

Proximus: proactieve leertrajecten: ruim onvoldoende

Nieuws dinsdag 22 april 2025

Op de agenda van het jongste paritair comité stond het leer- en ontwikkelingsplan voor 2025. Het omvat niet alleen de bedrijfsinitiatieven op het vlak van toekomstige vaardigheden, artificiële intelligentie, leiderschap en de specifieke opleidingsplannen voor elke Business Unit, maar ook de zogeheten ‘proactieve leertrajecten’. Maar wat zijn dat nu precies?

Om het met de woorden van Proximus te zeggen: “Er worden proactieve trajecten uitgezet om de interne mobiliteit naar de gebieden met de grootste behoeften verder te stimuleren. Ze bieden medewerkers de kans om zich te oriënteren op nieuwe loopbaanpaden in deze gebieden.” In mensentaal: een proactief leertraject bereidt een medewerker dus voor om te solliciteren voor een toekomstgerichte job.

Uiteraard is opleiding de sleutel tot groei voor de medewerkers en is de nood aan bijscholing groter dan ooit. Technologieën veranderen, beroepen transformeren en de vaardigheden die vandaag van essentieel belang zijn, kunnen morgen achterhaald zijn. Medewerkers moeten klaargestoomd worden voor de toekomst.

Wij maken ons echter grote zorgen. In dit dossier zijn welgeteld vier (!) proactieve leertrajecten terug te vinden. Wij sommen ze even voor u op: Retail Sales Representative, Phone Sales Representative, Technician End Equipment en Project Manager. De ACOD had meer, veel meer, verwacht dan dit beperkte lijstje, en is dan ook bijzonder teleurgesteld na maandenlang aandringen voorgeschoteld te krijgen.

Proximus schiet alvast inzake toekomstgerichte opleidingen tekort en dat is geen klein probleem. Het is een bedreiging voor de werkzekerheid, de innovatiekracht van het bedrijf en de motivatie van de medewerkers. Medewerkers moeten de kans krijgen zich te ontwikkelen en mee te groeien met de veranderende eisen op werkgebied. Zonder die kans dreigt talent verloren te gaan en neemt de druk toe. De lijst met voorgestelde trajecten moet dan ook zo snel mogelijk uitgebreid worden.

Het moet dus anders en beter. Die krachtige boodschap hebben wij meegegeven aan de directie.

Annuska Keersebilck