

Rapport n°5 du Conseil synodal

Rapport d'information "100 % COM"

100% COM, en bref :

L'objectif de la communication de l'EREN est de maintenir et développer l'image de qualité et de fiabilité de l'institution. Si plusieurs points opérationnels ont déjà été réalisés, de nouveaux défis sont à relever pour que l'EREN reste visible dans un environnement d'hyper-communication. Il est nécessaire de soutenir les permanents et les paroisses dans ce travail indispensable à la vie d'Eglise.

1. Contexte historique

Le travail d'Eglise est un travail centré sur la communication. Nous sommes dans un environnement relationnel où la transmission de la parole est au cœur de notre mission. Sans communication pas d'Évangile.

Les permanents sont des professionnels de la communication et nous pouvons compter sur des compétences avérées. Et c'est aussi parce que nous sommes dans un contexte de communication au quotidien qu'il est difficile d'avoir du recul sur notre propre communication institutionnelle. C'est autour de ce paradoxe que réside un enjeu majeur : nous savons communiquer l'Évangile mais devons apprendre à développer la communication de l'Institution.

Notre communication institutionnelle s'est améliorée ces dernières années grâce à plusieurs initiatives. Nous devons toutefois prendre du recul et oser nous comparer à d'autres institutions. Sur ce thème notre communication institutionnelle est perfectible et nous avons de la peine à faire la promotion de nos offres :

- Projets originaux pas évoqués dans la presse (mission zoom, catéchisme des jeunes, formation des moniteurs – JEF, JAC – de catéchisme, etc).
- Communication peu réactive sur des thèmes d'actualité.
- Coordination imparfaite entre les différents acteurs (paroisses, responsable com., permanents, etc).
- Offres de prestations fragmentées empêchant d'obtenir un impact fort. Nous sommes présents sur l'ensemble du canton, ce qui est un atout, sans parvenir à valoriser notre présence chrétienne.
- Difficulté à communiquer par l'image (photo, vidéo) dans un monde axé sur le visuel.
- Difficulté de parler de nous dans un langage moderne.

Notre communication institutionnelle donne à percevoir dans le grand public et auprès des médias une image qui peut paraître terne en comparaison à d'autres institutions, alors même que nos offres sont pertinentes.

Le Synode peut agir aujourd'hui sur ces questions cruciales en terme de visibilité.

2. Enjeux

Nous devons corriger notre image en apprenant à communiquer nos valeurs originales et évangéliques dans un monde sécularisé grâce à une communication contextualisée dont les enjeux sont les suivants :

- Susciter des articles de presse et soutenir les paroisses dans leur effort de visibilité.
- Créer un réseau d'ambassadeurs communication en paroisses et leur offrir des prestations, du soutien et de la formation, susciter un élan général pour galvaniser les bonnes volontés et convaincre.
- Comblent notre retard sur les vecteurs virtuels (développer une stratégie web et sociale et soutenir les projets des ministres avec la jeunesse de façon déterminée).
- Mettre en place des outils professionnels d'analyse de la communication (sondage, questionnaire, planification médias, etc).
- Développer un langage de l'image pour gagner en impact et en attrait (esthétique, évolution de l'image institutionnelle cohérente avec l'époque).
- Créer un centre de compétences multimédia pour permettre aux paroisses de bénéficier de services compétents et immédiats (web, vidéo, son, etc)
- Etre à l'écoute des paroisses et avoir la possibilité de fournir des services professionnels sur les questions de communication.

3. Proposition du Conseil synodal – argumentation

Dans cette perspective, le Conseil synodal a engagé un responsable communication à 100% selon la décision synodale de juin 2011. Le but est de développer une communication institutionnelle professionnelle nous permettant de mieux faire valoir nos atouts et notre offre dans notre canton. A noter que ceci a déjà été une réalité jusqu'en 2005 avant que le poste jadis à 100% soit réduit de moitié.



La communication institutionnelle est complémentaire à la communication d'Eglise réalisée par les permanents avec talent. La communication institutionnelle a pour but de promouvoir le travail des permanents et des bénévoles en paroisse.

Nous pourrions ainsi développer une véritable stratégie de communication interne et externe pour redéfinir notre présence dans les médias et mieux communiquer à l'interne aux paroisses et aux permanents. Piloter les différents médias d'Eglise (presse, tv, web, réseaux numériques), tisser des

relations privilégiées avec les médias et déployer un programme d'influence auprès des partenaires et du monde politique.

Différentes missions font partie des tâches du responsable de la communication :

- Proposer les objectifs de communication interne et externe de l'EREN sur la base de la vision du CS.
- Piloter la mise en œuvre de la communication pour l'EREN : Synode, Paroisses et Conseil synodal en tissant des relations actives avec les médias.

Assurer une veille stratégique globale sur toutes les questions de communication (actualité, enjeux politiques et sociaux, mutation des médias) afin de veiller à la réputation de l'EREN dans les médias traditionnels et sur les réseaux numériques.

4. Vision à moyen terme

Les visions prospectives 2007 mettaient en avant - à juste titre, l'histoire le démontre - l'importance de développer la notion de lien et de relation. Aujourd'hui, cette notion de lien passe aussi forcément par les réseaux sociaux. Par exemple, en quatre mois (mai-août), notre page Facebook a multiplié

ses adhérents de plus de 450%, ce qui est un pourcentage intéressant. Mais le nombre de contacts dépassent juste les 160, ce qui démontre le travail à accomplir pour intéresser les jeunes catéchumènes, nos soutiens de demain. De grands efforts sont à développer dans ce secteur. Nous ne pouvons pas abandonner les jeunes, c'est le message qu'ils nous ont transmis le 2 avril lors de la journée synodale. Ils apprécient des rencontres traditionnelles et souhaitent dans le même temps une Eglise résolument moderne.

Dans cette perspective, il nous semble important que les députés puissent thématiser sur ce thème avec les jeunes en paroisse pour définir une vision de la communication sur les réseaux. A terme nous pourrions imaginer développer des compétences dans la modération de plateforme (animation en ligne). Il y aurait plusieurs avantages à cela :

- favoriser l'émergence de liens réels entre les membres grâce aux plateformes numériques, générer une communication positive sur le net, mettre en oeuvre nos objectifs d'évangélisation multitudiniste, créer des liens avec des distancés qui utiliseront les réseaux pour revenir dans nos activités de paroisse traditionnelles, développer une image forte et moderne, utiliser le net pour diffuser nos messages (production de contenu, radio, vidéo), etc.
- Par ailleurs, nous devons investir dans la communication électronique pour ensuite économiser de l'argent à terme dans nos médias papier et pouvoir générer par nous-mêmes des campagnes de communication. Par exemple, si nous pouvions contacter les membres par des moyens électroniques plutôt que par courrier, plusieurs milliers à plusieurs dizaines milliers de francs seraient économisés chaque année.

Diriger, c'est prévoir. Et nous devons rester en alerte et développer une véritable vision de notre communication. Nous devons envisager à terme qu'une partie de notre offre – notamment pour les jeunes – intègre de façon plus volontaire les nouveaux médias. Dans cette perspective, les capacités actuelles ne seront pas suffisantes pour piloter des projets évoqués lors de la journée synodale du 2 avril, réaliser les idées de certaines paroisses ou encore les projets proposés par les permanents lors de leur réunion de Sancey.

Le Conseil synodal est convaincu que nous devons poser aujourd'hui les jalons d'une communication numérique propre à dessiner l'église de demain.



L'ensemble des permanents de l'EREN mettent en œuvre les décisions du Synode lors de la rencontre de Sancey en août 2011.