**Bijlage 1**

**Indicatoren**

**A: Oproep 371, Focus op talent: Resultaatsindicatoren**

**Project 1. VLAAMS NETWERK VAN VERENIGINGEN WAAR ARMEN HET WOORD NEMEN vzw**

**Resultaatsverbintenis**

Tenzij expliciet anders vermeld is de deadline voor het behalen van de doelstellingen uit onderstaande indicatoren: 31/12/2018.

1. Minimaal 35 mensen in armoede die naar duurzame tewerkstelling streven, zijn via focusroepen of diepte-interviews bevraagd tegen 30 juni 2017. Bij deze 35 mensen streven we ernaar dat er een ca. 50-50 mix is tussen mensen die een job hebben en mensen die geen job hebben.

Bewijs: handtekenlijst van bevraagden en verslag focusgroep/diepte-interview (mag geanonimiseerd)

1. Minimaal 1 focusgroep met bedrijven vindt plaats tegen 30 juni 2017.

Bewijs: handtekenlijst van bevraagden en verslag focusgroep

1. Conclusies uit de bevragingen omtrent de uitdagingen die mensen in armoede én die bedrijven ervaren bij het streven naar duurzame tewerkstelling zijn uitgeschreven in eindrapport tegen 30 juni 2017

Bewijs: rapport

1. Er werd een traject "Naar duurzame tewerkstelling" getest en geëvalueerd in minimaal 4 pilootbedrijven

Bewijs: Evaluatieverslag van elk bedrijf met input van zowel werkende arme, werkgever als projectmedewerker Netwerk tegen armoede

1. Het inzicht in armoede bij werknemers zonder armoede-ervaring is gestegen in die bedrijven die een vormingsmodule in het traject opnamen. Dit inzicht wordt voor en na de vorming gemeten aan de hand van een bevraging. Er is bij 50% van de werknemers zonder armoede-ervaring een beter inzicht in armoede.

Bewijs: Bevragingsformulieren voor en na de vorming.

1. Er werd een bevraging afgenomen bij de participerende HR-medewerkers, ploegbazen, ... om na te gaan of zij zich sterker voelen en meer tools in handen hebben om hun medewerkers in armoede te ondersteunen. 70% van de bevraagden geeft aan dat dit het geval is.

Bewijs: Neerslag van bevragingen

1. Op 31 december 2018 kan er een afgewerkt traject (draaiboek/neerslag van methodiek met uitwerking en beschrijving van modules) "Naar Duurzame Tewerkstelling" gratis worden aangeboden aan bedrijven en andere arbeidsmarktactoren in Vlaanderen.

Bewijs: ofwel draaiboek/neerslag methodiek ofwel online tool

1. Er zal een online luik ter beschikking worden gesteld met quick wins/tips/tricks waarmee bedrijven laagdrempelig zelf aan de slag kunnen

Bewijs: online luik/neerslag

1. Minimum één event binnen het netwerk van The Shift, Cera en Netwerk tegen Armoede waarop eindproduct wordt voorgesteld

Bewijs: uitnodiging, foto’s en deelnemerslijst

**Project 2: Vlerick Business School**

**Resultaatsverbintenis**

1. Synthese van de literatuurstudie opgeleverd bij de Eindrapportering (ER)
2. Minimum 8 diepte-interviews met verschillende stakeholders

Bewijs: Het partnerschap voorziet een samenvatting van elke diepte-interview en een namenlijst van de geïnterviewden (hoeft niet via handtekening) - Welke stakeholders: Om een beter zicht te krijgen op de kritische succesfactoren van de talentbenadering zullen experten rond het topic, intermediaire dienstverleners, arbeidsmarktspecialisten en bedrijven (CEO’s) worden geïnterviewd met betrekking tot talent management en tot het belang van een inclusieve organisatiecultuur.

1. Het organiseren van min 4 focusgroepen, één met HR verantwoordelijken, één met een mix aan werknemers, en twee bestaande uit onze doelgroepen

Bewijs: Het partnerschap voorziet een verslag van elke focusgroep en een deelnemerslijst van de aanwezigen. Het partnerschap merkt op dat anonimiteit een voorwaarde zou kunnen zijn voor de doelgroep van LGBT’s om deel te nemen aan een focusgroep en het opstellen van een deelnemerslijst bemoeilijkt (in dergelijke gevallen bieden we een alternatief aan via enkel handtekening of geanonimiseerde profielbeschrijving).

1. Bij 5 bedrijven uit de privé sector wordt een inclusiviteitsaudit afgenomen

Bewijs: Op te leveren bij ER

1. 5 bedrijven uit de privé sector krijgen één of meerdere interventies aangeboden naar aanleiding van de audit

Bewijs: Het partnerschap voorziet een korte synthese/beschrijving van de interventie, een foto van de interventie en een deelnemerslijst (Opnieuw merkt het partnerschap op dat anonimiteit voor de doelgroep van LGBT’s een voorwaarde kan zijn om deel te nemen aan de interventies. Het partnerschap stelt dan ook voor de foto’s op te leveren met onherkenbare gezichten en de deelnemerslijst op te leveren met enkel handtekeningen en/of geanonimiseerde profielbeschrijving).

1. Minimum 8 bedrijven uit de privé sector en 2 overheidsinstanties ondertekenen het charter

Bewijs: Lijst met ondertekeningen opleveren

1. Bij ER staat er een draaiboek online ter beschikking waarin behalve de ontwikkelde tools ook leerrijke praktijken (op organisatieniveau) en verhelderende getuigenissen (op werknemers-niveau) worden opgenomen.

Bewijs: online draaiboek

1. De interventie(s) werd door 3 van de 5 deelnemende bedrijven positief geëvalueerd.

Bewijs: Reflectieverslagen + beoordeling worden opgeleverd bij ER

1. 60% van de betrokken doelgroepen (transgender personen, holebi’s en vrouwen) geven een positieve score op de door hen doorlopen interventies tijdens de testfase.

Bewijs: beoordelingen/bevragingen worden opgeleverd.

**Project 3: OPLEIDINGSCENTRUM HOUT vzw**

2.1. Resultaatsverbintenis

Tenzij expliciet anders vermeld is de deadline voor het behalen van de doelstellingen uit onderstaande indicatoren:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Actie** | **Indicator** | **Streefwaarde** | **Bron (=bewijsvoering)** |
| 9.1.1 Ontwikkelen van een quickscan voor bedrijven. | Aantal gebruikers van de quickscan | 50 bedrijven over de sectoren heen | Gegevens quickscan |
| 9.1.1 Ontwikkelen van een quickscan voor bedrijven. | Tewerkstellingscijfers kansengroepen (allochtonen, ouderen, jongeren, Pmah) | Minimum 1 nieuw voorkeurkanaal van kansengroepen wordt ingezet bij het openstellen van minimum 20 vacatures (zoals hieronder aangehaald) | Bedrijfsresultaten quickscan |
| 9.1.2 Het ontwikkelen en toetsen van een “werkkansenkaart” voor bedrijven | Aantal nieuwe wervingskanalen gebruikt in visie van het aantrekken van kansengroepen | Samenwerking met minimum 1 intermediair voor kansengroepen | Resultaten bevraging bedrijven |
| 9.1.2 Het ontwikkelen en toetsen van een “werkkansenkaart” voor bedrijven | Intermediairen voor kansengroepen waarmee actief wordt samengewerkt | Minimum 20 vacatures waarin kansen voor kansengroepen expliciet worden vermeld | Resultaten bevraging bedrijven |
| 9.1.2 Het ontwikkelen en toetsen van een “werkkansenkaart” voor bedrijven | Aantal bedrijven dat het inclusief werken expliciteert | Minimum 10 bedrijven die inclusief ondernemen opneemt in de bedrijfscommunicatie | Visie en/of vacatureteksten van bedrijven |
| 9.1.3 Het uitwerken van een sectoraal opleidingsaanbod ivm stereotypen en vooroordelen ten opzichte van kansengroepen | Aantal georganiseerde infosessies en opleidingen | Jaarlijks minimum 1 infosessie en minstens 2 opleidingen in het sectoraal aanbod. Jaarlijks ingepland. | Opleidingskalender |
| 9.1.3 Het uitwerken van een sectoraal opleidingsaanbod ivm stereotypen en vooroordelen ten opzichte van kansengroepen | Aantal deelnemers aan opleidingen en infosessies mbt het thema | Bereik van bedrijven in elk van de drie sectoren en minimum 15 deelnemers over de sectoren heen. | Deelnemerslijsten |
| 9.1.3 Het uitwerken van een sectoraal opleidingsaanbod ivm stereotypen en vooroordelen ten opzichte van kansengroepen | Tevredenheid over de inhoud en toepasbaarheid van de infosessie en opleidingen | Minstens 8/10 | Evaluatieformulieren |
| 9.2.1 In kaart brengen van mogelijke instroomjobs voor kansengroepen en hun vereisten | Aantal (instroom)jobs waarvoor functionele eisen in kaart werden gebracht | 5 functieprofielen voor instroomjobs | Functieprofielen |
| 9.2.1 In kaart brengen van mogelijke instroomjobs voor kansengroepen en hun vereisten | Functievereisten, stereotiepen en drempels vermeld in vacatureteksten | De 5 functieprofielen voor instroomjobs zullen 15x (samen) gebruikt zijn in het vacatureaanbod tijdens het 2e werkjaar van het project | Vacatures |
| 9.2.2 Een inspiratiemap voor een inclusieve instroom uitwerken | Verspreiding inspiratiemap | 90 bedrijven over de sectoren heen | Gegevens sectororganisaties |
| 9.2.2 Een inspiratiemap voor een inclusieve instroom uitwerken | Aantal testbedrijven dat werving, selectie en/of onthaal hebben aangepast | 80% van de testbedrijven | Bevraging testbedrijven |
| 9.2.3 Een leidraad voor taakselectie en jobmatching ontwikkelen | Bereidheid van werkgevers om functie-inhoud aan te passen aan de mogelijkheden van de potentiële werknemer | 15 werkgevers over de sectoren heen | Bevraging bedrijven |
| 9.2.3 Een leidraad voor taakselectie en jobmatching ontwikkelen | Aantal werkzoekenden dat in een aangepaste job aan de slag gaat | 30 werkzoekenden over de sectoren heen | Bevraging bedrijven |
| 9.3.1 Het ontwikkelen en toetsen van een “Werknetwerkkaart” voor kansengroepen | Aantal intermediaire gebruikers van de werknetwerkkaart | 40 intermediairen op jaarbasis (werkplekarchitecten, uitzendkantoren, …) | Feedback intermediairen |
| 9.3.1 Het ontwikkelen en toetsen van een “Werknetwerkkaart” voor kansengroepen | Aantal respondenten uit kansengroepen dat aangeeft dat de werknetwerkkaart nieuwe kanalen, acties, … heeft opgeleverd | 70% antwoordt "ja” op de vraag heeft de werknetwerkkaart nieuwe kanalen, acties, ..; opgeleverd | Bevraging kansengroepen |
| 9.3.2 Kennismakingsmomenten organiseren | Aantal bedrijven dat meewerkt aan bedrijfsbezoeken | 3 bedrijven over de sectoren heen | Sectororganisaties |
| 9.3.2 Kennismakingsmomenten organiseren | Aantal deelnemers aan bedrijfsbezoeken | 15 deelnemers | Deelnemerslijsten |
| 9.3.3 Vacatureaanbod verspreiden | Aantal vacatures dat werd doorgegeven aan bemiddelaars voor kansengroepen | 20 vacatures | Cijfermateriaal sectororganisaties |
| 9.3.3 Vacatureaanbod verspreiden | Aantal ingevulde vacatures | 50% invullingsgraad van bovenstaande vacatures | Cijfermateriaal sectororganisaties |

**Projectnummer 4: SYNTRA-LIMBURG vzw**

Tenzij expliciet anders vermeld is de deadline voor het behalen van de doelstellingen uit onderstaande indicatoren: 31/12/2018.

ANALYSEFASE

1. Eindrapport van analyse Trendhuis (vooroordelen bij doelgroepen)

* 400 respondenten (jongeren) bij de enquête (papier/online)
* Interview met zes decision / opinion makers (verslag)
* vier focusgroepen telkens met zes personen (verslag)
  + Zes deelnemers aan: focusgroep met jongeren die positief tegenover een STEM-opleiding staan
  + Zes deelnemers aan: focusgroep met jongeren die negatief tegenover een STEM-opleiding staan.
  + Zes deelnemers aan: focusgroep met eerstejaars jongeren in STEM-opleidingen (retro-perspectief inzicht in studiekeuze beslissingsproces)
  + Zes deelnemers aan: focusgroep met ouders van jongeren (inzicht in rol ouders bij studiekeuze en vooroordelen STEM-opleidingen).

1. Eindrapport analyse Tempera (oa bedrijveninterviews)

* Zes diepteinterviews
* 50 enquêtes bij kandidaten voor vacatures/deelnemers tool

ONTWIKKELFASE

1. De interactieve tool werd getest door 15 personen uit de doelgroep

Bewijs: Afhankelijk van het formaat van de tool (VR/App): aanwezigheidslijst bij testing of google analytics

1. De methodiek werd getest door 2 bedrijven

Bewijs: Aanwezigheidslijst + verslag

PILOOTTRAJECT

1. Tegen afloop project, evalueerden 100 deelnemers (uit de doelgroep) de technotool als positief

Bewijs: Een rechtstreekse bevraging bij afname van de technotool: “Op een schaal van 0-10: het invullen van de tool heeft mijn beeld over techniek (STEM) in positieve mate beïnvloed.” 0= helemaal niet, 10= helemaal wel. Met als doel: gemiddelde score van minimaal 7/10.

1. Tegen afloop project, evalueerden 10 deelnemende bedrijven de methodiek als positief

Bewijs: Analoog aan indicator 5.

OPLEVERING

1. Technotool is online ter beschikking tegen ER
2. Methodiek is online verkrijgbaar tegen ER, maar de vorm hangt nog af van de ontwikkelingsfase

**Projectnummer 5: VLAAMS INSTITUUT VOOR VORMING EN OPLEIDING IN DE SOCIAL PROFIT**

Tenzij expliciet anders vermeld is de deadline voor het behalen van de doelstellingen uit onderstaande indicatoren: 31/12/2018.

**Actie 1: Talentenberoepenfiches, Talentenscreeningtest en rolmodellenfilmpjes.**

**Indicator 1**: We hebben talentberoepenfiches ontwikkeld die we kunnen aanbieden aan de doelgroep. Deze talentberoepenfiches zijn afgetoetst en getest bij de doelgroep. De beroepenfiches zijn vertaald.

* **Streefcijfer 1**: We kunnen van minimum 10 beroepen, 10 vertaalde talentenberoepenfiches aanbieden aan de doelgroep.
* **Bewijs**: Fiches op te leveren bij ER

**Indicator 2**: Op de website [www.werkmetmensen.be](http://www.werkmetmensen.be) staat een talentenscreeningstest online.

* **Streefcijfer 2**: De talententest wordt gedurende de looptijd van het project minimum 200 keer bezocht.
* **Bewijs:** Printscreen Google-analytics

**Actie 2: Gericht, snel en correct informeren**

**Indicator 1:** VIVO trekt met zijn mobiele stand/tafel naar een activiteit waar de doelgroep zich bevindt.

* **Streefcijfer 1**: De mobiele stand/tafel wordt minimaal eenmaal gebruikt op een ‘activiteit’ in de brede zin van het woord waar de doelgroep aanwezig is, dit in de weken voor elk ‘social profit café’
* **Bewijs:** Foto + tijdsreg intern personeelslid

**Indicator 2**: De talentenscreeningstest en de talentenberoepenfiches zijn bekendgemaakt op sociale media, de Vlaamse media en via de etno-communicatiekanalen van de doelgroep.

* **Streefcijfer 2**: De talentenscreentest en de talentenberoepenfiches zijn minstens eenmaal in de Vlaamse media verschenen en minstens eenmaal via een etno-communicatiekanaal van de doelgroep bekendgemaakt.
* **Bewijs:** screenshot opleveren bij ER

**Actie 3 : INSTAP in SOCIAL PROFIT**

**Indicator 1**: Het concept van het Social Profit café is ontwikkeld zoals voorzien in het projectvoorstel

* **Streefcijfer 1**: Per provincie worden minimaal 2 social profit cafés georganiseerd.
* **Bewijs:** Foto en deelnemerslijst (hoeft niet gehandtekend)

**Indicator 2**: Een terugkommoment wordt georganiseerd, preferentieel binnen de maand, na het social profit café.

* **Streefcijfer 2**: Per provincie worden minimaal 2 terugkommomenten georganiseerd.
* **Bewijs:** Deelnemerslijst (hoeft niet gehandtekend) plus foto

**Indicator 3:** De mogelijkheid van een inleefmoment wordt aangeboden op het social profitcafé aan de deelnemers

* **Streefcijfer 1:** 50 vestigingen van organisaties  bieden een inleefmoment aan, verspreid over Vlaanderen.
  + **Bewijs:** Dit wordt aangetoond op basis van een engagementsverklaring.
* **Streefcijfer 2 :** 25% van de deelnemers aan alle social profitcafé’s is bereid een inleefmoment te volgen.
  + **Bewijs:** Dit wordt aangetoond op basis van een engagementsverklaring

**Actie 4: informeren en sensibiliseren van werkgevers**

**Indicator 1**: Een online ‘checklist diversiteit’ is beschikbaar voor werkgevers uit de social profit. De online checklist wordt verspreid via de online communicatiekanalen van VERSO en VIVO.

* **Streefcijfer 1**: Minstens 200 werkgevers klikken door op het online bericht.
* **Bewijs:** Printscreen Google-analytics

**Indicator 2**: Een ‘checklist bij het opstellen van een leesbare vacature’ is ontwikkeld in lijn met talentenberoepenfiches. Deze checklist wordt verspreid via de online communicatiekanalen van VERSO en VIVO, met de mogelijkheid om een papieren versie aan te vragen of een digitale versie te downloaden.

* **Streefcijfer 2**: Minstens 200 werkgevers klikken door op het online bericht, dat linkt naar de online versie van de ‘checklist bij het opstellen van een leesbare vacature’.
* **Bewijs:** Printscreen Google-analytics

**Project 6: ERKEND REGIONAAL SAMENWERKINGSVERBAND LIMBURG VZW**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Actie** | **Indicator** | **Streefwaarde** | **Bron (=bewijsvoering)** |
| Virtual reality | Inzet op events | 8 events | Correspondentie mbt inschrijving + foto's aanwezigheid op events |
| Aantal testings | 80 personen testen de tool en geven feedback | 80 ingevulde vragenlijsten en/of een verslag van de mondelinge feedback waaruit deelname door 80 respondenten blijkt |
| Engagement tot verder gebruik van de tool | 16 organisaties geven aan in de toekomst aan de slag te gaan met de tool en/of werk willen maken van talentmanagement | Ingevulde vragenlijsten en/of een verslag van de mondelinge feedback |
| Verbodsborden | Inzet op events | 8 events | Correspondentie mbt inschrijving + foto's aanwezigheid op events |
| Engagement tot verder gebruik van de tool | 16s organisatie geven aan in de toekomst aan de slag te gaan met de tool en/of werk willen maken van talentmanagement | Ingevulde vragenlijsten en/of een verslag van de mondelinge feedback |
| Stopping power talent | Inzet op locaties en/of organisaties | 12 locaties en/of organisaties | Correspondentie mbt inschrijving + foto's aanwezigheid op events |
| Engagement tot verder gebruik van de tool | 4 organisaties geven aan in de toekomst aan de slag te gaan met de tool en/of werk willen maken van talentmanagement | Ingevulde vragenlijsten en/of een verslag van de mondelinge feedback |
| Job@blinddate | Aantal sollicitatiegesprekken | 16 sollicitatiegesprekken over 4 verschillende werkgevers | Verslaggeving van de evaluatiegesprekken en/of foto's van de testing |
| Engagement tot verder gebruik van de tool | 2 organisaties geven aan in de toekomst aan de slag te gaan met de tool en/of werk willen maken van talentmanagement | Ingevulde vragenlijsten en/of een verslag van de mondelinge feedback |
| Onderzoek | Aantal respondenten | 60 individuen worden bevraagd overheen de drie groepen (ervaringsdeskundigen, stakeholders en werkgevers) | Weergave in het rapport van het aantal respondenten |
| Onderzoeksrapport | Het onderzoeksrapport wordt opgeleverd en besproken op de stuurgroep | Onderzoeksrapport + verslag bespreking stuurgroep |
| Linkedin Talent | Aantal testings | De betrokken stakeholders (ABVV Vlaanderen, ACLVB Limburg + Vlaanderen, ACV Limburg, ACV Vlaanderen, GRIP- “Talent boven beperking”, Minderhedenforum, Uhasselt - SEIN, UNIZO Limburg, UNIZO- project “Jobstap WSE”, VOKA – project Welt “Ontdek talent op de werkvloer”, VOKA Limburg en Vormingsfonds voor uitzendkrachten) en 16 werkgevers testen en evalueren de tool | Bevraging testbedrijven |
| Bespreking tool op stuurgroep | De tool wordt besproken op de stuurgroep | Verslag bespreking stuurgroep |
| Integratie van de applicatie | De applicatie wordt geïntegreerd in een bestaande toepassing of er worden linken gelegd tussen de applicatie en de webtoepassingen van de stakeholders | Bewijs van de integratie of van de linken met andere websites |

**Project 7: Neutraal Syndicaat voor Zelfstandigen**

Tenzij expliciet anders vermeld is de deadline voor het behalen van de doelstellingen uit onderstaande indicatoren:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Actie** | **Indicator** | **Bron (=bewijsvoering)** |
| Actie 1 - Informatie verstrekken | Twee infoavonden per jaar met tekens min 20 deelnemers | Agenda + inschrijvingslijsten (zonder handtekening) + foto's + uitnodiging |
| Actie 1 - Informatie verstrekken | Aantal clicks/bezoekers op de website. Vermits er paar slechts 100 personen met een handicap kiezen voor het ondernemerschap gaan we uit van 40 clicks per maand. | Printscreen (van aantal clicks) |
| Actie 1 - Informatie verstrekken | Artikel in vaktijdschrift NSZ met oplage van 30.000 | Tijdschrift + factuur van de oplage |
| Actie 2 - Sensibiliseren | Peercounseling: 14 momenten met gemiddeld 8 personen per counseling + 2 momenten in revalidatiecentra | Uitnodiging, inschrijvingen, foto's voor de 14 momenten + verklaring verantwoordelijke revalidatiecentrum voor de 2 momenten in de revalidatiecentra |
| Actie 2 - Sensibiliseren | Peterschap: 3 peters die elk een persoon begeleiden | Overeenkomst met peter en potentiële ondernemer, met de handtekening van de peter |
| Actie 3 - Aanbod bekendmaken | Bekendmaking aan kinesisten, revalidatiecentra, medische centra, verenigingen, diensten maatschappelijk werk, mutualiteiten, VDAB, geneesheren-adviseurs, sociale secretariaten, GOB’s en gemeentediensten | Mails ter bekendmaking |
| Actie 5 - Informatiedag | 80 deelnemers | Inschrijvingen, foto's, agenda, uitnodiging |
| Actie 7 - Perscampagnes | 8 artikels in kranten- en tijdschriften (eventueel aangevuld met een persbericht) + 2 reportages op radio of tv | Artikel (eventueel aangevuld met persbericht) voor de artikels in kranten- en tijdschriften. Digitale bestanden voor reportages op radio en tv (of links daarnaartoe). |
| Actie 8 - Inclusie bij NSZ | Een leidraad voor NSZ om nog beter en meer (potentiële) ondernemers met een beperking te kunnen helpen | Leidraad |

**Projectnummer 8: SAMENLEVINGSOPBOUW ANTWERPEN STAD**

Tenzij expliciet anders vermeld is de deadline voor het behalen van de doelstellingen uit onderstaande indicatoren: 31/12/2018.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Actie** | **Indicator** | **Bron (=bewijsvoering)** |
| Fase 1: Selectie begintool | 40 leden van de doelgroep in zowel Mechelen (20) als Antwerpen (20) geven feedback over hun ervaringen met competentietools van uitzendkantoren via individuele interviews en focusgroepen . | Verslag van alle interviews en focusgroepen + gehandtekende deelnemerslijst |
| Fase 1: Selectie begintool | 4 uitzendconsulenten geven feedback over hun ervaringen met competentietools en werkpunten in het bemiddelen op basis van competenties met bedrijven via individuele interviews of een focusgroep. | Verslag van alle interviews en focusgroepen + gehandtekende deelnemerslijst |
| Fase 1: Selectie begintool | 3 bedrijven geven feedback over hun ervaringen met werkzoekenden op basis van competenties via individuele interviews. | Verslag van alle interviews + gehandtekende deelnemerslijst |
| Fase 1: Selectie begintool | Verslag van bijeenkomst van de stuurgroep | Verslag |
| Fase 2: Begintest | Test bij 40 leden van de doelgroep in Mechelen of Antwerpen. | Testresultaten + gehandtekende deelnemerslijst |
| Fase 2: Begintest | 40 leden van de doelgroep in zowel Mechelen (20) als Antwerpen (20) geven feedback over hun ervaringen met competentietools van uitzendkantoren via individuele interviews en focusgroepen | Verslag van alle interviews en focusgroepen + gehandtekende deelnemerslijst |
| Fase 2: Begintest | 4 uitzendconsulenten geven feedback over hun ervaringen met de competentietool via interview of focusgroep | Verslag van alle interviews en focusgroepen + gehandtekende deelnemerslijst |
| Fase 3: Verdiepende test | Test bij 40 leden van de doelgroep in Mechelen of Antwerpen | Testresultaten + gehandtekende deelnemerslijst |
| Fase 3: Verdiepende test | 40 leden van de doelgroep in zowel Mechelen (20) als Antwerpen (20) geven feedback over hun ervaringen met competentietools van uitzendkantoren via individuele interviews en focusgroepen | Verslag van alle interviews en focusgroepen + gehandtekende deelnemerslijst |
| Fase 3: Verdiepende test | 4 uitzendconsulenten geven feedback over hun ervaringen met de verbeterde competentietool | Verslag van alle interviews en focusgroepen + gehandtekende deelnemerslijst |
| Fase 4: Verfijnende test | Test bij 40 leden van doelgroep in Mechelen en Antwerpen | Testresultaten + gehandtekende deelnemerslijst |
| Fase 4: Verfijnende test | 40 leden van de doelgroep in zowel Mechelen (20) als Antwerpen (20) geven feedback over hun ervaringen met competentietools van uitzendkantoren via individuele interviews en focusgroepen | Verslag van alle interviews en focusgroepen + gehandtekende deelnemerslijst |
| Fase 4: Verfijnende test | 4 uitzendconsulenten geven feedback over hun ervaringen met de finale competentietool via interview of focusgroep | Verslag van alle interviews en focusgroepen + gehandtekende deelnemerslijst |
| Fase 5: Doorstart | 20% van de aanwezige uitzendkantoren op het eindevent tonen interesse om met de tool aan de slag te gaan | Evaluatieformulieren event |

**B: Focus op talent: structurele werking.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **GRIP (12 maanden; januari 2017 tem december 2017)** | | |
| Het ontwikkelen van 7 informatie-dossiers binnen GOHA als basis voor actie | 7 |  |
| Het ontsluiten van de website handicapenarbeid, met injectie ‘focus op talent’, naar een breder publiek van werkgevers, sectoren en personen met een arbeidshandicap via zes goede praktijken en 1 expertise artikel. | 7 |  |
| De website handicapenarbeid wordt gepromoot naar een breed publiek en zal berichtenstroom, informatief en sensibiliserend, op gang trekken met 40.000 unieke bezoekers/jaar op de website en 200 tweets/jaar – goed voor 100.000 tweetweergaven/jaar. | 40000 en 200 en 100000 |  |
|  |  |
|  |
| Aansluitend wordt de Focus op Talent benadering ontsloten naar de doelgroep via de website van het GOHA. Zij publiceren zes artikels op de website op basis van de actualiteit, en 12 op basis van acties in deze actielijn. Deze artikels plaatsen het de thema's binnen de ervaringswereld van personen met een handicap/chronische ziekte | 18 |  |
| Het injecteren van een talentgerichte "kijk op handicap" in elk van de ESF FOT projecten en het nastreven van verankering hiervan indien het project van betekenis is voor personen met een handicap en/of chronische ziekte | 3 |  |
| Het injecteren van een talentgerichte "kijk op handicap" en samenwerking in de inclusieve aanpak van werknemers en bedrijven binnen het vakbondproject Focus op talent | 1 |  |
| Het injecteren van een talentgerichte "kijk op handicap" en samenwerking in Focus op Talent Welt van Voka met betrekking tot de erg gelijkaardige drempels en het faciliteren van de overgang naar betaald werk via werkplekleren. | 1 |  |
| Het injecteren van een talentgerichte "kijk op handicap" aandacht en samenwerking bij functie-omschrijvingen, vacatures invullen, voor redelijke aanpassingen en ondersteunende maatregelen op de werkvloer bij de mobiliserend acties binnen het FOT Jobstap WSE van Unizo, | 1 |  |
| Het injecteren van een talentgerichte "kijk op handicap" en samenwerking in het project van het minderhedenforum | 1 |  |
| ACTIELIJN 2 : De constructieve deelname vanuit handicapperspectief aan overlegstructuren over tewerkstelling | | |
| Deelname aan de Commissie Diversiteit van de SERV: inbreng in het jaarprogramma | 1 |  |
| Twee adviezen per jaar aan de Commissie Diversiteit van de SERV | 2 |  |
| Deelname aan het Stakeholdersforum, POWA, open kennisnetwerk en heroverwegingscommissie van de VDAB; Insteek JOP jaar | 1 |  |
| Deelname aan het Stakeholdersforum, POWA, open kennisnetwerk en heroverwegingscommissie van de VDAB; Adviezen subwerkgroep PmAB | 1 |  |
| Deelname aan Algemene Vergadering, Raad van Bestuur en dagelijks bestuur van GTB-Vlaanderen; Actieve deelname door (korte) standpuntnota’s en afstemming met management en coördinatoren van GTB | 1 |  |
| Aandacht voor een betere verspreiding van de inbreng van het GOHA via 4 contacten met werkveld over verspreiding van de standpunten | 4 |  |
| Deelname aan de afstemming met de betrokken beleidsdomeinen: een verslag met conclusies naar uitrol | 1 |  |
| Opvolgen van de actielijst binnen de werking van de commissie diversiteit van de SERV: twee aanpassingen aan het jaarprogramma Commissie Diversiteit en een verslag van de concretisering van de actielijst. | 3 |  |
| ACTIELIJN 3 Het overleg van de middenveldorganisaties van personen met een handicap over het thema handicap en arbeid | | |
| 5 maal het ondersteunen van de vertegenwoordigingen in andere structuren of organisaties | 5 |  |
| de betrokkenheid van middenveldorganisaties: 10 Bi-laterale afstemmingen, met kernleden, leden en contactorganisaties inclusief een strategiebepaling | 10 |  |
| de betrokkenheid van middenveldorganisaties: tweemaal het ondersteunen van de aangesloten organisaties bij het delen van informatie over handicap en arbeid en talentbeleid in hun eigen publicaties | 2 |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **VOORSTEL Minderhedenforum (12 maanden; 1 januari 2017 tem december 2017)** | | | | |
| **PROJECTNAAM: MENTORWORK** | |  |  |  |
| ACTIE 1 mobiliseren werkzoekende kandidaat-mentees via blootleggen/versterken van talenten/competenties | |  |  |  |
| voorstellingsmomenten van het project bij lokale organisaties, verenigingen en sleutelfiguren | | | | 10 |
| intakegesprekken met werkzoekende kandidaat mentees | | | | 75 |
| infosessies over arbeidsmarktaanbod en competentieversterkende vormingssessies | | | | 10 |
| bedrijfsbezoeken in functie van de profielen van mentees op voorzet mentoren | | | | 10 |
| ACTIE 2 mobiliseren van mentoren in kader van competentieontwikkeling en doorbreken vooroordelen | |  |  |  |
| ontwikkeling/verspreiding mobiliserende flyer voor kandidaat-mentoren (oplage) | | | | 1 000 |
| infosessies voor kandidaat-mentoren | | | | 10 |
| intakegesprekken met kandidaat-mentoren | | | | 75 |
| vormingen, infosessies en netwerkmomenten voor mentoren | | | | 10 |
| ontwikkeling inspiratiebundel voor elke mentor met duidelijke taakafbakening, achtergrondinfo over coaching, het sollicitatiteproces, interculturele codes en andere drempels en bestaande tewerkstellingsmaatregelen | | | | 1 |
| ACTIE 3 matching en ondersteuning van de mentorrelaties | |  |  |  |
| ontwikkeling afsprakenkader tussen mentee-mentor-projectmedewerker | | | | 1 |
| afgesloten overeenkomsten tussen mentee-mentor en projectmedewerker |  |  |  | 50 |
| contacten projectmedewerker met mentees en mentoren ter opvolging relatie | | | | 100 |
| frequente en intensieve contacten tussen mentoren en mentees | | | | 300 |
| ontwikkeling tevredenheidsmeting mentees&mentoren+eerste afname respons 50% |  |  |  | 1 |
|  |  |  |  |  |
| ACTIE 4: flankerend sensibiliserend beleid naar bedrijven en organisaties | |  |  |  |
| ACTIE 4 resultaten |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| overzicht ontwikkelen mogelijkheden en good practices inzake positieve acties |  |  |  | 1 |
| verkenningen om positieve interne dynamiek in gang te zetten in bedrijven waar mentees/mentoren aan de slag |  |  |  | 5 |
| verkennende gesprekken rond samenwerkingen met werkgeversorganisaties en sectoren op lokaal en vlaams niveau |  |  |  | 15 |
|  |  |  |  |  |
| ACTIE 5: gedragen aanbevelingen rond focus op superdivers talent en werkbare oplossingen voor structurele drempels | |  |  |  |
| ACTIE 5 resultaten |  |  |  |  |
| mobiliseren ervaringsdeskundigheid via regionaal en overkoepelend federatieoverleg |  |  |  | 10 |
| mobiliseren ervarginsdeskundigheid via overleg met terreinwerkers |  |  |  | 10 |
| op gedifferentieerde wijze bevraagde deelnemers in functie van basisstandpunt |  |  |  | 30 |
| ontwikkelde of geactualiseerde standpuntnota's |  |  |  | 5 |
| ACTIE 6 mobiliseren/sensibiliseren beleidsactoren via vertegenwoordigend werk en gerichte acties | |  |  |  |
| aanwezigheid van min 1 vertegenwoordiger op SERV commissie diversiteit en VDAB stakeholdersofrum |  |  |  | 90% |
| aanwezigheid op andere relevante advies-& overlegorganen (VOPZ,AMIF, CIB) |  |  |  | 75% |
| organisatie of deelname aan ad hoc overleg ifv prioritaire dossiers |  |  |  | 10 |
| deelname aan beleidsmatige workshops, debatten of lezingen |  |  |  | 5 |
| deelname aan overleg tussen structurele partners |  |  |  | 75% |
| overlegmoment met elke structurele partner en VDAB ifv afstemming |  |  |  | 5 |
| draagvlakversterkende persacties over talentbenadering en aanpak structurele drempels |  |  |  | 7 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **UNIZO (18 maanden; juli 2016 tem december 2017)** | | | | |
| **PROJECTNAAM: Jobstap WSE** | |  |  |  |
| **ACTIE 1 SENSIBILISEREN** | |  |  |  |
| **Ruime doelgerichte sensibilisatiecampagne** | |  |  |  |
| met event Dag van de medewerker | |  |  |  |
| met publicaties en social media | |  |  |  |
| **ACTIE 1 resultaten** | |  |  | **te behalen KPI** |
| 10 publicaties | | | | 10 |
| bereik publicaties | | | | 90 000 |
|  |  |  |  |  |
| **ACTIE 2 INFORMEREN** | |  |  |  |
| 5 infosessies | |  |  |  |
| 5 bedrijfsbezoeken | |  |  |  |
| digitaal platform | |  |  |  |
| **ACTIE 2 resultaten** | |  |  | **te behalen KPI** |
| 250 werkgevers nemen deel aan de infosessies | | | | 250 |
| 160 werkgevers nemen deel aan de bedrijfsbezoeken | | | | 160 |
| het digitaal platform omvat 50 valabele partners | | | | 50 |
|  |  |  |  |  |
| **ACTIE 3 NETWERKEN** | |  |  |  |
| **organisatie netwerktrajecten** | |  |  |  |
| **ACTIE 3 resultaten** | |  |  | **te behalen KPI** |
| aantal trajecten | | | | 20 |
| aantal ondernemers in trajecten | | | | 160 |
| aantal best practices | | | | 15 |
|  |  |  |  |  |
| **ACTIE 4 ADVISEREN** | |  |  |  |
|  | |  |  |  |
| organiseren van bedrijfsbezoeken | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| **ACTIE 4 resultaten** | |  |  | **te behalen KPI** |
| 1750 ondernemers maken kennis met bedrijf van een collega werkgever die een positieve ervaring heeft met doelgroepen | | | | 1 750 |
|  |  |  |  |  |
| **ACTIE 5 BEGELEIDEN** | |  |  |  |
| begeleiding | |  |  |  |
| organisatie eerstelijns adviezen | |  |  |  |
| **ACTIE 5 resultaten** | |  |  | **te behalen KPI** |
|  |  |  |  |  |
| aantal dooverwijzingen : warme leads | | | | 560 |
| aantal eerstelijnsadviezen | | | | 1 000 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **VOKA (18 maanden, juli-dec 2016 + 2017)** | |  |  |  |  |  |
| **PROJECTNAAM: WELT** | |  |  |  |  |  |
| **ACTIE 1 INFORMEREN EN SENSIBILISEREN** | |  |  |  |  |  |
| **1.1 informeren** | |  |  |  |  |  |
| via bedrijfsbezoeken | |  |  |  |  |  |
| via infosessies | |  |  |  |  |  |
| **1.2 Communicatiecampagne** | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| **ACTIE 1 resultaten** | |  |  |  |  | **te behalen KPI** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Via bedrijfsbezoeken en infosessies krijgen 460 werkgevers rechtstreeks informatie over Ervaring op de werkvloer | | | | | | 460 |
| 825 ondernemers worden actief geprospecteerd | | | | | | 825 |
| 1681 ondernemers worden bereikt | | | | | | 1 681 |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| **ACTIE 2: INTENSIEVE TRAJECTEN** | |  |  |  |  |  |
| **Intensief traject** | |  |  |  |  |  |
| **Regionaal structureel overleg** | |  |  |  |  |  |
| **Ontwikkeling van een digitaal platform** | |  |  |  |  |  |
| **Ondersteuning en coaching coördinatoren** | |  |  |  |  |  |
| **ACTIE 2: resultaten** | |  |  |  |  | **te behalen KPI** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 275 werkgevers krijgen een coaching gedurende 10 maanden bestaande uit een screening, begeleiding in de opmaak van een actiesplan, info en advies, opvolging, matching met een trajectbegeleider. | | | | | | 275 |
|  | | | | | |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| ACTIE 3: INDIVIDUELE BEGELEIDING | |  |  |  |  |  |
| **Individuele begeleiding** | |  |  |  |  |  |
| **ACTIE 3 resultaten** | |  |  |  |  | **te behalen KPI** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 275 overeenkomsten tussen een ondernemen, een arbeidsbemiddelaar en voka | | | | | | 275 |
|  |  |  |  |  |  |  |
| ACTIE 4: KENNISMAKINGSMARKT | |  |  |  |  |  |
| **Kennismakingsmarkt** | |  |  |  |  |  |
| **ACTIE 4 resultaten** | |  |  |  |  | **te behalen KPI** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 120 ondernemers nemen deel aan de kennismakingsmarkt | | | | | | 120 |
| 500 arbeidsbemiddelaars van 150 organisaties en 300 trajectbegeleiders worden bereikt | | | | | | 500 |
| 1930 krijgen een leerplaats op de werkvloer of maken er een kans op via de kennismakingsmarkt | | | | | | 1 930 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **indicatoren 2017 ABVV** |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| FICHE 1 |  |  |  |
|  |  |  |  |
| ACTIE 1 | **Werken aan de digitale drempel in de transitie naar werk** |  |  |
|  | KPI |  |  |
| bereikte werkzoekenden |  |  |  |
| 2017 | 4568 |  |  |
| individuele contacten |  |  |  |
| 2017 | 1950 |  |  |
| collectieve sessies |  |  |  |
| 2017 | 2420 |  |  |
| doesessie |  |  |  |
| 2017 | 1016 |  |  |
|  |  |  |  |
| ACTIE 2 | **Werken aan drempels naar de arbeidsmarkt bij werknemers in transitie** |  |  |
|  | KPI |  |  |
| bereikte werknemers ACTIE 2 |  |  |  |
| 2017 | 800 |  |  |
| waarvan kortgeschoolden ACTIE 2 |  |  |  |
| 2017 | 200 |  |  |
| waarvan middengeschoolden ACTIE 2 |  |  |  |
| 2017 | 200 |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| ACTIE 3 | **Werken aan drempels tijdens herstructurering vóór sluiting/afvloeiing** |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| FICHE 2 |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  | **Proactief versterken van potentiële vroegtijdige schoolverlaters** |  |  |
|  | KPI |  |  |
| schoolverlaterslessen |  |  |  |
| 2017 | 0 |  |  |
| individueel bereikte schoolverlaters |  |  |  |
| 2017 | 40 |  |  |
| Een transparant projectverloop met  het departement, de stakeholders VDAB, GTB en het beleidsdomein Onderwijs en Vorming |  |  |  |
| 2017 | 1 |  |  |
| Een (met stakeholders) gedeelde toekomstvisie over het vervolg van het experiment |  |  |  |
| 2017 | 1 |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| FICHE 3 |  |  |  |
| ACTIE 1&2 | **Werken aan drempels naar de arbeidsmarkt bij werknemers in transitie** |  |  |
|  | **Draagvlak, beleid en cultuur op de werkvloer : met drempels aan de slag** |  |  |
|  | KPI |  |  |
| trajecten 'plan van aanpak |  |  |  |
| 2017 | 90 |  |  |
| aantal intakes |  |  |  |
| 2017 | 360 |  |  |
|  |  |  |  |
| ACTIE 3 | **Een ondersteunende campagne voor inclusieve werkvloeren : werken aan draagvlak bij de werknemers** |  |  |
|  | KPI |  |  |
| actie 3, aanwezigheid in syndicale pers |  |  |  |
| 2017 | 6 |  |  |
| actie 3, activeren van militanten via brochure, vormingen, edm |  |  |  |
| 2017 | 1 |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| indicatoren 2017 ACLVB | |
|
|  |  |  | |  |  |
|  |  |  | |  |  |
| FICHE 1 |  |  | |  |  |
|  |  |  | |  |  |
| ACTIE 1 | **Werken aan de digitale drempel in de transitie naar werk** |
|  | KPI |  | |  |  |
| bereikte werkzoekenden |  |  | |  |  |
| 2017 | 2226 |  | |  |  |
| individuele contacten |  |  | |  |  |
| 2017 | 150 |  | |  |  |
| collectieve sessies |  |  | |  |  |
| 2017 | 1496 |  | |  |  |
| doesessie |  |  | |  |  |
| 2017 | 954 |  | |  |  |
|  |  |  | |  |  |
| ACTIE 2 | **Werken aan drempels naar de arbeidsmarkt bij werknemers in transitie** |
|  | KPI |  | |  |  |
| bereikte werknemers ACTIE 2 |  |  | |  |  |
| 2017 | 177 |  | |  |  |
| waarvan kortgeschoolden ACTIE 2 |  |  | |  |  |
| 2017 | 79 |  | |  |  |
| waarvan middengeschoolden ACTIE 2 |  |  | |  |  |
| 2017 | 79 |  | |  |  |
|  |  |  | |  |  |
| ACTIE 3 | **Werken aan drempels tijdens herstructurering vóór sluiting/afvloeiing** |
|  |  |  | |  |  |
| FICHE 2 |  |  | |  |  |
|  |  |  | |  |  |
|  |  |  | |  |  |
|  | **Proactief versterken van potentiële vroegtijdige schoolverlaters** | |
|  | KPI |  | |  |  |
| schoolverlaterslessen |  |  | |  |  |
| 2017 | 8 |  | |  |  |
| individueel bereikte schoolverlaters |  |  | |  |  |
| 2017 | 20 |  | |  |  |
| Een transparant projectverloop met het departement, de stakeholders VDAB, GTB en het beleidsdomein Onderwijs en Vorming |  |  | |  |  |
| 2017 | 1 |  | |  |  |
| Een (met stakeholders) gedeelde toekomstvisie over het vervolg van het experiment |  |  | |  |  |
| 2017 | 1 |  | |  |  |
|  |  |  | |  |  |
|  |  |  | |  |  |
| FICHE 3 |  |  | |  |  |
|  |  |  | |  |  |
|  |  |  | |  |  |
| ACTIE 1&2 | **Werken aan individuele en collectieve drempels op de werkvloer** |
|  | **Draagvlak, beleid en cultuur op de werkvloer : met drempels aan de slag** |
|  | KPI |  | |  |  |
| trajecten 'plan van aanpak |  |  | |  |  |
| 2017 | 36 |  | |  |  |
| aantal intakes |  |  | |  |  |
| 2017 | 81 |  | |  |  |
|  |  |  | |  |  |
| ACTIE 3 | **Een ondersteunende campagne voor inclusieve werkvloeren : werken aan draagvlak bij de werknemers** |
|  | KPI |  | |  |  |
| actie 3, aanwezigheid in syndicale pers |  |  | |  |  |
| 2017 | 3 |  | |  |  |
| actie 3, activeren van militanten via brochure, vormingen, edm |  |  | |  |  |
| 2017 | 1 |  | |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| indicatoren 2017 ACV | | | |
|
| FICHE 1 |  |  |  |
| ACTIE 1 | **Werken aan de digitale drempel in de transitie naar werk** | | |
|  | KPI |  |  |
| bereikte werkzoekenden |  |  |  |
| 2017 | 4600 |  |  |
| individuele contacten |  |  |  |
| 2017 | 1000 |  |  |
| collectieve sessies |  |  |  |
| 2017 | 2500 |  |  |
| doesessie |  |  |  |
| 2017 | 1100 |  |  |
|  |  |  |  |
| ACTIE 2 | **Werken aan drempels naar de arbeidsmarkt bij werknemers in transitie** | | |
|  | KPI |  |  |
| bereikte werknemers ACTIE 2 |  |  |  |
| 2017 | 1500 |  |  |
| waarvan kortgeschoolden ACTIE 2 |  |  |  |
| 2017 | 325 |  |  |
| waarvan middengeschoolden ACTIE 2 |  |  |  |
| 2017 | 475 |  |  |
|  |  |  |  |
| ACTIE 3 | **Werken aan drempels tijdens herstructurering vóór sluiting/afvloeiing** | | |
|  |  |  |  |
| FICHE 2 |  |  |  |
|  | **Proactief versterken van potentiële vroegtijdige schoolverlaters** | | |
|  | KPI |  |  |
| schoolverlaterslessen |  |  |  |
| 2017 | 25 |  |  |
| individueel bereikte schoolverlaters |  |  |  |
| 2017 | 40 |  |  |
| Een transparant projectverloop met het departement, de stakeholders VDAB, GTB en het beleidsdomein Onderwijs en Vorming |  |  |  |
| 2017 | 1 |  |  |
| Een (met stakeholders) gedeelde toekomstvisie over het vervolg van het experiment |  |  |  |
| 2017 | 1 |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| FICHE 3 |  |  |  |
|  |  |  |  |
| ACTIE 1&2 | **Werken aan individuele en collectieve drempels op de werkvloer** | | |
|  | **Draagvlak, beleid en cultuur op de werkvloer : met drempels aan de slag** | | |
|  | KPI |  |  |
| trajecten 'plan van aanpak |  |  |  |
| 2017 | 90 |  |  |
| aantal intakes |  |  |  |
| 2017 | 360 |  |  |
|  |  |  |  |
| ACTIE 3 | **Een ondersteunende campagne voor inclusieve werkvloeren : werken aan draagvlak bij de werknemers** | | |
|  | KPI |  |  |
| actie 3, aanwezigheid in syndicale pers |  |  |  |
| 2017 | 6 |  |  |
| actie 3, activeren van militanten via brochure, 50 vormingen, edm |  |  |  |
| 2017 | 1 |  |  |
|  |  |  |  |