FEDERALE OVERHEIDSDIENST
Werkgelegenheid, Arbeid
en Sociaal Overleg

Algemene Directie Arbeidsrecht en juridische studiën
Afdeling van de werkgelegenheid
Ernest Blerotstraat 1 - 1070 Brussel
02 233 41 11 - ajs@werk.belgie.be

Bijkomend project risicogroepen in de kleding- en confectiesector 01/01/2020 – 30/06/2022

Gedetailleerd eindverslag

Betrokken paritair(e) (sub)comité(s): **PC 109 & PC 215**

Verantwoordelijke instelling: Instituut voor Vorming en Onderzoek in de Confectie (**IVOC**), Leliegaarde 22, 1731 Zellik

Deel I: De uitgevoerde acties en activiteiten

Actie 1. Expeditie werk

1. De geplande actie en doelstellingen

Het eerste luik startte met een sectorbrede communicatie over het project en de bekendmaking via de IVOC-websites, sociale media en partnerorganisaties. Het was de bedoeling zo jongeren te betrekken.
We schakelden gespecialiseerde hulp in om een communicatiestrategie op punt te stellen, op maat van het jongerenpubliek uit de doelgroep met de bedoeling jongeren uit te nodigen zich aan te melden voor het project en de diensten die we aanbieden.
Bij IVOC krijgen aangemelde jongeren dan uitleg over het aanbod tijdens een intakegesprek. In geval van interesse, werd voor de jongeren in kwestie een individueel maattraject uitgewerkt, dit na een intakegesprek.

We stelden een bereik voor van 150 jongeren die zich zouden aanmelden, waarvan we voor 75 een maattraject konden uitwerken en waarvan we voor 50 jongeren een nuttige werkervaring konden registreren.

Op 10 februari 2021 en op 15 maart 2022 keurde het paritair comité een aantal bijsturingen van het project goed, die gepaard gingen met budgetverschuivingen. Zo werden de middelen bestemd voor de afstandscommunicatie met jongeren (social media, online coaching) versterkt in het licht van de coronacrisis, werd de ondersteuning van bedrijfsinterne opleiders versterkt, de opleiding van duale leerlingen extra ondersteund, … enz. Deze verschuivingen wijzigen evenwel niets aan de doelstellingen inzake het bereik van jongeren in het project.

2. De uitgevoerde actie

De acties werden uitgevoerd, zij het dat de communicatie met en de begeleiding van de jongeren hoofdzakelijk online gebeurde. De communicatie verliep via social media, de contacten met jongeren, zowel collectief als bilateraal, verliepen via online meetingplatformen.
De maattrajecten, opleidingen in het bijzonder, konden slechts beperkt fysiek doorgaan. Zeker op dat vlak hebben we onze plannen moeten bijstellen.

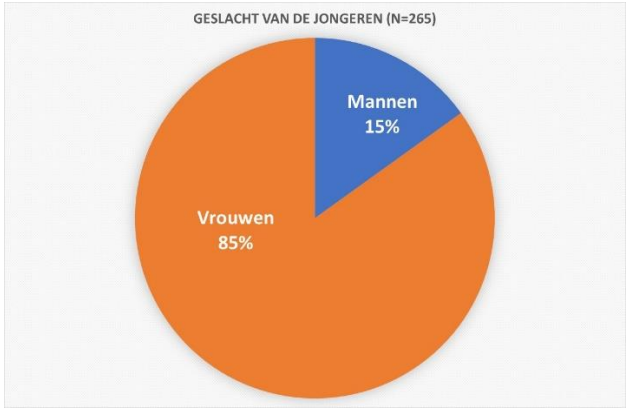
3. De realisatiegraad

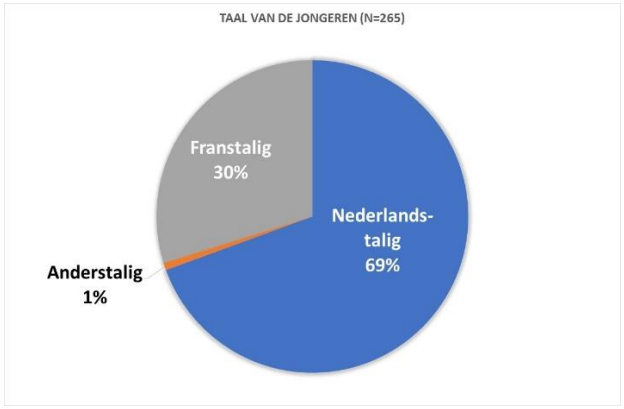
We tellen in totaal 286 unieke, aangemelde jongeren, dus ruim meer dan gepland. In totaal zijn er hiervan 265 unieke jongeren die, na een intakegesprek, een of andere ondersteuning kregen. Er zijn dus 21 jongeren die zich wel aangemeld hebben, maar die verder geen gebruik hebben gemaakt van onze diensten.
Het hoge bereik is in belangrijke mate het resultaat van de communicatie via de sociale media, die we sinds de start van het project hebben geïntensifieerd en geprofessionaliseerd.

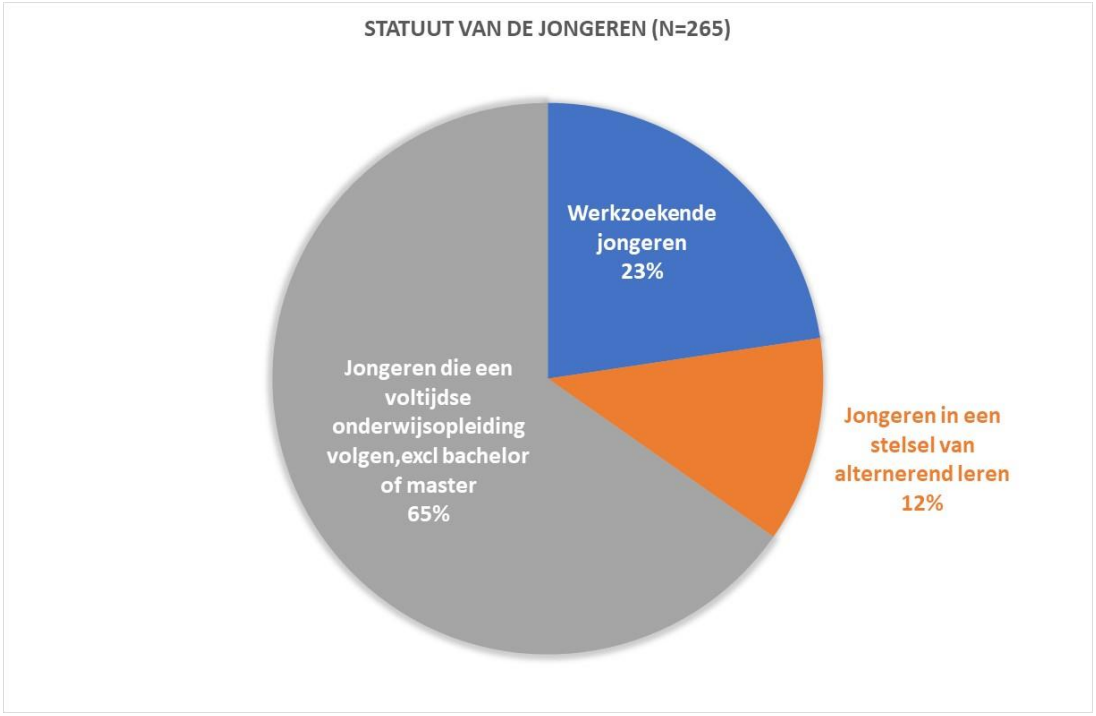
Ook het aantal opgestarte maattrajecten ligt hoger dan gepland. Cijfermatig ziet er dat als volgt uit:

Ondersteuning	Aantal bereikte jongeren
Individuele coaching	94
Workshops rond arbeidsattitude	75
Opleiding via een leerrekening	70
Confectietechnische workshops	22
Andere confectietechnische competentieversterkende trajecten	18
Opleiding uit het IVOC-programma	8
Coaching tijdens werkervaring	40
Coaching bij tewerkstelling	16

Wat het profiel betreft, geven we de volgende statistieken mee:







4. Het voorziene budget en het aangewend budget

Luik	Kostenpost	Actienr.	Budget (raming paritair comité Januari 2022)	Effectief aangewend
Luik 1: Expeditie Werk	Communicatiecampagne naar jongeren toe (facturen)			
	waarvan kosten externe communicatie-experts	**1.1**	€ 36.000	€ 40.058,89
	waarvan kosten jongerenevents	**1.2**	€ 12.500	€ 8.929,99
	Maattrajecten voor jongeren (facturen externe begeleiders)			
	waarvan workshops rond arbeidsattitude	**1.3**	€ 12.000	€ 6.110,15
	waarvan confectietechnische workshops	**1.4**	€ 5.000	€ 1.680,00
	Individuele trajecten voor jongeren			
	waarvan opleidingskosten (leerrekeningen)	**1.5**	€ 45.000	€ 25.509,73
	waarvan andere competentieversterkende trajecten (facturen)	**1.6**	€ 6.000	€ 6.000
	Werkplekincentives voor jongeren (incentives)	**1.7**	€ 15.000	€ 10.600,00
	TOTAAL		**€ 131.500**	**€ 98.888,76**

5. De uitstroom naar werk

Tijdens de projectperiode registreerden we voor alvast 16 begeleide jongeren een job in de sector, zo'n 6% van de aangemelde jongeren.

6. De omstandigheden die ertoe hebben geleid dat de beoogde doelstelling niet werd behaald

De coronacrisis heeft tijdens de eerste 18 maanden van het project gezorgd voor een verstoring van het projectplan. Zo werden confectietechnische workshops voorzien, maar gezien de noodzaak om in deze workshops over fysieke materialen en infrastructuur te kunnen beschikken, werden deze geannuleerd. Pas in het najaar van 2021 konden we zaken gedeeltelijk inhalen.
Ook de workshops rond arbeidsattitude werden belemmerd door de restricties in het licht van de pandemie. Een belangrijk luik van deze workshops vindt immers plaats in ondernemingen. Deze collectieve begeleiding werd evenwel ruimschoots gecompenseerd door virtuele, individuele coaching.

Het aantal jongeren dat werkervaring kon opdoen of meteen aan de slag ging (40 van de vooropgestelde 50 unieke jongeren) bleef onder de verwachtingen, hoewel het aantal werkervaringsplaatsen en jobs die we konden registreren, een aantal voor dezelfde jongeren, 56 bedraagt.

Opnieuw moeten we verwijzen naar de coronacrisis en het voorbehoud dat werkgevers moesten maken in het licht van de contactbeperkingen. Tijdens het laatste jaar van het project (juli 2021 – juni 2022), en dus na de moeilijkste coronaperiode, konden we de meeste werkervaringen organiseren. De extra tijd die we kregen door de verlenging van de projectperiode, was dus niet voldoende om de 50 te halen.

We moeten hierbij verduidelijken dat de gevolgen van de coronacrisis bijzonder zwaar wegen op de kleding- en confectiesector. Zo stellen we in de periode 2020-2021 een verlies van 7,5% van de jobs vast, en op het ogenblik dat dit rapport wordt gefinaliseerd (oktober 2022) zijn er geen tekenen van herstel. Veel heeft te maken met de globalisering en de lange keten die kenmerkend is voor de bedrijfsprocessen in onze sector. Confectie is een langgerekt logistiek proces. Een kledingstuk dat vandaag in de rekken hangt, heeft een geschiedenis van zowat een jaar toen zijn eerste prototype werd ontworpen. Winkeliers die tijdens de coronaperiode hun kleding niet verkochten, zullen niet geneigd zijn nieuwe collecties te bestellen.
De impact van de coronacrisis op de confectie is dus niet beperkt tot enkele maanden waakvlam, maar het virus ondermijnt ook retroactief en proactief de gezondheid van de ondernemingen.
Het hervatten van het logistieke proces is allesbehalve evident. Het versoepelen van de crisismaatregelen door de overheid schept misschien wel de condities, maar er is veel meer nodig om de confectie opnieuw te laten draaien. In deze zin zal ook het herstel veel tijd vragen. Gezien eender welk herstel opnieuw ook bijkomende kosten en investeringen vraagt, wordt het steeds duidelijker dat veel bedrijven een dergelijke normalisatie niet aankunnen, zo stellen we vandaag vast.

Daarbij komt dat de begeleidingsacties die we opstartten in het najaar van 2021, zoals langlopende opleidingen via de leerrekening, op het einde van het project nog niet konden worden gevaloriseerd in de vorm van werkervaring of jobs. Een aantal opleidingstrajecten was op het einde van de projectperiode trouwens nog niet beëindigd, waardoor sommige jongeren dan ook geen financiële ondersteuning vanuit de middelen van het bijkomend jongerenproject konden genieten. De sector zal hiervoor zelf instaan.

Actie 2. Mentorschap

1. De geplande actie en doelstellingen

Voor de mentoren in bedrijven voorzagen we de nodige begeleiding en financiële ondersteuning, boden we opleidingen, en valoriseerden we de inspanningen met een erkenning.

IVOC zal aan bedrijven die een werkplek openstellen steeds externe begeleiding voorstellen. De externe begeleiders worden in essentie ingezet om mentoren in de ondernemingen te ondersteunen. IVOC werkt hiervoor samen met onder meer het consortium van de Werkplekarchitecten. IVOC volgt het werkplekleren steeds op, al dan niet samen met de externe begeleiders.

In een uitgesproken KMO-sector zoals de confectie, zijn bedrijfsopleidingen vaak een grote opgave. De opleiding van zelfs maar één jongere heeft in KMO een relatief grote impact op de arbeidsorganisatie en tegelijk zijn er in KMO relatief weinig menselijke middelen om hiermee om te gaan. IVOC wilde de inzet van mentoren daarom ook financieel ondersteunen.
Deze actie overlapt uiteraard met het eerste luik van dit project. Pas op het ogenblik dat er sprake is van een of andere werkervaring of een arbeidsovereenkomst, konden we effectief ondersteuning bieden aan de mentoren die de jongeren opleiden en begeleiden.

IVOC staat ook in voor het leveren van referentiebewijzen aan bedrijven die werkplekleermogelijkheden geven in de vorm van werkinleving voor jongeren (o.a. brugprojecten), competentieversterkende acties en trajectbegeleiding, werkervaring en werkplekleren (diverse stageformules), job- en taalcoaching op de werkvloer. Uit de bedrijven die een referentiebewijs ontvangen, selecteert IVOC meteen ook best practice cases voor de nodige exposure die dit project zal krijgen.

2. De uitgevoerde actie

In de projectperiode organiseerde IVOC een zestigtal opleidingen voor mentoren en bedrijfsinterne opleiders, goed voor enkele tientallen deelnemers. De kost van deze opleidingen zijn volledig ten laste van de sector, aangezien de uiteindelijke doelgroep van deze opleidingen breder is dan enkel jongeren. De kosten worden dan ook niet in rekening gebracht van het federaal jongerenproject.

Ten laste van de middelen van het bijkomend jongerenproject:

- Voor 38 mentorbegeleidingen in 21 bedrijven voorzagen wij financiële ondersteuning voor de inzet van mentoren.
- Er werd één externe begeleiding van een mentor georganiseerd.
- Sinds 1 januari 2020 werden referentiebewijzen toegekend aan 17 ondernemingen. Het gaat over

  AUTOBEKLEDING MARTENS LOOCKX, 3550 Heusden Zolder
  COPAHOME, 8500 Kortrijk
  DILINE SOFT, 9400 Ninove
  DRUKMAN BV, 2590 Berlaar
  ELANCO, 8700 Aarsele
  FIRST TENT, 8000 Brugge
  FIVE srl, 1020 Brussel
  FLANDERS FASHION MAKERS, 3570 Alken
  Haider Ackermann, 2020 Antwerpen
  HUMAN.FACTOR.COM, 9000 Gent
  INDECOR DE PAUW, 9140 TEMSE
  KONICO, 3511 Hasselt
  MRFG, 2000 Antwerpen
  OMNISAFE, 3600 Genk
  SHOWTEX, 2070 Burcht
  SWYNEN MODEATELIER, 2100 Deurne
  VAN DE VELDE, 9260 Schellebelle

3. De realisatiegraad

In totaal waren er 56 werkervaringen of tewerkstellingen die wij opvolgden, tijdens de volledige projectperiode.

4. Het voorziene budget en het aangewend budget

Het totaal bedrag dat werd aangewend voor de financiële ondersteuning van de inzet van mentoren bedraagt € 33.200. Daarbij komt één factuur voor de externe begeleiding van een mentor van € 448. Het totaal aangewend budget bedraagt zo € 33.648.

5. De uitstroom naar werk

Tijdens de projectperiode registreerden we voor alvast 16 begeleide jongeren een job in de sector. 15 van deze jongeren kregen een arbeidsovereenkomst, aansluitend op hun werkervaring, al dan niet in dezelfde onderneming.

6. De omstandigheden die ertoe hebben geleid dat de beoogde doelstelling niet werd behaald

De coronacrisis heeft ons zeker parten gespeeld en de mogelijkheden om werkervaringsplaatsen te creëren sterk beperkt. We verwijzen naar de uitleg bij de eerste actie.

Binnen de projectperiode konden nog niet alle premies voor de gerealiseerde werkervaringsplaatsen worden uitbetaald. We hebben moeten vaststellen dat een aantal jongeren en ook enkele werkgevers niet ingingen op onze vraag om ons (tijdig) de nodige gegevens te verstrekken om tot de uitbetaling over te kunnen gaan. Eén van de verklaringen voor deze vreemde gang van zaken, is de (vroegtijdige) stopzetting van de werkervaring of einde van de arbeidsovereenkomst in een aantal ondernemingen, waardoor de financiële ondersteuning door de betrokkenen als oneigenlijk wordt ervaren. Dit is zeker een aandachtspunt in vervolgacties op dit bijkomend jongerenproject.

Actie 3. Nazorg

1. De geplande actie en doelstellingen

De doelgroep van deze actie bestaat uit jongeren (-26j) die na een modeopleiding werkzoekend blijven of na een eerste werkervaring (terug) in de werkloosheid belanden. De opvolging van jongeren die na hun modeopleiding of werkervaring in de werkloosheid belanden moet nuttige input leveren voor verbeteracties. Wij voorzagen onderstaand stappenplan.

- ✓ Selectie van onderwijsinstellingen op basis van de vastgestelde haperingen in de doorstroom van schoolverlaters naar de arbeidsmarkt.
- ✓ Ontwerp van een afsprakenkader met jongeren in een modeopleiding of werkpleksituatie. Conform GDPR moeten we van jongeren het akkoord krijgen om hen te identificeren en hun traject op te volgen.
- ✓ Organisatie van de opvolging (regelmatige contacten met de jongeren) en gerichte bevraging van de jongeren door gespecialiseerde trajectbegeleiders
- ✓ Analyse van de knelpunten (of troeven) die aan de basis van het falen (of succes) op de arbeidsmarkt liggen.
- ✓ Terugkoppeling van de analyses:
  - naar de jongeren toe, eventueel in de vorm van bijkomende begeleiding (luik 1 van dit project)
  - naar de bedrijven die de jongeren een werkervaring boden, eventueel in de vorm van bijkomende begeleiding (luik 2 van dit project)
  - naar de respectievelijke onderwijsinstelling toe, met de bedoelingen ook op dit niveau verbeteracties op te zetten.

Wij mikten voor deze actie op een kritische massa van 50 werkzoekende jongeren die we effectief zouden kunnen opvolgen en waarbij de opvolging nuttige input leverde voor de analyse van de factoren die aan de basis van hun werkloosheid liggen.

2. De uitgevoerde actie

De actie werd uitgevoerd zoals gepland. De sector deed beroep op een externe begeleider, namelijk een onderzoeksmedewerker, gespecialiseerd in de modetechnologie. De sector sloot hiervoor een overeenkomst met de Hogeschool Gent. Het project werd ontwikkeld en de acties werden opgevolgd door een stuurgroep bestaande uit vertegenwoordigers van de sector en van de Hogeschool Gent. De opvolging en de contacten met de jongeren verliepen quasi volledig online.
In een eerste fase werd de actie toegespitst op de doelgroep van jonge, werkzoekende modetechnologen, de groep waar we de belangrijkste knelpunten in de doorstoom naar de arbeidsmarkt verwachtten. In een tweede fase werden ook schoolverlaters van modeopleidingen uit het secundair onderwijs betrokken, waarvoor we samenwerkten met het Technisch Instituut Heilige Familie (Brugge) en met Ursulinen Mechelen. De benadering van beide doelgroepen verliep enigszins anders. De modetechnologen werden maar opgevolgd indien zij na afstuderen werkzoekend waren. De jongeren uit het secundair onderwijs werden uitgenodigd voor een coachinggesprek, ongeacht hun situatie na afstuderen.

3. De realisatiegraad

Fase 1. De opvolging van de modetechnologen
Alle modetechnologen die afstudeerden in 2019, 2020 of 2021 werden gecontacteerd door de onderzoeksmedewerker die polste naar hun situatie. Enkel jongeren die na afstuderen werkzoekend waren, werden verder opgevolgd, en vormden zo dus de doelgroep van deze actie. In totaal waren dat 95 jongeren, waarmee we de oorspronkelijke target van 50 jongeren, ruim overschrijden.
De modetechnologen die niet wilden meewerken, die aan het werk waren, die reeds 26 of ouder waren, of die de beslissing hadden genomen om vervolgstudies aan te vatten, vielen buiten de doelgroep van deze actie.
Van de 95 jongeren (89 vrouwen en 6 mannen) die we wel opvolgden, brachten we via persoonlijke contacten (doorgaans telefonisch of online) hun parcours in kaart, gingen na of en waar ze solliciteerden, met welk resultaat en welke factoren hun doorstroom naar werk al dan niet bevorderden of verhinderden. Op basis hiervan probeerden we te remediëren. Dit gebeurde zowel reactief als proactief.

Voor 7 jongeren werd tijdens de projectperiode en parallel met de opvolging, alvast een individuele coaching opgestart. Voor twee jongeren werd ook een duo-stage georganiseerd. Deze begeleiding past in actie 1 van dit project (expeditie werk). Er is dus een zekere overlap met actie 1.

Belangrijker dan deze individuele acties, probeerden we, samen met de verantwoordelijken van de afdeling Modetechnologie van de Hogeschool Gent, het globale plaatje te bekijken en ook structureel maatregelen te nemen.

De volgende vaststellingen beheersen de conclusies.

Een grote groep afgestudeerde bachelors kiest voor een vervolgopleiding. Van de modetechnologen die we opvolgden, koos zo'n 40% voor verdere studies. Als we kijken naar de bredere groep afgestudeerde modetechnologen, dus ook diegenen die we niet opvolgden, maar wel contacteerden om een eventuele opvolging te bespreken, loopt het percentage op tot zo'n 55%. Dit is een opvallend gegeven. Immers, de opleiding modetechnologie is een professionele bachelor en zou – in principe – jongeren in staat moeten stellen de stap naar de arbeidsmarkt te zetten. De keuze om verder te studeren, kunnen we in zekere zin zien als een antwoord van de jongeren zelf op de moeilijkheden die zij ondervinden of verwachten om effectief werk te vinden dat aansluit op hun studie modetechnologie. Een en ander is zeker versterkt door de coronacrisis die tijdens de projectperiode volop woedde en wellicht een aantal jongeren heeft doen afzien van het zoeken van werk.
We zien dat een kleine helft kiest voor verdere studies die aansluiten op de modetechnologie of eraan verwant zijn, zoals de textieltechnologie of een kunstacademie, waarmee jongeren hun belangstelling voor het werk in de sector bevestigen.
Opvallend zijn de vele jongeren die kiezen voor een of andere managementopleiding, waarin we een eerste hiaat in de opleiding modetechnologie zien. In een programmawijziging, die mee het gevolg is van onze acties in het kader van het bijkomend jongerenproject, wordt dan ook gesleuteld aan de inhoud van de opleiding modetechologie, het voorzien in een sterker luik managementkennis en -vaardigheden, in het bijzonder.

Na een periode van werkloosheid, vinden de meeste jongeren (zo'n 6 op 10) wel degelijk werk. Van alle 95 opgevolgde jongeren, zijn er slechts 3 die bij het afsluiten van de opvolging, nog steeds werkzoekend waren. Op zich is dit een positieve vaststelling, maar we zien dat de jobs die jongeren aanvaarden niet steeds aansluiten bij hun ambities. Meer dan de helft gaat aan de slag in een job die geen verband houdt met de modetechnologie. Maar ook bij wie in de sector aan de slag gaat of in verwante sectoren, zoals in de retail, zien we een mismatch. Zo bereidt de opleiding modetechnologie niet voor op uitvoerende jobs in de productie of als winkelbediende. In deze zin, is het van groot belang om de objectieven van de opleiding scherp te stellen, deze beter te communiceren en hard te maken. De volgende maatregelen zijn in deze zin alvast een concreet uitvloeisel van het bijkomend jongerenproject:

A. Herprofilering van de opleiding

Tijdens het onderzoek naar het parcours van de jongeren, en de sollicitaties in het bijzonder, zien we dat er vaak misverstanden zijn over de competenties van de jongeren, zowel bij werkgevers als bij intermediairen, zoals selectiekantoren en bemiddelaars bij VDAB. Het is voor velen niet duidelijk wat de modetechnologie inhoudt. Het gaat over een zeer specifieke opleiding en een relatief klein aantal bachelors, waardoor het niet mag verbazen dat het brede publiek niet vertrouwd is met de modetechnologie en er allerhande associaties worden gemaakt met de gekende beroepen in de mode, zoals stiksters of winkelbedienden. Maar ook de verwachtingen die werkgevers hebben op het vlak van de productietechnische vaardigheden zijn vaak te hoog gegrepen. In de praktijk zien we dat modetechnologen succesvol functioneren als productontwikkelaars of productmanagers, en dus niet als productieverantwoordelijken. Toch stond dit laatste tijdens de afgelopen decennia centraal in de profileren van de opleiding modetechnologie. Hiervan wordt nu afgestapt. Aan de hand van een gebruiksvriendelijke skills fiche (zie ook de bijlage van dit rapport), proberen we nu de opleiding te herprofileren naar alle relevante stakeholders toe, ook naar de jongeren toe.

B. Communicatie naar de jongeren toe.

De verwachtingen van jongeren met betrekking tot de jobs en jobkansen in de kleding- en confectiesector zijn vaak problematisch. De grote groep modetechnologen die beslist vervolgstudies aan te vatten, laat vermoeden dat jobkansen eerder laag worden ingeschat of dat een loopbaan in de sector met de reeds verworven competenties niet haalbaar wordt geacht. Maar ook de modetechnologen die actief op zoek gaan naar werk, mikken vaak op jobs waarvoor ze niet of onvoldoende zijn opgeleid. Het IVOC-jongerenproject Young Patterns (https://www.youngpatterns.be) heeft precies als missie om jongeren beter te informeren over de reële jobkansen in de sector. Specifiek voor de modetechnologen van de Hogeschool Gent werd de afspraak gemaakt om vanaf 2020 en voor alle studenten elk jaar een infosessie

te organiseren om de jongeren, vanuit de sector, grondig te informeren over wat wel en niet haalbaar is in de bedrijfswereld, aan de hand van facts & figures.

C. Herziening van het opleidingsprogramma

Ook al zijn jongeren in een bacheloropleiding niet de doelgroep van de bijkomende jongerenprojecten, is het wel in de opleiding dat we kunnen remediëren om latere kansen op de arbeidsmarkt te versterken, en dus (langdurige) werkloosheid te voorkomen.
De opleidingsinhouden van de Bachelor Modetechnologie worden daarom herzien. Zoals reeds aangegeven, wordt mede naar aanleiding van de bevindingen van het actieonderzoek in het bijkomend jongerenproject, voorzien in een sterker luik managementkennis en -vaardigheden. Ook andere opleidingsinhouden, zoals het luik productontwikkeling en ook duurzaamheid, worden versterkt. Deze programmawijzigingen worden reeds jaren voorbereid en zijn dus niet enkel het gevolg van de inzichten uit het bijkomend jongerenproject, maar het mag duidelijk zijn dat het bijkomend project ook bijkomende argumenten heeft geleverd.
De programmawijziging is op het einde van de projectperiode nog niet finaal beslist. De besprekingen lopen verder tijdens het academiejaar 2022-2023 om dan vanaf september 2023 effectief te worden uitgerold.

Fase 2. Onderzoek onder de schoolverlaters van modeopleidingen uit het secundair onderwijs

Sinds het najaar van 2021 werden ook schoolverlaters uit modeopleidingen uit het secundair onderwijs bevraagd. De VDAB-schoolverlatersstudie toont ons dat ook in deze modeopleidingen aansluitingsproblemen met de arbeidsmarkt bestaan. De kansen op werk of werkervaring liggen na een modeopleiding duidelijk lager dan na andere studierichtingen. We wilden ook rond deze problematiek een communicatie met jongere schoolverlaters opstarten om zo een beter zicht te krijgen op knelpunten en mogelijke remedies. Om dit te kunnen doen hadden we de medewerking nodig van de scholen. Immers, enkel op die manier konden we een onderzoeksgroep van jongeren samenstellen op basis van e-mailadressen of telefoonnummers. Het was evenwel niet mogelijk om de doelgroep te segmenteren op basis van hun statuut (werkzoekend of andere). Ook was de beschikbare tijd beperkt. Het onderzoek bleef dan ook beperkt tot een eenmalig contact en gesprek met een selecte groep jongeren en kreeg dus niet het karakter van een opvolging over een langere termijn, zoals dat het geval was met de modetechnologen. Het onderzoek was dan ook eerdere oriënterend dan gericht op concrete actie.
We bereikten in deze tweede fase 47 jongeren, allemaal meisjes op één enkeling na. De gesprekken lieten ons toe een zicht te krijgen op de ervaringen van deze jongeren. Net zoals bij de modetechnologen, stellen we vast dat grote meerderheid (2 op 3) schoolverlaters kiest voor verdere studies, ook al heeft de genoten opleiding een arbeidsmarktfinaliteit. We kunnen opnieuw verwijzen naar de eerder pessimistische perspectieven en inschatting van jobkansen door jongeren, versterkt door de coronacrisis. Nauwelijks 1 jongere op 5 stapt in een job die aansluit bij zijn opleiding, evenveel stappen in niet aansluitende jobs, waarmee de schoolverlaters uit het secundair onderwijs het duidelijk minder goed deden dan de modetechnologen in dezelfde onderzoeksperiode, een element dat zeker verder onderzoek vereist.

4. Het voorziene budget en het aangewend budget

Op basis van een overeenkomst met de Hogeschool Gent, die een onderzoeksmedewerker inzette om deze actie in te vullen, werd € 16.692 van de voorziene € 20.000 aangewend.

5. De uitstroom naar werk

Opgevolgde modetechnologen: 54 van de 95 jongeren ging aan de slag na een periode van werkloosheid
Bevraagde jongere schoolverlaters uit het secundair onderwijs: 15 van de 47 jongeren ging aan de slag na afstuderen.

6. De omstandigheden die ertoe hebben geleid dat de beoogde doelstelling niet werd behaald

Het project kon worden uitgevoerd volgens plan. De omschakeling naar louter virtuele contacten vormde geen probleem. De target van 50 jongeren werd ruim overschreden.

Conclusie

Totaal aantal bereikte jongeren: 360 jongeren

Luik	**Beoogd aantal jongeren**	**Bereikt aantal jongeren**
Luik 1. Expeditie Werk	150 aanmeldingen 75 maattrajecten 50 unieke jongeren in werkervaring of job	286 aanmeldingen **265 jongeren in maattraject** 40 unieke jongeren in werkervaring of job
Luik 2. Mentorschap	50 werkervaringsplaatsen of jobs	56 werkervaringsplaatsen of jobs
Luik 3. Nazorg	50 werkzoekende jongeren	**95 werkzoekende jongeren**

Voor een profielschets van de bereikte jongeren, verwijzen we naar de toelichting bij Luik 1. Expeditie werk.
De jongeren bereikt in Luik 2 zijn allemaal ook opgenomen in luik 1.
De jongeren bereikt in luik 3 zijn:

- ofwel werkzoekende bachelors Modetechnologie (95 jongeren, waarvan 89 vrouwen en 6 mannen)
- ofwel schoolverlaters uit het secundair onderwijs (47 jongeren, waarvan 1 man)

Totaal voorziene budget en aangewend budget

	YOUNG PATTERNS. Bijkomend project voor jongeren in de kleding- en confectiesector 2020-2021 (PC 109 & 215), Aangepaste versie 10 februari 2021.				
	Benaming van de actie	Na te streven doelstellingen	Samenwerking(en) met… (andere organisaties)	Doelgroep	Middelen bijkomend project **Aangewend/Voorzien**
1	Expeditie Werk	• Informatie, advies, coaching en/of opleiding van jongeren • Voorbereiding op een succesvolle werkervaring	Institutionele partners, Werkplekarchitecten, communicatie-specialisten	Jongeren	**€ 98.888,76 / € 131.500**
2	Mentorschap	• Ondersteuning van de bedrijfsinterne mentoren via opleiding en/of coaching. • Maken van afspraken over het werkplekleren ifv succesvolle werkervaring	Bedrijven en Werkplekarchitecten	Leerbedrijven	**€ 33.648 / € 27.000**
3	Nazorg	• Opvolging van de doorstroom van schoolverlaters naar de arbeidsmarkt en remediëring van knelpunten	Onderwijsinstellingen en gespecialiseerde trajectbegeleiders	Werkzoekende jongeren	**€ 16.692 / € 20.000**
	Personeels-kosten	• IVOC personeelskosten specifiek voor dit project en niet door andere subsidies worden gedekt (+ kosten bedrijfsrevisor)			**€ 16.099,68 / € 16.000**
				Totaal	**€ 165.328,44 / € 194.500**

Uitstroom naar werk (totaal, indien van toepassing): 70 jongeren

In totaal tellen wij 70 van in totaal 360 begeleide jongeren die doorstoomden naar werk

- Luik 1. Expeditie Werk (evenals Luik 2. Mentorschap): 16 van de 265 begeleide jongeren stroomden door naar werk
- Luik 3. Nazorg: 54 van de 95 opgevolgde jongeren stroomde tijdens de projectperiode door naar werk

Impact van het project

Het jongerenproject 2020-2022 moet gezien worden als een vervolg op het IVOC-jongerenproject 2018-2019 en is ook complementair aan acties uit het sectorconvenant met de Vlaamse overheid. In essentie is het jongerenproject 2020-2022 ook bijkomend ten aanzien van de acties die de sector reeds zelf onderneemt om de sector aantrekkelijker te maken voor jongeren of andere acties die gericht zijn op een publiek van jongere, toekomstige werknemers. Bovendien, in dit verband werkt IVOC actief samen met met IVOC vergelijkbare organisaties uit andere Europese lidstaten. Het gaat dus over een krachtenbundeling. De impact van het project moet dan ook in deze zin worden geduid.

Een belangrijke stap vooruit in de projectperiode 2020-2021-2022 is de inschakeling van sociale media in de communicatie voor en door jongeren. We zien dat de community tijdens de projectperiode sterk groeide als we kijken naar de honderden volgers op Instagram en Facebook. Duizenden jongeren bezochten de website, lazen posts of bekeken de filmpjes die we er publiceerden. Op die manier creëerden we een vaste virtuele basis voor het project en versterkten we de geloofwaardigheid van onze acties.

Het jongerenproject kreeg reeds in 2018 en vrij snel na de opstart, een positieve weerklank in de sector. De belangstelling van zowel jongeren als bedrijven is in overeenstemming met de verwachtingen. In het licht van de beschikbare middelen is de kritische massa ook werkbaar in die zin dat we de geplande acties konden uitvoeren en dus de verwachtingen konden inlossen.

De samenwerking met de externe begeleiders en de contacten met de bedrijven, worden door de doelgroep van jongeren als zeer positief ervaren. Jongeren hebben zichzelf, hun talenten, competenties en werkpunten beter leren kennen. Door samen te werken met bedrijven kregen jongeren een andere en meer realistische kijk op de reële job-inhouden en de werknemersattitudes die hun kansen en integratie op de arbeidsmarkt kunnen versterken.

Voor bedrijven is de IVOC-jongerenwerking een bijkomend kanaal geworden om jongeren aan te trekken. Werkgevers sluiten zich aan bij de logica om jongeren kansen te geven via werkervaring, ook al biedt dat geen garantie op doorstroom naar een job. Maar als de ondernemingen parallel daarmee ook sleutelen aan de eigen organisatie, communicatie en omgangsvormen om zo ook de ambities van jongeren te kunnen kanaliseren, levert dat mooie resultaten.

We moeten deze duiding aanvullen met de vaststelling dat de coronacrisis het project onmiskenbaar heeft bemoeilijkt en dat veel jongeren, ondanks de versterking van hun competenties, werkervaringskansen aan zich voorbij zagen gaan. De trajecten die we de jongeren voorhielden, hebben we in veel gevallen helaas moeten annuleren. We blijven de jongeren opvolgen en hopen hen alsnog opportuniteiten te kunnen bieden, maar we kunnen niet anders dan vaststellen dat verschillende jongeren beslisten om verder te studeren of ingingen op werkaanbiedingen van bedrijven uit sectoren die het tijdens de coronacrisis net iets minder moeilijk hadden dan de maakindustrie.