

Promo Jeunes asbl

Rapport moral

Année 2009

1. FINALITÉ – OBJECTIFS

L'association a pour finalité de contribuer à l'émancipation, l'épanouissement et au développement d'une citoyenneté responsable des jeunes, tout en favorisant une participation démocratique et collectivement solidaire à leur environnement sociétal, notamment social, économique, politique et culturel.

La stratégie développée par l'association repose sur les principes d'éducation, d'apprentissage et d'échange non formels et informels appliqués dans des perspectives d'égalité, de fraternité ainsi que de cohésion, harmonie, convivialité et mixité sociales.

Ces principes impliquent de bâtir, dans la durée, des relations d'échange qui permettent des interactions positives, créatives et critiques entre les participants et entre ceux-ci et leur environnement social ; interactions susceptibles de favoriser une appréhension globale de la société, mêlant conjointement expérience individuelle et collective.

La concrétisation de cette stratégie s'opère au travers d'activités à caractère socio-culturel, socio-éducatif, socio-sportif, ludique, festif, etc.

En fonction de la nature des actions développées pour atteindre son but, l'association est autorisée à utiliser les appellations et vocables suivants :

Promo Jeunes
Promo Basket
Promo Ecole
Zoom Jeunes
Bright Future
Promo Sports
Festysports
ADSL (Action et Développement du Sport Local)
Basket en Liberté

2. PHILOSOPHIE D'ACTION

La philosophie de l'association s'appuie sur une double logique.

D'abord celle du don : le paradigme du don oppose la règle sociale primordiale que Marcel Mauss nomme « la triple obligation de donner, recevoir et rendre¹ » à la pensée utilitariste basée sur l'intérêt.

La définition socio-anthropologique du don étant : « toute prestation de biens ou de services effectuée, sans garantie de retour, en vue de créer, entretenir ou régénérer le lien social. Dans la relation de don, le lien importe plus que le bien². »

Ensuite, une appréhension « constructiviste » du savoir et de la connaissance reposant sur le postulat de J. Piaget qui affirme que « l'intelligence organise le monde en s'organisant elle-même³. ».

¹ MAUSS Marcel, Essai sur le Don, Sociologie et anthropologie, PUF, 1989.

² CAILLE Alain, Anthropologie du Don – Le tiers Paradigme, Ed. Desclée de Brouwer, 2000.

Il en découle que « la conception que tout individu a du monde est et reste toujours une construction de son esprit, et on ne peut jamais prouver qu'elle ait une quelconque autre existence⁴. ».

De ces choix découlent des conséquences éthique et esthétique - essentielles pour les jeunes en butte à des itinéraires de vie de moins en moins linéaires – bien mises en évidence par H. Von Foerster et qu'on peut condenser sous forme de deux impératifs : « L'impératif éthique sera : Agis toujours de manière à augmenter le nombre des choix possibles. Et l'impératif esthétique : Si tu veux voir, apprends à agir⁵. ».

Les missions poursuivies par l'association, à savoir :

- l'animation directe des jeunes, c'est-à-dire une animation impliquant un contact direct avec ceux-ci ;
- l'initiation des jeunes à des modes d'expression socio-culturels ;
- la sensibilisation aux enjeux de société ;
- la formation des jeunes, des volontaires et des professionnels ;
- l'information des jeunes ;
- la mise à disposition de lieux de rencontres.

sont effectuées selon les principes d'éducation et de formation non formelles et informelles, c'est-à-dire, pour reprendre l'expression de J. Dewey⁶, suivant un processus de « compagnonnage intellectuel ».

3. ACTIVITÉS 2009

Les activités sont réalisées au travers de la mise en œuvre d'un projet global d'activités.

PROMO JEUNES asbl existe depuis 20 ans et met en œuvre un certain nombre d'activités programmées et récurrentes, telles :

➤ **Basket en Liberté**

Il s'agit d'un tournoi de basket de rue sur les 19 communes de Bruxelles, favorisant la rencontre entre jeunes d'âges, origines, quartiers et milieux différents autour d'un intérêt commun pour le sport.

L'axe socio-sportif d'animation est complété par des modules de formation à cette animation qui prennent en compte le désœuvrement, la rencontre d'autrui, l'apprentissage des règles et qui sont dédiés aux jeunes et aux encadrants locaux. 18 journées ont été consacrées à cette activité en 2009. (Voir **annexe 1** – Dossier FIPI).

³ PIAGET Jean, « La Construction du réel chez l'enfant », in Paul WATZLAWICK (direction), L'invention de la réalité, Ed. du Seuil, 1988.

⁴ SCHRÖDINGER Erwin, « L'Esprit et la Matière », in Paul WATZLAWICK (direction), L'invention de la réalité, Ed. du Seuil, 1988.

⁵ VON FOERSTER Heinz, « La Construction d'une réalité », in Paul WATZLAWICK (direction), L'invention de la réalité, Ed. du Seuil, 1988.

⁶ Cité par CHANIAL Philippe, « Une foi commune : démocratie, don et éducation chez John Dewey », in Revue du Mauss n° 28 – « Penser la crise de l'école – Perspectives anti-utilitaristes », Ed. La Découverte, 2007.

➤ **Festysports**

Il consiste en un soutien efficace aux initiatives festives ou sportives locales par le biais d'un accompagnement pédagogique et de la mise à disposition de matériel.

Les modules d'apprentissage informel développés dans ce cadre sont destinés à former des leaders positifs aptes à apporter aux jeunes les moyens intellectuels, gestuels, d'animation festive et de gestion d'événements. PROMO JEUNES a participé à l'organisation de 30 journées au cours de l'année 2009. (Voir **annexe2**).

➤ **Ambassades de prévention**

Il s'agit d'un projet de collaboration avec la STIB qui consiste à promouvoir la convivialité quotidienne dans le réseau métro de Bruxelles ainsi qu'en surface dans certains quartiers à problèmes.

Le rôle de PROMO JEUNES est d'animer des stands de rencontres itinérants pour les jeunes, ceci dans leur milieu de vie habituel, afin de les informer et les conseiller pour toute problématique qu'ils évoquent spontanément.

Ces stands sont animés par des jeunes volontaires ou étudiants qui sont formés par l'équipe d'animation de PROMO JEUNES afin de pouvoir répondre et agir efficacement par rapport à la demande des jeunes.

Cette collaboration avec la STIB dure depuis 5 ans et, à titre indicatif, en 2009, PROMO JEUNES a animé/informé de manière itinérante, à raison de 4 heures par jour, 5 jours par semaine tout au long de l'année. A ceci s'ajoute l'organisation par PROMO JEUNES d'une « Journée associative » chaque mois dans une station différente. Ces journées regroupent à chaque fois le milieu associatif local afférent au quartier de la station choisie. (Voir **annexe 3** – Rapports d'activités janvier – mai 2009 et mai-décembre 2009).

➤ **Zoom Jeunes**

Au travers d'un concours annuel pour des jeunes de 15 à 25 ans qui présentent un projet collectif ou individuel – ceci sur des thèmes variés : art et culture, citoyenneté, entrepreneuriat, sport et santé, ... - PROMO JEUNES vise à :

- Valoriser et offrir une visibilité aux jeunes qui ont du talent, s'investissent, entreprennent et développent des initiatives.
- Relayer la parole de ces jeunes.
- Favoriser leur mise en réseau.
- Soutenir et accompagner individuellement et collectivement le développement de leurs initiatives.
- Fournir aux jeunes des informations ainsi qu'une formation informelle et collective en vue de les soutenir dans le développement de leurs initiatives et/ou talents.

En 2009, 134 candidatures collectives et individuelles ont été actées et les demandes de formations portent principalement sur la gestion de projets, la mise en place d'un business plan, les modalités de création d'entreprise ou d'asbl, la prise de parole en public, la problématique de la TVA. (Voir **annexe 4** – Rapport général pour la Communauté française – partie 1).

➤ **Qui dit mieux ?**

Il s'agit ici d'offrir à de jeunes artistes plasticiens (peinture, sculpture, photos, bandes dessinées, images, ...) une vitrine ouverte comprenant l'exposition des œuvres retenues dans un lieu culturel de prestige et leur mise en vente ludique.

Le thème proposé pour 2009 était « Corps accord ». Outre l'animation de l'exposition, PROMO JEUNES se charge également de l'encadrement collectif des jeunes artistes (moins de 26 ans) tout au long de l'année qui suit l'exposition. (Voir **annexe 4** – Rapport général pour la Communauté française – partie 2).

➤ **Pixels 2 Rue**

Cette activité tente de sensibiliser les jeunes à l'expression citoyenne à travers une formation informelle à la technique photo. Elle consiste, chaque année, en une formation de groupes de jeunes âgés de 18 à 25 ans, au sein desquels le média photographique s'inscrit en mode d'expression sur des thèmes sociétaux et médiatiques.

Ces animations/formations sont couplées à un concours photo « Envie de t'exprimer sur ton quartier » dont les clichés sont exposés lors de chaque journée d'animation socio-sportive et socio-éducative organisée en Région bruxelloise dans le cadre de « Basket en Liberté ». (Voir **annexe 5**).

➤ **Le projet « J'en sais plus, je choisis »**

Ce projet s'adresse, au départ, aux jeunes de l'enseignement secondaire qui souhaitent réfléchir sur leur orientation professionnelle. Il a pour principale ambition de permettre au jeune de prendre un temps de réflexion afin d'en savoir plus sur lui-même, sur ses valeurs et ses aspirations professionnelles.

En 2009, il a été élargi à l'enseignement supérieur, ceci à la demande de jeunes étudiants se sentant discriminés pour l'une ou l'autre raison ou encore en déficit d'estime de soi.

Ce projet se déroule en 3 grandes phases successives : connaissance de soi, recherche documentaire sur les métiers, rencontre avec le(s) professionnel(s).

Le projet « J'en sais plus, je choisis » permet ainsi au jeune de réfléchir sur ce qu'il est, ce qu'il sait faire, sur ce qu'il veut apprendre ou devenir...Il offre aux jeunes une meilleure connaissance d'eux-mêmes, des milieux professionnels et des systèmes de formation. Ils pourront ainsi mieux s'investir dans leur scolarité et opérer des choix professionnels réfléchis. (Voir **annexe 6** – Rapport général pour la COCOF).

➤ **Le projet « La rentrée faut y penser ! »**

Cette action, menée en collaboration avec Bravo asbl, est extrêmement complémentaire avec le projet « J'en sais plus, je choisis » dont elle constitue en quelque sorte l'amont. Elle consiste en une campagne de sensibilisation au choix, en temps opportun, d'une orientation scolaire réfléchie en terme de projet d'avenir.

Cette campagne a lieu en juin/juillet et août/septembre. Elle incite les jeunes à penser leur choix, à s'y prendre à temps pour s'inscrire. Et surtout, son objectif est d'éviter des choix dictés par l'urgence, souvent mauvaise conseillère. (Voir **annexe 7**).

Grâce à l'ensemble de ces actions, les équipes de Promo Jeunes touchent plus de 10.000 jeunes chaque année.

Bernard Buntinx
Directeur – Coordinateur
27/04/2010