

PROMO JEUNES asbl

**Rapport moral
Résumé synthétique**

Année 2013

SOMMAIRE

1.	RAPPEL DE L'OBJET SOCIAL DE PROMO JEUNES	3
2.	DYNAMIQUE D'ACTION DE PROMO JEUNES	3
3.	CADRE THÉORIQUE D'INSCRIPTION DE L'ACTION DE PROMO JEUNES	3
3.1.	Un a priori éthique	3
3.2.	Un a priori sociologique.....	4
3.3.	Un a priori anthropologique.....	4
3.4.	Un a priori épistémologique.....	4
4.	OBJECTIFS INITIAUX LIÉS À L'OBTENTION DE L'AGRÉMENT.....	5
4.1.	Basket en Liberté	5
4.1.1.	Aspect théorique	5
4.1.2.	Aspect pratique.....	5
4.2.	Festysports	5
4.2.1.	Aspect théorique	5
4.2.2.	Aspect pratique.....	6
4.3.	Zoom Jeunes.....	6
4.3.1.	Aspect théorique	6
4.3.2.	Aspect pratique.....	6
4.4.	Qui Dit Mieux ?.....	6
4.4.1.	Aspect théorique	6
4.4.2.	Aspect pratique.....	7
5.	ACTIVITÉS MENÉES EN 2013.....	7
5.1.	Basket en Liberté	7
5.2.	Festysports	8
5.3.	Zoom Jeunes.....	9
5.4.	Qui Dit Mieux ?.....	9
5.5.	« Campagne pédagogique de sensibilisation à une mobilité citoyenne et d'actions pour un meilleur usage des transports publics » - RBC.....	10
5.5.1.	Aspect théorique	10
5.5.2.	Aspect pratique.....	10
5.6.	Ambassade de prévention – RBC.....	10
5.6.1.	Objectifs.....	11
5.6.2.	Moyens	11
5.6.3.	Idée directrice	11
5.6.4.	Motivation	11
5.6.5.	A propos du titre : « Bon voyage ! »	12
5.6.6.	De manière pratique	12
5.7.	« J'en sais plus, je choisis ».....	12
5.7.1.	Aspect théorique	12
5.7.2.	Aspect pratique.....	13
6.	MOYENS DÉVELOPPÉS – PRINCIPES DIRECTEURS	14
7.	CONCLUSIONS ET PERSPECTIVES.....	17

1. RAPPEL DE L'OBJET SOCIAL DE PROMO JEUNES

L'association, reconnue en Secteur Jeunesse, 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, depuis plus de 20 ans, au travers **d'activités à caractère socioculturel, socio-éducatif, socio-sportif, ludique, festif, etc.**

2. DYNAMIQUE D'ACTION DE PROMO JEUNES

En tant que Groupement de Jeunesse, PROMO JEUNES s'inscrit pleinement dans une politique « progressiste » de Jeunesse dont les principes et objectifs consistent à :

- Soutenir la capacité d'action et d'engagement solidaire des jeunes ;
- Reconnaître la diversité des compétences des jeunes et les valoriser ;
- Réduire les inégalités socioéconomiques et prévenir leur impact sur le parcours des jeunes ;
- Offrir aux jeunes les meilleures conditions pour s'orienter au niveau scolaire et professionnel ;
- Permettre aux jeunes en phase d'expérimentation et de transition d'accéder à l'autonomie en leur offrant les meilleures articulations entre le monde scolaire, la société active et le monde professionnel ;
- Stimuler la sensibilisation aux divers enjeux de société (environnementaux, sociaux, économiques, de citoyenneté, culturels,...) par et à destination des jeunes ;
- Prendre en considération les spécificités du milieu de vie des jeunes et mobiliser les acteurs au niveau territorial le plus adéquat ;
- Valoriser l'image des jeunes et leurs actions citoyennes.

La notion « progressiste » implique qu'il faille envisager notre action non « comme palliative, qui accompagne les changements dictés par le capitalisme financier en tentant d'en adoucir les effets dévastateurs »¹ mais comme porteuse d'une pensée critique susceptible d'agir sur les désirs humains « socialement institués » par la culture.

3. CADRE THÉORIQUE D'INSCRIPTION DE L'ACTION DE PROMO JEUNES

Son socle axiomatique repose sur 4 a priori.

Il s'agit là d'un choix de société mûrement réfléchi et explicitement assumé.

3.1. UN A PRIORI ETHIQUE

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

¹ SUPIOT Alain, in préface à Trentin Bruno, « La cité du travail – Le Fordisme et la gauche », Ed. Fayard, 2012

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'autorité. »²

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, non »³.

3.2. 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 sujets. »⁴

3.3. 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 rendre »⁵ 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 bien. »⁶

3.4. UN A PRIORI EPISTEMOLOGIQUE

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-même. »⁷

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 existence. »⁸

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 agir. »⁹

² « Morale agnostique et Médecine des catastrophes », in Ethique et Médecine des catastrophes, Ed. du Conseil de l'Europe, 2002.

³ DEBRAY Régis, « La République expliquée à ma fille », Ed. du Seuil, 1998.

⁴ DUPUY Jean-Pierre, « Introduction aux Sciences sociales – Logique des Phénomènes collectifs », Ed. Ellipses, 1992.

⁵ MAUSS Marcel, « Essai sur le Don », Sociologie et anthropologie, PUF, 1989.

⁶ CAILLÉ Alain, « Anthropologie du Don – Le tiers Paradigme », Ed. Desclée de Brouwer, 2000.

⁷ PIAGET Jean, « La Construction du réel chez l'enfant », in Paul WATZLAWICK (direction), L'invention de la réalité, Ed. du Seuil, 1988.

⁸ SCHRÖDINGER Erwin, « L'Esprit et la Matière », in Paul WATZLAWICK (direction), L'invention de la réalité, Ed. du Seuil, 1988.

⁹ VON FOERSTER Heinz, « La Construction d'une réalité », in Paul WATZLAWICK (direction), L'invention de la réalité, Ed. du Seuil, 1988.

4. OBJECTIFS INITIAUX LIÉS À L'OBTENTION DE L'AGRÉMENT

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

Cette fédération s'est traduite, depuis la création de l'ASBL, dans une série d'activités qui reflètent au mieux les lignes directrices de l'association et qu'on peut résumer ainsi :

- Promotion de l'acte créateur ;
- Défense des médiations ;
- Préservation d'un espace de confrontation ;
- Primauté assumée de l'interaction relationnelle et de la reliance.

Le projet 2013-2014 consistait à englober dans l'Agrément le programme entier des activités récurrentes de PROMO JEUNES, à savoir non seulement les opérations « Zoom Jeunes » et « Qui Dit Mieux ? » mais également les animations/formations socio-sportives et ludo-citoyennes c'est-à-dire « Basket en Liberté » et « Festysports ».

Cette inclusion ne devait rien changer sur le fond mais bien sur la forme, en stimulant l'interactivité des publics concernés. Une attention particulière a été réservée à une plus grande décentralisation d'actions parfois trop ciblées sur la population de la Région bruxelloise, en visant plus particulièrement les Provinces de Liège et de Hainaut, de sorte qu'à terme, un ratio de 50 % RBC/Wallonie soit atteint tant au niveau territorial d'action que de provenance géographique des participants.

A titre de rappel, voici une description succincte des activités projetées en 2013, dans le cadre d'une convention bisannuelle (2013-2014) :

4.1. BASKET EN LIBERTÉ

4.1.1. ASPECT THÉORIQUE

Il s'agit d'un tournoi de basket de rue organisé sur différentes communes de Bruxelles et de Wallonie, 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.

4.1.2. 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.

4.2. FESTYSPORTS

4.2.1. 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.

4.2.2. ASPECT PRATIQUE

PROMO JEUNES démarche systématiquement au travers de contacts entretenus depuis plus de 20 ans auprès du milieu associatif de jeunesse pour être le promoteur d'initiatives citoyennes locales au sein de la Fédération Wallonie-Bruxelles, ceci à des prix abordables.

Parallèlement un transfert informel de compétences est toujours suggéré et souvent réalisé.

4.3. ZOOM JEUNES

4.3.1. ASPECT THÉORIQUE

Au travers d'un appel à proposition 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 :

- 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, tant individuellement que 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.

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 comptable.

4.3.2. ASPECT PRATIQUE

Un appel à candidature est lancé de manière récurrente tout au long de l'année, 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 participants de l'année précédente qui vont présenter le concept dont ils deviennent ainsi les ambassadeurs.

Un événement de clôture festif de présentation est programmé à l'issue de chaque année civile pour les 2 sessions, ceci dans un lieu emblématique de FWB.

4.4. QUI DIT MIEUX ?

4.4.1. ASPECT THÉORIQUE

Il s'agit d'offrir à de jeunes artistes plasticiens (peinture, sculpture, photos, bandes dessinées, images,...) une vitrine ouverte comprenant l'exposition des œuvres retenues dans des lieux culturels de prestige et leur mise en vente ludique. Le thème proposé pour 2013 était « Ruptures », auquel succédera en 2014 celui de « Fenêtres ».

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.

4.4.2. 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, tout au long d'une itinérance de 6 mois en FWB.

5. ACTIVITÉS MENÉES EN 2013

5.1. BASKET EN LIBERTÉ

Le programme 2013 a porté sur 21 organisations réparties sur la RBC et la Région de Charleroi :

PROMO Jeunes **festysports**

Charleroi Bruxelles

23^{ème} Edition

BASKET EN LIBERTÉ

3X3 - HOTSHOT - DUNK CONTEST - OPEN MIC

FINALE : STADE VANDER PUTTEN

BLD DE L' ABATTOIR 51 1000 BRUXELLES TRAMS 82 ET 51 ARRÊT "ARTS ET METIERS"

07.09.13

CHARLEROI	BRUXELLES
JUILLET	JUILLET
03 > CHATELNEAU > PLACE WILSON	CITE DE L'AMITIE < WOLUWE-ST-PIERRE < 01
10 > ERQUELINES > PLACE COMMUNALE	PARC DU PETERBOS < ANDERLECHT < 08
17 > FARDIENNES LOUAT > PARC DES CAYATS	PLACE LEHON < SCHAERBEEK < 15
24 > PONT-A-CELLES ARSENAL > PLACE DE LA FORGE	QUARTIER DE VERSAILLE < NEDER-OVER-HEEMBEEK < 22
31 > FONTAINE-L'ÉVEQUE > CITE DES OISEAUX	PLACE DU NOUVEAU MARCHÉ AUX GRAINS < BRUXELLES < 29
AOUT	AOUT
07 > LAMBUSART > CITE CRAPPE	PLACE WILLEMS < LAEKEN < 05
10 > THUIN > JOURNÉE DÉFI	DERRIÈRE LE COMPLEXE SPORTIF < GANSHOREN < 12
14 > FARDIENNES > CITE DE BROUKERE	RUE JB DECOCK < MOLENBEEK < 19
21 > THUIN > PLACE DU CHAPITRE	PLACE ST-DENIS < FOREST < 26
28 > FARDIENNES > GRAND PLACE	PLACE MORICHAR < ST GILLES < 30

★ ★ FAIR-PLAY ★ ★

PARTICIPATION GRATUITE
INSCRIPTION DE 11H00 À 13H00
MATCHES DE 14H00 À 17H00
ÉQUIPES MIXTES DE 3 OU 4 JOUEURS
CATÉGORIES D'ÂGE 8-12 / 13-16 / 17 ANS ET PLUS

Infos : 02.219.65.48 www.promojeunes-asbl.be

Une initiative de Promo Jeunes asbl avec le soutien du Ministère de la Région wallonne, de la Région wallonne, de la Région de Bruxelles-Capitale et de la COCOF. Editeur responsable: Bernard Burme - 05, Rue Saint-Sébastien Doreux - 1080 Bruxelles. Conception graphique: www.graphismart.com

A titre indicatif, le nombre moyen de participants par activité est de 90, soit +/- 2.000 jeunes au total.

Une documentation exhaustive est disponible au siège administratif de l'association.

5.2. FESTYSPORTS

Il s'agit là d'activités plus ponctuelles soit que PROMO JEUNES réalise en solo, soit à l'organisation, la mise en place sur le terrain et l'animation desquelles PROMO JEUNES participe activement, conjointement à d'autres partenaires associatifs ou publics.

Date	Activité socio-sportive	Organisateur (éventuellement en collaboration)	Nombre de participants
01/01-30/06/13	Initiation basket	Antirides – Bruxelles	380
18-20/04/13	Initiation multi-sports	Quick / Château La Hulpe	330
21/04/13	10 km ULB	Ecole de Sports ULB	1.800
18/05/13	Initiation basket	BXL-Environnement / IBGE	88
01/06/13	Initiation multi-sports	Ixelles – Sans souci	46
24/06/13	Initiation basket	Wolu Sport – Allez les gosses	160
29/06/13	Urban Street Dance	Saint-Gilles – Morichar	150
05/07/13	Inauguration place – Multi-sports	Saint-Gilles – Bethléem	250
09/07/13	Initiation multi-sports	Saint-Gilles – Bethléem	300
16/07/13	Initiation multi-sports	Saint-Gilles – Bethléem	300
18/07/13	Animation multi-sports	Charleroi – Parc Hiernaux	250
23/07/13	Initiation multi-sports	Saint-Gilles – Jacques Franck	350
25/07/13	Animation multi-sports	Charleroi – Parc Hiernaux	250
29-31/7 + 1-2/8	Stage multi-sports Atouts Jeunes	Molenbeek – Quatre Vents	50
30/07/13	Initiation multi-sports	Saint-Gilles – Jacques Franck	280
01/08/13	Animation multi-sports	Charleroi – Parc Hiernaux	250
06/08/13	Initiation multi-sports	Saint-Gilles – Jacques Franck	350
08/08/13	Animation multi-sports	Charleroi – Parc Hiernaux	250
13/08/13	Initiation multi-sports	Saint-Gilles – Morichar	350
20/08/13	Initiation multi-sports	Saint-Gilles – Morichar	350
27/08/13	Initiation multi-sports	Saint-Gilles – Morichar	350
30/08/13	Initiation multi-sports	Saint-Gilles – Morichar	350
03/09/13	Initiation multi-sports	Atouts Jeunes asbl – Molenbeek	39
22/09/13	IRIS multi-sports	Etterbeek – Cinquantenaire	196
23/10/13	Handisport	Province Hainaut – La Louvière	65
13/11/13	Festival Respect – Basket-ball	Bruxelles - Monnaie	250
27/11/13	Handisport	Province Hainaut – Mons	58

Ce type d'activités a donc compté 38 journées dont 29 en RBC et 9 en Région wallonne qui ont rassemblé +/- 7.500 jeunes participants.

Une iconographie globale des activités Basket en Liberté et Festysports est consultable dans les locaux de l'association.

5.3. ZOOM JEUNES

En ce qui concerne les modalités pratico-logistiques de l'édition 2013, on peut retenir quelques éléments probants :

- 43 projets inscrits représentant 64 personnes ;
- 39 projets défendus en entretiens de motivation ;
- 20 projets acceptés ;
- 62 entretiens personnels ou pléniers (en fonction du caractère collectif du projet) de suivi effectués ;
- 21 ateliers collectifs organisés ;
- Assistance moyenne par atelier : 11,5 personnes représentant globalement 85 % des projets acceptés ;
- La répartition par genre : 50 % M / 50 % F ;
- La distribution géographique (en %) : RBC 57 %, Hainaut 15 %, Liège 13 %, Brabant 10 %, Namur 5 %.

Pour une appréciation exhaustive de l'opération « Zoom Jeunes » 2013, il convient de se référer au Rapport d'activités et de résultats, à disposition au secrétariat de l'association.

5.4. QUI DIT MIEUX ?

Près de 100 jeunes de tous les horizons et de tous les milieux, âgés de 15 à 30 ans, ont participé au projet et ont proposé des œuvres de diverses disciplines artistiques (peinture, photographie, sculpture, etc.).

Les âges des participants sont assez bien distribués autour d'une moyenne qui se situe à 22 ans.

Après une auto-évaluation menée entre pairs, 53 artistes ont été retenus pour présentation au jury.

La répartition par genre a révélé 32 % de participants masculins pour 68 % de candidates.

La distribution géographique du contingent 2013 indiquait 47 % pour la RBC, 26 % pour le Hainaut, 20 % pour le Brabant et 7 % pour Liège.

Après la sélection du jury, près de 25 artistes ont été sélectionnés pour exposer leurs créations du 27 au 30 mai 2013 au Théâtre Marni à Ixelles et du 20 juin au 02 juillet à la Maison de l'Adolescent de Charleroi.

On a dénombré près de 550 visiteurs lors des soirées de vernissage. 50% des œuvres ont trouvé acquéreur auprès du public, aux conditions de l'artiste.

Concernant la fréquentation de l'exposition, nous estimons qu'elle avoisine les 1.000 visiteurs, répartis sur Bruxelles et Charleroi. C'est un très beau succès qui se confirme d'année en année.

Par ailleurs, en collaboration avec « Philomène » asbl, nous avons organisé de nombreux ateliers philosophiques avec plusieurs écoles :

- Lundi 27/05 de 9h30 à 11h00 : 6^e primaire, Ecole Emile André ;
- Lundi 27/05 de 13h30 à 15h00 : 6^e primaire, Ecole Tivoli ;
- Mardi 28/05 de 9h30 à 11h00 : 6^e primaire, Ecole Emile André ;
- Mardi 28/05 de 13h30 à 15 h00 : 5^e primaire, Ecole Emile André ;
- Mercredi 29/05 de 10h00 à 11h30 : 3^e primaire, Ecole de la Sapinière, Boitsfort ;
- Jeudi 30/05 de 10h00 à 12h00 : BAC 3, enseignement supérieur, section psychopédagogie, HEFF.

Ces animations ont reçu un accueil enthousiaste de la part des jeunes élèves/étudiants dont on peut estimer le nombre à +/- 150.

Pour plus de détails relatifs à ce projet, il est loisible de se reporter au Rapport spécifique d'activités et de résultats 2013, à consulter également au siège de PROMO JEUNES.

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

5.5.1. ASPECT THÉORIQUE

PROMO JEUNES est le porteur d'une campagne de sensibilisation dont les objectifs sont les suivants :

- sensibiliser 1.500 élèves (+/- 80 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 ayant pour thème la mobilité, la citoyenneté et le réseau de la STIB.

Ce concours doit être adapté aux niveaux et compétences des classes participantes (primaire, secondaire, enseignement spécialisé) et a pour finalité de concrétiser les apprentissages des élèves, leur implication dans une mobilité responsable et le transport public et participer à véhiculer une image attractive du transport public et de la STIB ;

- prévoir l'organisation d'une journée festive et éducative permettant aux élèves et professeurs participants de se rencontrer et d'échanger leurs expériences.

5.5.2. 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.

Concrètement, PROMO JEUNES met ainsi en œuvre pour une année scolaire et de manière chronologique les actions suivantes :

- la coordination générale de l'opération ;
- la création, l'animation, la mise à jour du site Web ;
- les démarches et le suivi des relations administratives avec les écoles et autorités publiques ;
- la configuration du dossier pédagogique destiné à l'enseignement primaire, secondaire et spécialisé ;
- la confection d'une « valisette » informative en collaboration avec la STIB ;
- les animations en classe ;
- la préparation cognitive du concours, concomitante des animations ;
- l'encadrement des parcours sur le réseau STIB ;
- la formation des jeunes agents de la STIB dans le cadre du parrainage ;
- la réalisation d'un concours ayant pour thème la mobilité, la citoyenneté et le réseau de la STIB.

5.6. AMBASSADE DE PRÉVENTION – RBC

Il s'agit pour PROMO JEUNES d'assurer une permanence proactive de contact et d'orientation sociale du public jeune ainsi que de sensibilisation à une mobilité citoyenne et au respect dans le cadre du transport public à raison de 2 demi-journées par semaine (4 h les mercredis et vendredis) pour le dispositif en surface et de 3 demi-journées par semaine (4 h les lundis, mardis et jeudis) pour le réseau souterrain (métro).

5.6.1. OBJECTIFS

- Assurer une présence sociale sur le réseau de la STIB en assumant une permanence dans le voisinage des arrêts en surface ;
- Inciter les agents de la STIB à adopter un comportement à caractère social proactif et une méthodologie plutôt axée sur l'écoute du jeune et l'échange participatif que sur l'application stricto sensu du règlement ;
- Travailler sur le terrain, aller à la rencontre des jeunes et familles dans leur milieu de vie, ceci de manière proactive ;
- Etablir des partenariats visibles avec des acteurs de terrain locaux et favoriser leur mise en réseau (associations à caractère social, écoles, PMS, centres sportifs...) afin de toucher un public plus large en pouvant répondre à des demandes sortant de notre domaine de compétence tout en réorientant les personnes vers des services plus appropriés.

5.6.2. MOYENS

- Afin de remplir au mieux ces objectifs, PROMO JEUNES met à disposition du projet toute son expertise en matière de jeunesse ainsi que les outils dont elle dispose (outils d'information appropriés, lieu d'accueil, outils de communication adaptés au public jeune, lieux d'accueil de seconde ligne plus spécifiques, connaissance du tissu associatif bruxellois, etc.).

Afin de nouer un lien convivial significatif avec et entre les jeunes usagers des transports en commun, PROMO JEUNES a imaginé d'organiser, au cours de cette permanence itinérante de contact, une « animation philo-photo », ceci deux fois par semaine.

Voici les contours et principes de ce projet baptisé « Bon voyage ! » :

5.6.3. IDÉE DIRECTRICE

A travers cette animation, nous voudrions pouvoir faire réfléchir les jeunes sur eux-mêmes et sur les autres en partant de la notion de voyage. En les menant à se poser les questions suivantes : « Que signifie le voyage pour moi ? », « Que peut signifier le voyage pour d'autres personnes différentes de moi ? » ou « Est-ce qu'un trajet effectué avec la STIB est un voyage, et pourquoi ? » mais aussi « Est-ce que tout trajet implique d'être un voyage ? », « Est-ce que tout voyage comprend un trajet ? » ; l'idée serait de faire prendre conscience aux jeunes des enjeux de la mobilité, de leur identité, de leur place, ainsi que de leur différence avec d'autres usagers de la STIB, et simplement, avec d'autres citoyens. Le projet serait aussi de rapprocher la pensée et le voyage, en conduisant les jeunes à réfléchir au « voyage dans la pensée » dans lequel ils sont plongés quand ils se trouvent dans le bus ou le métro.

5.6.4. MOTIVATION

Nous nous sommes dit que partir de la notion de « voyage » était propice à l'amorce d'une réflexion vraiment philosophique, car elle permettait de diriger le débat vers une réflexion sur soi : ce qui est important, ce qui ne l'est pas, ce que l'on attend, ce que l'on exige, ce que l'on craint, sur le pourquoi de ces idées ou préjugés ; et sur les autres : est-ce que ce qui est important pour moi l'est pour quelqu'un d'autre ? Est-ce que mes attentes, est-ce que mes peurs sont les mêmes que celles des autres ? Si non, quelles pourraient être les attentes ou les peurs de quelqu'un d'autre ? En plus de permettre une réflexion proprement philosophique, il nous a semblé que ce point de départ était aussi relativement en accord avec la perspective « stibienne » demandant d'animer des réflexions touchant à la mobilité, à la citoyenneté, et à la civilité.

5.6.5. A PROPOS DU TITRE : « BON VOYAGE ! »

Un « voyage », c'est le nom officiel – donné par la Stib, et ce même sur les cartes à pointer ! – d'un trajet effectué d'un point A à un point B. Nous avons envie d'utiliser l'accroche « Bon voyage ! » car mise dans le contexte de la STIB, elle a quelque chose d'assez ironique, ou provocant. Il est clair qu'à première vue, le trajet vers l'école ou vers l'entraînement de foot n'a rien d'un voyage : il s'inscrit dans une routine huilée et, en soi, la plupart de ses usagers n'ont pas vraiment choisi ni eu envie de « voyager » avec la Stib – il s'agit plus d'une question de nécessité. Ce départ déstabilisant permettra d'enclencher le débat sur la STIB, sur les mille ennuis qui font qu'un trajet avec la STIB ne correspond pas à l'idée que l'on se fait d'un voyage ; mais aussi d'arriver à ce que les jeunes osent démarrer dans leur réflexion sur le voyage en général, sur eux et sur leur avis sur les autres. L'idée, avec l'accroche « Bon voyage ! », est donc d'utiliser quelque chose que l'on n'interroge pas a priori pour faire penser et parler.

5.6.6. DE MANIÈRE PRATIQUE

5.6.6.1. PREMIER VOLET

L'animation consistera en un jeu, du genre jeu de société, dont le support serait une carte du réseau de la STIB. Cette carte serait placée sur une table et, éventuellement, sortirait d'une grande valise. Chacun évoluerait sur ce plateau-réseau à l'aide d'un pion et voyagerait de station en station. Selon les cases, il serait amené à piocher différents types de cartes (qui seraient des fausses cartes de tram). Ces cartes leur proposeraient de répondre à une question (du genre : par quels transports voyages-tu le plus souvent ? Qu'est-ce qui est le plus important : que le métro arrive à l'heure ou qu'il ne soit pas trop bondé ? Est-ce que tu préfères le tram, le bus ou le métro – pourquoi ? Avec quel « bagage » voyages-tu ?). Il y aurait aussi des questions qui partiraient d'objets : différentes sortes de bagages, différents bouquins, des citations sur le voyage. Une idée à développer serait aussi de les amener, à un certain stade du jeu, à chaque fois qu'ils changent de ligne par exemple, à piocher un autre type de carte qu'ils garderaient un certain temps et qui définirait un profil-type d'utilisateur à la place duquel ils devraient répondre (du genre : une maman avec une poussette, un handicapé, une vieille dame, un petit garçon de 8 ans, un Noir,...). Ce jeu devrait les amener à cette pensée : « Mon voyage, c'est... »

5.6.6.2. DEUXIÈME VOLET

« Dévalise-toi ! » : Il serait proposé à chaque jeune, à l'issue de ce jeu, de se dévaliser en racontant son voyage : faire une photo de lui où il mettrait en place son « portrait de voyageur ». Pour la réalisation de cette photo (il faut encore réfléchir à la base de celle-ci : la silhouette du jeune ? Le jeune saluant de la main ?), celui-ci aurait la possibilité de choisir des éléments qui racontent sa vision du lien entre lui, le monde et la STIB (bagage, I-pod, livres, stations habituelles, des éléments qui racontent son expérience particulière). Une éventualité à discuter est de proposer d'intégrer du texte à cette photo. L'idée serait, après chaque atelier, de réaliser un patchwork avec les photos des différents participants et de le conserver sur les murs du bus de Prévention.

5.7. « J'EN SAIS PLUS, JE CHOISIS »

5.7.1. 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.

5.7.2. 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 ;
- à 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 accrus.

6. MOYENS DÉVELOPPÉS – PRINCIPES DIRECTEURS

Une série de principes directeurs guident le cheminement des équipes de PROMO JEUNES dans la mise en œuvre de l'ensemble des activités décrites ci-avant.

En voici l'expression la plus achevée :

- Considérer l'autonomie non comme une indépendance absolue – souvent miroir d'une dépendance obsessionnelle – mais plutôt comme la résultante d'une multiplicité assumée de diverses dépendances ;
- Suivre un fil conducteur général qui privilégie l'agir sur le faire, le faire sur l'être et l'être sur l'avoir ;
- S'inscrire plus dans le champ du donner/rendre (générosité/réciprocité) que dans celui du donner/recevoir (générosité/pouvoir) ou, pour le dire autrement, préférer le « don agonistique » (donner pour que l'autre donne) ou le « don rituel » (donner pour que l'autre rende) aux « don pur » (donner pour que l'autre reçoive – sollicitude) et « don hiérarchique » (donner ce que l'autre ne peut donner – autorité) ;
- Accorder une préférence aux activités autonomes par rapport aux hétéronomes en se rappelant les enseignements d'Ivan Illich, relayés par Jean-Pierre Dupuy, qui établissent que :
« Toute valeur d'usage peut être produite de deux façons, en mettant en œuvre deux modes de production : un mode *autonome* et un mode *hétéronome*. Ainsi, on peut apprendre en s'éveillant aux choses de la vie dans un milieu rempli de sens ; on peut aussi recevoir de l'éducation de la part d'un professeur payé pour cela. On peut se maintenir en bonne santé en menant une vie saine, hygiénique ; on peut aussi recevoir des soins de la part d'un thérapeute professionnel. On peut avoir un rapport à l'espace que l'on habite fondé sur des déplacements à faible vitesse : marche, bicyclette ; on peut aussi avoir un rapport instrumental à l'espace, le but étant de le franchir, de l'annuler, le plus rapidement possible, transporté par des engins à moteur. On peut rendre *service* à quelqu'un qui vous demande de l'aide ; on peut lui répondre : il y a des *services* pour cela.
Contrairement à ce que produit le mode hétéronome de production, ce que produit le mode autonome ne peut en général être mesuré, évalué, comparé, additionné à d'autres valeurs. Les valeurs d'usage produites par le mode autonome échappent à l'emprise de l'économiste ou du comptable national. Il ne s'agit certes pas de dire que le mode hétéronome est un mal en soi, loin de là. Mais la grande question qu'Illich eut le mérite de poser est celle de l'articulation entre les deux modes. Il ne s'agit pas de nier que la production hétéronome peut vivifier intensément les capacités autonomes de production de valeurs d'usage.
Simplement, l'hétéronomie n'est ici qu'un *détour de production* au service d'une fin qu'il ne faut pas perdre de vue : l'autonomie. Or l'hypothèse d'Illich est que la "synergie positive" entre les deux modes n'est possible que dans certaines conditions très précises. Passés certains *seuils* critiques de développement, la production hétéronome engendre une complète réorganisation du milieu physique, institutionnel et symbolique, telle que les capacités autonomes sont paralysées. Se met alors en place ce cercle vicieux divergent qu'Illich a nommé *contreproductivité*. L'appauvrissement des liens qui unissent l'homme à lui-même, aux autres et au monde devient un puissant générateur de demande de substituts hétéronomes, qui permettent de survivre dans un monde de plus en plus aliénant, tout en renforçant les conditions qui les rendent nécessaires. Résultat paradoxal : passés les seuils critiques, plus la production hétéronome croît, plus elle devient un obstacle à la réalisation des objectifs mêmes qu'elle est censée servir : la médecine corrompt la santé, l'école bêtifie, le transport immobilise, les communications rendent sourd et muet, les flux d'information détruisent le sens, le recours à l'énergie fossile, qui réactualise le dynamisme de la vie passée, menace de détruire toute vie future et, *last but not least*, l'alimentation industrielle se transforme en poison. »¹⁰
- Soutenir la primauté d'une rationalité éthique ou sociale sur une rationalité utilitaire ou instrumentale ;
- Et donc susciter la promotion d'un « homo symbolicus » plutôt que d'un « homo oeconomicus » ;

¹⁰ DUPUY Jean-Pierre, « Pour un catastrophisme éclairé », Ed. du Seuil, 2002

- Favoriser les processus d'émancipation au détriment de ceux de réification ou d'autoréification ;
- Eviter la dérive potentielle de tout projet, quand les moyens de sa mise en œuvre en viennent à insidieusement en subvertir les fins ;
- Toujours choisir l'ouverture des possibles et l'accroissement systémique des compétences plutôt que le réductionnisme compétitif et la valorisation de la performance ;
- Et dans ce droit fil, promouvoir un interactionnisme éducatif plutôt qu'une méritocratie compétitive, en envisageant cette coéducation « comme une expérience transactionnelle, un *give and take* réciproque, un partage d'expériences et de significations ». ¹¹
- Magnifier l'égalité en tant que dynamique d'action et non finalité indépassable. En effet, « La raison commence là où cessent les discours ordonnés à la fin d'avoir raison, là où est reconnue l'égalité : non pas une égalité décrétée par loi ou par force, non pas une égalité reçue passivement, mais une égalité en acte, *vérifiée* à chaque pas de ces marcheurs qui, dans leur révolution sans fin autour de la vérité, trouvent les phrases propres à se faire comprendre des autres. Il faut donc retourner les questions des rieurs. Comment, demandent-ils, une chose comme l'égalité des intelligences est-elle pensable ? Et comment son opinion pourrait-elle s'installer sans provoquer le désordre de la société ? Il faut demander à l'inverse comment l'intelligence est possible sans égalité ? L'intelligence n'est pas puissance de comprendre qui se chargerait elle-même de comparer son savoir à son objet. Elle est puissance de se faire comprendre qui passe par la vérification de l'autre. Et seul l'égal comprend l'égal. *Egalité* et *intelligence* sont termes synonymes, tout comme *raison* et *volonté*. Cette synonymie qui fonde la capacité intellectuelle de chaque homme est aussi celle qui rend une société en général possible. L'égalité des intelligences est le lien commun du genre humain, la condition nécessaire et suffisante pour qu'une société d'hommes existe. » ¹² ;
- Considérer le travail comme l'expression d'un désir (A. Negri) plutôt qu'en tant que valeur inconditionnelle ;
- Faire prévaloir le conflit qui enrichit sur le consensus qui abêtit, en prônant une « communication raisonnable [qui] se fonde sur l'égalité entre l'estime de soi et l'estime des autres [et qui ainsi] travaille à la vérification continue de cette égalité. » ¹³ ;
- Mettre l'accent sur l'espace de vie et de sens plutôt que sur le souci de soi narcissique ; en insistant, à l'instar de J. Rancière sur le fait que « L'important est de construire l'espace où on est plutôt que de construire qui on est. Personnellement j'ai toujours pensé, c'est mon vieux fond sartrien, qu'on est d'abord ce qu'on fait. On se donne des choses à faire, plutôt que de définir le type de soi qu'on veut adopter. » ¹⁴
- Encourager de manière opiniâtre le « médiat », c'est-à-dire la parole propre à l'humain face à la tyrannie moderne de l'immédiat, propre au consumérisme ambiant. Ceci est bien illustré par Jean-Pierre Lebrun : « Notre spécificité d'êtres de parole nous impose de renoncer à l'immédiat. Nous sommes contraints d'en passer par le médiat, par le négatif, par l'absence qu'implique le détour du système langagier. Or, la nouveauté à laquelle nous sommes – bon gré, mal gré – confrontés via la société néolibérale, c'est que le discours social n'atteste plus de ce que la condition d'être parlant suppose, à savoir cette contrainte de perdre l'immédiat. Prenons-en quelques exemples au hasard : lorsque le marché offre sa panoplie toujours croissante d'objets à consommer, il devient de moins en moins acceptable que l'insatisfaction structurelle qui marque toujours le sujet de la parole soit encore de mise. Se renforce plutôt la tendance à revendiquer – selon la formule bien connue – le « tout et tout de suite ». Lorsque le droit se veut « science juridique » qui se contente d'enregistrer les pratiques, il renonce implicitement à se référer à des valeurs ; en laissant dominer l'idée qu'il suffit de parvenir à concilier des intérêts singuliers pour assurer le lien social, il évite d'en encore signifier la part que chacun doit perdre pour vivre ensemble. » ¹⁵ ;

¹¹ CHANIAL Philippe, « La sociologie comme philosophie politique et réciproquement », Ed. La Découverte, 2011

¹² RANCIERE Jacques, « Le Maître ignorant », Ed. A. Fayard, 1987.

¹³ RANCIERE Jacques, op. cit.

¹⁴ RANCIERE Jacques, « La méthode de l'égalité », Ed. Bayard, 2012.

¹⁵ LEBRUN Jean-Pierre, in le journal La Libre Belgique du 24/11/2008

- Dans cette optique, promouvoir l'acte créateur du jeune qui engendre une « œuvre » dont la finalité ultime est de donner à voir (ou à entendre, toucher, sentir,...) tout en constituant « un langage pour dire l'indicible » ou une manière de faire « devenir visible un invisible ». (Goethe)
- A cet effet, défendre obstinément l'existence des médiations battues en brèches par la société postmoderne car à notre sens, « ... il faut des médiations : on ne vient pas au monde sans passé et l'on ne peut parler à quiconque – pas même à soi-même – sans accéder aux langages. Aucun enfant, aucun adolescent, aucun adulte ne peut entrer dans l'expérience artistique sans se saisir de ce que les humains ont tenté d'élaborer avant lui. Grâce à la rencontre des œuvres, il parvient, en revanche, à relier son expérience singulière à une universalité qui s'ébauche. Et c'est là, en cet écho étrange, que naissent parfois de nouvelles œuvres. Nous bricolons ainsi avec des vestiges, nous faisons du vivant avec des vieux fossiles, en des arrangements improbables où nous trouvons un peu de jouissance que nous nommons « création ». Enfin, il faut que nous réapprenions sans cesse à métaboliser nos pulsions. L'expérience culturelle a, en effet, cette extraordinaire caractéristique de pouvoir se partager sans s'épuiser. Au contraire de la compulsion consommatoire, elle ne fait pas disparaître les richesses qu'elle met en circulation, mais les multiplie.

Or c'est bien là l'enjeu : nous ne ferons régresser le caprice mondialisé dévastateur que si nous parvenons à offrir à nos contemporains des jouissances qui ne soient pas pillage. C'est pourquoi le défi écologique est inséparable de l'effort incessant pour capillariser l'expérience artistique, et cela bien au-delà des institutions culturelles.

Il nous faut aussi permettre à l'éducation populaire de multiplier les partenariats avec les artistes et de proposer des activités culturelles de haut niveau sur tous les territoires. Tisser obstinément des liens entre les pratiques professionnelles et amateurs, favoriser les rencontres les plus imprévues entre les genres et les cultures... Bref faire en sorte que l'expérience artistique – fabuleuse par nature – ne soit plus réservée à ceux qui en connaissent les codes à l'avance. L'enjeu est de taille. A la mesure de l'injonction prophétique de René Char : « *Transformer le fait fabuleux en fait historique* ». »¹⁶

- Continûment insister sur la notion indépassable de non-confusion des valeurs, telle que l'a bien mise en évidence Axel Kahn, pour lequel : « L'éthique est une morale de l'action, une tension entre deux possibilités qui ont leur rationalité mais qu'il faut trancher, en étant capable d'expliquer au nom de quelles valeurs on l'a fait. Aujourd'hui, plus que jamais, alors que l'homme a des pouvoirs qui se démultiplient chaque jour, la question de savoir si ces pouvoirs sont ou non attentatoires aux valeurs auxquelles nous sommes attachés est fondamentale ! Cela dit, dans une certaine morale libérale, celle de Friedman ou de Hayek, la condition sine qua non du bonheur, ce sont les richesses. « Les richesses sont bonnes en soi ». Et dès lors qu'une innovation est capable de créer des richesses, elle sera considérée comme bonne... C'est le danger d'une réduction de toutes les valeurs immatérielles à la valeur matérielle du numéraire. Bien évidemment, le numéraire est une catégorie de valeur que le réalisme exige de considérer à son importance. Mais la valeur du beau, du vrai, du bien, n'est pas totalement soluble dans la valeur du rentable. Le débat est de militer pour la non-confusion des catégories de valeur. »¹⁷
- Enfin, privilégier « la volonté de faire confiance » (H. Bauchau) par rapport au discours dominant enclin plutôt à l'émotionnel, au victimaire, au sécuritaire et au contrôle normatif.

Il convient en effet d'échapper à l'état d'esprit ambiant que décrit bien M. Marzano : « Plus on invoque la nécessité de normes rigides, plus on devient suspicieux vis-à-vis de tous ceux qui s'écartent de ces mêmes normes, plus on a peur et l'on cherche alors à établir des normes encore plus rigides. C'est le cercle vicieux de la méfiance : en institutionnalisant la peur, on engendre le soupçon ; mais le soupçon ne peut que paralyser la société. Dans le but de tranquilliser la population, le pouvoir cherche des critères censés permettre aux gens de se reconnaître à l'intérieur d'un groupe fermé, où chacun se ressemble. Quand l'autre ne correspond pas à ce que l'on connaît déjà, il est rejeté. En tant que

¹⁶ MEIRIEU Philippe, « L'expérience artistique au centre de l'école – Une alternative à la distraction compulsive », in Journal « Le Monde », 09/07/2011

¹⁷ KAHN Axel, in le journal Le Soir du 14/03/2007.

« différent », il interroge la partie la plus obscure de nous-mêmes, ce que nous ne sommes pas toujours prêts à accepter. Il entraîne un questionnement profond sur ce que nous ne voulons pas voir de nous. L'exclure devrait donc nous rassurer. Dans le but de permettre à la confiance de revenir. Mais on obtient un résultat inverse. Car à force de « traquer » les autres – les différents, les dangereux, les marginaux – on finit par soupçonner tout le monde, y compris soi-même. Et peu à peu on s'enferme à l'intérieur d'un univers extrêmement étroit, jusqu'à étouffer. »¹⁸

Les moyens développés pour suivre et défendre les principes directeurs évoqués ici sont bien évidemment essentiellement humains : équipe de permanents, administrateurs, membres actifs et bénévoles/volontaires (plus d'une centaine).

7. CONCLUSIONS ET PERSPECTIVES

PROMO JEUNES propose depuis de nombreuses années un programme global de Jeunesse qui met l'accent sur des activités effectuées « pour/avec/par » des jeunes.

La trame théorico-pratique des activités « historiques » comme « Basket en Liberté », « Festysports », « Zoom Jeunes » et « Qui Dit Mieux ? » n'est pas vouée à changer radicalement.

Ces différentes actions sont toutefois appelées à se répartir géographiquement de manière plus harmonieuse/égale entre les 3 zones que sont le RBC, le Hainaut et Liège.

A cet égard, si l'on se réfère à l'année 2013, il apparaît :

- Pour « Basket en Liberté », une quasi parité d'organisations (21 au total) entre la RBC (11) et la Hainaut (10), pour un total de +/- 2.000 participants.
2014 devra signer l'entrée en lice du pôle liégeois d'organisation, via un partenariat avec Compas Format asbl.
- Pour « Festysports », un déséquilibre toujours favorable à la RBC (29 organisations/prestations sur 38) par rapport à la Région wallonne (9 sur 38, dont 6 en Hainaut, +/- 7.500 participants).
Ici également, 2014 verra Liège s'investir activement dans le déploiement d'activités de terrain.
- Pour « Zoom Jeunes », une parité est proche entre la RBC (57 %) et la Région wallonne (43 %).
Elle devrait s'améliorer grâce à l'ouverture en 2014 de deux permanences, l'une à Charleroi, l'autre à Liège.
- Idem pour « Qui Dit Mieux ? » dont le ratio Wallonie/Bruxelles était inversé (53/47) et qui comptera à nouveau bon nombre de candidats wallons en 2014.

Dans ce droit fil, nous nous réjouissons d'avoir essayé sans cesse et sans relâche de promouvoir dans les faits une « autopoïèse » chez les jeunes d'une faculté à :

- Accéder à une reconnaissance sociale : confiance en soi, estime de soi, respect de soi (et donc de l'autre) ;
- Exiger l'égalité et la justice sociale, conditions préalables de la reconnaissance ;
- Prétendre à une autonomie de vie conforme à ses désirs créateurs et porteurs de sens ;
- Affirmer, envers et contre tout, sa capacité à l'analyse rationnelle critique et à l'action individuelle et collective.

Dans le champ des perspectives et sur un plan plus conceptuel, l'accent sera mis plus encore sur l'agir via l'exaltation et la matérialisation de « projets-désirs » exprimés par les jeunes ainsi que sur une liberté de « reliance » conçue en terme d'égalité et de réciprocité.

¹⁸ MARZANO Michela, « Le contrat de défiance », Ed. Grasset, 2010.

En se rappelant avec André Gorz qu' « il n'y a de réciprocité et de valorisation généralisées de la liberté que si nous poursuivons tous un objectif fixé en commun que chacun a reconnu comme étant le sien propre mais qui ne peut être atteint qu'avec et par l'action volontaire de tous. »¹⁹

C'est pourquoi il convient d'insister encore et encore, dans chaque action menée « pour/avec/par » le jeune, sur le fait que « ... ce qui est moral, ce n'est pas de « pouvoir faire ce que je veux » mais de pouvoir vouloir ce que je fais. Le « *cogito* moral » ne consiste presque jamais dans la question : « Puis-je faire ce que je veux ? », mais « Puis-je vouloir ce que je fais ? Puis-je vouloir être ce que je suis en train de faire ? » Ou : « Que puis-je faire que je pourrais aussi vouloir, dont je pourrais assumer la responsabilité ? » En tant qu'individus sociaux, nous agissons toujours avant d'avoir décidé ou entrepris quoi que ce soit. Nous venons pour ainsi dire au monde comme coacteurs, coproducteurs de ce monde, puisque dès la naissance nous sommes insérés dans une coopération, un cofonctionnement social. Personne ne commence donc par s'interroger et agir ensuite ; chacun agit d'abord sans se demander ce qu'il fait au juste et s'il peut en répondre. »²⁰

Et pourtant, il faut en répondre, comme s'il s'agissait « d'inventer un sens au vertige et un futur à sa folie » (Henri Bauchau).

Pour PROMO JEUNES asbl

B. Buntinx

O. De Roy

11/03/2014

¹⁹ GORZ André, « L'homme est un être qui a à se faire ce qu'il est », in Fourel Christophe (DIR), « André Gorz – Un penseur pour le XXI^e siècle », Ed. La Découverte, 2009

²⁰ GORZ André, op. cit.