



Notes du 3^e colloque médias de la CEPPLA Lisbonne les 4 et 5 mai 2017 à Lisbonne à l'invitation des Eglises du COPIC

Jeudi 4 mai

Accueil par le président ABAD des 16 participants au colloque.

Salutation par le président du COPIC, le pasteur Paulo Silva qui insiste sur la tension nécessaire entre la communication de la mission de l'Eglise et l'approche technique – voir le texte sur <https://www.cepple.eu> et sur le groupe Facebook Médias CEPPLA.

Introduction par Daniel Cassou¹

Ce groupe est invité à concrétiser, autour du thème central de la mutualisation, la dynamique lancée par la Cepple dès 2015 à Lausanne, avec deux objectifs spécifiques :

- Renforcer la communication de chaque Eglise,
- Créer un réseau des communicants de la Cepple.

Thème 1 : « Echanger »

Visionnement du montage vidéo de présentation² de quelques participants avec de trois mots clefs. Exercice de sérier les enjeux par mots clés.

Enjeux – mots clés

Envie de se revoir (relations humaines), de s'écouter, de travailler ensemble, créer

Service de nos Eglises pour la mission,

La nuance dans la communication, développer le sens et rendre compte d'une pluralité protestante

Collégialité alors que les contacts avec les médias généralistes sont souvent conflictuels

Efficacité et convergence

Innovation, créer de nouvelles solidarités

Sacrifier sa propre visibilité au profit d'une vision plus large

Élargir, la mutualisation permet d'élargir sa tente

Pertinence du message pour la société

Dialogue – les participants établissent leurs priorités pour la mutualisation

Ces éléments sont entrés sur une grille individuelle par axes prioritaires pour chacun.

Par manque de temps cette grille n'est pas reprise en fin de colloque pour évaluer la mutualisation possible pour créer un réseau de communicants de la Cepple.

Thème 2 : « Mutualiser »

¹ Annexe 2 : présentation PowerPoint de Daniel Cassou

² A voir sur <https://www.facebook.com/groups/1412715595436129/>

Exposé 1 – lancement du magazine « Relief » de l’Eglise protestante unie de Belgique (EPUB) par Marian Knetemann et François Choquet Thollon <http://protestant.link/fr/>

En 7 mois, il a fallu à l’EPUB créer une identité unifiée qui traduise deux cultures dans une même Eglise. Après avoir créé un service communication en 2014, un site unifié en 2015, l’EPUB a mené la création d’un magazine semestriel bilingue qui n’est ni libéral, ni orthodoxe, non prosélyte, qui donne une parole protestante à l’intérieur et à l’extérieur (aéroports, bibliothèques, librairies...)

La qualité est de nature « table de salon », un magazine que l’on garde après l’avoir lu ; les rédacteurs les déposent par eux-mêmes chez les médecins, dentistes ... en plus des réseaux de distribution.

Tirage en 2 000 exemplaires - Coûts : 12 000 € par tirage

Objectif : 250 abonnements pour que le Conseil synodal poursuive le projet en 2018, actuellement 100 abonnements

Cette création est complétée par

- la constitution d’un « club relief » qui organise des événements plusieurs fois par an.
- une présence Facebook
- un fil Twitter à développer sur la base des hashtags

La première page est neutre, pas ecclésiale – on le reçoit comme un catalogue, une image de marque, en décalage avec ce qu’on attend d’une Eglise.

Résumé des points saillants

Le magazine *Relief* de l’EPUB intéresse les participants comme expérience et produit

Réactions :

- Eglise et innovation ne vont pas forcément sans tension au niveau institutionnel. Le projet s’inscrit dans un temps de crise, de perte de visibilité des médias existants. L’expérience est osée sur une rupture.
- Un journal qui formalise « ce qu’on a à dire comme Eglise à ceux qui ont une envie de foi, de spiritualité et ne la cherche pas dans l’Eglise. Dire l’Evangile d’une autre manière, sur d’autres supports.
- C’est un produit alternatif qui répond aux besoins de spiritualité de nos contemporains
- Les mots clé « *Mission d’Eglise, innovation, créer du neuf, choisir la cible* » sont mis en action.
- L’objectif est de créer une adhésion autour de la revue pour marquer l’identité de l’EPUB tant en interne qu’à l’externe.

Exposé 2 – Eglises d’Espagne et du Portugal

Eglises du Portugal

Eduardo Conde assure des productions TV

Sergio Alves assure la présence sur le web

Le COPIC (communion des Eglises portugaises lusitanienne anglicane, presbytérienne, méthodiste, qui s’est élargi à l’Eglise luthérienne au Portugal) visent à partager les moyens de communication (Facebook des Eglises) et les productions

Exemple de mise en œuvre, Eduardo Conde réalise un reportage sur notre colloque en même temps qu’il se déroule (interviews, prise de vue du plénum...).

Le manque de moyens en ressources humaines et financières oblige à une mutualisation. Elle donne une légitimité vis à vis de l'Etat. Les Eglises du COPIC ont accès à la télévision publique une trentaine de fois par année pour des émissions de 8'. Les événements d'Eglise servent pour la promotion des Eglises.

Résumé des points saillants

Les participants réagissent à la présentation des Eglises du Portugal.

- *Qu'est ce que cela signifie d'être protestant au Portugal aujourd'hui ?* c'est la question qui guide les contenus des émissions.
- Une mutualisation à plusieurs Eglises, rendue nécessaire par le peu de temps d'antenne offert par l'Etat est une opportunité pour les différentes Eglises de redéfinir cette identité protestante. Travailler ensemble est une condition de survie médiatique.
- Les Eglises CEPPLÉ se renforceraient-elles en définissant ensemble des thèmes prioritaires à traiter au travers des médias grand public ?
- une demande de partager des outils existants dans d'autres pays latins en particulier pour les 500 ans de la Réforme (voir l'exemple d'Isabelle Vazquez Rayssac) la Réforme en 3' à traduire chacun dans sa langue en voix off

Eglise évangélique d'Espagne <http://www.iee-es.org/blog/> par Alfredo Abad en remplacement d'Ignacio Simal

Communiquer dans un contexte ultra minoritaire
Diffusion d'informations pour les paroisses via Instagram

Informations partagées par plusieurs régions et paroisses sur le site de l'Eglise.
Travail important de traductions qui contribuent à la diffusion de l'information.

Exposé 3 – lancement du journal « Réformés » des Eglises de Suisse romande par Joël Burri, <http://www.reformes.ch/reformes/>

Fusion des journaux de trois Eglises romandes.³

La crainte de devenir minoritaire, le souhait de renforcer l'identité protestante, le besoin de faire des économies ont présidé à l'exercice de fusion qui a pris 4 ans.

L'aventure d'une fusion entre différents journaux pose de nombreux problèmes.
Mutualiser c'est perdre du pouvoir, perdre une partie du contrôle. Il y a une résistance au changement

Résumé des points saillants

- Le papier n'est pas mort ! La preuve, ce colloque prend connaissance de deux nouveautés en mode papier en Belgique et Suisse.
- Miser sur le papier aujourd'hui peut être un danger en terme de coûts, en effet les frais de ports et la baisse des revenus publicitaires sont une fragilité économique.
- Comment la résistance au changement chez nos responsables d'Eglise est-elle symptomatique de notre rapport de communication à la société ?
- Quel est le meilleur support utilisé pour mieux communiquer ? Les supports ne permettent pas tous d'atteindre les mêmes objectifs, les mêmes cibles ? Il est nécessaire de sélectionner

³ Voir la présentation Powerpoint en annexe.

les supports en fonctions des ciblés retenus et de les articuler l'un à l'autre dans une approche de cross médias. Par exemple la revue en lettre avec une newsletter, de la vidéo ou de la radio en lien avec le web...

- La périodicité est une variable (quotidien ou hebdomadaire et actualité – mensuel ou trimestriel pour un magazine)
- La « une » du numéro de mai 2017 de Réformés questionne les participants par le sentiment d'un terme renfermé sur les proches de l'Eglise
- « *Regardsprotestants* » constate peu de passage sur Twitter et plus d'activité avec Facebook
- Dans la mutualisation, il faut poser le cadre, dire et redire régulièrement les règles du jeu pour rester intégratif des partenaires d'un projet.
- Réflexion : comment avoir des contenus solides sur des canaux liquides pour assurer la fluidité des contenus.

Exposé 4 – évolution de *Regardsprotestants* (Fondation Bersier France) par Isabelle Vazquez-Rayssac <https://regardsprotestants.com>

4

3 projets déployés dans l'année écoulée et un projet à venir

- Accueillons les exilés <http://accueillons-les-exiles.fr>
- Thèses 2017 <http://theses2017.fr>
- Calendrier de l'Avent qui promeut les médias protestants
<http://regardsprotestants.com/calendrier-de-la-vent-2016/>
- Protestants en fête 2017 <http://www.protestants2017.org/protestants-en-fete/>

Le site de *Regardsprotestants* est une vitrine des médias protestants qui étaient menacés de se perdre de vue et de se refermer chacun sur lui-même.

Regardsprotestants est un amplificateur des contenus.

2 newsletter par semaine, (mardi sur l'actualité du protestantisme, vendredi plus axé sur la culture).

Voir sur YouTube quelques productions Méromédia – vidéo

https://www.youtube.com/results?search_query=meromedia

Présentation d'une courte vidéo voir sur le groupe Médias CEPPLÉ sur Facebook sur l'histoire de la Réforme, mise à disposition des participants qui pourront mettre leur propre traduction linguistique sur le support.

Il s'agit de la concrétisation d'un projet de mutualisation proposé lors du colloque médias de 2016 à Torre Pellice. Cette production propre à être partagée par les Eglises CEPPLÉ est reçue avec reconnaissance par les participants.⁵

Exposé 5 – Eglises d'Italie (vendredi 5 mai)

Les représentantes de radio (Beckwith <https://rbe.it>), presse écrite (*Riforma* <http://www.riforma.it>), agence de presse (Nev <http://www.nev.it/nev/>) et site web

⁴ Annexe 3 la présentation PowerPoint d'Isabelle Vazquez-Rayssac

⁵ Texte en français et vidéo disponibles

<https://www.chiesavaldese.org> présentent les grandes lignes de leurs collaborations et créations.⁶

L'enjeu est d'entrer en contact avec les médias généralistes pour y diffuser de l'info.

Communiquer sur le protestantisme

L'usage des infos graphiques est un moyen apprécié.

Résumé des points saillants

Bel exemple de mutualisation et de collaboration entre les acteurs protestants des médias

Vitalité et richesse, diffusion remarquable par rapport aux moyens.

Vendredi 5 mai

Thème 3 : « Créer ensemble »

Daniel Cassou propose 7 règles d'or de la mutualisation :

- Donner du sens à la démarche.
- Nous sommes tous en chemin. Le diagnostic de départ est important pour mener une évaluation.
- Se donner des règles du jeu : tout le monde est sur le terrain
- Piloter ensemble le projet
- Communiquer et susciter la motivation et veiller que tout le monde reste sur le terrain du projet
- Associer tous les partenaires en terme de compétence
- Evaluer la démarche

Les participants travaillent dans le cadre d'un atelier Facebook à l'échange de posts rendant visibles leurs créations d'Eglise. Cette exercice de simulation est de prendre l'habitude d'échanger des bonnes pratiques : projets, photos, vidéos et de renforcer le réseau des communicants de la Cepple entre 2017/2018.

Annexes :

- 1- liste des participants
- 2- Présentation PowerPoint de Daniel Cassou
- 3- Présentation PowerPoint d'Isabelle Vazquez-Rayssac
- 4- Exposé des médias italiens

Evaluation du colloque

Quelques remarques de ce qui a été entendu des participant-e-s par C. Kuffer

- la mission, la raison d'être des outils, la raison d'être d'un service de Com.
- L'objectif, c'est la visibilité du protestantisme, et donc de proposer une compréhension renouvelée à l'extérieure pour le XXI^e siècle. Clarifier une image du protestantisme, pas seulement culturel et historique, mais sur le message évangélique dans une expression large (voir le sous-titre du magazine Relief : « *Approfondir dans ma vie* »).
- Impression qu'il y a un travail de clarification à poursuivre sur les destinataires, entre

⁶ Annexe 4 l'exposé des Médias italiens

l'interne et l'externe et les cibles thématiques prioritaires. Aujourd'hui il y a une compréhension un peu figée dans nos Eglises entre l'interne et l'externe, on devrait passer à une conception plus fluide entre les 2 pôles.

- Impression à plusieurs reprises que les médias fonctionnent bien avec une adaptation par "curseur" aux situations et aux besoins ; cela donne de la flexibilité sans empêchements ou changements brusques.

Daniel Cassou

- Articulation entre médias et mission, Etre un média au service de l'Eglise implique avoir un cahier des charges précis de l'institution qui confie des missions.
- Destinataires, quels modes de communication à la société (âges, sociologie, distancé de la foi)
- Adapter les supports pour les cibles pour les jeunes investir les réseaux sociaux : *Facebook, Instagram, Spotify, Snapchat*. Comment construire avec eux une communication dynamique ?
- Souplesse des médias, réactivité, adaptabilité (curseur)

Citations de

Philippe Delecroix : « *Avoir des contenus solides dans des canaux liquides* »

Catherine Veillet-Michelet : « *Plus il y a de techniques, plus il faut favoriser le relationnel* »

Tour de table - Quels sont nos besoins, désirs de collaboration ?

- **Suisse - Genève** : la vision : une Eglise de témoins – la cible : être Eglise pour ceux qui n'y sont pas.
 - **Regardsprotestants** : mettre les liens des uns et des autres sur Facebook pour les consulter et les faire passer plus loin - Continuer à alimenter le fil Facebook pour partager l'info. Facebook - La présentation de chacun a été partagée, des ressources visionnées durant ces deux jours, le groupe Médias CEPPLÉ compte des amis en nombre croissant.
 - **EPUDF** Partager nos bonnes pratiques pour qu'elles deviennent nos réussites – partager aussi le matériel thématique en le concevant dans la traduction possible ou une personnalisation adaptée par les autres Eglises - penser notre communication pour les publics particuliers (jeunes) – L'EPUDF termine son 2017, nos thèses pour l'Evangile et ouvrira pour 2018-2021 un thème Place de la Bible – comment lire la Bible - Poursuite du projet « *Alternativethéologique* » Quelle théologie pour les jeunes ? dont une recherche sur la création de supports adaptés.
 - FEEBF et la Fédération protestante de France : Jean-Luc Gadreau assure :
 - la coordination du Festival européen de télévision des programmes religieux se déroulera du 14 au 17 juin à Paris. (voir article sur le groupe Facebook)
 - Et le jury œcuménique du Cinéma à Cannes
 - **Belgique** : dimension missionnaire et communication – nécessité de clarifier le « pour quoi » d'un service communication dans l'organigramme d'Eglise – contribuer à une meilleure définition d'un service de Com.
- Tout est communication, on ne peut pas charger les responsables Com des erreurs et faiblesses de Com de l'Eglise en général. Nécessité de formations en matière de Com pour les différents intervenants (pasteurs et laïcs).

- **Italie** : se nourrir mutuellement par nos bonnes idées, il faut continuer à partager. Solliciter les médias des autres Eglises pour des réactions à des faits d'actualité par ex (interviews, demande d'avis...).

Quelle formation Com des pasteurs ? Souvent on a des contenus précieux mais des formes inemployables.

- **Portugal** : Mutualisation, éventuellement choisir un thème qui sera travaillé dans une Eglise et pourra être réemployé dans les autres.

D'autres pistes sont évoquées :

- Réfléchir à favoriser la formation en communication au sein des Eglises (relais des opportunités, création d'un module (par exemple CPLR).
- Le besoin pour certaines Eglises d'une charte de Com
- un échange des documents existants se fera par Facebook ou mail – réflexion en cours en Italie –
- charte de déontologie pour les utilisateurs des réseaux sociaux de l'EPUdF⁷
- charte Eglise baptiste France

Bonnes pratiques :

- penser le matériel pour un usage éventuel par d'autres Eglises

Synthèse

Le groupe estime que le fil Facebook ne suffit pas à poursuivre l'élan de recherche de mutualisation des moyens de Com de nos Eglises CEPPLÉ.

Une rencontre est programmée pour avril 2018. Dans l'année qui vient, il est nécessaire que les participants poursuivent le travail commun, avec 2 objectifs :

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">- alimenter régulièrement le fil Facebook avec toute information utile (newsletters, créations, projets...)- préparer la rencontre 2018 de manière plus active, pour cela les participants favorisent des tâches communes et la constitution de sous-groupes de travail durant l'année. |
|--|

3 propositions sont retenues :

1- Conduire « audit » des différents produits médias des Eglises au travers de leurs sites internet.

Chaque participant va y contribuer, par équipe de 2 personnes (pour croiser les regards)

Il s'agira de discuter sur cette base lors de la rencontre de 2018 sur les « bonnes pratiques » que nous aurons pu tirer de ces analyses

Isabelle se charge d'organiser le travail et fera parvenir une proposition aux participants.

2- Un sous-groupe travaillera sur une définition d'un Service ou une fonction Com dans les Eglises. François, Jean-Luc et Fernando travailleront à ce projet.

Proposition : un Service de Com c'est ... - ce n'est pas ...

⁷ Charte téléchargeable sur https://www.eglise-protestante-unie.fr/prod/file/epudf/upload/nation/charte_epudf_reseaux_sociaux_avr2015.pdf

Le chargé de com. est il un spécialité, un facilitateur pour promouvoir la communication, un attaché de presse, un rédacteur...? Quelles sont les demandes exprimées par les directions d'Eglises ?

3- Un sous-groupe thématique est aussi formé.

Il est chargé de suivre le projet « Alternativethéologie » de l'EPUDF pour la jeunesse dans l'esprit de chercher des voies pour intégrer un souci de mutualisation à la base de projets déployés par une Eglise. Il s'agirait d'en tirer et partager de bonnes pratiques.

Alexandra et Daniel se sont annoncés. Remarque CK pour renforcer le groupe : Joao avait l'air intéressé. Sergio a une activité jeunesse dans son Eglise et sera présent au Festival jeunesse à Genève.

Quel type de communication pour les jeunes – quels canaux ?

<https://www.eglise-protestante-unie.fr/actualite/alternative-theologie-9241>

Pour ces 3 projets, il est demandé à ceux qui se sont annoncés de produire et de partager sur le fil Facebook une proposition écrite de mise en œuvre

Délai le 15 juin 2017 pour un premier bilan

Groupe porteur

Pour tenir le colloque 2018, le groupe Médias CEPPLÉ a besoin d'un groupe porteur qui prenne le relais de celui qui a préparé le colloque 2017.

C. Kuffer interpelle Joël quant à une éventuelle disponibilité de Médiaspro pour rendre ce service. Daniel resterait disponible pour faire le lien et la transition.

Le prochain colloque aura lieu les 12-13 avril 2018 à Madrid à l'invitation du Président Abad.

Les représentants de la Belgique se disent éventuellement disponibles pour l'année suivante.