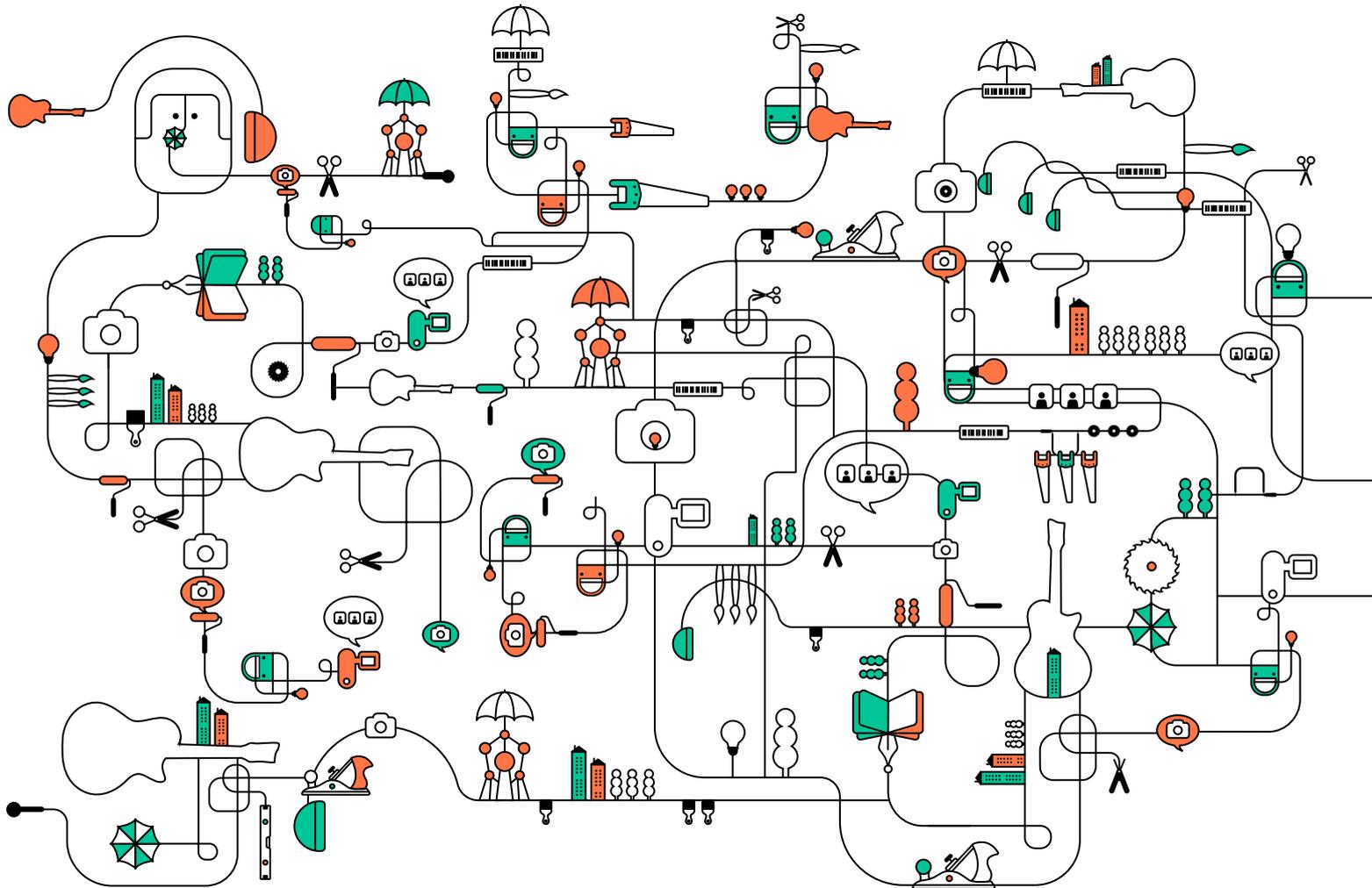
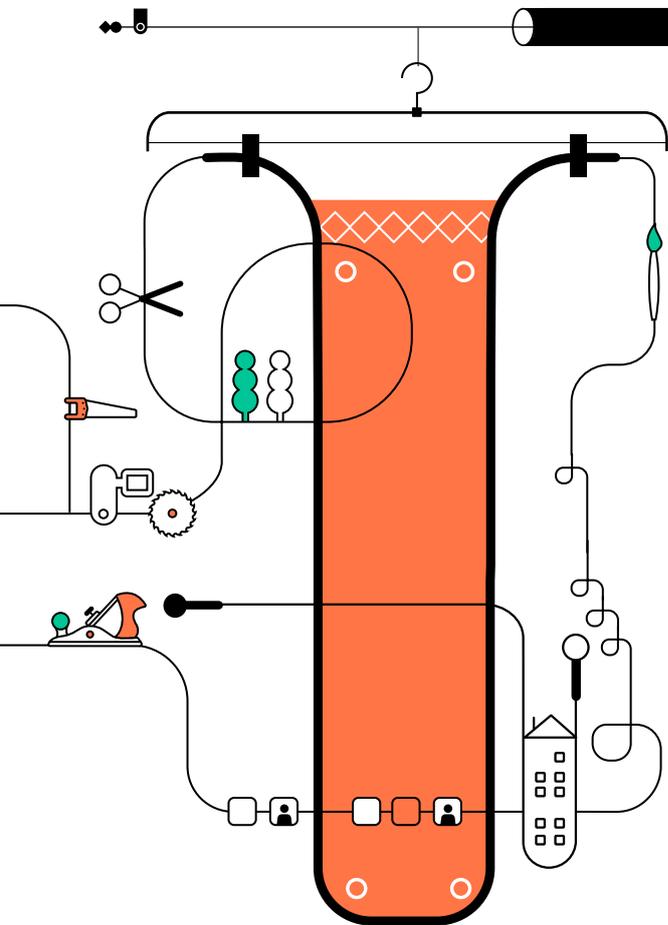
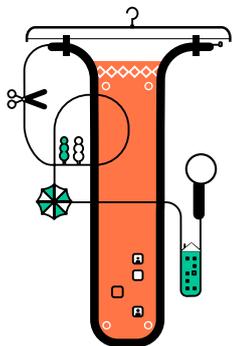


Travail artistique avec les ados, c'est parti !





* INTRODUCTION	P.6
* LES ADOS, CES DRÔLES DE BÊTES!	P.9
* COLLABORER EN PRATIQUE	P.11
▮ Ateliers artistiques par De Branding & JHOB	P.14
▮ Ratatouille & Beursschouwburg, la rencontre	P.24
▮ Semaine de stage 'Flits en Flash': Roodebeekcentrum & BEAM	P.34
▮ Karavane 1060 : Tienewerking Sint-Gillis, MUS-E & Collectif Baya	P.44
* CONSEILS MÉTHODOLOGIQUES	P.54
* COLOPHON	P.57



Introduction

Bruxelles est peuplée de jeunes compétences artistiques, dans toutes sortes de disciplines, cela ne fait pas l'ombre d'un doute. Certains les mettent à profit, de manière plus ou moins intensive, d'autres n'ont tout simplement pas conscience des compétences qu'ils possèdent. Dans le processus de découverte et de développement des compétences de ces jeunes, les animateurs jeunesse, les enseignants et les animateurs culturels jouent un rôle crucial.

À Bruxelles, la tendance est de travailler en collaboration. Les animateurs jeunesse et les enseignants sont de plus en plus souvent à la recherche de partenaires artistiques et, dans certains cas, investissent eux-mêmes dans le développement des compétences artistiques.

Par ailleurs, de nombreuses institutions culturelles bruxelloises réfléchissent à des façons d'atteindre les jeunes à long terme. Les organisations d'animation jeunesse et les écoles sont par conséquent leurs interlocuteurs principaux. En tant que réseau bruxellois pour la participation culturelle et l'éducation à l'art, Lasso soutient ce type de collaboration, en organisant des moments d'échange et de formation, en accompagnant des projets et des parcours de collaboration et en compilant les bonnes pratiques.

Avec le guide TRY OUT, Lasso faisait écho, pour la première fois, à la collaboration entre l'animation jeunesse dans les quartiers et la culture à Bruxelles. Le guide 'Kunstenaars en de klas', qui en a découlé, se penche quant à lui sur la collaboration artistique dans un environnement scolaire.

Ce TRY OUT TEENS vient le compléter. Dans TRY OUT TEENS, l'accent est à nouveau mis sur la collaboration entre l'animation jeunesse et la culture, mais nous accordons - comme le titre l'indique - une attention particulière aux adolescents. Les enfants/jeunes de 10 à 16 ans sont un groupe qui passe souvent entre les mailles du filet. Étant en prise avec eux-mêmes et avec le monde, on les considère généralement comme un 'public cible

difficile'. Mais la puberté est aussi un âge passionnant au cours duquel on cherche et on découvre, avec enthousiasme et incertitude. L'offre culturelle et artistique s'adressant aux ados est très limitée à Bruxelles ; ce groupe cible représente donc un défi pour le secteur culturel.

Néanmoins, un nombre important d'acteurs décident tout de même de mettre en place un projet culturel ou artistique avec des ados, où la découverte et le développement des compétences occupent une place centrale. Ce guide présente certains de ces projets. Nous avons voulu présenter des projets très différents, aux méthodologies et aux mises en application différentes. Lasso a interviewé les animateurs jeunesse, les animateurs culturels et les artistes impliqués. Lasso les a questionnés à propos des facteurs de réussite et des

obstacles auxquels ils ont dû faire face, des constats qui - malgré leur longue expérience - les ont surpris et des conseils qu'ils donneraient à d'autres professionnels pour les aider à comprendre le monde des ados.

TRY OUT TEENS est un guide, une source d'inspiration rassemblant des petites et des grandes idées, ainsi que des conseils pratiques, dans le but d'aider les animateurs jeunesse et culturels à mieux se comprendre. C'est un appel chaleureux à plus de collaboration. C'est également un projet en constante évolution, car le travail avec les ados et les jeunes à Bruxelles n'est jamais fini. Encore heureux.

Anja Van Roy
Coordinatrice Lasso
Janvier 2018

Cette publication a été réalisée dans le cadre du projet Try Out Teens, dans le cadre duquel Lasso développe - tout comme dans ses autres projets - différents outils afin d'attirer l'attention sur les défis liés à la jeunesse et à la culture, et de stimuler les collaborations entre ces deux secteurs.

- 📖 **Conseils méthodologiques Try Out Teens** : une compilation des conseils pour la mise en place d'un travail artistique avec des ados et des jeunes, écrite à partir des témoignages des professionnels des secteurs de la culture et de la jeunesse à Bruxelles.
- 📖 **Méthode de dialogue BabelArt** : un jeu ayant pour but d'entamer le dialogue au sujet de l'art et de la culture avec les jeunes. Ce jeu a été développé en collaboration avec De Aanstokerij.
- 📖 **Documentaire Try out Teen s** : des jeunes prennent la parole au sujet de trois projets artistiques bruxellois inspirants. Ce mini-documentaire a été développé en collaboration avec Mediaraven.
- 📖 **Publication Try Out** : ce guide contient des informations de base sur l'animation jeunesse dans les quartiers et sur l'art et la

culture à Bruxelles, des conseils pratiques, des idées inspirantes et des considérations philosophiques pour aider les animateurs jeunesse et culturels à s'identifier les uns les autres.

- 📖 **Guide d'inspiration Kunstenaar en de klas – focus Bruxelles** : cette publication constitue une feuille de route complète pour qui souhaite soutenir un projet artistique à l'école. C'est un mélange d'interviews, de citations, d'aperçus et de trucs et astuces concrets pour mener à bien un projet artistique dans un environnement scolaire.
- 📖 **Publication Move it Kanal** : une étude sur la participation culturelle des jeunes de la zone du canal à Bruxelles. Elle conclut la première phase de recherche, menée en 2016-2017.

Pour obtenir plus d'informations sur ces outils ou pour commander une de nos publications, rendez-vous sur notre site web www.lasso.be.

Nous développons d'autres outils en fonction des demandes de notre réseau. Si vous avez des idées, des questions ou des suggestions, n'hésitez pas à prendre contact avec Lasso.



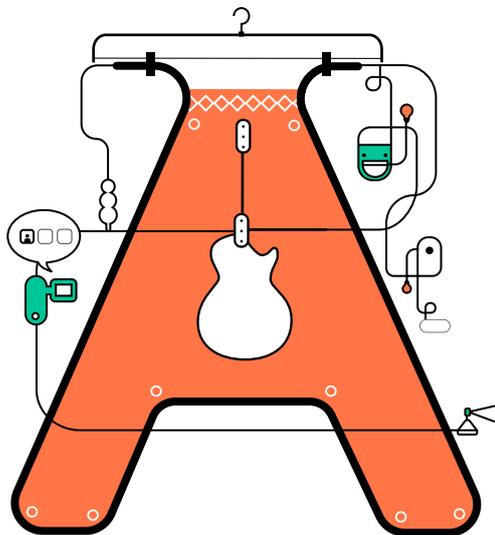
Les ados, ces drôles de bêtes!

- ✂ Quand on parle des ados, dans ce magazine, il s'agit du groupe des **10-16 ans**.
 - ✂ Les ados sont **des êtres en plein développement**, tant du point de vue de leur personnalité qu'au niveau physique.
 - ✂ Ce développement ne se fait **pas à la même vitesse** chez tous les ados. Certains sont plus précoces et deviennent plus rapidement 'adultes' et indépendants, d'autres restent plus longtemps enfants.
 - ✂ Les ados sont souvent **en forte opposition** avec leurs parents, leurs enseignants... Ils veulent prendre des décisions eux-mêmes et qu'on leur confie des responsabilités. Le rôle des parents, mais aussi des enseignants ou des accompagnateurs, reste cependant très important à cet âge, parce que les ados n'ont souvent pas encore les connaissances et les compétences pour tout décider eux-mêmes.
 - ✂ Les ados ont tendance à être **centrés sur eux-mêmes**, et c'est parfaitement normal. Ils aiment être vus et entendus, même s'ils ne sont pas encore suffisamment sûrs d'eux et assez loquaces pour exprimer leur avis et leur personnalité.
 - ✂ Les ados sont **en recherche continue** de ce qu'ils aiment ou n'aiment pas, de ce pour quoi ils sont doués et de ce qu'ils souhaitent encore apprendre. Tout ceci a tendance à changer très vite, mais c'est justement en essayant beaucoup de choses et en faisant des 'erreurs', qu'ils peuvent découvrir pour eux-mêmes qui ils sont et ce à quoi ils adhèrent.
- C'est tout ceci, et la façon dont les animateurs jeunesse et culturels l'intègrent à leur pratique, que nous voulons mettre en avant dans ce guide.





von Serafin
aus Sonne



ATELIERS ARTISTIQUES PAR DE BRANDING & JHOB

✂ QUI :

**MAISON DE JEUNES
DE BRANDING
& JHOB** (Jeugdhuizen
Ondersteuning Brussel)

✂ LIEU :

JETTE

✂ ADOS IMPLIQUÉS :

LES ADOS LES PLUS AGÉS

L'activité des maisons de jeunes de JHOB se réduit souvent à la mise en place d'un bar, à l'organisation de soirées et à d'autres activités de ce type. JHOB souhaite que leurs maisons de jeunes bruxelloises élargissent leur panel d'activités. Lasso a donc conseillé l'équipe de JHOB pour la mise en place de projets artistiques. La maison de jeunes De Branding a débuté par des ateliers, notamment autour du slam, du graffiti, de la danse, du calligraphiti. Des ateliers de photo, de stopmotion et de vidéographie ont aussi été planifiés, et les ados souhaitent monter leur propre studio de musique, en lançant un crowdfunding.

FICHE D'IDENTITÉ

📍 ID Maison de jeunes De Branding & JHOB (Jeugdhuizen Ondersteuning Brussel)

📌 **De Branding est une des maisons de jeunes membre de l'organisation couple JHOB.** JHOB soutient les maisons de jeunes bruxelloises et leur donne de nouvelles impulsions.

📌 **Collaborateur impliqué :** Jonas Merckx, animateur de la Maison de jeunes De Branding.

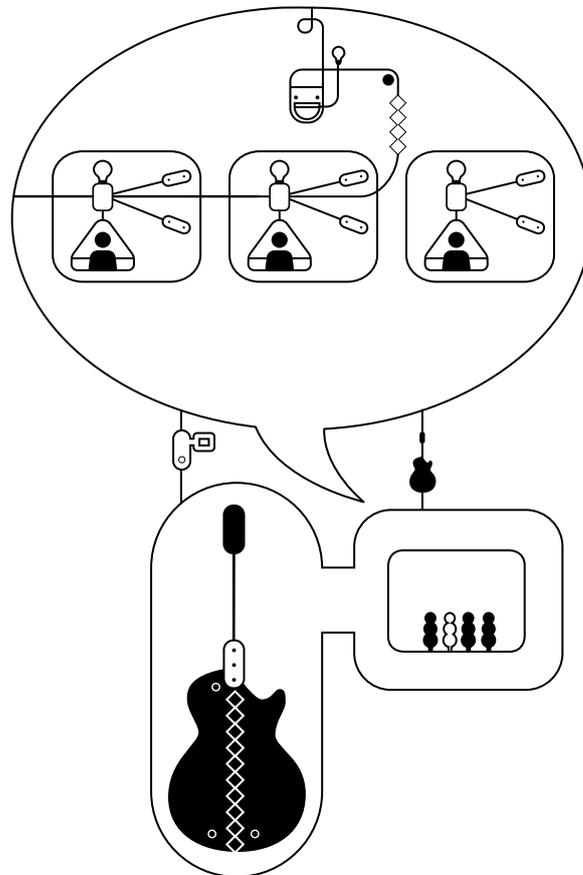
📌 **Contact :** Jeugdhuys De Branding, Place Cardinal Mercier 25, 1090 Jette, info@jhob.be, brusselsejeugdhuizen.jhob.be.

📍 Remerciements chaleureux à

📌 **Urban Woorden,** www.urbanwoorden.be et l'artiste graffiti **Dema One CNN de Graffiti vzw,** www.graffitivzw.be, pour l'accompagnement des ateliers.

📌 **La Commune de Jette et les écoles** pour leur soutien au niveau de la communication.

📌 **GC Essegem,** www.essegem.be, pour l'infrastructure mise à disposition régulièrement.



**COMMENT
S'EST PASSEE LA
COLLABORATION ENTRE
LES PARTENAIRES ?**

Jonas (De Branding) :
Au début, les jeunes nous
demandaient « d'organiser
une soirée jusque 4 heures
du matin ». Chose impossible
avec la commune et le
quartier. Il faut tout arrêter à
1h. Alors les jeunes étaient
déçus. Je leur ai dit qu'il y
a par contre des moyens
disponibles pour faire des
ateliers, ce qui ne les excitait
pas vraiment. On a quand
même organisé des ateliers
avec eux et ils se sont rendu
compte que ça n'était

finalement pas si ennuyeux
que ça. Certains ont décroché
parce qu'ils ont réalisé que
ça n'était pas vraiment leur
truc, mais d'autres sont arrivés
et se sont vraiment bien plu.
Désormais, De Branding est
devenu un lieu où tout est
axé sur la rencontre et où on
propose des ateliers presque
chaque semaine.

Les ateliers sont donnés
par des accompagnateurs
externes ou par des jeunes
de la maison de jeunes. Le
nombre de participants varie
en fonction du type d'atelier :
il oscille entre cinq et dix
participants. Pour rendre les
ateliers le plus accessible

possible, ils sont tous
gratuits et ils se déroulent
au Branding ou dans les
environs. Dans la mesure du
possible, tout est organisé par
les jeunes eux-mêmes.

Les services communaux et
les écoles de Jette participent
à la diffusion de l'information.
Les collaborations avec le
Gemeenschapscentrum
(Centre culturel) concernent
les moments d'exposition.

Dans le futur, on aimerait
investir davantage l'espace
public, c'est pourquoi la
commune est un partenaire
important.

✂ COMMENT IMPLIQUER LES ADOS ACTIVEMENT ?

Certains ateliers sont donnés par des organisations externes et sont donc plutôt considérés comme une offre adressée aux jeunes. D'autres ateliers, par contre, se définissent par le fait qu'ils impliquent les jeunes dans l'organisation-même des ateliers. Cette différence apparaît dans le type de participants qui y assistent. L'offre externe attire surtout des jeunes qui fréquentent régulièrement la maison de jeunes, ainsi que des jeunes qui ont vu l'affiche annonçant l'atelier à l'école. **Les ateliers organisés par les jeunes sont surtout populaires dans les réseaux des jeunes**

qui les organisent et sont principalement diffusés par le bouche à oreille.

Les maisons de jeunes bruxelloises de JHOB souhaitent que les ados aient force de décision dans les projets qui sont mis en place. Depuis plusieurs années, celles-ci développent des méthodologies pour soutenir les ados dans leurs prises de décisions. Cette approche commence à porter ses fruits : les ados formulent davantage de propositions d'activités, même si, dans la plupart des cas, ce sont encore les animateurs jeunesse qui donnent la première impulsion, par exemple en leur suggérant de repeindre un mur.

*Jonas (De Branding) :
Ce qu'on fait doit interpeller les jeunes. Ça leur plaît peut-être de faire quelques fois du graffiti, mais ils risquent très vite de se lasser et de demander de vouloir faire autre chose. Il faut accompagner ce mouvement et chercher avec eux ce qu'ils peuvent faire, également d'un point de vue financier.*

Il n'est pas non plus nécessaire que les jeunes demandent l'autorisation pour chaque chose qu'ils veulent faire. L'important est de les pousser à utiliser leur bon sens. Ils peuvent aussi, dans une certaine mesure, utiliser l'argent de la caisse. C'est un bon apprentissage.

*Jonas (De Branding) :
Nos jeunes ont leur propre système de caisse qui leur permet d'utiliser tout l'argent qui rentre en caisse pour d'autres choses. S'il fait beau et qu'on décide de faire un barbecue, ils utilisent l'argent de la caisse et je ne suis pas obligé de tout le temps sortir notre carte de banque. Ça crée un contrôle social sur la caisse et ainsi ils savent aussi que quand il n'y a plus d'argent, il est temps de faire des économies.*

☛ QUELLES COMPÉTENCES ONT ÉTÉ RENFORCÉES CHEZ LES ADOS ?

Avec les ateliers, la maison de jeunes De Branding mise sur le développement des capacités organisationnelles et sur le développement des compétences artistiques. Pour ce qui est des compétences, nous mettons en place un processus créatif qui permet aux jeunes de grandir petit à petit. Les accompagnateurs font en sorte que les ados utilisent les ateliers comme soupape artistique, qu'ils puissent y exprimer leurs histoires personnelles, et en faire un produit fini qui soit vraiment cool. Par la même occasion, ce processus offre tant à l'animateur

jeunesse qu'aux jeunes une accroche pour entamer une conversation spontanément, ce qui vient également renforcer l'esprit de groupe.

Jonas (De Branding) : Quand on fait du slam, on écrit à propos des choses qui nous (pré)occupent. Si tu passes une mauvaise journée, tu écris au sujet de ta mauvaise journée. Si tu es amoureux, tu parles de ça. Certains jeunes ont des expériences négatives avec la police. Ça transparait alors dans leurs textes. Avec calligraphie, ils reçoivent un canevas blanc sur lequel ils peuvent gribouiller, tout en étant accompagnés. Ainsi, on voit par exemple quels mots ils utilisent et quels lieux ils fréquentent. Il y a aussi une

fillette de 13 ans qui participe. Elle vient des Pays-Bas et elle écrit au sujet de son emménagement à Bruxelles.

Avec les ateliers et les moments d'exposition, Jonas souhaite aussi mettre les jeunes en contact avec des organisations et des lieux en-dehors de la maison de jeunes, à un niveau local mais aussi à l'échelle de la ville entière.

Jonas (De Branding): Une maison de jeunes doit selon moi être plus que juste un lieu où on aime flâner. Je trouve que les ados doivent aussi y acquérir des compétences. On peut apprendre aux ados à chercher eux-mêmes des partenaires pour les ateliers

qu'ils souhaitent faire et les laisser les organiser eux-mêmes. Pendant l'atelier en tant que tel, ils apprennent non seulement des savoir-faire comme le graffiti, l'écriture de textes ou la danse, mais aussi l'expression artistique.

Pour l'accompagnement, on fait appel tant à des organisations professionnelles (Urban Worden, Graffiti vzw...) qu'à de jeunes photographes ou danseurs amateurs. À la maison de jeunes, on compte sur le fait que les jeunes, après un certain laps de temps, se sentent suffisamment compétents pour donner eux-mêmes un atelier.



|| On connaît bien les ados, mais on est parfois stupéfaits des compétences cachés qui émergent pendant les ateliers et qui s'avèrent en outre être l'occasion idéale pour en apprendre plus sur ce qui se passe chez les ados. Des difficultés à la maison, à l'école ou même avec la police : tout ça s'exprime par le biais de l'expression artistique... ||

JONAS (DE BRANDING)

|| Je n'oserais pas affirmer qu'il y a un énorme besoin artistique chez les ados, mais ils ont bel et bien souhaité faire de la photo et ils ont fait des recherches pour trouver un accompagnateur. Est alors né un petit groupe de jeunes qui font activement de la photo. Ils ont notamment créé un groupe Facebook et se retrouvent en dehors du contexte de la maison de jeunes pour pratiquer. Ils se donnent aussi des conseils. ||

JONAS (DE BRANDING)

✂ **QUELS SONT LES FACTEURS DE RÉUSSITE ET LES OBSTACLES ? QU'EST-CE QUE VOUS FERIEZ AUTREMENT ?**

Pour qu'un projet réussisse, il faut que celui-ci touche réellement les jeunes. Pour cela, il faut leur donner des responsabilités, les soutenir quand c'est nécessaire et les écouter.

Jonas (De Branding) :
Ça fonctionne assez bien de donner plus de responsabilités aux ados pour des choses qu'ils peuvent faire eux-mêmes. Vous pouvez créer l'offre la plus chère du monde,

si elle ne prend pas en compte les envies des ados, il n'y aura pas un chat.

La communication est une difficulté récurrente. Comment atteindre les ados qui ne connaissent pas encore les activités ? Comment faire en sorte qu'ils soient au moins au courant de l'offre proposée ?

Il est nécessaire que des ados motivés continuent à rejoindre la maison de jeunes, parce que ceux-ci deviennent ensuite des sortes d'ambassadeurs par rapport à l'offre qu'ils vont créer eux-mêmes. Ça implique une base solide de moyens, de collaborateurs et de partenaires.

Une autre difficulté que nous rencontrons, est le mécanisme d'exclusion sur base des différences entre les jeunes. Les ados viennent en groupe aux activités et ont parfois tendance à rejeter l'une ou l'autre personne. Ils préfèrent ne pas se mélanger.

Jonas (De Branding) :
On doit faire attention au phénomène de 'petits groupes', où ce sont toujours les mêmes petits groupes d'ados qui viennent, tandis que d'autres restent inatteignables. Ce phénomène a aussi comme répercussion le fait que, quand un certain groupe

participe, l'autre ne vient pas. Quand les filles sont là, les garçons sont absents, et inversement. Ou bien on ne voit parfois que les scouts, ou les jeunes du collège, et personne d'autre. C'est un problème auquel les autres maisons de jeunes ont déjà été confrontées. Le défi reste de toute façon d'attirer un public plus large que celui qu'on a déjà.

CONSEILS POUR DÉVELOPPER DES COMPÉTENCES ARTISTIQUES DES ADOS

 Donnez la liberté aux ados d'exprimer leurs questionnements, leurs rêves, leurs besoins et leurs compétences et offrez-leur un cadre dans lequel ils peuvent les découvrir.

 Invitez les ados à participer à diverses activités et disciplines, à expérimenter de nouvelles choses et à découvrir en quoi ils sont doués et ce qu'ils aiment.

 Donnez de l'espace aux ados pour être autonomes, laissez-les prendre des décisions et des initiatives.

 Ne choisissez pas à leur place, laissez les ados choisir eux-mêmes.

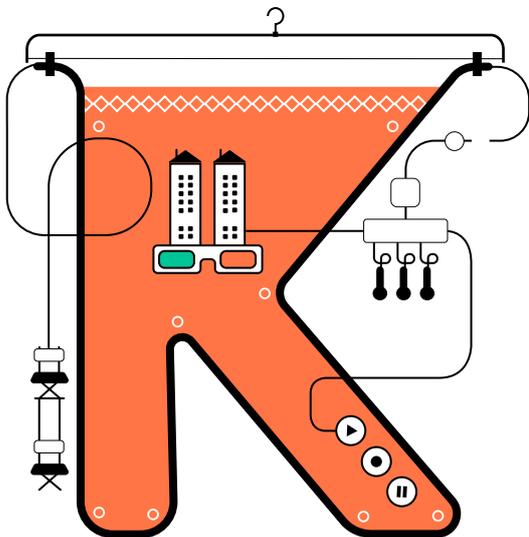
 Donnez-leur des responsabilités, également d'un point de vue financier.

 Prenez les ados au sérieux : respectez-les et respectez leur opinion, sans aucune forme de préjugé ou de jugement.

 Tenez compte du fait que le processus artistique représente pour certains ados une échappatoire émotionnelle.







RATATOUILLE & BEURS- SCHOUWBURG, LA RENCONTRE

✂ QUI :
**RATATOUILLE/D'BROEJ &
BEURSSCHOUWBURG**

✂ LIEU :
SCHAERBEEK ET BRUXELLES

✂ ADOS IMPLIQUÉS :
LES JEUNES DE 15 ET 16 ANS

Ratatouille cherchait à collaborer plus souvent avec des artistes et, de son côté, le Beursschouwburg voulait toucher plus de jeunes. Partant de ce constat, Lasso a réuni les deux organisations. Ils ont décidé de commencer par organiser une rencontre entre les ados, leur animateur jeunesse, ainsi que les artistes et les collaborateurs du centre d'arts. L'étape suivante de la collaboration consistait en l'organisation d'environ six sessions de travail avec les ados, qui allaient aboutir sur une exposition de clôture organisée au Beursschouwburg.

FICHE D'IDENTITÉ

📍 ID Ratatouille/ D'Broej

📍 **Ratatouille**, situé à Schaerbeek, est un des huit pôles d'animation de **D'Broej, l'Organisation bruxelloise pour l'Émancipation des Jeunes**. D'Broej offre un espace aux jeunes des quartiers fragilisés pour y développer leurs compétences et améliorer leur position dans la société.

📍 **Collaboratrice impliquée :** Cathelijne van der Veer, coordinatrice.

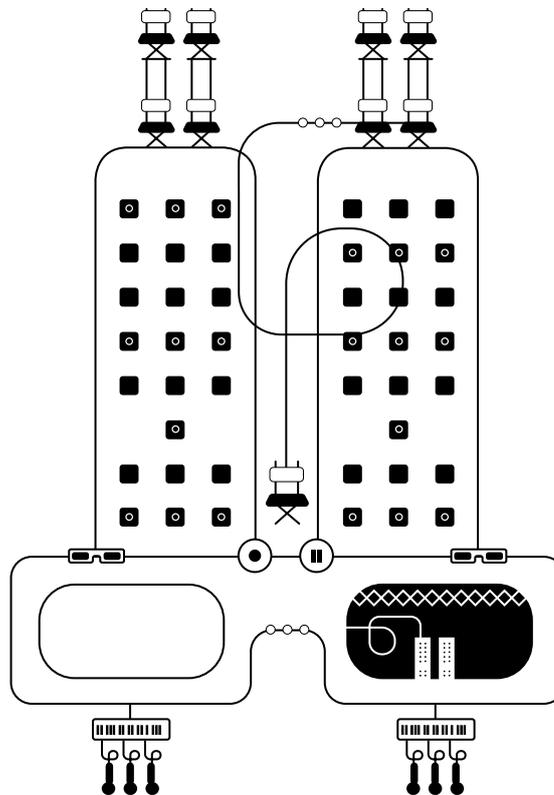
📍 **Contact :** Ratatouille, Rue Vanderlinden 44, 1030 Schaerbeek, 02 218 27 95, ratatouille@dbroej.be, www.dbroej.be.

📍 ID Beursschouwborg

📍 **Le Beursschouwborg** est un **centre d'arts multidisciplinaire** situé au cœur de Bruxelles. Il propose des spectacles de théâtre, des performances, des projections de films, des concerts, des expos, des débats, des conférences, des soirées et de quoi se désaltérer au BeursKafee.

📍 **Collaboratrice impliquée :** An Vandermeulen, médiatrice public.

📍 **Contact :** Beursschouwborg vzw, Rue A. Orts 20-28, 1000 Bruxelles, 02 550 03 50, info@beursschouwborg.be, www.beursschouwborg.be.



COMMENT S'EST PASSEE LA COLLABORATION ENTRE LES PARTENAIRES ?

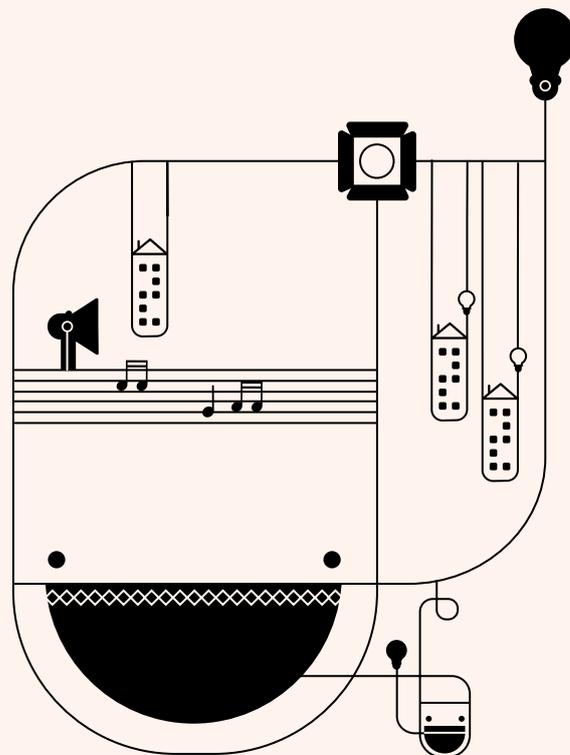
An (Beursschouwburg) :
Je trouve important qu'un centre d'arts au cœur de Bruxelles fasse de son mieux pour rencontrer les jeunes bruxellois et se projeter dans leur univers. Pas forcément pour les attirer dans la salle ou sur scène, mais pour générer une sorte de rencontre, pour chercher le rapprochement.

Le credo de cette collaboration était : lentement mais sûrement, et partir de la base. L'honnêteté et la compréhension par rapport au fonctionnement et aux spécificités de chacun, le fait d'oser discuter de ce qui

était possible et de ce qui ne l'était pas, étaient donc des éléments incontournables pour la réalisation du projet.

Chacun des partenaires estimait devoir prendre un rôle de médiateur au sein de cette collaboration, vis-à-vis des jeunes et des animateurs jeunesse, d'une part, et, d'autre part, vis-à-vis des artistes, des programmateurs et du public.

An (Beursschouwburg) :
Au moment où les jeunes nous ont rendu visite, toute notre équipe artistique se trouvait dans le café. Après ils nous ont dit « hé bé, c'était un sacré groupe ». Ça a été l'occasion pour moi de parler à mes collègues de mon expérience avec ces jeunes.



✂ COMMENT IMPLIQUER LES ADOS ACTIVEMENT ?

Il était important, pour les deux organisations, d'éviter de fonctionner en top-down, c'est-à-dire d'éviter de présenter aux ados et aux artistes un projet prémâché, de réduire la participation des jeunes à leur seule présence sur scène ou dans la salle.

Il leur semblait crucial de réfléchir à la façon d'interpeller les jeunes et de leur donner la parole.

An (Beursschouwburg) : Les artistes n'aiment pas être impliqués uniquement pour 'faire joli'. Dans le même ordre d'idées, une institution artistique ne peut

pas uniquement entrer en relation avec une structure d'animation jeunesse pour l'unique raison d'avoir 'besoin' d'un public de jeunes.

Pour commencer, Cathelijne et An se sont réunies pour échanger quelques idées, établir une feuille de route et un cadre, avec la volonté de ne pas encore figer les choses. An a rendu visite à Ratatouille pour prendre contact de façon informelle avec les ados et le fonctionnement de Ratatouille. Ensuite, quelques ados et Cathelijne se sont rendus au Beursschouwburg, où ils ont assisté à une projection de film.

An (Beursschouwburg): J'ai beaucoup apprécié faire connaissance avec ces jeunes, connaître leur nom, savoir ce qu'ils étudient, ce qu'ils font dans la vie... J'ai été surprise de voir émerger soudainement une discussion philosophique sur l'identité.

L'institution artistique et ses artistes devaient à leur tour être motivés par l'idée d'une trajectoire artistique avec le groupe d'ados et d'animateurs jeunesse de Ratatouille.

An (Beursschouwburg) : Pour moi, il est important qu'on puisse, en tant que centre d'arts, lâcher prise vis-à-vis de la référence

culturelle – ou ce qui est considéré comme étant la référence culturelle. Qu'on ose programmer des choses qui n'ont pas une forme purement artistique. Je trouve qu'il est important de faire des choses avec les habitants de cette ville, qui ne savent peut-être pas ce qui se passe dans ce bâtiment. Il faut mettre les artistes en contact avec les jeunes bruxellois, afin que ceux-ci sachent pour quel public ils créent et comment ils peuvent communiquer avec leur public.

☛ QUELLES COMPÉTENCES ONT ÉTÉ RENFORCÉES CHEZ LES ADOS ?

Pour Ratatouille, quand on parle de développement de compétences, il s'agit avant tout de la découverte de ses propres compétences. C'est pourquoi il est important que les jeunes puissent découvrir toute une série de disciplines et qu'ils expérimentent des choses qu'ils n'ont jamais fait auparavant. **Ici, il s'agit de leur donner l'opportunité de vivre des petites expériences positives afin de donner un coup de fouet à leur confiance en eux.**

Cathelijne (Ratatouille) :
On ne peut pas développer ses compétences artistiques tant qu'on ne sait pas qu'on en a.

Dans notre fonctionnement, nous tentons donc tout le temps d'apporter de nouvelles matières, de faire en sorte que les ados expérimentent tout un tas de choses dans le domaine artistique. Est-ce qu'on répond à un besoin ? Les ados ne le formuleront évidemment jamais de cette manière. Mais je trouve qu'en tant que pôle d'animation jeunesse nous avons la responsabilité de les faire expérimenter diverses disciplines artistiques, pour les stimuler. D'autant plus que nos ados appartiennent souvent à un groupe social fragilisé qui entre très peu en contact avec l'art et la culture.

Au-delà du développement d'une trajectoire au contenu passionnant, la rencontre entre les ados, les animateurs

jeunesse, les artistes et les collaborateurs du centre d'arts est aussi importante. Comme point de départ de la rencontre, Cathelijne et An ont fait une sélection au sein de l'offre existante du Beursschouwburg. Au programme, il y avait notamment une projection de film autour de la notion d'identité. Quand il s'est avéré que Ratatouille avait récemment travaillé sur cette thématique-là, An et Cathelijne ont cherché à créer d'autres connexions autour de ce sujet.

An (Beursschouwburg) :
J'ai bien aimé simplement montrer aux ados et à Cathelijne mon lieu de travail. Ensuite, on a regardé un film ensemble. C'est instructif de voir comment les jeunes vivent un film, la façon qu'ils ont de le regarder, d'une

toute autre manière, et le fait qu'ils aient pour des choses que nous ne comprenions pas, parce que nous ne parlons pas l'arabe...

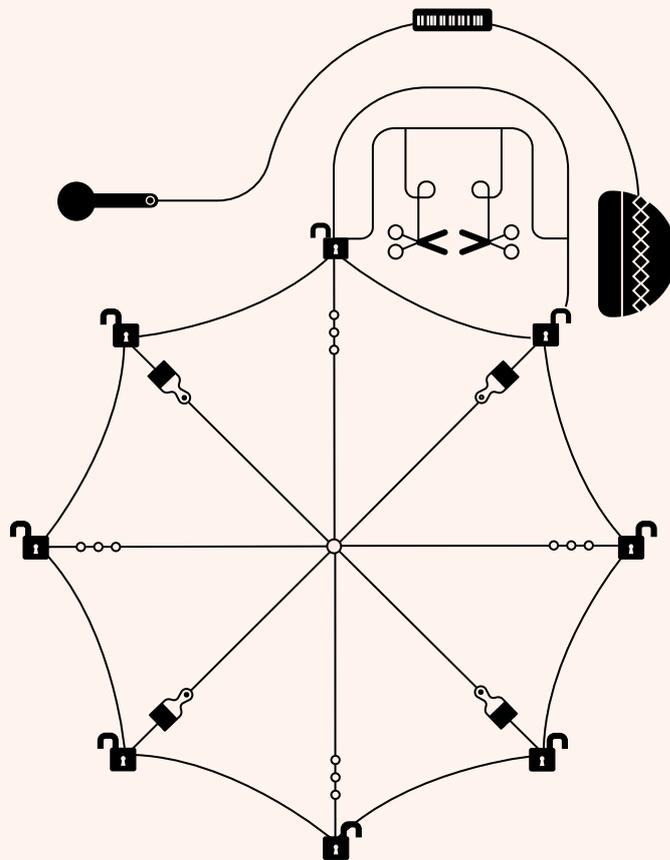
L'excursion au Beursschouwburg était plus qu'une simple excursion. **En faisant connaissance avec ce lieu, les jeunes ont adopté un nouveau point de référence culturel et leur monde s'est un peu agrandi.**

Cathelijne (Ratatouille) : Quelques semaines après la visite, j'ai capté une conversation dans laquelle quelqu'un expliquait le chemin en utilisant le Beursschouwburg comme point de référence. J'aime constater que nous les avons aidés à agrandir leur univers. Pour moi c'est au moins aussi important que d'assister à une projection de film.

✂ QUELS SONT LES FACTEURS DE RÉUSSITE ET LES OBSTACLES? QU'EST-CE QUE VOUS FERIEZ AUTREMENT ?

Ce type de collaboration est intense, tant pour les jeunes que pour les partenaires. Les jeunes sont extraits de leur zone de confort, ce qui leur demande pas mal d'efforts. Par ailleurs, il est important de créer un lien de confiance entre les jeunes, les artistes et les collaborateurs du Beursschouwburg et de Ratatouille. Une telle collaboration est très chronophage.

Tant pour Cathelijne que pour An, l'expérience accumulée peut constituer une amorce vers de nouveaux projets et de nouvelles collaborations. Cependant, il n'y a jamais une trajectoire pareille à une autre. Même si elles travaillent avec les mêmes artistes, Cathelijne et An doivent être attentives à la spécificité du groupe avec lequel elles se mettent à l'œuvre.





▄▄ Je trouve les budgets alloués au secteur de la jeunesse absolument hallucinants. Je savais bien que les budgets n'étaient pas colossaux, mais 1.000 à 1.500 euros pour l'animation de quelques ados me semble vraiment très peu. ▄▄

AN (BEURSCOUWBURG)

CONSEILS POUR DÉVELOPPER DES COMPÉTENCES ARTISTIQUES DES ADOS



Faites réellement la connaissance et soignez la dynamique de groupe.



Encouragez les ados à participer sans vouloir obtenir des résultats directement.



Donnez aux ados suffisamment d'attention et de temps lors du processus artistique.



Partez d'un lieu qu'ils connaissent déjà, où ils peuvent flâner avant ou après une activité et un lieu que les parents approuvent.



Encouragez-les à sortir de leur zone de confort.



Créez des partenariats avec des accompagnateurs et les artistes qui osent lâcher leur cadre de référence et qui pensent *out of the box*.

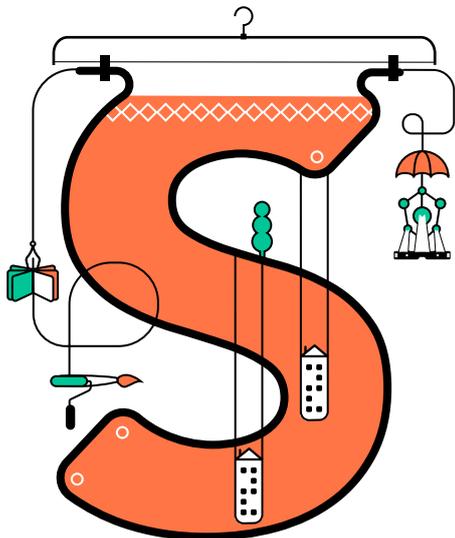


Laissez les ados faire connaissance, éventuellement de façon informelle, avec vos collègues et les autres projets de votre organisation et vos partenaires.









SEMAINE DE STAGE 'FLITS EN FLASH' : ROODEBEEK- CENTRUM & BEAM

✂ QUI :
**ROODEBEEKCENTRUM &
BEAM / JES**

✂ LIEU :
**WOLUWE-SAINT-LAMBERT ET
AILLEURS DANS LA VILLE**

✂ ADOS IMPLIQUÉS :
LES JEUNES DE 12 A 15 ANS

Pendant les vacances de Pâques, sous l'accompagnement de Lena (Roodebeekcentrum) et Jochem (BEAM), un petit groupe d'ados s'est mis à la recherche 'd'éléments poétiques' dans les rues de Bruxelles. Les ados se sont inspirés de divers artistes audiovisuels dont ils ont pu découvrir le travail dans plusieurs institutions culturelles bruxelloises et, à l'aide de techniques expérimentales, ils ont mis en forme leurs impressions. Le tout a été présenté à l'occasion d'une exposition au Beursschouwburg.

FICHE D'IDENTITÉ

ID Roodebeekcentrum

- ▣ Le **Roodebeekcentrum** est une **maison de jeunes** à Woluwe-Saint-Lambert.
- ▣ **Collaboratrice impliquée :** Lena Verstraete, animatrice jeunesse.
- ▣ **Contact :** Roodebeekcentrum, Chaussée de Roodebeek 270, Woluwe-Saint-Lambert, 02 770 64 48, roodebeek@vgc.be, roodebeekcentrum.wordpress.com

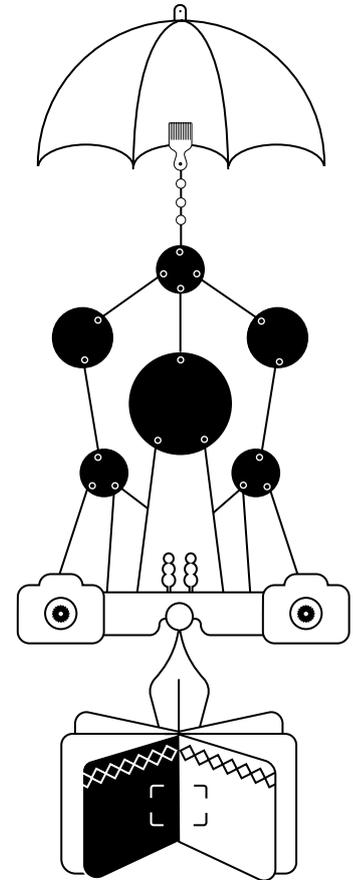
ID BEAM/JES

- ▣ **BEAM** est le **pôle de fonctionnement multimédia de JES vzw Bruxelles**. BEAM signifie **Brusselse Experimentele en Actieve Mediavorming (Formation bruxelloise expérimentale et active aux médias)**. BEAM soutient l'animation jeunesse bruxelloise via des projets multimédia et organise des ateliers et des trajectoires média.
- ▣ **Collaborateur impliqué :** Jochem Devens, artiste vidéo.
- ▣ **Contact :** JES Brussel, Werkhuizenstraat 3, 1080 Sint-Jans-Molenbeek, 02 411 68 83, brussel@jes.be, www.jes.be

Remerciements chaleureux à

- ▣ **Botanique**, Centre culturel dédié à la musique et aux arts plastiques, botanique.be.
- ▣ **Cinematek**, la Cinémathèque royale de Belgique, www.cinematek.be.
- ▣ **Argos**, Centre for Arts and Media, www.argosarts.org.
- ▣ le **Beursschouwburg**, Centre d'arts dédié à la musique et aux arts plastiques, www.beursschouwburg.be.

Où les ados ont pu assister à des visites guidées et/ou visiter une exposition.



COMMENT S'EST PASSEE LA COLLABORATION ENTRE LES PARTENAIRES ?

Lena, animatrice jeunesse au Roodebeekcentrum, est mordue de photo. Le Roodebeekcentrum dispose d'une chambre noire à l'ancienne. Les photos et les vidéos font indissociablement partie de la vie de l'adolescent moyen. Il existe une multitude d'apps et de programmes gratuits que les ados peuvent utiliser. Alors pourquoi pas donner l'opportunité aux ados de découvrir et développer leurs compétences dans ce domaine ?

Lasso a réuni le Roodebeekcentrum et BEAM. Lena était en charge de l'accompagnement général des

ados, tandis que Jochem a été engagé pour son expertise en tant qu'artiste vidéaste. Lasso a cherché des activités liées à la thématique de la semaine, ainsi qu'un lieu qui puisse accueillir l'exposition. Pour le Roodebeekcentrum, cette collaboration représentait surtout l'opportunité d'offrir un panel plus large de possibilités pendant la semaine de stage.

Lors de la collaboration avec les institutions culturelles, nous avons remarqué la facilité qu'avaient certains animateurs culturels à interagir avec les jeunes, et le manque d'habitude qui se manifestait chez d'autres. **Lena insiste sur le fait qu'introduire de l'interaction dans les activités ou de proposer aux jeunes**

d'effectuer des petites tâches pratiques, peuvent déjà fortement les stimuler.

Lena (Roodebeekcentrum) : Anne de Argos a donné une explication très brève aux ados et les a ensuite immédiatement mis au travail. Ils devaient, par deux, en étant dos à dos, se placer près d'une photo ou d'une œuvre d'art. Un adolescent avait les yeux bandés et disposait d'un cahier de croquis, tandis que l'autre devait décrire l'œuvre d'art au premier. C'est un exercice assez difficile et complexe, tout en restant accessible, amusant et drôle.

Jochem et Lena sont satisfaits de la façon dont ils ont pu collaborer : ils s'entendaient bien d'un point de vue

personnel et pouvaient se compléter au besoin.

Jochem (BEAM) : Je travaille beaucoup avec les tout petits et les enfants, mais moins avec les ados. Ils se livrent beaucoup plus difficilement, ce qui m'a bloqué à première vue. Lena m'a rassuré en me disant que c'était tout à fait normal, que c'était propre à leur âge. Je me suis senti très soutenu par elle.

Lena (Roodebeekcentrum) : J'aime interagir avec les ados. Pour moi, accompagner ce projet aurait été difficile sans l'expertise artistique de Jochem. Cet échange était donc parfait.



|| C'était vraiment
surprenant et rassurant pour moi
que des organisations artistiques
qui s'occupent de choses complexes
parviennent à trouver des manières
pour les transmettre clairement aux
ados. Ça m'a donné de l'espoir! ||

LENA (ROODEBEEKCENTRUM)

✂ COMMENT IMPLIQUER LES ADOS ACTIVEMENT ?

Les ados inscrits à la semaine étaient tous très intéressés par la photographie et le cinéma. Les accompagnateurs ont donc pu partir de ce que les ados connaissaient déjà et avancer à partir de là. Pour Jochem, il s'agissait surtout de canaliser les idées et de coacher les ados d'un point de vue artistique, sans perdre de vue le fait que tout ça devait rester fun.

Jochem (Beam) :
En tant qu'accompagnateur, essayez de découvrir ce que les ados ont envie de

*raconter, faire, écrire, créer...
Montrez un intérêt sincère.
Regardez comment les choses peuvent trouver leur place au sein du groupe et du projet.
Cherchez avec eux une histoire commune, qui parle à tout le groupe, mais ne perdez pas de vue pour autant la personnalité de chacun.*

L'activité a été imaginée à l'avance par les accompagnateurs, mais **les ados sont responsables presque entièrement de la création artistique et de l'aboutissement du projet.**

Les animateurs jeunesse du Roodebeekcentrum connaissent la plupart des

ados qui participent à leurs activités. Pour eux, il est important que les ados se sentent bien dans leur peau, qu'ils soient stimulés par les activités proposées et que l'activité soit bien encadrée.

Lena (Roodebeekcentrum) :
Quand je travaille avec des ados, j'essaye de réagir avec enthousiasme à leurs idées et de leur donner beaucoup de reconnaissance. Les ados doivent se sentir bien dans leur peau en ta présence et dans ton fonctionnement, sinon rien ne va réellement pouvoir se passer et il faudra surtout gérer des conflits.

**☞ QUELLES
COMPÉTENCES ONT
ÉTÉ RENFORCÉES CHEZ
LES ADOS ?**

L'objectif principal de la semaine de stage était que les ados découvrent et/ou développent leurs compétences artistiques.

Au cours d'une séance de brainstorming, les ados ont choisi différentes techniques expérimentales pour mettre en forme leurs sensations : photos, films en *timelapse* et en *stopmotion*. Ils ont aussi visité diverses institutions

culturelles bruxelloises. Au programme, il y avait une visite guidée sur l'histoire du cinéma, à la Cinematek ; une visite de l'exposition d'Alexis Destoop et un atelier interactif à Argos ; ainsi qu'une visite de l'exposition *Higher Ground* de Carl De Keyzer, au Botanique.

La semaine de stage s'est clôturée par une exposition au Beursschouwburg, où les ados ont bénéficié d'une visite guidée surprise en backstage, ce qui leur a donné la sensation de vivre quelque chose de vraiment 'exclusif'.

*Lena (Roodebeekcentrum) :
Beaucoup d'animateurs
jeunesse pensent qu'en
travaillant avec des ados il ne
faut pas rendre les choses trop
difficiles ou leur proposer de
trop grands défis, mais je ne
suis absolument pas d'accord
avec ça. L'important pour les
ados n'est pas la thématique
et la méthodologie du projet.
Beaucoup de choses sont
possibles, il faut surtout savoir
comment les présenter. Si on
avait dit le premier jour aux
ados qu'ils devraient avoir
réalisé un film eux-mêmes
d'ici la fin de la semaine, ça
aurait posé problème.*

✂ QUELS SONT LES FACTEURS DE RÉUSSITE ET LES OBSTACLES? QU'EST-CE QUE VOUS FERIEZ AUTREMENT ?

Le fait d'avoir travaillé toute la semaine sans interruption, dans un lieu que les ados connaissent, a constitué un véritable atout. Le choix des activités a été très apprécié par les jeunes. **Chaque journée était différente, ne laissant pas de place à l'ennui.** Le moment d'exposition au Beursschouwburg s'est terminé en beauté, notamment grâce au support technique offert par le lieu.

Jochem (Beam) :
Quand on met en place un projet artistique avec des ados, le processus est important, certes, mais, le résultat auquel on aboutit l'est aussi. Les bons souvenirs liés au déroulement du projet sont d'autant plus forts si on est réellement fier de ce qu'on a créé.

Malheureusement, cette semaine artistique n'a pas attiré autant de participants que souhaité. Selon les collaborateurs, ceci est dû à une communication insuffisante et au fait que les partenaires n'aient pas

assez communiqué entre eux au sujet de la promotion. **Néanmoins, le fait de travailler avec un groupe restreint a aussi des avantages: on peut les accompagner de façon plus intensive et les conflits sont plus facilement désamorçés.** Les ados ont aussi considéré la taille du groupe comme un avantage.

Lena (Roodebeekcentrum):
Quand j'ai expliqué, le lundi, à Félix, un de nos ados, qu'il y avait peu de participants à la semaine de stage, il a trouvé ça fantastique. Il l'a interprété comme : « J'aurai toute l'attention et je vais pouvoir m'en donner à cœur joie ». (rires)

Par ailleurs, on a été confrontés à quelques petits soucis qui sont propres à chaque projet. Par exemple, les partenaires externes n'avaient pas tous une approche adaptée aux ados, nous n'avions pas suffisamment réfléchi au contenu de l'exposition, il n'y a donc pas eu de fiche technique... Mais selon les accompagnateurs, c'est le genre de choses qui peut arriver, car on ne peut pas tout prévoir.

CONSEILS POUR DÉVELOPPER DES COMPÉTENCES ARTISTIQUES DES ADOS

 Faites en sorte que les ados rencontrent des jeunes de leur âge, afin qu'ils se renforcent les uns les autres.

 Cherchez collectivement une histoire commune dans laquelle l'ensemble du groupe se retrouve ou se reconnaît, mais, en même temps, ne perdez pas de vue la personnalité de chacun.

 Rendez les choses interactives, grâce à des méthodologies et des approches créatives. L'humour est un atout!

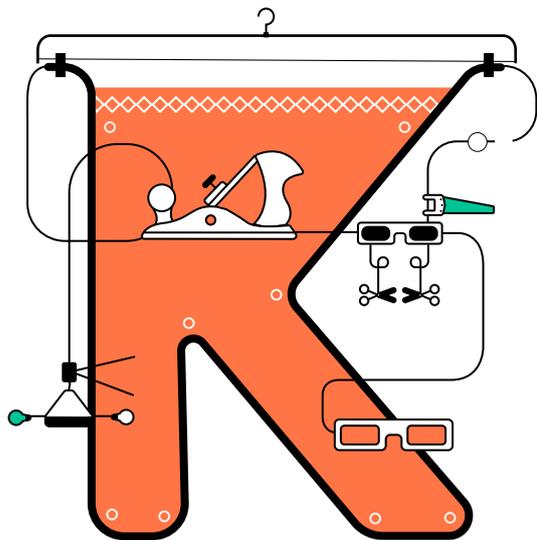
 Cheminez avec les ados vers la création d'une 'production' qualitative.

 Collaborez avec les accompagnateurs et les artistes qui offrent de la reconnaissance aux ados.

 Réfléchissez à la meilleure façon de les atteindre et communiquez-leur les activités d'une façon attractive et stimulante.







KARAVANE 1060: TIENERWERKING SINT-GILLIS, MUS-E & COLLECTIF BAYA

✂ QUI :
**TIENERWERKING SINT-GILLIS,
MUS-E BELGIUM &
COLLECTIF BAYA**

✂ LIEU :
**PLACE LOUIS MORICHAR,
SAINT-GILLES**

✂ ADOS IMPLIQUÉS :
LES JEUNES DE 10 À 13 ANS

Le projet Karavane 1060 est une résidence artistique temporaire dans l'espace public. D'avril à octobre 2017, la Karavane s'est installée sur la place Louis Morichar, offrant un lieu d'atelier gratuit pour les jeunes du quartier. Karavane était un lieu de création qui proposait des activités variées, le plus souvent des ateliers libres. Les jeunes décoraient la Karavane, y construisaient des objets temporaires (un mur à graffiti, une table de ping-pong, un espace d'étude, une rampe de skate...) et y organisaient des ateliers.

ID Tiennerwerking Sint-Gillis

Tiennerwerking Sint-Gillis est un projet de la commune de Saint-Gilles qui mise sur la rencontre, l'expression et le développement des pour développer des compétences artistiques, spécifiquement pour les ados.

Collaborateur impliqué :
Ruben Vandersteen,
animateur d'ados.

Contact : Ruben Vandersteen, Animation d'ados, service des Affaires néerlandophones, Commune de Saint-Gilles, Place M. van Meenen 39, 1060 Saint-Gilles, 0490 49 3961, rvandersteen@stgillis.irisnet.be.

ID MUS-E Belgium

MUS-E Belgium est une plateforme de co-création pour artistes. MUS-E Belgium initie des trajectoires artistiques dans les secteurs de l'enseignement, du temps libre et du bien-être.

Artistes impliqués :
Linus Haertjens (peintre, dessinateur, artiste hip-hop et graffiti) et Raisa Vandamme (photographe)

Contact : MUS-E Belgium, Rue du Chevreuil 28, 1000 Bruxelles, 02 660 25 80, info@mus-e.be, www.mus-e.be.

ID Collectif Baya

Collectif Baya est un **atelier de construction** créé à l'initiative d'anciens étudiants de La Cambre. Collectif Baya organise des ateliers ouverts où les personnes peuvent venir développer leurs propres projets.

Collaborateurs impliqués :
Samuel Hus, spécialisé en construction et menuiserie.

Contact : Collectif baya asbl, Rue Kerckx 67, 1050 Ixelles, 0485 30 37 32, contact@collectifbaya.com, collectifbaya.com.

Remerciements chaleureux

Cemôme et Itinéraires A.M.O., les partenaires locaux dont la présence sur la place Louis Morichar et les contributions spontanées auprès des jeunes ont été cruciales pour la réussite du projet.

COMMENT S'EST PASSEE LA COLLABORATION ENTRE LES PARTENAIRES?

Une équipe multidisciplinaire composée de Ruben Vandersteen (animateur ados), Raïsa Vandamme (photographe), Linus Haertjens (peintre, dessinateur, artiste hip-hop et graffiti) et Samuel Hus (construction et menuiserie) a donné corps au projet. L'équipe pouvait faire appel à la plateforme de co-création MUS-E Belgium afin d'obtenir des conseils artistiques et créatifs. La question de la collaboration est devenue pour l'équipe une thématique de recherche en tant que telle.

Ruben (animateur ados) : Le caractère ouvert de l'activité me donnait par moments la sensation qu'il n'y avait pas d'axe précis, ce qui m'a parfois posé problème. C'est compliqué de faire taire notre tendance à vouloir aller vers 'quelque chose', à vouloir que chaque projet ait un résultat visible... Ou peut-être bien qu'il faut justement aller vers quelque chose ? Ne serait-ce que pour que les ados et les jeunes puissent sentir qu'il aboutissent à quelque chose.

Avant l'arrivée de la Karavane, la place était principalement un lieu où les jeunes pouvaient flâner et jouer au foot. Ruben et Linus ont voulu utiliser cet espace comme canal d'expression de leur créativité.

Ruben (animateur ados) : À Bruxelles, il y a peu de place pour les ados dans l'espace public, alors que c'est important qu'ils puissent s'y manifester et que l'espace public fasse partie de leur univers. En ce sens, je trouve que notre projet répondait bien à un besoin : il était accessible, gratuit... Les jeunes pouvaient venir nous trouver avec leurs propres idées.

Les activités avaient lieu le mercredi midi. L'horaire variait selon l'affluence sur la place (qui varie principalement selon les heures de sortie de l'école).

Les collaborateurs de Karavane n'étaient pas les seuls 'travailleurs' présents

sur place et, au début, ils ont ressenti une certaine animosité de la part du groupe de jeunes du quartier. À juste titre, d'ailleurs : ils voyaient passer des animateurs jeunesse et sociaux sur 'leur' place.

Ruben (animateur ados) : En travaillant là où les jeunes se trouvent déjà et dans l'espace public, les organisations locales qui y sont déjà actives deviennent rapidement tes partenaires officieux. C'est de toute façon judicieux de faire connaissance le plus vite possible avec ces personnes et d'établir un lien de confiance avec elles, parce qu'elles peuvent énormément t'aider et te conseiller.

✂ COMMENT IMPLIQUER LES ADOS ACTIVEMENT ?

Ruben, Linus, Raisa et Samuel se sont installés dans la Karavane, ne sachant pas à l'avance qui étaient les jeunes et quelles étaient les activités qu'ils pourraient et voudraient faire. La place et la Karavane ont constitué un fil rouge à travers le projet. **Le point de départ était de définir un objectif avec les jeunes et de le réaliser ensemble.**

Linus (Mus-e) :
Les enfants et les ados sont souvent conditionnés : quand ils arrivent quelque part, ils s'attendent à ce

qu'on les anime. Je suis très catégorique à ce sujet : c'est important que les jeunes ne soient pas passifs, qu'ils fassent un effort pour qu'il se passe quelque chose et ne soient pas purement dans une posture réceptive. Ils peuvent donc venir vers nous avec une certaine demande d'animation, mais nous nous réservons le droit de ne pas y répondre.

Les plus grands fans de Karavane 1060 étaient composés de deux groupes : d'une part les 10-13 ans du quartier et d'autre part les 16-18 ans de l'école d'art Saint-Luc située sur la place Morichar.

Linus (Mus-e) :
Le plus beau moment était pour moi quand nous avons pu faire collaborer les gamins du quartier et les élèves de Saint-Luc. On savait que c'était un point difficile. Je ne m'en suis pas vraiment rendu compte au moment-même, mais quand j'ai vu les photos, plus tard, où on les voyait rire tous ensemble, j'ai réalisé que ça avait vraiment été un moment spécial.

En raison des conditions propres à l'espace public, l'équipe a été obligée de lâcher prise au niveau du groupe cible qui avait été choisi, certains jours, on voyait arriver tout un groupe

d'enfants de 5 ans, ou bien des papas se joignant aux activités. L'expérience a aussi montré que les jeunes de 11 ans s'intègrent plus rapidement dans ce type de fonctionnement que ceux de 18 ans, qui sont plus urbains. **Afin d'être vraiment acceptés par les ados - et certains groupes - sur la place, il semblait extrêmement important pour les collaborateurs de Karavane de tisser un lien avec tous les intéressés.**

**QUELLES
COMPÉTENCES ONT
ÉTÉ RENFORCÉES CHEZ
LES ADOS ?**

La Karavane se voulait être une expérience sociétale, qui n'avait pas pour objectif d'aboutir à un résultat final tangible.

Linus (Mus-e) :

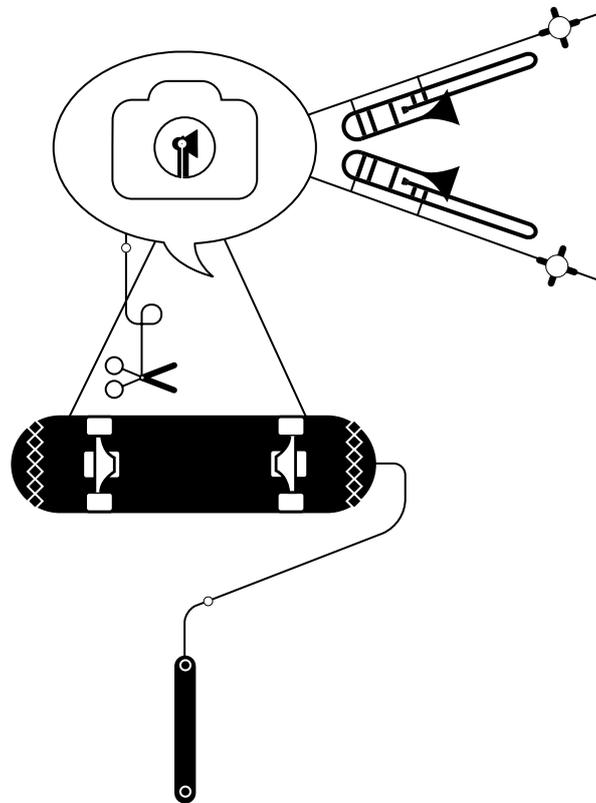
Des initiatives accessibles, sans objectifs clairement définis, comme Karavane 1060, sont selon moi une bulle d'air frais pour la jeunesse locale. On leur donne trop souvent une longue liste d'obligations et d'objectifs, dès qu'ils vont demander de l'aide quelque part.

Les collaborateurs ont voulu garder la liberté de

déterminer la direction du projet en cours de route. La Karavane souhaitait que les jeunes se disent : « Yes, I can ! Moi aussi je peux faire de l'art. Moi aussi je peux construire des choses avec mes mains. ». Des propositions étaient faites aux jeunes (des matériaux à utiliser, une forme de travail à suivre) mais en leur laissant toujours la liberté d'en faire ce qu'ils voulaient.

Ruben (animateur ados) :

Oui, de l'art peut émerger de ce quartier ! L'âme du projet était justement de donner la sensation aux jeunes qu'ils peuvent créer des choses eux-mêmes. Ils pouvaient se mettre au boulot avec ce dont ils avaient besoin ou envie, en dessinant, en peignant, en construisant ...





▣▣ Ça m'a fait chaud au cœur de voir certains jeunes revenir, de voir qu'ils nous reconnaissent et passaient dire bonjour. Ça montre que même si cette approche, plus libre, n'est pas toujours facile à mener, elle fonctionne bel et bien. Souvent les jeunes ne voulaient pas participer et préféraient rester allongés dans l'herbe, au soleil. Mais même à ces moments-là j'avais la sensation qu'ils faisaient partie de la Karavane : j'allais discuter un instant avec eux, ils montraient de l'intérêt, donnaient du feedback... ▣▣

RUBEN (ANIMATEUR D'ADOS)

✂ **QUELS SONT LES FACTEURS DE RÉUSSITE ET LES OBSTACLES? QU'EST-CE QUE VOUS FERIEZ AUTREMENT ?**

Ruben (animateur ados) :
 Au début, j'avais vraiment l'impression d'être un extraterrestre qui avait atterri sur la place dans son OVNI. Il faut alors être sympa avec tout le monde, mais également cool, se prouver pour gagner en crédibilité aux yeux des jeunes.

La persévérance a porté ses fruits. Au début, les collaborateurs se sentaient comme des intrus dans le quartier, notamment à cause de l'écart de génération. Au fil du temps, ils ont

remarqué qu'un lien se créait avec les jeunes. Les jeunes s'impliquaient de plus en plus et, petit à petit, ils se sont mis à s'approprier le projet.

Samuel (Collectif Baya) :
 Je suis fier qu'on ait finalement obtenu le respect. Avec les jeunes, on avait fabriqué un banc pour la place. On a cru qu'il aurait été vandalisé au cours de la semaine, mais ça n'a pas eu lieu: le banc est resté entier, parce qu'il avait été réalisé par ces petits gars.

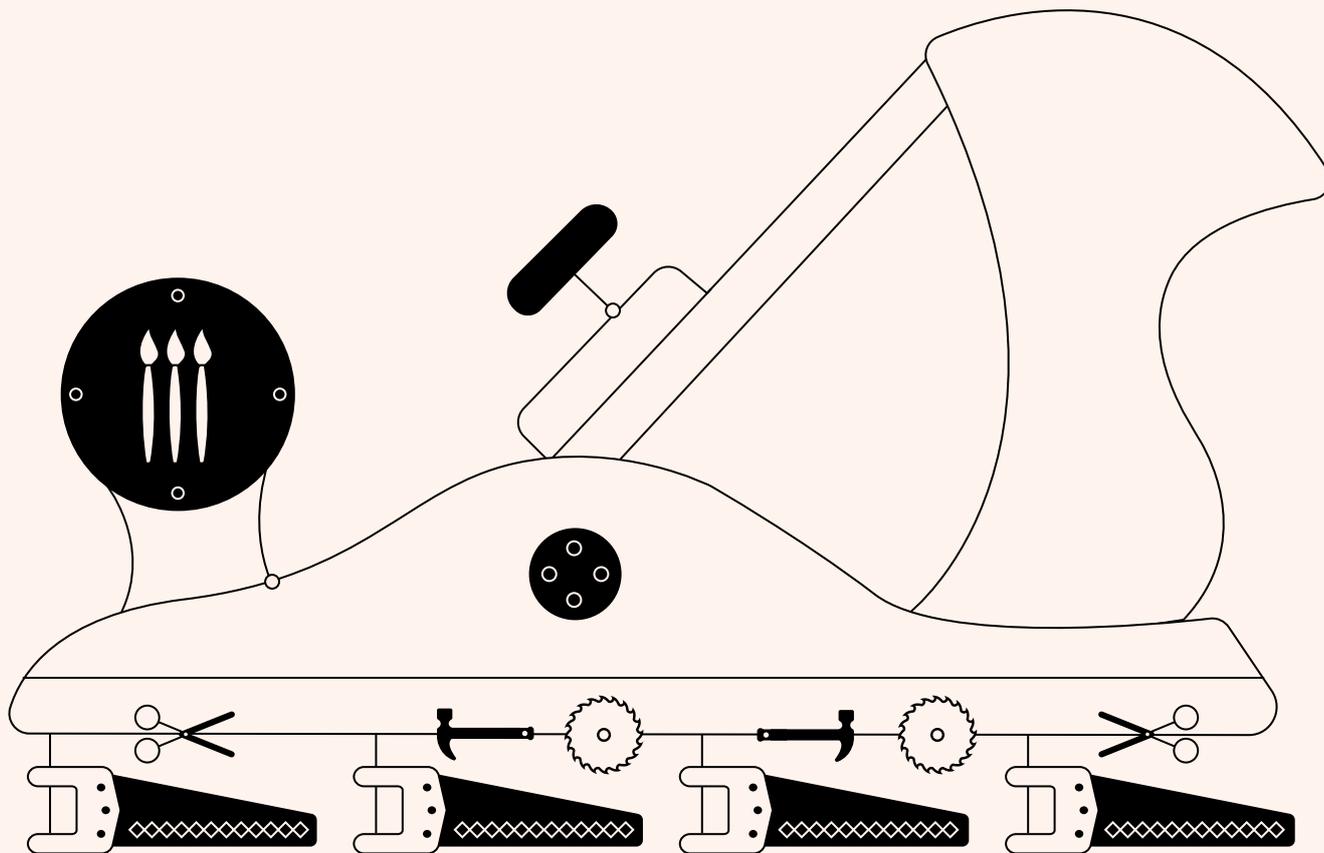
Mettre en place un tel fonctionnement dans l'espace public implique aussi qu'il y ait parfois peu de jeunes à vouloir participer ou que la dynamique ne tienne

pas la route. Aussi banal que cela puisse paraître, la météo est probablement le facteur le plus déterminant, qui peut mettre en péril une intervention si elle a lieu dans un espace public en plein air.

Les collaborateurs de Karavane se demandent aussi dans quelle mesure la durée d'un tel projet puisse excéder les sept mois. Ou bien doit-on le considérer comme un levier permettant d'aller ensuite plus loin dans le travail avec les jeunes?

Ruben (animateur ados) :
 Un des rêves que nous n'avons pas encore pu réaliser dans le cadre de Karavane est de former les jeunes qui étaient activement

impliqués dans le projet au métier d'animateur. Les jeunes deviendraient alors de véritables ambassadeurs de la place. Leur engagement serait valorisé, ils acquerraient de nouvelles compétences, le sens des responsabilités... La raison pour laquelle cela n'est pas (encore) à l'ordre du jour, c'est que nos fans les plus fidèles sont un peu trop jeunes. Ils ont entre 10 et 13 ans, ils n'ont pas encore l'âge de s'y intéresser. Pour une trajectoire d'une telle ampleur (le passage de participant à animateur) je pense qu'il faut qu'il y ait surtout beaucoup de confiance entre les jeunes et les animateurs jeunesse. Laissons-les encore un peu s'amuser, apprendre à s'exprimer et à être créatifs.





van der
door

CONSEILS POUR DÉVELOPPER DES COMPÉTENCES ARTISTIQUES DES ADOS

 Ne demandez pas d'emblée de produire des choses, commencez par leur donner de l'inspiration en leur montrant d'abord ce qui existe déjà.

 Laissez les ados créer des choses eux-mêmes.

 Laissez les ados expérimenter, donnez-leur de l'espace pour échouer et redirigez-les si nécessaire.

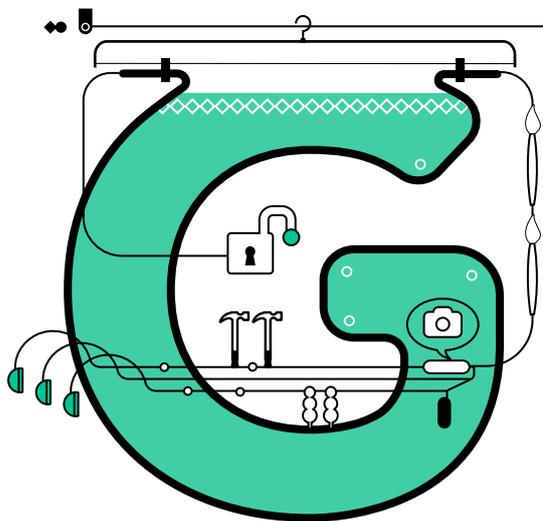
 Donnez aux accompagnateurs et aux artistes l'espace afin d'établir un lien de confiance et afin de pouvoir se projeter dans l'univers des ados.

 Réfléchissez aux partenaires (locaux) qui puissent être complémentaires pour créer un projet avec des ados.

 Collaborez avec des partenaires que les ados connaissent déjà et partez de là pour leur présenter de nouveaux partenaires.

 Travaillez en proximité, cherchez les ados là où ils se trouvent déjà. Nouez des contacts avec l'animation jeunesse existante et/ou rendez-vous dans l'espace public.

 Le projet a lieu dans l'espace public ? Faites des choix conscients qui tiennent compte de tous les utilisateurs de cet espace.



Conseils méthodologiques

Voici encore quelques *guidelines* ou conseils autour du développement des compétences artistiques des jeunes : des suggestions et des questions prioritaires à ne pas oublier.

👉 INVITEZ LES ADOS À GOÛTER ET À PROFITER

- Faites en sorte que l'ambiance reste légère et amusante, que le travail n'ait pas l'air d'en être.
- Faites en sorte que les ados puissent profiter des résultats de leurs efforts.

👉 SOUTENEZ LES ACCOMPAGNEURS ET LES ARTISTES TRAVAILLANT AVEC DES JEUNES

- Collaborez avec les accompagnateurs et les artistes qui offrent de la reconnaissance aux ados.
- Encouragez les accompagnateurs et les artistes à être flexible et, en même temps, à fixer les limites.
- Donnez les accompagnateurs et les artistes la possibilité de se développer à travers le projet.

👉 LAISSEZ LES ADOS LIBRES ET AIGUILLEZ-LES

- Donnez des directives aux ados à propos des objectifs du projet, faites en sorte que la mise en place se déroule en phases (même dans des projets de courte durée) et clarifiez leur engagement avec eux.

STIMULEZ LES ADOS ET FAITES-EN DES COPROPRIÉTAIRES DU PROJET

- Donnez aux ados une place à part entière dans le fonctionnement de votre organisation. Ils feront figure d'exemple.
- Faites en sorte qu'ils soient fiers d'eux-mêmes et qu'ils fassent des efforts.

TRAVAILLEZ AVEC DES PARTENAIRES QUI REPRÉSENTENT UNE PLUS-VALUE POUR LES ADOS

- Impliquez les partenaires dès le début, identifiez ensemble les objectifs du projet et définissez le rôle de chaque partenaire.
- Assurez-vous de travailler de manière synchronisée avec vos partenaires et respectez les spécificités de chacun.

TROUVEZ LES ADOS VOUS-MÊME (PARCE QU'EUX NE VOUS TROUVERONT PAS)

- Réfléchissez au public que vous souhaitez toucher et choisissez les ados avec qui vous voulez vous lancer: les ados avec qui vous avez l'habitude de travailler ou un autre groupe?
- Tenez compte du fait que les parents représentent un bon moyen d'atteindre les ados.
- Développez une stratégie de communication ciblant les ados, en réfléchissant notamment aux médias sociaux qu'ils fréquentent, et utilisez un langage qui paraisse familier aux plus âgés d'entre eux, pour éveiller leur curiosité.
- Quelque soit le canal utilisé, gardez un ton accessible et informel, et continuez à investir dans la communication orale.

CRÉEZ UN ENVIRONNEMENT SÉCURISANT POUR LES ADOS, MONTREZ-LES DE LA CONFIANCE ET DU RESPECT

- Respectez leur rythme. Acceptez qu'il y ait des jours ou des moments moins faciles.
- Respectez le fait qu'ils aient d'autres activités et du travail scolaire.



Cette publication est une édition de Lasso,
le réseau bruxellois pour la participation
culturelle et l'éducation à l'art. Janvier 2018.

Lasso : Place Saintelette 19, 1000 Bruxelles
T. 02 513 15 90, 02 513 29 85 / info@lasso.be / www.lasso.be

▮ **RÉDACTION :**

Katrien Brys, Stephanie Lemmens,
Margot Styfhals et Anja Van Roy

▮ **INTERVIEWS :** Margot Styfhals

▮ **ONT ÉGALEMENT COLLABORÉ :**

Marijke Van Hassel, Ine Vos
et Annabel Debaenst

▮ **COORDINATION :**

Margot Styfhals et Stephanie Lemmens

▮ **GRAPHISME ET ILLUSTRATION :**

Chris Lauwerys (clauwerys@gmail.com)

▮ **PHOTOS :** Remerciements pour Karavane 1060
et Semaine de stage 'Flits en Flash'

▮ **IMPRESSION :** Epo drukkerij

▮ **EDITEUR RESPONSABLE :**

Lasso vzw, Leen De Spiegelaere,
Saintelettesquare 19, 1000 Bruxelles
Dépôt légal : D/2018/11.909/01

*Cette publication a vu le jour dans le cadre du projet Try Out Teens/Agora avec le soutien
du ministre flamand des affaires bruxelloises. Plus d'informations sur : www.lasso.be.*



La Région et l'Europe investissent dans votre avenir ! • Het Gewest en Europa investeren in uw toekomst!



