

Le Bulletin

de liaison

BELGIQUE - BELGIE
PP-PB
1099 BRUXELLES X
BC 10114



F.C.J.M.P.
ASBL

de la Fédération des Centres de Jeunes en Milieu Populaire

Sommaire

Dossier: « Mission Impossible IV »	2 > 5
Echo'llectif: CJ WAPI	6
Evènement : RELIE-F fête ses 15 ans !	7
Evènement : « G 100 »	8 > 9
Echos des Centres: MJ « L'Antistatic »	10
Brèves du secteur	11
Epinglé pour vous en politique	12
Fiche technique	13 > 14
Formations	15

138

Outils d'informations

MISSION:
IMPOSSIBLE?

saison 4

Edito

« Incomunicado ».

De l'espagnol « incomunicado », participe passé de « comunicar » ou « couper toute voie de communication ». Ce terme pourrait devenir un qualificatif récurrent dans notre société.

Pourquoi ? Parce que si nos jeunes semblent plus à l'aise que leurs aïeux en termes de nouvelles technologies, leur manière de communiquer les enferme dans un monde 2.0 qui ressemble furieusement à l'« incomunicado ».

Notre mission ? Favoriser les communications ascendante et descendante entre nous, nos membres et les jeunes afin de les représenter valablement mais surtout de les informer sur les matières qui les concernent.

Pour ce faire, il existe tout un arsenal de méthodes, d'outils et de moyens. Il est également important de souligner que les institutions ont fait de réels progrès ces dernières années pour varier leurs canaux de communication, les modes de communication et rendre sexy les contenus à destination des publics. La communication associative fait la part belle aux thématiques et aux choix du support le plus adapté permettant de cibler le plus précisément possible les destinataires du message.

Rappelons enfin qu'en termes d'information, notre rôle est également d'éduquer les jeunes à l'utilisation des nouveaux médias, à leurs écueils en développant leur sens critique, à leurs modalités par l'apprentissage des nouvelles technologies de l'information, mais également à la déontologie afin d'éviter à court ou long terme, des retombées inattendues et souvent négatives.

Ce bulletin vous livrera quelques perles et des outils qui, nous l'espérons, vous inspireront et vous donneront l'envie de vous démarquer, de vous améliorer, de vous transcender et tout simplement de poursuivre votre recherche du moyen le plus insolite d'exprimer votre message.

**Mission Impossible IV:
Outils d'information**



La F.C.J.M.P., c'est :

- Le soutien actif de l'action des Maisons de Jeunes en Milieu Populaire
- La réalisation de partenariats locaux
- Le développement de l'Égalité des Chances en Milieu Populaire.

Mais la fédération, c'est aussi et surtout des individualités et des personnalités qui bougent ensemble.

L' équipe communautaire de la fédération :

- Emilie Bastin
- Andrea Casamenti
- Mokhtar Chellaoui
- Jeremy Clément
- Rares Craiut
- Célia Deshayes
- Pierre Evrard
- Gaëlle Frères
- François-David Freschi
- Virginie Henrotte
- Bruno Magermans
- Georgios Tzoumacas

L'équipe régionale et locale de la fédération :

- Yassin Arbaoui
- Pierre Boulanger
- Tarik Bouzerda
- Gaëlle Brasseur
- Romina Carota
- Emilie Charlet
- Nicolas Crisafi
- Pauline Daussoigne
- Olivier De Rouck
- Manon De Smet
- Cyrille Domtotl
- Yassin Elmcabeni
- Amélie Esgain
- Valentine Etienne
- Baptiste Farvacque
- Guillaume Gagneur
- Christophe Grout
- Nisrine Kamal
- Martine Kerff
- Marc Korosmezey
- Alexis Maus
- Lara Monfort
- Selvié Murat
- Linda Onana
- Ismaël Ouriaghli Touil
- Kevin Reaume
- Tommy Remiche
- Lucile Stievenard
- Elodie Themelin
- Anne Van Daele
- Jessica Van Saene

Les membres du conseil d'administration et les conseillers de la fédération :

- Daniel Thérasse, Président
- Olivier Leblanc, Administrateur délégué
- Géraldine Fievez, Vice-Présidente
- Frédéric Admont, Vice-Président
- Robert Cornille, Trésorier
- Julien Anciaux
- Didier Beyers
- Jean-Philippe Calmant
- Doriane Coupeze
- Freddy Hartog
- Bernard Herlin
- Xavier Hutsemékers
- Elise Laffineur
- Johanna Larcheron
- Michel Lefebvre
- Sandra Marchal
- Allison Meerbergen
- Jeanne-Marie Sevaux
- Selçuk Ural

Si votre centre souhaite aussi s'impliquer, la fédération est à votre disposition.

Réalisation d'outils d'informations, de réflexions et de supports pédagogiques et valorisation des actions et projets des membres

Nouveau chapitre dans notre série de BDL consacrée aux missions des fédérations de Centres de Jeunes : nous nous pencherons cette fois sur la mission de « réalisation d'outils d'informations, de réflexions et de supports pédagogiques et la valorisation des actions et projets de leur membres ». Un - long - article du décret OJ qui comprend plusieurs facettes et enjeux.

Il s'agit donc de produire des outils destinés à soutenir et faciliter les actions des Centres de Jeunes. Au travers de cette mission, nous nous adressons à des publics divers : le grand public, afin de le sensibiliser à l'existence et aux vertus pédagogiques des CJ, les jeunes, qui voient leur image et leurs actions mises en valeur par les différentes communications et enfin les acteurs de terrain qui voient leurs pratiques évoluer grâce à la réalisation d'outils.

Dans ce dossier, nous allons présenter des exemples concrets d'actions en lien avec cette mission d'information et de communication, au sens large.

Nous proposons de commencer par quelques mots au sujet de la communication associative, puisque toute information passe par la communication.

Les associations font partie intégrante de notre société. Le secteur associatif occupe une place importante en Belgique, en terme d'activités comme en terme de PIB, le nombre d'asbl actives s'élève en effet à plus de 100 000.

Dès lors, les institutions, et surtout les plus petites structures, peuvent éprouver des difficultés à se positionner sur l'échiquier social, à se démarquer par rapport à d'autres asbl partageant les mêmes convictions. Sans écraser les autres, sans créer une concurrence qui serait bien mal placée dans notre secteur, il s'agit tout de même pour chacun de parvenir à s'affirmer, localement ou à l'échelle nationale. La communication, aujourd'hui plus que jamais, est une question de survie.



Pour cela, votre positionnement doit être distinct de celui des structures évoluant dans le même secteur que vous. La plupart du temps, un logo ne suffit pas. Il doit être accompagné de quelque chose d'autre. Du textuel, si possible, et pas trop long. Un slogan percutant qui apporte quelque chose de plus, marque les esprits, fait sourire, crée du suspens, le tout pour avoir un maximum d'impact sur le public.

La charte graphique a également toute son importance. Votre logo doit être dans l'air du temps, n'hésitez pas à le faire évoluer. Pas toutes les semaines, bien sûr, mais il n'est pas immuable non plus. Le logo sera composé de couleurs et d'images en accord total avec vos convictions.

Rédiger une charte graphique de base n'est pas une activité hautement chronophage mais elle est essentielle, elle permet de se distinguer et d'avoir une communication harmonieuse.

Pour une asbl à finalité sociale, l'enjeu majeur est que ses communications laissent clairement transparaître son objet social, moteur de chacune de ses activités. Les valeurs défendues par l'asbl doivent être le fil rouge de chaque communication vers l'extérieur.

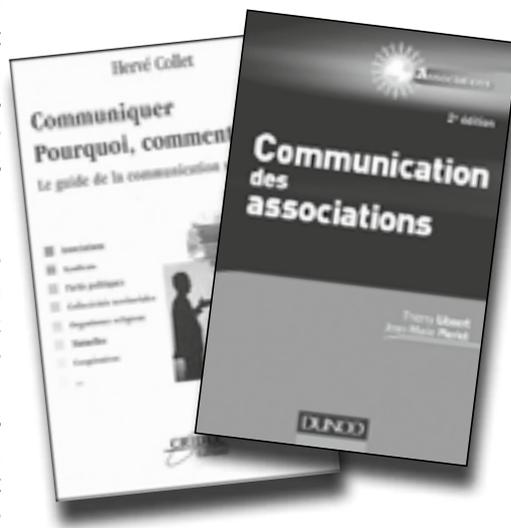
Même lors de la rédaction d'un simple communiqué de vos activités, garder à l'esprit l'objectif dans lequel vous proposez cette activité. En OJ comme en CJ, une activité n'est jamais proposée par hasard, alors faites le savoir ! N'oubliez pas que les personnes qui vous lisent sont nombreuses, vous vous adressez à vos jeunes ou aux personnes de terrain, mais cela n'empêche pas vos dirigeants locaux ou le grand public d'avoir accès à ces informations.

De la même manière, lorsque vous remplissez un appel à projets ou lorsque vous rédigez un dossier pour obtenir un subside ou des sponsors pour une activité extraordinaire, vous devez penser à votre communication. Il s'agit de montrer votre association sous son meilleur jour, de vous adresser à une cible précise, par le moyen le plus pertinent.

Outre les communications vers l'extérieur, vous devez aussi communiquer le plus efficacement possible en interne. Avec vos collègues, mais aussi avec vos membres. Il s'agit de mettre toutes les personnes qui gravitent autour de l'association au diapason de vos activités et de leurs finalités, afin que chacun trouve sa place au sein de l'asbl mais aussi afin que chacun sache en parler de manière adéquate.

C'est le lien social qui caractérise bien souvent une association et salariés, bénévoles, volontaires, membres, adhérents, nul ne doit être ignorant des raisons d'être de son association.

Ne sous-estimez pas le « bouche-à-oreille » dans le secteur associatif. Plus les structures jeunesse auront bonne réputation, plus leurs spécificités pédagogiques seront mises en avant, plus elles seront fréquentées et auront la place et l'importance qu'elles méritent dans notre société.



Il est donc du devoir de chacun de communiquer correctement en interne et en externe au sujet des activités de son association.

En communiquant de la meilleure manière en interne, il vous sera plus facile de monter des projets, de chercher des subsides et de faire de vos jeunes des CRACS car chacun

sera à même de mener des missions dont il mesure les enjeux et les finalités. C'est le B.A.-BA de la communication interne.

De même, il vous sera plus facile d'intégrer de nouveaux membres, car ces derniers seront réceptifs à la bonne ambiance régnant au sein de votre structure et à la clarté des informations communiquées.

Les freins à une bonne communication associative sont nombreux. La complexification des tâches informatiques, pour des travailleurs pas toujours formés, la précarité des emplois du secteur, la dépendance à l'égard du bénévolat, lui non plus pas forcément formé à la communication, le financement qui ne garantit pas toujours la viabilité financière de l'association et la suffisance de moyens humains, le besoin de professionnalisation du secteur etc.

Cette tâche essentielle est l'une des plus difficiles à mener à bien pour des animateurs qui ne peuvent pas porter 36 casquettes.

Les petites structures n'auront jamais une communication à l'image d'Amnesty ou Greenpeace et sans doute n'est-ce pas à leur souhait. Mais, pour avoir une portée d'action, pour se faire entendre des médias, il faut une communication efficace, et celle-ci sous-entend d'avoir une personne en charge de la communication, qui soit à même de développer un plan de com' et des relations médias.

Les freins évoqués plus haut ne permettent pas aux structures jeunesse de se permettre un tel luxe, ou rarement.

Pour aller plus loin dans la réflexion, deux ouvrages de référence :

LIBAERT T., PIERLOT JM, « Communication des associations », 2014, DUNOD.
 COLLET H., « Communiquer, pourquoi, comment ? », 2004, CRIDEC éditions.



Les jeunes dans la presse

Dans notre secteur, quand on fait référence à l'information, la communication et plus largement les médias, il faut aussi prendre en compte la façon dont les jeunes y sont représentés, les comprennent, se les approprient.

La Ministre de la Jeunesse de la Fédération Wallonie-Bruxelles, Isabelle Simonis, le Vice-Président, Ministre de l'Enseignement supérieur et des Médias, Jean-Claude Marcourt, et l'Association des Journalistes Professionnels ont présenté, en juillet dernier, les résultats des baromètres « Jeunesse et diversité » dans la presse écrite. Plus que jamais désireuse de mettre en place des actions en éducation aux médias dans le contexte actuel, où information rime trop souvent avec consommation et incompréhension, la FCJMP a assisté à ce colloque, véritable état des lieux des jeunes dans la presse.

L'occasion de mettre une fois encore en évidence le fait que les jeunes sont assez mal représentés dans les médias d'information. Leurs avis sur la société, la politique ou encore l'emploi sont rarement sollicités, presque aucun crédit ne leur est



accordé, à eux qui sont pourtant les acteurs principaux d'une société qui leur appartient.

D'envergure, l'enquête met en avant le fait que les jeunes sont largement mieux représentés dans des rubriques plus légères telles que le sport, la culture et l'information locale. A nuancer bien sûr puisqu'en matière

de culture par exemple, il va bien souvent s'agir de culture urbaine, certes propre à la génération en cours mais pas unique centre d'intérêt des jeunes. Quant au traitement journalistique de leur parole, il induit des connotations qui ne reflètent pas la richesse et la diversité de la réalité.

Face à ces constats, qui n'ont presque pas évolué depuis le dernier baromètre de 2011, les Ministres Simonis et Marcourt promettent la réalisation d'un « kit pédagogique » à destination des professeurs de journalisme et, in fine des jeunes, ainsi que la mise en place de « personnes-contact » au sein des établissements d'enseignement supérieur.

Espérons que des actions seront également soutenues en éducation non formelle, dans les structures à caractère pédagogique où les équipes d'animation ont tout le loisir de développer des actions en matière d'expression jeune par le biais des médias et d'analyse de l'information.

Pour des compléments d'informations au sujet du Baromètre, vous pouvez vous adresser à Stéphanie WILMET, attachée de presse pour le Cabinet SIMONIS.





«Espoir Urbain»

Un axe important de la mission des OJ que nous mettons en avant dans ce dossier est « la réalisation de supports pédagogiques et la valorisation des actions de leurs membres ». Nous en profitons pour illustrer concrètement ce point en présentant un nouvel outil de réflexion réalisé par Romina Carota, animatrice à la MJ liégeoise « La Baraka ».

La mission d'informer est intimement liée à celle de former les publics. En rédigeant son premier ouvrage, Romina a souhaité à la fois informer le grand public sur ses pratiques en MJ mais aussi apporter une base de réflexion aux acteurs de terrain.

Passionnée de danse, Romina utilise le hip hop comme outil d'émancipation et d'insertion des jeunes filles dans les MJ et dans la société. Son projet, «Espoir Urbain», est né en 2008 de son constat du manque de mixité de genre au sein des MJ. C'est seule qu'elle a imaginé ce projet pédagogique et c'est à force de pugnacité et à l'aide de belles rencontres qu'elle a fini par en faire un outil.

Conçu pour faciliter l'insertion du public féminin dans les Maisons de Jeunes, « Espoir Urbain » est devenu aujourd'hui un processus de travail complet, qui s'est affiné avec le temps et qui s'adapte à différents publics : enfants, adolescents et adultes.

Pour parvenir à ce résultat Romina a travaillé sur des problématiques propres au public du milieu populaire et développé un travail sur les codes culturels de chacun des jeunes, prenant en compte la diversité des origines, des identités culturelles et des parcours de vie.

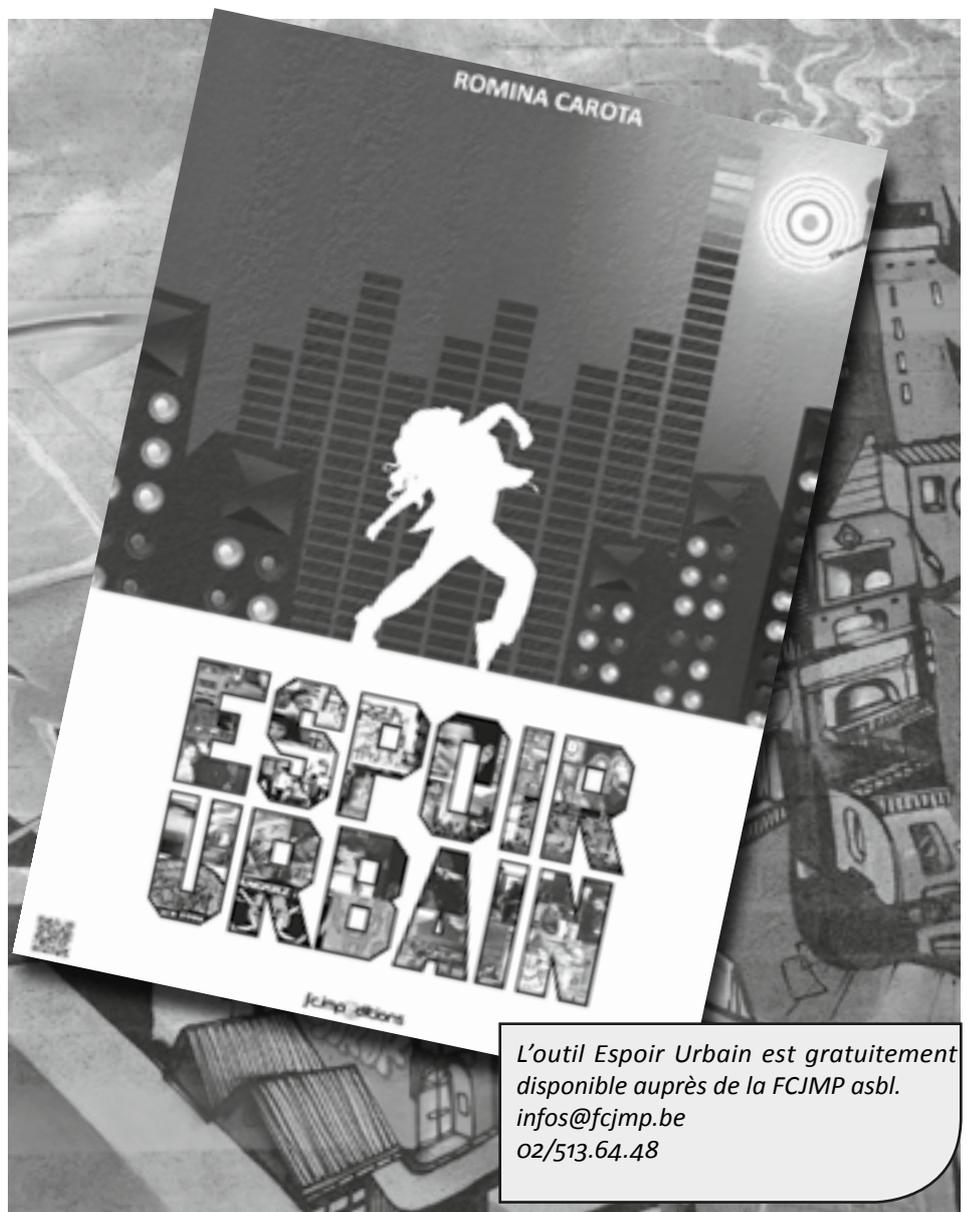
Elle a amené les jeunes à se questionner sur l'usage et la signification de ces codes culturels. De la même manière, « Espoir Urbain » invite les jeunes à se tourner vers les faits historiques vécus par leurs

aînés mais aussi à se questionner sur leurs histoires personnelles afin d'élaborer une vision plus claire de leur avenir.

En d'autres mots, les jeunes sont amenés à se pencher sur leur vécu, pour ensuite se pencher sur celui de l'autre et enfin comprendre l'histoire commune. À la naissance du projet, Romina réalise que les codes de la culture hip hop peuvent servir

de « langage universel » et rapprocher les publics. Un pari qui prendra près de sept ans avant d'aboutir. C'est ce parcours qui est raconté dans cet ouvrage.

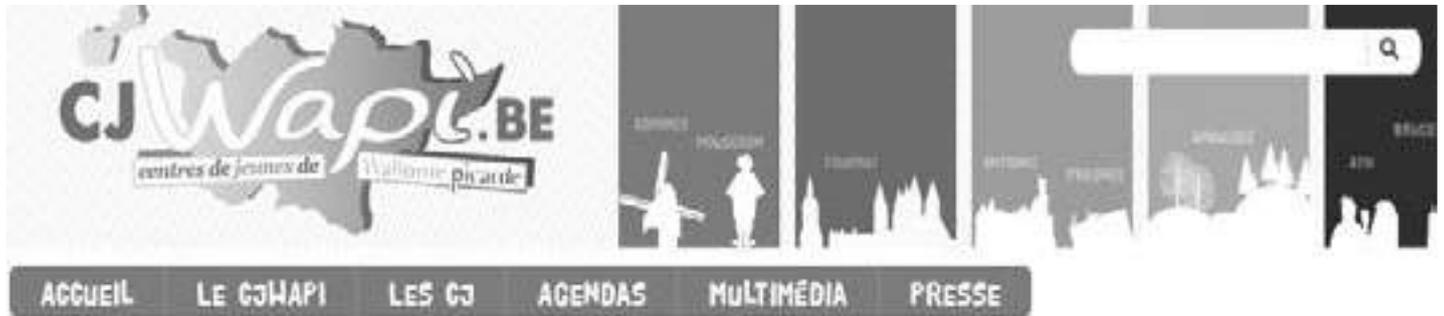
Cet ouvrage pédagogique est destiné à servir de support d'animation dans le secteur socioculturel ainsi que dans les écoles.



*L'outil Espoir Urbain est gratuitement disponible auprès de la FCJMP asbl.
infos@fcjmp.be
02/513.64.48*



CJ WAPI : un nouveau site pour cette rentrée !



PRÉSENTATION

Si les collectifs de MJ existent depuis belle lurette, ils n'ont jamais autant communiqué qu'aujourd'hui ! Les équipes de MJ doivent user de toutes les techniques de communication et s'adapter à tous les publics pour promouvoir leurs actions.

Dynamique, ambitieux, le collectif des Maisons de Jeunes de Wallonie Picarde, le CJ WAPI, a lancé il y a quelques semaines son nouveau site, fruit d'une importante réflexion de la cellule com'.

Le CJ WAPI c'est 9 Maisons de Jeunes, 2 Centres d'Information Jeunesse et 1 Centre de Rencontres et d'Hébergement. Cela fait une dizaine d'années que ce collectif existe. Il a pour ambition de favoriser les liens et les projets entre ces différents Centres de jeunes.

Elément de com' incontournable, le site va soutenir cette ambition. Après 10 ans d'actions communes, les Centres qui composent le Wapi ont choisi de se doter d'une appellation et d'un logo commun, renforçant leur identité aux quatre coins du territoire de la Wallonie Picarde. Ce logo a été pensé et créé par les jeunes, qui ont pu exprimer là toute leur créativité tout en donnant une leçon de communication : le logo, clair, permet d'identifier immédiatement de quoi il s'agit.

Régulièrement alimenté, comprenant des liens vers tous les sites des Centres de Jeunes et inversement, le site internet d'un collectif est un complément essentiel aux sites propres aux Centres.

Les jeunes sont très actifs sur le site du WAPI, l'équipe des Médias Reporters y ont déjà posté plusieurs de leurs clips vidéos. Les compétences techniques à acquérir

pour s'occuper de la maintenance du site et produire du contenu, qu'il soit écrit ou visuel, sont autant de compétences que les jeunes s'approprient avec sérieux et motivation.

Les enjeux d'un tel outil concernent donc les jeunes, les Centres, le grand public... d'où l'absolue nécessité de créer une cellule de communication qui se consulte avant de prendre des décisions au sujet des publications et de l'orientation à donner au site.

Outre le CJ Wapi, les collectifs COSE Toujours et MJ Lux ont également leur vitrine sur la toile. Parce que affirmer son identité, affirmer ses valeurs, en un mot communiquer, c'est encore mieux à plusieurs !



Le CJ Wapi est constitué de :

- Auberge de jeunesse de Tournai
- Siep Mouscron
- Centre de jeunes d'Antoing
- Carpe Diem
- Centre Protestant d'Amougies
- Infor Jeunes Ath
- Inforjeunes Tournai
- La Frégate
- La Prairie
- La Ruche
- Les Chardons
- Masure 14
- Port'Ouverte
- Vaniche



La jeunesse en RELIE-F



C'est accompagné de ses membres que la fédération d'Organisation de Jeunesse RELIE-F a joyeusement investi l'atrium de la Fédération Wallonie Bruxelles ce 17 septembre, à l'occasion de ses 15 ans d'existence.

Quinze années déjà que RELIE-F contribue à faire de nos jeunes des CRACS, au travers du soutien sans faille que l'équipe apporte à ses membres, mais aussi au travers de leurs actions spécifiques et du travail de représentation et de défense du secteur effectué par ses membres et son directeur, Christophe Cocu.

Cet anniversaire fut l'occasion d'inaugurer une exposition d'envergure, fruit d'un an de travail de la part de l'équipe. Interactive,

l'exposition retrace l'histoire du secteur associatif, de 1830 à nos jours. L'accent est bien sûr mis sur le secteur jeunesse, sur l'évolution des perceptions de l'enfance et de la jeunesse au sein de la société et sur l'histoire de Relie-F.

Georges Nihoul, président de RELIE-F, n'a pas manqué, lors de son discours, de rappeler avec des mots justes l'importance et la complémentarité des éducations formelles et non-formelles, tout particulièrement dans le contexte actuel, peu favorable pour la jeunesse.

L'histoire présentée dans cette exposition n'est pas finie, elle se construit tous les jours, sur les terrains et dans les Cabinets ministériels. Souhaitons qu'elle connaisse

encore bien des rebondissements positifs, que les personnages qui la peuplent soient à l'origine de synergies et de partenariats fructueux, qui contribuent à donner à la jeunesse ce dont elle a le plus besoin aujourd'hui : des perspectives.

Cette exposition vous propose de se pencher sur l'histoire du secteur pour mieux en cerner l'importance et les enjeux. Dans les mois qui viennent elle voyagera sur l'ensemble du territoire de la Fédération Wallonie Bruxelles.

Intéressé par l'exposition ? Envie de la visiter avec votre classe ou votre association et de bénéficier d'une visite guidée ? Envie de recevoir l'ouvrage « La Jeunesse en RELIE-F » ?

N'hésitez pas à prendre contact avec Lucie Dugardin par mail (expo@relie-f.be) ou encore par téléphone (02/513.54.94).



Itinéraire de l'exposition :

Du **17** au **28/09** – Bruxelles – FWB.

Du **07** au **22/10** – Charleroi –
Maison pour associations.

Du **26** au **30/10** – Nivelles – Hôtel
de Ville.

Du **30/11** au **03/12** – Namur –
Hennalux.

Du **07** au **18/12** – Arlon – Espace
Wallonie d'Arlon.

Du **05/02** au **21/04/2016** – Liège –
Espace Wallonie de Liège.



Parce que leur voix compte



Dans le cadre du projet européen « Dialogue Structuré », le Conseil de la Jeunesse de la Communauté française, organe d'avis et porte-parole des jeunes francophones belges a organisé, le jeudi 25 juin 2015 au KVS, un G100 sur la participation politique des jeunes.

Cette journée était l'occasion pour une centaine de jeunes âgés de 16 à 30 ans de débattre avec des hommes et des femmes politiques sur les sujets qui les concernent.

Alors que la participation de la jeunesse est multiple et abondante et que de nombreux jeunes s'investissent quotidiennement dans les actions de la société civile, la rupture de confiance face au manque de concertation vis-à-vis de la jeunesse et cette impression qu'à celle-ci de ne pas être entendue sur ses propres besoins, créent un fossé entre les jeunes et les politiciens qui les représentent. Les jeunes sont pessimistes et la contestation est de plus en plus vive !

C'est lors de notre participation aux consultations concernant la seconde Convention sur le travail de jeunesse que la FCJMP a été invitée à participer au G100.

Choisi pour prendre part à l'évènement, Jérémy Clément a immédiatement manifesté son enthousiasme, en soulignant l'importance de solliciter la participation des jeunes.

Ce sont les représentants du Conseil des Jeunes de la MJ liégeoise « La Baraka » qui ont pris la direction de Bruxelles le jeudi 25 juin, aux côtés de Jérémy qui avait

l'intention qu'ils prennent une place, leur place.

Demander à des jeunes étudiants de se réveiller à 7h du matin, en plein ramadan et au début des grandes vacances n'est pas chose aisée ! C'est pourtant avec envie et bonne humeur que les jeunes étaient au rendez-vous.





Arrivés sur place, ils se sont vite rendu compte qu'ils étaient les uniques représentants d'un Conseil de participation de Maison de Jeunes, en milieu populaire de surcroît !

Un peu mal à l'aise lors de l'introduction de la journée, ils ont petit à petit pris leur marque, pour proposer différentes pistes lors des ateliers, en concertation avec les autres jeunes participants.

L'atelier choisit interrogeait les jeunes et les politiques sur les façons de développer une culture de la participation de la part de chacun. La question était éminemment large !

Les jeunes ont mis l'accent sur la création d'espaces d'expression inclusifs et sans barrières, pour permettre aux jeunes de faire connaître leurs avis. De l'école aux communes, en passant par tous les organes de décisions, à chaque étape et pour tout ce qui les concernent, les jeunes devraient pouvoir être des acteurs.

Le monde associatif a aussi un rôle à jouer en la matière et l'importance de son rôle



a été soulignée. Un axe sur l'e-citoyenneté et les nouvelles technologies à la participation a été évoqué assorti de l'idée d'une formation à destination des jeunes et des formateurs vis-à-vis de ces outils.

Cours de citoyenneté dans les écoles dispensés par des acteurs de terrain, prise de conscience, éducation permanente,

vivre ensemble, soutien aux familles dès le plus jeune âge des enfants... Beaucoup de pistes ont été envisagées et soufflées à nos représentants politiques tout au long des ateliers, par les jeunes présents.

On prétend souvent que la jeunesse n'est pas investie ou ne s'engage plus, qu'elle n'accorde plus sa confiance aux systèmes de participation traditionnels.

A voir et à entendre ces 100 jeunes au sein des cinq ateliers qui leur étaient proposés, on ne doute plus de leur désir de prendre part à l'évolution et au bon fonctionnement de la société, si celle-ci veut bien les inclure et les laisser donner de la voix !



**Conseil de la Jeunesse de la
Communauté française - CJCF**

Rue du Commerce, 68A
1040 Bruxelles

Tél : 02/413.29.30

conseil.jeunesse@cfwb.be



L'Antistatic Festival



Force est de constater que la saison des festivals a pris fin et que l'automne arrive à grands pas ... Retour sur l'un des incontournables de l'été : « L'Antistatic Festival », organisé chaque année à Tubize par la MJ éponyme.

On sait la MJ de Tubize très active en matière de sensibilisation au développement durable. Ses jeunes, autonomes, gèrent d'une main sûre le potager, prennent soin des truites élevées en Aquaponie, consomment local et prépare un projet de grainothèque unique dans leur ville. Voilà pour l'aspect nature et bio.

C'est au travers des activités musicales que les jeunes se déchaînent à « L'Antistatic ». Formés à l'année par le biais des ateliers, ils profitent du festival proposé en juillet pour montrer l'évolution de leurs talents musicaux.

Dans une ambiance conviviale et chaleureuse, les jeunes artistes en herbe ont pu chanter, danser, hurler, se trémousser, bref ont pu faire vivre cette scène qui a emmené son public de 14h aux premières heures de la nuit. Les abords de la scène étaient émaillés de stands informatifs sur des problématiques environnementales.



MJ ANTISTATIC

Coordinatrice : Manon Jacquemart

66, Rue de la Croix Rouge
1480 Tubize

02/355.64.35

manon@mjantistatic.be
www.mjantistatic.be

L'ANTISTATIC FESTIVAL
OPEN DOORS 14H - 04 JULY 2015 - FERME MASSART TUBIZE



Le 14 octobre, Loredana Marchi, directrice du Foyer des Jeunes de Molenbeek, recevait un prix des mains du Commissaire flamand aux Droits de l'Enfant pour récompenser son implication pour l'éducation des enfants et des jeunes.

La rentrée fut riche en événements !!

Nous y étions ...

Et vous ?!

Le 10 octobre, les Guides Catholiques de Belgique fêtaient leur 100 ans d'existence à la Citadelle de Namur, en présence de 10.000 jeunes !

L'édition 2015 du **100% Jeunes Festival** s'est tenue au Manège de la Caserne Fonck, le 03 octobre dernier !

LE 18 SEPTEMBRE, LE CFA FÊTAIT SES 50 ANNEES DE FORMATION POUR ANIMATEUR !

Avec RELIE-F et ses membres nous tenions un stand au **Salon de l'Education** de Charleroi du 14 au 18 octobre ... peut-être vous y a-t-on croisé ?

Romina Carota, animatrice à «**La Baraka**», a eu l'immense honneur d'y présenter son premier ouvrage «**Espoir Urbain**», aux côtés de la Ministre de la Jeunesse !

L'outil traite de **hip hop** et de **mixité** ... n'hésitez pas à nous contacter pour vous le procurer !

Une production FCJMP éditions.

POUR FÊTER SES 15 ANS, **RELIE-F** INAUGURAIT UNE EXPO SUR LE SECTEUR JEUNESSE À LA FWB, LE 17 SEPTEMBRE. ET TOUT LE SECTEUR ÉTAIT PRÉSENT !

Les 3 et 4 octobre, les jeunes des MJ «**LA VITAMINE Z**» et «**LA FRÉGATE**» nous accueilleraient sur la Grand-Place de Mouscron à l'occasion du Baz'Art Festival.

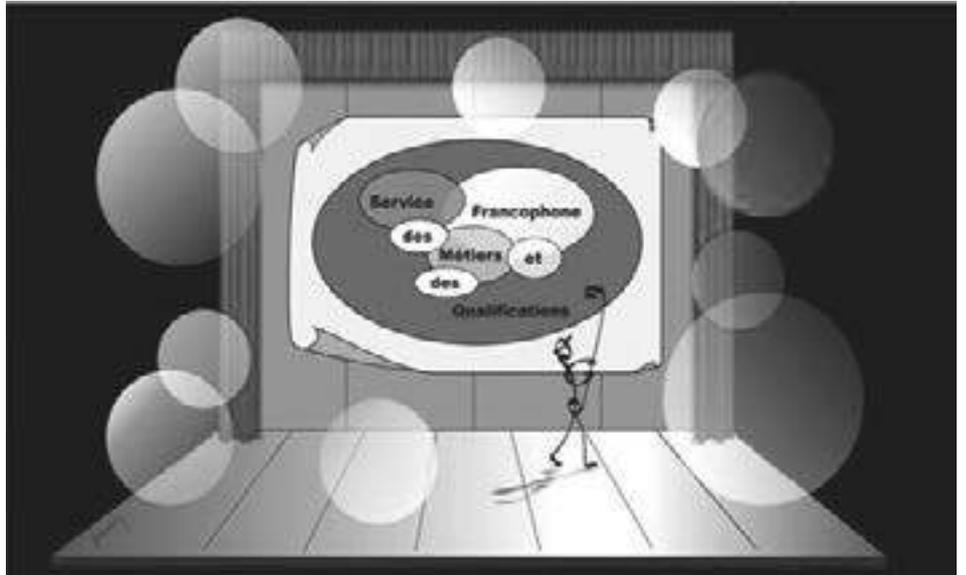
Le métier d'animateur

Le Service francophone des métiers et des qualifications (SFMQ) travaille actuellement à l'élaboration d'un profil d'animateur de groupe et d'un profil de formation à ce métier. Cette démarche permettra d'améliorer l'adéquation entre le profil de l'animateur et le public auquel il fait face sur une zone d'action déterminée.

L'accueil extrascolaire, les Ecoles De Devoirs, les Centres de Vacances, les Centres de Jeunes, les Organisations et Mouvements de Jeunesse sont les lieux visés par la formation, qui prendra en considération les spécificités de chacun de ces différents terrains d'action.

La Ministre de la Jeunesse, Madame Isabelle Simonis, souhaite que des collaborations puissent naître entre les organismes du SFMQ et les organismes de formation habilités afin que ces derniers puissent organiser la formation directement pour les filières techniques d'animation.

Elle souhaite participer de concert avec Madame Joëlle Milquet, Ministre de l'Enseignement obligatoire et avec les opérateurs de formation habilités aux travaux du Service francophone des métiers et des qualifications. Elle veut également permettre aux établissements et institutions qui organiseraient



les cours d'animateur de groupe d'établir des conventions avec les opérateurs habilités à délivrer les brevets et à former les animateurs du secteur de la Jeunesse.

Il existe deux orientations différentes et la Ministre Simonis souhaite garder un cadre de formateurs d'animateurs volontaires où la transmission de la solidarité et de l'animation sera assurée dès l'âge de seize ans. Par ailleurs, le brevet deviendra beaucoup plus technique et concernera un plus grand nombre d'institutions. Selon la Ministre Simonis, les deux manières de former les animateurs, formelle

et informelle, ne seront pas mises en concurrence.

Référence :

Extrait du compte rendu intégral de la Commission de l'Enseignement de promotion sociale, de la Jeunesse, des Droits des femmes et de l'Égalité des chances du Parlement de la Communauté Française, session 2014-2015, Séance du 31 Mars 2015, pp 6-7.
www.sfmq.cfwb.be





Les six chapeaux de Bono

Pour des réunions sans tensions !

Dans le domaine de l'animation, vous êtes régulièrement amenés à débattre dans des réunions d'équipe ou avec les jeunes. S'il est normal que les points de vue divergent, les tensions voire la censure peuvent vite perturber les échanges. La méthode des six chapeaux, mise au point par le psychologue Edward de Bono, permet aux participants de vivre sereinement les partages d'idées.

Dans les réunions où se confrontent les opinions, nous devons pouvoir exprimer la nôtre. Mais lorsque nous émettons une réflexion, nous le faisons souvent de façon spontanée, entraînés par le rythme du débat. Nos pensées peuvent se bousculer dans notre esprit et joindre l'émotionnel à l'informatif, la créativité à l'esprit critique, la logique à l'enthousiasme... À tel point que nous pouvons manquer de clarté dans nos propos ! Pour Edward de Bono, la solution serait de ne faire qu'une chose à la fois. Comment ? En portant un chapeau ! Mais pas un vrai ! Ici, il s'agit plutôt de « porter », seul ou en groupe, une méthode symbolisée par six chapeaux imaginaires.



Le chapeau blanc

C'est celui de l'information (le blanc représente la neutralité). On s'exprime alors avec objectivité, impartialité, sans émotion ni interprétation. L'information, ce sont juste les faits et les chiffres.



Le chapeau rouge

C'est celui de l'émotion (le rouge représente le sentiment). On s'exprime avec ses émotions et ses intuitions, donc de façon partielle voire irrationnelle.



Le chapeau jaune

C'est celui de l'optimisme constructif (le jaune représente la lumière, l'éclat solaire). On s'exprime avec un esprit positif, constructif et créatif, en cherchant dans les situations ce qui peut nous être profitable, ou en évaluant de façon positive une situation.



Le chapeau noir

C'est celui du jugement négatif, de l'erreur, de l'oubli (le noir représente le négatif). On s'exprime sur ce qui ne va pas, on évalue négativement des situations, on prévoit et explique les échecs possibles, mais on n'argumente pas.



Le chapeau vert

C'est celui du mouvement, de la créativité (le vert symbolise la fertilité, la germination). On exprime une réflexion créative, en allant au-delà de ce qui est connu et satisfaisant, pour trouver de nouvelles idées.



Le chapeau bleu

C'est celui du chef d'orchestre, qui dirige les autres chapeaux (le bleu symbolise le calme, la réflexion, la discipline). On exprime un objectif vers lequel notre réflexion doit mener. Le chapeau bleu donne la parole aux participants de la réunion, puis transmet les conclusions du débat.



Deux stratégies peuvent être menées par le chapeau bleu :

La première -> le chapeau vert fait un brainstorming ; le jaune fait un développement constructif ; le noir évalue négativement les propositions ; le blanc fournit les informations utiles ; le rouge soumet l'idée à un jugement émotionnel.

La seconde -> le chapeau rouge a la parole ; le blanc réunit les données intéressantes ; le jaune fait des propositions positives ; le bleu établit une liste des propositions faites en les catégorisant ; cocktail de chapeaux blanc, jaune, vert pour chaque proposition ; le noir élimine les propositions sans intérêt ; le bleu organise la sélection des solutions envisagées ; le rouge se fait l'écho des sentiments suscités par les solutions envisagées ; la meilleure solution est recherchée à travers les échanges entre les chapeaux jaune et noir ; le bleu émet une réflexion pour appliquer la décision prise.

Exemples de questions posées par les différents chapeaux :

En début de réunion :

Blanc -> que connaissons-nous sur le sujet ?

Bleu -> de quoi s'agit-il ?

Vert -> quelles idées pouvons-nous développer sur le sujet ?

Face à une action que l'on décide de mener :

Rouge -> comment je ressens cette action que je veux faire ?

Noir -> quelles sont les difficultés et les risques de cette action ?

Concernant les émotions à propos d'une action à mener ?

Rouge -> comment nous sentons-nous ?

Blanc -> que savons-nous sur cette situation ?

Vert -> quelles sont les alternatives ?

Bleu -> quelles conclusions pouvons-nous tirer de cette réflexion ?

Alternatives possibles :

Vert -> quelles sont les différentes alternatives ?

Jaune -> pourquoi elles fonctionneront ?

Noir -> quels sont les points faibles ?

Pour un choix à poser :

Jaune -> quels sont les points positifs ?

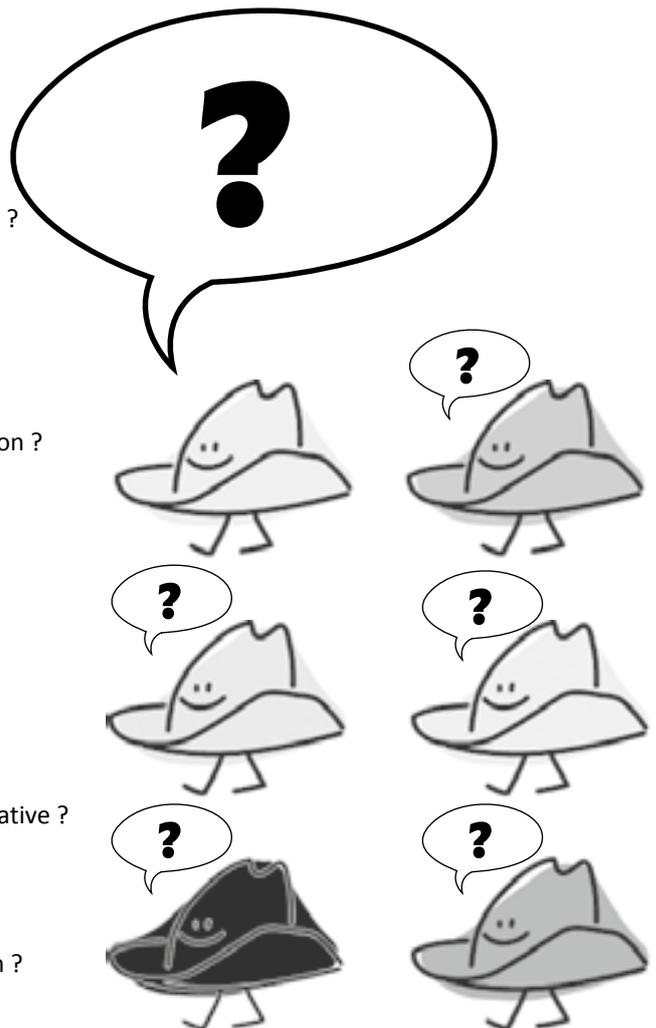
Noir -> quelles sont les difficultés et les dangers ?

Rouge -> que ressentons-nous pour choisir telle ou telle alternative ?

Évaluation finale :

Noir -> quelles sont les difficultés et les dangers ?

Rouge -> que ressentons-nous avant de prendre notre décision ?



Pour en savoir plus

De BONO E., « Les six chapeaux de la réflexion. La méthode référence mondiale », 2005, Groupe Eyrolles.
B. ROUJOL, « Créativité : les six chapeaux de Bono », dans <http://portail.umons.ac.be>



Prochaines formations

Nos formations vous encouragent à rendre vos jeunes acteurs de leurs projets. Selon la même logique, vous êtes invités à être acteur au cours de nos formations.

Vous êtes au centre du processus d'apprentissage et avec d'autres professionnels ou volontaires, vous construisez des savoirs, vous approfondissez vos compétences, vous découvrez de nouvelles pistes et vous prenez du recul par rapport à votre pratique quotidienne.

D'une manière générale, les contenus et méthodes ont été élaborés dans une perspective de professionnalisation du secteur Centres de Jeunes, en les adaptant à votre réalité quotidienne.

NAMUR

Tu es amené à mener des réunions avec des Jeunes ou en équipe ?

Tu souhaites optimiser ces réunions et garantir une communication efficace ?

La formation

« *L'île de la réunion* » a été pensée pour permettre aux participants d'acquérir des techniques pour gérer et dynamiser leurs réunions.

Les participants se verront proposer un panel d'outils pour une réunion efficace et dynamique

Le formateur vous aidera à identifier les freins et limites auxquels vous êtes confrontés.

Elle aura lieu à Namur, les 08 et 15 décembre 2015.

Prix : 40 € pour les membres FCJMP, 60 € pour les non-membres.

BRUXELLES

Tu travailles en Centre de Jeunes et souhaite développer la communication de ton association ?

Tu débutes comme chargé de communication dans le secteur associatif ?

Tu es la recherche d'outils pour améliorer ta communication externe ?

Alors rejoins la formation « *Publi-citez-vous* » !

Cette formation te permettra d'acquérir de nouvelles techniques permettant de diffuser au grand public des événements, de découvrir des outils pour développer une communication efficace et ciblée auprès du grand public, des pouvoirs subsidiaires et de la presse.

La formation aura lieu à Bruxelles, les jeudi 19 et vendredi 26 novembre 2015.

Prix : 40 € pour les membres FCJMP, 60 € pour les non-membres.

Le Bulletin de Liaison est édité par la Fédération des Centres de Jeunes en Milieu Populaire

F.C.J.M.P. ASBL
Rue Saint-Ghislain, 26
1000 Bruxelles
Tél. : 02/513.64.48
Fax : 02/502.75.95
E-mail : infos@fcjmp.be
www.fcjmp.be

La fédération est ouverte du lundi au vendredi de 9 à 18 heures.

Le Bulletin de Liaison est un bimestriel (sauf juillet et août): Dépôt Bruxelles X

Editeur responsable:

Olivier Leblanc, Administrateur délégué

Rédacteur en chef :

Pierre Evrard

Comité de rédaction du BDL n°138

Romina Carota

Jérémy Clément

Pierre Evrard

Gaëlle Frères

Bruno Magermans

Extraits de Stephanie Wilmets, Cabinet Simonis.

Les textes n'engagent que leurs auteurs.

PAO: Alain Muysshondt

Crédit Photos : FCJMP

Conformément à l'article 4 de la loi du 8 décembre 1992 relative à la protection de la vie privée à l'égard des traitements de données à caractère personnel, nous informons nos lecteurs que la F.C.J.M.P. gère un fichier comportant les noms, prénoms, adresses et éventuellement les professions des destinataires du Bulletin de Liaison.

Ce fichier a pour but de répertorier les personnes susceptibles d'être intéressées par les activités de la F.C.J.M.P. et de les en avertir. Vous pouvez accéder aux données vous concernant et, le cas échéant, les rectifier ou demander leur suppression en vous adressant à la Fédération. Ce fichier pourrait éventuellement être communiqué à d'autres personnes ou associations poursuivant un objectif compatible avec celui de la Fédération.



Inscription à ces formations, sur le site : www.fcjmp.be.
Pour toute question, contactez-nous au 02/513.64.48 ou formation@fcjmp.be.



Fondée en 1970, la Fédération des Centres de Jeunes en Milieu Populaire est une Organisation de Jeunesse pluraliste rassemblant principalement des Centres de Jeunes qui développent un travail d'animation socioculturelle spécifique tenant compte des jeunes dont les conditions économique, sociale et culturelle sont les moins favorables.

Ses objectifs particuliers consistent

- à soutenir l'action des Centres et des Maisons de Jeunes.
- à favoriser le travail d'animation en milieu populaire.
- à sensibiliser les pouvoirs publics aux problèmes de la jeunesse défavorisée.
- à permettre le développement d'une politique socioculturelle d'égalité des chances.

La F.C.J.M.P. développe des projets locaux d'actions communautaires qui contribuent à renforcer l'action de ses membres. Elle favorise le développement pédagogique et le travail de réseau des Centres de Jeunes. Elle assure un soutien associatif aux Centres en matières administrative, comptable, logistique, fiscale, etc., ainsi qu'un accompagnement professionnel des animateurs en matières de formation, d'animation, d'information, de conseils,...



Soutenons la politique
socioculturelle
d'égalité
des chances !

Fédération des Centres de Jeunes en Milieu Populaire

26, Rue Saint-Ghislain - 1000 Bruxelles

Tél.: 02/ 513 64 48 - Fax.: 02/ 502 75 95

infos@fcjmp.be - www.fcjmp.be

La F.C.J.M.P. est une association pluraliste reconnue par la Fédération Wallonie-Bruxelles en tant qu'Organisation de Jeunesse (décret 26.03.2009) et en tant que Fédération de Centres de Jeunes (décret 20.07.2000). Elle est soutenue par la Commission communautaire française, les Régions wallonne et de Bruxelles-Capitale, Actiris et le Forem.



AVEC LE SOUTIEN DE

