

Eindevaluatie

project ten gunste van jongeren die tot bepaalde risicogroepen behoren:
werkzoekenden van minder dan 26 jaar.



Starterskansen:
begeleiding professionele stages

Referteperiode:

1 jan. 2020 - 31 mrt. 2022

PC 227

PSC 303.01

Inhoudstafel

1. Het project	2
2. Algemene evaluatie	3
2.1. Stageplaatsen	4
3. Cijfers	6
3.1. Aantal inschrijvingen/kandidaten op database mediarte	6
3.2. Aantal mediastages	6
3.3. Aantal stagegevers/werkgevers	8
4. mediastage	11
4.1. Procedure	11
4.2. Begeleiding	11
4.3. Stagetraject	12
4.4. Overlegmomenten	13
4.5. Extra begeleiding	13
4.5.1. Content-items	13
4.5.2. Talent-pagina's	14
4.5.3. Activiteiten en workshops	14
4.6. Competentiescan	16
4.6.1. Algemeen	16
4.6.2. Inbedding leerproces mediastagiars	18
5. Sensibilisering	18
5.1. Algemeen	18
5.2. Startersgids	19
5.3. Toolbox	20
5.4. Infosessies	21
6. Partners	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.4

1. Het project

Pas afgestudeerde jongeren zijn in de audiovisuele sector vragende partij om beroepservaring op te doen. Om hieraan tegemoet te komen zijn werkgevers bereid hen ook na hun opleiding stage te laten lopen. In de **realiteit** stellen we echter vast dat jongeren op deze wijze buiten een wettelijk kader tewerkgesteld worden.

De sociale partners van PC 227 en PSC 303.01 willen via het project “mediastages” bijdragen om deze “stages” binnen een **wettelijk kader** te laten verlopen in PC 227 en PSC 303.01. Het wettelijk kader werd hiervoor gecreëerd in twee CAO's (PC 227: n°156815 en PSC 303.01: n°162425).

Met het project “**mediastages**” willen de sociale partners van PC 227 en PSC 303.01 een brug slaan tussen de uitstroom uit het hoger onderwijs en de professionele audiovisuele sector. Het doel van deze “mediastages” voor werkloze jongeren onder de 26 jaar was om ervaring op te doen op de werkvloer, om hun kans op het vinden van werk te vergroten.

Werkzoekende mediamakers, jonger dan 26 jaar, kregen via dit project de mogelijkheid om gedurende maximum 3 maanden onder begeleiding mee te draaien in een professionele, audiovisuele onderneming. De stagiair kreeg oefenkansen om kennis, vaardigheden en attitudes te integreren, die praktisch te toetsen en verder te ontwikkelen binnen het werkveld.

Deze “mediastages” waren van toepassing op **alle functies van de audiovisuele en film sector**, ongeacht welke opleiding de stagiair in het verleden gevolgd heeft.

Een “mediastage” heeft op geen enkel moment de plaats van een betaalde arbeidskracht ingenomen.

mediarte, het sociaal fonds van PC 227, werkte dit project concreet uit, nam de rol op van **stagepromoter** en stond eveneens in voor de **begeleiding** van de werkzoekende jongere alsook voor de **ondersteuning** van de stagementor. Hierbij werd permanent over de inhoud en kwaliteit van de stage gewaakt en op verschillende evaluatiemomenten een tussentijdse balans opgemaakt.

Na beëindiging van de stage bezorgde mediarte aan de stagiair een stagerapport en een **Startersgids** met informatie over **werken in de audiovisuele sector** zodat deze met kennis aan de slag kan.

2. Algemene evaluatie

Deze evaluatie is een evaluatie die zowel geldt voor PC 227 als voor PSC 303.01.

2.1. Stageplaatsen

In totaal werden er tussen 1 januari 2020 en 31 december 2020, **52 mediastages** afgesloten, voor in totaal 376 weken, wat omgerekend neerkomt op werkervaringsplaatsen voor 8,5 VTE's (1880 dagen/220).

In totaal werden er tussen 1 januari 2021 en 31 december 2021, **74 mediastages** afgesloten, voor in totaal 546 weken, wat omgerekend neerkomt op werkervaringsplaatsen voor 12,4 VTE's (2730 dagen/220).

In totaal werden er tussen 1 januari 2022 en 31 maart 2022, **10 mediastages** afgesloten, voor in totaal 88 weken, wat omgerekend neerkomt op werkervaringsplaatsen voor 2 VTE's (440 dagen/220).

Het totaal aantal stageweken vertaald in VTE's, rekening houdend met de volledige referentieperiode, bedraagt **22,9 VTE's** (5.050 dagen/220). Er werden in totaal **136 mediastages** opgestart.

Het aanbieden van alternatieve vormen van werkervaringsplaatsen, met bijbehorende **kwantitatieve stagebegeleiding**, blijkt echter nog altijd **een noodzaak**. mediarte vangt frequent signalen op van zowel werkgevers als starters (pas afgestudeerden / werkzoekenden) met de vraag naar stageplaatsen of mogelijkheden inzake werkplekieren.

De communicatie rond het "mediastages" - project werd uitgestuurd (online en offline) naar **alle ondernemingen** uit PC 227 en PSC 303.01. mediarte stelt vast dat een groot deel van de werkgevers op permanente basis stageplaatsen aanbiedt of stagiairs aanwerft en het vaak ook dezelfde werkgevers zijn die het mediarte-platform hiervoor gebruiken.

We stellen vast dat buiten de reguliere stage-oproep verspreiding via de mediarte- website de aanwerving van stagiairs meer en meer gebeurt op een **informele** manier. Kandidaat stagiairs vinden meer en meer de weg naar potentiële stageplaatsen die aansluiten bij hun professionele ambities, werkgevers zijn op zoek naar talent met **de juiste motivatie en attitudes** en ontvangen kandidaten met open armen. Wat meer en meer duidelijk wordt is dat de link met mediarte automatisch wordt gemaakt, de link met het legale kader waarin een persoon aan werkplekieren kan doen. Dit wijst enerzijds op een **inburgering** van het project mediastages binnen het werkveld en anderzijds op het initiatief van de stagiairs (werkzoekenden) om het project als legaal kader voor te stellen bij de stageplek. In veel gevallen is het werk georganiseerd op **projectmatige basis**. Daarnaast overtreft de vraag naar een stage/werkervaringsplek het aanbod, omwille van de grote aantrekkingskracht van de sector.

We merken nog steeds een mentaliteits**verschil** op tussen Nederlandstalige en Franstalige werkgevers inzake het aanbieden van stageplaatsen en hoe er omgegaan wordt met het begrip "stagiairs". In 2020 waren er slechts 4 Franstalige -stageplaatsen in verhouding tot 48 stages aan Nederlandstalige zijde. In 2021 10 op de 74 plaatsen. In 2022 kunnen we eveneens stellen dat blijft de verhouding Nederlandstalig Franstalig 90% 10%.

De audiovisuele onderwijsinstellingen staan zonder meer positief tegenover het project mediastages. Ze hebben de communicatie rond het project mee ondersteund en verspreid. De werking van mediastages, en het algemeen belang van wettelijke stageplaatsen, werd steeds mee opgenomen in de **infosessies** die mediarte, in samenwerking met het VAF, op regelmatige basis organiseerde voor laatstejaarsstudenten en alumni uit het audiovisueel hoger onderwijs (zie infra, Sensibilisering)

Door de mediastage-oproepen permanent mee op te nemen in de **vacaturebank** van mediarte, de meest bezochte pagina van de website van mediarte, werd op een pragmatische wijze informatie gegeven voor de doelgroep. Via een systeem van crosslinking (linken van relevante artikels/pagina's) raken verschillende acties van mediarte op een gerichte manier tot bij de gebruiker. Voor (media)stage-oproepen is dit vooral gericht naar starters-info: informatie rond arbeidsvoorwaarden, rechten/plichten, tips van experts uit het werkveld, sollicitatiecoaching,...alles om nieuwe medewerkers optimaal te begeleiden bij de eerste stappen in het werkveld.

Voor stagementors werd de online **toolbox** (zie infra 5.3) aangereikt bij de opstart van een stagetraject. Hierbij geeft een consultant van mediarte tips & tricks mee bij de verschillende fases van het stageproces (voorbereiding/matching/begeleiding/evaluatie).

Sinds 2020 hanteren we, waar mogelijk, in het opstartproces de **Competentiescan**. Dit is een online tool waarmee een gebruiker op onze website een inzicht verkrijgt in welke competenties er nodig zijn voor het uitvoeren van bepaalde functies en hoe goed de gebruiker deze competenties beheerst. Daarnaast is de Competentiescan volledig geïntegreerd in de mediarte website waardoor we, op basis van de resultaten van de scan, opleidingen en vacatures op maat van het profiel van de betrokkene kunnen aanbieden. Deze scan werd in 2020 uitgerold voor technische profielen en fungeert in het mediastages project als een instrument voor de stagiair om op **een zelfkritische manier zijn eigen competenties in te schalen**. Dit geeft de stagementor ook een inzicht inzake de vaardigheden waarop gewerkt of extra aandacht aan besteed moet worden (zie infra).

3. Cijfers

3.1. Aantal inschrijvingen/kandidaten op database mediarte

Elke -26 jarige die een mediastage wil lopen dient zich bij mediarte te registreren.

Op 31 maart 2022 telt de gehele database van mediastages, 658 Nederlandstalige en 164 Franstalige **geregistreerde personen**, sinds de opstart van het project in 2014.

Op 31 maart 2022 kwamen nog 153 personen in aanmerkingen voor een stage.

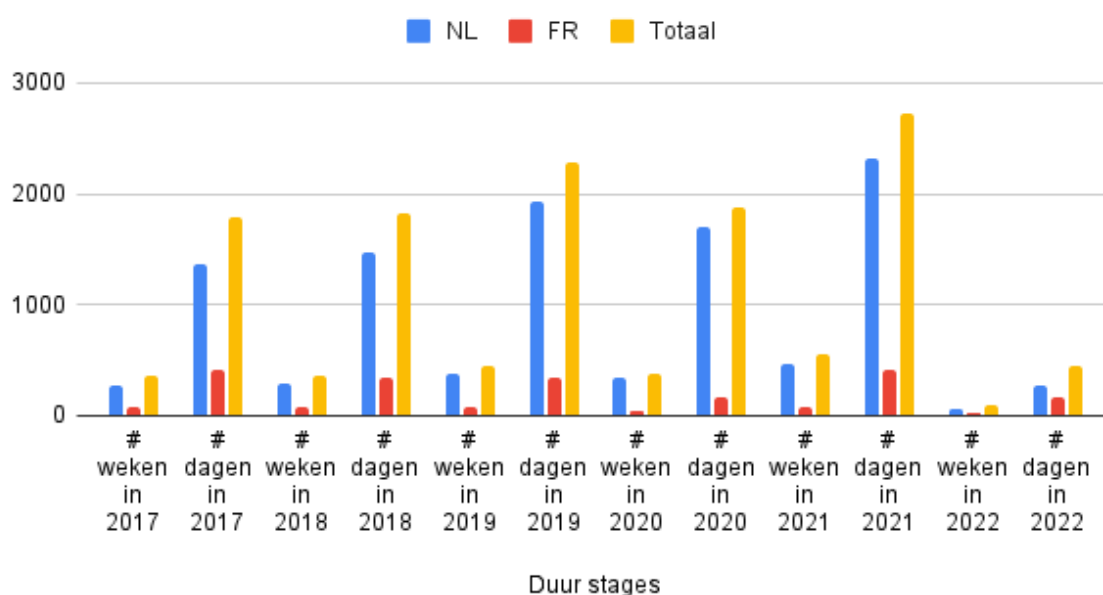
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Totaal
NL	190	127	53	79	100	90	19	658
FR	38	33	14	11	21	33	14	164

We zien een duidelijke verschil tussen de Nederlandstalige en de Franstalige aanmeldingen. De doelgroep aan Franstalige kant reageert kennelijk minder, ondanks de geleverde inspanningen tijdens de referentieperiode (door bvb. ook actief promotie te voeren in het Franstalig mediarte magazine, infosessies, job speeddates,..) en lijkt moeilijker vatbaar voor de communicatie rond werkplekieren. Dit zou hypothetisch ook rechtstreeks gerelateerd kunnen worden aan een mentaliteitsverschil tussen de Nederlandstalige en Franstalige werkgevers inzake het aanbieden van stageplaatsen.

3.2. Aantal mediastages

In totaal werden er tussen 1 januari 2020 en 31 maart 2022, **136 mediastages** afgesloten, voor in totaal 1.010 weken, wat omgerekend neerkomt op werkervaringsplaatsen voor **22,9 VTE's** (5020 dagen/220).

NL, FR en Totaal



In **2019** lag voor onze ondernemingen en ondernemers de uitdaging en de focus, ingegeven door **de COVID 19-crisis**, zeer duidelijk op staying in business en het hoofd economisch boven water houden. Het hoeft geen betoog dat onze sector ontzettend hard getroffen is (vooral in kwartalen 2 en 3 van 2020) en dat de gevolgen van deze crisis lang kunnen aanslepen. We merkten een serieuze terugval bij het aantal beschikbare stageplaatsen in de eerste 6 maanden van 2020. Desondanks ligt het **totaal aantal stageplaatsen in 2020 in de lijn van 2019** (52 tav 51 stageplaatsen in '19), wat wijst op een enorme veerkracht van de sector in de laatste twee kwartalen van 2020. Het zijn hoofdzakelijk de tv-en media producties (PC 227) die het aantal stageplaatsen nog in evenwicht hebben kunnen brengen, mede dankzij de sectorspecifieke maatregelen die van kracht waren.

Slechts 1 stageplaats/gever komt in 2020 uit PSC 303.01. Weinig woorden zijn nodig om te illustreren hoe hard **de sector van de filmproductie** getroffen is geweest.

In **2021** hadden we een **recordaantal** mediastages opgestart en afgerond sinds de start van het project in 2014. 74 stages werden voltooid waarbij slechts 6 hiervan ingevuld werden door specifiek werkgevers komende uit de filmproductie sector. Het beeld dat we hierboven schetsen uit 2020 tekende zich nog voort in 2021 inzake filmproductie. In groot contrast tot de **68 stageplaatsen** die werden ingevuld door werkgevers uit PC 227. Dit hoge cijfer kunnen we verklaren door de wederopstanding en veerkracht van vele ondernemingen die genoodzaakt werden producties uit 2020 uit te stellen naar 2021. Dit gegeven in combinatie met de vele werkzoekenden/afgestudeerden die geen stageplaatsen konden bemachtigen in het jaar 2020 zorgde voor een bottleneck in vraag en aanbod van stageplaatsen in 2021. Nooit kregen de consultants van mediarte zoveel vragen binnen inzake het aanbieden en opstarten van stageplaatsen.

In 2022 kunnen we na een eerste kwartaal besluiten dat we op de 'normale' koers zitten inzake het aantal opgestarte (en reeds afgeronde) stageplaatsen. We merken nog steeds het grote verschil op inzake taalrol (8 NL, 2 FR) wat toch al een beeld schetst, verhoudingsgewijs, voor de komende maanden van 2022.

Evoluties stageweken 2020 - 2022 (310322)

Duur stages	# weken in 2017	# dagen in 2017	# weken in 2018	# dagen in 2018	# weken in 2019	# dagen in 2019	# weken in 2020	# dagen in 2020	# weken in 2021	# dagen in 2021	# weken in 2022	# dagen in 2022
NL	273	1365	294	1470	385	1925	341	1705	465	2325	55	275
FR	83	415	70	350	70	350	35	175	81	405	33	165
Totaal	356	1780	364	1820	455	2275	376	1880	546	2730	88	440

3.3. Aantal stagegevers/werkgevers

In totaal boden **49 ondernemingen** een stageplaats aan tijdens de referentieperiode (01 01 20 - 31 03 22)

Nederlandstalig	Franstalig
38	11

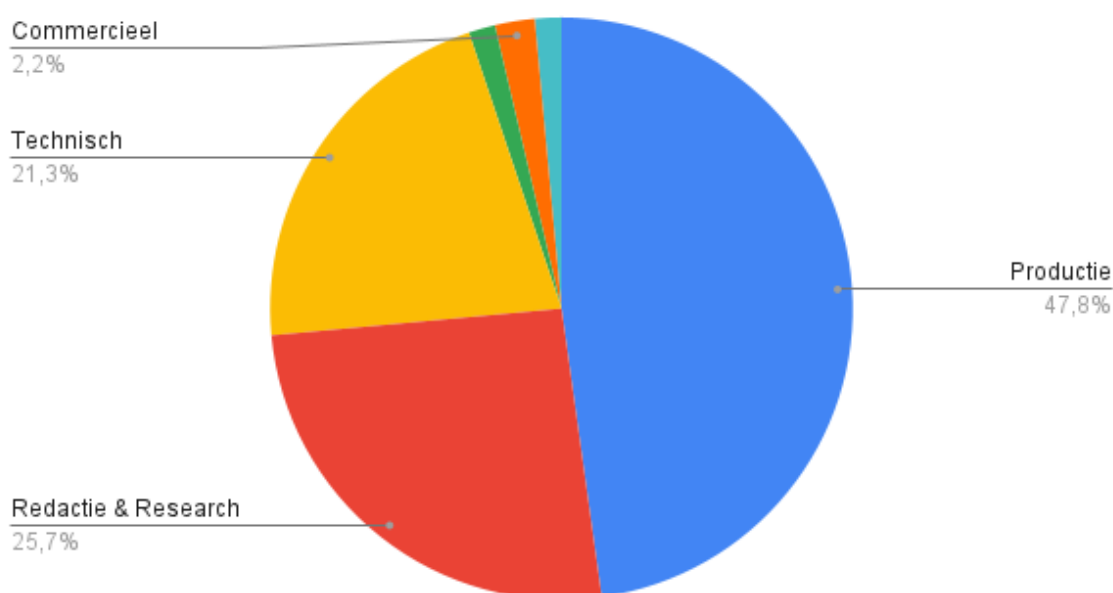
PC 227	PsC 303.01
45	4

We merken op dat een aantal stagegevers regelmatig gebruik maakt van het stagetraject wat wijst op een vorm van inkapseling in de aanwervingsmogelijkheden binnen deze ondernemingen. Meer en meer ondernemingen/stagegevers vermelden mediastages standaard als een optie in hun openbaar verspreide stage oproepen/vacatures, en dat is een signaal wat we vanuit mediarte alleen maar kunnen aanmoedigen.

We stellen vast dat er ten opzichte van de 2018-2019 meer vrouwelijke stagiairs zijn. Van deze 136 stagiairs is **67% van het vrouwelijke** (91) en 33% van het mannelijke (45) geslacht. Een opvallende trend die sinds 2018, in stijgende lijn wordt doorgetrokken en die we (hypothetisch) kunnen verklaren aan de hand van het lager aantal "puur technische" stages maar ook de vaststelling van een duidelijke stijging mbt vrouwelijke profielen.

Bijna de helft van het aantal mediastages in de referentieperiode vinden we onder de noemer "productionele" stages (een duidelijke constante beweging dat zich doorheen de jaren voortzet), waarbij de functie van Productie-assistent het meest voorkomt. Het zijn ook de productiehuzen die, hoofdzakelijk voor TV- fictie & entertainment (en geen rekening houdend met de pandemie in 2020) globaal ook de meeste mediastages voor hun rekening nemen. De clusters 'technisch' en 'redactie en research' vormen de andere 2 grote pijlers. De commerciële en artistieke afdelingen zijn minimaal vertegenwoordigd.

Totaal van Contactpersoon: Afdeling



Het permanent beroep doen op tijdelijke werkkrachten (en ook stagiairs) blijft het “projectmatige” werken en de permanente jobrotatie, dat de audiovisuele sector zo specifiek maakt, benadrukken. Het productie-segment blijft dus veruit de grootste activiteiten-cluster, in beide landsdelen.

Digitale agentschappen en webbedrijven maken geen gebruik van de mediastages ondanks de permanent gevoerde communicatie rond het project (e-letters, magazine,)

Tabel: Overzicht stagegevers_mediastages (010120-310322)

Borgerhoff & Lamberigts Tv Nv	Nederlands
Caviar Antwerp Nv	Nederlands
Citizen Motion Asbl	Frans
Clin D'Oeil Film Srl	Frans
Collation Spri	Frans
Czar Be Bvba	Nederlands
De Chinezen Nv	Nederlands
Ded'S It Bv	Nederlands
De Mensen Nv	Nederlands
De Wereldvrede Bvba	Nederlands
Docwerkers Vzw	Nederlands
Dok1 Media Nv	Nederlands
Dpg Media Nv	Nederlands
Dreamwall Sa	Frans
Emg Belgium Nv	Nederlands

Eurogrip Bvba	Nederlands
Fabric Magic Productions Bvba	Nederlands
Fbo Bvba	Nederlands
Free Kings Bvba	Nederlands
Fremantlemedia Belgium Nv	Nederlands
Geronimo Bvba	Nederlands
Hotel Hungaria Bv	Nederlands
Koeken Troef Bvba	Nederlands
Lecter Media Nv	Nederlands
Les Gens Sa	Frans
Menuet Bvba	Nederlands
Moxy Bvba	Nederlands
O'Brother Distribution Sprl	Frans
Polar Bear	Nederlands
Pop Productions Sprl	Frans
Potemkino Bvba	Nederlands
Potemkino Port Bvba	Nederlands
Quetzalcoatl	Nederlands
Rainbow Partners Sprl	Frans
Roses Are Blue Bv	Nederlands
Roue Libre Production Sprl	Frans
Rtl Belgium Sa	Frans
Sporthouse Group Nv	Nederlands
Sputnik Tv Bv	Nederlands
Studio Souza Bvba	Nederlands
Sylvester Productions Nv	Nederlands
Toreador Bvba	Nederlands
Undo.Redo Bvba Bvba	Nederlands
Vlaanderen Een Nv	Nederlands
Warner Bros. International Television Production Belgie Bvba	Nederlands
Wenneker.Be Nv	Nederlands
Wizz District Sa	Frans
Woestijnvis Nv	Nederlands
Zodiak Belgium Nv	Nederlands

4. mediastage

4.1. Procedure

Elke mediastage start met een stagegever die zich aanmeldt en die via de website van mediarte een stage-oproep plaatst. Kandidaat-stagiairs kunnen reageren op de vacature/stage oproep en zich online melden op de registratiepagina. Het is echter ook mogelijk dat een stageplaats zelf een stagiair voorstelt.

We merken dat deze laatste optie ook de overhand neemt ten aanzien van de reguliere stage oproepen. Veel alumni/kandidaat stagiairs nemen ook proactief contact op met de stageplaatsen. mediarte treedt dan op in de laatste fase waarbij er al een mondelinge afspraak is getroffen tussen beide partijen en het administratieve/inhoudelijke luik nog uitgerold moet worden. Vervolgens wordt er tussen mediarte, de stagegever en de stagiair een overeenkomst afgesloten en wordt het concrete verloop en de invulling van de stage met de drie partijen besproken. De stagiair krijgt bij aanvang ook een Startersgids (zie 5.2) overhandigd. De stageplaats bezorgt aan mediarte een opleidingsbeleidsplan. Dit plan weerspiegelt het beleid dat een onderneming voert met betrekking tot opleidingen en hun inhoudelijke koers inzake talentontwikkeling (dit voor al haar medewerkers).

De stagegever vult het stagedraaiboek aan en halverwege de stage brengt een consultant van mediarte een bezoek aan de stageplaats of wordt er een telefonische terugkoppeling voorzien. Door de pandemie werd dit 'bezoek' uiteraard virtueel gedaan, zowel bij aanvang, tussentijds als bij het beëindigen van de stage

Na afloop van de stage hebben de stagiair en de stagegever een afsluitend gesprek en wordt de eindevaluatie ter afronding aangevuld in het stagedraaiboek. De stagiair geeft ook een beoordeling van de stageplek door aan de consultant van mediarte

4.2. Begeleiding

mediarte hecht bij de uitwerking van dit project zeer veel belang aan de begeleiding van enerzijds de stagiairs maar anderzijds evenzeer aan de stageplaatsen.

Twee consultants van mediarte stonden in voor de opvolging vanaf de startfase tot het einde van de looptijd van de mediastage en zijn zowel voor de stagiair als de stagegever de rechtstreekse contactpersoon. In geval van conflicten traden deze consultants op als bemiddelaar en stonden zij de stagementoren bij in het opvolgen van het stage-opleidingsplan. De consultants brachten ook minstens éénmaal een bezoek op de stageplaats in de loop van de mediastage. Naast deze twee consultants waren ook nog andere medewerkers betrokken bij dit project; bijvoorbeeld wat betreft de praktische verwerking van de stage-aanvragen, communicatie en project management. De namen en tijdsbesteding werd opgenomen in het onderdeel Personeelskosten (zie 7.2).

De begeleiding die we binnen dit project hebben opgezet was meerlagig.

In eerste instantie hebben we **jongeren** door middel van deze stage **naar een effectieve tewerkstelling begeleid**, maar ook in een breder kader werden de jongeren die dit wensten bijgestaan in het opstellen van een cv en portfolio en het schrijven van een goede motivatiebrief.

In tweede instantie betrof het eveneens een begeleiding van de onderneming zelf. Binnen de brede audiovisuele sector zijn nieuwe vormen van leren in opmars. Er wordt meer en meer gebruik gemaakt van **werkplekieren, mentorships en coachings on-the-job**, waarbij instromers worden begeleid door ervaren seniors. Vaak wordt er van elkaar geleerd zonder enige voorbereiding, verdere opvolging of evaluatie.

Voor de begeleider van de mediastagiairs werd er daarom parallel ingezet op sensibiliserende content mbt werkplekieren (artikels, tutorials,..., teneinde de opvolging/begeleiding van stagiairs beter te omkaderen.

Stagegevers konden voor de het opstellen van de functiebeschrijvingen, opmaak en opvolging leertraject, ... ook steeds een beroep doen op de consultants van mediarte.

4.3. Stagetraject

Over de verschillende opleidingsfasen, gedurende de looptijd van de mediastage heen, is er een evolutie van directe begeleiding naar meer indirecte begeleiding. We stellen vast dat de stagiairs in toenemende mate hun leerproces in eigen handen nemen. Om ervaringen uit de praktijk te verwerken en vast te houden, is reflecteren een belangrijke vaardigheid. Op het einde van de stage werd verwacht dat de stagiair een zelfsturende, onderzoekende en reflectieve houding uitte. Van de stagiair werd dan ook verwacht dat de doelen van de verschillende fasen van de mediastage zelf voor ogen werden gehouden. Hij/zij was samen met de stagementor verantwoordelijk om de doelen te behalen.

Het **stagedraaiboek** was het centrale document waarop zowel de mentor als de stagiair de vooropgestelde doelstellingen van de mediastage konden monitoren en aanpassen gedurende de looptijd. Er werd verwacht dat de stagiair eigen ervaringen kon benoemen, analyseren en bijsturen in functie van begeleiding.

Het stagedraaiboek bestaat uit verschillende onderdelen: Werkpostfiche-Risicoanalyse, Taken & Competenties en Evaluatie (door stagegever en evaluatie van de werkplek door stagiair).

De **aanvraagprocedure** voor werkgevers en potentiële mediastagiairs via de mediarte-website, bleek transparant en laagdrempelig.

- ❖ Kandidaat-stagiairs vullen een aanmeldingsformulier in,
- ❖ Het actief zoeken in de mediastage-database en het aanbieden van “long lists” met potentiële stagiairs werd als uitermate handig beschouwd door de werkgevers maar zoals eerder vermeld zien we deze werkwijze alleen maar afnemen.

- ❖ Het toevoegen van een opleidingsbeleidsplan aan de aanvraagprocedure, een (verplichte) vragenlijst die ons inzicht geeft op het huidige talentmanagement-beleid binnen onze sector, werd niet als een administratieve last ervaren.
- ❖ De ontwikkeling van de self-assessment tool (zie infra 4.6 Competenties) en implementatie op het online platform van mediarte biedt de stagiairs een meerwaarde om (vanaf de aanvang van de stage) meer betrokken te worden bij het leerproces.

Om de matching van stagiairs met een stageplaats en de opvolging van de mediastages te optimaliseren werd er een integratie van de mediastages in het bestaande CMS-systeem (Salesforce) van mediarte opgezet. Dit zorgt voor een optimale opvolging van de administratieve verwerking van de aanvragen en de praktische opvolging van de stageplaatsen.

In Salesforce wordt geregistreerd hoeveel stageweken een stagiair gelopen heeft, hoeveel weken een stageplaats nog ter beschikking heeft, wat de interessevelden/competenties van de stagiair zijn, centralisatie van de documenten per stagiair en stageplaats enz.

4.4. Overlegmomenten

Voor aanvang van de stage werd er tussen de **3 partijen** een overlegmoment georganiseerd voor het goede verloop van de stage. Hierbij werd het volledige stagedraaiboek voorgelegd alsook de nodige, cruciale informatie voor zowel de stagiair als de stagementor. Naast het louter inhoudelijke aspect (aan te leren vaardigheden en competenties) werd eveneens het belang van goede trainers/mentors benadrukt wanneer er intern opleiding / begeleiding wordt voorzien met eigen werknemers als (stage)mentor. mediarte maakte van dit overlegmoment ook gebruik om de bredere werking van mediarte toe te lichten aan de betrokken werkgever. Informatie over opleidingen en webinars (people skills, premies, arbeidsvoorwaarden,...) alsook het traject voor werkzoekenden (mediartist) werd zo persoonlijk overgemaakt.

mediarte heeft steeds oog voor de behoeften, bekommernissen en belangen van de werkgevers uit PC 227 en PSC 303.01, alsook de onderwijsinstellingen, die dagelijks met stage-werking geconfronteerd worden.

4.5. Extra begeleiding

mediarte zette in op begeleiding van de mediastagiairs na het beëindigen van hun mediastages om ze zo nog beter te kunnen toeleiden naar een tewerkstelling in onze sector. Hiervoor werden verschillende acties opgezet.

4.5.1. Content-items

Op de website werd een speciaal dossier Branding aangemaakt. In dit dossier werden content-items opgenomen die mediastagiairs informeren over hoe ze zichzelf tav een

werk- of opdrachtgever kunnen profileren. De volgende topics werden behandeld: online branding, hoe solliciteren, opmaak portfolio.

Lees meer : <https://www.mediarte.be/nl/dossiers/carriere/brand-yourself>

4.5.2. Talent-pagina's

De Talent-pagina op de website biedt aan professionals de mogelijkheid om zich met een eigen Talent-pagina te presenteren aan de sector, door een omschrijving van zichzelf te geven, eventueel een showreel toe te voegen samen met zijn of haar coördinaten om door een potentiële werk- of opdrachtgever gecontacteerd te kunnen worden.

We stellen vast dat tijdens de referteperiode deze pagina's enerzijds meer en meer door werkgevers geconsulteerd worden en dat anderzijds sneller dan verwacht een talent-pagina op de site aanmaken. We kunnen dus stellen dat de creatie van deze pagina's op de website wel degelijk voldoen aan de vraag om een connectie te leggen tussen talenten en ondernemingen.

Gedurende de referteperiode zijn er 680 nieuwe Talentpagina's aangemaakt aan NL zijde en 468 aan FR zijde. De teller van talentprofielen staat op 2.363 op 31 maart 2022. Bijna een verdubbeling sinds 2019 (1.343 profielen op 31 december 2019)

De Talentpagina's werden tijdens de referteperiode 77.382 bezocht in 2019 waren dit nog 19.754 bezochte pagina's, in 2020 28.325 pagina's en 2021 37.341 pagina's. het eerste kwartaal van 2022 hebben we 11.716 bezochte pagina's. Maken we een projectie voor 2022 dan zullen we naar 46.864 bezochte pagina's gaan. Een duidelijke stijgende evolutie die wordt doorgetrokken. We kunnen hier van een (zeer) groot succes spreken. De Talentpagina's spelen ook een essentiële rol in de Competentiescan doordat Talenten op deze pagina hun Competentiescan(s) kunnen tonen.

Lees meer: <https://www.mediarte.be/nl/talent>

4.5.3. Activiteiten en workshops

mediarte organiseerde tussen januari 2020 en maart 2022 **verschillende activiteiten** waarop actieve mediastagiairs standaard op uitgenodigd werden. De workshops Branding werden eenmaal per maand georganiseerd en reikte de deelnemers tools en handvatten aan om een goed CV, een sollicitatiebrief of portfolio te schrijven. De activiteiten werden opgedeeld in een aantal clusters waarbij er telkens andere leerdoelstellingen naar voor geschoven werden.

Elk begeleidingstraject wordt met een algemene infosessie "Looking for a job" opgestart. Tijdens deze sessies worden de begeleidingstrajecten van mediarte toegelicht, enkele tips & tricks gedeeld bij het zoeken naar werk en een beknopte toelichting geven over de wijzes waarop je kan vergoed worden.

Binnen de initiële begeleidingscyclus werd er voornamelijk aandacht besteed aan people skills. Voor de sessies Setting the Stages: Define & Discover is het doel dat de deelnemer eerst zijn eigen identiteit ontdekt en wat hem uniek maakt, dat beetje extra dat hem onderscheidt van anderen en professioneel aantrekkelijk maakt. Er wordt ook gezocht naar wie het anker zal zijn waar de loopbaan op kan gebouwd worden. Vervolgens worden de professionele wensen doorgrondt, concrete doelstellingen aangegeven en een actieplan ontwikkelt.

In deze online-sessies wordt er ook gewerkt met 'break-out'-rooms om maximale interactie en een gevoel van nabijheid te creëren. Door het feit dat beide sessies kort op elkaar volgen wordt er getracht om een groepsgevoel te creëren.

Nadat de deelnemer zijn waarden, talenten en jobdoelwit duidelijk in kaart gebracht heeft, wordt de vraag gesteld hoe dit vertaald kan worden naar een helder en coherent "personal brand"? Er wordt toegelicht hoe de werkzoekenden zich voor moet stellen of hoe te profileren zonder de eigenheid te verliezen? Welke specifieke communicatietools/ kanalen zijn het best aangewezen om de activiteiten en realisaties kenbaar te maken? In verschillende webinars wordt hierop ingegaan. Enerzijds vanuit een theoretische aanpak als met professionals (DPG Media, Woestijnvis, Big Little Trouble, Score Brussels,...) die vanuit een onderneming de werkzoekenden informeren en begeleiden. Dit laatste verloopt in de vorm van CV-labs waarbij tips, tricks en nieuwe trends meegegeven worden die toelaten de cv, motivatiebrief of portfolio op punt te stellen. Voor de meesten is het de eerste keer dat ze een grondige beoordeling en/of waardevolle feedback krijgen over hun cv of motivatiebrief.

Voor de acteurs werd er een video opgenomen met Doriane Flamand, een casting directrice, die uitlegt hoe het best een casting aangepakt wordt.

<https://www.mediarte.be/nl/dossiers/loopbaan/brand-yourself/interview-met-doriane-flamand-casting-director>

<https://www.mediarte.be/fr/dossiers/carriere/brand-yourself/comment-se-faire-remarquer-aupres-dun-directeurtrice-de-casting>

Naast de clusters "People Skills" en "Communicatie" wordt er ingezet op "Business & Legal"-aspecten. In het ABC van de Arbeidsvoorwaarden worden de spelregels, zoals elke sector deze heeft (werkuren, salarissen, transportkosten,...) toegelicht. Er wordt getracht dat de deelnemers in deze webinar vat krijgen op de soms complexe arbeidsvoorwaarden van de sector en hoe deze worden nagekomen. Dit soort van sessies is belangrijk omdat de meest werkzoekenden zich helemaal niet bewust zijn van het bestaan van deze arbeidsvoorwaarden.

De deelnemers hebben al geleerd om zichzelf voor te stellen, maar het pitchen van een bepaald project is toch nog iets anders. Verschillende professionals gingen hier door middel van een webinar dieper op in.

Er werd ook een video opgenomen met een producer om de werkzoekenden aan te leren hoe ze een producer van hun kwaliteiten dienden te overtuigen.

<https://www.mediarte.be/nl/dossiers/loopbaan/brand-yourself/hoe-kan-ik-best-een-producer-contacteren>

Aansluitend werden er verschillende Talks georganiseerd met uiteenlopende professionals die elk vanuit hun eigen achtergrond over hun parcours vertelden en of via een Inside the Company kwamen vertellen welke stappen de werkzoekende dient te ondernemen om bij hen aan bak te komen. We merken dat dit soort van activiteiten de meeste aandacht trekken en dat de deelnemers telkens aan de lippen van deze experts hangen.

Gegeven de sanitaire maatregelen hebben we slechts in beperkte mate speeddates kunnen organiseren, maar gezien de arbeidsmarktkrapte zijn dit soort van activiteiten nog de meest rechtstreeks weg naar een job.

De diversiteit en het grote aantal sessies hebben het mogelijk gemaakt een zekere aantrekkingskracht en continuïteit in de acties te behouden en te voorkomen dat we ons publiek verliezen.

4.6. Competentiescan

4.6.1. Algemeen

De Competentiescan werd aanvankelijk in 2019 gelanceerd en in 2020 en 2021 verder uitgewerkt. Het is een online tool waarmee een gebruiker op onze website een inzicht verkrijgt in welke competenties er nodig zijn voor het uitvoeren van bepaalde functies en hoe goed de gebruiker deze competenties beheerst. Daarnaast is de Competentiescan volledig geïntegreerd in de mediarte website waardoor we, op basis van de resultaten van de scan, opleidingen en vacatures op maat van de betrokkene zijn of haar profiel kunnen aanbieden.

Een gebruiker maakt een profiel aan op mediarte.be. Tijdens het registratieproces wordt gevraagd om functie(s) aan te duiden die uitgeoefend of ge-ambieerd worden. Deze functies kunnen steeds aangepast worden in de profielpagina. Aan deze functies worden automatisch competenties toegekend. De Competentiescan wordt uitgevoerd door het inschalen van de getoonde competenties die behoren bij de gekozen functies. Deze Competentiescan kan gedeeld worden op de Talentpagina en steeds aangepast worden of een nieuwe gemaakt worden. Eerder gemaakte competentiescans kunnen bijgehouden worden om zo een zicht te krijgen op de evolutie. Bij de vacatures “speciaal voor jou” of opleidingen “speciaal voor jou” wordt een overzicht getoond van welke vacatures of opleidingen relevant zijn voor de competenties die gelinkt zijn aan de aangeduide competenties.

Voor het toekennen van competenties aan functies (met een duidelijke STEM-link) gebruikten we als basis de sectorale functiebeschrijvingen. Deze werden aangevuld met gegevens uit Competent, de beroependatabank van de VDAB, competent.vdab.be, de competentiedatabank ESCO van de Europese Commissie en databanken van onze internationale collega's zoals bvb. Screenskills (UK) en CPNEF-AV (FR).

Het bepalen van welke competenties bij welke functie horen was een afweging van hoe breed of hoe specifiek we zouden gaan. Het is belangrijk dat deze Competentiescan toeleidt naar een aanbod op maat van opleidingen en daarom was het belangrijk dat de competentie bepaald werd door een vaardigheid of kennis die rechtstreeks te ontwikkelen valt door een opleiding.

Bepaalde competenties werden niet weerhouden omdat ze noch sector- noch functiespecifiek zijn, zoals bijvoorbeeld flexibiliteit, of omdat ze op individueel niveau niet kunnen ontwikkeld worden, zoals bijvoorbeeld teamwork. Op individueel niveau is het interessanter om competenties te bepalen die 1 op 1 kunnen gematched worden aan een opleiding, zoals communicatie, leadership, planning... Competenties die product- of software specifiek zijn worden gebundeld. We hebben het dan ook nooit over specifieke montagesoftware, 3D pakketten of programmeertalen. Onze sector verandert te snel om hier een accuraat beeld van te kunnen scheppen.

Eind 2020 werden alle competenties van de functies binnen de clusters Audio, Beeld, Postproductie en Technisch toegevoegd aan de Competentiescan. De competenciescan werd in 2021 inhoudelijk aangevuld met extra functies uit de cluster Productie (Executive Producer, Line Producer, Runner, Script, 1e Regie-assistent, 2e Regie-assistent) en Redactie & Research (Redactiemedewerker, Journalist (audiovisueel), Journalist (online), Journalist (print), Eindredacteur). Via deze functies werden de volgende nieuwe functies toegevoegd aan onze competenciesdatabase zodat deze nu ook kunnen gebruikt worden voor de nieuwe competentieprofielen: commercieel inzicht, kennis arbeidsvoorwaarden, script analyse, mediawet, relatiebeheer, data analyse, interviewtechnieken, intellectueel eigendomsrecht, social media management, kennis: CMS Platformen. Voor ongeveer 60% van onze functies hebben we op dit moment een competentieprofiel en kan er dus een competenciescan voor ingevuld worden.

We zagen in 2021 een stijging van 128% voor wat het betreft het aantal ingevulde competenciescans (van 192 in 2020 naar 439 in 2021). Wij hebben op dit moment 439 gebruikers die een competenciescan hebben ingevuld. 54 gebruikers hebben al meerdere competenciescans ingevuld om zo hun evolutie in kaart te brengen. Gerekend vanaf 1 januari 2021 vullen 27% van onze nieuwe gebruikers een competenciescan in. Ook gerekend vanaf 1 januari 2021 werden er 689 persoonlijke opleidingsplannen opgemaakt. Deze cijfers geven aan dat de Competenciescan geleidelijk ingeburgerd is.

Natuurlijk staat onze sector niet stil en evolueren competenties en functies voortdurend. We monitoren daarom voortdurend deze evoluties en passen aan waar nodig.

4.6.2. Inbedding leerproces mediastagiairs

De Competentiescan biedt de stagiairs een meerwaarde om (vanaf de aanvang van de stage) meer **betrokken te worden bij het leerproces**. Het dwingt hen ook om op een actievere manier met de leerinhouden en/of stagedoelstellingen om te gaan en henzelf kritisch te analyseren. Door zichzelf op voorhand te evalueren krijgen stagiairs een beter zicht op het proces dat ze doormaken, op hun sterktes en (vaktechnische) werkpunten en op wat nog nodig is voor hen om een taak of opdracht binnen de av-productie tot een goed einde te brengen of verder te ontwikkelen.

- Voor aanvang van de stage moet de stagiair verplicht doorheen een persoonlijk online stappenplan om zijn competenties (of nog te ontwikkelen competenties) mbt de functie bloot te leggen.
- Aan het einde van het stappenplan krijgt de stagiair een visuele representatie van de competentiescan (pdf-formaat) die ook aan de de stageplek/mentor kan worden voorgelegd en optioneel mee worden geïntegreerd bij de bespreking en opmaak van het stagedraaiboek.
- Bij de eindevaluatie van de mediastage wordt deze self-assessment hernomen en krijgen zowel de stagiair, stagegever als consulent van mediarte een inzicht in de leercurve/evoluties die plaatsvonden tijdens de stageperiode alsook de werkpunten die nog extra aandacht verdienen.

Met de implementatie van deze Competentiescan wensten we een duurzaam instrument. Door het verder inbedden van dit instrument in de learning database op mediarte.be, kan de stagiair na het beëindigen van de stage ook gepaste voortgezette leermomenten/opleidingen/tutorials/... ontvangen op basis van zijn meest recente competentiescan. Hierdoor kunnen we het individu permanent betrekken (en sensibiliseren) over de noodzaak aan voortgezette opleiding tijdens de loopbaan in de av-sector. Dit kan eventueel leiden tot een individueel opleidingsplan.

De stagiair zal zijn leermomenten kunnen waarderen en evalueren. Deze waarderingen kunnen publiek geplaatst worden zodat andere gebruikers inzicht kunnen krijgen in welke leermomenten er populair zijn en hoe deze de vorige gebruikers hebben geholpen.

5. Sensibilisering

5.1. Algemeen

Ondanks de COVID 19-crisis die een grote impact had op de activiteiten in onze sector bleef het bereik van de mediastages vrij stabiel, indien we de referentieperiode (01 01 20 - 31 03 22) met voorgaande jaren vergelijken. Dit is vooral te danken aan de intensieve communicatie die gevoerd werd en de positieve reputatie die het project ondertussen verworven heeft. Het feit dat de impact van de covid-pandemie vrijwel geen impact heeft

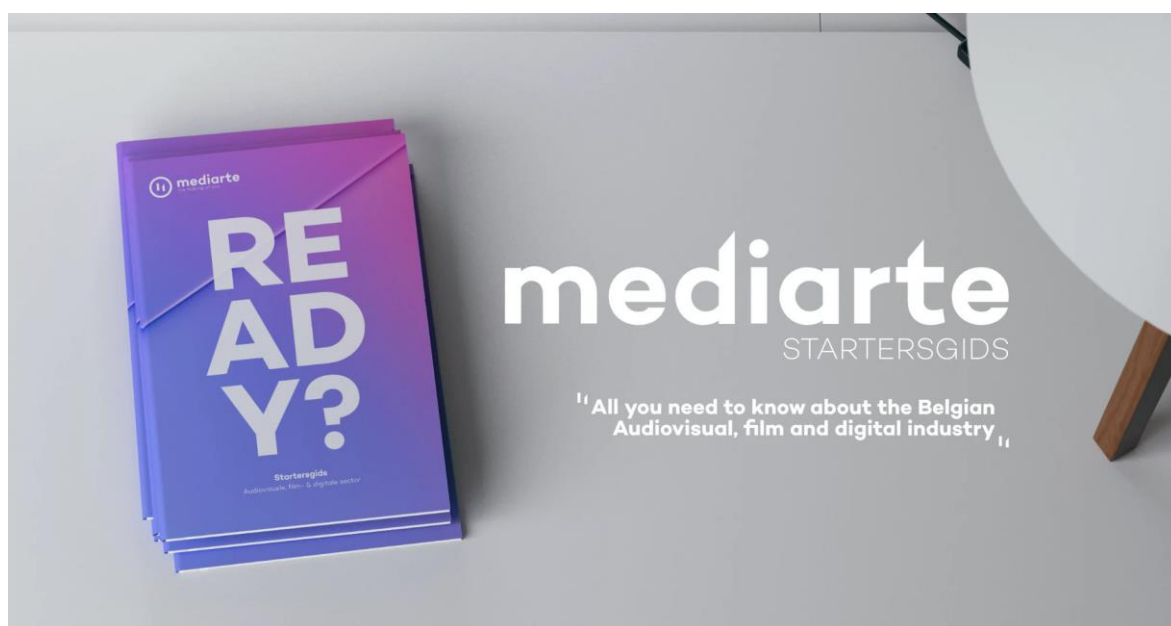
gehad op het totaal aantal stages (op jaarbasis) geeft een sterk signaal. Werkgevers prijzen wederom het project omdat er een reële output merkbaar op gebied van onmiddellijke inzetbaarheid na de stageperiode.

Bijkomstig merken we een groeiende belangstelling van niet - PC 227/303.01 bedrijven in het project. De informatie van het project sijpelt dus verder door naar een segment van ondernemingen die aanleunen bij de audiovisuele sector of in de periferie van onze AV-industrie actief zijn

Door het inbedden van de mediastages in de werking van mediarte heeft het project steeds gebruik kunnen maken van de uitgebreide database met contacten. Tijdens de algemene werking werd op verschillende manieren intensief communicatie gevoerd.

5.2. Startersgids

Elke mediastagiair kreeg bij aanvang van de stage een Startersgids overhandigd. De Startersgids is een mooi vormgegeven boekje dat ook als notitieboekje kan gebruikt worden. Geen wegwerpartikel dus, wel een gegeerd 'hebbeding'. Van deze Startersgids bestaat er ook een online versie en het dossier werd ook, opgesplitst in verschillende onderdelen, overgenomen op de website van mediarte.



De sociale partners van PC 227 beslisten om tijdens deze projectperiode geen nieuwe Startersgids te laten drukken. De hierdoor vrijgekomen middelen worden gebruikt om de bijkomende projectperiode van 1 januari 2022 tot en met 31 maart 2022 te overbruggen.

<https://www.mediarte.be/nl/dossiers/projecten/startersgids/startersgids-2020>







5.3. Toolbox

Om deze stageplaatsen zo kwaliteitsvol mogelijk te maken - lees, te begeleiden - werd er reeds in 2018 een **toolbox** ontwikkeld waarin o.a. checklists werden opgenomen om bvb. duidelijke afspraken te maken tussen opleiding en werkplek, duidelijke formulering van het leeraanbod op de werkplek en hoe de begeleiding en beoordeling van de stagiair zal gebeuren. Stagegevers kunnen voor de **begeleiding** (opstellen functiebeschrijvingen, opmaak en opvolging leertraject,...) vrijblijvend een beroep doen op deze box, naast het persoonlijk advies van de mediarte-consulenten dat wordt gegeven op de stageplek. Bij uitbreiding is deze toolbox ook te gebruiken in de begeleiding van jonge starters in de sector. In deze toolbox zullen ook de mogelijke tewerkstellingsmaatregelen voor jongeren opgenomen worden. De toolbox kreeg grondige inhoudelijke (in visuele) updates in de loop van 2021. Deze content wordt permanent bijgewerkt gezien bepaalde methodologieën inzake begeleiding/feedback ook mee evolueren.

De verwerkte informatie werd eveneens via de andere communicatie-kanalen van mediarte recurrent ingezet.

Toolbox Stagementors

Je zou graag een stagiair(e) in je onderneming laten meelopen, maar hoe moet dat? Hieronder kan je alle nodige tips terugvinden om het proces te vergemakkelijken.

 <p>TOOLBOX VOORBEREIDING voor stagementors</p>	 <p>TOOLBOX MATCHING voor stagementors</p>	 <p>TOOLBOX BEGELEIDING voor stagementors</p>
<p>Vorbereiding</p> <p>Mensen (en vooral nieuwe gezichten) kunnen niet alles onthouden. Daarom hebben wij een checklist gemaakt om je zo goed mogelijk voor te bereiden op de komst van stagiair(e)s.</p>	<p>Matching</p> <p>Een stage is altijd aangenamer als de stagiair(e) en de begeleider overeenkomen!</p>	<p>Begeleiding</p> <p>Een stage is de perfecte gelegenheid om zich een beeld te vormen van hoe het eraan toegaat op het werkveld. Hier zijn enkele tips om een leuke en realistische ervaring aan te bieden aan de stagiair.</p>
 <p>TOOLBOX STARR-METHODE voor stagementors</p>	 <p>TOOLBOX FEEDBACK & EVALUATIE voor stagementors</p>	 <p>TOOLBOX BIJKOMENDE TOOLS voor stagementors</p>
<p>STARR-methode</p> <p>De STARR-techniek is een populaire tool voor het geven van feedback. In dit artikel leggen we je stap voor stap uit hoe deze methode precies werkt.</p>	<p>Feedback & evaluatie</p> <p>Feedback is belangrijk, en niet enkel op het einde van de stage! Geregeld advies en feedback geven zal de stagiair(e) stimuleren en helpen.</p>	<p>Bijkomende tools</p> <p>Hierin vind je de bijkomende links terug om gemakkelijk aan het werk te gaan bij het aannemen van een stagiair(e) en voor bijkomende opties voor een stage.</p>

<https://www.mediarte.be/nl/dossiers/stages/toolbox>

5.4. Infosessies

Tevens werden er tijdens de referentieperiode meerdere infosessies opgezet in scholen en bedrijven, werd er meegewerkt aan events van Filmfestivals zoals FIFF in Namen (oktober '20) Tijdens het ANIMA-festival in Brussel (februari '20, februari '21 en maart '22)) werden er speeddates opgezet tussen pas afgestudeerde animators /motion designers en productiehuizen om via een mediastage deze jonge scenaristen een kans te geven om deel uit te maken van een animatiestudio. Vijf sessies werden samen met het VAF en het Cultuurloket, georganiseerd: de Summer Crash Course en Achter de schermen. Deze werden virtueel georganiseerd, alsook de 3 jaarlijkse infosessies over de mediarte begeleidingstrajecten (7 in totaal gedurende de referentieperiode).

6. Partners

Dit project noodzaakt an sich, net als de vorige mediastages-projecten, geen samenwerking met derde partijen. Maar net als in de vorige projecten worden VDAB, Forem en Actiris zijdelings betrokken.

VDAB herhaalde haar steun voor het mediastages-project en bevestigde dit in een specifieke verklaring.

Met FOREM werd er geen overeenkomst afgesloten.

8. Financieel

8.1. Totaal

Voor de totale referentieperiode komt de totale kost voor het beheer van het mediastages project neer op een totaal van € 296.945,81. Volgens de verdeelsleutel gehanteerd in de aanvraagdossiers komt dit neer op € 262.975,66 (89%) voor PC 227 en € 33.970,15 (11%) voor PSC 303.01.

In vergelijking met het budget (€ 253.500,00) is dit een overschrijding van € 43.445,8. Beide sociale fondsen zullen deze overschrijding met eigen middelen bijpassen.