

Sectorconvenant 2016-2017 afgesloten tussen de Vlaamse Regering en de sociale partners van de audiovisuele sector (PC 227) en de sector van de filmproductie (PsC 303.1)

Tussen de Vlaamse Regering, hierbij vertegenwoordigd door:

Mevrouw Hilde Crevits, Viceminister-president van de Vlaamse Regering en Vlaams minister van Onderwijs;

De heer Philippe Muyters, Vlaams minister van Werk, Economie, Innovatie en Sport

en de sociale partners van de audiovisuele sector en de sector van de filmproductie,

met als vertegenwoordigers voor de werkgevers:

De heer Kris Wauman, Vertegenwoordiger FEBELAV;

Mevrouw Kathleen Mertens, Vertegenwoordiger VOTP;

Mevrouw Patrice Peeters, Vertegenwoordiger VOTF;

De heer Nino Lombardo, Vertegenwoordiger VFPB

met als vertegenwoordigers voor de werknemers:

De heer Koen Dries, Nationaal verantwoordelijke LBC-NVK;

Mevrouw Laurette Muylaert, Nationaal secretaris ACOD-Cultuur;

De heer Johan Van Dycke, Nationaal verantwoordelijke ACLVB

Wordt overeengekomen wat volgt

Verbintenissen van de Vlaamse Regering

Artikel 1. De Vlaamse Regering verbindt er zich toe in het kader van voorliggende overeenkomst tijdens de periode van **1 januari 2016 tot en met 31 december 2017** een maximale toelage van **147.000,00 EUR** uit te betalen aan **Mediarte.be (Sociaal Fonds voor de Audiovisuele Sector), Landsroemlaan 20 te 1083 Brussel (ondernemingsnummer: 0891.076.246 - bankrekeningnummer: BE16 7330 3343 0674)** ter financiering van **1,5 VTE sectorconsulenten**.

Artikel 2. De Vlaamse Regering stimuleert en ondersteunt de uitvoering van voorliggende overeenkomst, door:

1. het organiseren van ad hoc- overleg met de sociale partners, op vraag van de sectoren;
2. het organiseren van klankbordvergaderingen waarbij knelpunten worden besproken en desgevallend beleidsaanbevelingen kunnen worden geformuleerd, op vraag van de sectoren;
3. het organiseren van intervisiemomenten met vertegenwoordigers van de sector, die fungeren als doorgeefluik van informatie.

Verbintenissen van de sector

Artikel 3. De audiovisuele sector en de sector van de filmproductie verbindt zich ertoe om, op basis van het door de VESOC-partners goedgekeurde, inhoudelijk kader voor de sectorconvenants 2016-2017, een sectorale **visie** te ontwikkelen en vanuit deze visie **prioriteiten** te bepalen en er doelgerichte **acties** aan te koppelen. De sectorspecifieke maatregelen geformuleerd in dit convenant zijn verbintenissen die betrekking hebben op het ondersteunen en uitvoeren van:

- de afstemming tussen onderwijs en de arbeidsmarkt;
- een competentiebeleid, waaronder leven lang leren;
- het beleid van evenredige arbeidsdeelname en diversiteit, vermeld in het decreet van 8 mei 2002 houdende evenredige participatie op de arbeidsmarkt.

Artikel 4. De sector verbindt er zich toe de werkingssubsidie uitsluitend aan te wenden ter uitvoering van deze sectorspecifieke maatregelen. Hiertoe worden effectief 1,5 VTE-sectorconsulenten ingezet. Zij zijn tewerkgesteld in een paritair beheerde organisatie en werken onder paritair toezicht. Ze zijn belast met het geheel van coördinerende, rapporterende en ondersteunende taken ter uitvoering van het sectorconvenant.

De loon- en werkingskosten van deze sectorconsulenten komen in aanmerking als subsidiabele kosten voor zover zij betrekking hebben op de uitvoering van deze sectorspecifieke maatregelen en voor zover ze uitgevoerd worden binnen de looptijd van het sectorconvenant. Periodes van tijdskrediet of loopbaanonderbreking komen niet in aanmerking voor financiering tenzij wordt aangetoond dat de functie van de sectorconsulent(e) tijdelijk tijdens zijn of haar afwezigheid door een vervang(st)er afdoende wordt uitgeoefend.

De maximale werkingssubsidie wordt toegekend voor de inzet van 1,5 VTE op jaarbasis. Indien de sectorconsulent tijdens zijn of haar afwezigheid niet afdoende vervangen wordt

voor het continueren van de inspanningen in het kader van het sectorconvenant, vermindert de maximale werkingssubsidie. De werkingssubsidie wordt dan berekend per consultant per dag van de looptijd. Dit bedrag wordt vermenigvuldigd met het aantal dagen waarop geen/te weinig consultants tewerk gesteld waren en in mindering gebracht.

De sector zal de naam van de sectorconsulenten aan het departement Werk en Sociale Economie bezorgen en wijzigingen melden.

Artikel 5. Ter verantwoording en ter evaluatie van deze overeenkomst bezorgt de sector ten laatste op **31 januari 2017** een voortgangsrapport en ten laatste op **31 januari 2018** een eindrapport aan het departement Werk en Sociale Economie. Het voortgangs- en eindrapport omvatten:

- de rapportering over de verschillende initiatieven ter realisering van het actieplan;
- de toetsing van de realisaties aan de resultaatsindicatoren en de doelstellingen vermeld in het sectorconvenant;
- de verantwoording van de aanwending van de ontvangen subsidiebedragen (enkel voor het eindrapport).

Het departement Werk en Sociale Economie bezorgt tijdig aan de sector het modelformulier inzake de rapportering.

De audiovisuele sector en de sector van de filmproductie werkt vanuit volgende sectorale visie aan de uitvoering van de prioriteiten en acties van dit sectorconvenant:

Sectorale visie

1 Sectorfoto

1.1 Samenstelling

Stellen dat de volledige audiovisuele sector gedekt is, wanneer je de werkgevers en werknemers van PC 227 en PSC 303.01 samentelt, gaat voorbij aan de complexe realiteit van de audiovisuele sector van vandaag.

Immers, het concipiëren, ontwikkelen, produceren en verspreiden van audiovisueel materiaal gebeurt vandaag de dag op heel wat verschillende dragers, via verschillende spreidingswijzen, langs verschillende afzetkanalen, met verschillende doelstellingen t.a.v. verschillende doelgroepen. De economische realiteit van de game-industrie is bijvoorbeeld heel anders dan die van pakweg de productie van een “scripted reality”-soap.

Hoewel de eigen werkgevers en werknemers de initiële doelgroep zijn, wensen de sociale partners van PC 227 en PC 303.01 hierom hun acties impliciet open te stellen naar de audiovisuele werkgevers en werknemers in andere PC's, en naar zelfstandigen of ondernemingen zonder werknemers binnen de brede audiovisuele sector.

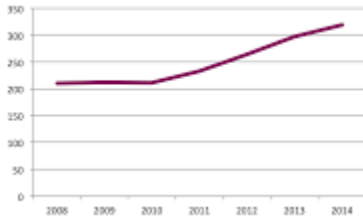
In de sectorfoto die mediarte.be jaarlijks opmaakt wordt de audiovisuele sector in de meest brede zin samengesteld uit alle werkgevers die ressorteren onder;

- PC 227: de audiovisuele sector
- PC 303 & PSC 303.01: filmproductie

en alle werkgevers en ondernemingen met een audiovisuele nace-code;

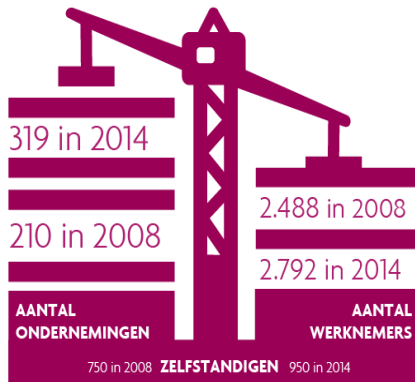
- 59.11, 95.12, 59.13, 60.1 en 60.2

Wanneer we deze twee parameters samen brengen, tellen we m.b.t. de Vlaamse werkgevers 28 verschillende PC's en 41 verschillende nace-codes goed voor 461 werkgevers en 6303 voltijdse equivalenten. Kijken we enkel naar PC 227 en PSC 303.01 dan komen we uit op 319 werkgevers en 2793 voltijdse equivalenten.



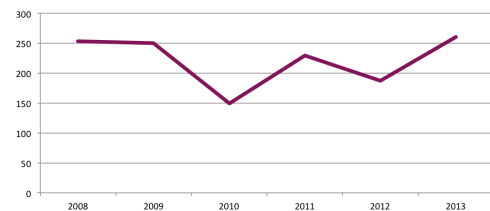
Wanneer in de loop van dit convenant over de audiovisuele sector gesproken wordt, dient dit in de meest brede zin geïnterpreteerd te worden.

Wat volgt geeft een zicht op de samenstelling van de Vlaamse sector op basis van data m.b.t. de periode 2008-2014, afkomstig van de RSZ.



Sinds 2008 kennen we bij de Nederlandstalige werkgevers een forse groei van het **aantal werkgevers** ($210 > 319 =$ stijging van 52%) en is het **aantal voltijdse equivalenten** gestegen ($2.488 > 2.792 =$ stijging van 12%). Gelijklopend met een stijging van het aantal werknemers zien we ook een grote stijging in het **aantal zelfstandigen** (met een audiovisuele nace-code), in Vlaanderen kennen we een stijging van 705 naar 950.

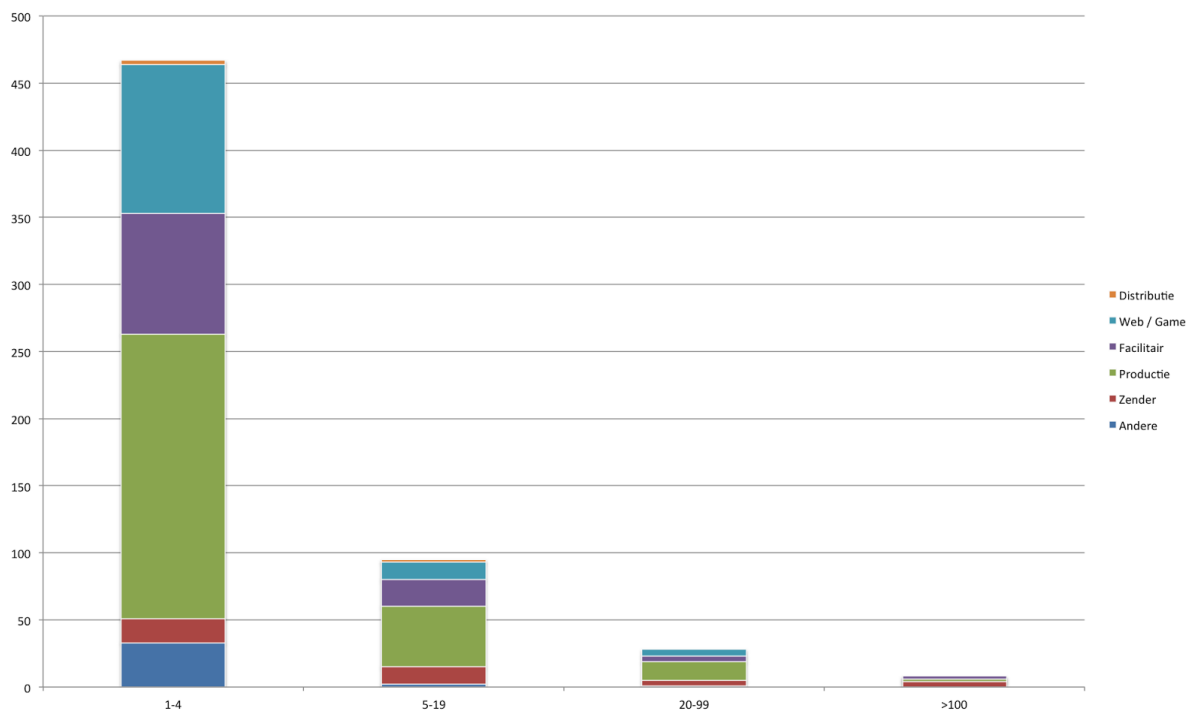
Wat betreft het gebruik van



uitzendkrachten blijft het redelijk stabiel met enkele schommelingen tussen 2008 en 2013.

Samen met de opkomst van kleine ondernemingen kunnen we stellen dat er meer en meer geopteerd wordt voor flexibele tewerkstellingsvormen los van grotere structuren.





De voorbije jaren kennen we een grote stijging van het aantal werkgevers, maar het zijn en blijven vooral zeer kleine werkgevers. Van de Nederlandstalige werkgever heeft 76% **minder dan 5 vte's** in loondienst en is de mediaan 1,92 vte's (dit was in 2008 2 vte's).



Hoewel een vaste tewerkstelling als loontrekkende niet vanzelfsprekend is, stellen we wel vast dat er, meer dan op Belgisch niveau voor alle sectoren, met **voltijdse contracten** gewerkt wordt, 85% t.o.v. 64%. Merk op dat voltijdse contracten niet noodzakelijk een contract van onbepaalde duur impliceren.

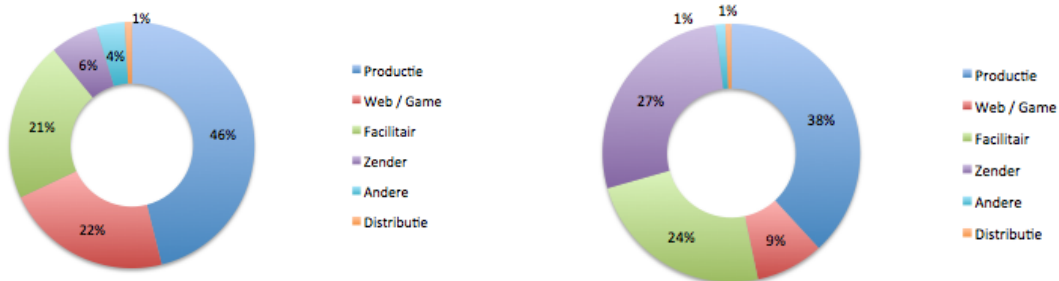


De **man-vrouw-verhouding** zit dan weer onder het Belgisch gemiddelde. Om nog maar te zwijgen van de gemiddelde leeftijd. Hoewel deze de voorbije jaren stijgt (van 30,89 in 2008 naar 33,22 in 2014) is de **gemiddelde leeftijd** in vergelijking met het Belgische gemiddelde aan de lage kant (2008 = 40,33, 2014 = 41,23). Ook de



tewerkstelling van 40+'ers is verhoudingsgewijs zeer laag (2008: 20% tov 50%, 2014: 28% tov 53%).

Omdat we in de audiovisuele sector nogal wat verschillende **soorten producten en diensten** die werkgevers produceren, kennen, werd er ook een opsplitsing gemaakt op basis van de zogenaamde clusters van deze bedrijven.



Opvallend hier is de stijging van het aantal bedrijven dat we clusteren onder ‘web-bedrijven’. Dit zijn voornamelijk bedrijven die zich richten op de productie van de nieuwe mediaplatformen (internet, game, apps, etc.).

1.2 Karakteristieken

Gekoppeld aan bovenstaande statistische cijfergegevens hebben specifieke karakteristieken van de audiovisuele sector een impact op de tewerkstelling in de sector:

- in veel gevallen is het werk georganiseerd op projectmatige basis, wat een invloed heeft op de tewerkstellingskansen en management-modellen
- de vraag naar tewerkstelling is, in de meest gevallen, veelal superieur aan het aanbod van de tewerkstelling, omwille van de grote aantrekkingskracht van de sector
- de wijze van aanwerving gebeurt hoofdzakelijk informeel en een professionele aanbeveling is de meest gevaloriseerde troef voor een kandidaat
- sommige professionele carrières zijn onderhevig aan fysieke en gezondheidskwesties en transitie-opties moeten zo snel mogelijk voorzien worden

Wat de audiovisuele sector misschien nog het meest van andere sectoren onderscheidt is het bestaan van accordeon-bedrijven. Dit zijn bedrijven die een relatief klein kernbestand van personeel hebben, maar afhankelijk van de productie of opdracht tijdelijk veelvoudig kunnen toenemen in omvang. Het positieve hiervan is dat dit soort van bedrijven zich zeer snel kan aanpassen aan fluctuaties en zich snel kan voorzien van noodzakelijke deskundigheid. Het negatieve is dan weer dat het aantrekken van ‘project’-werkers (tijdelijke werkrachten) een meerkost met zich meebrengt, er elke keer inwerktijd verloren gaat, er een lagere loyaliteit bestaat en tevens een kleinere mogelijkheid tot het volgen van opleidingen.

2 Drijfveren voor verandering

2.1 Economische shift

Als gevolg van de economische crisis en besparingen bij de openbare omroep ervaren we een druk op de economische modellen die leidden tot een vertraging van de economische activiteiten en is er een zoektocht ontstaan naar nieuwe inkomstenstromen.

De verslechterde economische situatie leidde ook tot meer fragiele werkmogelijkheden met een stijging van werk op zelfstandige basis als gevolg van gedaalde inkomsten en stijgende onzekerheid over de budgetten bij de werkgevers.

Na de industriële en de post-industriële economie komen we terecht in een netwerkeconomie. We dienen dus zeer alert te zijn voor deze wijzigende omstandigheden. Werken in een netwerkeconomie kenmerkt zich door snelheid en permanente verandering. Ook een deel van de denkkraft wordt geautomatiseerd. Bedrijven zitten overal en nergens. We zien ze niet maar in de online netwerken, challenge-labs, start-ups, pop-ups gonst het van de activiteit. De klant komt niet meer naar het bedrijf, bedrijven jagen achter ze aan. Er worden voortdurend gelegenheidscoalities gesloten en het werk wordt voornamelijk uitgevoerd door flexibel samengestelde projectgroepen of individuele opdrachtnemers. Iedereen is zelfstandige.¹

2.2 Nieuwe digitale omgeving

Sinds het eind van de jaren '90, heeft de digitale wereld ons persoonlijke en professionele leven voor altijd veranderd, en heeft het in zekere zin ook een impact gehad op de manier van functioneren van het grootste deel van de economie. Niet in het minst de audiovisuele sector.

Deze nieuwe digitale omgeving heeft ook een nieuwe generatie van digital natives gebracht. Deze nieuwe digitale generatie verschilt in grote mate van haar voorgaande generatie en heeft een grote invloed op de manier waarop er gewerkt wordt en hoe er met werken omgegaan wordt.

Deze generatie hecht minder belang aan baanzekerheid en een veilige positie binnen een hiërarchie. Ze willen jobzekerheid en werken binnen flexibele en bij voorkeur sfeervolle werkomgevingen. Doordat ze prat gaan op hun flexibiliteit opteren zij in de meeste gevallen ook bewust voor het freelance-statuut. Dit statuut vullen zij in door middel van korte termijn-contracten, via uitzendkantoren of op zelfstandige basis.

¹ GOC, Vind je draai. Trends in de creatieve industrie, 2014.

De belangrijkste nieuwe realiteit die zich stelde is zeker en vast de multiplatform- en mobiele omgeving die niet alleen nieuwe onderhoudsvaardigheden vraagt, maar ook nieuwe creatie en productievaardigheden voor de ontwikkeling van platform-specifieke content.

Bovenop deze content gerelateerde vaardigheden, heeft deze digitale shift de vraag naar andere vaardigheden gevraagd, soms puur IT-gerelateerd (programmatie, beheer van cyberbeveiliging, mobile en cloud-computing, big data en analyse, nieuwe applicaties voor social media, etc.) en soms van een heel andere natuur, maar ook direct gelinkt aan de nieuwe digitale omgeving (strategische inzichten op nieuwe business modellen, samenwerkingsplatformen, IP-management, etc.).

Deze nieuwe multiplatform realiteit dient ook gekoppeld te worden aan de noodzaak om nieuwe businessmodellen te ontwikkelen die een tegengewicht bieden aan het verlies van advertentie-inkomsten en het 'free acces to information'-model dat prominent aanwezig is in de online wereld.

2.3 Technologische evoluties

Vaardigheden up to date houden om bij te blijven met technologische ontwikkelingen zijn in de audiovisuele sector steeds van belang geweest. Maar met de digital shift, en andere parallele technologische evoluties, zoals de digitalisering en het uitgebreid gebruik van b.v. HD (en UHD) of het permanente updaten van technisch materiaal, hebben veranderingen een nog grotere snelheid genomen. Technologische bezigheden moeten daarom nieuwe uitdagingen bekampen naast de meer 'traditionele' -namelijk de combinatie van technische en artistieke vaardigheden- en in de specifieke werkomstandigheden in de sector.

Professionelen moeten naast het combineren van technische vaardigheden met een begrip van het creatieve proces ook in staat zijn om in multidisciplinaire teams te werken. Technologische veranderingen doen zich aan een zeer snel tempo voor en een groot aantal van de werkgevers, van zeer kleine omvang, acht het niet noodzakelijk de middelen vrij te maken om opleidingen op te zetten voor de technici waar zij mee werken (noch voor de vaste, noch voor de tijdelijke werkkrachten). De opleidingen worden in het algemeen georganiseerd bij de grotere werkgevers in de sector.

2.4 Globalisering

Mede door de uitgebreide digitale mogelijkheden stellen we een grotere globalisering vast. Niet alleen hebben we vandaag veel meer mogelijkheden om internationaal actief te zijn en onze producten wereldwijd te verspreiden, maar aan de andere kant zien we onze markt ook overspoeld worden door buitenlandse producten en actoren. Zeker deze laatste hebben een zeer belangrijke impact op onze sector. Content-providers als Netflix,

YouTube en Spotify nemen heel wat kijkers én luisteraars weg van onze eigen kanalen en Facebook en Google halen reclame-inkomsten weg uit ons economisch systeem. Dit laatste zet, naast de economische crisis, extra druk op de inkomstenstroom van onze sector en verhoogt de nood aan het uitwerken van nieuwe businessmodellen.

2.5 Sociale innovatie

De veranderende omgeving waarbinnen gewerkt wordt, zorgt ook voor een (radicale) veranderingen van de organisatiestructuur. De sector kende de voorbije jaren een explosieve groei van ondernemingen die komen en gaan. Deze ondernemingen worden gekenmerkt door een zeer hoge graad van flexibiliteit. Voornamelijk zijn het micro-ondernemingen met minder dan 5 werknemers die hoofdzakelijk bestaan uit zelfsturende teams met snel wisselende samenstellingen, afhankelijk van het project waar op gewerkt wordt en veelal in een online omgeving.

3 Uitdagingen

Willen we ook op de langere termijn een sector hebben die onze samenleving blijft weerspiegelen, haar maatschappelijke opdracht blijft waarmaken, en hiervoor vele gepassioneerde mediaprofessionals tewerkstelt, dan is het nodig om antwoorden en aanbevelingen te formuleren op de vraag: ‘Hoe kunnen we ervoor zorgen dat het talent van elke mediaprofessional optimaal kan blijven renderen’?

3.1 Businessmodellen

Een ratrace waarbij alles alleen maar sneller en goedkoper moet, is op termijn nefast voor de (deontologische) kwaliteit en creativiteit waarop de sector drijft. “Snelle en goedkope inhoud leidt tot economische zelfmoord”. Niemand kan echter creatief zijn, als men hiervoor niet de tijd krijgt. Enkel grote toptalenten kunnen vandaag tijd afdwingen, terwijl jongere mensen vaak niet de middelen en de ruimte krijgen om zich te bewijzen.

Tijd kost geld, en vergt een langere termijnvisie. De realiteit van het merendeel van de gangbare businessmodellen is veeleer korte termijn.

Er is nood aan nieuwe zakelijke modellen die voor creativiteit en kwaliteit de nodige groeiruimte en zuurstof creëren, zowel op financieel als inhoudelijk vlak. Door deze nieuwe zuurstof kan de sector investeren in zowel nieuw als bestaand talent, wat opnieuw een langetermijnperspectief biedt.

3.2 Opleiding en begeleiding

De snelle veranderingen die vandaag op ons afkomen, zorgen er voor dat de mediaprofessional bereid moet zijn om zich permanent bij te scholen, en dat hij hierin degelijk omkaderd wordt. Elk medium heeft nood aan competente mensen. Het aantrekken van nieuwe mediaprofessionals met de juiste verwachtingen is eveneens belangrijk. Opleiden en bijscholen van talent vergen een langetermijnvisie, en dus businessmodellen die op deze langere termijn inzetten.

Op het vlak van opleiding en begeleiding onderscheiden we drie niveaus: hoger onderwijs, stagiaires & starters, levenslang leren. Voor de verschillende subsectoren (b.v. journalistiek en productiehuisen) liggen soms de accenten anders.

3.2.1 Hoger onderwijs

Opleidingen leggen de basis voor tewerkstelling in de media en vormen dus een belangrijke factor voor Werken in de Media.

Het audiovisueel onderwijslandschap in Vlaanderen is -op zijn zachtst gezegd- versnipperd. Competitiedrang tussen hogescholen, universiteiten en vormingscentra zorgt voor interne rivaliteit tussen vergelijkbare opleidingen. Vlaanderen telt niet minder dan 17 hogescholen waar erkende creatieve opleidingen gegeven worden. Zonder de universitaire opleidingen mee te tellen. Hierdoor is er sprake van een overaanbod van afgestudeerden op de audiovisuele arbeidsmarkt.

Opleidingen bereiden de student bovendien vaak onvoldoende voor op de reële werksituatie waardoor de gevraagde competenties vaak ontbreken. Gedrevenheid, passie en talent maken nu fond het echte verschil voor wie een succesvolle carrière in de media beoogt.

Opleidingen creëren soms ook een fout beeld en verwachtingskader rond werken in de sector. Dit maakt dat de echte opleiding veelal op de werkvloer begint, wat eveneens de nodige investeringen met zich meebrengt. Als werkgever heb je bovendien niet de garantie dat deze jong opgeleide effectief zal blijven. Dit maakt het grondig opleiden van starters niet vanzelfsprekend.

3.2.2 Stagiairs en starters

Veel stages die men vanuit de opleiding organiseert, vormen een gemiste kans (bijvoorbeeld omdat ze te kort duren of omdat ze te eenzijdig vanuit de hogeschool worden georganiseerd).

Er is ook de tendens waarbij vers afgestudeerden hun diensten gratis en vrijwillig aanbieden. Door het overaanbod van afgestudeerden vormt dit voor sommige werkzoekenden een strategie om in een mediahuis binnen te raken. Deze tendens creëert druk op de arbeidsmarkt en kan leiden tot misbruik.

3.2.3 Levenslang leren

Snelle technologische vooruitgang leidt naar skills gaps bij het bestaande arbeidspotentieel. Op hetzelfde moment hebben werkgevers het minder moeilijk bij het aanwerven van de meer creatievere functies die extreem attractief zijn bij potentiële werknemers. De grenzen tussen het digitale/technische en het creatieve worden meer en meer troebel en werkgevers zijn meer en meer op zoek naar een mix van creatieve en technische vaardigheden, gecombineerd met ondernemersvaardigheden en kennis van soft skills.

Ook het vermengen van digitale en creatieve rollen, hogere klantverwachtingen en een grotere competitieve druk betekenen dat werkgevers meer en meer op zoek zijn naar een 'fusie' van technische kennis, creativiteit en soft skills.

De significante technologische trends zullen de vraag doen stijgen naar:

- ondernemerschap
- cyber beveiliging
- convergentie van content op verschillende platformen
- mobile & cloud toepassingen
- big data en analyse
- automatisatie van routineuze taken
- nieuwe applicaties voor social media
- nieuwe business modellen
- samenwerkingsplatformen

Eenzijds is er de verzuchting naar een cultuur van levenslang leren. Dit kan enkel door in te zetten op bijscholing, en hiervoor ook de nodige leer- en experimenteertijd vrij te maken. In de praktijk blijkt dit echter niet evident. Want anderzijds zijn niet alle mediabedrijven bereid om in opleiding te investeren hoewel iedereen goed opgeleide mensen wil. De kans dat een werknemer op termijn naar een concurrerend bedrijf of een andere sector overstapt, is namelijk reëel en dan gaat eveneens de verworven kennis verloren. Bedrijven wegen eveneens de kost van bijscholing vaak af tegen de kost van het aanwerven van nieuwe krachten.

De kortetermijnperspectieven vormen eveneens een barrière om te investeren in opleidingen. Van een freelancer verwacht men directe inzetbaarheid, en bijgevolg is voor hen bijscholing nauwelijks een optie.

De dagelijkse werkdruk maakt eveneens dat er niet of nauwelijks aan de broodnodige opleiding toegekomen wordt.

3.3 Arbeidsomstandigheden

In de toekomst zal de audiovisuele sector een belangrijke werkgever binnen de creatieve industrie blijven. Maar deze sector is evenwel niet zomaar een industriector als een andere.

De drive en de passie van de mediaprofessional maken het verschil. Deze drive en passie moeten we ook in de toekomst nog steeds optimaal kunnen blijven gebruiken, en niet misbruiken.

Een toenemende economische druk creëert een omgeving waarin de mediaprofessional steeds sneller en goedkoper moet werken. Dergelijke ratrace doodt creativiteit en kwaliteit en is een bedreiging voor het welzijn van medewerkers. Een te hoge werkdruk zorgt ervoor dat het talent opbrandt (met mogelijk burn-out tot gevolg en in minder extreme gevallen een uitstroom uit de sector) en dat ook de creatieve en kwalitatieve maatstaven op termijn niet meer gehaald zullen worden. Een negatieve spiraal dreigt. Indien snel geld verdienen in 2020 de enige drijfveer zou vormen, dan bewerkstelligt de Vlaamse mediasector haar eigen ondergang.

De vraag luidt: hoe komen we via innovatie en nieuwe samenwerkingsvormen tot kwalitatieve groei? Mediaprofessionals kunnen via innovatie en transformatie in de sector helpen om nieuwe antwoorden te formuleren. Nieuwe en bestaande vormen van dialoog en samenwerking tussen alle spelers zijn daarom nodig. Dit impliceert ook in 2020 de noodzaak van verschillende vormen van gestructureerd overleg tussen de verschillende stakeholders.

3.3.1 Naar een nieuwe vorm van carrièreplanning in de media

Werken in de media verloopt vaak via een vlakke loopbaan met beperkte promotiekansen. Onder meer dit gebrek aan groeiperspectief maakt dat mediaprofessionals na een tijdje uitgekeken kunnen raken op hun job, zeker als de passie en drive doorheen de jaren verminderen. Als men dan toch doorgroeit, dan vergt dit (b.v. als leidinggevende) andere competenties (b.v. marketing, management, people skills...) wat voor de persoon in kwestie verschilt met de initiële drijfveer bij de beroepskeuze.

De uitstroom naar andere sectoren betekent vaak een aderlating aan ervaring en informatie en vormt in die zin ook een belangrijk aandachtspunt. Cijfers tonen ook aan dat er relatief weinig werknemers, ouder dan 35, nog in de sector werken. De arbeidsmobiliteit binnen productiehuisen is bijvoorbeeld veel groter dan in andere sectoren. Deze constante vernieuwing van een jonge garde die mee is met de technologische evoluties vormt soms een pluspunt, maar mag geen alibi zijn om mensen niet fatsoenlijk te vergoeden of naar waarde te schatten.

Het hoge werkritme op b.v. een redactievloer of tijdens een AV-productie strookt op een bepaald moment niet meer met de verwachtingen van een werknemer of freelancer. Een 35-jarige die bijvoorbeeld net papa of mama is geworden, heeft andere professionele comfortnoden in vergelijking met een 20-jarige of een 50-jarige. Een andere leeftijd betekent heel vaak een andere behoefte: de ene keer is dat meer geld, de andere keer meer tijd of behoefte aan thuiswerk, nood aan nieuwe professionele uitdagingen, ... Een andere vorm van loopbaanverloop kan aan deze wisselende noden tegemoet komen.

Op een bepaald moment in de levensfase krijgt de mediaprofessional nood aan regelmaat en zekerheid. De kleine afzetmarkt bemoeilijkt het b.v. voor productiehuisen om op

langere termijn engagementen aan te gaan. Continue korte termijn- of gedwongen freelance-contracten vergroten het risico op burn-outs en de uitstroom van talent naar andere sectoren.

In plaats van het huidige (soms vlakke) loopbaanverloop kan het interessant zijn om werken in de sector geschakeld te laten verlopen, overeenstemmend met de comfortbehoeften van de persoon in kwestie. Het verhogen van arbeidsmobiliteit biedt tegelijk ook meer kansen op continue vernieuwing. Ook het werknemersprofiel zelf verandert: vroeger bleven werknemers loyaler en langer in dienst.

3.4 Nieuwe vaardigheden en competenties

De grootste uitdagingen tot aanwerving worden op dit moment gewaar geworden door zij die op zoek zijn naar technische vaardigheden. Het aanwerven van pas afgestudeerden is een belangrijke bron voor werkkrachten in de sector, maar er zijn bezorgdheden over het feit dat studenten de school verlaten zonder up-to-date technische vaardigheden of de soft skills die nodig zijn om effectief te zijn op de werkvloer.

De uitdaging die zich hier stelt, is evenwel tweeledig, want zowel de werkgevers als de werkkrachten dienen zich bewust te zijn van de shift in de gevraagde kennis, vaardigheden en competenties die zich voordoen. Zowel werkgevers als werknemers moeten permanent nieuwe invulling geven aan hun respectievelijk onderneming als job. Beiden moeten goed gesensibiliseerd worden om zowel business te kunnen maken als om in business te kunnen blijven.

Vanuit de geschetste sectorale visie en vanuit de sectorspecifieke uitdagingen waar de sector op korte en langere termijn voor staat, maakt de sector werk van het aanpakken van de volgende prioriteiten (zie prioriteitenfiches):

Prioritaire acties

1. Prioriteit: Kennisdeling

1.1. Motivatie

1.2. Resultaatsindicator

1.3. Acties

1.3.1. Online kennis- en ontmoetingsplatform

1.3.2. Arbeidsvoorwaarden

1.3.3. Startersgids

1.3.4. Sectorfoto

2. Prioriteit: Werkbaar werk

2.1. Motivatie

2.2. Resultaatsindicator

2.3. Acties

2.3.1. Enquête psycho-sociale risico's

2.3.2. Duurzame loopbanen

2.3.3. Veiligheid

2.3.4. Eerste hulp bij burn-out

3. Prioriteit: Future skills

3.1. Motivatie

3.2. Resultaatsindicator

3.3. Acties

3.3.1. Sensibilisering rond (nieuwe) skills en stem/steam-opleidingen

3.3.2. Focus op competenties

3.3.3. Beroepskwalificatiedossiers

3.3.4. Promotie Mediacademie

3.3.5. Optimalisering aansluiting onderwijs-arbeidsmarkt / Realistisch kader van de arbeidsmarkt

4. Prioriteit: Werkplekieren

4.1. Motivatie

4.2. Resultaatsindicator

4.3. Acties

4.3.1. Mediastages

4.3.2. Kwalitatieve begeleiding van stage- en werkervaringsplaatsen

5. Prioriteit: Instroom

5.1. Motivatie

5.2. Acties

5.2.1. Online-vacaturebank

5.2.2. Deelname job- en afstudeerbeurzen

5.2.3. Promo-campagne voor knelpuntberoepen in de audiovisuele sector

6. Prioriteit: Diversiteit

6.1. Motivatie

6.2. Resultaatsindicator

6.3. Acties

6.3.1. Diversiteitstoets van andere acties in sectorconvenant

6.3.2. Stereotiepe beeldvorming

6.3.3. Diversiteit op de werkvloer

1. Prioriteit: Kennisdeling

1.1. Motivatie

De nood aan informatie, kennisdeling en samenwerking is zeer hoog, maar hoe langer hoe meer is het zeer moeilijk om mensen fysiek naar een infomoment, ronde tafel of een ander netwerkmoment te krijgen. Nieuwe communicatiemiddelen moeten dan ook gezocht, gevonden en uitgewerkt worden.

De Vlaamse audiovisuele sector heeft daarnaast ook nood aan **een uitgebreid online platform**. Een platform dat sectorinformatie **op een digitaal attractieve wijze** kan verspreiden en de groei van de mediasector kan stimuleren en mediaprofessionals beter met elkaar kan verbinden. Het antwoord op de vraag naar kennisdeling ligt in een **synergie en discipline-overschrijdende samenwerking** tussen de bedrijven (zowel de producerende entiteiten als de toeleveranciers), de overheid, belangenorganisaties en het aanwezige talent (werknemers, KMO's, zelfstandigen, organisaties).

Een intelligente bundeling van informatie, talent, middelen en nieuwe technologische toepassingen, gebruik makend van de kracht van de aanverwante intersectorale activiteiten, kan de Vlaamse audiovisuele sector naar een ander niveau tillen.

1.2. Resultaatsindicator

Tegen eind 2016 moet er door het Beheerscomité van mediarte.be een lastenboek voor de ontwikkeling van een nieuwe website goedgekeurd zijn.

Tegen eind 2017 moet er een nieuwe website voor mediarte.be gelanceerd zijn.

1.3. Acties

1.3.1. Online kennis- en ontmoetingsplatform

Door de jaren heen is de **website** van mediarte.be uitgegroeid tot het referentiepunt in de sector wanneer het gaat om informatie over de arbeidsomstandigheden, sectorinformatie, opleidingen en niet in het minst voor het zoeken naar vacatures.

In de komende periode wil mediarte.be echter zijn website omvormen tot een interactieve digitale ontmoetingsplaats. De plaats waar kennis kan gevraagd en gedeeld worden, alle vacatures uit de sector te vinden zijn en het volledige overzicht te vinden is van alle sector-specifieke opleidingen.

Met een nieuwe website wil mediarte.be een stap verder gaan dan de huidige website en zal hiermee de gebruikers (individuen - ondernemingen - sectororganisaties - dienstverleners) in staat stellen om creatieve, online portfolio's op te bouwen en te matchen met andere

stakeholders die dezelfde aspiraties/interesses/ informatiestromen nodig hebben bij de uitbouw van hun carrière of onderneming. Bedrijven kunnen gebruik maken van een gevarieerde pool van creatief talent. Het **verlaagt de drempel** voor de kwetsbare groepen die de weg naar de mediasector niet altijd vinden (veel informele aanwerving, drempelvrees, te weinig informatie op maat, ...).

Timing

2016: inhoudelijke voorbereiding nieuwe website + enquête

2017: lancering nieuwe website

Intersectoraal

Vacatures van ondernemingen die audiovisuele activiteiten uitoefenen maar niet tot PC 227 of PSC 303.01 behoren worden eveneens verspreid.

Aanverwante intersectorale info die we kunnen delen of makkelijker kunnen verspreiden in de sector als we meer interesse-gericht content op maat gaan verspreiden. (HR good-practices uit andere sectoren, crossmediaprofielen die gedeeld worden met de grafische sector, vragen rond competentie-management, etc.)

1.3.2. Arbeidsvoorwaarden

De audiovisuele sector kenmerkt zich door een hoge noodzaak aan flexibele werkomstandigheden (projectmatig, 24/7, ...) waardoor de geldende arbeidsvoorwaarden niet voor iedereen even makkelijk te doorgronden zijn. Om deze transparanter te maken zal mediarte.be op een aan de sector aangepaste digitale manier (korte animatie-video's, interactieve good-practices, online seminars met live Q&A's, ...) communiceren.

Indien actuele thema's het vereisen en de vraag hoog genoeg is kunnen er ad hoc-infosessies georganiseerd worden, maar de ervaring leert dat de opkomst bij live-evenementen meestal een onvoldoende ROI oplevert.

De consultants van mediarte.be zijn ook permanent consulteerbaar om eerste lijns-advies te verlenen aan zowel werkgevers als werknemers. In lijn van deze dienstverlening zal ook het dossier van de Tijdelijke Werkkrachten blijvend verspreid en indien nodig geüpdate worden.

Timing

2016-2017: permanent

Intersectoraal

Binnen het kader van het dossier voor Tijdelijke Werkkrachten worden de arbeidsomstandigheden vergeleken van een werknemer binnen PC 227, een

uitzendkracht en een zelfstandige. Een samenwerking met de Uitzendsector werd hiervoor opgezet.

1.3.3. Startersgids

De Startersgids die in 2015 ontwikkeld werd, zal in de loop van de nieuwe convenantperiode geactualiseerd worden. Deze gids werd overhandigd aan alle studenten die afstudeerden aan een sectorspecifieke opleidingen en aan andere nieuwkomers in de sector. Dit boekje (dat ook perfect als onderdeel van de onthaalbrochure kan gebruikt worden) geeft de nieuwkomer een tool in handen waarin de basis-informatie staat om succesvol in de sector te kunnen starten. Hierin vinden de nieuwkomers antwoorden op vragen als: Hoe zit de sector in elkaar? Hoe stel ik een cv op? Welke statuten zijn mogelijk? Basis-informatie aangevuld met interviews, quotes en tips & tricks van ervaren rotten uit het vak. Deze getuigenissen zullen ook als stand alone-topics via social media verspreid worden om zo aandacht te trekken naar deze gids en de beschikbare informatie op de website van mediarte.be.

Timing

2016-2017: permanent, met een focus op september/oktober
2017: grondige update Startersgids voor de periode 2017-2018

Intersectoraal

niet van toepassing

1.3.4. Sectorfoto

Om de evolutie van de sector op te volgen maakt mediarte.be jaarlijks, op basis van de rsz-gegevens, een geactualiseerde **sectorfoto** op en presenteert deze in een uitgebreid dossier, maar daarnaast ook in een overzichtelijke infographic. Met deze sectorfoto wordt een goed beeld verkregen van onder andere de evolutie van het aantal werkgevers, vte's, mannen/vrouwen, etc.

Aansluitend op deze sectorfoto wordt een **analyse** gemaakt van de **opleidingsinspanningen** zoals ze geregistreerd werden in de sociale balansen. Beide rapporten worden ook gebruikt bij het opstellen van sectorale collectieve arbeidsovereenkomsten.

Timing:

2016: tijdens de zomermaanden zal er een beknopte sectorfoto 2008-2015 opgemaakt worden (enkel aanpassing infografiek)
2017: tijdens de zomermaanden zal er een uitgebreide sectorfoto 2008-2016 opgemaakt (uitgebreid dossier)

Intersectoraal

Deze sectorfoto schets een beeld van de audiovisuele sector die verder reikt dan de werkgevers en de werknemers uit PC 227 en PSC 303.1. De volledige reikwijdte wordt besproken in de omgevingsanalyse.

2. Prioriteit: Werkbaar werk

2.1. Motivatie

De audiovisuele wereld evolueert aan een razendsnel tempo en eist een steeds grotere flexibiliteit van zijn mensen. En laat het net die werkdruk zijn die de creativiteit soms in het gedrang brengt en daarmee ook de kwaliteit van audiovisuele producties. In navolging van het [Sociaal Charter](#) wil mediarte.be de sector de mogelijkheid geven om te streven naar meer werkbaar werk in de media (voor werkgevers, werknemers, uitzendkrachten én freelancers die op zelfstandige basis werken).

2.2. Resultaatsindicator

Eind 2015, begin 2016 zal mediarte.be samen met de openbare omroepen een sectorale enquête uitvoeren m.b.t. psycho-sociale risico's. Na het afronden van deze enquête zal er in **2016** op basis van de resultaten uit deze enquête een **actieplan opgesteld** worden dat de basis zal vormen voor de acties die mediarte.be in het kader van werkbaar werk zal uitwerken. Dit plan zal geadviseerd worden door de actiegroep die opgericht werd in het kader van het Sociaal Charter voor de audiovisuele sector.

Het in 2016 uitgewerkte **actieplan** zal in **2017 uitgerold** worden.

2.3. Acties

2.3.1. Enquête psycho-sociale risico's

In 2015 werd de voorbereiding getroffen voor het opzetten van een **sectorale enquête m.b.t. psycho-sociale risico's** in de audiovisuele sector (inclusief de openbare omroepen). Deze enquête zal volledig uitgerold worden in 2016. Naast de oplevering van een sectorrapport zullen alle deelnemende bedrijven en werknemers een persoonlijk rapport krijgen. Op basis van deze rapporten zal mediarte.be een **actieplan** opstellen om prioritaire acties uit te werken. Na afloop van deze enquête zal mediarte.be voor de geïnteresseerde collega-sectoren een infosessie organiseren om onze ervaring m.b.t. deze enquête te delen.

Timing

2016: opstellen actieplan

2017: uitrollen actieplan (fase 1)

Intersectoraal

Deze enquête is ook van toepassing op de openbare omroep die aan geen enkel Paritair Comité verbonden is.

2.3.2. Duurzame loopbanen

In 2015 wordt de voorbereiding getroffen om **een interactieve tool** (ref. naar het attractief digitaal verspreiden van content, prioriteit 1) te ontwikkelen met als doelstelling duurzame loopbanen in de sector te promoten (ref. naar het attractief digitaal verspreiden van content) en de meerwaarde van een divers samengesteld personeelsbestand. We spreken over een mix van video-content, artikels, HR good practices ...die gebundeld worden in één allesomvattende online tool. Hierbij richt mediarte.be zich op “duurzame inzetbaarheid” van personeel gedurende de volledige loopbaan, rekening houdend met een evoluerende en vaak tijdelijke functie-uitoefening. Onderliggend zal het belang van diversiteit in zowel het personeelsbestand als de moderne beeldvorming worden op een niet stigmatiserende manier uitgelicht. De tool zal verschillende aspecten bevatten die zowel werkgevers/opdrachtgevers als werknemers kunnen stimuleren en ondersteunen inzake talentmanagement, opleidingen, interne mobiliteit, verloningsbeleid,... Werknemers en werkgevers moeten investeren in het op peil en soepel houden van de arbeidsvaardigheden ('employability') om zo nodig te veranderen van functie (interne of externe mobiliteit) of van sector (intersectorale mobiliteit).

Timing

voorjaar 2016: productie tool “duurzame loopbanen”

najaar 2016 - 2017: uitrol tool

Intersectoraal

Werknemers en werkgevers moeten investeren in het op peil en soepel houden van de “werkbaarheid” om zo nodig te veranderen van functie (interne of externe mobiliteit) of van sector (intersectoraal). Van waar komen werknemers (PC) en naar waar stromen ze uit? Methodologie die toepasbaar kan zijn inzake interne jobmobiliteit (kan ingezet worden als good-practice).

2.3.3. Veiligheid

mediarte.be stelt vast dat er bij kleinere werkgevers minder expertise aanwezig is inzake veiligheid & welzijn. Om de kennis ook bij deze werkgevers te laten doordringen willen we het online platform thinksafe.be in stand houden door een jaarlijkse sensibiliseringsactie

uit te rollen m.b.t. veilig werken in de audiovisuele sector. Tijdens “de Europese week van veiligheid & welzijn op het werk” (week 43) zullen we, zowel in 2016 als 2017 een nieuw hoofdstuk lanceren in het thinksafe.be -verhaal, afgestemd op de reële noden van de sector, waarbij we de focus willen leggen op het (laagdrempelig) gebruik van maatregelen om audiovisuele producties op een veilige manier aan te pakken. Dit zal gebeuren onder de vorm van opleidingen, info-sessies, pragmatische online informatie, tools, good practices...

Timing

2016-2017: week 43 - Europese week van veiligheid & welzijn op het werk

Intersectoraal

Het thinksafe-platform werd initieel opgezet als gemeenschappelijk platform voor de private en de publieke audiovisuele sector, de podiumkunsten- en de event-sector.

2.3.4. Eerste hulp bij burn-out

In 2015 werkte mediarte.be een infosessie en brochure m.b.t. **burn-out** uit. Bij voldoende vraag zullen rond deze thematiek nieuwe **infosessies** georganiseerd worden en zal de **brochure** verder verspreid worden.

Timing

2016 - 2017: permanent

Intersectoraal

Deze sessie werd in 2015 al georganiseerd in samenwerking met Flanders DC voor de gehele creatieve sector (o.a. PC 200 & PC 304) en zal mogelijk ook in samenwerking met het Sociaal Fonds voor de Podiumkunsten (PC 304) worden georganiseerd. Ook vanuit de sector van de Uitzendkrachten werd er concrete interesse getoond om een infosessie te organiseren (PC 322). Op vraag kan deze brochure als best-practice ook aan andere sectoren worden voorgesteld.

3. Prioriteit: Future skills

3.1. Motivatie

Door een immer toenemende digitalisering en complexe technologische evoluties moeten de kennis, vaardigheden en de competenties van onze professionals permanent ‘ge-upgraded’ worden. Door de stijgende vraag naar hoog geschoolde technische profielen dient de instroom vanuit technische en IT-opleidingen verhoogd te worden.

Hiervoor dient de audiovisuele sector een duidelijk appèl te doen op de STEM-opleidingen. Bij uitbreiding dient de focus gelegd worden op de **STEAM-opleidingen** doordat er in hoge mate nood is aan werkkrachten die de fusie kunnen maken tussen technologische en creatieve vaardigheden.

3.2. Resultaatsindicator

In 2016 zal er een specifieke campagne uitgewerkt worden om jongeren naar stem/steam-opleidingen te leiden om hen finaal naar een job in de sector toe te leiden. Deze campagne zal in de loop van 2017 ten volle verspreid worden. Wat betreft de timing zal er rekening gehouden worden met acties van andere organisaties (regionaal/federaal) om aansluiting hiermee te vinden en zo breder (multi-sectoraal) opgepikt te kunnen worden.

Tegen eind 2017 zullen alle vacatures en opleidingen op de site van mediarte.be opgebouwd worden rond gevraagde en aangeleerde competenties.

3.3. Acties

3.3.1. Sensibilisering rond (nieuwe) skills en stem/steam-opleidingen

Aangezien dit een compleet nieuwe actie is voor mediarte.be zal onderzocht worden welke best practices er langs de ene kant bij de collega-sectoren te vinden zijn en op welke manier de collega-organisaties in het buitenland deze thematiek aanpakken. In deze actie komt het er vooral op neer om aandacht te trekken naar de noodzaak voor de “future skills” en het belang dat de stem/steam-opleidingen hierin hebben als gepaste vooropleidingen.

Timing:

2016: onderzoek naar en adaptatie van voorbeelden om een sectorspecifieke campagne te creëren.

2017: concrete uitrol van deze sectorale campagne

Intersectoraal

Tijdens het vooronderzoek zal er zeker bij collega('s)-sectoren in binnen- en buitenland gekeken worden naar goede praktijken en daar waar mogelijk een samenwerking opgezet worden.

3.3.2. Focus op competenties

Samenhangend met de actie rond sensibilisering van de nieuw gevraagde skills zullen de vacatures en de opleidingen die op de site van mediarte.be gepost worden een

bijkomende vermelding krijgen wat betreft de gevraagde of aangeleerde competenties. Bij de ontwikkeling van de nieuwe website zal er de nodige aandacht besteed worden om ook op basis van de vermelde competenties vacatures en opleidingen aan elkaar te linken.

Timing

2016: uitwerken van het raamwerk om 'competenties' te verwerken in de gepubliceerde vacatures en opleidingen

2017: volledige integratie van 'competenties' in de gepubliceerde vacatures en opleidingen op de website van mediarte.be

Intersectoraal

Tijdens het uitwerken van het hierboven vermelde raamwerk zal er zeker bij collega('s)-sectoren in binnen- en buitenland gekeken worden naar goede praktijken.

3.3.3. Beroepskwalificatiedossiers

In de vorige werkingsperiode werden enkele BKD's opgestart en afgerond. Afhankelijk van de initiatieven die worden gedeeld onder collega-sectoren zal mediarte.be hier zijn steun aan verlenen:

"Productie-assistent / Productieleider" i.s.m. PC 304 en VRT

"Grimeur" en "Acteur" i.s.m. PC 304 en PC 329

"Stylist" (kleur- en stijlconsulent) i.s.m. PC 304 en PC 214

Timing

2016-2017: mediarte.be zal hier op initiatief van AKOV zijn medewerking verlenen

Intersectoraal

In het verleden werkte mediarte.be rond bepaalde BKD's al samen met de Podiumkunsten (PC 304) en de collega's van de Kappers, fitness en schoonheidszorgen (PC 314), stylisten (PC 214) en de socio-culturele sector (PC 329).

3.3.4. Promotie Mediacademie

mediarte.be bundelt al z'n acties in het kader van opleidingen in de enge zin en talentmanagement in de brede zin in het project "Mediacademie voor de audiovisuele sector". Dit project is gesubsidieerd via de Vlaamse Minister van Media en heeft als voornaamste doelstellingen:

- De Mediacademie begeleidt elke organisatie die een talentmanagementbeleid wil uitbouwen en elk individu dat wil bijleren: persoonlijke begeleiding, doorverwijsfunctie, opstellen opleidingsplannen,
- Het biedt een op maat gemaakt [opleidingsaanbod](#) aan: meerdaagse competentietrajecten en een ad hoc aanbod dat inspeelt op reële behoeften

- Het biedt opleidingspremies
- Tevens zet het een dialoog en samenwerkingen op met en tussen de verschillende betrokken spelers: werkgevers, belangenverenigingen, opleidingsverstrekkers, ...

Binnen het kader van het sectorconvenant zal er promotie gemaakt worden voor de werking van deze Mediacademie om zo de aandacht voor opleidingen en talentmanagementbeleid hoog te houden.

Timing

permanent

Intersectoraal

Het aanbieden van opleidingen i.s.m. met collega-sectoren (b.v. PC 200 (internet- & printmedia-bedrijven) waarin de gevraagde competenties op de arbeidsmarkt naar elkaar toegroeien, werkt voor beiden versterkend. Met CEVORA (PC 200) zullen m.b.t. het organiseren van opleidingen concrete afspraken gemaakt worden. VFU, het vormingsfonds van de uitzendsector (PC 322), zal actief de opleidingen van mediarte.be promoten zodat hun uitzendkrachten aangemoedigd worden om deze opleidingen te volgen.

3.3.5. Optimalisering aansluiting onderwijs-arbeidsmarkt /

Realistisch kader van de arbeidsmarkt

mediarte.be zal het overleg tussen de verschillende sector-specifieke scholen (BGM, Animatie, Regie, Journalistiek) verder blijven onderhouden maar fysieke overlegstructuren met opleidingsverantwoordelijken blijken niet de meest "efficiënte" uitwisselingsplaats. Door het reeds bestaan van interne structurele overlegmomenten binnen de opleidingen is het voor mediarte.be moeilijk om effectief te participeren en een 'eigen' agenda te bepalen. mediarte.be zal vooral inzetten op **een online overleg/communicatie**, waarbij meer wordt ingespeeld op actuele thema's (stageplaatsen, stage-problematiek, toelidingsacties, uitwisselen van goede, minder goede en leerrijke praktijken van werkpleklers...).

Omwille van een aantal maatschappelijke evoluties en veranderingen is er een duidelijke vraag naar nieuwe competenties in de sector. Het Hoger Onderwijs heeft echter de mogelijkheid niet om hier snel op in te spelen (lees: het aanpassen van trajecten, implementatie van ad hoc modules,...). Deze vraag / noodzaak kan het best vertaald worden aan de hand van info-sessies waarop experts uit de AV-sector toelichting geven bij de huidige (en toekomstige) skills (polyvalentie versus crossmediaal) die van belang zijn om in de sector aan de slag te kunnen gaan. Dit thema vormt een aanvulling op de sessies die mediarte.be al jaarlijks organiseert omtrent "werken in de sector" en het scheppen van een realistisch verwachtingskader. Gezien de nieuwe gevraagde

competenties op de AV-arbeidsmarkt zullen we deze info-sessies ook uitbreiden naar de **niet-sectorspecifieke profielen/studierichtingen**.

Timing

permanent

Intersectoraal

mediarte.be focust in deze actie voornamelijk op een instroom naar PC 227 en PSC 303.1, maar ook studenten die bij een andere audiovisuele werkgever terecht komen, zullen zeker gebaat zijn met de informatie die hier meegegeven wordt. Studenten en starters zijn namelijk allerm minst bezig onder welk PC hun werkgever terecht komt, laat staan dat ze hier al van gehoord hebben. Ze willen in de audiovisuele sector werken, waar die zich ook bevindt.

4. Prioriteit: Werkplekleren

4.1. Motivatie

Het leren op de werkvloer wordt in de audiovisuele sector als één van de belangrijkste manieren van leren gezien. Dit heeft enerzijds te maken met het feit dat jonge instromers onvoldoende kennis hebben van de vereiste, veelal technische, competenties omdat de opleidingen niet voldoende aansluiten op de noden van de arbeidsmarkt. Anderzijds is een permanente bijscholing noodzakelijk om bij te blijven met de technologische evolutie.

Meer en meer wordt mediarte.be geconfronteerd met stage-oproepen allerhande van de meest uiteenlopende ondernemingen, klein en groot, die stageplaatsen uitschrijven/uitsturen zonder wettelijk kader en die (on)bewust op zoek zijn naar goedkope of gratis werkkrachten.

4.2. Resultaatsindicator

In de loop van 2016 zal er een campagne gelanceerd worden m.b.t. kwalitatieve stage- en werkervaringsplaatsen.

Tegen eind 2017 zal er een specifieke tool ontwikkeld worden die kan gebruikt worden voor het kwalitatiever begeleiden van stagiairs en starters.

4.3. Acties

4.3.1. Mediastages

Binnen het project “Mediastages” dat mediarte.be sinds september 2014 op poten zette met de financiële steun van de Federale Overheid, tracht mediarte.be een legaal antwoord

te bieden op de grote vraag naar 'vrijwilligerswerk' wat bij commerciële ondernemingen verboden is. Binnen dit project treedt mediarte.be op als opleidingsverstrekker die de brug vormt tussen de stagiair en de werkgever. mediarte.be waakt op deze manier over de geboden opleiding, schrijft mee aan het opleidingsprogramma, begeleidt de werkgever hierbij en volgt elke stage vanop de zijlijn op. Met dit project zette mediarte.be reeds enkele eerste stappen om stage mentoren te leren hoe ze een opleidingsprogramma uitwerken en hoe een stagiair concreet zal opgevolgd worden.

Afhankelijk van een verderzetting van de subsidie via de federale overheid, zal dit project al dan niet in een afgeslankte versie ingebed worden in het sectorconvenant.

mediarte.be wenst een **communicatiecampagne uit te sturen**, specifiek gericht naar zowel de sector als naar hethoger onderwijs om de wettelijke bepalingen rond stagewerking/werkpleklers op een **transparente** manier in de verf te zetten.

Timing

permanent

Intersectoraal

De toestemming die mediarte.be van de RVA verkregen heeft om deze stages te organiseren, is via CAO enkel van toepassing op de werkgever uit PC 227.

De methodologie van dit project kan als best practice voorgesteld worden aan andere sectoren die kampen met een soortgelijke problematiek van gratis werkkrachten.

4.3.2. Kwalitatieve begeleiding van stage- en werkervaringsplaatsen

Een rechtstreekse instroom vanuit het secundaire beroeps- en het technisch onderwijs is eerder minimaal aangezien de competentievereisten zeer hoog liggen, maar aan stagiairs en jonge tijdelijke werkkrachten geen gebrek. Om voor deze laatsten een optimale leeromgeving te creëren zal mediarte.be de noodzakelijke tools aanreiken aan de werkgevers om dit effectief te kunnen realiseren. Onder het mom van "Hoe kun je een onderneming competent maken in het kwalitatief begeleiden van een stagiair". Dit kan aan de hand van een onthaalbrochure, peter-meterschap, opleiding "coach", ...

Timing

2016: verzamelen van best practices, tools & instrumenten (zowel sectoraal als intersectoraal)

2017: uitrollen van tools & instrumenten

Intersectoraal

Veel van onze collega sectoren zetten reeds eerder in op deze kwalitatieve begeleiding. We zullen dan ook bij hen te rade gaan om op basis van hun expertise de juiste tools en handvaten te kunnen aanreiken.

5. Prioriteit: Instroom

5.1. Motivatie

Een instroom genereren van sectorspecifieke profielen is in de audiovisuele sector niet echt een groot probleem. Toch wil mediarte.be iedereen dezelfde mogelijkheden geven om toegang te krijgen tot de beschikbare vacatures. Nog te veel is een recruiting gebaseerd op het “ons kent ons”-principe waardoor valabele kandidaten die niet tot bepaalde inner circles behoren niet ten volle kansen krijgen.

Waar de audiovisuele sector het moeilijker mee heeft, is met het aantrekken van **niet-sectorspecifieke profielen**. Het gaat om profielen waarin het accent duidelijk gelegd wordt op techniek of ICT (STEM/STEAM) en waarbij de link met de audiovisuele sector niet vanzelfsprekend wordt gemaakt (voor en tijdens de opleidingstrajecten). In tweede instantie is er een grote behoefte aan financiële profielen.

5.2. Resultaatsindicator

In 2016 en in 2017 zullen er respectievelijk 2 en 3 portretten gemaakt worden ter ondersteuning van een promotie-campagne om meer mensen toe te leiden naar de knelpuntberoepen in de sector.

5.2. Acties

5.2.1. Online-vacaturebank

De vacaturebank op de website van mediarte.be is de belangrijkste inkompoort van de website. Deze vacaturebank zal dan ook verder bijgehouden worden.

mediarte.be zal eveneens inzetten op het ondersteunen van de ondernemingen bij het “online” toepassen van een competentiegericht selectie-en rekruteringsbeleid (lees: hoe zet ik mijn vacature goed in de online-markt, op basis van competenties?). Ref. uitwerken van het raamwerk om ‘competenties’ in te verwerken in de gepubliceerde vacatures en opleidingen - 3.4.2.

Timing

permanent

5.2.2. Deelname job- en afstudeerbeurzen

Door deelname aan job- en afstudeerbeuren, georganiseerd door bijvoorbeeld hoge scholen en universiteiten, kunnen gewenste profielen (met focus op niet-sectorespecifieke studierichtingen) aangesproken worden die de audiovisuele sector niet als een potentiële werkgever zagen.

Voor de opvolging van de ROI worden de bezoekers van de beursstand die hun e-mailadres achterlieten 6 maand na de beurs gecontacteerd om te kijken of ze effectief stappen gezet hebben richting een tewerkstelling in de audiovisuele sector.

Timing

2016-2017: voorjaar

5.2.3. Promo-campagne voor knelpuntberoepen in de audiovisuele sector

mediarte.be wenst de sector te promoten aan de hand van een online campagne (videocontent) die de focus legt op het aantrekken van niet-sectorespecifiek talent.

Timing

2016: productie van de campagne

2017: inzetten van deze campagne

6. Prioriteit: Diversiteit

6.1. Motivatie

Diversiteit is een breed thema dat onder verschillende prioriteiten al aan bod komt (met name duurzame loopbanen) maar eveneens een aparte prioriteit voor mediarte.be vormt.

In de audiovisuele wereld is diversiteit bovendien niet enkel van belang *achter* de schermen maar eveneens hebben de media een grote verantwoordelijkheid inzake de algemene beeldvorming die ze hun publiek voorschotelen. Media spelen een belangrijke rol in de heersende opinies. Diversiteit *op* het scherm of in berichtgeving is dus eveneens van groot belang en daarbij is vooral stereotiepe beeldvorming een valkuil omdat deze vooroordelen bevestigt.

mediarte.be wil daarom bijdragen aan bewuste beeldvorming van mediamakers d.m.v. good practices, workshops en andere acties die diversiteit achter en op de schermen bevordert.

6.2. Resultaatsindicator

2016: Als onderdeel van de interactieve tool rond de prioriteit duurzame loopbanen zal ook stereotype beeldvorming één van de items/onderwerpen zijn van deze tool. Naast stereotiepe beeldvorming zal eveneens diversiteit op de werkvloer (dus achter de schermen) een rode draad vormen middels getuigenissen/video's en links naar extra info op de website van mediarte.be.

2017: Verdere uitrol van stereotiepe beeldvorming en diversiteit op de werkvloer via de interactieve tool rond duurzame loopbanen.

6.3. Acties

6.3.1. Diversiteitstoets van andere acties in sectorconvenant

In alle acties die binnen het sectorconvenant uitgewerkt worden, zal er aandacht zijn voor het thema diversiteit om zo permanent de aandacht voor dit thema op te eisen.

Bijvoorbeeld: goede man-vrouwverdeling in video's en panels, aandacht voor leeftijd (45+), vertegenwoordiging van personen van allochtone afkomst over items die niet noodzakelijk met hun afkomst te maken hebben (niet stereotiep) en andere manieren om diversiteit op de werkvloer te promoten en meer bewustzijn te creëren rond stereotiepe beeldvorming in de media.

Timing

permanent

6.3.2. Stereotiepe beeldvorming

In house workshop/opleiding en video (mogelijk geïntegreerd in de interactieve tool rond duurzame loopbanen waarvan diversiteit in zijn totaliteit deel van uit maakt) rond stereotiepe beeldvorming waarbij bewuste en onbewuste stereotiepe beeldvorming aan bod komen en er wordt gestreefd naar genuanceerde beeldvorming.

De video zal als 'good practice' tonen hoe het anders kan en ook tijdens de opleiding wordt actief op zoek gegaan naar een manier om stereotiepe vormgeving aan te kaarten, te doorbreken en alternatieven aan te reiken.

Timing

2016: Video + opleiding/workshop

2017: Opleiding/workshop

6.3.3. Diversiteit op de werkvloer

‘Diversiteit op de werkvloer’ zal eveneens als een rode draad door alle acties binnen de sectorconvenant lopen, in het bijzonder onder de prioriteit ‘duurzame loopbanen’. In de verschillende clips en links van de interactieve tool rond duurzame loopbanen zal diversiteit een belangrijk onderdeel vormen en prominent in beeld worden gebracht.

Timing

Voorjaar 2016: Productie tool “duurzame loopbanen”

Najaar 2016 - 2017: Verdere uitrol van de interactieve tool waarin diversiteit op de werkvloer prominent in beeld wordt gebracht.

Algemene bepalingen inzake financiering, beëindiging, wijziging, evaluatie, controle en toezicht van de overeenkomst

Financiering

Tien procent van het in artikel 1 vermelde bedrag wordt uitbetaald in zoverre de resultaatsindicator per prioriteit is behaald. Als een indicator niet wordt behaald, wordt de tien procent a rato van het aantal behaalde prioriteiten uitbetaald.

Beëindiging

- Het sectorconvenant wordt afgesloten voor een periode van 2 jaar. Het sectorconvenant kan niet stilzwijgend worden verlengd.
- Het sectorconvenant eindigt hetzij bij het verstrijken van de looptijd, hetzij bij onderlinge overeenkomst tussen de partijen, hetzij door opzegging. De partijen kunnen op elk moment het sectorconvenant opzeggen, mits ze een opzegtermijn van 6 maanden in acht nemen. De kennisgeving van de opzegging gebeurt per aangetekende brief. De opzeggingstermijn begint te lopen vanaf de eerste werkdag na de kennisgeving. Het sectorconvenant kan door de Vlaamse Regering worden beëindigd zonder inachtnaam van een opzegtermijn en zonder dat het aanleiding kan geven tot de betaling van een vergoeding als het algemeen belang dat in buitengewone omstandigheden vereist. Als bij de evaluatie door het departement Werk en Sociale Economie wordt vastgesteld dat de representatieve werkgevers- en werknemersorganisaties op ernstige wijze tekortschieten in de verwezenlijking van de beoogde doelstellingen, kan de Vlaamse Regering het sectorconvenant eenzijdig beëindigen zonder opzegtermijn en zonder dat het aanleiding kan geven tot de betaling van een vergoeding.

Wijzigbaarheid

- De Vlaamse Regering bepaalt na voorafgaand overleg tussen de Vlaamse Regering en de sociale partners in het Vlaams Economisch Sociaal Overlegcomité, de wijze waarop bijstellingen of wijzigingen van het actieplan of van de verbintenissen in het sectorconvenant tijdens de looptijd worden doorgevoerd.

Evaluatie

- Het departement Werk en Sociale Economie voorziet een sjabloon voor de inhoudelijke en financiële rapportage. Bij de opvolgingsmomenten en evaluaties wordt nagegaan of de aangegane verbintenissen ook effectief zijn bereikt.

Controle en toezicht

- De sociaalrechtelijke inspecteurs van de administratie zijn belast met het toezicht op de naleving van de bepalingen van het decreet op de sectorconvenants en de uitvoeringsbesluiten ervan. De Vlaamse Regering kan in het geval van een vastgestelde inbreuk het sectorconvenant opschorten.

Opgemaakt in drie originele exemplaren te Brussel op.....,
waarvan elke partij een exemplaar ontvangt.

Namens de Vlaamse Regering,

Mevrouw Hilde CREVITS,
Viceminister-president van de Vlaamse Regering en
Vlaams minister van Onderwijs;

De heer Philippe MUYTERS,
Vlaams minister van Werk, Economie, Innovatie en Sport

Namens de sociale partners van de sector audiovisuele sector en de sector van de filmproductie,
met als vertegenwoordigers voor de werkgevers:

De heer Kris WAUMAN,
Vertegenwoordiger FEBELAV;

Mevrouw Kathleen MERTENS,
Vertegenwoordiger VOTP;

Mevrouw Patrice PEETERS,
Vertegenwoordiger VOTF;

De heer Nino LOMBARDO,
Vertegenwoordiger VFPB

met als vertegenwoordigers voor de werknemers:

De heer Koen DRIES,
Nationaal verantwoordelijke LBC-NVK;

Mevrouw Laurette MUYLAERT,
Nationaal secretaris ACOD-Cultuur;

De heer Johan VAN DYCKE,
Nationaal verantwoordelijke ACLVB