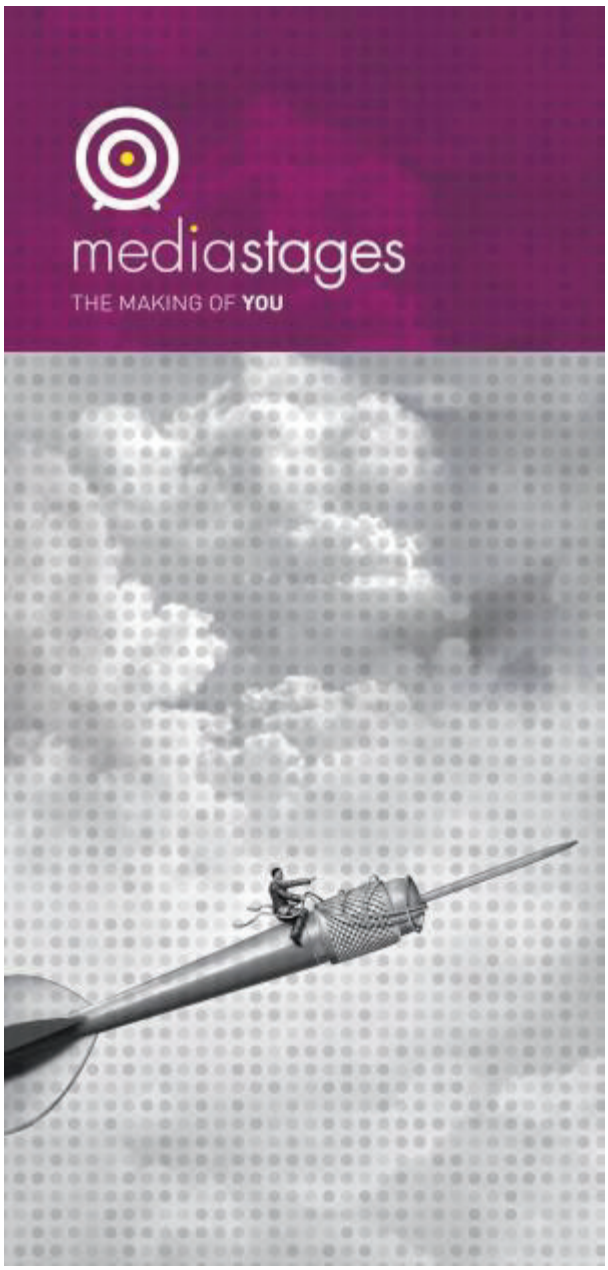


Eindverslag 2016-2017

project ten gunste van jongeren die tot bepaalde risicogroepen behoren: werkzoekenden van minder dan 26 jaar.

mediastages

Starterskansen:

begeleiding professionele stages

Referteperiode: 1 januari 2016 tot 31 december 2017

Inhoudstafel

1 Het project **3**

2 Algemene evaluatie **4**

3 Mediastages - Cijfers **6**
3.1 Aantal unieke inschrijvingen/kandidaten 6
3.2 Aantal afgeronde Mediastages 6
3.3 Man/vrouw-verdeling 8
3.4 Andere karakteristieken 8
3.5 Aantal stagegevers 8
3.6 Aantal mediastages per activiteitencluster 8
3.7 Aantal mediastages per onderneming 9

4 Stage **11**
4.1 Procedure 11
4.2 Begeleiding 11
4.3 Evaluatie van de begeleiding 12
4.4 Overlegmomenten 14
4.5 CMS-Systeem 14
4.6 Competenties 15

5 Sensibilisering **15**
5.1 Algemeen 15
5.2 Startersgids 15
5.3 Campagne 16
5.4 Infosessies 19

6 Partners **19**
6.1 RVA 19
6.2 VDAB / FOREM 19

7 Financieel **20**
7.1 Algemeen 20
7.2 Personeelskosten 20
7.3 Overheadkost 21
7.4 Projectkost 22
7.5 Software ontwikkeling 22
7.6 Verslag Commissaris-Revisor 22

1 Het project

Pas afgestudeerde jongeren zijn in de audiovisuele sector vaak vragende partij om beroepservaring op te doen. Om hieraan tegemoet te komen zijn werkgevers bereid hen ook na hun opleiding stage te laten te lopen. In de **realiteit** stellen we echter vast dat jongeren op deze wijze buiten een wettelijk kader tewerkgesteld worden.

De sociale partners van PC 227 willen via het project “Mediastages” bijdragen om deze “stages” binnen een **wettelijk kader** te laten verlopen in PC 227. Het wettelijk kader werd hiervoor gecreëerd in een CAO (bijlage 1).

Met het project “**Mediastages**” willen de sociale partners van PC 227 een brug slaan tussen de uitstroom uit het hoger onderwijs en de professionele audiovisuele sector. Het doel van deze “Mediastages” voor werkloze jongeren onder de 26 jaar was om ervaring op te doen op de werkvloer, om hun kans op het vinden van werk te vergroten.

Werkzoekende mediamakers, jonger dan 26 jaar, kregen via dit project de mogelijkheid om gedurende maximum 3 maanden onder individuele begeleiding mee te draaien in een professionele, audiovisuele onderneming. De stagiair kreeg oefenkansen om kennis, vaardigheden en attitudes te integreren, die praktisch te toetsen en verder te ontwikkelen binnen het professionele werkveld.

Deze “Mediastages” waren van toepassing op **alle functies van de audiovisuele sector**, ongeacht welke opleiding de stagiair in het verleden gevolgd heeft.

Een “Mediastage” heeft op geen enkel moment de plaats van een betaalde arbeidskracht ingenomen.

mediarte, het sociaal fonds van PC 227, werkte dit project concreet uit, nam de rol op van **stagepromoter** en stond eveneens in voor de **begeleiding** van de werkzoekende jongere. Hierbij werd permanent over de inhoud en kwaliteit van de stage gewaakt.

Na beëindiging van de stage bezorgde mediarte aan de stagiair een stagerapport en een **Startersgids** met informatie over **werken in de audiovisuele sector** zodat deze met voldoende kennis aan de slag kan als volwaardige beroepskracht.

2 Algemene evaluatie

Hoe kon de audiovisuele sector de wildgroei aan “vrijwillige stages” op een constructieve manier indijken? Welke opties waren er om stagiairs, buiten het traditionele opleidingstraject (hoger onderwijs, universitair), aan te werven binnen de geldende, arbeidsrechtelijke verplichtingen? Het project “Mediastages” voorzag de oplossing en was een eerste stap in de goede richting.

In totaal werden er tussen 1 januari 2016 en 31 december 2017, 77 Mediastages afgesloten, voor in totaal 603,5 weken, wat omgerekend neerkomt op werkervaringsplaatsen voor **13,7 VTE’s**.

De communicatie rond het “Mediastages” - project werd uitgestuurd (online en offline) naar **alle ondernemingen** uit PC 227. mediarte stelt vast dat een groot deel van de werkgevers op permanente basis stageplaatsen aanbiedt of stagiairs aanwerft en het vaak ook dezelfde werkgevers zijn die het mediarte-platform hiervoor gebruiken.

Het aanbieden van alternatieve vormen van werkervaringsplaatsen, met bijhorende **kwalitatieve stagebegeleiding,** blijkt nog altijd **een noodzaak**. Dagelijks vangt mediarte signalen op van zowel werkgevers als starters (pas afgestudeerden) met de vraag naar stageplaatsen.

Werkgevers ondersteunen unaniem de verlenging van het project “Mediastages” en dragen het enthousiast mee uit naar de brede audiovisuele sector. **Werkgevers** en **werkgeversfederaties** staan eveneens unaniem positief rond de communicatie en sensibilisering van correcte, wettelijk verantwoorde stageplaatsen en zien absolute meerwaarde in de verderzetting van het “Mediastages”- project.

We stellen vast dat buiten de reguliere stage-oproep verspreiding via de mediarte- website de aanwerving van stagiairs nog vaak gebeurt op een **informele** manier. Dit kan worden verklaard door het specifieke karakter van de audiovisuele sector, wat een rechtstreeks gevolg heeft op het aanwerven van personeel en stagiairs. In veel gevallen is het werk georganiseerd op projectmatige basis en de vraag naar een stage/werkervaringsplek is veelal superieur aan het aanbod ervan, omwille van de grote aantrekkingskracht van de sector.

Hierdoor bieden vers afgestudeerden hun diensten ook **gratis en vrijwillig** aan. Omwille van het overaanbod aan afgestudeerden vormt dit voor sommigen een strategie om in een mediahuis binnen te raken. Deze tendens creëert druk op de arbeidsmarkt en kan leiden

tot misbruik.

We merken nog steeds een (mentaliteits)**verschil** op tussen Nederlandstalige en Franstalige werkgevers inzake het aanbieden van stageplaatsen en hoe er omgegaan wordt met het begrip “stagiairs”. Er wordt niet zelden op een slappe koord gebalanceerd tussen “werkervaring” en “gratis” tewerkstelling. Vlaanderen gaat over het algemeen iets soepeler om met het aanwerven van stagiairs, waarbij de stagegevers vaak geen diepgaande **stagebeschrijving en opleidingsplan** opstellen en communiceren. Pas afgestudeerden worden regelmatig aangenomen om tijdelijke opdrachten af te werken die reeds ingecalculeerd werden in de pre-productiefase. Franstalige werkgevers gaan hier kritischer mee om en stellen doorgaans minder buitenschoolse “vrijwillige” stageplaatsen ter beschikking (dit blijkt ook uit het aantal officieel gepubliceerde mediastage-oproepen).

De audiovisuele onderwijsinstellingen stonden zonder meer positief tegenover het project Mediastages en hebben de communicatie rond het project gesteund en mee verspreid. De werking van Mediastages, en het algemeen belang van wettelijke stageplaatsen, werd steeds mee opgenomen in de **infosessies** die mediarte op regelmatige basis organiseert voor laatstejaarsstudenten en alumni uit het audiovisueel hoger onderwijs (zie supra, Sensibilisering)

Door de mediastage-oproepen mee op te nemen in de **vacaturebank** van mediarte, de meest bezochte pagina van het digitale platform, kon er op een pragmatische wijze informatie gegeven worden voor de doelgroep, starters in de sector. Via een systeem van crosslinking (linken van relevante artikels/pagina’s) kunnen verschillende acties van mediarte op een gerichte manier tot bij de gebruiker geraken. Voor stage-oproepen is dit vooral gericht naar starters-info: informatie rond arbeidsvoorwaarden, rechten/plichten, tips van experts uit het werkveld, sollicitatiecoaching,...alles om nieuwe medewerkers optimaal te begeleiden bij de eerste stappen in het professionele werkveld.

3 Mediastages - Cijfers

3.1 Aantal unieke inschrijvingen/kandidaten

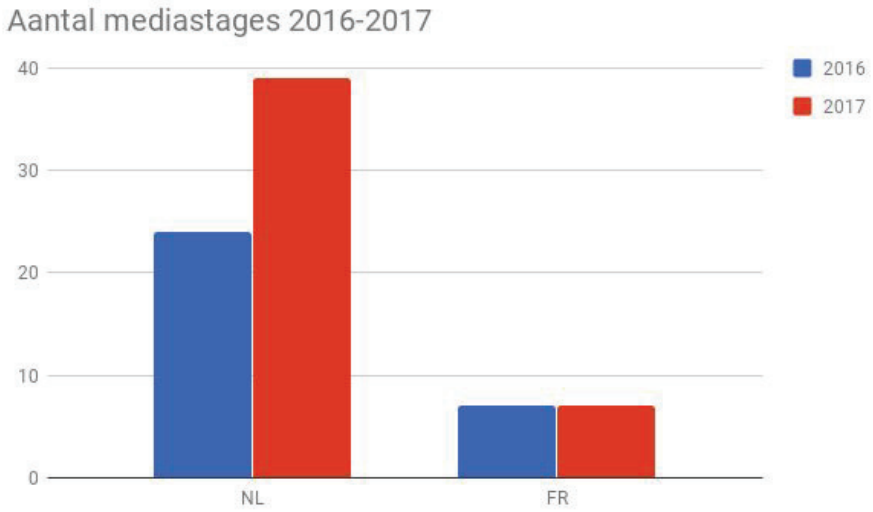
Elke -26 jarige die een Mediastage wil lopen dient zich bij mediarte te registreren.
Op 31 december 2017 telt de database van Mediastages 317 Nederlandstalige en 71 Franstalige geregistreerden.

	2016	**2017**	**Totaal**
NL	190	127	317
FR	38	33	71

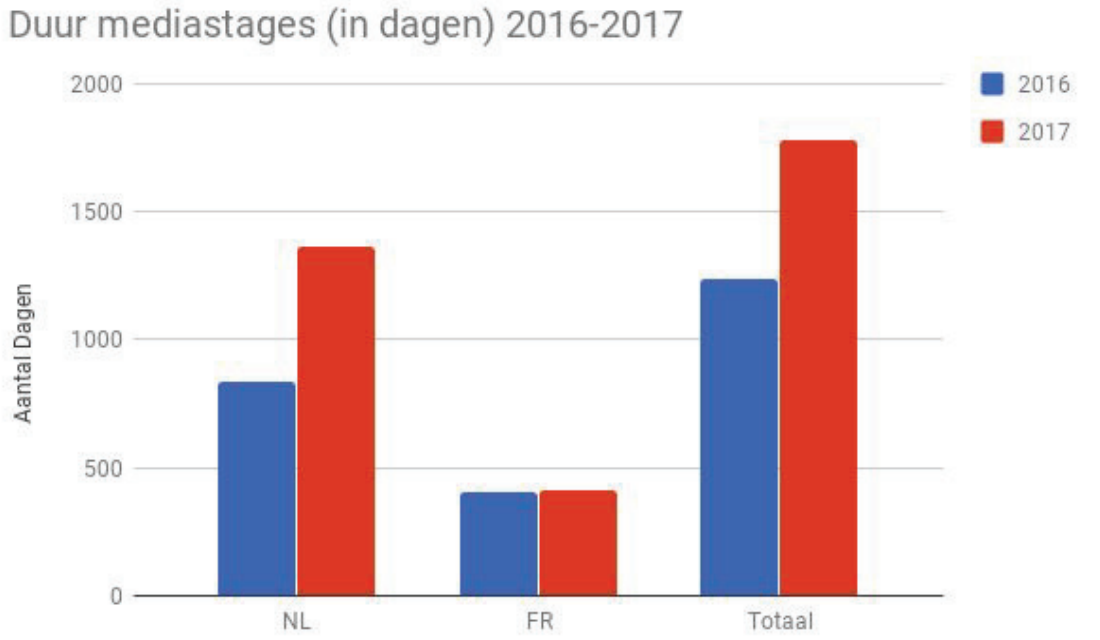
We zien een duidelijke kloof tussen de Nederlandstalige en de Franstalige aanmeldingen. De doelgroep aan Franstalige kant reageert kennelijk minder, ondanks de geleverde inspanningen, en lijkt moeilijker vatbaar voor de communicatie rond werkplekleren/stagewerking. Dit kan ook rechtstreeks gerelateerd worden aan een mentaliteitsverschil tussen de Nederlandstalige en Franstalige werkgevers inzake het aanbieden van stageplaatsen.
Van deze 388 aanmeldingen kwamen er op 31 december 2017 nog 270 Nederlandstalige en 56 Franstalige profielen in aanmerking, die aan de opgelegde criteria voldeden.

3.2 Aantal afgeronde Mediastages

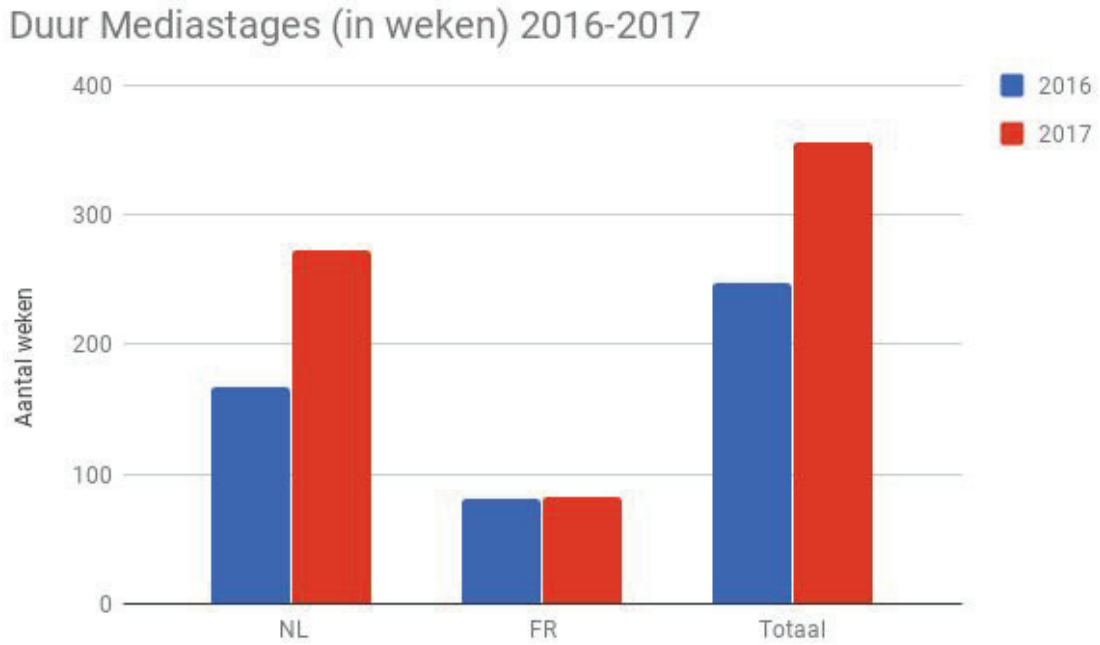
In totaal werden er tussen 1 januari 2016 en 31 december 2017, 77 Mediastages afgesloten, voor in totaal 603,5 weken, wat omgerekend neerkomt op werkervaringsplaatsen voor 13,7 vte's (3017,5/220).



We constateren een grote stijging van het aantal Mediastagiairs en het aantal stageweken in 2017 aan Nederlandstalige zijde.



	Weken in de periode 2016- 2017	Dagen in de periode 2016-2017
Totaal	**603,5**	**3017,5**



Duur stages	**# weken in 2016**	**# dagen in 2016**	**# weken in 2017**	**# dagen in 2017**
NL	166,5	832,5	273	1365
FR	81	405	83	415
Totaal	247,5	1237,5	356	1780

3.3 Man/vrouw-verdeling

Het aandeel van vrouwelijke stagiairs gaat er in 2017, aan Nederlandstalige zijde, aanzienlijk op vooruit. Aan Franstalige kant kennen we echter een terugval.

	NL-2016	NL-2017	FR-2016	FR-2017
Man	7	14	2	5
Vrouw	17	25	5	2
Totaal	**24**	**39**	**7**	**7**

3.4 Andere karakteristieken

Twee personen hebben geen diploma hoger onderwijs. Een persoon heeft een migratie-achtergrond. Er was niemand met een handicap.

	2014	**2015**	**2016**	**2017**	**Totaal**
NL	10	25	23	30	88
FR	8	7	1	4	20
Totaal	18	32	24	34	**108**

3.5 Aantal stagegevers

In totaal boden 42 ondernemingen een stageplaats aan.

Nederlandstalig	**Franstalig**
35	7

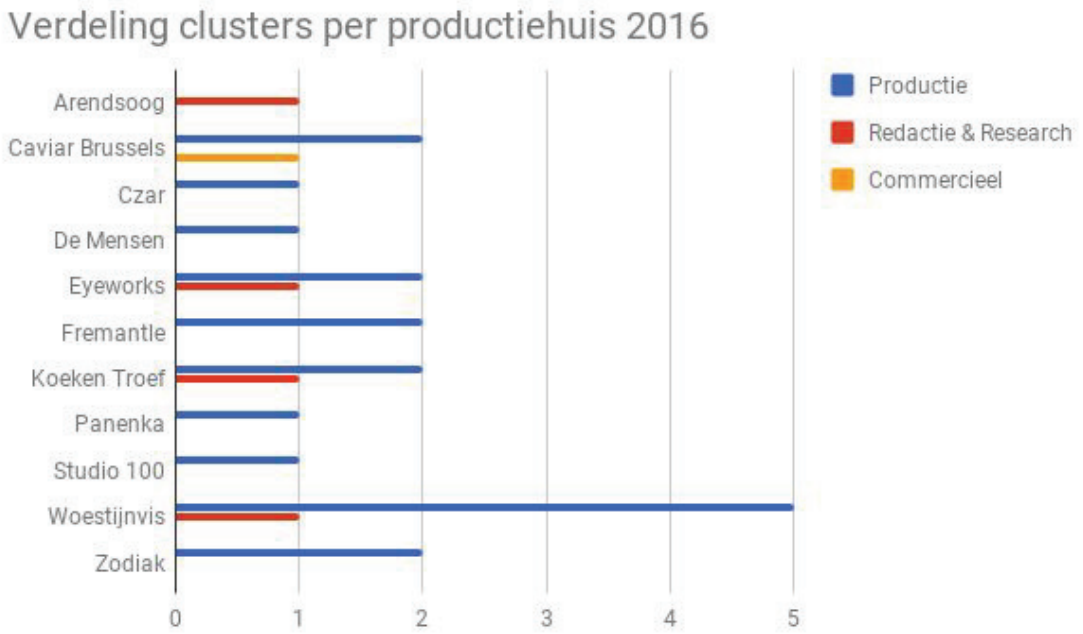
3.6 Aantal mediastages per activiteitencluster

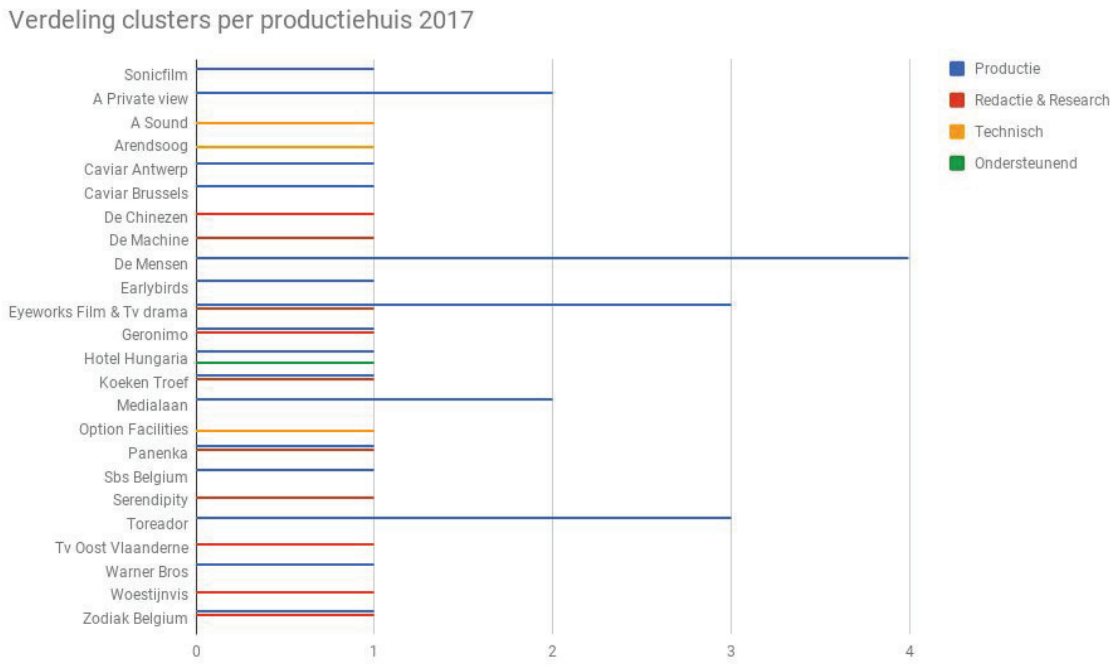
Cluster	**NL-2016**	**FR -2016**	**NL-2017**	**FR -2017**
Productie	19	5	25	7
Redactie & Research	4	0	10	0
Technisch	0	2	3	0
Commercieel	1	0	0	0
Ondersteunend	0	0	1	0
Andere	0	0	0	0
Totaal	**24**	**7**	**39**	**7**

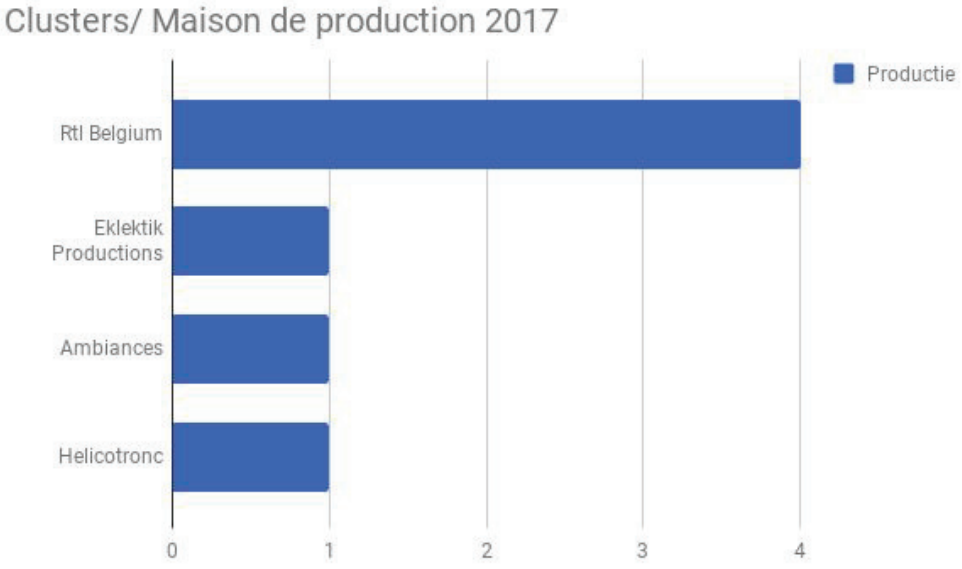
Het grootste aantal mediastages vinden we onder de noemer “productionele” stages, waarbij de functie van *Productie-assistent* het meest voorkomt. Het zijn ook de productiehuizen die, hoofdzakelijk voor TV- fictie & entertainment, globaal de meeste mediastages voor hun rekening nemen. Het permanent beroep doen op tijdelijke werkkrachten (en ook stagiairs) blijft het “projectmatige” werken en de permanente jobrotatie, dat de audiovisuele sector zo specifiek maakt, benadrukken. Het productie-segment blijft dus veruit de grootste activiteiten-cluster, in beide landsdelen, met vooral ondersteunende stageplaatsen, gevolgd het technische cluster (bijna uitsluitend camera-en post-productie stages).

3.7 Aantal mediastages per onderneming

Het zijn de grotere productiehuizen Woestijnvis, De Mensen en Eyeworks Film & Drama die meerdere Mediastages onderschreven (die logischerwijs ook vaak meerdere parallelle producties hebben lopen) De private zender RTL Belgium is onmiskenbaar de grootste mediastage-aanbieder aan Franstalige-zijde, met 7 afgeronde stages in de periode 2016-2017.







De facilitaire bedrijven deden bijna zo goed als geen beroep op het Mediastages-project (1 stageplaats bij Option Media in 2017). Opmerkelijke vaststelling want het is algemeen bekend dat facilitaire bedrijven frequent beroep op stagiairs en de belangstelling vanuit het alumni-veld is over het algemeen groot. mediarte vangt regelmatig signalen op van

“technische” stage-oproepen (camera, sound, electro, grip,…), via informele kanalen, die vaak buiten een wettelijk kader vallen.

Digitale agentschappen en webbedrijven maken ook geen gebruik van de Mediastages.

4 Stage

4.1 Procedure

Elke mediastage start in principe met een Stageplaats die zich aanmeldt (zie bijlage 2) en die via de website van mediarte een stage-oproep plaatst. Kandidaat-stagiairs kunnen zich dan online melden (zie bijlage 3). Het is echter ook mogelijk dat een stageplaats zelf een stagiair voorstelt.
De Stageplaats bezorgt aan mediarte ook een Opleidingsbeleidsplan (bijlage 4) . Dit plan weerspiegelt het beleid dat een onderneming voert met betrekking tot opleidingen en dit voor al haar medewerkers.

mediarte stelt in het eerste geval een longlist samen die aan de stageplaats wordt overgemaakt. De stageplaats maakt dan een keuze van stagiair. Vervolgens wordt er tussen mediarte, de stagegever en de stagiair een overeenkomst afgesloten en wordt het concrete verloop en de invulling van de stage met de drie partijen besproken.
De stagiair krijgt bij aanvang ook een Startersgids (zie 5.2) overhandigd.

De stagegever vult het evaluatieformulier aan en halverwege de stage brengt een consulent van mediarte een bezoek aan de stageplaats of wordt er een telefonische terugkoppeling voorzien.

Na afloop van de stage hebben de stagiair en de stagegever een afsluitend gesprek en wordt de eindevaluatie aangevuld in het stagedraaiboek (bijlage 5).

4.2 Begeleiding

mediarte hecht bij de uitwerking van dit project zeer veel belang aan de begeleiding van enerzijds de stagiairs maar anderzijds evenzeer aan de stageplaatsen.

Twee consulenten van mediarte stonden in voor de opvolging vanaf de startfase tot het einde van de looptijd van de Mediastage en zijn zowel voor de stagiair als de stagegever de rechtstreekse contactpersoon. In geval van conflicten traden deze consulenten op als bemiddelaar en stonden zij de stagementoren bij in het opvolgen van het stage-opleidingsplan. De consulenten brachten ook minstens éénmaal een bezoek op de stageplaats in de loop van de mediastage.

Naast deze twee consulenten waren ook nog andere medewerkers betrokken bij dit project; bijvoorbeeld wat betreft de praktische verwerking van de stage-aanvragen, communicatie en project management. De namen en tijdsbesteding werd opgenomen in het onderdeel Personeelskosten (zie 7.2).

De begeleiding die we binnen dit project hebben opgezet was meerlagig.

In eerste instantie hebben we **jongeren** door middel van deze stage **naar een effectieve tewerkstelling begeleid**, maar ook in een breder kader werden de jongeren die dit wensten bijgestaan in het opstellen van een cv en portfolio en het schrijven van een goede motivatiebrief.

In tweede instantie betrof het eveneens een begeleiding van de onderneming zelf. Binnen de brede audiovisuele sector zijn nieuwe vormen van leren in opmars. Er wordt meer en meer gebruik gemaakt van **werkplekleren**, **mentorships en coachings on-the-job**, waarbij instromers worden begeleid door ervaren seniors. Vaak wordt er van elkaar geleerd zonder enige voorbereiding, verdere opvolging of evaluatie.
Voor de begeleider van de mediastagiairs werd er daarom parallel ingezet op train the trainer-opleidingen, teneinde de opvolging/begeleiding van stagiairs beter te omkaderen.

Stagegevers konden voor de het opstellen functiebeschrijvingen, opmaak en opvolging leertraject, ... ook steeds een beroep doen op de consulenten van mediarte.

Daarnaast linkten we Mediastages aan opleidingen die georganiseerd worden door de **Mediacademie**, het opleidingsluik van mediarte. Bij uitbreiding kwam dit de gehele onderneming ten goede. Er werd steeds een opleidingsmagazine met bijhorende opleidingsagenda van de Mediacademie overhandigd aan de stagementor.

4.3 Evaluatie van de begeleiding

Over de verschillende opleidingsfasen, gedurende de looptijd van de Mediastage heen, was er een evolutie van directe begeleiding naar meer indirecte begeleiding. We stellen vast dat de stagiairs in toenemende mate hun leerproces in eigen handen nemen. Om ervaringen uit de praktijk te verwerken en vast te kunnen houden, is reflecteren een belangrijke vaardigheid. Op het einde van de stage werd verwacht dat de stagiair een zelfsturende, onderzoekende en reflectieve houding uitte. Van de stagiair werd dan ook verwacht dat de doelen van de verschillende fasen van de mediastage zelf voor ogen werden gehouden. Hij/zij was samen met de stagementor medeverantwoordelijk om de doelen te behalen.

Het **stagedraaiboek** was het centrale document waarop zowel de mentor als de stagiair de vooropgestelde doelstellingen van de mediastage konden monitoren en aanpassen gedurende de looptijd. Er werd verwacht dat de stagiair eigen ervaringen kon benoemen, analyseren en bijsturen in functie van begeleiding.

Een paar vaststellingen die we als intermediair hebben waargenomen gedurende deze periode (2016-2017) met betrekking tot het stagedraaiboek:

- Het was voor de stqgiair logischer de eigen inbreng / reflectie van het takenpakket (en bijhorende competenties) bij het aanvangsgesprek formeel te benoemen, mondeling te overlopen. De consulent van mediarte nam het voortouw om dit, in samenspraak met de stagiair en stagementor, te vermelden in het draaiboek.

- De voorziene ijkpunten (betreffende de stand van zaken, etc) werden niet altijd gerespecteerd, een opmerking die ook in de vorige referteperiode gemaakt werd. Er moest vaak expliciet naar de werkgevers toe worden gecommuniceerd om het stagedraaiboek op te volgen (volgens de afgesproken timings), en bij te sturen waar nodig.

Het stagedraaiboek bestaat uit verschillende onderdelen (een voorbeeld werd opgenomen in bijlage 5): Werkpostfiche-Risicoanalyse, Taken & Competenties en Evaluatie.

De **aanvraagprocedure** voor werkgevers en potentiële mediastagiairs via de mediarte-website, bleek transparant en laagdrempelig.

- Kandidaat-stagiairs vullen een aanmeldingsformulier in (bijlage 3),

- Het actief zoeken in de Mediastage-database en het aanbieden van “long lists” met potentiële stagiairs werd als uitermate aangenaam beschouwd door de werkgevers.

- Het toevoegen van een opleidingsbeleidsplan aan de aanvraagprocedure, een (verplichte) vragenlijst die ons inzicht geeft op het huidige talentmanagement-beleid binnen onze sector, werd niet als een administratieve last ervaren.

- Door de online tool “testyourselfie” (ontwikkeld door de collega’s van het Vormingsfonds voor Uitzendkrachten, VFU) te integreren in het **aanvraagformulier voor de stagiair** kan de doelgroep zichzelf testen aan de hand van een aantal herkenbare situaties die zowel tijdens het solliciteren als bij het uitvoeren van werk frequent voorkomen. Hierdoor kunnen jongeren zelf werken

aan de gevraagde **werkhouding / attitudes** in het audiovisuele werkveld en hun positie op de arbeidsmarkt beter inschatten en versterken.

4.4 Overlegmomenten

Voor aanvang van de stage werd er tussen de **3 partijen** een overlegmoment georganiseerd voor het goede verloop van de stage. Hierbij werd het volledige stagedraaiboek voorgelegd alsook de nodige, cruciale informatie voor zowel de stagiair als de stagementor. Naast het louter inhoudelijke aspect (aan te leren vaardigheden en competenties) werd eveneens het belang van goede trainers/mentors benadrukt wanneer er intern opleiding / begeleiding wordt voorzien met eigen werknemers als (stage)mentor. mediarte maakte van dit overlegmoment ook gebruik om de bredere werking van mediarte toe te lichten aan de betrokken werkgever. Informatie over opleidingen (people skills, premies, arbeidsvoorwaarden,…) kon zo persoonlijk worden overgemaakt.

mediarte heeft steeds oog voor de behoeften, bekommernissen en belangen van de werkgevers uit PC 227, alsook de onderwijsinstellingen, die dagelijks met stage-werking geconfronteerd worden.
Er is echter nog meer uitwisseling nodig tussen de verschillende **intermediaire organisaties** wat betreft hun verschillende activiteiten en geplande initiatieven. Op dit moment is deze uitwisseling op geen enkel niveau georganiseerd waardoor samenwerkingsmogelijkheden niet altijd tijdig bekeken worden.

4.5 CMS-Systeem

Om de matching van stagiairs met een stageplaats en de opvolging van de mediastages te optimaliseren werd er een integratie van de Mediastages in het bestaande CMS-systeem (Salesforce) van mediarte opgezet. Dit was noodzakelijk om de administratieve verwerking van de aanvragen en de praktische opvolging van de stageplaatsen te verbeteren.

In Salesforce kan nu geautomatiseerd opgevolgd worden hoeveel stageweken een stagiair gelopen heeft, hoeveel weken een stageplaats nog ter beschikking heeft, wat de interessevelden/competenties van de stagiair zijn, centralisatie van de documenten per stagiair en stageplaats enz.

Het stagedraaiboek werd op een aantal punten aangepast en op deze manier gebruiksvriendelijker (lees: efficiënter) gemaakt, op basis van de feedback die we tijdens de project-looptijd hebben ontvangen. Dit stagedraaiboek wordt ook online door alle partijen opgevolgd.

4.6 Competenties

mediarte besteedde extra aandacht aan de basis **gedragscompetenties**, vanaf de stage-oproep tot het begeleidingsproces tussen de stagiair en stagementor. Om potentiële stageplaats-aanbieders ondersteuning te bieden bij het toekennen van competenties aan bepaalde functies en werknemers/stagiairs werd er eind 2017 een module ontwikkeld om een **basis competentiewoordenboek** (cfr. het gebruikte woordenboek bij VDAB) te koppelen aan de stage-oproepen.

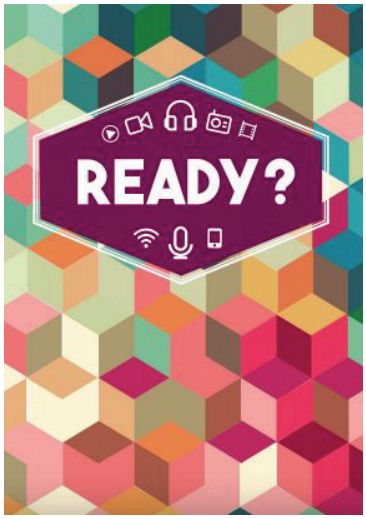
5 Sensibilisering

5.1 Algemeen

Er valt niet naast te kijken dat het bereik van de Mediastages enorm gestegen is, als we 2016 tov 2017 bekijken. Dit is vooral te danken aan de intensieve communicatie die gevoerd werd.

Door het inbedden van de Mediastages in de werking van mediarte heeft het project steeds gebruik kunnen maken van de uitgebreide database met contacten. Tijdens de algemene werking werd op verschillende manieren intensief communicatie gevoerd.

5.2 Startersgids



Elke mediastagiair kreeg bij aanvang van de stage een Startersgids overhandigd. De Startersgids is een mooi vormgegeven boekje dat ook als notitieboekje kan gebruikt worden. Geen wegwerpartikel dus, wel een gegeerd ‘hebbeding’. Van deze Startersgids bestaat er ook een online versie en het dossier werd ook, opgesplitst in verschillende onderdelen, overgenomen op de website van mediarte.

Om tegemoet te komen aan recente wijzigingen in de arbeidswetgeving, om nieuwe tips en weetjes toe te voegen, de vinger aan de pols te houden wat betreft recente ontwikkelingen en tendensen in de sector, wordt er een **tweejaarlijkse update** (2019) voorzien van deze

startersgids. Deze Startersgids zal op het nieuwe **digitale** platform van mediarte ook als ‘Dossier’ verwerkt worden.

https://www.mediarte.be/nl/dossiers/starters

https://issuu.com/mediarte.be/docs/guide_layout_2017_nl_web

5.3 Campagne

Voor dit project werd een specifieke communicatie-campagne met bijhorend campagnebeeld uitgewerkt dat ondertussen symbool geworden is voor alles wat binnen mediarte met stages en, op breder vlak, met **kwalitatieve stage- en werkervaringsplaatsen** te maken heeft. Door middel van een on- en offline campagne werden alle werkgevers uit PC 227 bereikt en werd er tevens contact onderhouden met de verschillende sectorspecifieke onderwijsinstellingen. Deze campagne werd in 2016 - 2017 volop ingezet, zowel gericht naar potentiële stagiairs als naar de werkgevers en had als doel studenten en stagementors zo goed mogelijk te informeren over hun rechten en plichten, maar ook over alle mogelijke wettelijke stageplaatsen die voorhanden zijn.

De campagne bestond uit twee video’s (Video 1 - algemene teaser ‘Het beste veulen van de stal’, https://vimeo.com/album/4832551/video/240493411 en Video 2 - Van stage naar job (het verhaal van Jill), https://vimeo.com/album/4832551/video/241853014) en extra informatie met betrekking tot stages werd bezorgd aan de Hoge Scholen (Stickers, links naar campagnemateriaal. Wat is de rol van de stagementor op de werkvloer? Welke wettelijke mogelijkheden bestaan er?)

De video “van stage naar job” (https://www.mediarte.be/nl/dossiers/stages/algemeen/van-stage-naar-job) werd in het najaar van 2017 gelanceerd. Hierin werd de relatie tussen de stagiair en stagementor bij het productiehuis Kameraki (intern productiehuis Medialaan) uitgelicht. Waar moet je als stagiair op letten als je een goede stage zoekt? Wat kun je verwachten van je stagementor? En hoe gaat de begeleiding op de vloer tijdens zo’n stage in zijn werk?

Om het project wat concreter te kunnen kaderen werden er 2 **video-getuigenissen** gemaakt van (ex-)stagiairs die via een Mediastage hun weg vonden naar de audiovisuele arbeidsmarkt. In deze korte video's bij RTL Belgium (zender) en Dreamwall (animatiestudio) werd er dieper ingegaan op hun werkervaring, de wisselwerking met de werkgever/onderneming, het nut van de Mediastage en de hiaten die er nog bestaan bij de aansluiting van het audiovisuele hoger onderwijs naar de arbeidsmarkt.

Deze portretten werden courant ingeschakeld tijdens infosessies (bestemd voor het hoger onderwijs, werkzoekenden), in acties ter promotie van kwalitatieve stage-en werkervaringsplaatsen en in onze algemene sensibiliseringsacties.

Voor de stagementoren werden er specifiek 20 extra korte animatiefilmpjes met tips (https://vimeo.com/album/4832551/video/241853014) ontwikkeld. Het beter informeren van zowel werkgevers als stagiairs over hun **rechten en plichten** was hier het uitgangspunt. Deze filmpjes werden onder onze achterban verspreid met als doelstelling zoveel mogelijk werkgevers te bereiken.

Alle videoclips werden geproduceerd door mediarte zelf en via alle communicatiekanalen van mediarte verspreid.

Er werd eveneens een **postmailing** met diverse flyers: voorstelling project “Mediastages”, naar de werkgevers uit PC 227 gestuurd.

5.4 Infosessies

Tevens werden er infosessies opgezet in scholen en bedrijven, werd er meegewerkt aan events van Filmfestivals zoals FIFF in Namen (oktober ‘16 en ‘17) en de Job Cinema Days (november 2016) in Brussel. Tijdens het Filmfestival van Oostende (september ‘16 en ‘17) werd een speeddate opgezet tussen pas afgestudeerde scenaristen en productiehuizen om via een Mediastage deze jonge scenaristen een kans te geven om deel uit te maken van een ‘writers room’.

Eveneens werden er meerdere bezoeken gebracht aan geïnteresseerde stagegevers om dit project omstandig toe te lichten.

6 Partners

6.1 RVA

Dit soort van onbezoldigde professionele stages kunnen gevolgd worden met als referentienummer **YL/052014/2014-21/94§1**.

6.2 VDAB / FOREM

Dit project noodzaakt an sich, net als de vorige Mediastages-projecten, geen samenwerking met derde partijen. Maar net als in de vorige projecten worden VDAB, Forem en Actiris zijdelings betrokken.

VDAB herhaalde haar steun voor het Mediastages-project en bevestigde dit in een specifieke verklaring. mediarte sloot samen met VDAB een samenwerkingsovereenkomst voor de periode 2016-2017. Het Mediastages-project werd binnen het kader van deze overeenkomst mede ondersteund.

Met FOREM werd er geen overeenkomst afgesloten.