PROMO JEUNES ASBL
Passage du Travail, 4
1000 Bruxelles
Tél. + 32 (0)2 219 65 48
Fax + 32 (0)2 219 70 67
asbl@promojeunes.be
WWW.PROMOJEUNES.BE

PROMO JEUNES asbl

AGRÉMENT O.J.
SERVICE DE JEUNESSE

Plan quadriennal 2017-2020 / Evaluation

Février 2020

Siège social :
Métro De Broukère, 11-12
1000 Bruxelles

N° entreprise
0448.896.501

Belfius : BE65 0682 2201 0896
Nagelmackers : BE02 8792 5598 0240

SOMMAIRE

1. RAPPEL DES OBJECTIFS INITIAUX 3

1.1. L'objet social de PROMO JEUNES 3

1.2. La dynamique d'action de PROMO JEUNES 3

1.3. Les domaines thématiques abordés 4

1.4. Les axes d'approche privilégiés 4

2. MOYENS MOBILISÉS 4

2.1. Mise en situation / « Making » 4

2.2. L'acte créateur 6

2.3. Coopération dialogique / Compagnonnage 6

3. ACTIVITÉS MENÉES 7

3.1. Aperçu quantitatif 7

3.2. Aperçu qualitatif 10

3.2.1. Zoom Jeunes 10

3.2.2. CoopStarter 2.0 12

3.2.3. Qui Dit Mieux ? 14

3.2.4. FestySports 15

3.2.5. Cité de la Jeunesse 17

3.2.6. « Campagne pédagogique de sensibilisation à une mobilité citoyenne et d'actions pour un meilleur usage des transports publics » - RBC 21

3.2.7. Educasport 24

1. RAPPEL DES OBJECTIFS INITIAUX

Dans le contexte d'une première Reconnaissance en tant qu'Organisation de Jeunesse, les objectifs initiaux consistaient à inscrire pleinement les activités de l'Association dans l'esprit du Décret O.J. en s'assurant de leur adéquation aux finalités dudit Décret, à savoir :

- Développement d'une citoyenneté responsable, active, critique et solidaire par une prise de conscience et une connaissance des réalités de la société ;
- Inscription dans une perspective d'égalité, de justice, de mixité, de démocratie et de solidarité ;
- Promotion de la rencontre et de l'échange entre les individus, les groupes sociaux et les cultures ;
- Encadrement des activités dans des pratiques de démocratie culturelle par le biais de processus d'Education permanente ;
- Constitution d'espaces d'émancipation, d'expérimentation, d'expression, d'information et de réflexion ;
- Association effective des jeunes aux actions.

Ceci en totale complémentarité avec :

1.1. 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 25 ans, au travers **d'activités à caractère socioculturel, socio-éducatif, socio-sportif, ludique, festif, etc**.

1.2. LA DYNAMIQUE D'ACTION DE PROMO JEUNES

En tant que Service 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

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

comme porteuse d'une pensée critique susceptible d'agir sur les désirs humains « socialement institués » par la culture.

1.3. LES DOMAINES THÉMATIQUES ABORDÉS

Ils répertoriaient à l'époque :

- Le champ du travail et celui de l'action pour « Zoom Jeunes » ;
- Le registre de l'œuvre pour « Qui Dit Mieux ? » ;
- La récréation, le loisir, l'éducation et le sport pour « Festysports » et « Educasport » ;
- L'orientation scolaire pour « J'en sais plus, je choisis » ;
- La « cité » dans ses dimensions mobilité/civilité/sécurité pour « Bougeons malin » (BM) et « L'ambassade de prévention » (AP).

Depuis lors, certaines activités ont été abandonnées *(de manière non volontaire)*, comme « L'Ambassade de Prévention » et « Bougeons malin », pour cause de non-renouvellement du partenariat avec la STIB.

D'autres ont bénéficié d'une réorientation plus en concordance avec l'Agrément, tel « J'en sais plus, je choisis ».

Enfin, de nouvelles activités ont vu le jour en fonction d'opportunités nouvelles et ont été développées en co-construction avec et par les jeunes, à l'instar de :

- La « Cité de la Jeunesse » qui interroge le concept de « ville/cité » dans ses dimensions politique / sociale / culturelle / citoyenne ;
- « CoopStarter 2.0 », projet européen de promotion de l'entreprenariat coopératif.

1.4. LES AXES D'APPROCHE PRIVILÉGIÉS

On peut les considérer comme les prismes de base appliqués à chaque activité, selon ses spécificités :

- Reconnaissance / Autonomie
- Solidarité / Sécurité
- Mobilité / Temporalité
- Reliance / Egalité
- Interculturalité / Diversalité

2. MOYENS MOBILISÉS

Il convient tout d'abord de préciser que leur mise en œuvre relève d'une méthodologie qui repose sur les principes fondamentaux de l'éducation non formelle dont les caractéristiques sont :

< Processus volontaire
< Accessible à tous
< Participative
< Centrée sur l'acteur
< A visée citoyenne
< Avec une approche collective
< Fondée sur l'action et l'expérience

Quant aux moyens/outils proprement dits, ils sont de trois ordres que l'on pourrait qualifier de ressorts pour l'action, modelés et co-construits avec et par les jeunes :

2.1. MISE EN SITUATION / « MAKING »

Au sein de chaque activité, la mise en situation se fonde sur un souci de confrontation au réel et d'appréhension du vécu des acteurs.

La volonté est ici de faire entrer le jeune « […] dans une relation d'*ajustement* avec un monde qu'il *appréhende.*

Le simple fait de mettre l'accent sur cette dynamique contredit certains réflexes culturels omniprésents. Il suffit de jeter un coup d'œil au rayon « développement personnel » d'une librairie : le personnage central du grand récit contemporain est un être soumis à l'impératif de choisir ce qu'il veut être et de mettre en œuvre cette transformation grâce à sa volonté. Il s'agit en définitive d'un projet héroïque d'autocréation sans but prédéfini et sans conditionnement préalable. Si le moi attentif vit dans une relation d'ajustement au monde qu'il appréhende, le moi autonome vit dans une relation de maîtrise créative par rapport à un monde qu'il projette.

Il ne fait guère de doute que cette dernière conception est une invitation au narcissisme. Elle tend aussi à nous rendre plus facilement manipulables. En tant qu'individus atomisés voués à créer le sens de notre propre existence, nous sommes exposés à toutes sortes de sollicitations et d'incitations. On nous propose des formes de non-liberté habilement camouflées sous un discours de l'autonomie qui proclame qu'il n'y a plus de limites. Comme l'affirme la publicité pour la carte de crédit Lincoln : C'EST TOI QUI DÉCIDES. Le discours de l'autonomie parle le langage consumériste de la satisfaction des préférences. »[2]

A cet égard, il convient de se souvenir avec C. Castoriadis que :

« Ce dont nous avons besoin, c'est non pas d'une maîtrise, mais d'un contrôle de ce désir de maîtrise, d'une auto-limitation. Autonomie d'ailleurs veut dire auto-limitation. Nous avons besoin d'éliminer cette folie de l'expansion sans limite, nous avons besoin d'un idéal de vie frugale, d'une gestion de bon père de famille des ressources de la planète. »[3]

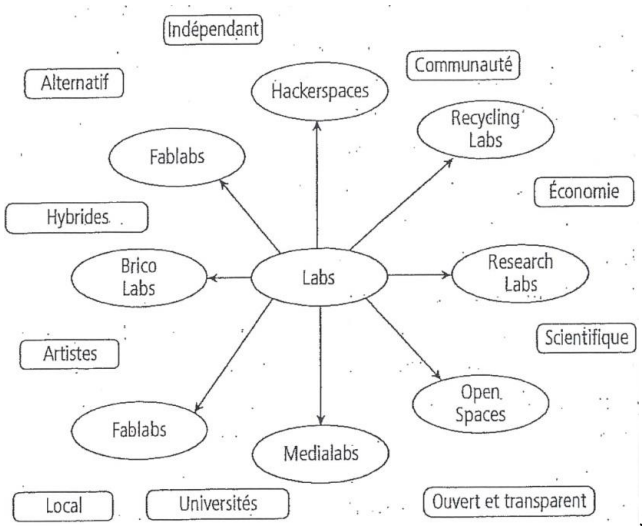
En permanence, il sera question de « revendiquer le réel contre les représentations » et « d'affirmer une capacité d'agir ».

« Car c'est lorsque nous sommes engagés dans un domaine de compétence pratique que le monde se présente à nous doté de sa réalité propre, indépendante du moi. Inversement, le moi s'y manifeste comme un être *en situation* qui ne s'est pas forgé tout seul. La racine latine du mot « attention » est *tenere,* qui signifie « tendre ou étendre, étirer ». Les objets extérieurs fournissent un point d'ancrage à notre esprit ; ils nous font sortir de nous-mêmes. »[4]

C'est pourquoi chaque projet tend à structurer un « faire ensemble », selon un agencement décidé par les « penseurs-acteurs » qui s'y incorporeront.

Le champ des possibles (non exclusifs) peut être résumé via le graphique suivant :

Graphique 1. Une explosion sémantique [5]



SOURCE : PingBase.net

[2] CRAWFORD Matthew, « Contact – Pourquoi nous avons perdu le monde et comment le retrouver », Ed. La Découverte, 2016
[3] CASTORIADIS Cornelius, cité par Serge LATOUCHE in « L'âge des limites », Ed. Mille et une nuits », 2012
[4] CRAWFORD Matthew, op.cit.
[5] BERREBI-HOFFMANN Isabelle, BUREAU Marie-Christine et LALLEMENT Michel, « Makers – Enquête sur les laboratoires du changement social », Ed. du Seuil, 2018

2.2. L'ACTE CRÉATEUR

L'hypothèse est ici que l'acte créateur, quel que soit le domaine de l'œuvre ou du projet, est porteur en soi de ferments de lutte :

- Contre une transgression bancale en vue de réhabiliter un « processus d'individualisation qui dessine un individu « avec », maître et responsable de ses liens »[6], c'est-à-dire un individu autonome qui a « le pouvoir de valider le monde dans lequel il vit. »[7]
- Contre la tyrannie de l'idéologie néolibérale, faite d'égoïsme, de compétition, de rivalité, de cupidité, de prédation, de consommation, de marchandisation et de « marchéisation ».

  En effet, « l'œuvre est l'activité qui correspond à la non-naturalité de l'existence humaine qui n'est pas incrustée dans l'espace et dont la mortalité n'est pas compensée par l'éternel retour cyclique de l'espèce. L'œuvre fournit un monde « artificiel » d'objets, nettement différent de tout milieu naturel. C'est à l'intérieur de ses frontières que se loge chacune des vies individuelles, alors que ce monde lui-même est destiné à leur survivre et à les transcender toutes. La condition humaine de l'œuvre est l'appartenance-au-monde. »[8]

  De plus, le travail créateur remet à l'ordre du jour l'incertitude dans un monde sécuritaire dominé par la rationalité économique. Ainsi, « c'est l'incertitude sur le cours de l'activité et son résultat qui est la condition de l'invention originale et de l'innovation à plus longue portée. Elle est aussi la condition de la satisfaction prise à créer, en même temps qu'elle est une épreuve à endurer. Car il appartient aux activités faiblement routinières (dont l'invention créatrice des artistes est habituellement présentée comme une incarnation paradigmatique) de réserver des satisfactions proportionnées au degré d'incertitude sur les chances de réussite. Incertaine, l'activité n'est pourtant pas chaotique : si elle était totalement imprévisible, elle serait inorganisable et inévaluable. »[9]
- Contre la négation du social, car ce qui circule entre le Je, le Tu et le Nous, c'est-à-dire les hommes en société, ce sont non seulement des biens, mais surtout des regards, des mots, des paroles, des symboles et … des œuvres.

  Ainsi, « vivre ensemble dans le monde : c'est dire essentiellement qu'un monde d'objets se tient entre ceux qui l'ont en commun, comme une table est située entre ceux qui s'assoient autour d'elle ; le monde, comme tout entre-deux, relie et sépare en même temps les hommes. »[10] Le travail créateur est donc essentiel à la consolidation du lien social, en raison même de « l'universalité des modes de communication intersubjective »[11] qui le sous-tend.

En résumé, notre conviction est que l'acte créateur constitue un fait social total dont « le carburant est l'incertitude »[12] et l'objectif final une communication intersubjective qui renforce le lien social.

2.3. COOPÉRATION DIALOGIQUE / COMPAGNONNAGE

Dans le droit fil de l'importance accordée à la création, on considère ici, avec Eloi Laurent, que « loin d'être une machine sociale visant l'utilité et l'efficacité, la coopération prend la forme d'une intelligence collective à but illimité. A l'échelle de la société, elle assure les mêmes fonctions que l'intelligence individuelle : elle permet l'ordonnancement et la synthèse du monde existant (l'organisation), tout en faisant émerger l'inattendu et le nouveau (la création). »[13]

[6] de SINGLY François, « Les adonaissants », Ed. Armand Collin, 2006
[7] de SINGLY François, op cit.
[8] ARENDT Hannah, « Qu'est-ce que la politique ? », Ed. du Seuil, 1995
[9] MENGER Pierre-Michel, « Le travail créateur – S'accomplir dans l'incertain », Ed. Gallimard, 2009
[10] ARENDT Hannah, « Condition de l'homme moderne », Ed. Calmann-Lévy, Paris, 1961
[11] CHANGEUX Jean-Pierre, « Du vrai, du beau, du bien – Une nouvelle approche neutronale », Ed. Odile Jacobs, 2008
[12] MENGER Pierre-Michel, op cit.
[13] LAURENT Eloi, « L'impasse collaborative – Pour une véritable économie de la coopération », Ed. Les liens qui libèrent, 2018

Si on l'affuble de l'adjectif dialogique, c'est qu'est prônée ici une compréhension mutuelle qui n'est ni synonyme d'accord (de type synthèse dialectique, par exemple) ni compatible avec une relation / communication de type assertorique (disputatio).

Le compagnonnage nous semble être un levier d'émancipation adéquat, ceci notamment via les formes d'éducation non formelle qui le sous-tendent et qu'il véhicule.

Cette conjecture ne paraît pas incongrue si l'on en croit Philippe Chanial analysant la pensée de John Dewey : « [Celui-ci] souligne que l'école – ou ce qu'il nomme plus généralement l' « éducation formelle » ne constitue que l'une des modalités possibles, propre aux sociétés complexes qui sont les nôtres, de ce processus de transmission qui s'opère dans toute forme d'association humaine. Il faut alors reconnaître dans le processus même de la vie commune un processus éducatif.

Ce processus éducatif diffus s'opère à travers le *give and take* de la communication interhumaine. La « société » ou la vie associée, n'existe en effet pour Dewey que grâce et au travers de ces processus de communication et d'échange. Si les hommes ne vivent en société ou en communauté qu'en vertu de ce qu'ils ont en commun, la communication, à travers les formes d'empathie qu'elle mobilise, est le moyen grâce auquel ils en viennent à partager certaines choses en commun. Ainsi, par l'échange interhumain, non seulement la « société » assure la transmission de ses systèmes de significations spécifiques, donc assure l'expérience sociale du groupe, mais en même temps, elle élargit et approfondit virtuellement l'expérience de chaque individualité. L'exigence d'intégration sociale ne s'oppose donc pas à celle de l'individuation. Au contraire, selon un processus circulaire et virtuellement vertueux, en assurant les conditions de sa pérennité, la société forme des individualités qui viendront en retour enrichir l'environnement social de nouvelles possibilités. Pour l'exprimer autrement – en clé de don : en se donnant les conditions de sa propre continuité, elle donne à l'individu les conditions de sa propre croissance, forgeant ainsi des individualités aptes à lui offrir, sur le mode du contre-don, une contribution distinctive. L'éducation comme mode de reconstruction de l'expérience permet ainsi d'assurer conjointement la croissance de l'expérience individuelle et de l'expérience collective, donc leur continuité. S'instaure grâce à elle une relation d'échange mutuel, une forme de réciprocité entre l'individu et les différentes formes d'association humaine. »[14]

En ce sens, nous rejoignons l'analyse de Judith Butler :

« On pourrait être conduit à penser que la solution consiste à se défaire de toute forme de dépendance puisque la seule forme sociale que prend la dépendance, c'est l'exploitation. Et pourtant, ce serait une erreur d'identifier la forme contingente que la dépendance peut assumer dans les situations du travail exploité avec la signification ultime et essentielle de la dépendance. Même si la dépendance prend toujours une forme sociale ou une autre, sa nature est de pouvoir passer d'une forme à l'autre, et de le faire en prouvant qu'elle ne se réduit à aucune d'entre elles. L'argument que je soutiens avec le plus de force se ramène tout simplement à ceci : aucune créature humaine ne survit ni ne subsiste sans la dépendance d'un environnement qui lui assure une assistance, des formes sociales de relations, des formes économiques qui supposent et structurent l'interdépendance. »[15]

3. ACTIVITÉS MENÉES

3.1. APERÇU QUANTITATIF

Le tableau en page suivante reprend l'évolution quantitative des activités de 2016 à 2019.

[14] 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

[15] BUTLER Judith, « Qu'est-ce qu'une vie bonne ? », Ed. Payot, 2014

Intitulé	*Dates*	*Mode d'action*	*Zone d'action*	*Volume*			
				2016	**2017**	**2018**	**2019**
Basket en Liberté (Activités)	Juin à Septembre	Animation / Initiation / Formation	Bruxelles-Capitale / Hainaut	8	10	9	9
Basket en Liberté (Préparation)	Mai/Juin	Animation / Initiation / Formation	Bruxelles-Capitale / Hainaut	6	6	6	6
Festy Sports (Activités)	Toute l'année	Animation / Initiation Formation / Mise à disposition	Bruxelles-Capitale / Hainaut BW / Liège	81	78	100	92
Festy Sports (Préparation)	Tous les mois	Animation / Initiation Formation / Mise à disposition	Bruxelles-Capitale / Hainaut Liège / BW	15	15	15	15
Opération « Zoom Jeunes » (Activités / Rencontres / Ateliers / Tribunes / Evénements de clôture)	Toute l'année	Animation / Initiation Formation / Mise à disposition	Bruxelles-Capitale / Liège / BW Hainaut / Namur (public issu de l'ensemble de la C.F.)	12	18	18	18
Opération « Zoom Jeunes » (Préparation / Récolte de projets / Identification des demandes / Entretiens de motivation Plans d'action / Jury / Tribunes / Suivi collectif / Evaluation)	Toute l'année	Animation / Initiation Formation / Mise à disposition	Bruxelles-Capitale / Liège Hainaut / Namur / BW	36	36	42	42
Opération « Qui Dit Mieux ? » (Activités / Rencontres Exposition / Ateliers philos / Journées pédagogiques)	Toute l'année	Initiation / Mise à disposition Sensibilisation	Bruxelles-Capitale / Hainaut Namur / Liège / BW (public issu de l'ensemble de la C.F.)	18	24	24	30
Opération « Qui Dit Mieux ? » (Préparation / Elaboration thématique / Jury / Journées pédagogiques / Vernissages)	Toute l'année	Initiation / Mise à disposition Sensibilisation	Bruxelles-Capitale / Hainaut Liège / BW	20	20	20	18
Campagne Sensibilisation mobilité / civilité / sécurité (Animations pédagogiques) (Théâtre-Débat)	Janvier (- mars)	Animation / Sensibilisation Formation / Information	Bruxelles-Capitale	8	44	64	-
Campagne Sensibilisation mobilité / civilité / sécurité (Concours / Réalisation / Encadrement)	Janvier-Février (mars-avril)	Animation / Sensibilisation Formation / Information	Bruxelles-Capitale	42	12	26	-
Campagne Sensibilisation mobilité / civilité / sécurité (Animation STIB en classe)	Janvier à Avril (décembre-mars)	Animation / Sensibilisation Formation / Information	Bruxelles-Capitale	50	43	-	-
Campagne Sensibilisation mobilité / civilité / sécurité (Moments de clôture)	Avril	Animation / Sensibilisation	Bruxelles-Capitale	7	1	1	-
Campagne Sensibilisation mobilité / civilité / sécurité (Présentation)	Novembre (octobre)	Animation / Sensibilisation	Bruxelles-Capitale	8	12	-	-
Campagne Sensibilisation mobilité / civilité / sécurité (Ateliers interactifs Siège STIB) (Mobisquare)	Décembre (novembre) (janvier-mars)	Animation / Sensibilisation	Bruxelles-Capitale	7	30	31	-

Intitulé	*Dates*	*Mode d'action*	*Zone d'action*	*Volume*			
				2016	**2017**	**2018**	**2019**
Campagne Sensibilisation mobilité / civilité / sécurité (Ateliers interactifs Siège STIB) (Mobisquare)	Décembre (novembre) (janvier-mars)	Animation / Sensibilisation	Bruxelles-Capitale	7	30	31	-
Campagne Sensibilisation mobilité / civilité / sécurité (Préparation / Elaboration philo-pédagogique Logistique / Evaluation / Répétitions)	Année scolaire	Animation / Information Sensibilisation Formation (A/I/S/F)	Bruxelles-Capitale	20	20	10	-
Educasport (Réflexion / Identification Elaboration conceptuelle)	Toute l'année	Animation / Information Sensibilisation / Formation	Bruxelles-Capitale	12	18	18	18
Educasport (Modules de sensibilisation)	Toute l'année	Animation / Information Sensibilisation / Formation	Bruxelles-Capitale / Liège / BW	-	7	6	6
Cité de la Jeunesse (Réflexion / Recherche Préparation opérationnelle / Identification partenaires Suivi / Evaluation)	Toute l'année	Animation / Information Sensibilisation / Formation	Bruxelles-Capitale	-	36	36	36
Cité de la Jeunesse (Animations philo-pédas)	Nov à Déc	Animation / Sensibilisation Formation	Bruxelles-Capitale	-	24	-	-
CoopStarter 2.0 (Réflexion / Recherche / Identification partenaires)	Oct à Déc Toute l'année	Animation / Sensibilisation Formation	U.E.	-	9	26	24
Cité de la Jeunesse (Journées de « confrontation » par binômes)	Janvier à Mars	Animation / Sensibilisation Formation / Ech. internationaux	Bruxelles-Capitale	-	-	11	-
Cité de la Jeunesse (Journées de « production » par binômes)	Avril-Mai	Animation/Sensibilisation Formation	Bruxelles-Capitale	-	-	11	-
Cité de la Jeunesse (Exposition « Palace »)	Octobre	Animation / Sensibilisation Formation	Bruxelles-Capitale	-	-	10	-
Cité de la Jeunesse (expérimentation pilote)	Janvier-Juin	Animation / Sensibilisation Formation / Mise à disposition Echange international	Bruxelles-Capitale Grasse (Fra)	-	-	-	18
				2016	*2017*	*2018*	*2019*
			TOTAL	**350**	**463**	**484**	**332**

3.2. APERÇU QUALITATIF

Le programme global d'activités peut s'envisager comme « l'intégrale » des différents projets récurrents mais évolutifs, car en co-expérimentation concrète tant avec et par les jeunes qu'en partenariat avec de multiples acteurs associatifs de la société civile.

Ces diverses actions sont déclinées localement, régionalement, fédéralement en fonction de leurs spécificités thématiques et des opportunités ou circonstances.

Circonscrivons-les ici dans leur diachronie, en prenant comme étalon évaluatif l'année 2018 *(plusieurs projets sont co-subsidiés en annuité « scolaire » et n'ont donc pas encore été évalués complètement).*

3.2.1. ZOOM JEUNES

Aspect théorique

Au travers d'un appel à proposition récursif pour des jeunes de 15 à 30 ans qui présentent un projet collectif ou individuel – ceci sur des thèmes variés : art et culture, citoyenneté, entreprenariat, 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.

Aspect pratique

D'un point de vue pratique, tous les candidats font l'objet d'un entretien de motivation qui, pour des raisons logistiques d'accès, a généralement lieu au B.I.J. (Rue du Commerce 18 à 1000 Bxl) où PROMO JEUNES dispose d'une permanence tous les lundis. Les entretiens ultérieurs se passent dans les locaux de l'Antenne ixelloise *(bail précaire)* situés au 202 Chaussée de Boondael à 1050 Ixelles.

Depuis 2015, possibilité a été offerte aux jeunes wallons d'effectuer, sur rendez-vous dans un premier temps, ces entretiens à :

- Charleroi : Maison de l'adolescent (Mado) sise Boulevard Zoé Drion 1 à 6000 Charleroi ;
- Liège : Cré@lab, situé Rue de l'Abattoir à 4020 Liège ;
- Mons : Mundaneum basé Rue de Nimy 76 à 7000 Mons ;
- Seraing : locaux Compas Format situés Rue de Colard Trouillet 12 à 4100 Seraing.

Il est à noter que ce canevas constitue un fil conducteur qui se veut flexible en fonction des souhaits légitimes / justifiés émis par chaque groupe de jeunes participants.

Ainsi, la liste des ateliers, toujours provisoire car susceptible d'être amendée en fonction des besoins collectifs des candidats, s'établissait fin 2018 comme suit (les candidats sont également invités à nous faire des propositions d'ateliers qu'ils auraient envie de suivre) :

Intitulé	Descriptif
Storytelling	Pitcher ton projet. Par quoi commencer ? Que dire, à qui et comment ?
Business Model You	Une méthode qui part de tes personnalité, compétences et acquis pour visualiser les éléments clés d'un potentiel modèle « d'entreprise »

Comment démolir ton idée ?	Aucune idée de projet n'est parfaite. Cet atelier vise à prévoir les obstacles et des solutions pour les contourner.
Réseauter	Trucs et astuces pour atteindre tes objectifs
Business Model Canvas	Un outil pour élaborer ton offre, ton public, tes moyens de distribution, de communication et de financement.
Ton projet, un statut, une structure	Statut d'artiste, d'indépendant, d'indépendant complémentaire ? SPRL, SA, ASBL ? Comprendre et choisir.
Plans de communication	On prend un crayon et on se met à dessiner un logo, une affiche, un plan de communication…
Atelier Co-Création	Conception et réalisation de la carte de visite de ton projet.
De la créativité !	Quels outils pour améliorer ta proposition ?
Gestion du temps	Comment gérer tes priorités ?
Quel est l'ADN de ton projet ?	Quelles actions marketing pour ton projet?
Réseaux sociaux	Comment mobiliser une communauté autour de ton projet ?
Plan financier	Comment financer ton projet ?
Design thinking	Faire l'expérience de cette approche centrée sur l'utilisateur
Visual storytelling	Définir la structure et le format de ton histoire pour développer un produit visuel
Gestion de projet	Objectifs, rétro planning, gestion des priorités, outils d'intelligence collective, répartition des rôles et des tâches, dynamique de groupe
Call to action	Feedback, écoute active, comment transformer les obstacles en action, comment gérer les imprévus et rebondir
Meeting	Présentation aux experts et mentors

<u>Aspect conceptuel</u>

Notre motivation repose sur les postulats suivants, en ce sens que les jeunes :

- ont des projets : il nous faut les soutenir ;
- ont envie de rêver : nous devons promouvoir des espaces de création ;
- sont des acteurs : il faut leur garantir des espaces d'expression ;
- ont besoin de leurs aînés : il nous faut être là pour eux et assumer notre rôle de référents ;
- souhaitent une confrontation dialogique avec leurs pairs : il convient d'en faciliter l'auto-organisation.

Par là-même, nous rejoignons la pensée d'Yves Citton qui souligne la vanité de s'échapper ou s'abstraire de toute aliénation, et pour qui il conviendrait « […] *Plutôt qu'à vouloir s'émanciper,* [d']*apprendre à choisir ses aliénations.* L'attention est faite pour « s'aliéner » : hormis le cas de la méditation, faire attention à quelque chose entraîne à sortir de soi-même pour s'absorber dans la chose en question. Du point de vue d'une écosophie de l'attention, l'aliénation ne saurait donc être mauvaise en soi : elle manifeste la condition relationnelle de l'être attentif, appelé vers ce vers quoi il tend *(ad-tendere)* à devenir autre qu'il n'est. Ce que regrettent les dénonciateurs de notre distraction contemporaine, c'est justement que nous ne pouvons ou ne savons plus nous aliéner profondément dans la contemplation d'une expérience ou d'une œuvre. La visée de

l'attention individuante n'est donc pas d'échapper à l'aliénation, mais de choisir judicieusement ses aliénations : *quelles formes d'aliénation nous enrichissent ?* »[16]

En 2018, « l'aliénation choisie » a pris la forme de la coopération dialogique et du compagnonnage par les pairs.

Aspect évaluatif

En guise de préambule, il convient de noter que la pertinence des chiffres exposés ici est toujours relative car ils reflètent tantôt le taux d'inscription/participation d'un individu, tantôt d'une structure ou d'un projet collectif.

Moyennant cette circonspection liminaire, on peut – sur un plan quantitatif – retenir les éléments probants suivants :

- 43 projets inscrits représentant une centaine de personnes
- 43 projets défendus en entretiens de motivation
- 120 entretiens personnels de suivi effectués (individuels et/ou collectifs)
- 7 ateliers organisés
- 11 projets présentés au meeting de juin 2018
- 10 personnes en moyenne par atelier (avec des pics plus/moins élevés en début et fin de session) ;
- La répartition par genre (avec les précautions d'usage précisées ci-avant) : 45 % M / 55 % F
- La distribution géographique (en %), moyennant les mêmes précautions d'interprétation : RBC 50 %, Hainaut 25 %, Liège 13 %, Brabant 8 %, Luxembourg 4 %.

Le retour des participant(e)s est particulièrement flatteur envers la méthodologie de compagnonnage par les pairs, illustrée par le florilège de réactions aux différents ateliers :

- un formateur au même titre que les autres
- un pont entre eux et nous
- un partage d'expériences
- il a donné pleins de conseils
- il a connu des difficultés similaires
- du concret
- du positif
- il parle à tous
- l'interaction avec le formateur est dynamique
- il répond aux questions qu'on se pose depuis longtemps

3.2.2. COOPSTARTER 2.0

De manière très complémentaire à « Zoom Jeunes », l'équipe participe activement au projet européen « CoopStarter 2.0 » au sein du consortium suivant :

- Cooperative Europe
- Associations coopératives : Italie, Grèce, Danemark
- Organisation non gouvernementale européenne AEGEE
- Réseau français de jeunes coopérateurs
- Co-operative college UK
- Promo Jeunes BE

Les caractéristiques de ce programme peuvent s'énoncer ainsi :

- **Objectif général**
  Favoriser le développement de l'entrepreneuriat coopératif chez les jeunes Européens.
- **Public cible**
  18-30 ans.
- **Objectifs spécifiques**
  - produire des outils pédagogiques pour permettre aux organisations de jeunesse de développer leurs actions dans l'entreprenariat coopératif ;

[16] CITTON Yves, « Pour une écologie de l'attention », Ed. du Seuil, 2014

- créer un cadre méthodologique pour la reconnaissance, la valorisation et l'amélioration des compétences des organisations de jeunesse ;
- installer un partenariat local et européen entre les organisations de jeunesse et le mouvement coopératif ;
- promouvoir et soutenir l'entreprenariat coopératif.

- **Etat des lieux CS2.0**

  Dans le cadre du projet Coopstarter 2.0 qui a commencé en octobre 2017, Promo Jeunes a travaillé à :
  - Un index de ressources dans l'optique d'alimenter une base de données de liens utiles et d'outils pour des jeunes entrepreneurs et/ou leurs mentors.

    Nous avons partagé :
    - des fiches outils d'intelligence collective
    - des fiches d'animations pour stimuler la créativité
    - un guide méthodologique pour élaborer un Business Plan Social
    - une vidéo sur l'entrepreneuriat social en wallonie
    - un manuel pour organiser un événement et rassembler des jeunes autour du coworking.

    Ce ne sont pas des outils que nous avons créés mais que nous avons cherchés et sélectionnés ou que nous utilisons dans le cadre de notre accompagnement de projet « Zoom Jeunes ».
  - Interviewer des jeunes entrepreneurs pour parler de leurs expériences respectives et identifier les freins et leviers à l'entrepreneuriat.
  - Elaborer des fiches didactiques pour mobiliser une communauté et organiser un « Hackathon ».
  - Créer des fiches outils d'animation pour la formation des mentors afin qu'ils puissent accompagner au mieux les futurs ambassadeurs de l'entrepreneuriat coopératif.

    Promo Jeunes a proposé et réalisé des fiches sur :
    - ➢ le Business Model You,
    - ➢ le Storytelling
    - ➢ la communication positive
    - ➢ des exemples de questions qui aident à réfléchir et à avancer
    - ➢ une méthode pour structurer un projet
    - ➢ le jeu comme outil d'apprentissage
    - ➢ des fiches-jeu de coopération, inclusion, ouverture d'esprit, énergisant
    - ➢ des fiches évaluation

En juin 2018, le Consortium a décidé d'accueillir de nouveaux partenaires dont la Suisse. Ils permettront de trouver les financements pour élaborer ce que le budget Erasmus+ ne couvrait pas, comme par exemple le Site internet et la gestion d'une base de données libre d'accès plus ambitieuse. Cela permettra également de porter le projet à l'international et de proposer les outils aux pays en développement.

En octobre 2018, le Consortium s'est réuni dans un éco-village coopératif en Italie pour tester les outils de formation des mentors et échanger sur nos plans d'action respectifs pour la dissémination des outils, la formation des mentors, le recrutement des ambassadeurs et l'organisation d'événements pour mobiliser une communauté (½ jour), générer des idées (2 j) et aider les ambassadeurs à lancer leur projet (½ j).

- **Le calendrier à venir**
  - Juillet 2019 : adaptations et réflexion sur d'autres formats de dissémination comme des podcasts pour certaines fiches et leur traduction éventuelle en français.
  - Août 2019 : appel à projets centré sur la Wallonie pour sélectionner des potentiels ambassadeurs Coopstarter 2.0. 6 à 8 projets coopératifs ou non seront retenus en vue de la formation d'octobre qui rassemblera 2 représentants de chaque pays partenaire, soit 12 ambassadeurs au total et leurs mentors.
  - Septembre 2019 : sélection de 2 ambassadeurs (idéalement 1 bruxellois et 1 wallon).
  - Octobre 2019 : formation des ambassadeurs. 2 par pays partenaires. Soit 12 ambassadeurs et 12 mentors/travailleurs Jeunesse. L'objectif de cette formation est de comprendre le modèle coopératif et d'apprendre des méthodes pour mobiliser une communauté.
  - Décembre 2019 : dans chaque pays, deux ambassadeurs présentent leur projet lors d'un événement public. PROMO JEUNES accompagnera dans la préparation, l'organisation et la

mise en place de cette demi-journée dont l'objectif est d'aider les ambassadeurs à présenter leur projet, de mobiliser une communauté autour de ces derniers.
  - Avril 2020 : co-organisation avec les ambassadeurs d'un « Hackathon » de deux jours pour les aider à générer de nouvelles idées et/ou trouver des solutions en intelligence collective et sous-groupes de paires et d'experts recrutés en partie lors du premier événement.
  - Mai 2020 : co-organisation d'un dernier événement avec des experts pour les aider dans le plan d'actions pour lancer leurs activités.

- **Liens utiles**
  https://coopseurope.coop/resources/projects/coopstarter-20
  http://starter.coop/wp/

3.2.3. QUI DIT MIEUX ?

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 2018 était « Selfie », auquel a succédé en 2019 celui d'« Horizon ».

Outre l'animation de l'exposition, PROMO JEUNES se charge également de l'encadrement collectif des jeunes artistes (moins de 31 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, tout au long d'une itinérance de 6 mois en FWB.

Aspect conceptuel

Chacun qui a approché ou connaît PROMO JEUNES sait la vocation qu'a l'association à susciter l'éclosion de « projets-désirs » chez les jeunes et, dans un second temps, à les accompagner dans un processus de co-construction pragmatique de leur effectuation.

Cette démarche s'opère dans une perspective avec et par les jeunes, respectant en cela l'adage attribué à N. Mandela selon lequel « Tout ce que tu fais pour moi sans moi, tu le fais contre moi ».

C'est ici que la formule de Claude Lanzmann *(« Images sans imagination »)* pourrait – au-delà de la philosophie sartrienne qui en constitue probablement le cadre – prendre tout son sens et faire lever la question, fondamentale, de l'imagination à l'œuvre dans chaque image dignement produite ou dignement regardée. Entendons ici l'imagination au sens qu'Ernst Bloch (1885-1977), Walter Benjamin (1892-1940) ou Hannah Arendt (1906-1975) ont su faire émerger à une période cruciale de notre histoire : l'imagination comme « interface » de l'intelligible et du sensible, de la raison et de l'émotion, de l'universel et du singulier ; l'imagination comme ouverture des possibles et, au bout du compte, comme faculté politique par excellence… »[17]

Aspect évaluatif

Après une phase initiale de présentation de la thématique de l'année *(animation philo collective)* – « Selfie » en 2018 – les créations ont été réceptionnées au sein de nos bureaux du 29 janvier au 13 février 2018.

Des professionnels du milieu artistique, constitués en jury, se sont rassemblés le 20 février 2018 afin de sélectionner les œuvres de cette onzième édition de « Qui Dit Mieux ? » :

- Mademoiselle Jessica Blondiau, graphiste et ancienne candidate « Qui Dit Mieux ? »
- Mademoiselle Kim Cappart, artiste et ancienne candidate « Qui Dit Mieux ? »
- Monsieur Jean-Sébastien Cornélis, graphiste
- Madame Muriel de Crayencour, journaliste et responsable du magazine web « Mu in the city »
- Madame Nathalie Delaunoy, chargée de projets Promo Jeunes ASBL (remplaçant M. Ch. De Becker)

[17] DIDI-HUBERMAN Georges, « Images-pouvoirs ou Images-désirs », in Journal « Le Monde » du 05/10/2018

- Mademoiselle Olga Duprès, artiste
- Mademoiselle Sophie Legrelle, artiste et ancienne « zoomiste »
- Madame Bettina Meermans, chef de projets chez « Le Géant des Beaux-Arts »
- Monsieur Manuel Murillo (artiste, directeur de PROMO JEUNES AMO asbl)
- Monsieur Patrick Simar, animateur philo (au CAL Charleroi) et historien de l'art.

Ce jury a privilégié 20 œuvres, pour autant d'artistes, ressortant d'un ensemble de 79 réalisations initiales fournies par 74 artistes, dont 71 furent soumises à cette sélection finale.

Leurs critères de sélection sont :

- Cohérence avec le thème
- Originalité
- Regard
- Emotion
- Composition
- Technique.

Après la sélection de notre jury, près de 20 artistes ont donc été sélectionnées pour exposer leurs créations :

- En l'Espace Wallonie de Liège du 20 mars au 12 avril 2018
- Au Théâtre Marni à Ixelles du 17 avril au 22 mai 2018
- En l'Espace Wallonie de Charleroi du 28 mai au 29 juin 2018
- Au siège de PROMO JEUNES à Bruxelles du 01 septembre au 30 novembre 2018.

Les vernissages ou finissages ont eu lieu :

- Le 22 mars à Liège
- Le 04 mai à Ixelles
- Le 27 juin à Charleroi.

On a dénombré près de 2.000 visiteurs pour cette exposition nomade, près de 75 % des œuvres ayant, pour cette édition, trouvé acquéreur auprès du public, aux conditions de l'artiste ou au-delà, au plus offrant.

Pour rappel, il avait été décidé que le résultat des ventes revenait totalement aux jeunes artistes.

Le profil des jeunes artistes ayant participé peut se résumer ainsi :

- ✓ Agés de 16 à 30 ans avec une distribution assez homogène autour d'une moyenne de 21 ans
- ✓ Légère prédominance féminine *(40 % M – 60 % F)*
- ✓ Répartition géographique : RBC 50 %, Hainaut 35 %, Liège 15 %.

3.2.4. 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 25 ans auprès du milieu associatif de jeunesse pour être le promoteur d'initiatives citoyennes locales au sein de la Fédération Wallonie-Bruxelles, ceci à prix coûtant ou gratuitement.

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

Un listing du matériel socio-ludo-sportif disponible (du camion-podium aux boules de pétanque en passant par la sono) peut être consulté sur le Site internet de PROMO JEUNES www.promojeunes-asbl.be/-Materiel-en-location-.

Aspect conceptuel

Il est consubstantiel à l'étymologie même du mot « FestySports » qui réunit le festif/ludique au sportif et son fondement a vocation à réinstiller du jeu dans le sport, lequel sport… « n'a cessé d'étendre sa signification comme fonction sociale et d'attirer dans son domaine des terrains de plus en plus vastes »[18].

Le sport apparaît, initialement, inséparable du jeu qui se définit généralement ainsi :

« Le jeu est une action ou une activité volontaire, accomplie dans certaines limites fixées de temps et de lieu, suivant une règle librement consentie mais complètement impérieuse, pourvue d'une fin en soi, accompagnée d'un sentiment de tension et de joie, et d'une conscience d'« être autrement » que la « vie courante ».[19].

Par analogie, le sport s'apparente également à la fête puisque,… « Entre la fête et le jeu, il y a naturellement les relations les plus étroites. L'élimination de la vie courante, le ton joyeux dominant, sinon nécessaire, de l'action (la fête aussi peut être sérieuse), les frontières locales et temporelles, la coïncidence d'une exactitude rigoureuse et d'une vraie liberté, tels sont les principaux traits communs du jeu et de la fête. »[20]

En devenant un fait social total soumis à la rationalité instrumentale/économique actuellement prégnante, le sport ne joue plus le jeu, il joue contre l'esprit du jeu.

Et, « Dès lors que les champions ne se bornent plus à des rencontres occasionnelles avec d'autres champions, mais qu'ils entrent en compétition permanente avec tous les champions venus du monde entier, en présence d'un public universel, même s'ils ne sont pas juridiquement des professionnels, de toute évidence ils ne sont plus des *amateurs*. Dans toutes les disciplines athlétiques, le règne de la mesure s'impose. On ne lutte plus tant contre d'autres champions que contre des centimètres ou des dixièmes de seconde. D'ordinale et singulière, la rivalité se fait cardinale et universelle. Inexorablement la dimension du jeu et du plaisir se perd au bénéfice de l'esprit de sérieux, de l'amour de la victoire pour la victoire et du culte abstrait de la performance.

Avant de déplorer cette perte de la sportivité, il faut reconnaître qu'elle constitue le résultat logique du désir d'être toujours le meilleur. *Altius, cissius, fortius. Toujours plus haut, toujours plus vite, toujours plus fort.* Si tel est l'objectif, on ne saurait s'étonner que les champions sérieux mettent tout en œuvre pour y parvenir. Au risque de compromettre sérieusement l'éthique du *fair play* et la parité effective entre les champions. »[21]

On retrouve ici typiquement les notions d'« intérêt à » et d'« intérêt pour », deux modalités distinctes de l'intérêt bien analysées par la pensée anti-utilitariste :

« Le premier est de l'ordre de l'instrumentalité et de l'extériorité par rapport à une activité. On ne fait pas une chose, on ne se livre pas à une activité parce qu'on y éprouve du plaisir, on la fait parce qu'on a *intérêt à* la faire. Lorsqu'on éprouve, par contre, de l'intérêt pour quelqu'un ou pour une activité, l'action est effectuée pour elle-même. Elle est à elle-même sa propre fin. Le premier type d'intérêt s'inscrit dans le registre des biens intermédiaires. Le second dans celui de ce que les économistes appellent un bien final, ou Aristote le souverain bien. Avant d'en faire son gagne-pain, le joueur professionnel s'est d'abord livré à son jeu par passion, par *intérêt pour*. Il est douteux qu'il reste un bon joueur s'il perd tout plaisir au jeu (et encore…), mais il ne peut devenir un bon professionnel que s'il subordonne *l'intérêt pour* à *l'intérêt à*. » »[22]

Ou, pour le dire autrement, le sport moderne confond le mobile de ses activités avec les conséquences de celles-ci.

C'est dans cette optique que « FestySports » sollicite et promeut la part de passion joyeuse des jeunes à exercer leurs potentialités motrices et mobiliser leur attention ludique dans un esprit volontairement anti-utilitariste.

Aspect évaluatif

Compte tenu de la volatilité du public inhérente à l'espace public ouvert où se déroulent majoritairement nos actions, on peut estimer réalistes les chiffres suivants pour les activités 2018 d'animation socio-sportive (Basket en Liberté et FestySports) de PROMO JEUNES :

- Nombre de journées : 109 *(hors activités quasi quotidiennes CLES Molenbeek)*
- Nombre de participant(e)s : 15.000 *(y compris CLES Molenbeek)*
- Répartition par genre: +/- 60 % M / 40 % F

[18] HUIZINGA Johan, « Homo Ludens – Essai sur la fonction sociale du jeu », Ed. Gallimard, 1951
[19] HUIZINGA Johan, op. cit.
[20] HUIZINGA Johan, op. cit.
[21] CAILLÉ Alain, "Don, intérêt et désintéressement", Ed. Le Bord de l'Eau, 2005
[22] CAILLÉ Alain, op. cit.

- Répartition par tranche d'âge :
    - 0 à 6 ans : 10 %
    - 6 à 12 ans : 30 %
    - 12 à 18 ans : 35 %
    - 18 à 21 ans : 15 %
    - 21 à 30 ans : 10 %
- Répartition géographique: RBC 80 %, Hainaut 20 %

Sur un plan plus qualitatif, l'équipe d'animation socio-sportive de PROMO JEUNES estime avoir veillé à rencontrer le mieux possible et sur le terrain :

- Ses objectifs généraux :
    - Veiller à une pratique citoyenne et démocratique du sport, « sport pour tous » et « de quartier »
    - Favoriser la cohésion sociale
    - Défendre le droit au bien-être
    - Défendre le droit de jouer
    - Répondre à un besoin existant.
- Ses objectifs opérationnels :
    - Améliorer l'accessibilité au sport
    - Améliorer la diversité des activités sportives de proximité
    - Soutenir les acteurs de 1re ligne
    - Favoriser les prises d'initiatives
    - Favoriser le dynamisme de partenariat
    - Favoriser les rencontres entre Sport & Culture.
- Un public cible désargenté et défavorisé :
    - Clubs sportifs amateurs
    - Associations de quartier
    - Associations socioculturelles
    - Handisport.

3.2.5. CITÉ DE LA JEUNESSE

Aspect théorique

Sur base des éléments engrangés lors des étapes de désirabilité (2017-2018) et faisabilité (2019), il s'agit, dès 2020, d'expérimenter sur le terrain le fonctionnement global d'une « Cité de la Jeunesse » conçue comme un laboratoire de valorisations alternatives (esthétiques, éthiques, écosophiques, sensibles, anti-utilitaristes,…) vis-à-vis de l'économisme ambiant.

Il convient donc de concevoir cet espace comme un mélange intellectuel d'infrastructure / dispositif / agencement d'émancipation des jeunes.

L'émancipation étant comprise en tant qu'auto-renforcement du pouvoir d'agir social des jeunes via tout ce qu'on y pense / discute / échange / propose / expérimente / effectue / construit / réalise / …

Dans cette optique, ce prototype de « Cité de la Jeunesse » concentrera nécessairement les dimensions suivantes :

< Ambiance de convivialisme / convivance / convivre ;
< Dynamisme d'auto-organisation et d'autopoièse ;
< Prégnance de démocratie associative / critique ;
< Présence triangulée art / science / association ;
< Prédominance de « l'intérêt pour » sur « l'intérêt à »[23]
< Primauté du « power to (pouvoir d'agir) » sur le « power over (domination) »[24]

[23] CAILLÉ Alain, « Don, intérêt et désintéressement », Ed. Le bord de l'eau, 2005
[24] PELLUCHON Corine, « Ethique de la considération », Ed. du Seuil, 2018

En résumé, il s'agit de tester une Cité du « devrait »[25] qui pourrait s'approcher du modèle hétérotopique prôné par Jean-Louis Genard :

« Dans les réflexions sur la ville, le concept d'hétérotopie peut être intéressant. Il désigne non seulement des lieux « autres », mais surtout des espaces ouverts à des activités non programmées, inattendues, transgressant les segmentations et les codes urbains dominants… La dynamique urbaine génère spontanément de telles activités (Gazon…) qui trouvent cependant d'autant moins d'espaces pour éclore que les politiques de rénovation urbaine réduisent les interstices que pouvait encore offrir la ville et tendent à policer toujours davantage les usages des espaces publics. Or, la dynamique urbaine ne peut se concevoir sans ces espaces hétérotopiques, dans lesquels peut se mettre en scène une suspension des codes sociaux habituels, une mise en question des structures de la quotidienneté, des hiérarchies et des structures de pouvoir. Bref, des espaces pour la fête, pour une parole libérée, pour des manifestations, pour des mélanges sociaux inattendus, pour la créativité. »[26]

Aspect pratique

La phase d'étude de désirabilité a comporté 4 phases dont les 3 premières se sont déroulées au cours de l'année scolaire 2017-18 et la quatrième en octobre 2018.

*** PHASE 1** / ANIMATIONS PHILO-PÉDAS EN CLASSE

Ces animations de 2 périodes de cours consécutives ont débuté le 10/11/2017 pour se terminer le 22/01/2018.

Elles ont concerné 24 classes (pour un total de 457 élèves) issues de 12 écoles différentes.

Chaque animation a été effectuée par un binôme composé d'un(e) philosophe et d'un spécialiste en dialogue interconvictionnel.

*** PHASE 2** / JOURNÉES DE « CONFRONTATION » PAR BINÔMES DE CLASSES

Cette étape de réflexion/recherche en commun a concerné 11 binômes qui ont été chaque fois répartis en 4 groupes mélangés pour participer à 4 ateliers :

> Réalité virtuelle pour l'espace d'une Cité ;

> Radio-audio pour le public la fréquentant ;

> Création artistique pour les activités d'une Cité ;

> Slam pour le fonctionnement de cette Cité.

*** PHASE 3** / DEMI-JOURNÉE DE « PRODUCTION »PAR BINÔMES DE CLASSES

Sur base d'une concertation préalable inter-binômes réalisée à l'ULB à l'issue de la phase 2, les « productions » ont consisté en 4 nouveaux ateliers (suivant le même principe de mélange de classes) :

> Elaboration conjointe d'une maquette d'une Cité ;

> Atelier audio-vidéo d'interviews « micro-trottoir » portant sur une Cité de la Jeunesse ;

> Performance « graf/tag » de décoration d'une Cité et production d'un « totem » imageant le concept de « Cité de la Jeunesse » ;

> Atelier d'impro prolongeant l'atelier slam dédié au mode de fonctionnement d'une Cité.

*** PHASE 4** / EXPOSITION – JOURNÉE DE CLÔTURE DE L'ÉTUDE DE DÉSIRABILITÉ

Une exposition récapitulative du parcours réalisé par chaque binôme a été mise sur pied avec le concours de jeunes volontaires ayant participé au projet.

L'exposition s'est tenue du 09 au 13 octobre 2018 au Ciné Palace, sous le parrainage de Luc SCHUITEN, fan du projet et relevant de sa présence le Vernissage programmé le 10/10/2018, auquel ont assisté plus de 300 personnalités, en présence de délégations des binômes ayant agi le projet.

Les classes concernées ont, quant à elle, pu visiter l'exposition interactive tout au long de la semaine.

Aspect conceptuel

La motivation primordiale tient en une volonté d'inventer / rêver – avec et par les jeunes – une « Cité de la Jeunesse » qui serait un espace / atelier d'incubation pour un imaginaire sociétal neuf ou renouvelé.

Ce concept s'inscrit également dans la perspective d'instaurer un dialogue sur une vision constructive de « ville réflexive » *(J.-L. Genard)* tout à la fois : hospitalière, capacitante, accessible, durable, responsable, culturellement créative, participative et interculturelle.

[25] NEGARESTANI Reza, « Accélérer l'humanité », in DE SUTTER Laurent (dir), « Accélération ! », Ed. PUF, 2016.
[26] GENARD Jean-Louis, « Pour un imaginaire ambitieux », in CORIJN Eric (Réd.), « Où va Bruxelles ? », Ed. VUB Press, 2013

Ce souhait de « vocation cosmopolitique » *(J.-L. Genard)* pour Bruxelles se traduit ici par une « praxis de reliance » couplant dans un même espace/temps l'expérimentation et l'évaluation participante de mises en situations : de création, de compagnonnage, de mobilité, d'interculturalité.

Il s'agit donc pour nous de mobiliser des jeunes autour d'un « faire » commun susceptible d'amorcer une ébauche de coopération entre « singularités multiples » *(A. Mbembe)*, ceci au sein d'un réel laboratoire d'émancipation sociale.

A terme, et à travers cet outil construit avec et par les jeunes, la finalité globale est de promouvoir dans les faits les conditions optimales d'une « autopoièse » chez le jeune 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.

En résumé, la « Cité de la Jeunesse » idéale entendrait contribuer à l'émancipation globale de l'adolescent en lui fournissant des voies d'accès à une autonomie sociale, seule garante – à notre sens – d'une ouverture des possibles capable d'autoproduire, comme disait C. Perelman :

« un homme juste qui soit conscience, c'est-à-dire rejet de l'inhumanité ;
qui applique la règle juste qui est raison, c'est-à-dire rejet de l'arbitraire ;
et qui pose l'acte juste qui est correction, c'est-à-dire rejet de l'inégalité. »

Corrélativement, ce projet s'inscrit dans le contexte bruxellois où l'on observe la coexistence de différentes jeunesses, qui ne se croisent ni dans le temps scolaire, ni dans le temps des loisirs. Cela impacte négativement sur les perspectives d'avenir des jeunes les plus précarisés dans la mesure où cette ségrégation s'accompagne d'une occupation différente de l'espace, avec la maîtrise d'un territoire plus restreint, limitant ainsi les opportunités. L'objectif du projet de « Cité de la Jeunesse » est double : favoriser l'inclusion sociale en brisant les préjugés mutuels et encourager l'autonomisation des jeunes à travers la conception d'une cité de la Jeunesse, créée par, avec et pour eux. Ce lieu représente un dispositif qui permet à la fois la rencontre et l'exercice d'une citoyenneté active. Les participants sont des jeunes bruxellois de 15 à 25 ans, issus de milieux socio-économiques variés, et fréquentant des territoires différents dans la ville. Plusieurs centaines de jeunes ont déjà pris part à la réflexion autour de cette Cité de la Jeunesse. Cette participation massive a tracé les grandes lignes du projet, qui a commencé en 2017-2018, et a dégagé des souhaits pour la suite. Les jeunes sont particulièrement en demande de concret et ont besoin de découvrir d'autres modèles. Le projet de « Cité de la Jeunesse » s'appuie sur une recherche-action, co-construite avec les participants, pour leur présenter des initiatives qui ont mis en place un mode alternatif d'organisation, d'autres cités de la jeunesse dans le monde, et les friches bruxelloises qui pourraient accueillir cette cité. Les voyages d'étude sont destinés à leur fournir d'autres modèles viables d'utopies réelles, pour leur ouvrir le champ des possibles. La mobilité transnationale et intra-urbaine dans le cadre d'un projet commun aux différentes jeunesses aura probablement comme conséquence non seulement une diminution des préjugés mutuels mais également des barrières mentales qui « enferment » certains jeunes dans un périmètre géographique réduit.

<u>Aspect évaluatif</u>

L'évaluation du projet « Cité de la Jeunesse » est exemplative des difficultés rencontrées en la matière par les acteurs opérationnels de PROMO JEUNES *(et probablement du milieu associatif en général)*.

Ainsi, dans le cas présent, au terme de l'étude de désirabilité 2017-18, l'Equipe avait récolté une série de données susceptibles de traitement en vue d'une évaluation tant quantitative que qualitative.

Ce matériau comprenait :

- 190 exemplaires d'un questionnaire global soumis aux jeunes ayant participé au projet et dont les items portent sur l'ensemble des phases (1/2/3) ainsi que sur l'état d'esprit des rencontres et le suivi souhaité de la démarche ;
- Pour la <u>phase 1</u> :
    - 24 questionnaires dialogiques (1 / classe) co-rédigés par les élèves et leurs professeurs ;
    - L'auto-questionnaire participatif complété par l'équipe d'encadrement de la phase 1 (philo-pédagogues / accompagnateur) (24 exemplaires) ;

- Pour la phase 2 :
    - 11 rapports d'évaluation participante (1 / binôme) effectuée par Nina Lauwer, dans le cadre de son Master 1 en Psychologie sociale à l'ULB ;
    - 22 heures de rushes enregistrés lors des ateliers radio-débat.
- Pour la phase 3 :
    - 11 rapports d'évaluation participante, sur un canevas similaire à celui de la phase 2 ;
    - Les enregistrements réalisés lors des séances d'interviews micro-trottoir.

L'ensemble des éléments évaluatifs répertoriés ici devait faire l'objet d'une analyse croisée, sous la supervision de personnes routinières du traitement statistique.

Ceci n'a pu se réaliser pour diverses raisons dont notamment le renoncement du LAAP-UCL à participer au projet.

C'est pourquoi l'ULB et la VUB ont été approchées pour voir dans quelle mesure et selon quelles modalités la défection de notre partenaire initial pourrait être palliée.

Des contacts en ce sens ont été noués avec les professeurs D. Jacobs (ULB-Socio) et E. Corijn (VUB) ainsi qu'avec Mesdames A. Alarcon (ULB-GERME) et M. Berzin (Brussels Academy).

Ces péripéties illustrent les difficultés *(sinon l'impossibilité)* des acteurs associatifs à conceptualiser une méthodologie évaluative dont ils ne maîtrisent pas les paramètres fonctionnels, surtout quand le projet, comme la « Cité de la Jeunesse », relève de la co-construction.

Dans ce contexte, le type d'évaluation le plus approprié semble celui d'une évaluation des processus voire d'une évaluation formative (évaluations qui ciblent l'efficacité du déroulement du projet et les aléas de son fonctionnement/développement). Une évaluation sommative ou de résultats ne pourra être effectuée qu'au terme des différentes phases du projet dont il convient de rappeler ici les buts et objectifs, posés en 16-17 et co-adaptés en permanence avec les jeunes acteurs du projet :

1. BUTS

De manière générale, l'IDÉE-VALEUR du projet est de favoriser les conditions d'émergence d'un imaginaire alternatif de société « aimable » dont les ressorts seraient :

< L'émancipation, conçue comme (ré)habilitation (individuelle et collective) du pouvoir d'agir social ;

< L'égalité réelle en action, dans ses 3 conceptions selon J. Rancière : égalité intellectuelle, égalité politique et égalité sensible[27] ;

< La résonance, comme concept de relation dialogique avec le monde susceptible de contrer les modes d'aliénation et de réification propres à la société ultra-libérale prégnante.

Pour accomplir ce dessein, a été émise, avec et par les jeunes, l'hypothèse de concevoir une « Cité de la Jeunesse » qui serait un espace/lieu/structure/dispositif/agencement propice à l'auto-émergence, l'auto-poièse et l'auto-organisation d'un changement radical de paradigme.

2. OBJECTIFS

En étroite coopération avec les jeunes et les autorités publiques subsidiantes, il a été convenu – pour atteindre les buts fixés – de phaser le projet en 3 étapes :

< ETAPE 1 : étude de désirabilité (2017-2018)

< ETAPE 2 : étude de faisabilité (2019-2020) – En cours

< ETAPE 3 : expérimentation concrète du fonctionnement global d'une « Cité de la Jeunesse » pendant 3 ans, sur base des études de désirabilité et faisabilité effectuées en 2017-2020, ceci au sein d'un espace/structure temporaire mis à disposition par la RBC.

Comme évoqué avec les « scientifiques », il s'agirait surtout d'une évaluation de processus qui comprend :

< Des questions procédurales :

- les activités sont-elles effectuées comme planifiées ?
- adéquation de la population ciblée ?
- les acteurs sont-ils satisfaits ?
- améliorations à apporter au processus ?
- nombre de participants visés/atteints ?
- les services prévus sont-ils adéquats ?
- les activités aboutissent-elles aux produits espérés ?

[27] FJELD Anders, « Jacques Rancière – Pratiquer l'égalité », Michalon Ed., 2018

< Des indicateurs ad hoc (parfois quantitatifs mais prioritairement qualitatifs) :

- taux de participation aux activités ;
- nombre d'ateliers donnés ;
- niveau de satisfaction des acteurs (échelle) ;
- fréquence des communications ;
- tenue du journal de bord ;
- type de communications ;
- listage problèmes/plaintes.

< Des outils d'évaluation adaptés :

- groupes de discussion ;
- formulaire/questionnaire ;
- notes d'observation participante ;
- entrevues.

La procédure et les modalités d'évaluation concrètes et précises font, à ce stade, toujours l'objet de discussions avec les experts académiques.

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

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.

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.

Aspect conceptuel prospectif 2018-2020 *(non retenu par la STIB)*

En ce qui concerne plus spécifiquement la sensibilisation à un meilleur usage des transports en commun, l'approche de PROMO JEUNES s'appuie ici sur un **parcours de réflexion / mise en situation / recherche / création** déjà bien rodé dans nombre de projets-outils proposés aux jeunes.

Dans le champ présent, l'**étape de réflexion** qui débute le processus consiste en un questionnement philosophique mené en classe par des spécialistes aguerris de la philosophie pour jeunes (enfants/adonaissants/adolescents).

L'**étape de mise en situation** suivante se fonde sur un souci de confrontation au réel et d'appréhension du vécu des acteurs de la mobilité publique en Région bruxelloise.

A cette mise en situation succède alors une **étape de recherche appliquée** en classe via une étude de cas portant sur les déplacements quotidiens personnels réels des élèves qui pourraient bénéficier de co-modalités de voyage urbain potentiellement avantageuses pour une ville durable.

La fin du parcours est constituée par une **étape de création artistique** qui conduit à produire une œuvre graphique collective par classe.

Cette production/fabrication (« making/doing ») est destinée à être exposée dans l'espace public urbain dans des lieux où circulent des transports en commun.

Ceci est important à plus d'un titre.

D'abord au niveau subjectif de l'élève « maker » pour qui, « […] l'immersion dans une expérience esthétique conduit à valoriser des sensations et des sentiments précédemment insoupçonnés, et/ou à modifier les valorisations qui leur sont associées. »[28]

Ensuite, au regard du spectateur, comme le prétend J. Rancière :

« L'émancipation commence quand on remet en question l'opposition entre regarder et agir, […] quand on comprend que regarder est aussi une action qui confirme ou transforme cette distribution des positions. Le spectateur aussi agit, comme l'élève ou le savant. Il observe, il sélectionne, il compare, il interprète. Il lie ce qu'il voit à bien d'autres choses qu'il a vues sur d'autres scènes, en d'autres sortes de lieux. »[29]

Il est remarquable que cette approche méthodologique familière à PROMO JEUNES a rencontré l'approbation voire l'enthousiasme de nombreuses autorités éducatives et culturelles, mais n'a en revanche pas convaincu la Direction de la STIB qui s'est tournée vers un autre partenaire associatif dont l'action envers le monde para-scolaire n'a – à notre connaissance – pas encore débuté à ce jour.

Aspect évaluatif (2017-18)

Pour rappel, il s'agissait pour PROMO JEUNES de concevoir et organiser une *« Campagne pédagogique de sensibilisation à une mobilité citoyenne et d'actions pour une meilleure utilisation des transports publics »* destinée à de jeunes adonaissants/adolescents (FR/NL) scolarisés en RBC.

Sur un plan quantitatif, les objectifs de la campagne semblent être atteints.

En effet, à l'issue de la phase d'inscriptions par voie électronique, on dénombrait :

75 classes dont la participation avait été acceptée (soit +/- 1.500 élèves) provenant de 29 établissement différents, dont voici la répartition :

		Ecoles	Classes	Elèves
FR	**Primaire**	19	56	1.194
	Secondaire	2	5	86
	Spécialisé	4	9	116
NL	**Primaire**	3	4	84
	Secondaire	1	1	20
	Spécialisé	/	/	/
		29	**75**	**1.500**

- Communes de la RBC impliquées : 12.
- Communes non représentées : 7 *(Berchem Ste-Agathe, Etterbeek, Evere, Ganshoren, Koekelberg, Saint-Gilles, Watermael-Boitsfort)*

[28] CITTON Yves, « Pour une écologie de l'attention », Ed. du Seuil, 2014
[29] RANCIERE Jacques, « Le Spectateur émancipé », Ed. La Fabrique, 2008

L'évolution participative a été la suivante :

	Classes	Elèves
Phase 1 - Musée du Tram	56	1.150
Phase 2 - MobiSquare	61	1.200
Phase 3 - Saynètes-Débat	64	1.257
Phase 4 - Concours	26	550
Phase 5 - Remise des prix	5	68

Les raisons suivantes des désistements successifs ont été mises en avant par les enseignant(e)s et/ou les directions d'école :

- « Pas au courant »
- Planning surchargé
- Soucis pratiques
- Professeur titulaire/responsable en maladie/congé
- Problèmes de comportement à l'école
- …

Sur un plan qualitatif, on peut se référer – à titre de fil conducteur – aux questions posées aux enseignant(e)s à propos de leur vécu global de la campagne (fond) d'une part, des formalités d'inscription/planification de celle-ci (forme/logistique) d'autre part.

Ainsi, à la question *« La campagne BM en cours correspond-elle à ce que vous en attendiez ? »*, les enseignant(e)s répondent :

- 25 fois oui : 83 %
- 0 fois non : 0 %
- 0 fois moyennement : 0 %
- 5 fois « autres » : 17 %

Les déclarants s'expriment 11 x positivement pour 1 item négatif et 2 neutres :

- Intéressante et importante pour les enfants
- Très chouette activité de sensibilisation
- Vraiment très attractif pour les élèves
- Quel encadrement ! Super !
- Positif point de vue aspects de la STIB, de la sécurité
- Je ne savais pas exactement ce que nous allions découvrir et j'ai été agréablement surprise
- Belle activité proposée aux élèves

Au début, peu claire par rapport aux 2 dernières activités proposées :

- Très chouette campagne
- Activités variées. Intervenants de différents secteurs.
- Je ne m'attendais pas à ce que ce soit aussi ludique et approprié ; c'est donc une bonne surprise
- La plupart des élèves utilise les moyens de transport. Ce projet les touche personnellement et il est bon de leur rappeler les règles.
- Peut-être insister et encourager à prendre plus les transports / la conduite à avoir (céder sa place, etc.)
- Mais nécessite d'être bien resituée dans le cadre d'une valorisation des transports en commun

De manière complémentaire, 608 questionnaires « élèves » (sur les 1.257 ayant participé aux saynètes) représentant 34 classes (sur 64) ont été récoltés (soit +/- 50 % des participants).

Dans un cadre prospectif, les éléments essentiels à retenir nous semblent être les suivants :

- ✓ 35 % des élèves n'utilisent quasiment pas les transports en commun (T/B/M)
- ✓ Les utilisateurs privilégient l'abonnement scolaire (via mobib) à 70 %
- ✓ Le taux de validation ferme du titre de transport est de 63 %
- ✓ Le taux de « fraudeur pur » (sans ticket) est de 3-4 %
- ✓ 40 % des élèves voyagent seuls
- ✓ L'uniforme STIB stresse 11 % des sondés

- ✓ Les incivilités comportementales (portillons / blocage des portes / franchissement de la ligne) trouvent un écho positif (rigolo/normal) chez 6 à 10 % des répondant(e)s
- ✓ Fait notable : ces incivilités sont jugées parfois nécessaires (selon les cas donnés en exemple) par 5 à 18 % des élèves.

3.2.7. EDUCASPORT

Aspect théorique

Il s'agit d'un projet transversal issu conjointement des mondes du Sport, de la Jeunesse, de l'Aide à la Jeunesse et de l'Education permanente (Culture).

L'idée générale est de tirer parti du « sport » – en tant que fait social total emblématique de la modernité – pour en examiner, **avec** et **par** ses acteurs, les multiples facettes : éducation, santé, égalité, justice, reconnaissance, compétition, coopération, conflit, spectacle, effort, mérite,…

Et de critiquer ensemble le dévoiement ou/et l'instrumentalisation éventuel(s) de ces valeurs supposées en termes d'autonomie, d'émancipation, d'émotion des pratiquants sportifs (jeunes, dirigeants, coaches, public,…).

L'hypothèse heuristique globale du projet est que ce dévoilement, co-construit avec les différents acteurs, contribuerait à une pratique sportive organisée plus assidue (sur la durée notamment), effectuée en meilleure connaissance de cause et d'effet, et génératrice d'« émotion conjointe »[30].

Aspect pratique

La méthodologie qui sous-tend le projet s'apparente à une démarche d'éducation populaire, consubstantielle à notre volonté de co-construction et d'auto-organisation du projet, dont les principes relèvent de l'éducation non formelle.

Et dont la finalité consiste à « […] travailler des représentations de l'intérêt général pour en faire ressortir les contradictions »[31].

A ce titre, l'éducation non formelle (populaire / permanente) constitue (ou devrait constituer) un pilier de la démocratie, si l'on en croit P. Ricoeur pour qui : « Est démocratique, une société qui se reconnaît divisée, c'est-à-dire traversée par des contradictions d'intérêts, et qui se fixe comme modalité d'associer à parts égales chaque citoyen dans l'expression, l'analyse, la délibération et l'arbitrage de ces contradictions. »[32]

A titre indicatif, sont disponibles et opérationnels 5 modules de sensibilisation :

- 2 modules dédiés aux dirigeants de clubs / Fédérations :
  - * Module 1 : « Comment concilier éducation et performance ? » (D1) ;
  - * Module 2 : « Pistes pédagogiques concrètes pour un plan d'action dans mon club » (D2).
- 3 modules destinés aux coaches / entraîneurs :
  - * Module 1 : « Comment aider mon athlète à développer son potentiel ? » (C1) ;
  - * Module 2 : « Comment booster la dynamique de mon équipe ? » (C2) ;
  - * Module 3 : « Comment améliorer les relations coaches/parents ? » (C3).

Une première partie de ces modules *(D1/D2/C1)* a déjà été déclinée à plusieurs reprises, ceci à la plus grande satisfaction des participants.

Parallèlement, seront confectionnés, en 2019-20, 3 modules dédiés aux jeunes sportifs.

Il s'agit de compléter l'approche « top-down » des modules dirigeants et coaches par une démarche « bottom-up » ciblant directement les jeunes sportifs en les sensibilisant, dans un premier temps, sur 3 thématiques :

- Sport et genre (J1) ;
- Sport et scolarité (J2) ;
- Sport et éthique (J3).

Ces nouveaux outils sont le fruit d'une coopération entre les différents acteurs du projet :

> Innovasport ;
> FEFA (Foot Education Famille) ;
> Ecole de Sports de l'ULB ;

[30] ROSA Hartmut, « Résonance – Une sociologie de la relation au monde », Ed. La Découverte, 2018
[31] LEPAGE Franck, « L'éducation populaire, monsieur, il n'en ont pas voulu… », Ed. du Cerisier, 2007
[32] RICOEUR Paul, cité in LEPAGE Franck, op cit.

> Infor Jeunes Bruxelles ;
> PROMO JEUNES.

Aspect conceptuel

Il convient selon de réaffirmer ici notre conviction qu'envisager le sport comme outil d'éducation, d'insertion et d'intégration nécessite de trouver un équilibre entre :

- d'une part le conte ou le mythe « d'une intégration sociale par les loisirs et le sport, dont la magie universaliste effacerait les discriminations en mutualisant les valeurs fondatrices de la compétition et de l'effort » (J. Beauchez). On parle aussi de « footballisation » ou « sportivisation » du lien social (C. Bromberger) ;
- d'autre part, la portée éducative et intégrative réelle et concrète de la pratique sportive. Notamment via sons socle socio-relationnel triangulé entre autorité/confiance/coopération (R. Sennett) qui peut initier une forme de socialisation sportive portée par des apprentissages sur le terrain d'une « éthique de l'interaction » (M. Falcoz / M. Koebel).

Aspect évaluatif

En 2018, l'équipe Educasport a réalisé 5 animations de groupe qui ont rassemblé :

- 55 participants
- 19 clubs
- 15 Fédérations.

En voici le détail…

MODULE 1 COACH : « COMMENT DÉVELOPPER LE POTENTIEL DE MON ATHLÈTE ? »

- 12 mars 2018 : Salle du club « CS La Forestoise », 12 participants.
  - Clubs présents : CSF Cercle sportif La Forestoise (athlétisme), Union nautique de Bruxelles (aviron), Union sportive volley-ball Bousval, New Rock (escalade), ESOA Academy (football).
  - Formateurs : Carole Fantini, Thierry Pastur et Philippe Vanderschueren.
- 20 mars 2018 : Salle du club « The Runners » (St-Gilles), 15 participants.
  - Clubs présents : The Runners (basket-ball), GODC Grupo Origens Da Capoeira, Royal Excelsior Sport Club (athlétisme), Sporta Evere Volley-Ball, Royal Canter Schaerbeek Basket Club, Anciens 13 (basket-ball), CNMR/Sirena (natation), BCV Ganshoren.
  - Formateurs : Thierry Pastur et Philippe Vanderschueren.
- 1er octobre 2018 : Centre sportif d'Eghezée, 6 participants.
  - Clubs/Fédérations présents : 4.
  - Formateurs : Carole Fantini, Thierry Pastur et Philippe Vanderschueren.

PRÉSENTATION GLOBALE DE L'ENSEMBLE DES MODULES

- 19 juin 2018 : Country Hall – Liège, 18 participants.
  - Conseil d'administration AISF (Association Interfédérale du Sport Francophone), 15 Dirigeants de Fédérations sportives.
  - Présentateurs : Charlotte Derclaye et Olivier De Roy.

MODULE 1 DIRIGEANT : « COMMENT CONCILIER ÉDUCATION ET PERFORMANCE ? »

- 18 septembre 2018 : Country Hall – Liège, 4 participants.
  - Clubs présents : 3.
  - Formateurs : Michel Boving et Thierry Pastur.

Pour l'Equipe PROMO JEUNES
B. Buntinx, O. De Roy, E. Hanson
06 février 2020