquête uitgevoerd door Edenred in 2017 bij de gebruikers van *Ticket EcoCheque*<sup>®</sup>



“De geïnformeerde en verantwoordelijke consument wordt zo de voorschrijver van milieuvriendelijke consumptiepatronen. Als we ertoe kunnen bijdragen om de Belgen te mobiliseren en op weg te helpen naar een duurzamere levensstijl, dan zullen we ons doel grotendeels bereikt hebben”, aldus Olivier Bouquet.

---

### Ter attentie van redacties en journalisten

Wij nodigen u van harte uit om de ecotruck te ontdekken tijdens zijn 'ecocheque on tour'-tournee. Interviews met vertegenwoordigers van Edenred en/of campagnepartners zijn mogelijk. Indien u vragen hebt of een interview wenst, neem dan contact op met Jérémy Bossu, telefonisch (0473 499 567) of per mail: [jeremy.bossu@ketchum.com](mailto:jeremy.bossu@ketchum.com).

---

**Edenred** is wereldleider in transactionele oplossingen voor bedrijven, werknemers en handelaars. Met deze oplossingen - of het nu gaat om kaarten, mobiele telefoons, online platformen of papieren cheques - kunnen de werknemers extra koopkracht verwerven, de bedrijven hun kosten optimaliseren en de partnerhandelaars van de groep extra omzet genereren.

Het aanbod van Edenred is onderverdeeld in drie business lines:

- Voordelen voor werknemers (Ticket Restaurant®, Ticket Alimentación, Ticket Plus, Nutrisavings ...).
- Professionele mobiliteitsoplossingen (Ticket Log, Ticket Car, UTA, Ticket Empresarial ...)
- Aanvullende oplossingen: betaling tussen bedrijven onderling (Edenred Corporate Payment), Motivatie en beloningen (Ticket Compliments, Ticket Kadéos) en Publieke sociale programma's.

De groep verbindt zo een uniek netwerk van 43 miljoen werknemers, 750.000 bedrijven of gemeenschappen en 1,4 miljoen handelaars.

Edenred is genoteerd aan de beurs van Parijs als onderdeel van de CACNext20-index en is met bijna 8.000 medewerkers aanwezig in 42 landen. In 2016 beheerde de groep bijna € 20 mld. aan transacties, waarvan 70% kaart-, mobiele en webtransacties.

De handelsmerken en logo's die in dit persbericht worden vermeld en gebruikt zijn gedeponeerde handelsmerken van de N.V. EDENRED, haar dochterondernemingen of derden. Zij mogen niet voor commerciële doeleinden worden gebruikt zonder de schriftelijke toestemming van hun eigenaar.

Volg Edenred op Twitter: <https://twitter.com/EdenredBelgie>

---

## CONTACTEN

### Persrelaties

Jérémy Bossu  
+32 (0)473 499 567  
[jeremy.bossu@ketchum.com](mailto:jeremy.bossu@ketchum.com)

