|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Intitulé de l'action | Objectifs poursuivis | Collaboration(s) avec… (d’autres organisations) | Groupe cible | Nombre de participants envisagé | Moyens du projet supplémentaire  |
|
| 1 | Un job qui dit merci: accueil  | Développer une méthode d’accueil innovante dans trois régions pilotes et inciter le VDAB/le Forem/ACTIRIS à développer une méthodologie permettant aux jeunes difficilement accessibles de faire connaissance avec le travail et leur offrir l’opportunité de décrocher un emploi via la formation, des événements, des rencontres-éclair et des ateliers. Après avoir développé cette méthode, nous souhaitons la déployer plus avant dans notre fonctionnement régulier. | VDAB, ville de Gand, entreprises de titres-services | demandeurs d'emploi et inactifs âgés de moins de 26 ans | 200 jeunes | 435.000 €  |
| 2 | Un job qui dit merci: soft skills | Développement des « soft skills » de nos jeunes. Ceci en mettant l’accent sur 3 nouvelles « soft skills » et en les rassemblant dans un outil en ligne, avec une possibilité d’auto-évaluation.L’expérience que nous avons retirée du projet 2018-2019 nous a appris que les jeunes cherchent encore des repères en ce qui concerne les « soft skills ». Ils souhaitent disposer d’une preuve tangible de leurs compétences, ce qu’ils peuvent obtenir grâce à l’outil d’auto-évaluation en ligne, par exemple. Nous souhaitons dès lors développer cette action et un outil en ligne dans lequel nous pouvons cartographier les 7 différentes « soft skills » du jeune collaborateur.  | entreprises, établissements d’enseignement ou de formation | Jeunes de moins de 26 ans demandeurs d’emploi ou actifs | Type d’apprentissage interactif et formation d’approfondissement: 10-20 séances en Belgique pour environ 30 jeunes par séanceOutil d’auto-évaluation des « soft skills »: nous tablons sur 500 jeunes. | 514.000 €  |
| 3 | Un job qui dit merci: site | La campagne autour de « un job qui dit merci ». Nous voulons poursuivre le développement de cette campagne et l’étoffer avec du nouveau matériel comme des contenus d’apprentissage numériques, des journaux vidéo, des vlogs, des blogs, du matériel de promotion et une application de sollicitation d’emploi en ligne. | entreprises, enseignement, autorités |  |  | 540.000 €  |
|  | Frais généraux |  |  |  |  | 495.000 €  |
|  | Total | 1.984.000 € |