Rapport final

Projet en faveur des jeunes appartenant à certains groupes à risques: chercheurs d'emploi de moins de 26 ans.

Opportunités pour les débutants: accompagnement stages professionnels

Période de référence:

1 janvier 2020 - 31 mars 2022

CP 227
SCP 303.01

Table des matières

1. Le projet 3

2. Évaluation générale 3
2.1. Lieux de stage 4

3. Chiffres 6
3.1. Nombre d’inscriptions/candidats uniques dans la base de données de mediarte 6
3.2. Nombre de stages média 6
3.3. Nombre de donneurs de stage/employeurs 8

4. Stage média 11
4.1. Procédure 11
4.2. Accompagnement 11
4.3. Trajet de stage 12
4.4. Moments de concertation 13
4.5. Accompagnement supplémentaire 14
4.5.1. Content-items 14
4.5.2. Pages Talent 14
4.5.3. Activités et workshops 15
4.6. Scan de Compétences 16
4.6.1. Général 16
4.6.2. Intégration du processus d'apprentissage des médiastagiaires 18

5. Sensibilisation 19
5.1. Général 19
5.2. Guide du débutant 19
5.3. Toolbox 20
5.4. Sessions d’information 21

6. Partenaires 22

7. Dépôts des rapports d'évaluation et des états financiers 22

8. Financier 23
8.1. Général 23

1. Le projet

Les jeunes diplômés dans le secteur audiovisuel sont souvent demandeurs de réaliser une expérience professionnelle. Afin de répondre à cette demande, les employeurs sont prêts à leur offrir un stage après leur formation. En **réalité**, nous constatons toutefois que les jeunes sont mis à l'emploi de cette manière en dehors de tout cadre légal.

Via le projet "stages média", les partenaires sociaux veulent contribuer au déroulement de ces "stages" dans un **cadre légal** au sein de la CP 227 et de la SCP 303.01. Pour ce faire, le cadre légal a été concrétisé dans deux CCT *(CP 227: n°156815 et SCP 303.01: n°162425)*.

Avec le projet "**Stages média**", les partenaires sociaux souhaitent combler le fossé entre la sortie des diplômés de l'enseignement supérieur et le secteur audiovisuel professionnel. L'objectif de ces "stages média" était de permettre aux jeunes chercheurs d'emploi de moins de 26 ans d'acquérir de l'expérience en milieu de travail, afin d'augmenter leurs chances de trouver du travail.

Les chercheurs d'emploi mediamakers, de moins de 26 ans, ont reçu via ce projet la possibilité de participer au travail, durant maximum 3 mois, en bénéficiant d'un accompagnement individuel, dans une entreprise audiovisuelle professionnelle. Le stagiaire a pu s'exercer à intégrer des connaissances, des compétences et des attitudes, et à continuer à les développer sur le terrain professionnel.

Ces stages média ont été d'application pour toutes les **fonctions du secteur audiovisuel**, indépendamment de la formation suivie par le passé par le stagiaire.

Un "stage média" n'a à aucun moment pris la place d'un salarié rémunéré.

mediarte, le fonds social du secteur audiovisuel a concrétisé ce projet, a assumé le rôle de **promoteur de stage** et a également pris en charge **l'accompagnement** du jeune chercheur d'emploi et le **soutien** de maître de stage. Pour cela, il a été veillé en permanence au contenu et à la qualité du stage et différents moments d'évaluation intermédiaire se sont déroulés.

Après la fin de stage, mediarte a fourni au stagiaire un rapport de stage et un **Guide du débutant** comprenant des informations à propos du **travail dans le secteur audiovisuel** afin que celui-ci puisse se mettre au travail avec les connaissances suffisantes en tant que professionnel à part entière.

2. Évaluation générale

Cette évaluation est une évaluation commune qui vaut aussi bien pour la CP 227 que pour la SCP 303.01.

2.1. Lieux de stage

Au total, entre le 1er janvier 2020 et le 31 décembre 2020, **52 conventions de stages média** ont été conclues, pour un total de 378 semaines de stage, représentant en expérience de travail en entreprise **8,5 ETP's**. (1880 jours/220).

Au total, entre le 1er janvier 2021 et le 31 décembre 2021, **74 conventions de stages médias** ont été conclues, pour un total de 546 semaines de stage, représentant en expérience de travail en entreprise 12,4 ETP (2730 jours/220).

Au total, entre le 1er janvier 2022 et le 31 mars 2022, **10 conventions de stages média** ont été conclues, pour un total de 88 semaines, représentant en expérience de travail en entreprise 2 ETP (440 jours/220).

Le nombre total de semaines de stage traduites en ETP, en tenant compte de l'ensemble de la période de référence, est de 22,9 ETP (5 050 jours/220). Au total, 136 stages médias ont été lancés.

L'offre de formes alternatives de lieu d'expérience de travail, accompagnée d'un **accompagnement de stage qualitatif** reste cependant encore toujours **un besoin**. mediarte reçoit fréquemment des signaux aussi bien des employeurs que des débutants (jeunes diplômés / chercheurs d'emploi) avec la demande d'endroits de stage ou de possibilités d'apprentissage sur le lieu de travail.

La communication autour du projet "stages média" a été diffusée (online et offline) à **toutes les entreprises** de la CP 227 et SCP 303.01. mediarte constate qu'une grande partie des employeurs propose des lieux de stage sur base permanente ou recrute des stagiaires et il y a souvent des employeurs récurrents qui utilisent pour cela la plateforme de mediarte.

Nous constatons qu'en dehors de la diffusion normale des appels aux stages via le site web de mediarte, l'engagement de stagiaires se produit de plus en plus de manière **informelle**. Les candidats stagiaires trouvent de plus en plus le chemin vers des endroits de stage potentiels correspondant à leurs ambitions professionnelles, les employeurs sont à la recherche de talents ayant **la juste motivation et les attitudes** et accueillent les candidats à bras ouverts. Ce qui devient de plus en plus évident est que le lien avec mediarte se fait automatiquement, le lien avec le cadre légal au sein duquel une personne peut apprendre "sur le tas". Cela démontre d'une part une **intégration** du projet stages média sur le terrain et d'autre part une prise d'initiative responsable de la part des stagiaires (chercheurs d'emploi) afin de proposer le projet en tant que cadre légal auprès du lieu de stage. Dans la plupart des cas, le travail est organisé sur **base de projet** et la demande de stage/lieu d'apprentissage de travail est bien supérieure à l'offre, en raison de la force d'attractivité du secteur.

Nous constatons toujours une **différence** (de mentalité) entre les employeurs néerlandophones et francophones dans le cadre de l'offre de lieux de stages et sur la

compréhension du mot “stagiaires”. En 2020, nous dénombrons seulement 4 lieux de stage FR pour 48 stages du côté NL.

Les institutions d’enseignement audiovisuel se montrent sans plus positives vis-à-vis du projet stages média. Elles ont soutenu la communication autour du projet et l’ont diffusée. L’organisation des stages média, et l’intérêt général pour des lieux de stages légaux, a toujours été souligné dans les **sessions d’information** que mediarte a organisé régulièrement en 2020, en partenariat avec le VAF, pour les étudiants de dernière année et les alumni de l’enseignement supérieur audiovisuel (voir supra Sensibilisation).

En reprenant de manière permanente les appels aux stages média dans la **base de données des offres d’emploi** de mediarte, la page la plus visitée du site web de mediarte, des informations pertinentes ont été adressées au groupe cible, les débutants du secteur. Via un système de crosslinking (liaison des articles pertinents/pages) les différentes actions de mediarte arrivent de façon ciblée vers l’utilisateur. Pour les appels aux stages, ils sont surtout destinés aux débutants: de l’information sur les conditions de travail, droits/obligations, conseils d’experts du terrain, coaching poser une candidature,... tout ce qui est nécessaire afin d’accompagner les collaborateurs de façon optimale lors des premiers pas dans un environnement professionnel.

Pour les maîtres de stage la **toolbox** online (voir infra 5.3) est proposée au début d’un trajet de stage. Un conseiller de mediarte fournit en plus des tips & tricks lors des diverses phases du processus de stage (préparation/matching/accompagnement/évaluation).

Depuis 2020, lorsque c’est possible nous utilisons le **Scan de Compétences** lors de l’étape de démarrage.
Le Scan de Compétences est un outil en ligne qui fournit à un utilisateur de notre site web un aperçu des compétences requises pour exécuter certaines fonctions et dans quelle mesure cet utilisateur maîtrise ces compétences. En outre, le Scan de Compétences est entièrement intégré au site web de mediarte, de sorte que, sur la base des résultats du scan, nous pouvons ainsi proposer à chaque personne des formations et des offres d’emploi adaptées à leur profil. Ce scan a été déployé pour les profils techniques en 2020 et fonctionne dans le projet stages médias comme un instrument permettant au stagiaire de faire évoluer ses propres compétences de manière autocritique. Cela donne également au maître de stage un aperçu des compétences qui doivent être travaillées ou sur lesquelles une attention particulière doit être accordée.

3. Chiffres

3.1. Nombre d’inscriptions/candidats uniques dans la base de données de mediarte

Chaque personne de moins de 26 ans qui souhaite faire un stage média doit s’inscrire auprès de mediarte.

Au 31 mars 2020 la base de données des stages média dénombrait **658 personnes néerlandophones et 164 personnes francophones enregistrées**, depuis le début du projet en 2014.

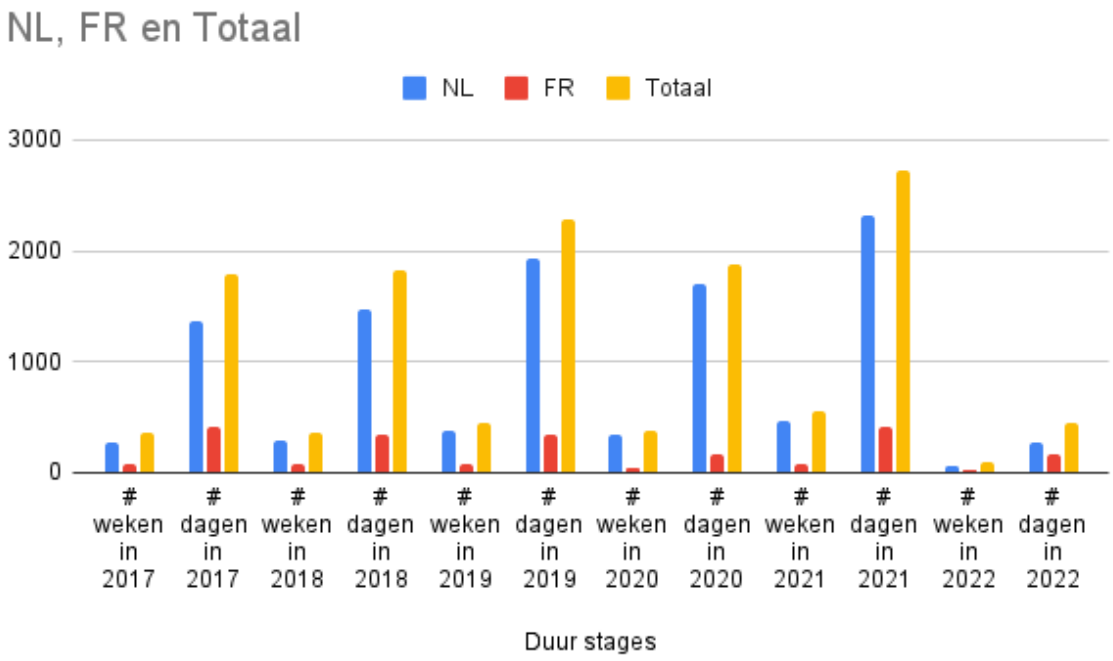
Au 31 mars 2022, 153 personnes étaient encore éligibles pour des stages.

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

Une fois encore, nous constatons un écart évident entre les inscriptions néerlandophones et francophones. Le groupe cible du côté francophone réagit visiblement moins (en faisant par exemple une promotion active dans le magazine en français de mediarte, des sessions d'information, des jobs speed dates, etc.) et ce groupe cible semble plus difficilement sensible à la communication autour de l'apprentissage en milieu de travail. Cela pourrait aussi être directement lié à une différence de mentalité entre les employeurs néerlandophones et francophones concernant l'offre de places de stages.

3.2. Nombre de stages média

Au total, entre le 1er janvier 2020 et le 31 décembre 2020, **136 conventions de Stages média** ont été conclues, pour un total de 1.010 semaines de stage à des endroits d’expérience de travail pour **22,9 ETP’s** (5020 jours/220).



Pour nos entreprises et nos entrepreneurs durant cette période de référence, le défi et le focus amenés par la **crise actuelle du COVID 19** étaient très clairement de 'staying in business' et de se maintenir économiquement à flot. Il va sans dire que notre secteur a été très durement atteint (notamment au 2ème et au 3ème trimestres de 2020) et que les conséquences de cette crise peuvent durer longtemps.
Durant les 6 premiers mois de 2020, nous avons constaté une chute importante au niveau des donneurs de stages et des endroits de stage disponibles. Néanmoins, le nombre total de **lieux de stage** en 2020 se situe au **même niveau qu'en 2019** (52 par rapport à 51 endroits de stage en 2019), ce qui démontre une très grande résilience du secteur aux deux derniers trimestres de 2020. Ce sont principalement les productions TV et médias (CP 227) qui ont pu maintenir l'équilibre du nombre de stages, en partie grâce aux mesures sectorielles mises en place.

En 2020, nous notons seulement 1 lieu /donneur de stage pour la SCP 303.01. Cela illustre en peu de mots à quel point **le secteur de la production de films** a été durement touché.

En 2021, nous avions un nombre record de stages médias commencés et terminés depuis le début du projet en 2014. 74 stages ont été effectués, dont 6 seulement ont été pourvus par des employeurs spécifiques issus du secteur de la production cinématographique. Le tableau que nous avons brossé ci-dessus à partir de 2020 s'est poursuivi en 2021 en termes de production cinématographique. Le contraste est frappant avec les 68 stages pourvus par les employeurs du CP 227. Nous pouvons expliquer ce chiffre élevé par la résurgence et la résilience de nombreuses compagnies qui ont été contraintes de reporter des productions de 2020 à 2021. Ce fait, combiné aux nombreux demandeurs d'emploi/diplômés qui n'ont pas pu obtenir de stages en 2020, a créé un goulot d'étranglement dans l'offre et la demande de stages en 2021. Jamais les consultants de mediarte n'ont reçu autant de demandes concernant l'offre et le lancement de stages.

En 2022, après un premier trimestre, nous pouvons conclure que nous sommes sur la voie "normale" en ce qui concerne le nombre de stages commencés (et déjà terminés). Nous notons encore la grande différence dans les rôles linguistiques (8 NL, 2 FR) qui dessinent déjà une image, proportionnellement parlant, pour les prochains mois de 2022.

Évolutions semaines de stages 2020 - 2022 (310322)

Durée des stages	semaines 2017	jours 2017	semaines 2018	jours 2018	semaines 2019	jours 2019	semaines 2020	jours 2020	semaines 2021	jours 2021	semaines 2022	jours 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. Nombre de donneurs de stage/employeurs

Au total **49 entreprises ont proposé** un lieu de stage pour le période de référence.

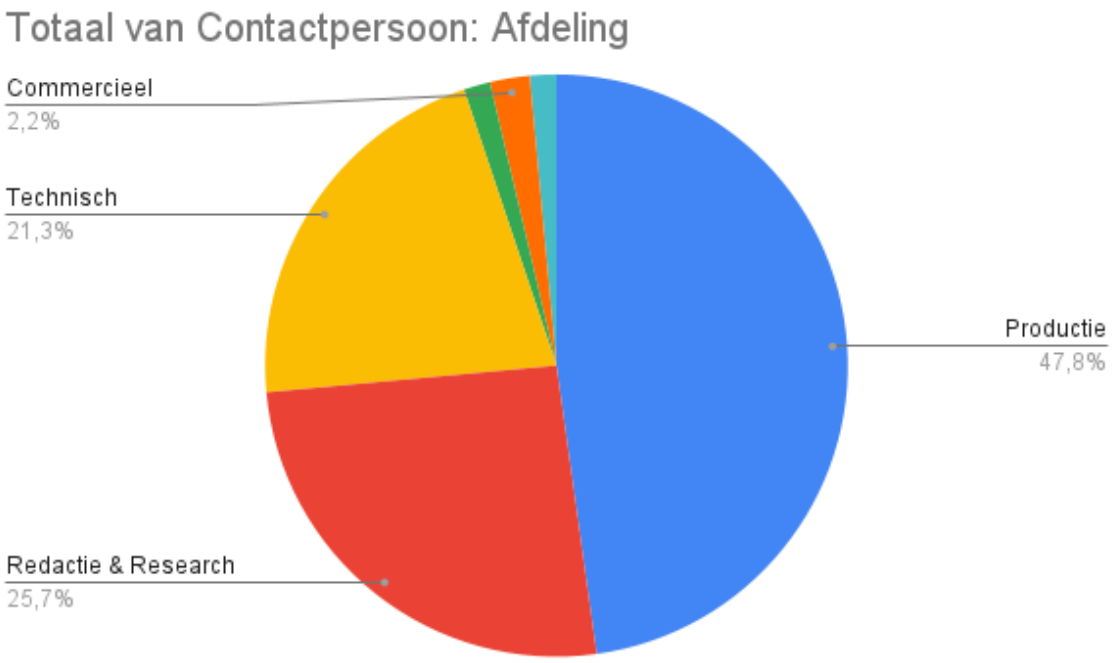
Néerlandais	**Français**
38	11

CP 227	**ScP 303.01**
45	4

Nous constatons qu'un certain nombre d'employeurs utilisent régulièrement la formule du stage, ce qui indique une forme d'encapsulation des possibilités de recrutement au sein de ces entreprises. De plus en plus d'entreprises/employeurs de stages mentionnent les stages médias comme une option standard dans leurs appels/offres de stages diffusés publiquement, et c'est un signal que nous ne pouvons qu'encourager de la part de mediarte.

Nous notons que par rapport à l'année 2018-2019, il y a plus de femmes stagiaires. Sur ces 136 stagiaires, **67% sont des femmes** (91) et 33% sont des hommes (45). Une tendance marquante qui se poursuit à la hausse depuis 2018, que l'on peut expliquer (hypothétiquement) sur la base de la baisse du nombre de stages " purement techniques " mais aussi l'observation d'une nette augmentation en termes de profils féminins.

Près de la moitié du nombre de stages média dans la période de référence sont des stages de "production" (un mouvement constant qui se poursuit au fil des ans), le poste d'assistant de production étant le plus courant. Ce sont également les maisons de production qui, principalement pour les fictions et les divertissements télévisés (et sans tenir compte de la pandémie de 2020), sont à l'origine de la majorité des stages média. Les pôles "technique" et "rédaction et research" constituent les deux autres grands piliers. Les départements commercial et artistique sont très peu représentés.



Le recours permanent aux intérimaires (et aussi aux stagiaires), le travail « par projet » et la rotation permanente des postes, qui rendent le secteur audiovisuel si spécifique, demeurent. Le segment de la production reste donc de loin le plus grand cluster d'activité dans les deux parties du pays.

Les agences digitales et les entreprises du web n'utilisent pas les stages médias malgré la communication permanente autour du projet (e-lettres, magazine, ...).

Tableau: Aperçu stages média (010120-310322)

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

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

4. Stage média

4.1. Procédure

Chaque stage média commence en principe avec un donneur de stage qui s'inscrit et qui, via le site web de mediarte, place un appel à stage. Les candidats-stagiaires peuvent réagir à l'offre d'emploi/l'appel au stage et s'enregistrer sur la page d'inscription. Il est cependant également possible qu'un endroit de stage propose lui-même un stagiaire en particulier.

Nous remarquons que cette dernière option prend le dessus sur les appels aux stages réguliers. Beaucoup d'alumni/candidats stagiaires prennent également contact proactivement avec les lieux de stage. mediarte intervient lors de cette dernière phase durant laquelle un rendez-vous téléphonique se déroule entre les deux parties treed et le volet administratif/contenu doit encore être déployé. Ensuite, une convention est conclue entre mediarte, le donneur de stage et le stagiaire et le déroulement concret du stage et son contenu est discuté entre les trois parties. Le stagiaire reçoit aussi au début du stage un Guide du débutant (voir 5.2). Le lieu de stage fournit en plus un plan de politique de formation. Ce plan reflète la politique qu'une entreprise poursuit en matière de formation et son parcours de fond en matière de développement des talents (ceci pour l'ensemble de ses salariés).

Le donneur de stage complète la feuille de route et en milieu de stage un conseiller de mediarte se rend sur le lieu de stage ou un entretien téléphonique est prévu. En raison de la pandémie, cette "visite" s'est déroulée de manière virtuelle, aussi bien au début du stage, qu'à mi-parcours et à la fin du stage.

Après la fin du stage, le stagiaire et le donneur de stage ont un entretien final et l'évaluation finale est complétée dans la feuille de route. Le stagiaire fournit également une évaluation du lieu de stage à un consultant de mediarte.

4.2. Accompagnement

mediarte accorde une très grande importance lors de l'élaboration de ce projet d'une part aux stagiaires mais d'autre part également tout autant aux lieux de stage.

Deux consultants de mediarte étaient en charge dès la phase de démarrage jusqu'à la fin du stage et ils sont les personnes de contact direct, aussi bien pour le stagiaire que pour le donneur de stage. En cas de conflit, ces consultants ont assumé le rôle de médiateur et ont aidé les maîtres de stage dans le cadre du suivi du plan de formation-stage. Les consultants se sont aussi rendus sur le lieu de stage durant le stage média. En plus de ces deux consultants d'autres collaborateurs ont aussi été impliqués dans ce projet ; par exemple concernant le traitement pratique des demandes de stage, la communication et le project management. Les noms et le temps alloué ont été inclus dans la partie Frais de Personnel 7.2).

L’accompagnement que nous avons mis en place au sein de ce projet se situait à plusieurs niveaux.

En première instance, nous avons accompagné des **jeunes** par le biais de ce stage v**ers une mise à l’emploi effective**, mais également dans un cadre plus large les jeunes qui le souhaitaient ont été soutenus pour la création d’un CV et d’un portfolio et la rédaction d’une bonne lettre de motivation.

En deuxième instance, il s’agissait également de l’accompagnement de l’entreprise elle-même. Au sein du large secteur audiovisuel, des nouvelles formes d’apprentissage sont en progression. Il est de plus en plus fait appel aux **apprentissages sur le terrain**, au **mentorat** et aux **coachings on-the-job**, dans lesquels les débutants sont accompagnés par des seniors expérimentés. Souvent, on apprend l’un de l’autre sans aucune préparation, suivi complémentaire ou évaluation.
C’est pourquoi pour l’accompagnant des stagiaires média, nous avons parallèlement investi dans du contenu sensibilisant ayant trait aux apprentissages sur le terrain (articles, tutoriels,...) afin de mieux encadrer le suivi/l'accompagnement des stagiaires.

Les donneurs de stage pouvaient toujours faire appel aux consultants de mediarte pour établir les descriptions de fonctions, la mise en forme et le suivi du trajet d'apprentissage,...

4.3. Trajet de stage

Au fil des différentes phases de formation, pendant le déroulement du stage média, il y a une évolution d'un encadrement direct à un encadrement plus indirect. On constate que les stagiaires prennent de plus en plus en main leur processus d'apprentissage. La réflexion est une compétence importante pour traiter et retenir les expériences pratiques. A la fin du stage, le stagiaire devait exprimer une attitude autodirigée, interrogative et réfléchie. Le stagiaire devait donc garder à l'esprit les objectifs des différentes phases du stage média. En collaboration avec le maître de stage, il/elle était responsable de l'atteinte des objectifs.

La feuille de route du stage était le document central dans lequel aussi bien le maître de stage que le stagiaire pouvaient monitorer et adapter les objectifs établis du stage média pendant son déroulement. Il était attendu du stagiaire de nommer ses propres expériences, d’analyser et d’ajuster en fonction de l’accompagnement.

La feuille de route du stage est composée de différentes parties: Fiche poste de travail-Analyse de risques, Tâches & Compétences et Évaluation (par le donneur de stage et évaluation du lieu de travail par le stagiaire).

La **procédure de demande** pour les employeurs et les médiastagiaires potentiels via le site web de mediarte a semblé transparente et accessible.

- Les candidats-stagiaires complète une formulaire d'inscription,

- La recherche active dans la base de données des stages média et l'offre de "long lists" de stagiaires potentiels ont été considérées comme extrêmement utiles par les employeurs, mais comme mentionné précédemment, nous ne voyons cette méthode que diminuer.

- L'ajout d'un plan de politique de formation à la procédure de demande, un questionnaire (obligatoire) nous offrant une vue sur la politique de management de talent au sein de notre secteur, n'a pas été considérée comme une charge administrative.

- Le développement du self-assessment tool (voir infra 4.6 Compétences) et l'implémentation sur la plateforme en ligne de mediarte offre une plus-value aux stagiaires (au démarrage du stage) d'être plus impliqué dans le processus d'apprentissage. En 2020, nous n'avons pu proposer que les fonctions du cluster technique (image, audio, postproduction, technique) et avons dû prévoir pour cela l'accompagnement requis (pour les stagiaires/maîtres de stage) étant donné que cela ne fait pas 'encore' partie de la routine lors du processus d'inscription. Le manque de softs skills / attitudes a été examiné à la loupe étant donné que beaucoup de donneurs de stage ont mentionné cela aussi comme étant l'indicateur le plus important pendant une période de stage.

Afin d'optimiser le matching de stagiaires avec un lieu de stage et le suivi des stages média, nous avons procédé à l'intégration des stages média dans le système CMS existant de mediarte (Salesforce). Cela a permis un suivi administratif optimal des demandes et du suivi pratique des lieux de stage.

Dans Salesforce, on enregistre le nombre de semaines de stage effectué par le stagiaire, de combien de semaines de stage dispose encore un lieu de stage, quels sont les champs d'intérêt/compétences du stagiaire, la centralisation des documents par stagiaire et lieu de stage etc.

4.4. Moments de concertation

Avant le début du stage, un moment de concertation est organisé entre les **3 parties** pour le bon déroulement du stage. Lors de ce moment, la feuille de route complète du stage est présentée ainsi que des informations nécessaires, cruciales, aussi bien pour le stagiaire que le maître de stage. En plus de l'aspect au niveau purement du contenu (aptitudes et compétences à apprendre), l'importance de bons formateurs/mentors est également soulignée lorsqu'une formation/orientation interne est dispensée avec des propres employés en tant que formateurs/mentors (de stage)
mediarte fait aussi usage de ce moment de concertation pour expliquer le fonctionnement de mediarte au sens large à l'employeur concerné. Des informations à propos des formations et webinars (people skills, primes, conditions de travail,…) ainsi que le trajet

destiné aux chercheurs d'emploi (mediartist) est de cette manière transmis personnellement.

mediarte est toujours à l'écoute des besoins, des préoccupations et des intérêts des employeurs des cp 227 et SCp 303.01, ainsi que des établissements d'enseignement, qui sont quotidiennement confrontés à des stages.

4.5. Accompagnement supplémentaire

En 2020, mediarte a également investi sur l'accompagnement des médiastagiaires après la fin de leurs stages média afin de pouvoir encore mieux les mener à une mise à l'emploi dans notre secteur. Pour ce faire, différentes actions ont été mises en place.

4.5.1. Content-items

Un dossier spécial Branding a été créé sur le site web. Dans ce dossier, des éléments de contenu ont été repris pour informer les médiastagiaires sur la façon de pourvoir se profiler vis-à-vis d'un employeur. Les thématiques suivantes ont été traitées: online branding, comment poser sa candidature, création d'un portfolio.

Lire plus : https://www.mediarte.be/fr/dossiers/carriere/brand-yourself

4.5.2. Pages Talent

La Page Talent sur le site web de mediarte propose aux professionnels la possibilité de présenter leur propre Page Talent au secteur, en donnant une description de soi-même en ajoutant éventuellement un showreel avec ses coordonnées afin de pouvoir être contacté par un employeur potentiel.

Nous constatons pour la période de référence d'une part que ces pages sont de plus en plus consultées par les employeurs et d'autre part qu'une page talent est créée plus vite que prévu. Nous pouvons donc confirmer que la création de ces pages sur le site web répond au besoin de créer une connexion entre talents et entreprises.

Au cours de la période de référence, 680 nouvelles Pages Talents ont été créées du côté NL et 468 du côté FR. Le compteur des profils talents s'élève à 2 363 au 31 mars 2022. Presque un doublement depuis 2019 (1 343 profils au 31 décembre 2019).

Les pages Talent ont été visitées 77 382 fois au cours de la période de référence ; en 2019, il s'agissait de 19 754 pages visitées, en 2020 de 28 325 pages et en 2021 de 37 341 pages. Le premier trimestre de 2022, nous avons 11 716 pages visitées. Si nous faisons une projection pour 2022, nous passerons à 46 864 pages visitées. Une nette tendance à la hausse à poursuivre. On peut parler ici d'un (très) grand succès. Les pages Talents jouent également un rôle essentiel dans l'analyse des compétences car les Talents peuvent montrer leur(s) analyse(s) des compétences sur cette page.

Lire plus: https://www.mediarte.be/fr/talent

4.5.3. Activités et workshops

mediarte a organisé plusieurs activités entre janvier 2020 et mars 2022 auxquelles les mediastagiaires actifs ont été invités par défaut. Les ateliers Branding ont été organisés une fois par mois et dans lesquels des moyens d'aide sont prévus pour les chercheurs d'emploi afin de créer un bon CV, une lettre de motivation ou un portfolio. Après chaque session la possibilité d'un suivi individuel par un consultant de mediarte est prévue. Les activités ont été divisées en plusieurs groupes, chacun ayant des objectifs d'apprentissage différents.

Chaque parcours d'orientation commence par une session d'information générale "Looking for a job". Au cours de ces sessions, les programmes d'accompagnement de mediarte sont expliqués, quelques trucs & astuces sont partagés sur la façon de chercher un emploi et une brève explication est donnée sur les façons dont vous pouvez être rémunéré.

Dans le cadre du cycle d'accompagnement initial, l'accent a été mis principalement sur les compétences humaines. Pour les sessions "Setting the Stages" : Define & Discover, l'objectif est que le participant découvre d'abord sa propre identité et ce qui le rend unique, ce petit plus qui le distingue des autres et le rend professionnellement attractif. Est recherché également quel sera le pilier sur lequel la carrière pourra être construite.. Ensuite, les souhaits professionnels sont examinés, des objectifs concrets sont fixés et un plan d'action est élaboré.
Dans ces sessions en ligne, nous travaillons également avec des 'break-out rooms' pour créer un maximum d'interaction et un sentiment de proximité. Comme les deux sessions se suivent de près, un effort est fait pour créer un sentiment de groupe.

Après que le participant a clairement identifié ses valeurs, ses talents et son objectif professionnel, la question est de savoir comment les traduire en une "marque personnelle" claire et cohérente. Comment le demandeur d'emploi doit-il se présenter ou comment peut-il se profiler sans perdre son individualité ? Quels outils/canaux de communication spécifiques sont les mieux adaptés pour faire connaître les activités et les réalisations ? Ce sujet est abordé dans plusieurs webinaires. D'une part à partir d'une approche théorique et d'autre part avec des professionnels (DPG Media, Woestijnvis, Big Little Trouble, Score Brussels,...) qui informent et guident les demandeurs d'emploi depuis leur entreprise. Ce dernier se déroule sous la forme de CV-labs dans lesquels des conseils, des astuces et de nouvelles tendances sont donnés pour aider à peaufiner le CV, la lettre de motivation ou le portfolio. Pour la plupart des personnes, c'est la première fois qu'elles reçoivent une évaluation approfondie et/ou un retour d'information précieux sur leur CV ou leur lettre de motivation.
Pour les acteurs, une vidéo a été enregistrée avec Doriane Flamand, directrice de casting, qui explique comment aborder au mieux un casting.
https://www.mediarte.be/fr/dossiers/carriere/brand-yourself/comment-se-faire-remarquer-aupres-dun-directeurtrice-de-casting

Outre les clusters "People Skills" et "Communication", les aspects "Business & Legal" sont également abordés. L'ABC des conditions de travail explique les règles du jeu telles qu'elles sont dans chaque secteur (heures de travail, salaires, coûts de transport, etc.). L'objectif de ce webinaire est de permettre aux participants de se familiariser avec les conditions de travail parfois complexes du secteur et avec la manière dont elles sont respectées. Ce type de session est important car la plupart des demandeurs d'emploi ne sont pas du tout conscients de l'existence de ces conditions de travail.
Les participants ont déjà appris à se présenter, mais présenter un projet, c'est autre chose. Plusieurs professionnels ont abordé ce sujet lors d'un webinaire.
Une vidéo a également été enregistrée avec un producteur pour apprendre aux demandeurs d'emploi comment convaincre un producteur de leurs qualités.

https://www.mediarte.be/fr/dossiers/carriere/brand-yourself/comment-convaincre-une-producteurtrice

Ensuite, plusieurs entretiens ont été organisés avec différents professionnels qui ont chacun parlé de leur propre carrière à partir de leur propre expérience, ou qui sont venus dans le cadre d'une session "Inside the Company" pour expliquer les étapes que le demandeur d'emploi doit suivre pour obtenir un emploi chez eux. Nous avons remarqué que ce type d'activités attire le plus d'attention et que les participants sont toujours suspendus aux lèvres de ces experts.

Compte tenu des mesures sanitaires, nous n'avons pu organiser des speeddates que dans une mesure limitée, mais vu la pénurie de main-d'œuvre, ce type d'activités reste la voie la plus directe vers un emploi.

La diversité et le grand nombre de sessions ont permis de maintenir un certain attrait et une continuité dans les actions et de ne pas perdre notre public.

4.6. Scan de Compétences

4.6.1. Général

Le Scan de compétences a été initialement lancé en 2019 et développé en 2020 et 2021. En 2020 également, un Scan de Compétences en français a été lancé.
Le Scan de Compétences est un outil en ligne qui fournit à un utilisateur de notre site web un aperçu des compétences requises pour exécuter certaines fonctions et dans quelle mesure cet utilisateur maîtrise ces compétences. En outre, le Scan de Compétences est entièrement intégré au site web de mediarte, de sorte que, sur la base des résultats du scan, nous pouvons ainsi proposer à chaque personne des formations et des offres d’emploi adaptées à leur profil.

Un utilisateur crée un profil sur mediarte.be. Pendant le processus d'inscription, il est demandé d'indiquer une/des fonction(s) que la personne souhaite occuper ou à laquelle/auxquelles elle aspire. Ces fonctions peuvent être modifiées sur la page de profil. Des compétences seront automatiquement attribuées à ces fonctions. Ce Scan de

Compétences est effectué par l'évaluation des compétences montrées qui relèvent de la fonction choisie. Le Scan de Compétences peut être partagé et modifié sur la Page Talent et un nouveau scan peut être effectué. Les scans déjà effectués peuvent être conservés afin d'avoir une vue sur l'évolution. Sur les pages "spécialement pour vous" de la section Emplois et de la section Formations, un aperçu des offres d'emploi ou des formations est fourni et comprend les offres d'emploi ou les formations pertinentes pour les compétences liées à celles indiquées.

Pour l'attribution de compétences à des fonctions (avec un lien orienté STEM), nous avons utilisé comme base les descriptions de fonctions au niveau sectoriel. Celles-ci ont été complétées par des données issues de Competent, la banque de données des métiers du VDAB, (competent.vdab.be), la banque de données ESCO de la Commission Européenne, et les bases de données de nos collègues internationaux, comme par Screenskills (UK) et CPNEF-AV (FR).

La détermination de quelles compétences appartenaient à quelle fonction a, en premier lieu, consisté en une évaluation de la l'étendue ou de la spécificité vers laquelle nous allions tendre. Il est important que ce Scan de Compétences mène à une offre de formations « sur mesure » et il était donc essentiel que la compétence soit déterminée par une aptitude ou un savoir pouvant être développés directement par une formation.

Certaines compétences n'ont pas été retenues car elles ne sont ni sectorielles, ni spécifiques à une fonction ; comme la flexibilité, ou parce qu'elles ne peuvent pas être développées à un niveau individuel, comme le travail d'équipe. Au niveau individuel, il est plus intéressant de déterminer des compétences qui peuvent être associées 1 sur 1 à une formation, comme la communication, le leadership, la planification… Les compétences spécifiques au produit ou au software sont regroupées. Nous ne parlons jamais de softwares de montage spécifiques, de packages 3D ou de langages de programmation. Notre secteur évolue trop rapidement pour pouvoir en donner une image précise.

Fin 2020, toutes les compétences des clusters Audio, Image, Postproduction et Technique ont été ajoutées au Scan de Compétences. L'analyse des compétences a été complétée en 2021 par des fonctions supplémentaires du groupe Production (Producteur exécutif, Producteur délégué, Runner, Scénario, 1er Assistant de Production, 2ème Assistant de Production) et Rédaction et Recherche (Assistant de rédaction, Journaliste (audiovisuel), Journaliste (en ligne), Journaliste (presse écrite), Rédacteur en chef). Grâce à ces postes, les nouvelles fonctions suivantes ont été ajoutées à notre base de données de compétences, de sorte qu'elles peuvent désormais également être utilisées pour les nouveaux profils de compétences : perspicacité commerciale, connaissance des conditions de travail, analyse de scénarios, droit des médias, gestion des relations, analyse des données, techniques d'entretien, droit de la propriété intellectuelle, gestion des médias sociaux, connaissances : plateformes CMS. Pour environ 60 % de nos postes, nous disposons actuellement d'un profil de compétences et pouvons donc remplir un bilan de compétences.

Nous avons constaté en 2021 une augmentation de 128 % du nombre de scans de compétence réalisés en 2021 (de 192 en 2020 à 439 en 2021). Nous avons actuellement 439 utilisateurs qui ont rempli le scan de compétences. 54 utilisateurs ont déjà rempli plusieurs analyses de compétences afin de cartographier leur évolution. Calculé à partir du 1er janvier 2021, 27% de nos nouveaux utilisateurs effectuent un scan des compétences. Également calculés à partir du 1er janvier 2021, 689 plans de formation personnels ont été élaborés. Ces chiffres indiquent que le "Scan des Compétences" a été progressivement adopté.

Bien sûr, notre secteur n'est pas immobile et les compétences et fonctions évoluent constamment. Nous suivons donc en permanence ces évolutions et les adaptons si nécessaire.

4.6.2. Intégration du processus d'apprentissage des médiastagiaires

Le Scan de Compétences propose aux stagiaires une plus-value afin **d'être plus impliqué dans le processus d'apprentissage** (dès le début du stage). Cela les oblige à aborder de manière plus active les contenus d'apprentissage et/ou les objectifs du stage et de s'auto-analyser de façon critique. En s'auto évaluant à l'avance, les stagiaires ont une meilleure vue sur le processus qu'ils traversent, sur leurs forces et leur points à travailler (domaine technique) et sur ce qui est encore nécessaire pour eux pour arriver à réussir ou à développer plus avant une tâche ou une mission dans une production audiovisuelle.

- Avant le début du stage, le stagiaire doit passer par un plan personnalisé en ligne étape par étape pour exposer ses compétences (ou ses compétences à développer) par rapport à la fonction.
- À la fin du plan étape par étape, le stagiaire reçoit une représentation visuelle du scan de compétences (format PDF) qui peut également être présentée au lieu de stage/maître de stage et éventuellement intégrée à la discussion et à la rédaction de la feuille de route du stage.
- Lors de l'évaluation finale du stage média, ce self-assessment est repris et le stagiaire, le donneur de stage et le consultant de mediarte ont un aperçu de la courbe d'apprentissage/des évolutions qui ont eu lieu pendant la période de stage ainsi que des points de travail qui méritent un supplément d'attention.

Avec l'implémentation de ce Scan de Compétences, nous avons souhaité un instrument durable. En intégrant plus avant cet instrument dans la base de données de formations de mediarte.be, le stagiaire peut également recevoir des moments d'apprentissage continus/formations/tutoriels/... après la fin du stage, sur la base de son scan de compétences le plus récent. Cela nous permet d'impliquer en permanence (et de sensibiliser) l'individu au besoin de formation complémentaire au cours de sa carrière

dans le secteur audiovisuel. Cela peut éventuellement mener à un plan de formation individuel.

Le stagiaire pourra valoriser et évaluer ses moments d'apprentissage. Ces évaluations peuvent être placées publiquement pour que d'autres utilisateurs aient une vue des moments d'apprentissages les plus populaires et comment ceux-ci ont aidé les utilisateurs précédents.

5. Sensibilisation

5.1. Général

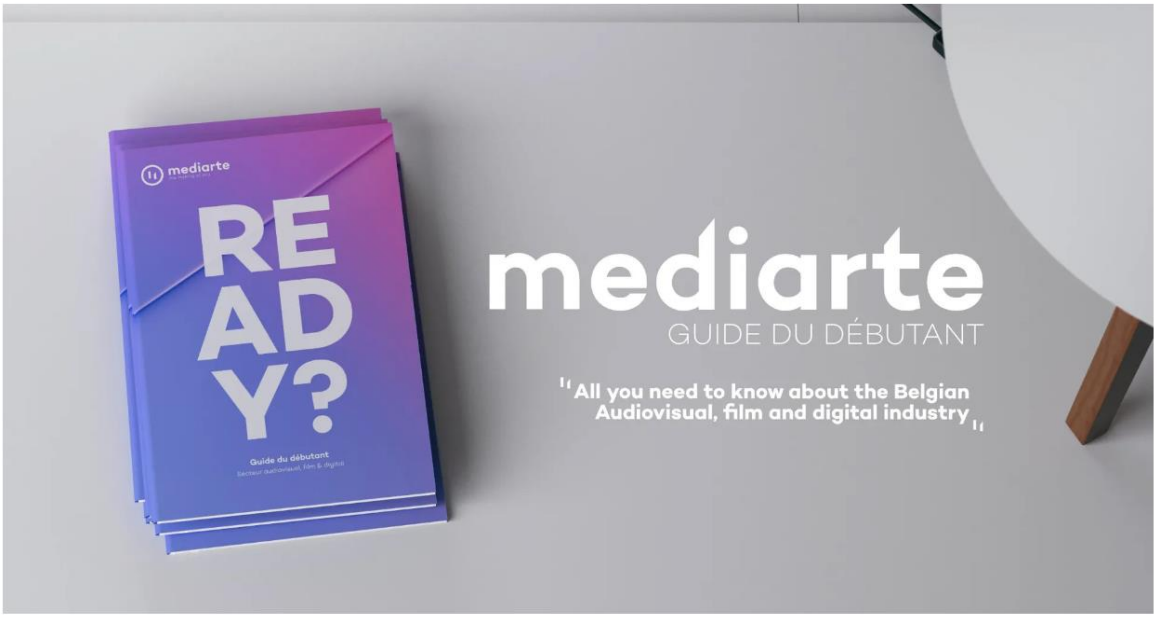
Malgré la crise du COVID 19 qui a eu un grand impact sur les activités de notre secteur, l'objectif atteint pour les stages média est resté relativement stable, si nous comparons 2020 avec les années précédentes. Cela, principalement grâce à la communication intensive qui a été effectuée et à la réputation positive dont le projet a entre-temps bénéficié. Le fait que l'impact de la pandémie du Covid-19 n'ait pratiquement pas influencé le nombre total de stages (sur base annuelle) envoie un signal fort. Les employeurs saluent à nouveau le projet car un output réel est visible sur le plan de l'employabilité immédiate après la période de stage.

De surcroît, nous remarquons un intérêt grandissant pour le projet émanant des entreprises ne ressortissant pas à la CP 227/SCP 303.01. L'information du projet est donc diffusée plus loin vers un segment d'entreprises qui touche au secteur audiovisuel ou sont actives à la périphérie de notre industrie audiovisuelle.

Par l'intégration des stages média dans le fonctionnement de mediarte le projet a toujours pu utiliser la large base de données des contacts. Pendant l'organisation générale, la communication a été effectuée de façon intensive de plusieurs manières.

5.2. Guide du débutant

Chaque médiastagiaire a reçu au début du stage un Guide du débutant. Le Guide du débutant est un petit livre joliment conçu qui peut également servir de carnet de notes. Rien à jeter donc, mais un « must have » convoité. Il existe également une version en ligne de ce Guide du débutant et le dossier, subdivisé en plusieurs parties, a également été publié sur le site web de mediarte.



Les partenaires sociaux du PC 227 ont décidé de ne pas faire imprimer un nouveau Guide du débutant pendant la durée du projet. Les fonds ainsi libérés seront utilisés pour couvrir la période supplémentaire du projet, du 1er janvier 2022 au 31 mars 2022.

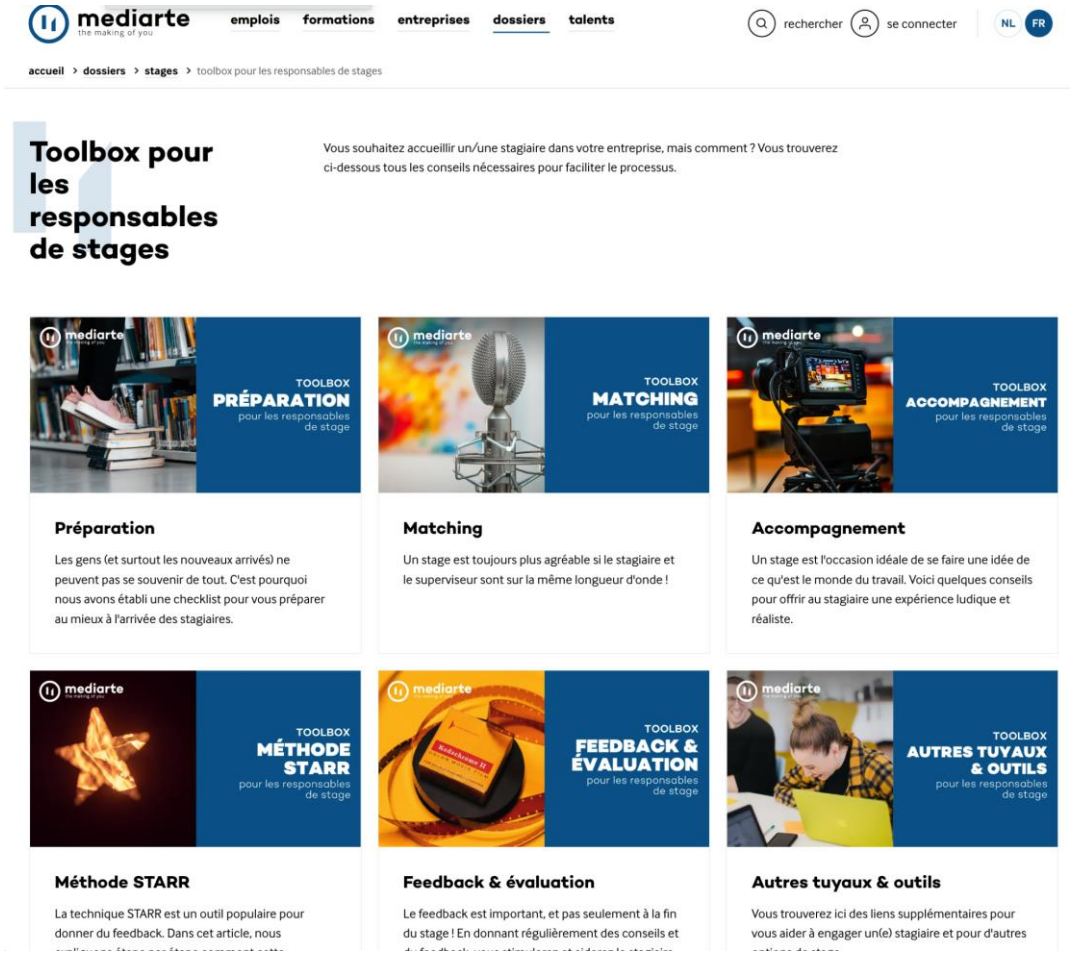
https://www.mediarte.be/fr/dossiers/projets/guide-du-debutant

5.3. Toolbox

Afin de rendre ces lieux de stage les plus qualitatifs possibles - lire afin d'accompagner - déjà en 2018 une **toolbox** a été développée dans laquelle ont été intégrés, e.a., des checklists afin par exemple de conclure des accords clairs entre formation et lieu de travail, de formuler clairement l'offre d'apprentissage sur le lieu de travail et la manière dont l'accompagnement et l'évaluation du stagiaire seront effectués. En plus des conseils individuels des consultants de mediarte fourni au lieu de stage ; avant l'accompagnement, les donneurs de stage peuvent utiliser librement cette boîte à outils pour **l'accompagnement** (définir des descriptions de fonctions, mise en forme et suivi du trajet d'apprentissage,...).
Plus largement, cette toolbox est également utilisée pour l'accompagnement des jeunes débutants dans le secteur. Dans cette toolbox, les règles possibles en matière de mise à l'emploi des jeunes sont également incluses.

La boîte à outils a été entièrement reconstruite en étroite concertation avec les fournisseurs de stages les plus actifs du secteur (entreprises qui proposent des stages récurrents par le biais des canaux mediarte). Le feedback de ces employeurs a été traité et consolidé dans une nouvelle version de la boîte à outils, qui a été déployée fin 2021, à la fois auprès des fournisseurs de stages et des jeunes qui recherchaient activement des stages à cette période.

L’information traitée a été également diffusée via les canaux de communication de mediarte.



https://www.mediarte.be/fr/dossiers/stages/toolbox

5.4. Sessions d’information

Durant la période de référence des sessions d’information ont été organisées dans les écoles et les entreprises, des collaborations ont été conclues à certains events de festival de films comme le FIFF à Namur (octobre ‘20). Pendant le festival ANIMA à Bruxelles (février ‘20, février ‘21 et mars ‘22) des speedates ont été organisée entre des jeunes diplômés en animation / motion designers et des maisons de production afin d’offrir une chance à ces jeunes scénaristes de faire partie d’un studio d’animation via un stage média. Cinq sessions ont été organisées conjointement par le VAF et le Cultuurloket: le Summer Crash Course et Achter de Schermen. Celles-ci ont été organisées virtuellement, ainsi que les 3 sessions d'info annuelles sur les programmes d'orientation de mediarte (7 au total pendant la période de référence).

6. Partenaires

Comme pour les projets stages média précédents, ce projet ne nécessite en soi aucune collaboration avec des tiers. Mais tout comme pour les projets précédents, le VDAB, Actiris et le Forem ont été impliqués indirectement.

Le VDAB a renouvelé son soutien pour le projet stages média et l'a confirmé via une lettre de soutien spécifique. mediarte a conclu avec le VDAB une convention de partenariat. Le projet stages média a été soutenu dans le cadre de cette convention. Actiris a confirmé également son soutien au projet via une lettre de soutien et dans le cadre de la convention de partenariat conclue avec Actiris pour le projet mediartist.

Pas de convention n'a été conclu avec le Forem.

7. Dépôts des rapports d'évaluation et des états financiers

Rapport d'évaluation et bilan financier 2021 PC 227 : déposé le 27 juin 2022
Rapport d'évaluation et bilan financier 2020 PC 227 : déposé le 29 juin 2021
Rapport d'évaluation et fiche financière 2021 PSC 303.01 : déposé le 30 juin 2022
Rapport d'évaluation et fiche financière 2020 PSC 303.01 : déposé le 29 juin 2021

8. Financier

8.1. Général

Pour la période concernée par ce rapport, le coût commun pour l’administration du projet stages média représente un coût total de € 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.