

Promo Jeunes asbl

Rapport moral
Résumé synthétique

Année 2010

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 d'action de l'association se fonde sur quatre a priori axiomatiques. Il s'agit là d'un choix de société explicite.

UN A PRIORI ÉTHIQUE

Notre démarche est guidée par les fondements de la morale agnostique et de la laïcité.

La morale agnostique repose sur une pensée qui « a pour finalité la primauté de l'homme, pour instrument la raison et pour méthode le libre examen. Elle refuse toute vérité révélée et tout argument qui n'a pour lui que l'autorité¹. »

Le principe de laïcité distingue ce qui est de tous, le public ; et ce qui est de plusieurs, le communautaire. Il peut se résumer dans la formule de R. Debray : « La foi oui. La foi qui fait loi, non² ».

¹ « Morale agnostique et Médecine des catastrophes », in Ethique et Médecine des catastrophes, Ed. du Conseil de l'Europe, 2002.

² DEBRAY Régis, « La République expliquée à ma fille », Ed. du Seuil, 1998.

UN A PRIORI SOCIOLOGIQUE

Il consiste à envisager le rapport individu/société selon le modèle de l'individualisme méthodologique complexe qui consacre l'idée d'une « autotranscendance » du social qui « tient dans la coexistence apparemment paradoxale des deux propositions suivantes :

1. Ce sont les individus qui font, ou plutôt « agissent », les phénomènes collectifs (individualisme) ;
2. Les phénomènes collectifs sont (infiniment) plus complexes que les individus qui les ont engendrés, ils n'obéissent qu'à leurs lois propres (auto-organisation).

Tenir ensemble ces deux propositions permet de défendre la thèse de l'autonomie du social – l'autonomie de la société et l'autonomie d'une science de la société, c'est-à-dire sa non réductibilité à la psychologie – tout en restant fidèle à la règle d'or de l'individualisme méthodologique : ne pas faire des êtres collectifs des substances ou des sujets³. »

UN A PRIORI ANTHROPOLOGIQUE

Compatible avec le précédent au sens où il l'englobe, il s'agit du paradigme du don qui oppose la règle sociale primordiale que M. Mauss nomme « la triple obligation de donner, recevoir et rendre⁴ » 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 bien⁵. »

UN A PRIORI ÉPISTÉMOLOGIQUE

Complémentaire aux deux précédents, il consiste en 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-même⁶. ».

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 existence⁷. ».

De ce choix découlent des conséquences éthique et esthétique - essentielles pour la problématique de l'adolescence que nous abordons – 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 agir⁸. ».

³ DUPUY Jean-Pierre, « Introduction aux Sciences sociales – Logique des Phénomènes collectifs », Ed. Ellipses, 1992.

⁴ MAUSS Marcel, « Essai sur le Don », Sociologie et anthropologie, PUF, 1989.

⁵ CAILLE Alain, « Anthropologie du Don – Le tiers Paradigme », Ed. Desclée de Brouwer, 2000.

⁶ PIAGET Jean, « La Construction du réel chez l'enfant », in Paul WATZLAWICK (direction), L'invention de la réalité, Ed. du Seuil, 1988.

⁷ SCHRÖDINGER Erwin, « L'Esprit et la Matière », in Paul WATZLAWICK (direction), L'invention de la réalité, Ed. du Seuil, 1988.

⁸ VON FOERSTER Heinz, « La Construction d'une réalité », in Paul WATZLAWICK (direction), L'invention de la réalité, Ed. du Seuil, 1988.

Dans ce cadre, 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. Dewey⁹, suivant un processus de « compagnonnage intellectuel ».

3. ACTIVITÉS 2010

3.1. BASKET EN LIBERTÉ

- Aspect théorique : il s'agit d'un tournoi de basket de rue organisé sur différentes 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.
- Aspect pratique : quartier par quartier, des jeunes recrutés localement informent et sensibilisent via affiches dans les commerces, maisons de jeunes, clubs sportifs ainsi que par dépôt de flyers dans les boîtes aux lettres.

L'inscription est gratuite et des équipes mixtes de 3 ou 4 joueurs/joueuses sont ainsi formées selon 3 catégories d'âges (8 à 12 ans – 13 à 16 ans – plus de 17 ans).

Parallèlement des jeunes de l'équipe d'animation s'impliquent dans diverses autres activités destinées au chaland : psychomotricité, tennis de table, jeux d'adresse, jeux de table, stands d'information pour les associations locales... Des formations sont aussi proposées.

⁹ 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.

3.2. FESTYSPORTS

- Aspect théorique : 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.
- Aspect pratique : PROMO JEUNES démarche systématiquement au travers de contacts entretenus depuis plus de 15 ans auprès du milieu associatif de jeunesse pour être le promoteur d'initiatives citoyennes locales au sein de la Communauté française, ceci à des prix abordables. Parallèlement un transfert informel de compétences est toujours suggéré et souvent réalisé.

3.3. AMBASSADE DE PRÉVENTION

- Aspect théorique : Il s'agit d'un projet de collaboration avec la STIB qui consiste pour PROMO JEUNES à promouvoir la convivialité quotidienne et la civilité 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. PROMO JEUNES anime/informe 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.
- Aspect pratique : Tout au long de l'année, des jeunes sont formés à aller vers leurs pairs dans une démarche citoyenne qui envisage les problématiques de mobilité, de respect, d'empathie dans l'espace public. Intégrant ainsi l'équipe d'animation, ils se retrouvent par binôme à animer quotidiennement des stands PROMO JEUNES sur le réseau de la STIB où ils provoquent le dialogue et la discussion critique, produisant ainsi du lien social.

3.4. ZOOM JEUNES

- Aspect théorique : Au travers d'un concours annuel pour des jeunes de 15 à 30 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 :
 - o Valoriser et offrir une visibilité aux jeunes qui ont du talent, s'investissent, entreprennent et développent des initiatives.
 - o Relayer la parole de ces jeunes.
 - o Favoriser leur mise en réseau.
 - o Soutenir et accompagner individuellement et collectivement le développement de leurs initiatives.
 - o 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.

Par année, plus de 100 candidatures collectives et individuelles sont 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.

- Aspect pratique : Un appel à candidature est lancé d'avril à octobre, via un site Web interactif, les médias, des mailings au monde associatif, aux écoles ainsi que par des contacts personnalisés et délocalisés. Ces derniers se font notamment grâce aux candidats et lauréats de l'année précédente qui vont présenter le concept dont ils deviennent ainsi les ambassadeurs.

3.5. QUI DIT MIEUX ?

- Aspect théorique : 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 2010 était « l'effacement » (Voir iconographie en **annexe 1**). Outre l'animation de l'exposition, PROMO JEUNES se charge également de l'encadrement collectif des jeunes artistes (moins de 30 ans) tout au long de l'année qui suit l'exposition.
- Aspect pratique : Un appel à candidatures similaire à Zoom Jeunes est lancé en ciblant plus particulièrement les académies et les écoles de l'enseignement artistique. Les créations artistiques et stylistiques sont gardées dans un premier temps dans les locaux de PROMO JEUNES où elles sont soumises à une auto-évaluation croisée effectuée collectivement par les créateurs eux-mêmes avant de faire l'objet d'une seconde évaluation critique posée par un jury d'experts. La sélection qui en résulte est alors proposée au grand public auquel on offre une possibilité d'acquisition.

3.6. LE PROJET « J'EN SAIS PLUS, JE CHOISIS »

- Aspect théorique : 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.
- Aspect pratique : de nombreux jeunes âgés de 15 à 25 ans expriment spontanément, soit auprès des permanents de PROMO JEUNES, soit à l'occasion des différentes activités de PROMO JEUNES, des soucis concernant leur scolarité et plus particulièrement leur orientation scolaire. Des entretiens individuels et collectifs sont alors initiés par l'équipe de PROMO JEUNES.
Avec l'aide de l'équipe et d'un coach professionnel sensibilisé à la problématique de l'orientation scolaire, le jeune mène une réflexion sur sa personnalité, sur ses valeurs et ses compétences. Le coaching va lui permettre de poser un regard objectif sur lui-même, de déceler ses forces et ses faiblesses.

S'ensuivent une recherche documentaire sur les métiers ainsi que des rencontres avec des professionnels. Les objectifs généraux du projet peuvent se résumer ainsi :

- Permettre au jeune de mieux se connaître (connaissance de soi, de ses compétences, de ses ressources inexplorées...)
- Rendre le jeune acteur de son devenir en le stimulant et en mobilisant ses compétences
- Susciter la rencontre entre jeunes de milieux culturels et sociaux divers : faciliter la mixité sociale et culturelle
- Faire acquérir au jeune de nouvelles compétences : rechercher et exploiter l'information, développer son autonomie, ...
- Améliorer l'image de soi du jeune à travers les nombreux échanges avec différents acteurs du projet (équipe PROMO JEUNES, coach, les professionnels, les autres jeunes,...)
- Permettre au jeune d'opérer un choix réfléchi dans son orientation scolaire : affermissement ou remise en question du jeune par rapport à son projet de formation.
- Faire émerger chez les jeunes filles, souvent cantonnées dans certains secteurs professionnels, de nouvelles ambitions
- Susciter une passion ou faire naître des vocations

Tandis que les objectifs opérationnels sont les suivants :

- Offrir aux jeunes des outils afin de susciter une réflexion sur l'avenir professionnel et faciliter la projection des jeunes dans cet avenir
- Faire découvrir et appréhender la réalité socioprofessionnelle d'un métier en favorisant la rencontre des jeunes avec des professionnels sur leur lieu de travail
- A travers ces rencontres et cette « expérience du réel », permettre aux jeunes de confronter leurs représentations aux réalités de terrain d'une profession
- Faire émerger chez certains jeunes, parfois culturellement cantonnés dans certains secteurs professionnels, de nouvelles ambitions par la découverte de nouveaux secteurs et la prise de conscience de leurs capacités

Et enfin, les effets corollaires attendus du projet sont :

- Une meilleure connaissance mutuelle des étudiants et professionnels, levant nombre d'idées préconçues et ayant comme effet une diminution de la discrimination à l'embauche
- Un accès favorisé des jeunes d'origines et milieux défavorisés à des secteurs d'activité diversifiés
- Un rapprochement interculturel et une mixité sociale accrues.

Parallèlement à ce programme global d'activités, certaines opportunités ont été exploitées en 2010, comme :

3.7. PROJET « TRAM 55 – IT'S ME »

- Aspect théorique : PROMO JEUNES a été promoteur d'un partenariat conclu avec la STIB qui a pour objectif de :
 - Lutter contre les incivilités et le vandalisme par la réappropriation positive de l'espace Tram sur la L55.
 - Mobiliser les associations, les habitants, les jeunes des quartiers autour de la Place Verboeckhoven et les conducteurs tram des dépôts de Schaerbeek et de Haren autour d'une série d'actions de nature artistique visant à l'habillage d'un ou plusieurs véhicules tram affectés à la L55.

- Veiller à ce que les actions artistiques soient menées de manière à susciter une interaction positive entre les participants et en les sensibilisant au respect vis-à-vis des personnes, du matériel et des conducteurs dans le cadre de leurs déplacements sur la ligne 55.
- Aspect pratique : PROMO JEUNES a organisé sur le site de la Place Verboeckhoven 6 journées d'ateliers créatifs (Photo/Dessin/Portrait/Ecriture) dédiés aux jeunes proches de la place ou transitant par elle via le tram 55 (Voir iconographie en **annexe 2**).
L'atelier « 55 it's me ! », est un atelier créatif qui propose aux participants/usagers, de se représenter sous forme de silhouette et d'écrire à l'intérieur de celle-ci un message de paix, de désir de rencontre, de présentation amicale aux autres.
L'objectif final est d'habiller/relooker 2 trams de la ligne à partir des productions artistiques réalisées sur place. Cette action est menée en coopération avec la commune de Schaerbeek (service prévention, éducateurs de rue, contrat de quartier ...), le monde associatif local et les écoles avoisinantes.
Ainsi, toute la surface externe du tram 55 devrait être remplie par des silhouettes représentant les habitants du quartier et les usagers, qui de manière personnalisée se représenteront aux autres, avec humour et amitié, en sorte de faire un grand patchwork coloré et festif.
La mise en page des silhouettes est faite par l'artiste Otto, qui est aussi le meneur des ateliers, avec un regard attentif vers le caractère, les formes, les couleurs de chacun, et l'harmonie générale, ceci avec la complicité active des jeunes.

3.8. PROJET DE « CAMPAGNE PÉDAGOGIQUE DE SENSIBILISATION À UNE MOBILITÉ CITOYENNE ET D' ACTIONS POUR UN MEILLEUR USAGE DES TRANSPORTS PUBLICS. »

- Aspect théorique : PROMO JEUNES est le porteur d'une campagne de sensibilisation dont les objectifs seraient les suivants :
 - Sensibiliser 675 élèves (+/- 40 classes) aux enjeux de la mobilité liés à l'environnement et la citoyenneté
 - Favoriser l'usage des transports en commun en adoptant des comportements adéquats et prévenir le vandalisme ;
 - Améliorer la connaissance des élèves sur la gestion des transports publics grâce à des interventions de terrain (en classe, sur le réseau de la STIB, au dépôt de Haren, Delta, autres...);
 - Mettre en pratique ces enseignements par la réalisation d'un concours axé sur la résolution d'énigmes liées au réseau STIB et concrétisée dans une journée découverte « rallye ».
- Aspect pratique : La campagne menée par PROMO JEUNES s'appuie sur la création d'un site Web interactif, l'élaboration d'un dossier pédagogique ainsi que la réalisation d'une valisette informative.

Ces outils sont employés pour effectuer des animations en classe ainsi que pour la formation de jeunes « parrains » parmi le personnel des transports en commun.

4. PERSPECTIVES

Si l'année 2010 a été une année de consolidation des activités de PROMO JEUNES pour les jeunes, 2011 se veut une année de développement d'un programme global de jeunesse dans un esprit de mise en commun et de partage des actions avec les jeunes.

Ainsi l'accent sera mis sur une participation active des jeunes aux projets sous-tendue par une volonté d'implication encore plus grande de leur part.

Cette implication sera facilitée par la présence désormais massive de jeunes au sein des instances dirigeantes de l'association : membres effectifs de l'assemblée générale et administrateurs.

Le programme global d'activités récurrentes (« Basket en Liberté », « Festysports », « Ambassades de prévention et journées associatives », « Zoom Jeunes », « Qui Dit Mieux ? », « J'en sais plus, je choisis ») ne devrait pas changer sur le fond mais bien sur la forme, en stimulant l'interactivité des publics cibles. Une attention particulière sera réservée à une plus grande décentralisation d'actions parfois trop ciblées sur la population de la Région bruxelloise.

5. CONCLUSION

PROMO JEUNES centre ses activités sur un public cible de jeunes dits « inorganisés » qu'il convient de fédérer autour de projets citoyens.

La période 2011-2012 sera consacrée à articuler les activités récurrentes et nouvelles autour des jeunes qui devront les endosser (pour les jeunes), les conceptualiser (avec les jeunes) et les mettre en œuvre (par les jeunes). Tel est le canevas dialectique que propose PROMO JEUNES dans un esprit de service de jeunesse.

L'équipe de PROMO JEUNES asbl
09 mai 2011