

Evaluation intermédiaire 2020

**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 jan. 2020 - 31 dec. 2020

CP 227

SCP 303.01

## Table des matières

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. Le projet</b>  | <b>3</b>  |
| <b>2. Évaluation générale</b>  | <b>4</b>  |
| <b>3. Chiffres</b>   | <b>7</b>  |
| 3.1. Nombre d'inscriptions/candidats uniques dans la base de données de mediarte | 7         |
| 3.2. Nombre de stages média  | 7         |
| 3.3. Nombre de donneurs de stage/employeurs                                      | 8         |
| <b>4. Stage média</b>  | <b>10</b> |
| 4.1. Procédure   | 10        |
| 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. CV Labs   | 15        |
| 4.5.4. Workshops   | 15        |
| 4.6. Scan de Compétences   | 16        |
| 4.6.1. Général   | 16        |
| 4.6.2. Intégration du processus d'apprentissage des médiastagiaires              | 17        |
| <b>5. Sensibilisation</b>  | <b>18</b> |
| 5.1. Général   | 18        |
| 5.2. Guide du débutant   | 19        |
| 5.3. Toolbox   | 19        |
| 5.4. Sessions d'information  | 20        |
| <b>6. Partenaires</b>  | <b>20</b> |
| <b>7. Financier</b>  | <b>21</b> |
| 7.1. Général   | 22        |
| 7.2. Frais de personnel  | 22        |
| 7.3. Coût overhead   | 23        |
| 7.4. Coût projet   | 23        |
| 7.5. Répartition CP 227 - SCP 303.01   | 23        |
| <b>8. Annexe</b>   | <b>23</b> |

# 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.

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 à des endroits d'expérience de travail pour **8,5 ETP's**. (1880 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.

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..

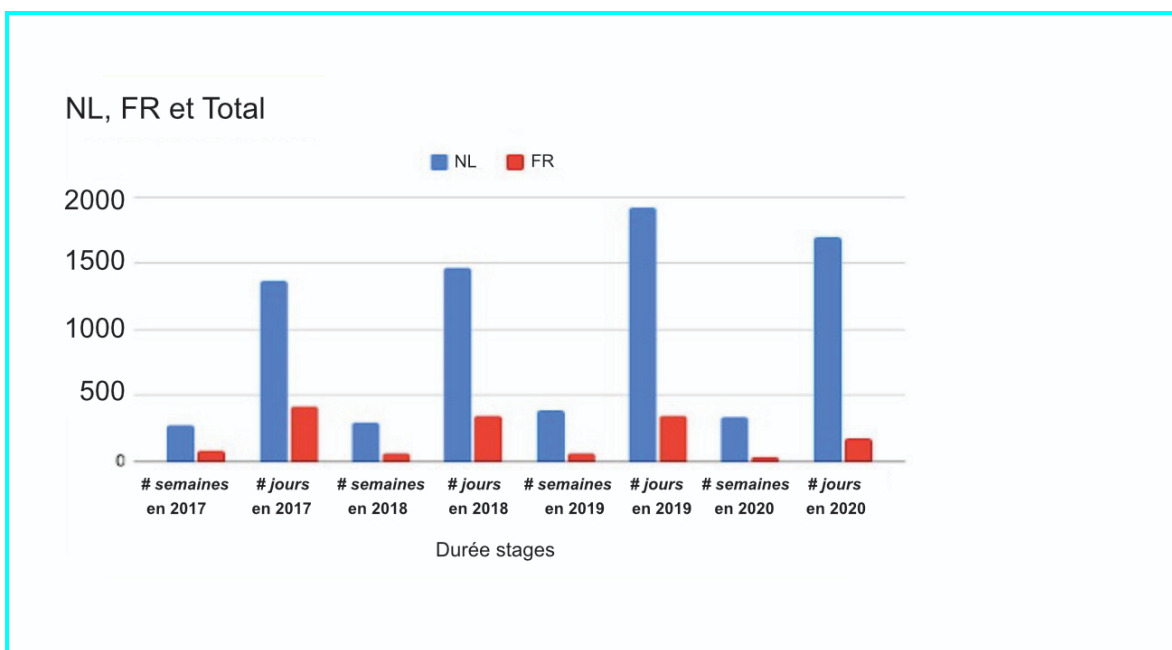
Au 31 décembre 2020 la base de données des stages média dénombrait **549 personnes néerlandophones et 117 personnes francophones enregistrées**, depuis le début du projet en 2014.

|    | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | Total |
|----|------|------|------|------|------|-------|
| NL | 190  | 127  | 53   | 79   | 100  | 549   |
| FR | 38   | 33   | 14   | 11   | 21   | 117   |

Une fois encore, nous constatons un écart évident entre les inscriptions néerlandophones et francophones. Le groupe cible du côté francophone réagit visiblement moins, malgré les efforts consentis en 2020 (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, **52 conventions de Stages média** ont été conclues, pour un total de 378 semaines de stage à des endroits d'expérience de travail pour **8,5 ETP's** (1880 jours/220).



En 2020, 52 stages se sont terminés avec succès. Après une période difficile au premier semestre de 2020 en raison de la crise sanitaire, nous constatons cependant **un quasi status quo** par rapport au nombre total de semaines qui ont été clôturées en 2019. Cela reflète un énorme rattrapage au cours des deux derniers trimestres 2020. De nombreuses productions ont été suspendues ou déplacées à un stade ultérieur, ce qui a entraîné un automne très concentré en ce qui concerne le démarrage des trajets de stages. Le nombre de stages en français a été divisé par deux par rapport à 2019.

### Évolutions semaines de stage 2017 - 2020

| Durée des stages | # semaines en 2017 | # jours en 2017 | # semaines en 2018 | # jours en 2018 | # semaines en 2019 | # jours en 2019 | # semaines en 2020 | # jours en 2020 |
|------------------|--------------------|-----------------|--------------------|-----------------|--------------------|-----------------|--------------------|-----------------|
| NL               | 273                | 1365            | 294                | 1470            | 385                | 1925            | 341                | 1705            |
| FR               | 83                 | 415             | 70                 | 350             | 70                 | 350             | 35                 | 175             |
| <b>Total</b>     | <b>356</b>         | <b>1780</b>     | <b>364</b>         | <b>1820</b>     | <b>455</b>         | <b>2275</b>     | <b>376</b>         | <b>1880</b>     |

### 3.3. Nombre de donneurs de stage/employeurs

Au total **26 entreprises ont proposé** un lieu de stage en 2020.

| Néerlandais | Français |
|-------------|----------|
| 23          | 3        |

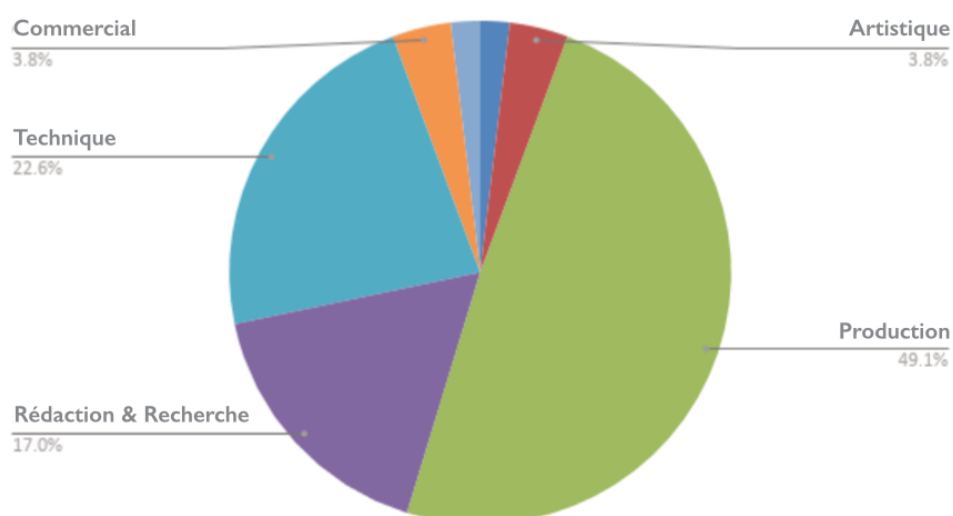
Nous constatons qu'un certain nombre de donneur de stages utilise de façon récurrente le trajet de stage, ce qui reflète une forme d'«intégration» au sein de ces entreprises.

Certains employeurs mentionnent les stages média comme une option par défaut dans leurs appels aux stages/offres d'emploi diffusés publiquement, et c'est un signal que nous en tant que mediarte ne pouvons qu'encourager.

En 2020, nous observons un glissement frappant sur le plan du genre. Sur ces 52 stagiaires, **73 % sont des femmes** (38) et 27 % des hommes (14). Une tendance marquante qui se poursuit à la hausse depuis 2018 et que l'on peut (hypothétiquement) expliquer par la baisse du nombre de stages « purement techniques »

La moitié du nombre de stages médias en 2020 se retrouve sous la dénomination “stages en production”, le poste d'assistant de production étant parmi ceux-ci le plus fréquent. Ce sont aussi les maisons de production qui, principalement pour la fiction TV & le divertissement (et sans tenir compte de la pandémie en 2020), comptabilisent globalement le plus de stages médias. Les clusters 'technique' et 'rédaction et recherche' forment les 2 autres grands piliers. Les départements commerciaux et artistiques sont peu représentés.

Total de Personnes de Contact: Département



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**

| Entreprise   | Langue      | 2020     |        |
|--|-------------|----------|--------|
|  |             | Semaines | Stages |
| Borgerhoff & Lamberigts Tv Nv                                | Néerlandais | 6        | 1      |
| De Chinezen Nv   | Néerlandais | 6        | 1      |
| Ded'S It Bv  | Néerlandais | 4        | 1      |
| De Mensen Nv   | Néerlandais | 13       | 2      |
| De Wereldvrede Bvba  | Néerlandais | 8        | 1      |
| Docwerkers Vzw   | Néerlandais | 4        | 1      |
| Dpg Media Nv   | Néerlandais | 51.5     | 6      |
| Eurogrip Bvba  | Néerlandais | 6        | 1      |
| Fremantlemedia Belgium Nv                                    | Néerlandais | 3        | 1      |
| Geronimo Bvba  | Néerlandais | 12       | 1      |
| Hotel Hungaria Bv  | Néerlandais | 43.5     | 5      |
| Lecter Media Nv  | Néerlandais | 5        | 1      |
| Les Gens Sa  | Français    | 12       | 1      |
| Moxy Bvba  | Néerlandais | 5        | 1      |
| No Account   | Néerlandais | 14       | 4      |
| O'Brother Distribution Sprl                                  | Français    | 12       | 1      |
| Quetzalcoatl   | Néerlandais | 1        | 1      |
| Sporthouse Group Nv  | Néerlandais | 10       | 1      |
| Sputnik Tv Bvba  | Néerlandais | 19.8     | 3      |
| Toreador Bvba  | Néerlandais | 9        | 1      |
| Undo.Redo Bvba Bvba  | Néerlandais | 8        | 1      |
| Videohouse Nv  | Néerlandais | 8        | 2      |
| Vlaanderen Een Nv  | Néerlandais | 6.5      | 1      |
| Warner Bros. International Television Production Belgie Bvba | Néerlandais | 37       | 4      |
| Wizz District Sa   | Français    | 11       | 2      |
| Woestijnvis Nv   | Néerlandais | 43       | 5      |
| Zodiak Belgium Nv  | Néerlandais | 17.4     | 2      |

## 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 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 **vers 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 kills / 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 pouvoir 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 en 2020 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.

Fin 2020, nous notons 1.956 profils créés: 1.404 NL et 552 FR ; une augmentation globale de 22% par rapport à 2019 (1.343 profils).

Les Pages Talent ont été visitées 22.098 fois en 2019, par rapport à 2019, il s'agit d'une augmentation de 40,45%. Nous pouvons parler ici d'un très grand succès. Les Pages

Talent jouent également un rôle essentiel pour le Scan de Compétences par le fait que les Talents sur cette page peuvent y montrer leur(s) Scan(s) de Compétences.

En 2021, il sera investi plus avant sur la liaison des Pages Talent aux offres d'emploi et sur les possibilités de filtrage.

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

### 4.5.3. CV Labs

mediarte a organisé en 2020 plusieurs CV Labs. Comme leur nom l'indique, il s'agit de workshops organisés en moyenne 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.

### 4.5.4. Workshops

Différents sur le thème du "Branding" ont été organisés: 'Setting the stage' a abordé les projets des participants en les a aidés à clarifier leur propre projet de carrière (identifier les points forts et les points faibles, les aspirations, avoir en vue projet global,...). Après la définition de leur projet de carrière, les participants apprennent avec 'Brand Yourself' à transposer leur projet en une activité claire et cohérente et des outils concrets sont proposés pour progresser plus avant. 'Pitching' forme les participants dans le cadre de leur communication: le choix de canaux pour faire connaître leur activité/projet, comment construire leur réseau (online et offline).

En janvier 2020, mediarte a organisé deux workshops en partenariat avec PlayRight (la société de gestion collective des droits voisins). Le premier workshop concernait le branding des acteurs afin de s'adresser utilement aux agences de casting et le second traitait de la question des droits musicaux dans les productions audiovisuelles. Un webinar "Développer sa visibilité en tant qu'acteur" a été organisé en juin 2020 avec Julie Moraglia, auteur de scénarios et manager de production avec qui nous avons organisé auparavant un webinar 'Pitching', elle a également donné des conseils pour un pitch réussi dans un article et dans une interview.

Étant donné le fait que durant la plus grande partie de l'année il n'a pas été possible d'organiser des activités en présentiel, mediarte a lancé une nouvelle activité de réseautage particulièrement bien adaptée au format digital: Inside the company. Cette activité se compose d'un tour de table virtuel par une entreprise du secteur. Il s'agit d'un échange entre les participants et les collaborateurs de l'entreprise visitée. Des conseils sont donnés aux participants à propos des activités et fonctions présentes dans l'entreprise concernée et à propos de la meilleure façon de poser une candidature.

Nous avons également organisé des Talks, moments de discussion à propos d'un thème donné, entre professionnels du secteur, mediarte et des participants à mediartist. Ces conversations ont pu facilement être transposées en format online.

A partir de mars 2020, nous avons tenu notre premier Talk Face-to-Face avec Les Mecs, une maison de production bruxelloise. En juin, une discussion online a eu lieu avec les réalisateurs affiliés à SBC (The Belgian Society of Cinematographers). Ils ont parlé de leur carrière internationale et ont conversé avec le public.

En septembre une activité en présentiel s'est déroulée pendant le BRIFF: Girafeo, une jeune société de production est venue présenter le développement de son positionnement commercial et de son réseau.

## 4.6. Scan de Compétences

### 4.6.1. Général

Le Scan de Compétences a été initialement lancé en 2019 et a été développé plus avant en 2020. 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.

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. de competentiedatabank ESCO van de Europese Commissie en databanken van onze internationale collega's zoals bvb. Screenskills (UK) en CPNEF-AV (FR).

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.

Actuellement, toutes les compétences des clusters Audio, Image, Postproduction et Technique ont été ajoutées au Scan de Compétences. La recherche préalable pour le cluster Digital est terminée et les fonctions de ce cluster seront lancées début 2021. Par la suite, mediarte poursuivra le travail en 2021 pour les fonctions du cluster Production et Rédaction & Research pour aborder ensuite les clusters Artistique et MarCom.

Naturellement, notre secteur ne demeure pas immobile et les compétences et fonctions évoluent en permanence. Nous suivons donc au fur et à mesure ces évolutions et procédons si nécessaire à des adaptations.



## 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/SCP303.01. 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.

Pour s'adapter aux changements récents dans la législation du travail, ajouter de nouveaux trucs et astuces, se tenir au courant des évolutions et des tendances récentes de l'industrie, une **mise à jour bisannuelle** (2019 est la dernière édition) est fournie avec ce guide du débutant.

<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.

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

### 5.4. Sessions d'information

Durant la période 01 01 20 - 31 12 20 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) une speeddate a 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. Deux sessions d'information ont été organisées avec le VAF et Cultuurloket : Summer Crashcourse et Achter de schermen. Celles-ci ont été organisées virtuellement.

## 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. Financier

### 7.1. Général

Pour la période concernée par ce rapport, le coût commun pour l'administration du projet stages média représente un coût total de € 137.346,43.

|  | Budget            |                  |                   | Décompte          |                   |                  |
|--|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|
|  | 227               | 303.01           | Total             | Total             | 227               | 303.01           |
| <b>Coût de personnel</b>               | 140.000,00        | 15.000,00        | 155.000,00        | 102.400,20        | 90.685,78         | 11.714,42        |
| <b>Overhead</b>                        | 42.000,00         | 4.500,00         | 46.500,00         | 30.720,06         | 27.205,73         | 3.514,33         |
| <b>Coût projet stages média</b>        | 25.000,00         | 2.500,00         | 27.500,00         | 4.226,17          | 3.742,70          | 483,47           |
| <i>magazine</i>                        |                   |                  |                   | 425,67            | 376,97            | 48,70            |
| <b>Self assesment-tool Page Talent</b> | 17.500,00         | 7.000,00         | 24.500,00         | 0,00              | 0,00              | 0,00             |
| <b>Total</b>                           | <b>224.500,00</b> | <b>29.000,00</b> | <b>253.500,00</b> | <b>137.346,43</b> | <b>121.634,22</b> | <b>15.712,22</b> |
|  | 88,56%            | 11,44%           | 100,00%           | 100,00%           | 88,56%            | 11,44%           |

Les enregistrements de temps complets et le coût salarial figurent en annexe de ce rapport.

### 7.2. Frais de personnel

Après vérification des enregistrements de temps de travail que chaque collaborateur de mediarte suit, un engagement total de personnel de 1,42 etp a été noté. Le coût de personnel se monte à € 102.400,20.

| Travailleur              |                   | Florence Onyn | Jan Vermoesen | Joelle Dagry | Jonas De Maesschalck | Joost Bevernage | Julie Delvaux | Louis Van De Leest | Sabine Bombeke | Virginie Grulois |
|--------------------------|-------------------|---------------|---------------|--------------|----------------------|-----------------|---------------|--------------------|----------------|------------------|
| <b>heures</b>            | <b>2.372,08</b>   | 323,38        | 327,60        | 311,47       | 42,21                | 342,46          | 326,07        | 548,05             | 45,30          | 105,53           |
| <b>etp</b>               | <b>1,42</b>       | 0,19          | 0,20          | 0,19         | 0,03                 | 0,20            | 0,20          | 0,33               | 0,03           | 0,06             |
| <b>Coût de personnel</b> | <b>102.400,20</b> |               |               |              |                      |                 |               |                    |                |                  |

Le coût de personnel se compose du salaire brut, du pécule de vacances, des cotisations ONSS de l'employeur, des provisions fiscales, des chèques repas et écochèques, des frais remboursés, des cotisations ONSS. Afin de garantir l'anonymat des travailleurs, le coût de personnel n'est pas mentionné par travailleur.

### 7.3. Coût overhead

Le coût overhead, conformément au dossier de demande est calculé à 30% du coût salarial total, en l'espèce € 30.720,06, et comporte tous les frais indirectement liés à la réalisation de ce projet.

### 7.4. Coût projet

Le coût du projet se monte à € 4.226,17 et a concerné pour cette période principalement l'envoi des Guides du débutant et d'autre part le coût pour le magazine. Pour ce dernier, le coût a été divisé sur base du nombre d'etp's alloué à ce projet.

Les factures sont ajoutées en annexe.

### 7.5. Répartition CP 227 – SCP 303.01

Sur la base de la proportion des subsides alloués le coût de ce projet est divisé, en l'espèce: CP 227, 88,56% et SCP 303.01, 11,44%. 90% (€ 149.582,56).

## 8. Annexe

Détails rapportage financier  
Rapport Commissaire-Réviseur