

I. **Het aanbod van ingroeibanen naar jonge werkzoekenden brengen, zodat openstaande vacatures optimaal ingevuld worden via ingroeibanen.**

<b>GEPLANDE ACTIE : Campagne</b>	
<b>DOELGROEP : werkzoekenden – 26 jaar</b>	
<b>DOELSTELLING:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Openstaande vacatures optimaal invullen via ingroeibanen</li> <li>- Actieve campagne op maat van jongeren, specifiek naar zij die geen aansluiting vinden bij de arbeidsmarkt.</li> <li>- Informeren in het algemeen, naamsbekendheid en traffic genereren naar de opleidingen en trajecten die binnen de sector toeleiden naar ingroeibanen.</li> </ul>	
<b>STREEFCIJFER 2018-2019</b>	<b>REALISATIE 2018 - 2019</b>
15.000/jaar jongeren bereiken	> 30.000 jongeren bereikt
<b>VOOROPGESTELD BUDGET</b>	<b>BESTEED BUDGET</b>
€ 170.000	234 706,10 €
<b>De campagne omvat</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Online strategie <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ontwikkeling website</li> <li>- Sociale mediacampagne met advertenties Facebook en Instagram</li> <li>- Mailing werkzoekenden database VDAB</li> <li>- Online benaderen van intermediairen</li> <li>- Productie van promotievideo's</li> <li>- ...</li> </ul> </li> <li>2. Face to Face strategie <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ontwikkeling beursstand</li> <li>- Ontwikkeling folders, gadgets,...</li> <li>- Face to face strategie naar intermediairen</li> <li>- Lokale acties werkzoekenden: jobdagen, infosessies</li> <li>- ...</li> </ul> </li> </ol>	

<b>GEPLANDE ACTIE : Jobdagen - infosessies – headhunting</b>	
<b>DOELGROEP : werkzoekenden – 26 jaar</b>	
<b>DOELSTELLING:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actieve campagne op maat van jongeren, specifiek naar zij die geen aansluiting vinden bij de arbeidsmarkt.</li> <li>- Informeren in het algemeen, naamsbekendheid en traffic genereren naar de opleidingen en trajecten die binnen de sector toeleiden naar ingroeibanen.</li> </ul>	
<b>STREEFCIJFER 2018-2019</b>	<b>REALISATIE 2018-2019</b>
30 jobdagen	76 jobdagen
<b>VOOROPGESTELD BUDGET</b>	<b>BESTEED BUDGET</b>
€ 140.000	141 777,01 €

<b>GEPLANDE ACTIE : Financiële tegemoetkoming jongeren</b>	
<b>DOELGROEP : werkzoekenden – 26 jaar</b>	
<b>DOELSTELLING:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aanbieden van financiële tegemoetkoming voor jongeren die zich engageren tot het volgen van een PlastIQ traject dat leidt naar een ingroeibaan in de sector.</li> </ul>	
<b>STREEFCIJFER 2018-2019</b>	<b>REALISATIE 2018 - 2019</b>
36 premies/jaar	28 premies/jaar
<b>VOOROPGESTELD BUDGET</b>	<b>BESTEED BUDGET</b>
€ 57.285	19 500,00 €
<p>Uit de cijfers kan je vaststellen dat niet alle bereikte jongeren in een traject tot ingroeibaan hun premie benut hebben. Dit komt omdat niet elke jongere deze zelf aangevraagd heeft, dit was één van de voorwaarden voor het krijgen van de premie. Ten tweede kan vastgesteld worden dat niet het volledige budget besteed werd. Dit komt enerzijds, zoals hierboven vermeld dat niet elke jongere zijn premie aangevraagd heeft én anderzijds omdat we de premie opgedeeld hebben in 3 stukken: opstartpremie, premie geslaagd en premie tewerkstelling. Jongere die halfweg afhaakten konden bijgevolg niet het volledige bedrag aanvragen.</p>	

**II. Specifieke regionale opleidingstrajecten met combinatie van opleidingen en werkervaring organiseren voor jongeren met taalachterstand, zonder vooropleiding, onvoldoende ervaring of het ontbreken van arbeidsmarktattitudes en dit in samenwerking met de VDAB.**

<b>ACTIE: Opleidingstraject</b>
<b>DOELGROEP : werkzoekenden – 26 jaar</b>

<b>DOELSTELLING :</b> - openstaande vacature optimaal invullen via ingroeibanen - jonge werkzoekenden toeleiden naar een ingroeibaan en vacature via het aanbieden van opleidingstrajecten met combinatie van opleidingen en werkervaring ism VDAB.	
<b>STREEFCIJFER 2018-2019</b>	<b>REALISATIE 2018 - 2019</b>
6 trajecten/jaar 36 jongeren/jaar	14 trajecten 76 jongeren
<b>VOOROPGESTELD BUDGET</b>	<b>BESTEED BUDGET</b>
€ 90.000	155 545,36 €
Doorstroom naar werkplekieren-traject: 36 Doorstroom naar werk: 24 - Vrouwen: 3 - Mannen: 30 - Inschatting allochtone origine: 9 - Geen diploma: 3 - LSO: 10 - HSO: 21 - HO: 2	

**III. Bedrijven uit de sector ondersteunen in het integreren van jonge werkzoekenden en het aanbieden van kwaliteitsvolle vorming op de werkvloer.**

<b>GEPLANDE ACTIE:</b> Bedrijven uit de sector ondersteunen in het integreren van jonge werkzoekenden en het aanbieden van kwaliteitsvolle vorming op de werkvloer.	
<b>DOELGROEP:</b> bedrijven, mentoren, jongeren -26 jaar	
<b>DOELSTELLING</b> - Leerwerkbedrijven aanmoedigen tot het volgen van de mentoropleidingen - Aanbieden van digitale tools voor competentieopvolging van jongeren in de ingroeibaan.	
<b>STREEFCIJFER 2018-2019</b>	<b>REALISATIE 2018 - 2019</b>
30 mentoropleidingen	63 mentoropleidingen
<b>VOOROPGESTELD BUDGET</b>	<b>BESTEED BUDGET</b>
€ 74.000	84 293,44 €

## Samenvattende tabel

	Actie		Aantal	Unieke jongeren
1	<b>Aanbod van ingroeibanen naar jonge werkzoekenden brengen.</b>	Communicatie campagne		>30.000 jongeren
		Jobdagen	74 jobdagen	
		Financiële tegemoetkoming jongeren		28 jongeren
2	<b>Regionale opleidingstraject</b>		14 trajecten	76 jongeren  <i>werkplekieren-traject: 36</i> - <i>Vrouwen: 3, mannen: 33</i> - <i>Inschatting allochtone origine: 9</i> - <i>Geen diploma: 3, LSO: 10, HSO: 21, HO: 2</i>  <i>doorstroom naar werk: 24</i>
3	<b>Bedrijven ondersteunen bij rekruteren, aanwerven, opleiden en integreren van jonge werknemers</b>		63 mentoren	
<b>Totaal bestede budget 2018-2019</b>				
<b>979 508,87 €</b>				

## Algemene conclusie

Gekeken naar de vooropgestelde streefcijfers kan vastgesteld worden dat de doelstellingen behaald zijn. Jongeren worden geïnformeerd over de jobs/opleidingen/trajecten die lopen binnen de sector en leiden naar een ingroeibaan. Dit zowel online als offline. Het bereik online is groot, ze daarna offline ontmoeten voor een gesprek is een uitdaging. Het blijft zoeken naar de ideale kanalen om jongeren te bereiken. Het uitbouwen van een netwerk met intermediairs is zeker een meerwaarde, zij komen rechtstreeks in contact met de doelgroep. Deze piste moet verder bewandeld worden in de komende projecten.

Naast informeren worden jongeren geactiveerd om in een inloopbaan-traject te stappen. Cruciale rol is hierbij weggelegd voor de jobcoach die jongeren correct informeert aan de start en tijdens het volledige traject opvolgt. Doordat onze jobcoach o.a. werkt aan randproblemen zoals mobiliteit, weerbaarheid, etc. proberen we de uitval tijdens het traject te minimaliseren. Jongeren die niet onmiddellijk doorstromen naar een tewerkstelling krijgen gepaste opvolging en gaan binnen korte termijn aan de slag. De attesten die ze via dit project behalen en de activering van de jobcoach betekent hier een grote meerwaarde.

Jongeren die aan de slag gaan binnen onze sector kunnen we makkelijker opvolgen en daar wordt vastgesteld dat ze lange tijd in hun stagebedrijf blijven werken, de meesten werken er na afloop van deze projectperiode nog. Via werkpleklers investeren bedrijven in jongeren en krijgen zo kansen tot een duurzame job.

Met dit project kan PlastIQ ook heel wat mentoren opleiden op de werkvloer. Bedrijven maken hier graag gebruik van en zorgen er zo mee voor dat jongeren een goede basis meekrijgen tijdens hun ingroeibaan.

Sterkste troef van het project is het grote aantal jongeren die we kunnen informeren. Daarnaast stellen we vast dat de combinatie opleiding in opleidingscentra en op de werkvloer binnen de bedrijven werkt. We zien dat er via dit project jongeren doorstromen naar een job als operator binnen de kunststoffensector die bij een rechtstreekse sollicitatie, zonder opleiding en begeleiding, het een pak moeilijker zouden hebben om een job te bemachtigen. Het gaat hierbij om duurzame jobs die jongeren een mooie start bieden.

Ook voor bedrijven is dit project een grote meerwaarde. Via KIEM kunnen we wat tegenwicht bieden aan de instroomproblematiek. We slagen erin de geringe instroom vanuit onderwijs aan te vullen met jongeren met een basisopleiding kunststoffen en groeipotentieel.