Deel I: de uitgevoerde acties en activiteiten

Actie/activiteit 1

1. Geplande actie/activiteit en de bijhorende doelstelling(en) (+ doelgroep en aantal deelnemers)

Beschrijving van de actie/activiteit: Een intensieve promotiecampagne naar jongeren en job toeleiders. De campagne zal gevoerd worden via verschillende kanalen die elkaar versterken en complementair zijn:

- Social media
- Beurzen/events
- Arbeidsmarktbemiddelaars zoals VDAB, interimkantoren, …
- Scholen
- Via de website www.wildvantextiel.be en www.dinguedetextile.be

Doelstelling: De sector en zijn beroepen bekend maken bij de jongeren (leerlingen, studenten, werkzoekenden) en bij de begeleiders van jongeren om hen kennis te laten maken met de textielindustrie, en hen te motiveren om te solliciteren voor een job in een textielbedrijf.

Doelgroep:

- -26 jarige jongeren
- Begeleiders van jongeren

Beoogd aantal deelnemers dat in totaal wordt bereikt (per doelgroep):

- 150.000 -26-jarige jongeren via social mediacampagnes
- 20.000 unieke bezoekers op de websites www.wildvantextiel.be – www.dinguedetextile.be

2. Uitgevoerde actie/ activiteit

Social media campagne

Met deze social mediacampagne informeerden wij duizenden jongeren rechtstreeks en onrechtstreeks over de studie en carrièremogelijkheden in de textielindustrie. Na het ontwikkelen van de social mediastrategie startten we begin maart 2020 onze campagne. Kort daarop werd ons land in lockdown gezet waardoor er een sterk verminderde economische activiteit was en er een aanwervingsstop was bij de bedrijven. De social mediacampagne werd om die reden tijdelijk on-hold gezet.

Na de eerste lockdown groeide de vraag naar nieuwe medewerkers. Vanaf de zomer van 2020 werd de social mediacampagne terug opgestart tot en met 30 juni 2022 met de focus op het toeleiden van jongeren naar de sector en het promoten van het textielonderwijs.

Er werden verschillende campagnes (betalende en niet-betalende) gelanceerd via:

- Banners op websites en applicaties
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- Tiktok

Een overzicht van de verschillende social mediacampagnes vindt u terug in de bijlagen:

Nederlandstalige campagnes (**bijlage 1** : wild van textiel) en Franstalige campagnes (**bijlage 2**: Dingue de textile)

Bij de uitwerking van de social mediacampagne werd sterk ingezet op '**ambassadeurs'** uit de sector. Dit zijn jonge medewerkers van textielbedrijven die een getuigenis brengen over hun job. Via het ambassadeurschap communiceren jongeren naar leeftijdsgenoten. Deze 'peer-to-peer' communicatie is efficiënt doordat jonge textiel medewerkers met hun eigen woorden andere jongeren informeren over hun job en wat die job zo aantrekkelijk maakt. De promofilms met de jonge textielambassadeurs kunnen bekeken worden via ons YouTube kanaal 'wild van textiel'.

Beurzen/events

Beurzen en events zijn een goede manier om jongeren te informeren over de studie- en carrièremogelijkheden in de textielsector.

Om jongeren op beurzen en events snel en efficiënt een goed beeld te geven van wat een textielomgeving is en hoe innovatief de sector is werd een **virtual reality (VR) film** ontwikkeld. De film werd afgewerkt in september 2020. Door de Covid-19 pandemie konden op dat ogenblik geen fysieke beurzen georganiseerd worden. Om hierop een antwoord te bieden werden 'textiel informatie pakketten' ontwikkeld die we opstuurden naar jongeren die interesse toonden op 'online' beurzen. Zo'n pakket bestaat uit een speciale plastic VR-bril, waarmee jongeren via hun smartphone de film in VR kunnen bekijken, en uit een informatiebrochure met link naar de film. Op fysieke beurzen en events werd de film aangeboden aan de bezoekers en kregen de jongeren ook een plastic bril mee naar huis.

Omwille van de Covid-19 pandemie werden een aantal beurzen geannuleerd of gingen die 'online' door. Hieronder geven we een overzicht van onze aanwezigheid op beurzen/events:

Event	***Plaats***	***Doelgroep***	***Datum***
JobExpo (Auxilios)	*Dendermonde*	*Laatste jaar leerlingen TSO - BSO*	*27/01/2020*
JobExpo (Auxilios)	*Sint-Niklaas*	*Laatste jaar leerlingen TSO - BSO*	*13/02/2020*
Jobbeurs (VDAB)	*Roeselare*	*Werkzoekenden*	*18/02/2020*
JobExpo (Auxilios)	*Menen*	*Laatste jaar leerlingen TSO - BSO*	*18/02/2020*
Technoboost	*Tielt*	*3de graad lager + 3de graad secundair*	*20 t.e.m. 22/02/2020*
JobExpo (Auxilios)	*Waregem*	*Laatste jaar leerlingen TSO - BSO*	*10/11/2020*
JobExpo (Auxilios)	*Sint-Denijs-Westrem*	*Laatste jaar leerlingen TSO - BSO*	*19/11/2020*
JobExpo (Auxilios)	*Kortrijk*	*Laatste jaar leerlingen TSO - BSO*	*23/11/2020*
SidIn Beurs	*Virtueel met informanten (12-23/01/2021)*	*Laatste jaar leerlingen secundair*	*12/01/2021 t.e.m. 28/02/2021*
JobExpo (Auxilios)	*Sint-Niklaas*	*Laatste jaar leerlingen TSO - BSO*	*26/01/2021*
JobExpo (Auxilios)	*Beveren waas*	*Laatste jaar leerlingen TSO - BSO*	*9/02/2021*
JobExpo (Auxilios)	*Menen*	*Laatste jaar leerlingen TSO - BSO*	*23/02/2021*
JobExpo (Auxilios)	*Tielt*	*Laatste jaar leerlingen TSO - BSO*	*25/02/2021*
JobExpo (Auxilios)	*Dendermonde*	*Laatste jaar leerlingen TSO - BSO*	*1/04/2021*
Technoboost	*Online*	*3de graad lager + 3de graad secundair*	*3 t.e.m. 7/05/2021*
Techniekfestival	*Online*	*3de graad lager + 3de graad secundair*	*20/05/2021*
JobExpo	*Waregem*	*Laatste jaar leerlingen TSO - BSO*	*9/11/2021*
Jobbeurs	*Waregem*	*Werkzoekenden*	*18/11/2021*
Jobbeurs (VDAB)	*Online*	*Werkzoekenden*	*22 en 24/11/2021*
JobExpo	*Kortrijk*	*Laatste jaar leerlingen TSO - BSO*	*22/11/2021*
JobExpo	*Menen*	*Laatste jaar leerlingen TSO - BSO*	*16/02/2022*
SidIn Beurs	*Online*	*Laatste jaar leerlingen secundair*	*16-19-23/02/2022*
JobExpo Zottegem	*Zottegem*	*Laatste jaar leerlingen TSO - BSO*	*14/03/2022*
Job- en studiekeuzebeurs	*Comines*	*Laatste jaar leerlingen secundair + werkzoekenden*	*16/03/2022*
What's NXT	*Brugge*	*Leerlingen 3de graad secundair + hogeschool studenten*	*12 t.e.m. 14/05/2022*

Arbeidsmarktbemiddelaars informeren

Doorheen de projectperiode werden intermediairs die met jongeren in contact komen geïnformeerd over de sector en het type jobs. Dit zijn vooral consulenten van de VDAB, le Forem en interimkantoren.

Scholen

De sector gelooft in de kracht van duaal leren en heeft een sectoraal partnerschap duaal leren. Er waren geen inschrijvingen voor duale textielopleidingen gedurende de projectperiode. Er volgden wel een aantal leerlingen uit andere studierichtingen een duaal traject in een aantal textielbedrijven. Dit is de ideale manier voor leerlingen en scholen

om in contact te komen met textielbedrijven. Door de geringe instroom in veel duale opleidingen zijn er minder leerlingen te vinden dan er duale opleidingsplaatsen zijn. 7 leerlingen volgden een duaal traject in een textielbedrijf tijdens de projectperiode:

- Schooljaar 2020-2021: 4 leerlingen
- Schooljaar 2021-2022: 3 leerlingen

Via educatieve games kunnen leerlingen 3de graad secundair onderwijs kennis maken met de sector. Deze games zijn online beschikbaar of kunnen fysiek op een beurs, in de klas of op een locatie worden gespeeld. Ze geven de leerlingen een beeld van de technische materialen en/of duurzame materialen die gebruikt worden in de sector.

Vacaturewebsite

De website www.wildvantextiel.be bestond al, maar was niet meer aangepast aan de nieuwe tijden waarbij jongeren via hun smartphone websites bezoeken. De site kreeg een volledige make-over en er werd ook een Franstalige versie van ontwikkeld met de naam www.dinguedetextile.be. De hoofdfocus van de sites ligt op de openstaande vacatures in de textielsector. Daarnaast worden ook de textielopleidingen gepromoot (voor Vlaanderen) en worden er weetjes over de sector of nieuwe producten gepost op de sites. De sites stellen jongeren in staat snel en eenvoudig informatie te vinden over textielopleidingen, vacatures, bedrijven en innovaties in de sector. Ook kunnen ze met een enkele klik solliciteren via hun smartphone, tablet of pc. Beide websites zijn het begin- en eindpunt van elke social mediacampagne en zijn dus zeer belangrijk in de communicatiestrategie die gebruikt werd tijdens de projectperiode.

3. Realisatiegraad

Social mediacampagne:
Via de social mediacampagne kregen we grote zichtbaarheid op het internet bij de jongeren tussen de 16 en 26 jaar.
We registreerden **12.025.952 schermweergaves** op de verschillende sociale mediakanalen. Dit overtreft de vooropgestelde doelstelling van 150.000 weergaven.
Er werd via de advertenties en de campagnes **59.250 keer doorgeklikt** naar de website www.wildvantextiel.be of www.dinguedetextile.be of naar de websites van de opleidingsinstellingen die werden gepromoot.

Achttien enthousiaste **ambassadeurs** werkten mee aan de peer-to-peer campagne. Hun getuigenissen kunnen via ons YouTube kanaal 'wild van textiel' bekeken worden (https://www.youtube.com/channel/UC22ArMOcoyQChYSWmVeXKZw/videos).

Beurzen/events
Aan de verschillende beurzen en events namen:

- meer dan **6.000 leerlingen van de 3de graad secundair onderwijs** deel
- **200 studenten hoger onderwijs**
- en meer dan **200 werkzoekende jongeren**.

Hieronder geven we een overzicht:

- JobExpo's: 176 leerlingen
- SID In Beurs 2021: 705 leerlingen
- SID In Beurs 2022: geen gegevens wegens technisch probleem met website-organisatie
- Jobbeurzen Waregem + online: 40 werkzoekenden
- Technoboost 2020:
    - Digitale event: 453 leerlingen 3de graad secundair
    - Technoboost@Tielt: 253 leerlingen 3de graad secundair onderwijs en 138 werkzoekenden
- Techniekfestival 2021: digitaal event met 575 leerlingen 3de graad SO.
- Techniekfestival 2022: digitaal festival met 44 leerlingen 3de graad SO.
- Job- en studiekeuze beurs Comines: 24 werkzoekenden en 150 leerlingen
- What's NXT Event in Brugge: +4.000 leerlingen 3de graad secundair onderwijs en 200 studenten hoger onderwijs.

De **VR film** werd ontwikkeld en gebruikt op verschillende events. In totaal werden er 158 'textiel informatie pakketten' met VR-bril verstuurd of meegegeven met leerlingen, studenten en werkzoekenden.

Arbeidsmarktbemiddelaars informeren
Tijdens de projectperiode werden 31 intermediairs rechtstreeks geïnformeerd over de textielsector en de job in de sector.

Scholen
Zeven leerlingen volgden een duaal traject in een textielbedrijf tijdens de projectperiode:

- Schooljaar 2020-2021: 4 leerlingen
- Schooljaar 2021-2022: 3 leerlingen

Vacaturewebsite
Bij elke post op social media verwijzen wij systematisch naar de websites. We registreerden in de projectperiode **50.290 unieke bezoekers** op de websites www.wildvantextiel.be of www.dinguedetextile.be. Uit analyse van deze cijfers blijkt dat minstens 21.220 bezoekers behoren tot de leeftijdsgroep 16 tot 26-jarigen. Hiermee behalen we ruimschoots de vooropgestelde doelstelling van 20.000 unieke bezoekers.

4. Budget

Actie 1	Gebudgetteerd	Aangewend budget
Uitwerken social media campagne	€ 85.000,00	€ 104.187,96
Advertentiebudgetten social media campagne	€ 64.443,58	€ 68.449,16
VR experience: opname film	€ 45.000,00	€ 26.680,50
VR experience: Hardware	€ 5.000,00	€ 3.884,10
Beursstand VR experience	€ 15.000,00	€ 6.780,32
Job- en afstudeerbeurzen	€ 10.000,00	€ 20.357,32
Interne loonkosten Cobot/Cefret	€ 84.300,00	€ 74.456,93
Indirecte kosten (overhead) 12% op de interne loonkost	€ 10.116,00	€ 8.934,83
Totaal actie 1	**€ 318.859,58**	**€ 313.731,11**

5. De uitstroom naar werk (indien van toepassing)

De geleverde inspanningen binnen deze actie zijn gericht op het informeren van jongeren over de studie- en carrièremogelijkheden binnen de textielsector. Deze doorgedreven inspanningen hebben ervoor gezorgd dat er meer instroom was in het textielonderwijs, en dat heel veel jongeren de vacaturewebsites van de sector hebben bezocht. Hieruit kunnen we afleiden dat er zeker een positief effect zal zijn naar de uitstroom naar werk op de korte en middellange termijn. Dit blijkt ook uit cijfers uit actie 2 (zie verder).

6. Omstandigheden die ertoe hebben geleid dat de beoogde doelstelling niet werd behaald (indien van toepassing)

De beoogde doelstellingen werden behaald.

Actie/activiteit 2

1. Geplande actie/activiteit en de bijhorende doelstelling(en) (+ doelgroep en aantal deelnemers)

Beschrijving van de actie/activiteit:
Cobot en Cefret willen de bedrijven helpen bij het opzetten van een onboarding campagne die ervoor zorgt dat jonge nieuwkomers zich welkom, gewaardeerd en voorbereid voelen.
Om bedrijven maximaal te ondersteunen bij het vinden, aanwerven, opleiden en begeleiden van jongere nieuwkomers zullen wij een onboarding campagne uitwerken bestaande uit:

- Vacaturedienstverlening;
- Onboarding toolbox;
- Peter/meter opleidingen;
- Gestructureerd opleiden van nieuwkomers;
- Persoonlijke begeleiding van nieuwkomers in opleiding op de werkvloer;

Doelstelling:
Duidelijke vacatures verspreiden die jongeren aanspreken, en hen van bij het begin positief enthousiasmeren en professioneel begeleiden zodat er een duurzame en positieve lange-termijnrelatie met de werkomgeving ontstaat.

Doelgroep(en):

- Werkzoekende jongeren
- Jongeren in een stelsel van alternerend leren (bv. deeltijds beroeps secundair onderwijs bij de Vlaamse CDO's, alternerend secundair onderwijs bij de Franstalige CEFA's, deeltijds onderwijs in het Duitstalig TZU, het "industrieel leerlingwezen", de leertijd in de opleidingsstelsels van de zelfstandigen en KMO's (Syntra, IFAPME, EFPM, IAWM), ...)
- Jongeren die een voltijdse onderwijsopleiding volgen, met uitzondering van opleidingen die leiden tot de graad van bachelor of master
- Jongeren in een instapstage
- Textielbedrijven

2. Uitgevoerde actie/activiteit

Vacaturedienstverlening:
Een vacature draagt bij om een duidelijk beeld te vormen van het bedrijf en de job.

Om bedrijven te ondersteunen bij het opstellen van vacatures en het begeleiden van nieuwkomers werden een aantal opleidingen en webinars specifiek rond dit thema opgenomen in het opleidingsaanbod:

- Hoe schrijf ik een super vacature,
- Online rekruteren en selecteren,
- Onboarding vanop afstand,
- Hoe stel je een onweerstaanbare vacature op die de juiste kandidaten aantrekt voor jouw KMO,
- Werken met verschillende generaties.

Alle Belgische textielbedrijven krijgen de mogelijkheid om hun **vacatures gratis te publiceren** op onze websites www.wildvantextiel.be en www.dinguedetextile.be. Deze dienstverlening wordt nauwkeurig opgevolgd vanuit Cobot en Cefret. Bij beurzen of events worden de bedrijven uit de regio waar het event doorgaat gecontacteerd met de vraag of zij vacatures hebben. Maandelijks worden de bedrijven bevraagd of bestaande vacatures zijn ingevuld en of er nieuwe vacatures zijn.

Bedrijven die vacatures doorgeven die onduidelijk of niet aantrekkelijk zijn worden door Cobot/Cefret gecontacteerd met tips om de vacature(s) aan te passen.

Onboarding Toolbox:
Om onze bedrijven extra te ondersteunen werd tijdens de projectperiode een website ontwikkeld (www.onboardingtoolbox.cobot.be) waarbij er een gids gemaakt werd met alle tips en tricks om een goed onthaalbeleid te voeren (**onboardinggids**), en een praktische toolbox waar onze bedrijven voorbeeld vacatures, een checklist, type contracten, onthaalbrochures, etc. kunnen downloaden en aanpassen volgens hun wensen (**onboardingtoolbox)**.

De Onboarding Toolbox werd gelanceerd op 9 juni 2022 en is beschikbaar in het Nederlands en het Frans. Alle textielbedrijven kunnen van deze gratis dienstverlening gebruik maken.

Meter/Peter opleidingen en gestructureerde opleidingen op de werkvloer:
Doordat er slechts één secundaire school en één hogeschool in België textielonderwijs inricht, is de uitstroom van textielgeschoolde jongeren zeer beperkt. Daarenboven zijn er in België geen competentiecentra textiel bij de VDAB en Le Forem. De sector moet zelf instaan voor het opleiden van jongeren naar tewerkstelling in de sector. Daarom werd er hard ingezet op sectorale beroepsopleidingen op de werkvloer in het kader van het Vlaams Opleidingsverlof (VOV) of Congé Education Payé (CEP). Cobot en Cefret organiseren in bedrijven opleidingen '**hoe opleiding geven op de werkvloer'** om op die manier mentoren (peter/meters) op te leiden die op hun beurt hun (textiel)kennis en vaardigheden kunnen overbrengen op de nieuwe generatie werknemers via het gestructureerd opleiden op de werkvloer. Extra aandacht wordt besteed aan **hoe jongeren begeleiden en hoe intergenerationele verschillen aanpakken op de werkvloer**.

Begeleiden van jongeren op de werkvloer:
De Peter/Meter opleidingen dragen bij tot een beter onthaal van nieuwe jonge collega's op de werkvloer en het adequaat opleiden van deze nieuwe collega's. Daarnaast ondersteunen Cobot en Cefret bedrijven bij hun interne opleidingsinspanningen. Zo lanceerden we een opleiding '**knopen voor beginners'**.

3. Realisatiegraad

Vacaturedienstverlening:
353 vacatures verspreid over 47 verschillende textielbedrijven.

Onboarding Toolbox: in de periode van 09/06/2022 t.e.m. 30/06/2022 werden **96 unieke bezoekers** geregistreerd.

Meter/Peter opleidingen:
Er werden 113 nieuwe meters en peters in 11 verschillende textielbedrijven opgeleid.

Gestructureerd opleidingen op de werkvloer:
Tijdens de projectperiode werden **779** min 26-jarigen ingeschreven voor een sectorale beroepsopleiding op de werkvloer in het kader van VOV of CEP.

Van 99 van hen werden geen opleidingsuren geregisterd. Dit doet vermoeden dat zij kort na de start van de tewerkstelling het bedrijf hebben verlaten.

Van de **680 jongeren** waarvan we wel opleidingsuren hebben doorgekregen blijkt dat:
- 8 jongeren minder dan 32 uur opleiding volgden
- 176 jongeren tussen de 32 en de 40 uur opleiding volgden (1 week)
- 177 jongeren tussen de 41 en de 80 uur opleiding genoten (2 weken)
- 159 jongeren tussen de 81 en de 120 uur opleiding krijgen (3 weken)
- 88 jongeren tussen de 121 en de 160 uur opleiding volgden (4 weken)
- 48 jongeren meer dan 4 weken opleiding genoten

Van 24 jongeren die hun traject pas startten in juni 2022 werden nog geen gegevens ontvangen.
De sector registreerde tijdens de projectperiode, die gepaard ging met een lockdown, **56.780 opleidingsuren** op de werkvloer voor min 26-jarigen.

309 jongeren volgden een opleiding voor **een typisch instapberoep** in de sector zoals bobijnopzetter, controleur van textielproducten of inpakker van weefselrollen.

Onderstaande tabel toont aan dat de meerderheid van de jongeren van Belgische herkomst zijn (55,1%), maar dat er ook heel wat uit andere landen van de Europese Unie komen (33,5%). Bijna alle opleidingsuren werden geregistreerd voor arbeidersprofielen (98,8%). Naar analogie van de tewerkstelling van de sector zijn dit hoofdzakelijk mannen (78,8%).

Nationaliteit	aantal	percentage
Belg	429	55,1%
EU-Burger	261	33,5%
ongekend	89	11,4%
Geslacht	aantal	percentage
Man	614	78,8%
Vrouw	165	21,2%
Statuut	aantal	percentage
Arbeider	770	98,8%
Bediende	9	1,2%

Gegevens Cobot/Cefret – VOV/CEP

Begeleiden van jongeren op de werkvloer:
24 jongeren volgden de opleiding 'knopen voor beginners'.

4. Budget

Actie 2	**Gebudgetteerd**	**Aangewend budget**
Opleiding en bijscholing voor Cobot medewerker i.k.v. jongerenwerking en onboarding	€ 5.000,00	€ 2.267,52
Ontwikkelen onboarding toolbox	€ 17.500,00	€ 16.918,69
Vertaling onboarding toolbox	€ 2.500,00	€ 2.141,70
Revisor project	€ 500,00	€ 2.991,73
Interne loonkosten Cobot/Cefret	€ 63.800,00	€ 49.785,00
Indirecte kosten (overhead) 12% op de interne loonkost	€ 7.656,00	€ 5.974,20
Totaal actie 2	**€ 96.956,00**	**€ 80.078,84**

5. De uitstroom naar werk (indien van toepassing)

De ondernomen acties hebben zeker een rechtstreeks effect naar de uitstroom naar werk. Uit de cijfers van het gestructureerd opleiding geven op de werkvloer zien we dat heel wat jongeren kansen krijgen op een tewerkstelling in de sector.

6. Omstandigheden die ertoe hebben geleid dat de beoogde doelstelling niet werd behaald (indien van toepassing)

De beoogde doelstellingen werden behaald.

Conclusie

1. Totaal aantal bereikte jongeren + profielkenmerken van de deelnemers (indien ter beschikking): geslacht, scholingsgraad, …

Met het project hebben wij gefocust op drie zaken:
- Bereiken van jongeren via social media
- Bereiken van jongeren via beurzen en events
- Opleiden en begeleiden van jongeren op de werkvloer

Social Media

Via Social Media registreerden we **12.025.952 schermweergaves** op de verschillende kanalen waarop we actief waren. Er werd **59.250 keer doorgeklikt** naar de websites www.wildvantextiel.be of www.dinguedetextile.be.
We registreerden in de projectperiode **50.290 unieke bezoekers** op deze websites waarvan minstens **21.220 bezoekers behoren tot de leeftijdsgroep 16 tot 26-jarigen**.

Beurzen en events

Tijdens de verschillende beurzen en events bereikten we meer dan **6.000 leerlingen** van de 3de graad secundair onderwijs, **200 studenten hoger onderwijs** en zo'n **200 werkzoekende jongeren**. Dit resulteerde in hogere inschrijvingscijfers voor de textielopleidingen die georganiseerd worden door het PTI te Kortrijk (secundair onderwijs) en HOGENT (professionele bachelor).

Opleiden en begeleiden van jongeren op de werkvloer

Minstens 704 jongeren kregen een opleiding/begeleiding op de werkvloer. 24 jongeren via een trainer van Cobot/Cefret, 680 via een meter/peter in het bedrijf.

680 jongeren kregen minimum 32 uur opleiding, en sommige onder hen tot meer dan 300 uur opleiding op de werkvloer.
- 8 jongeren minder dan 32 uur opleiding volgden
- 176 jongeren tussen de 32 en de 40 uur opleiding volgden (1 week)
- 177 jongeren tussen de 41 en de 80 uur opleiding genoten (2 weken)
- 159 jongeren tussen de 81 en de 120 uur opleiding krijgen (3 weken)
- 88 jongeren tussen de 121 en de 160 uur opleiding volgden (4 weken)
- 48 jongeren meer dan 4 weken opleiding genoten

Van 24 jongeren die hun traject pas startten in juni 2022 werden nog geen gegevens doorgegeven.
De sector registreerde tijdens de projectperiode, die gepaard ging met een lockdown, **56.780 opleidingsuren op de werkvloer** voor min 26-jarigen.

De meerderheid van de jongeren zijn van Belgische herkomst (55,1%) of zijn afkomstig van een land uit de Europese Unie (33,5%). Bijna alle opleidingsuren werden geregistreerd voor arbeidersprofielen (98,8%). Naar analogie van de tewerkstelling van de sector zijn dit hoofdzakelijk mannen (78,8%).

2. Totaal voorziene budget en reeds aangewend budget

Voor beide acties werd het begrote bedrag niet overschreden. In totaal werd er **393.809,95 EURO besteed** aan het project, dit is 22.005,63 EURO minder dan gebudgetteerd bij de projectaanvraag.

Actie 1	**Gebudgetteerd**	**Aangewend budget**	**Saldo**
Uitwerken social media campagne	€ 85.000,00	€ 104.187,96	€ 19.187,96
Advertentiebudgetten social media campagne	€ 64.443,58	€ 68.449,16	€ 4.005,58
VR experience: opname film	€ 45.000,00	€ 26.680,50	-€ 18.319,50
VR experience: Hardware	€ 5.000,00	€ 3.884,10	-€ 1.115,90
Beursstand VR experience	€ 15.000,00	€ 6.780,32	-€ 8.219,68
Job- en afstudeerbeurzen	€ 10.000,00	€ 20.357,32	€ 10.357,32
Interne loonkosten Cobot/Cefret	€ 84.300,00	€ 74.456,93	-€ 9.843,07
Indirecte kosten (overhead) 12% op de interne loonkost	€ 10.116,00	€ 8.934,83	-€ 1.181,17
Totaal actie 1	**€ 318.859,58**	**€ 313.731,11**	-€ 5.128,47

Actie 2	**Gebudgetteerd**	**Aangewend budget**	**Saldo**
Opleiding en bijscholing voor Cobot medewerker i.k.v. jongerenwerking en onboarding	€ 5.000,00	€ 2.267,52	-€ 2.732,48
Ontwikkelen onboarding toolbox	€ 17.500,00	€ 16.918,69	-€ 581,31
Vertaling onboarding toolbox	€ 2.500,00	€ 2.141,70	-€ 358,30
Revisor project	€ 500,00	€ 2.991,73	€ 2.491,73
Interne loonkosten Cobot/Cefret	€ 63.800,00	€ 49.785,00	-€ 14.015,00
Indirecte kosten (overhead) 12% op de interne loonkost	€ 7.656,00	€ 5.974,20	-€ 1.681,80
Totaal actie 2	**€ 96.956,00**	**€ 80.078,84**	-€ 16.877,16
Totaal project	**€ 415.815,58**	**€ 393.809,95**	-€ 22.005,63

3. Uitstroom naar werk (totaal, indien van toepassing)

De doorgedreven social mediacampagne en de constante aanwezigheid op studiekeuze en job events hebben ervoor gezorgd dat er voor het eerst in lange tijd meer inschrijvingen waren in het textielonderwijs en dat heel wat jongeren de kans kregen om een job aan te leren op de werkvloer via een peter/meter (mentor).
Wij kunnen niet rechtstreeks monitoren hoeveel jongeren effectief een (vaste) job gekregen hebben tijdens de projectperiode maar wij kunnen wel zien dat er heel wat jongeren kansen gekregen hebben in de sector om er te starten.

4. Impact van het project

Wij hebben heel hard ingezet op het imagoversterkend effect voor de sector via een doorgedreven social mediacampagne en deelname aan tal van events. Het textielonderwijs, de textielsector en de beroepen zijn niet gekend ofwel worden die verkeerdelijk gepercipieerd, veelal door de te negatieve berichtgeving in de media. Via onze inspanningen hebben wij jongeren op een positieve manier benaderd en hen via leeftijdsgenoten aangesproken. De resultaten waren alvast positief zoals hierboven al geschetst.

Uit de cijfers van het gestructureerd opleiding geven op de werkvloer in het kader van VOV en CEP blijkt bovendien dat heel wat textielbedrijven jongeren kansen geven om aan de slag te gaan in hun bedrijf.

Beide factoren hebben ervoor gezorgd dat het project een belangrijke impuls gegeven heeft aan het aantrekken van jongeren naar de sector en naar het textielonderwijs.