

ACTIE 1: communicatie campagne	
DOELGROEP : werkzoekenden – 26 jaar	
DOELSTELLING:	
<ul style="list-style-type: none"> - Jongeren informeren, naamsbekendheid en traffic genereren naar de opleidingen en trajecten. Bijzondere aandacht voor kansengroepen. - Bedrijven informeren en stimuleren om jongeren kansen te geven via ingroeibanen. - Arbeidsmarktbemiddelaars kennis laten maken de mogelijkheden voor jongeren binnen de kunststoffen. 	
STREEFCIJFER 2020-2021	REALISATIE 01/01/2020- 31/12/2020
<ul style="list-style-type: none"> - Jongeren: 1000 - Bedrijven 60 - Arbeidsmarktbemiddelaars: 70 	<ul style="list-style-type: none"> Jongeren: 5508 Bedrijven: 133 Arbeidsmarktbemiddelaars: 234
VOOROPGESTELD BUDGET 2020	BESTEED BUDGET
€ 194.571,00	125 399,12 €
<ul style="list-style-type: none"> - Drukwerk (folder, opleidingsbrochures) - onderhoud website - mailings/nieuwsbrieven ontwerp en versturen (bedrijven, arbeidsmarktbemiddelaars, wz) - organisatie events - ontwikkelen animatie - workshops kiem - doelgroep onderzoek, bepalen kernwaarden - schrijven blogartikelen/getuigenissen - Social media campagne met coronatoest ontwikkelen (teaserfilmpje,..) - Social media campagne lanceren in januari 2021 - Concrete acties naar bedrijven en arbeidsmarktbemiddelaars staat gepland in 2021 	

ACTIE 2: Jobdagen – jobbabbels - infosessies	
DOELGROEP : werkzoekenden – 26 jaar	
DOELSTELLING:	
<ul style="list-style-type: none"> - Persoonlijk informeren van groeibanen in de sector - Deelnemen aan jobbeurzen - Ism publieke/private arbeidsmarktoeren zelf infosessies plannen 	
STREEFCIJFER 2020 -2021	REALISATIE 01/01/2020 – 31/12/2020
400	95
VOOROPGESTELD BUDGET 2020	BESTEED BUDGET

€ 40.000	4 081,12 €
<p>De resultaten worden moeizaam behaald omwille van COVID-19. Grote evenementen, infosessies zijn niet meer mogelijk. Er werden in het voorjaar nog een aantal fysieke infosessies georganiseerd. Daarnaast is een omschakeling bezig naar het online/telefonisch bereiken van jongeren en hen zo goed mogelijk te informeren vanop afstand. Vaststelling is dat het moeilijk is om jongeren te mobiliseren. Arbeidsmarktactoren bereiken hun cliënten minder, waardoor ook het jongerenproject bijgevolg minder onder de aandacht komt.</p>	

ACTIE 3 : Organiseren van regionale opleidingstrajecten, met combinatie van opleiding en werkervaring, ism VDAB.	
DOELGROEP : werkzoekenden – 26 jaar	
DOELSTELLING:	
<ul style="list-style-type: none"> - 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. 	
STREEFCIJFER 2020 - 2021	REALISATIE 01/01/2020- 31/12/2020
50 jongeren	40 jongeren
VOOROPGESTELD BUDGET 2020	BESTEED BUDGET
€ 100.000	73 124,54 €
	<p>Doorstroom naar finaliteit werkplek-traject: 18 (trajecten nog lopende) Doorstroom naar werk: nog onbekend, trajecten nog lopende</p> <p>M: 78% V:22% Inschatting allochtone origine: 50% HSO: 56% Max LSO: 44%</p>

ACTIE 4: leerlingen in contact brengen met werkpleklers binnen de sector kunststoffen	
DOELGROEP : leerlingen uit voltijds onderwijs	
DOELSTELLING :	
<ul style="list-style-type: none"> - Leerlingen in contact brengen met de sector via verschillende vormen van werkpleklers in een bedrijf of gesimuleerde werkomgeving. - Specifieke kennis rond kunststoffen verwerven 	
STREEFCIJFER 2020-2021	REALISATIE 01/01/2020 – 31/12/2020
150 jongeren	238 jongeren
VOOROPGESTELD BUDGET	BESTEED BUDGET

Zie personeelskost – trajectbegeleider jongeren	Zie personeelskost – trajectbegeleider jongeren
---	---

ACTIE 5: Bedrijven uit de sector ondersteunen bij het rekruteren, aanwerven, opleiden en duurzaam integreren van jongeren op de werkvloer.	
DOELGROEP:	
<ul style="list-style-type: none"> - mentoren in bedrijven - jongeren -26 jaar 	
DOELSTELLING	
<ul style="list-style-type: none"> - Meer jongeren aan de slag krijgen én aan de slag houden door de nodige ondersteuning aan mentoren, peters, meters,... in bedrijven te bieden. 	
STREEFCIJFER 2020-2021	REALISATIE 01/01/2020 – 31/12/2020
30 mentoren	14 mentoren
VOOROPGESTELD BUDGET	BESTEED BUDGET
Zie Post communicatie Zie personeelskost – trajectbegeleider jongeren	Zie Post communicatie Zie personeelskost – trajectbegeleider jongeren

Actie	Unieke jongeren
<i>Actie 1: Communicatie campagne</i>	Jongeren: 5508 Bedrijven: 133 Arbeidsmarktbemiddelaars: 234
<i>Actie 2 : Jobdagen – jobbabbels</i>	95 jongeren
<i>Actie 3 :Regionale opleidingstraject</i>	40 jongeren Doorstroom naar finaliteit werkplek-traject: 18 (trajecten nog lopende) Doorstroom naar werk: onbekend, trajecten nog lopende M: 78% V:22% Inschatting allochtone origine: 50% HSO: 56% Max LSO: 44%
<i>Actie 4 :leerlingen in contact brengen met werkpleklers binnen de sector kunststoffen</i>	238 jongeren
<i>Actie 5 :Bedrijven ondersteunen bij rekruteren, aanwerven, opleiden en integreren van jonge werknemer</i>	14 mentoren
TOTAAL Unieke jongeren	5746
Totaal bestede bedrag 01/01/2020- 31/12/2020	326.121,14 € of 43,98% van het totale goedgekeurde budget voor de volledige periode 2020-21 (741.505,09€)

Tussentijdse conclusie

2020 was geen evident werkjaar. Ondanks covid-19 is PlastIQ blijven verder werken en zijn de projecten, voor risicogroepen jongeren -26 jaar, blijven doorgaan. Tijdens de eerste lockdown was er een onderbreking van een aantal projecten. Alle lopende projecten werden echter weer opgenomen in de loop van de maand juni van de eerste corona lockdown.

Covid-19 heeft een grote impact gehad op het organiseren van infosessies en jobdagen. Grote evenementen en bijeenkomsten met groepen werden niet meer mogelijk. Hierdoor liggen de bereikte cijfers van deze post lager dan vooraf ingeschat. In 2020 werd een omschakeling gemaakt naar het meer online en telefonisch bereiken van jongeren. Deze aanpak is voor jobcoaches arbeidsintensiever en tijdrovend. Vaststelling is dat het moeilijk is om op deze manier jongeren te bereiken en hierna te mobiliseren om effectief stappen te zetten. We stellen ook vast dat arbeidsmarktbemiddelaars (VDAB, interim,..) hun cliënten minder bereiken, waardoor ook het jongerenproject bijgevolg minder onder de aandacht komt zoals voorheen het geval was.

Ook de communicatie campagne voor 2020 is vooral online verlopen naar jongeren, bedrijven en arbeidsmarktbemiddelaars. Voor de start van deze projectperiode werd beslist om het netwerk van arbeidsmarktbemiddelaars verder uit te breiden met fysieke acties en bezoeken om zo de doelgroep jongeren -26 jaar vlotter te bereiken. Door corona is deze deelactie opgeschoven. Momenteel worden de voorbereiden getroffen om zowel arbeidsmarktbemiddelaars als bedrijven extra te informeren via een gerichte campagne in 2021. Nog meer dan vroeger wordt nu de online piste bewandeld om jongeren warm te maken voor een ingroeibaan. De huidige periode werd voor wat betreft het communicatiebudget gebruikt voor de ontwikkeling van online tools (website, filmpjes, animatie,..) om geïsoleerde jongeren maximaal te informeren.

Niettegenstaande bovenvermelde moeilijkheden is PlastIQ erin geslaagd om de regionale opleidingstrajecten voor jongeren -26 jaar en het werkplekleren voor leerlingen uit het voltijds onderwijs verder te zetten. De gehoopte resultaten werden hier gehaald. Momenteel is het nog te vroeg om te zien hoeveel jongeren uitstromen naar een tewerkstelling. In het voorjaar was het zeer moeilijk om stages of werkplektrajecten op te zetten. Binnen de sector is de werkgelegenheid in het najaar wel opnieuw aangewakkerd, wat hoop geeft naar uitstroom tewerkstelling. Een volledig overzicht zal mogelijk zijn met de eindevaluatie.