

## **SCHRIFTELIJKE VRAAG**

nr. 870

van **LISE VANDECASTEELE**

datum: 20 juni 2023

---

aan **HILDE CREVITS**

VICEMINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN WELZIJN, VOLKSGEZONDHEID EN GEZIN

---

### *Zorg- en welzijnssector - Aanwervingscampagne Career (2)*

Op 1 februari van dit jaar lanceerde het Agentschap Zorg en Gezondheid de campagne Career. Zowel in het straatbeeld als digitaal is het de bedoeling van de campagne om meer mensen in de zorg te werk te stellen. Voor de digitale campagne werd de website [www.care-er.be](http://www.care-er.be) opgezet.

1. Graag het verloop en overzicht van de campagne.
  - a) Wanneer is beslist om over te gaan tot de campagne?
  - b) Wie was betrokken bij die beslissing?
  - c) Welke doelen heeft de campagne zichzelf opgelegd?
  - d) Graag een tijdlijn van de belangrijkste gebeurtenissen van het project sinds 2020.
2. Graag een overzicht van de uitbesteding en betrokken uitvoerders.
  - a) Welke delen zijn uitbesteed en aan wie? Welke zijn de organisaties en bedrijven die zijn betrokken bij de praktische uitrol van het platform? Wat is de precieze rol van elk?
  - b) Wanneer en door welke instantie is de aanbestedingsprocedure opgestart? Waren er verschillende aanbestedingsprocedures voor het digitale en niet-digitale deel van de campagne? Hoeveel kandidaten waren er? Welke wijze van aanbesteding (onderhandelingsprocedure zonder bekendmaking, openbare procedure, raamcontract, andere...) werd gehanteerd?
  - c) Wie won de aanbesteding(en)? Wat is het al uitbestede en geplande budget voor elk?
3. Over de website zelf.
  - a) Hoe vaak werd de site tot op heden bezocht, per week sinds de site actief is? Is er zicht op wie de website bezocht?
  - b) Graag een overzicht van hoeveel interactie de zes knelpuntberoepen (verpleegkundige, zorgkundige, verzorgende, logistiek assistent,



**Vlaams  
Parlement**

persoonsbegeleider en kinderbegeleider) elk afzonderlijk gegenereerd hebben op de website, per week sinds de site actief is.

- c) Hoe en met welke budgetten werd reclame gemaakt voor de website?
  - d) Hoeveel personen maakten reeds contact via de website, per week sinds de site actief is. Graag onderverdeeld in profiel, in knelpuntberoep, in leeftijd, in geslacht, in interesse (opleiding/carrièreswitch), in regio.
4. Hoe beoordeelt de minister de resultaten van het platform sinds het actief is? Tegen wanneer verwacht de minister welk resultaat? Werden de resultaten van het platform al besproken met de sociale partners en zo ja, kan de minister het verslag daarvan bezorgen?

## **HILDE CREVITS**

VICEMINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN WELZIJN, VOLKSGEZONDHEID EN GEZIN

---

### **ANTWOORD**

op vraag nr. 870 van 20 juni 2023

van **LISE VANDECASTEELE**

---

1. In uitvoering het VIA 6 akkoord werd in de zomer en het najaar van 2021, in een brede consultatie van sociale partners, experts en betrokken kabinetten, het actieplan (zij-)instroom in de zorg- en welzijnssector opgemaakt. Dit actieplan bevat een brede waaier aan maatregelen om de zij-instroom in de sector te verhogen. Eén van deze maatregelen is een brede, algemeen gedragen branding- en communicatiecampagne.

Het besluit van de Vlaamse Regering van 17 december 2021 tot uitvoering van het geïntegreerde actieplan (zij-) instroom 2021-2024 in de VIA-sectoren, geeft uitvoering aan dit actieplan en bepaalt dat VIVO vzw onder andere instaat voor:

- De uitwerking van de acties rond branding, communicatie en sensibilisering met het oog op het verhogen van de instroom richting de zorg- en welzijnssector;
- Het oprichten van een intakeplatform en het harmoniseren van de bestaande sectorale opleidingen.

Dit besluit is op 1 december 2021 in werking getreden.

Het besluit vertrouwdde deze opdracht toe aan VIVO vzw, beheerd door de sociale partners van de social profitsector. VIVO vzw is verantwoordelijk voor het uitwerken van deze inhoudelijke doelstelling en de operationele uitwerking die hiermee gepaard gaat.

Daarnaast is er een stuurgroep, met de woordvoerders van de sociale partners, werkgevers- en werknemersvertegenwoordigers, en VIVO vzw, het kabinet onderwijs, werk en welzijn, volksgezondheid en gezin, de zorgambassadeur en de betrokken administraties. In deze stuurgroep koppelt VIVO vzw terug over de inhoudelijke stand van zaken van het actieplan zij-instroom en de communicatie- en brandingscampagne. De inhoudelijke aftoetsing binnen de stuurgroep wordt geformaliseerd binnen de Centrale onderhandelingsgroep VIA 6 (COG).

De raad van bestuur van VIVO gaat over de operationalisering van de hen toebedeelde verantwoordelijkheden in kader van het actieplan (zij-)instroom in de zorg- en welzijnssectoren. Dit is breder dan enkel de communicatie- en brandingscampagne.

De doelstellingen voor de communicatie en branding zijn:

- Positief beeld creëren van onze beroepen/sectoren door bundeling van krachten. Deze beroepen situeren zich in de brede social profit: zorg, welzijn, maar ook sociale economie en de socio-culturele sector
- Herkenbaarheid van de zorg- en welzijnsopleidingen en -beroepen verhogen

VIVO vzw besloot in februari 2022 om een aanbesteding op te maken en uit te schrijven voor de branding- en communicatiecampagne, en het intakeplatform. VIVO vzw heeft in april 2022 het lastenboek opgesteld. In de zomer van 2022 gaf de raad van bestuur van VIVO vzw zijn akkoord over de gunning. De officiële kick-off van "Branding, Communicatie en Intake" was op 7 september 2022.

De branding- en communicatiecampagne Career is officieel gelanceerd op 26 januari 2023.

2. VIVO vzw gunde zowel de opdracht voor de communicatie- en brandingscampagne als de uitrol voor het intakeplatform aan Equip. Equip werkt als opdrachthouder samen met SumoCoders voor de technische uitwerking van het intakeplatform.

VIVO vzw koos voor een onderhandelingsprocedure zonder voorafgaande bekendmaking, op basis van artikel 42, § 1, 1°, a), van de Wet inzake overheidsopdrachten van 17 juni 2016.

De opdracht is gelanceerd op 6 mei 2022. De kandidaten hadden 1 maand om hun kandidatuur in te dienen, dus tot 5 juni 2022.

De opdracht heeft een uitvoeringstermijn van 12 maanden, te rekenen vanaf de dag volgend op de datum waarop de opdracht is gesloten.

VIVO vzw schreef 10 kandidaten aan, waarvan er 4 een offerte hebben ingediend.

De opdracht is toegekend aan "SumoCoders" en "Equip", voor een totaal bedrag van 98.808,6 euro incl. BTW.

3. Voor het antwoord op deze vraag verwijs ik graag naar het antwoord op de vraag om uitleg nr. 3005 van Jeremie Vaneeckhout over de opleiding verpleegkunde.

Het bekendmaken van de communicatie- en brandingscampagne maakt onderdeel uit van de opdracht van VIVO vzw.

4. De lancering van Careër is overwegend positief onthaald. Ook zijn er al heel wat bezoekers geregistreerd op het intakeplatform, zijn er verschillende contactformulieren ingevuld en is er een behoorlijk aantal impressies op sociale media. Het intakeplatform is dus al goed gekend.