



BRUXELLES POUVOIRS LOCAUX
SERVICE PUBLIC RÉGIONAL DE BRUXELLES

VISITES CULTURELLES ET INFORMATIVES





OBJECTIFS

Permettre l'accès gratuit à la culture et à l'information pour les mères isolées, leur faire découvrir leur commune tant du point de vue du patrimoine et de la culture que des aides possibles et de l'information. Leur offrir un moment pour elles-mêmes, encourager de nouvelles rencontres et les sortir de l'isolement.



PUBLIC-CIBLE

Mamans isolées.
Mamans isolées et leurs enfants (âgés entre 6 et 18 ans).



LIEU

Les lieux emblématiques de la commune pour leur architecture, leur histoire, leur intérêt touristique, informatif, culturel, gastronomique...



DURÉE

Entre 8 et 10 excursions d'une demi-journée sur une année.

DESCRIPTION DU PROJET

Le projet consiste à organiser des visites guidées afin de faire découvrir la commune et sa culture à une quinzaine de mères qui ne connaissent souvent qu'une partie limitée de leur quartier, à cause de leurs horaires, d'un manque de moyens financiers ou de leur isolement.

L'objectif est d'élargir leur horizon pour qu'elles puissent s'approprier leur quartier, leur commune et mieux connaître tout ce qu'elle peut leur offrir.

Lors de ces visites, elles auront l'occasion de découvrir le patrimoine de leur commune mais aussi les lieux d'aide et d'informations (mission locale, CPAS, maison de santé, centre PMS, etc.)

et enfin les lieux d'apprentissage des langues nationales, les bibliothèques, les académies d'art, etc.

De plus, la visite pourra comporter des lieux de dégustation de qualité se trouvant dans la commune, et une pause pourra être prévue afin de goûter aux spécialités de la commune mais surtout, la pause permettra de stimuler le contact entre les participantes pour créer des liens entre elles. Enfin, le parcours se clôturera, si le temps le permet, par un pique-nique dans un espace vert de la commune ou par une petite activité courte mais ludique afin de pérenniser les liens qui se seront créés pendant ce moment de découvertes et d'échanges.



Soit les visites comprendront des ateliers d'activités et de garde pour les enfants dans un local communal pendant que les mamans seront en excursion. Soit les visites seront organisées en incluant des intérêts pour les enfants.

Ou encore, il est possible d'organiser des dates plutôt orientées pour les mamans, et d'autres dates plutôt orientées pour les familles (monoparentales, bien sûr).



NOMBRE DE PARTICIPANTES

15 personnes adultes par excursion en semaine ; 10 adultes et 10 enfants pour les visites familles le week-end.
Il est important de ne pas dépasser ces nombres afin de garder le dynamisme du groupe. En effet, un groupe trop grand ne permet pas les mêmes échanges et rencontres.

Toutes les visites se feront à pied ou en utilisant les transports en commun, avec un point de rencontre central et facilement accessible.

Concrètement, la campagne d'information sur cette activité devra être menée en distribuant des flyers *via* les gardiens de la paix, dans les quartiers et les lieux fréquentés par les mamans, les écoles, ainsi que *via* le journal communal, le site web et les réseaux sociaux de la commune.

Les intéressées devront réserver leur place à l'avance.

Pour ces visites, les guides devront être soigneusement sélectionnés pour correspondre au public cible. Le personnel encadrant aura des connaissances du groupe cible, de la mise en réseau et de la commune (idéalement une association associée régulièrement aux activités de la commune).

L'horaire enfin sera réfléchi en fonction de ce public, et les activités auront dès lors lieu idéalement sur deux plages horaires pour toucher un maximum de mamans : soit durant les heures d'école en semaine pour les mamans qui ne travaillent pas, soit le weekend en journée afin de respecter les horaires des familles.



PARTENAIRES

Des guides touristiques.

Le centre culturel.

Les autres services communaux, dont le service Prévention (gardiens de la paix pour l'accueil, voire l'accompagnement).

Les établissements visités.

Les services visités.

CRITÈRES À PRENDRE EN COMPTE

Le moment des visites : doit correspondre aux besoins des mamans solos.

La mobilité : le lieu de rendez-vous doit être facilement accessible et situé dans un endroit ne constituant aucun danger ni gêne, tant pour les participantes que pour les autres usagers de l'espace public.

L'accessibilité : tant le lieu de rendez-vous que le parcours devront être accessibles aux personnes à mobilité réduite, aux poussettes, aux caddies, etc.

La communication : l'information doit être claire et simple (certaines mères ne parlent pas bien les langues nationales), dépourvue de stéréotypes de genre et non stigmatisante.

La constitution du groupe : une attention sera portée aux profils des participantes, il est préférable de mélanger les âges et origines afin de créer une dynamique sans risque de retomber dans du repli identitaire.

La bienveillance des guides et du personnel encadrant : au-delà de l'aspect purement pratique de l'action, la bienveillance est tout aussi, voire plus importante pour ce public qui en manque cruellement dans la vie quotidienne.

Le programme, la carte et la liste des adresses prévues pour la visite devront être inclus à l'invitation.

Les brochures et autres cartes de visite des lieux visités devront être prévues pour distribution lors des visites.



SERVICE PILOTE DE L'ACTION

Le service de l'Égalité des chances, Familles, Culture, Prévention ou tout autre service qui a dans ses missions de retisser le lien social dans les quartiers et de lutter contre les inégalités.

ÉVALUATION

L'action comprendra un volet « feedback à chaud » à chaud, où la récolte des impressions et l'amélioration des visites seront demandées auprès des participantes directement : promotion de l'action, régularité, moyens de transport, personnel, ambiance, adéquation des lieux visités en fonction des besoins, etc.

L'évaluation par les professionnel·les sera également intéressante pour les améliorations à prévoir au niveau de la composition du groupe, de l'étendue des horaires, de l'adéquation entre les activités et les bénéficiaires.

Ensuite, la comptabilisation du nombre de participantes et de leur régularité permettra de déterminer si la promotion de l'action est suffisante.



BUDGET À PRÉVOIR

- Frais de promotion, de publication, d'édition en ligne.
- Frais de distribution, diffusion.
- Frais de visites guidées + préparation et débriefing des guides.
- Frais de déplacement du groupe (tickets de transport, carte de bus/ tram).
- Frais de catering.
- Frais administratifs.



LIENS

Guides Bruxelles Belgique, guides@guidesbrussels.be

Le centre culturel, les lieux où sont organisées des expositions ou activités culturelles, des asbl comme par exemple l'ASBL « Mes-Tissage » <http://www.mestissages.sitew.be/>

Inspiré d'une initiative des **communes de Koekelberg et Berchem-Sainte-Agathe**