

Partie I : les actions et activités réalisées

Action/activité 1

1. l'action/l'activité planifiée et l'objectif ou les objectifs connexes (+ groupe cible et nombre de participants)

Des méthodes d'insertion innovantes ont été développées et testées en collaboration avec le VDAB, le FOREM, les villes, l'enseignement et les entreprises partenaires au cours du projet précédent. Ces mêmes partenaires nous accompagnent maintenant dans le déploiement des méthodes développées et testées dans les différentes régions de ce pays. Une ou plusieurs méthodes seront utilisées par région. Cela dépend toujours du contexte situationnel, par exemple zones urbaines ou rurales, néerlandophone ou francophone, etc.

Les méthodes que nous utiliserons sont les suivantes :

Méthode Ambassador

Déploiement dans toute la Flandre : 3 sessions

Cartes sociales provinciales des jeunes

Répétition de la formation physique au niveau flamand dans 4 provinces + 4 sessions d'information en ligne

Déploiement dans toute la Wallonie et à Bruxelles : 3 sessions d'information en ligne

Actualisation des cartes sociales (mise à jour 1 x par an)

Box de candidature

15 formations supplémentaires dans des écoles, ou dans des groupes de jeunes demandeurs d'emploi qui sont encadrés par le VDAB ou des organisations tierces (NL)

Traduction de la box en FR + déploiement + 6 sessions de promotion

2. Action/activité réalisée

Méthode Ambassador

Déploiement dans toute la Flandre : 1 session pour le Limbourg a été lancée à l'automne 22 et s'est terminée début 23. 6 ambassadeurs ont été formés.

La Flandre occidentale (printemps) et Anvers (automne) suivront en 2023.

Cartes sociales provinciales des jeunes

Répétition de la formation physique au niveau flamand dans 4 provinces + session d'information en ligne :

Session Zoom « mise à jour de la carte sociale » au niveau flamand :

- le 13 octobre 22 de 10 h à 11 h

Tenue d'entretiens difficiles :

- Flandres orientale et occidentale le mardi 15 novembre 22 à Waregem de 9 h à 16 h

En 2023 suivront :

- Limbourg / Brabant flamand le jeudi 16 février 23 à Hasselt de 9 h à 16 h
- Anvers le jeudi 27 avril 23 à Ranst de 9 h à 16 h.

Actualisation des cartes sociales (mise à jour 1 x par an)

Box de candidature

15 formations supplémentaires dans des écoles, ou dans des groupes de jeunes demandeurs d'emploi qui sont encadrés par le VDAB ou des organisations tierces (NL).

2 formations organisées en 2022, 4 planifiées pour l'instant en 2023

Traduction de la box en FR + 6 sessions de promotion prévues pour 2023

3. Taux de réalisation

Méthode Ambassador

6 jeunes de 26 ans ont été formés dans ce cas (toutes des dames)

Cartes sociales provinciales des jeunes

Pas de jeunes, l'objectif ici est d'informer les entreprises sur la manière d'aider les jeunes en cas de problèmes susceptibles de compromettre l'emploi.

Box de candidature

2 formations organisées en 2022, 4 planifiées pour l'instant en 2023

7/06/2022	GO! Campus De Wijzer	3600 Genk
23/11/2022	VIBO St Barbara OV4	3580 Beringen
20/03/2023	Instituut Sint-Carolus	9100 Sint-Niklaas
10/05/2023	Sint-Catharinacollege	9506 Geraardsbergen
5/06/2023	Don Bosco	3600 Genk
8/06/2023	Sint-Bernardusschool	9700 Audenarde

4. Budget

Le budget prévu (lors de la demande) et le budget utilisé :

Budget prévu	Budget utilisé
207 000 €	27 935,68 €

5. Sortie vers le travail (si applicable)

N.A.

6. Les circonstances qui font que l'objectif visé n'a pas été atteint (si applicable)

N.A.

Action/activité 2

1. l'action/l'activité planifiée et l'objectif ou les objectifs connexes (+ groupe cible et nombre de participants)

Nous voulons apporter un soutien supplémentaire aux jeunes aide-ménager(e)s dans l'exercice de leur emploi, mais nous voulons également impliquer les entreprises dans ce processus. En développant avec eux les compétences non techniques requises, nous pouvons les renforcer à la gestion de la diversité des tâches et des clients dans ce secteur.

11 vidéos et fiches ont été élaborées sur les différentes compétences non techniques, et ce en français, durant le projet précédent. Nous allons maintenant les créer également pour la partie néerlandophone du pays.

Nous nous engageons dans le même temps à poursuivre le développement des contenus disponibles pour l'enseignement et les accompagnateurs du marché du travail sur notre plateforme My Perfect

Day. Nous ajouterons aux 9 épisodes existants 3-5 nouveaux épisodes dans lesquels nous approfondirons les compétences requises pour le métier d'aide-ménager(e).

2. Action/activité réalisée

10 fiches ont été traduites en NL et mises à la disposition des écoles, des accompagnateurs et des entreprises. 10 vidéos seront enregistrées les 30 et 31/3/23. Elles seront ensuite également mises à la disposition des écoles, des accompagnateurs et des entreprises.
Les nouveaux épisodes de My Perfect Day seront réalisés en 2023.

3. Taux de réalisation

Indiquez ici :

- Le nombre de jeunes atteints :
- S'il s'agit d'un trajet pour jeunes : indiquez aussi bien le nombre de jeunes ayant participé que le nombre de jeunes ayant terminé le trajet.
- Les traits de profil des participants (si disponibles) : genre, niveau de scolarisation, etc.

Cliquez ou appuyez pour introduire du texte.

4. Budget

Le budget prévu (lors de la demande) et le budget utilisé :

Budget prévu	Budget utilisé
140 000 €	336,74 €

5. Sortie vers le travail (si applicable)

n.a.

6. Les circonstances qui font que l'objectif visé n'a pas été atteint (si applicable)

n.a.

Action/activité 3

1. l'action/l'activité planifiée et l'objectif ou les objectifs connexes (+ groupe cible et nombre de participants)

Le site L'emploi le plus gratifiant est entre-temps devenu un site de référence tant pour les jeunes que pour les accompagnateurs du marché du travail, les écoles et les formateurs. Nous voulons faire connaître le site, les outils et les opportunités qu'offre le secteur à un public de jeunes encore plus large.

Nous voulons le faire par le biais d'une campagne mise en place de manière stratégique pendant la durée du projet. Dans le cadre de la campagne, nous développons ou créons le matériel nécessaire tel que des vidéos, du contenu d'apprentissage numérique, des vlogs, des billets de blog, des flyers, des folders, des gadgets, des événements, etc. (liste non exhaustive). Nous employons les canaux

utilisés habituellement par les jeunes. Pensez notamment aux réseaux sociaux (Instagram, TikTok, ...)

La campagne aura plusieurs points de départ :

- Positionnement du métier d'aide-ménager(e) (impact social du métier)
- Information sur le métier d'aide-ménager(e) (aspects techniques du métier)
- Conversion en actions (aide pour poser sa candidature (spontanée))

2. Action/activité réalisée

La campagne a été réalisée comme décrit ci-dessus. Nous avons atteint les jeunes via les canaux de réseaux sociaux, tels que Facebook, Instagram et TikTok, et les avons incités à apprendre à connaître notre secteur. Lors de cette campagne, nous sommes allés à la recherche de jeunes âgés de 18 à 25 ans sur Facebook, Instagram et TikTok. Vous pouvez trouver ci-dessous un aperçu des résultats.

De très nombreux jeunes ont été informés de cette campagne via nos réseaux sociaux.

3. Taux de réalisation

- 12 013 389 reproductions via TikTok
- 1 684 710 vidéos visionnées sur des plateformes comme YouTube
- 1 201 653 personnes uniques qui ont été atteintes via Facebook et Instagram
- 163 462 personnes uniques qui ont été atteintes grâce à la campagne avec les influenceurs et les aide-ménager(e)s

Cliquez ou appuyez pour introduire du texte.

4. Budget

Le budget prévu (lors de la demande) et le budget utilisé :

Budget prévu	Budget utilisé
400 000 €	165 735,88 €

5. Sortie vers le travail (si applicable)

N.A.

6. Les circonstances qui font que l'objectif visé n'a pas été atteint (si applicable)

N.A.

Frais de personnel généraux et frais généraux :

Budget prévu	Budget utilisé
367 000 €	105.192,12 €