

Handle hvitt i 2013

Notat til: SMSØ

Fra: Sekretariatet

Dato: 7. mars 2013



Følgende rapportering for arbeid med Regjeringens Handlingsplan mot økonomisk kriminalitet er sendt til Finansdepartementet:

Kampanjen "Handle hvitt, -det lønner seg å vite" ble satt i gang 1. november 2011. Kampanjen retter seg mot kjøpere av svarte tjenester med følgende fire hovedbudskap:

- *Lønnsarbeid i hjemmet under kr 4000 er skattefritt*
- *Forenklet lønnsinnberetning for lønnsarbeid i hjemmet*
- *Sjekk at leverandøren er seriøs*
- *Reglene om medansvar ved kontant betaling*

Det ble opprettet et nytt nettsted, www.handlehvitt.no, til hjelp for forbrukere som trenger mer informasjon. Det er laget egen versjon av nettstedet for brukere av mobile enheter.

Kampanjebudskapene ble formidlet både gjennom kjøpt reklameplass i det offentlige rom og gjennom å ta i bruk eksisterende nettverk hos partene i Samarbeid mot svart økonomi, (KS, LO, NHO, Unio, YS og Skatteetaten). Kampanjebudskapet retter seg spesielt mot kjøpere innen for rengjøring og oppussing.

En måling foretatt i slutten av november 2011 viste at 21 % av befolkningen (ca 799.000) på det tidspunktet hadde sett kampanjen. Kostnaden for hver person man har nådd med kampanjen (CpC) er ca. 3,00 kroner, noe som er omtrent på gjennomsnittet for tilsvarende kampanjer. Av hovedbudskapene er det kun det første (4000 kroner, hvitt og skattefritt) vi har hatt mulighet til å måle så langt. Kjennskapet til disse reglene er 61 % blant de som har sett kampanjen og 41 % blant de som ikke har sett kampanjen. Det vil si at mange av de som har sett kampanjen har fått med seg budskapet.

Like viktig som markedsføringen i det offentlige rom er påvirkningen som hver enkelt organisasjon gjør rettet mot sine egne medlemmer. Alle parter i SMSØ benytter sine interne nettverk for å få fram kampanjens budskap til sine totalt 1 500 000 medlemmer.

I hele 2012 var kampanjen synlig lokalt i store deler av landet, både gjennom boligmesser og et samarbeid med en byggevarekjede.

Innlevering av RF 1049, Oppgjørsblankett for private arbeidsgivere, økte med ca 35% i perioden 1.11.2011-30.9.2012 sammenlignet med samme periode et år tidligere.

I 2013 er det fremdeles aktivitet med stand på boligmesser. Det arbeides videre med å påvirke medlemmene hos organisasjonene i Samarbeid mot svart økonomi.

Hovedfokus i 2013 vil være forenklet innberetning av lønnsarbeid i hjemmet. Selv med økningen på 35% mener vi at vi her har potensiale til ytterligere økning. Budskapet "betal med kort, be om kvittering" vil i løpet av året komme tydeligere frem.

Prioritering?

Erfaringen med Handle hvitt viser tydelig at alle budskap ikke kan være like "viktige". Vi må derfor foreta en prioritering av budskapene.

Ut fra dette vil vi foreslå følgende prioritering på messene:

1. Vi vil først og fremst øke antall RF 1049 med 30%. Det virker best og er innen rekkevidde. Standen, bøttene og alt er innrettet mot hovedbudskapet. Vekting 50%.
2. Deretter kommer "resten av handlehvitt". Vekting 20%
3. Tredjeplass er "Bruk kort – ta med kvittering". Vi arbeider med et eget tiltak på kvittering, men kan prøve litt på messene gjennom quizen. Temaet passer inn i handle hvitt, men ikke så godt på messene (det er gatekjøkken, frisør og dekkskift som er problemet). Vekting 15%
4. "Hvem er vi – og hvorfor mener vi at svart arbeid er en tyv". Budskapet kommer tydelig fram på TV-skjermen. Vekting 15%

Utgangspunktet for Handle hvitt var at vi til sammen har ca 1 500 000 medlemmer tilknyttet partene i SMSØ. Organisasjonene har sine nettverk hvor vi kan nå disse.

Hva?

Vi innser at SMSØ's budskap må kjempe om plass med andre viktige budskap. Derfor vil vi foreslå at vi blir enige om enkle budskap og tidsrom for når disse skal løftes opp og frem hos alle partene.

Alle de opprinnelige handlehvitt-budskapene betinger i stor grad at du er i kjøpmodus for at budskapet skal engasjere. Hyppigheten av slike kjøp er svært varierende. Det er derfor viktig å velge et eller flere av budskapene og finne ut når dette kan være mest aktuelt.

Bruk av **Oppgjørsskjema for private arbeidsgivere, RF 1049**, er lett å måle, samtidig som det er et stort potensiale for forbedring. Vi foreslår derfor at vi prioriterer dette budskapet i en periode i 2013, gjerne knyttet til et tidspunkt hvor forekomsten av denne typen kjøp er stor.

Bruk av kvittering kombinert med kortbetaling betinger også at du er i kjøpmodus, men hyppigheten av kjøp er mye større. Vi ser for oss å løfte også dette budskapet i en periode i 2014.

Får vi til en god profilering av disse budskapene i 2013, har vi kommet et langt steg videre i 1.500.000-prosjektet vårt.

Når?

RF 1049 benyttes i stor utstrekning til barnepass og hjemmerengjøring, men har også et potensiale når det gjelder husmaling, mindre snekkerarbeid mv. Vi ser derfor to mulige perioder;

- mai/juni, mye husmaling, terrassesnekring og annet forefallende hagearbeid
 - Lønnsoppgjøret kan gjøre det mer utfordrende å komme fram med budskap hos partene i denne perioden
- augsut/september, mange inngår nye avtaler om rengjøring
 - Stortingsvalget kan gjøre det noe utfordrende å komme fram med informasjon i denne perioden

Betal med kort, be om kvittering synes å være svært aktuelt i november/desember. Både serveringsbransjen og frisørbransjen har ekstra mange kunder i denne perioden. Vi tror derfor at dette budskapet vil passe godt i denne perioden.

Spørsmål

Vi ber SMSØ vurdere prioriteringen, budskapene og hvilke perioder som er mest hensiktsmessige sett opp mot egen organisasjon og Handlehvittkampanjen som helhet, og håper at vi kan komme fram til enighet om prioritering, budskap og perioder på møtet 12. mars.