

Assises de la prévention - Chantier 6
Procès verbal de la rencontre du 15/12/2022

*Comment professionnaliser la communication à propos de la prévention.
 Comment centraliser la communication sur les réalisations pour assurer plus de visibilité
 et d'accessibilité ?*

Présences :

Participants	Service	Présence
Ahmed Ouamara	AMO Alhambra asbl	A
Amandine Vandermesch	AMO Agora Jeunes (éducatrice)	A
André Jadoul	Le Toucan (AS)	A
Annick Disneur	service prévention Bruxelles	P
Ariane Mertens	SGP - Direction Prévention Namur-Dinant	P
Audrey Duchemin	AMO j4 (accompagnatrice)	E
Aurélien Rivituso	Institut du Sacré Coeur	A
Aurore Herbiet	ONE (coordinatrice)	A
Calogero Canta	SGP - Collège de prévention	P
Catherine Sunak	AMO J4 (directrice)	E
Céline Lizin	service de prévention de Verviers	E
Christelle Dutienne	service de prévention de Charleroi	P
Ethan Dewitte	AMO AMOSA (AS)	A
Françoise Jouniaux	service prévention Namur	E
Giulia Marcon	Service prévention Mons	A
Jean-Paul Flamme	AMO Le hamo (directeur)	P
Joelle Scarniere	SAJ de Dinant (conseillère)	P
Katleen Plasman	service de prévention de Namur	E
Magda Michalczuk	Mado Nord (assistante en psychologie)	E
Marie Giacomini	service prévention Charleroi	P
Mathieu Blairon	AMO TCC Accueil (resp. pédagogique)	E
Mélie Van Nieuwerkerke	Service de prévention Verviers	E
Meryl Godfrin	AMO Point Jaune (coordinatrice)	A
Pascale Verhaegen	Service de la prévention de Bruxelles	E
Roselyne Henuzet	service prévention Namur-Dinant (agent administratif)	E
Valérie Dewulf	Mado Nord Bxl (AS)	E

Mertens A.

Présentation d'un PPT reprenant le travail du chantier :

Différence entre un chargé de communication et un porte-parole

→ Chargé de communication : Le chargé de communication met en valeur les activités, produits et services d'une entreprise et affirme l'identité de celle-ci tant à l'intérieur qu'à l'extérieur.

Il met en place des actions qui s'inscrivent dans une stratégie de communication globale. Il peut donc à la fois participer à des opérations de relations publiques, organiser des événements, réaliser des actions de promotion et gérer des situations de crise.

→ Porte-parole : Personne chargée de présenter les opinions, les décisions d'un tiers ou d'un groupe auprès de quelqu'un d'autre, d'un autre groupe ou du public.

Les membres marquent leur accord pour ces définitions

Des confusions ont eu lieu durant les travaux du chantier dans les différents niveaux de communication par rapport aux objets.

Propositions d'objets de communication :

- le projet (d'un service, du triennat,...)
- réaction à l'actualité
- priorité
- une action, une position
- un fait social
- ...

Définition fait social : Un fait social désigne l'existence d'une expérience collective qui dépasse l'expérience individuelle ; un phénomène qui se répète avec une fréquence suffisante ; des déterminations de comportement ; une contrainte sociale.

Canta C.

La définition du fait social provient de 2 sources : le Code du 18/01/18 (définition de la prévention) et l'avis 50 du CCAJ.

Exemple :

La scolarité est une des priorités que l'on retrouve dans tous les DS.

D'après les chiffres, les jeunes qui sont d'origine « modestes » ont en général un parcours scolaire qui amène à des qualifications et à des niveaux de diplômes qui sont moins élevés que les jeunes qui sont d'origine socio-culturelle plus élevée.

Si on entre que par des actions de prévention éducative, on va travailler sur les compétences, les problématiques, les conditions individuelles d'un jeune alors que le fait social, lui va essayer, à travers les projets de prévention sociale, d'agir sur les causes des statistiques. Comment pouvoir au travers d'un projet faire infléchir cette courbe d'inégalité dans le cursus scolaire ?

Les projets éducatifs sont importants mais il est nécessaire de les articuler avec des projets qui visent des faits sociaux.

Mertens A.

(Poursuite du PPT)

Les niveaux de communication :

- FWB
- arrondissement
- Conseil de prévention/division
- territoire AMO
- commune
- autres

Canta C. :

Lien avec le chantier 5 (comment mettre en place l'intersectorialité et l'intrasectorialité ?)

La nécessité d'une meilleure information pour les partenaires a été abordée dans le chantier 5.

Ce chantier a relevé les freins de l'inter et de l'intrasectorialité. Le principal et le plus récurrent est la méconnaissance des secteurs. L'idée de se mettre en lien avec le chantier 6 a semblé nécessaire pour réfléchir à une information de la communication plus pérenne et consultable.

La création d'un site internet a été proposée reprenant des informations pertinentes pour l'aide à la jeunesse et pour les secteurs partenaires.

La notion de prévention et la présentation des différents secteurs qui sont acteurs potentiels et réels pour les jeunes vulnérables s'y trouveraient.

Flamme J-P.

Selon lui la création d'un tel site ne suffira pas. Il faudra d'autres moyens car le fonctionnement entre les secteurs est trop complexe.

Par contre le site va permettre de pallier à l'important turnover dans les services (éviter les présentations répétitives des secteurs et services).

Giacomini M.

Dans l'ancienne mouture de la prévention quand le service de prévention dépendait du conseiller de l'aide à la jeunesse, les délégués de prévention de Charleroi organisaient des présentations du SAJ/SPJ et tribunal ainsi que des cas pratiques (via « jeux de rôle ») auprès des partenaires. Les rencontres étaient à chaque fois full. Les partenaires étaient très demandeurs.

Flamme J-P.

Avant la création de la plateforme de concertation enseignement-AJ, il existait sur la division de Tournai ce type de plateforme où le SAJ était présent. Il a pu y expliquer ses missions et surtout ses limites, ce qui a permis des collaborations importantes.

Scarnière J.

Il est nécessaire de décroisonner selon l'endroit et les objectifs d'une rencontre/ d'une plateforme. Actuellement, l'agent de liaison joue beaucoup ce rôle.

Flamme J-P.

Le rôle de l'agent de liaison est fondamental car il permet de favoriser les rouages.

Scarnière J.

Dans le cadre du CCIS de la division de Dinant, il favorise le partage d'outils et de pratiques de chacun sur un thème. Cela permet de découvrir les missions et les limites de chacun.

Giacomini M.

Lors des présentations au SAJ, les personnes qui y participaient venaient en leur nom et non pas au nom du service. Il a été ainsi constaté que l'information ne passait pas alors auprès du reste du service. Tout dépendait de la culture du service. Si la communication ne va que dans un sens elle ne fonctionnera pas.

Flamme J-P.

Il est important de favoriser le partage d'informations dans les services.

Giacomini M.

Le même type de séances d'informations avait également été organisé dans les écoles supérieures AS/éducateurs. Cela était très porteur.

Canta C.

Les témoignages d'expérience de ce jour sont en lien avec le travail du chantier 5 qui s'est posé la question de comment au niveau communication favoriser les dispositifs entre les services ?

Mertens A.

Il existe sur la division de Namur une asbl appelée SYPA qui réunit tous les services privés agréés mandatés ou pas de l'AJ. Ils ont mis en place une commission « prévention » avec SAJ/SPJ et AMO pour permettre une meilleure connaissance et arriver à un protocole d'accord.

Scarnière J.

Au sein de la division de Dinant, des rencontres SAJ/SPJ et AMO ont été organisées par l'agent de liaison également dans un but d'un protocole de collaboration.

Canta C.

Comment l'asbl SYPA communique avec ses membres ?

Mertens A.

Via des réunions présentiels et une AG. Au fil du temps, les membres se connaissent ce qui facilite la communication.

Flamme J-P.

La première mouture de la plateforme enseignement-AJ organisait des « formations » sur des thématiques spécifiques pour les travailleurs des différents services.

Un lien entre les services facilite une collaboration.

Mertens A.

Apprendre à se connaître pour faciliter une meilleure collaboration est une culture que chaque service doit avoir.

Giacomini M.

Apprendre à se connaître via des collectifs, des plateformes est la source d'une bonne communication.

Le groupe du chantier a bien exprimé qu'il a besoin de communiquer mais il est important de définir les besoins réels et sur quoi va se baser la communication

Canta C.

Comment une communication, information à différents niveaux peut être favorisée, relayée pour répondre aux problématiques ?

Disneur A.

L'agent de liaison est une personne importante dans la communication.

Le cloisonnement d'un service peut le freiner.

Giacomini M.

Le rôle de l'agent de liaison dépend du bon vouloir du conseiller. Il n'existe pas de profil de fonction.

Il est l'agent de liaison pour le SAJ mais également le SPJ mais cela n'est pas le cas dans beaucoup de divisions.

Canta C.

Ce dont le groupe parle en termes de communication et d'information ne doit-elle pas se retrouver dans le niveau de communication « autres » présenté dans le PPT ?

Mertens A.

Selon elle, c'est à un niveau plus méta.

Si on prend une communication sur la prévention on est au niveau de la FWB (type de communication = site d'information)

Les collectifs/plateformes sont plutôt au niveau Conseil de prévention/division.

Il est important de définir chaque type d'objets de communication.

Canta C.

Quels seraient les objectifs du site ?

De favoriser à la fois le concept de prévention/bien-être et la présentation des différents acteurs ?

Flamme J-P.

Il est régulier que chacun reste sur ses positions ce qui ne favorise pas le partenariat.

Canta C.

Au niveau de la communication il est important de prendre en compte les langages de chaque secteur pour faciliter la communication.

Prévention = bien-être

Il est constaté dans les différents chantiers le peu de représentation intersectorielle.

Flamme J-P

Dans les plateformes enseignement-AJ, l'enseignement est peu représenté.

Dans les conseils de prévention, l'intersectorialité s'essouffle.

Giacomini M.

Il est difficile pour les secteurs extérieurs de trouver sa place au sein des conseils de prévention car il représente un secteur ce qui est dans le concret pas réalisable.

Il est important d'identifier les freins pour une meilleure communication.

Canta C.

L'analyse des résultats des 8 thématiques des chantiers va mettre en lumière les freins ainsi que les solutions proposées en termes de communications, de dispositifs...

Flamme J-P.

Si on n'adapte pas nos textes, on n'attirera pas les secteurs extérieurs.

Giacomini M.

Dans le cadre d'un protocole avec l'ONE lors de l'ancienne mouture de la prévention, un folder explicatif de l'aide à la jeunesse avait été vulgarisé pour ainsi être mieux compris par les familles. Il s'est avéré que ce langage était également mieux compris par les TMS ONE.

Flamme J-P.

Notre propre secteur ne comprend pas toujours ses textes ce qui est un gros frein pour la communication.

Canta C.

Il est important sur les objets de la communication mais n'oublions pas les destinataires. Pour ce dont le groupe parle à cette séance, les destinataires sont les travailleurs sociaux.

Différence entre communication partenaires et grand public.

Mertens A.

Sur un site internet officiel de prévention, on est obligé de mettre les textes officiels de la prévention.

Résumé proposition du groupe :

- Au niveau de la communication en FWB

→ Création d'un site internet prévention avec textes à vulgariser avec éventuellement des liens vers les partenaires

→ Créer une page internet pour chaque conseil de prévention dont l'accès se ferait via le portail aide à la jeunesse.

Portail aide à la jeunesse



Lien pour page « prévention » (définition)



Lien vers chaque conseil de prévention

Les secteurs partenaires pourraient y être cités avec une phrase explicative et le lien d'accès vers leur site.

Canta C.

Créer un tel site avec les partenaires des différents secteurs serait l'idéal en mutualisant les langages.

Disneur A.

Le lien de ce site « prévention » devrait se trouver sur les sites des autres secteurs.

Canta C.

Pas facile à faire mais intéressant.

Flamme J-P.

Cela permettrait un réel change entre les secteurs.

Canta C.

Le souci actuel du site de la FWB est qu'il y a trop d'étapes pour arriver à l'information que l'on cherche.

Giacomini M.

Ce souci est quasi général sur les sites. Cela est dû au nombre important d'information sur un site.

Mertens A.

Pour éviter ces multiples étapes, prévoir une page avec les liens d'accès vers les sites des partenaires privilégiés est l'idéal.

Flamme J-P.

Il serait intéressant que ce soit les différents secteurs qui communiquent les informations en lien avec la prévention qu'ils souhaitent trouver sur le site « prévention ».

Canta C.

Doivent apparaître les informations, services des autres secteurs en lien avec la prévention.

Ce site serait un bel exemple d'intersectorialité.

Mertens A.

Proposition :

Page « prévention » via le portail aide à la jeunesse comprenant

→ une carte mentale sur l'intersectorialité de la prévention de l'aide à la jeunesse.

→ des bulles d'informations sur les autres secteurs

Mertens A. et Canta C. se réunissent le 6/01/23 pour travailler sur les conclusions des travaux du chantier. Canta C. préparera pour cette rencontre une ébauche de carte mentale pour le site. Elle sera proposée et servira de « pierre à casser » pour la dernière séance du chantier 6 du 16/01/23.

Canta C.

La réalisation de ce site sera un beau message pour toutes les administrations.

Mertens A.

La mise en place d'un porte-parole a également été émise lors des débats afin de réagir à l'actualité et ainsi être présent dans les médias.

Il est nécessaire que ce porte-parole soit spécialisé en prévention et non généraliste.

→ On est au niveau FWB.

Résumé des propositions :

- Au niveau de la FWB

→ un site communication global avec textes vulgarisés sur la prévention et informations des différents secteurs partenaires.

→ un porte-parole

→ une page collègue de prévention dont accessibilité au rapport au gouvernement.

Canta C.

Importance que l'accès à cette page puisse avoir lieu par des portes d'entrée différentes.

Flamme J-P.

Le contenu de la page doit être simple et bref.

Mertens A.

Un défilé d'actualité fonctionne bien sur un site.

Un site FWB s'adresse aux professionnels

Un site des conseils de prévention s'adresse au tout public.

Avis général des participants :

Même si le site/page des conseils de prévention est accessible à tout public, il est émis des doutes qu'un jeune y accède.

Il n'est pas coutumier qu'ils connaissent les noms des types de services.

Giacomini M.

Le Conseil de Charleroi a fait le même constat. C'est pour cette raison que le projet d'une application smartphone a été mis en place. Les jeunes et les parents y accéderont via des problématiques.

Espérons que l'AGAJ multiplie ce projet sur toutes les divisions.

Il est important de communiquer de manière « moderne » avec les jeunes (réseaux sociaux, application, QR code).

Mertens A.

Résumé des objets de la communication :

- Au niveau de la FWB (public cible : les professionnels)

→ un site communication global avec textes vulgarisés sur la prévention et informations des différents secteurs partenaires.

→ un porte-parole

→ une page collègue de prévention dont accessibilité au rapport au gouvernement.

- Au niveau des conseils de prévention (public cible : tout public)

→ un site attractif géré par le service de prévention

→ défilé actualité de la division

- Au niveau territoire AMO

→ un coup de pouce pour leur communication (bénéficiaire d'un budget communication)

- En terme communication et visibilité

→ nécessité d'un logo pour la prévention = signe unificateur

→ porte-parole

+ envisager une centralisation des projets/outils avec leurs forces/apports et faiblesses/freins Base de données ?? avec personne de contact ?? via une application ?? via des thématiques ??

La place des jeunes dans la communication

→ via les réseaux sociaux

→ à un niveau plus local

Flamme J-P.

Pourquoi ne pas créer une bourse des bonnes pratiques car les travailleurs sociaux sont toujours demandeurs.

Giacomini M.

Importance de partir de ce qui fonctionne et existe et arrêter de créer les mêmes projets/outils.

Mertens A.

Importance de relever tout ce qui a été fait dont ce qui a fonctionné et pas fonctionné.