





This is Horeca Vlaanderen





Two public affair campaigns

- 1) Flexi-tour (May 2019)
- 2) Kies voor Horeca... voor het te laat is (December 2019)

Timing

- 1) Interview with Green party leader Meyram Almaci “no more flexi-jobs”: necessary for horeca in Flanders
- 2) After the election, during formation of federal government



Two types of marketing used

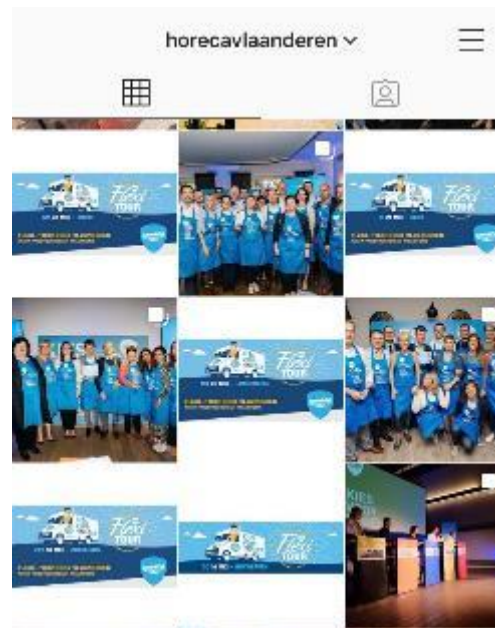
1) Event marketing

Creating a stage on which to promote your solution to customers (here: stakeholders) by inviting them to participate
→ Flexi Tour: Politicians working as a “flexijobber”

2) Content campaign: don't underestimate the power of non-digital tactics.

Direct mailing campaign → video campaign → social campaign → print

Groen wil komaf maken met flexi-jobs



TIME FRAME ➡ ACTION ➡ PROMOTION ➡ POLICY



<https://www.youtube.com/watch?v=a1QuH1sa7Es&t=8s>



Suggestiemenu uit het receptenboek

VOOR TIJDENS JULLIE EERSTE 12 MAANDEN

Vlaamse Klassiekers

- ☐ De voedingsberoepen moeten positief belicht worden met aandacht voor het vakmanschap en de voordelen die verbonden zijn aan het beroep.
- ☐ De heft van de startende horecaondernemingen haakt zijn wijte verpaand niet. De afschaffing van de vestigingsovername blijft een probleem. Daarom moet bekken worden welk wettelijke alternatief kan worden uitgewerkt. De juiste begeleiding voor ondernemers is immers een mix van opleidingen, ervaring en goede financiële kennis.

Belgische klassiekers

- ☐ Arbeidsvereenkomsten moeten ook in de horecasector digitaal kunnen worden ondertekend. De huidige situatie zorgt voor nodige administratieve rompslomp.
- ☐ De automatisch toekenning van de korting, zonder verplichte aanwezigheidsregistratie indien het GRS wordt gebruikt in de onderneming. De doelgroep RSE-korting moet kunnen worden toegekend aan 10 in plaats van 5 fulltime werknemers.
- ☐ Deze korting moet ook pro rata kunnen worden toegepast voor deeltijdse werknemers.
- ☐ De RSE-korting moet worden verhoogd naar duizend euro per kwartaal voor werknemers ouder als 26 jaar en naar 1.600 euro voor medewerkers jonger dan 26 jaar.
- ☐ Het principe van een maatregel, die slechts in één specifieke sector van toepassing is, blijft vreemd. Een gelijk speelveld tussen sectoren is immers essentieel om een duurzaam economisch klimaat te creëren. Iedereen zou dezelfde regels moeten volgen. Anders kunnen ze maar beter worden afgeschaft.
- ☐ Daarnaast moet ook één zoekende per horecaonderneming kunnen genieten van de RSE-korting. Het is zij die ondernemt, creëert jobs en zou hiervoor belaud moeten worden.
- ☐ Absolute je kritiek is een btw-verlaging op de non-alcoholische dranken naar 6%. Zo creëer je een gelijk speelveld met de groot- en detailhandel. Een frisdrank zou in dit land toch overal op dezelfde manier belaud moeten worden? Dit is de logica zelf.
- ☐ Het verhogen van de fiscale aftrek van 60% naar 100% van de restaurantkosten voor zelfstandigen en ondernemers. Dit is een herwaaiing van de situatie die van kracht was vóór de invoering van de gereguleerde kassa. Dit kan een noodzakelijke stimulans zijn voor de restaurantsector.

Europese smaakmakers

- ☐ Online reviews hebben wel, degelijk een impact op het succes van een horecazaak, daarom moet er de nodige aandacht gegeven worden. Horeca Vlaanderen vindt dat horecaondernemers moeten kunnen reageren op reviews over hun eigen zaak. De ranking op deze websites moet objectief zijn en mag niet met andere woorden niet afhangen van de prijs die deze of gene horecaondernemer aan de site heeft betaald. Reviews mogen maximum een jaar online staan en nooit anoniem zijn. Enkel klanten die de zaak daadwerkelijk hebben bezocht, mogen een review schrijven. Valie reviews moeten binnen de 24 uren verwijderd worden.





KIES
VOOR
HORECA



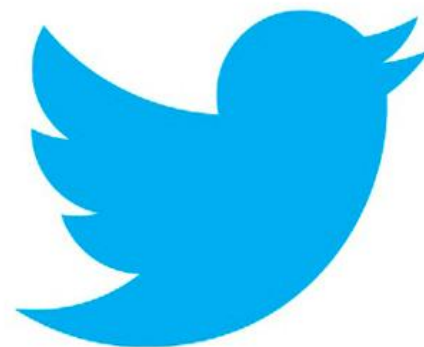




<https://www.youtube.com/watch?v=TXkaeBvQx1s>

“The easiest way to create sharability
is to give people a memorable
experience”

Franz Aliquo - creative director



@HORECAVLAANDEREN

@LIESELOTVANMOL

