

Tussentijdsverslag 2018-2019

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



Starterskansen: begeleiding professionele stages

Referteperiode:

1 jan. 2018 - 31 okt. 2018

PC 227

PSC 303.01

Inhoudstafel

1 Het project	3
2 Algemene evaluatie	4
3 Cijfers	6
3.1 Aantal unieke inschrijvingen/kandidaten op database mediarte	6
3.2 Aantal mediastages	6
3.3 Aantal stagegevers/werkgevers	7
4 mediastage	8
4.1 Procedure	8
4.2 Begeleiding	8
4.3 Evaluatie van de begeleiding	9
4.4 Overlegmomenten	11
4.5 CMS-Systeem	11
4.6 Competenties	11
5 Sensibilisering	12
5.1 Algemeen	12
5.2 Startersgids	12
5.3 Toolbox	13
5.4 Infosessies	14
6 Partners	15
6.1 VDAB / FOREM	15
7 Financieel	16
7.1 Algemeen	16
7.2 Personeelskosten	16
7.3 Overheadkost	17
7.4 Projectkost	17

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 en PSC 303.01 willen via het project “mediastages” bijdragen om deze “stages” binnen een **wettelijk kader** te laten verlopen in PC 227 en PSC 303.01. Het wettelijk kader werd hiervoor gecreëerd in twee CAO's (bijlage 1 & 2).

Met het project “**mediastages**” willen de sociale partners van PC 227 en PSC 303.01 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 en film 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

Deze evaluatie is een gemeenschappelijke evaluatie die zowel geldt voor PC 227 als voor PSC 303.01.

In totaal werden er tussen 1 januari 2018 en 31 oktober 2018, **42 mediastages** afgesloten, voor in totaal 337 weken, wat omgerekend neerkomt op werkervaringsplaatsen voor **7,65 VTE's** (1685 dagen/220).

De communicatie rond het “mediastages” - project werd uitgestuurd (online en offline) naar **alle ondernemingen** uit PC 227 en PSC 303.01. 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.

We stellen vast dat buiten de reguliere stage-oproep verspreiding via de mediarte- website de aanwerving van stagiairs meer en meer gebeurt op een **informele** manier. Kandidaat stagiairs vinden meer en meer de weg naar potentiële stageplaatsen die aansluiten bij hun professionele ambities, werkgevers zijn op zoek naar talent met de juiste motivatie en ontvangen kandidaten met open armen. Wat meer en meer duidelijk wordt is dat de link met mediarte automatisch wordt gemaakt, de link met het legale kader waarin een persoon aan werkplekieren kan doen. Dit wijst enerzijds op een **inburgering** van het project mediastages binnen het werkveld en anderzijds op de verantwoordelijke initiatiefname van de stagiairs (werkzoekenden) om het project als legal framework voor te stellen bij de stageplek.

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.

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 inzetten 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 staan zonder meer positief tegenover het project mediastages, 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 in 2018 op regelmatige basis organiseerde voor laatstejaarsstudenten en alumni uit het audiovisueel hoger onderwijs (zie supra, Sensibilisering)

Door de mediastage-oproepen permanent mee op te nemen in de **vacaturebank** van mediarte, de meest bezochte pagina van het digitale platform, werd op een pragmatische wijze informatie gegeven voor de doelgroep, starters in de sector. Via een systeem van crosslinking (linken van relevante artikels/pagina's) raken verschillende acties van mediarte op een gerichte manier tot bij de gebruiker. 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.

Voor stagementors werd een bijkomende online **toolbox** (zie infra 5.3) ontwikkeld die tips & tricks geeft bij de verschillende fases van het stageproces (voorbereiding/matching/begeleiding/evaluatie).

3 Cijfers

3.1 Aantal unieke inschrijvingen/kandidaten op database mediarte

(periode 010118-311018)

Elke -26 jarige die een mediastage wil lopen dient zich bij mediarte te registreren. Op 31 oktober 2018 telt de database van mediastages 368 Nederlandstalige en 84 Franstalige geregistreerde personen, sinds de opstart van het project in 2014.

	2016	2017	2018 (tot 311018)	Totaal
NL	190	127	51	368
FR	38	33	13	84

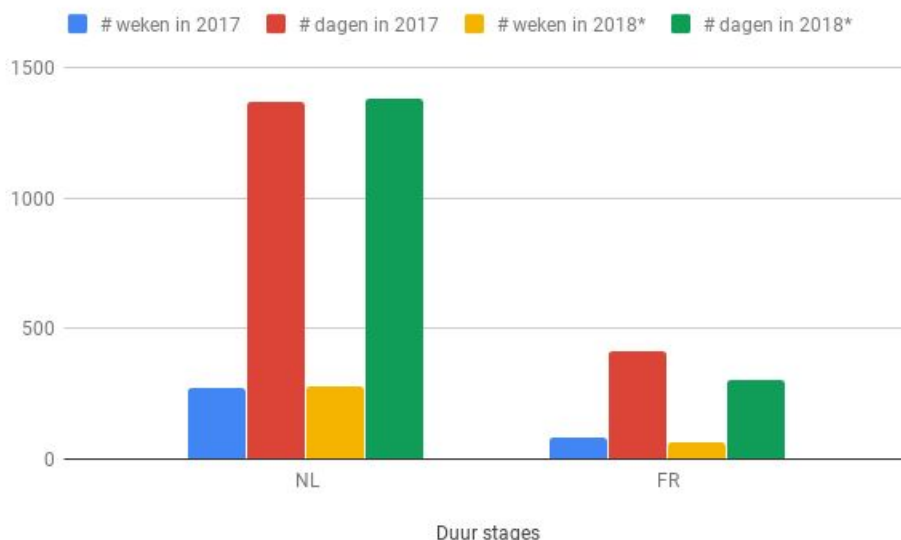
We zien wederom een duidelijke, constante kloof tussen de Nederlandstalige en de Franstalige aanmeldingen (verhouding $\frac{1}{4}$). De doelgroep aan Franstalige kant reageert kennelijk minder, ondanks de geleverde inspanningen, en lijkt moeilijker vatbaar voor de communicatie rond werkplekieren (ondanks de geleverde inspanningen aan FR-zijde in het Hoger Onderwijs, infosessies, jobbeurzen,...). Dit zou ook rechtstreeks gerelateerd kunnen worden aan een mentaliteitsverschil tussen de Nederlandstalige en Franstalige werkgevers inzake het aanbieden van stageplaatsen.

Van deze 452 aanmeldingen kwamen er op 31 oktober 2018 nog 294 Nederlandstalige en 41 Franstalige profielen in aanmerking (op basis van leeftijd)

3.2 Aantal mediastages

(periode 010118-311018)

In totaal werden er tussen 1 januari 2018 en 31 oktober 2018, **42 mediastages** afgerond, voor in totaal 337 weken, wat omgerekend neerkomt op werkervaringsplaatsen voor **7,65 VTE's** (1685 dagen/220).



We constateren opnieuw een grote stijging van het aantal mediastagiairs en het aantal stageweken tijdens de periode 010118 - 311018 aan Nederlandstalige zijde. Een evolutie die in stand wordt gehouden. Op dit moment tellen we al meer stageweken dan het volledige werkingsjaar 2017.

Verhouding tot periode 2017

Duur stages	# weken in 2017	# dagen in 2017	# weken in 2018*	# dagen in 2018*
NL	273	1365	276	1380
FR	83	415	61	305
Totaal	356	1780	337	1685

*periode 010118 tot en met 311018

3.3 Aantal stagegevers/werkgevers

In totaal boden **27 ondernemingen** een stageplaats aan tussen 1 januari en 31 oktober 2018.

Nederlandstalig	Franstalig
21	6

Ondanks het feit dat bovenstaande cijfers nog geen betrekking hebben op het volledige jaar, zien we opnieuw een stijging van het aantal mediastages en het aantal stageweken. Het totaal aantal stageweken op 31 oktober 2018 evenaart het totale cijfer van 2017. Met zicht op nieuwe, opstartende stageplaatsen (tot einde 2018) zal het eindcijfer gestaag hoger liggen.

We stellen ook geen shift vast op gebied van gender. Van deze 42 stagiairs is 64% van het vrouwelijke (27) en 36% van het mannelijke (15) geslacht.

Aantal stageweken/maand, Bijlage 3

Het grootste aantal mediastages vinden we onder de noemer “productionele” stages, waarbij de functie van Productie-assistent het meest voorkomt. Het zijn ook de productiehuisen die, hoofdzakelijk voor TV- fictie & entertainment, globaal de meeste mediastages voor hun rekening nemen. Het permanent beroep doen op tijdelijke werkrachten (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 post-productie stages).

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

4 mediastage

4.1 Procedure

Elke mediastage start in principe met een stageplaats die zich aanmeldt en die via de website van mediarte een stage-oproep plaatst. Kandidaat-stagiairs kunnen zich dan online melde. Het is echter ook mogelijk dat een stageplaats zelf een stagiair voorstelt. De stageplaats bezorgt aan mediarte ook een Opleidingsbeleidsplan. 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 consultant 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.

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 consultants 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 consultants op als bemiddelaar en stonden zij de stagementoren bij in het opvolgen van het stage-opleidingsplan. De consultants brachten ook minstens éénmaal een bezoek op de stageplaats in de loop van de mediastage.

Naast deze twee consultants 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 **werkplekieren, 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 consultants 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 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 verantwoordelijk 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 (januari - oktober 2018) met betrekking tot het stagedraaiboek:

- ❖ Het was voor de stagiair 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 referentieperiode 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: 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,
- ❖ Het actief zoeken in de mediastage-database en het aanbieden van “long lists” met potentiële stagiairs werd als uitermate handig 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,...) werd zo persoonlijk overgemaakt.

mediarte heeft steeds oog voor de behoeften, bekommernissen en belangen van de werkgevers uit PC 227 en PSC 303.01, 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 zorgt voor een optimale opvolging van de administratieve verwerking van de aanvragen en de praktische opvolging van de stageplaatsen.

In Salesforce wordt geregistreerd 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.

4.6 Competenties

mediarte besteedde ook de nodige 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 reeds 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 te negeren dat het bereik van de mediastages gestegen is, als we 2018 met voorgaande jaren vergelijken. Dit is vooral te danken aan de intensieve communicatie die gevoerd werd en de positieve reputatie die het project ondertussen verworven heeft. Werkgevers prijzen het project omdat er een reële output merkbaar op gebied van onmiddellijke inzetbaarheid na de stageperiode.

Bijkomstig merken we een groeiende belangstelling van niet - PC 227/303.01 bedrijven in het project. De informatie van het project sijpelt dus verder door naar een segment van ondernemingen die aanleunen bij de audiovisuele sector of in de periferie van onze AV-industrie actief zijn

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 Toolbox

Om deze stageplaatsen zo kwaliteitsvol mogelijk te maken - lees, te begeleiden - werd er in 2018 een **toolbox** ontwikkeld waarin o.a. checklists werden opgenomen om bvb. duidelijke afspraken te maken tussen opleiding en werkplek, duidelijke formulering van het leeraanbod op de werkplek en hoe de begeleiding en beoordeling van de stagiair zal gebeuren. Stagegevers kunnen voor de **begeleiding** (opstellen functiebeschrijvingen, opmaak en opvolging leertraject,...) een beroep doen op deze box, naast het persoonlijk advies van de mediarte-consulenten dat wordt gegeven op de stageplek.

Bij uitbreiding is deze toolbox ook te gebruiken in de begeleiding van jonge starters in de sector. In deze toolbox zullen ook de mogelijke tewerkstellingsmaatregelen voor jongeren opgenomen worden.

De verwerkte informatie zal eveneens via de andere communicatie-kanalen van mediarte verspreid worden. Men zal intern ook bekijken of dit via andere dragers (offline) zal worden verspreid.

Indexatie van de lonen in PC 227 met 2% vanaf 1 december 2018

[Lees meer](#)

Toolbox Stagementors

Je zou graag een stagiair(e) in je onderneming laten meelopen, maar je weet niet precies hoe je dit moet aanpakken?



Matching

Van de zoektocht tot het sollicitatiegesprek

#STAGE #MENTORSCHAP #TIPS #TOOLS #MATCHING



Voorbereiding

Definiëren wat jouw stagiair komt leren is in het belang van zowel stageplaats als stagiair.

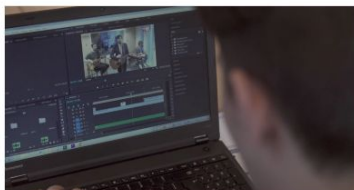
#STAGE #MEDIASTAGES #TOOLS #TIPS #STARTERS



Begeleiding

Werk samen naar een einddoel en evalueer

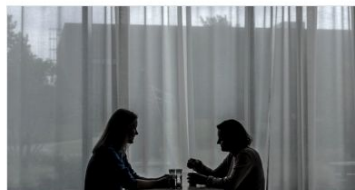
#STAGE #TOOLS #BEGELEIDING #MEDIASTAGES #TIPS



Feedback & Evaluatie

Regelmatige feedback geeft elke partij duidelijkheid en draagt bij tot een veilige leeromgeving.

#STAGE #TIPS #FEEDBACK #EVALUATIE #MENTORSCHAP



Tips voor stagementors

Handige tools voor een stagementor op de werkvloer.

#STAGE #TIPS #BEGELEIDING



5.4 Infosessies

Tevens werden er tijdens de periode 01 01 18 - 31 10 18 infosessies opgezet in scholen en bedrijven, werd er meegewerkt aan events van Filmfestivals zoals FIFF in Namen (oktober '18). Tijdens het ANIMA-festival in Brussel (februari '18) werd een speeddate opgezet tussen pas afgestudeerde animators /motion designers en productiehuisen om via een mediastage deze jonge scenaristen een kans te geven om deel uit te maken van een animatiestudio. Hetzelfde principe werd herhaald in april op Docville, waar de brug gemaakt werd tussen jonge documakers en productiehuisen.

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

6 Partners

6.1 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. Het mediastages-project werd binnen het kader van deze overeenkomst mede ondersteund.

Met FOREM werd er geen overeenkomst afgesloten.

7 Financieel

7.1 Algemeen

Voor de periode die deze rapportering betreft (jan-oktober 2018) komt de gemeenschappelijke kost voor het beheer van het mediastages project neer op een totaal van € 48.037,90.

	BUDGET 2018-2019			TUSSENTIJDSE AFREKENING JAN - OKT 2018			
	PC 227	PSC 303.01	TOTAAL	PC 227	PSC 303.01	TOTAAL	
	176.400,00	19.600,00	196.000,00	43.234,11	4.803,79	48.037,90	
	90%	10%	100%	25%	25%	25%	
PERSONEELSKOST	132.750,00	14.750,00	147.500,00	34.919,92	3.879,99	38.799,91	
WERKINGSKOST							
	22,71%	30.150,00	3.350,00	33.500,00	7.930,96	881,22	8.812,18
PROJECTKOST	13.500,00	1.500,00	15.000,00	383,23	42,58	425,81	

7.2 Personeelskosten

Na verificatie van de tijdsregistraties die elke werknemer van mediarte.be bijhoudt werd er een personeelsinzet genoteerd van 0,58 vte. De personeelskost bedraagt € 38.799,91.

Tabel: Aantal geregistreerde uren per werknemer per dossier

		UREN	VTE
Antoine	Servais	50,21	0,03
Florence	Onyn	40,21	0,02
François-Xavier	Kernkamp	49,70	0,03
Jan	Vermoesen	136,58	0,08
Jonas	De Maesschalck	61,35	0,04
Joost	Bevernage	32,36	0,02
Louis	Van de Leest	519,52	0,31
Renate	Breuer	9,73	0,01
Sabine Hélène	Bombeke	16,44	0,01
Sarah	Vander Cruyssen	59,17	0,04
		975,25	0,58

Tabel: Kost per werknemer

		MS-SM
Antoine	Servais	2.404,81
Florence	Onyn	851,33
François-Xavier	Kernkamp	2.162,66
Jan	Vermoesen	7.900,71
Jonas	De Maesschalck	1.471,13
Joost	Bevernage	754,97
Louis	Van de Leest	20.615,18
Renate	Breuer	607,06
Sabine H�el�ene	Bombeke	516,37
Sarah	Vander Cruyssen	1.515,69
		� 38.799,91

De personeelskost is samengesteld uit het brutoloon, eco- en maaltijdcheques, terugbetaalde kosten, rsz bijdragen (en verminderingen), leasing (Leaseplan, bijlage 4.2), pensioenverzekering (ethias).

Het detail wordt als bijlage 4 toegevoegd.

Het overzicht van de dimonnummers wordt als bijlage 4.1. toegevoegd.

7.3 Overheadkost

De overheadkost bedraagt   8.812,18 en is samengesteld uit alle kosten die niet direct aan bepaald project van mediarde toe te wijzen zijn. De kost toegewezen aan het mediastages-project is pro rata verdeeld op basis van de tewerkstelling van de betrokken werknemers. Kostenposten die rechtstreeks toe te wijzen zijn aan andere projecten werden niet mee opgenomen in de kostberekening.

7.4 Projectkost

De projectkost bedraagt   425,81 en heeft voor deze periode voornamelijk betrekking op de verzending van de Startersgids.

Een detail van deze kosten en de facturen wordt als bijlage 4.3 toegevoegd.