



CONFÉRENCE DES ÉGLISES PROTESTANTES DES PAYS LATINS D'EUROPE

Colloque CEPPLA 26-27 mars 2015 à Lausanne

« Religions & médias, un couple impossible »

1^{ère} session : jeudi après-midi

Introduction

La secrétaire générale excuse le président qui a été retenu chez lui par un souci de santé dans sa famille.

Présentation de cette rencontre et de ses objectifs

Tour de présentation

- Charlotte Kuffer, laïque (psychopédagogue), ancienne présidente de l'Église protestante de Genève
- Alberto Corsani, journaliste presse écrite, directeur du mensuel gratuit de Riforma.
- Monique Johner, laïque, Église fribourgeoise et CER (dont dépend Médias-pro)
- François Choquet, pasteur auxiliaire (chargé de l'administration) à l'Église du musée à Bruxelles (EPUB) + responsable de la communication numérique de l'EPUB.
- Daniel Cassou, pasteur, chargé de la communication dans l'EPuDF, principalement interne (dimension externe en lien avec la FPF).
- Christian Miaz, pasteur et président du conseil synodal de Neuchâtel
- Joël Guy, (ancien pasteur) directeur de maison de retraite, trésorier de la CEPPLA depuis 22 ans, et membre de la Commission d'experts de Médias-pro (organe romand de communication)
- Line Dépraz, Église réformée du canton de Vaud, responsable du dicastère de l'info-Com

Etat des lieux

Tour d'horizon sur ce que chaque Église fait en termes de communication, en particulier la communication externe. Premier échange sur nos situations respectives en matière couverture journalistique de la vie et des enjeux de nos Églises.

Fribourg : 16 paroisses, Eglise en croissance, avec les problèmes de structures qui manquent et qu'il faut créer. Communication dans deux langues (germano- et francophone). La communication est plus facile avec les médias germanophones. Les structures de communication sont inexistantes. Les Eglises locales sont très autonomes, et elles financent l'Eglise cantonale, donc doivent être convaincues à chaque projet.

Eglises CER : projet en cours de la création d'un journal commun, résultant de l'union des journaux existants, avec un cahier spécifique à chacun => recherche d'ouverture, de qualité et de renforcement de l'identité commune, en + du facteur économique (démarrage prévu théoriquement sur septembre 2016, tirage de 210 000 exemplaires). Certains synodes doivent encore se prononcer.

En France : UEPAL : 1 seul tirage avec déclinaison en consistoires (du coup, 33 versions...) => 35 000 exemplaires. EPUdF : maintien de titres régionaux avec une maquette commune => 20 000.

EPUB : pas de service communication pour le moment. Il y a eu un porte-parole puis une chargée de comK° qui n'ont pas été remplacés. Journal mensuel + encart central censé recenser les nouvelles des 90 communautés du pays => tirage à 5000 exemplaires, animé par des bénévoles (dont l'équipe s'essouffle un peu + ce sont surtout des réformés qui écrivent et des évangéliques qui lisent => problème). Les clivages théologiques (Eglise = union de 4 Eglises très différences, en gros réformés et évangéliques) rendent la communication interne compliquée, et le contexte belge rend la comK° externe aussi difficile, le but étant de déjà de faire connaître l'existence de l'Eglise.

EPUdF : création du poste de communication en 2013. Jusque-là, comK° confiée aux régions, maitrisée par les présidents de région. Priorité communication interne, avec pour cible les 10 000 engagés (5000 CP + 5000 ministères locaux) => cible principale.

Travail 2 axes :

- ⇒ avoir une communication interne commune régions/national. Travail sur 2 plans :
 - ⇒ Communication externe en lien avec la FPF. Contexte de laïcité à la française, donc difficulté à être entendu dans la société en général et les médias en particulier.
- Audit en cours de la communication de la FPF.

Neuchâtel : Journal mensuel commun distribué à ses membres. De plus en plus de foyers refusent le journal papier => est-il pertinent de le garder ?

Un responsable comK° à 50% et un journaliste 80% (50% presse, 30% réseaux sociaux). Newsletter bimensuelle lancée (double : interne et externe). Question du profil d'action sur réseau sociaux + journaliste à 20% avec autres Eglises chrétiennes pour communication TV. Chacune des 9 paroisses a aussi son site web et/ou son

CEPPLE : site internet : manque d'actualité, manque d'informations transmises, mais l'AG de Malaga a appelé à faire vivre ce site. Joël Guy manque de compétences pour améliorer techniquement les choses, le Bureau s'est saisi du problème.

Il semblerait que l'intérêt serait plus de faire connaître les Eglises membres, avec des liens vers leurs sites, que de vouloir retranscrire les infos des Eglises sur le site CEPPLE :

EERV : Site internet (interne et externe) + journal. Aujourd'hui, site commun EERV et EPG. + présence tweeter et Facebook. Externe : journal 10 N°/an : tous ménages jusqu'à il y a 2 ans ; aujourd'hui, tous les foyers protestants + les partenaires importants (politiques, partenaires de dialogue, etc.) + 2 ou 3

applications sur smartphone pour visites spirituelles des lieux de culte touristiques et 1 agenda lié aux sites de l'Eglise avec texte du jour et commentaire biblique. + vidéo sur les actes pastoraux, et 1 campagne par an de « visibilité ». 1 responsable de communication, 1 webmaster, 1 graphiste, 1,5 journaliste + 0,3 pour projets particuliers. Financement d'Etat donc pas trop de problème d'argent. La récente disparition de la page des cultes dans la presse écrite a entraîné une réaction très vive du public.

EPG : 1 lettre d'info après chaque synode, 1 revue de presse envoyée par mail pour les cadres, 1 journal mensuel « vie protestante », sur abonnement => tirage à 9000 exemplaires ; accord des autorités par rapport au projet de journal romand ; site internet : nouvelle structure commune avec celui de l'EERV. Eglise financée par les dons, 1 responsable de communication à 50% (et 50% de fundraising) + assistant Com et responsable édition du journal à TP.

Eglise vaudoise d'Italie : Financement de Riforma en partie par l'Otto per mille depuis 2014. Communication : logique concentrique : vallées vaudoises comme localisation principale des protestants, une agence de communication à Rome, qui fait le lien avec les médias principaux => comment gérer l'articulation entre la communication interne et la communication externe, avec une 3^e donnée à prendre en compte : Quelle communication envers les donateurs du 8/1000 ?

Mensuel gratuit distribué dans les vallées vaudoises : 18 000 exemplaires (80 000 personnes habitant dans ces vallées). Défi de ce mensuel : dire qu'on existe, mais aussi dire qu'on est concerné par ce qui se passe dans la région, que chaque croyant est concerné, est « là », est citoyen et témoin. Entre dans une logique de ré-évangélisation interne (on s'adresse à l'extérieur pour toucher les « de-churched »). Langage et public cible très différents mensuel gratuit/hebdomadaire payant.

Médias-pro : fonctionnement œcuménique. Protestinfo (agence de presse, qui produit une dépêche 4 fois par semaine, souvent repris dans la presse locale [porte les thématiques d'Eglise dans la société]) et protestinter (4 traductions d'actus étrangères par semaine) : ensemble, 1,5% ETP + Radio : culte depuis 85 ans, à 10h avec très fort taux d'écoute. Les équipes sont présentes dans les locaux de la radio publique. Et Télé : 6 cultes francophones dans l'année, tournant par année dans les Eglises cantonales. Et 3 émissions protestantes.

Temps de partage, de résonance :

Sommes-nous « pro-actifs » en matière de communication ? Pouvons-nous l'être vus nos processus de décision ? Par ex : le mariage pour tous en France ou en Vaud

Décalage entre notre discours et les attentes des journalistes (du simple voire schématique, parfois un regard biaisé...).

Comment communiquer pour être compris, mais aussi pour amener à la réflexion.

C'est dur de communiquer en 140 signes (tweeter ... et ça ne pousse pas à approfondir la réflexion.

Question des âges et des attentes de communication selon les générations. Intérêt d'avoir des publics-cibles ?

Pourquoi on veut communiquer : pour la visibilité ? Pour communiquer nos valeurs ? Pour partager l'Evangile ?

Equilibre entre discours des directions d'Eglise et la pluralité en son sein parfois difficile à tenir (et question du rapport Eglises de la CER/FEPS).

Thème récurrent dans les Eglises : quelle est la légitimité d'un service communication ? > « Fantôme de la communication » > « la voix de son maître » ou « la communication est manipulation ».

Comment articuler professionnalisme et bonne volonté d'Eglise. Comment accompagner les bénévoles et faire de la qualité ? Comment susciter l'envie de prendre la parole ?

Baisse de la qualité de la presse écrite... vision en noir et blanc, pensées dialectiques, simplification de la pensée => C'est dangereux qu'on parle des Eglises selon ce schéma...

Axes de discussion :

- Peut-on être pro-actifs ? si oui, quels objectifs ?
- Publics cibles
- Fantôme communication

Discussion :

Communiquer, ça s'apprend. Apprendre aussi dans quels domaines on peut s'exprimer.

Communiquer, c'est se mettre en lien avec la société civile. Ce n'est pas une parole définitive, mais c'est une parole intéressante, car elle déplace les attentes des journalistes pour offrir de la complexité. Ce n'est qu'une petite contribution au débat, mais positive.

Les journalistes sont intéressés par les problèmes de société, pas sur la vie d'Eglise. C'est là-dessus qu'on peut être pro-actifs.

En France, liens avec la presse écrite catholique, idem en Belgique côté francophone.

En Italie, les journalistes qui s'occupent de religion s'appellent les « vaticanistes ». Ça veut tout dire... S'ils s'intéressent aux autres Eglises, c'est uniquement sur l'éthique.

Pour poursuivre la réflexion :

- distinction communication d'Eglise/présence des croyants de l'Eglise dans les médias
- objectifs de la Communication d'Eglise
- Liberté éditoriale et conventions de déontologie => permettre les voix discordantes.

Jeudi soir – participation à la soirée de réflexion

Soirée de réflexion sur la place du fait religieux dans les médias pour célébrer les 15 ans de l'agence de presse romande Protestinfo

- « Les plus-values d'une agence de presse confessionnelle »

Par Michel Kocher, directeur de Médias-pro

- « Quand la religion fait l'actu »

Par Philippe Gonzalez sociologue des religions (UNIL)

- Discours de Mme la Conseillère d'Etat Béatrice Métraux, cheffe du Département des institutions et de la sécurité du canton de Vaud

- « Comment traiter le fait religieux dans les médias ? »

Table ronde animée par Jean-Christophe Emery (RTS) avec:

- Dominique Hartmann, corédactrice en chef du Courrier

- Marc-Henri Jobin, directeur du Centre de formation au journalisme et aux médias (CFJM)

- Thierry Meyer, rédacteur en chef de 24heures
- Grégoire Nappey, rédacteur en chef du Matin
- Patrick Nussbaum, rédacteur en chef de l'info radio RTS
- Joël Burri, rédacteur responsable Protestinfo

2^{ème} session : vendredi matin

Reprise de la discussion : qu'est-ce qu'on voudrait pour la suite ?

Qu'est-ce qui serait le plus utile de mettre en place pour les Eglises et pour la CEPPLÉ ?

Notre premier objectif CEPPLÉ, c'est de mettre les gens en présence et d'ébaucher un réseau.

La presse écrite, nos Eglises sont à l'aise avec, la communication numérique, c'est plus nouveau.

Pour une prochaine rencontre, travailler plus la question de stratégies de communication des Eglises, avec une pointe sur les réseaux sociaux ?

Une rencontre par an, sous forme de plateforme avec des liens directs, serait intéressante à mettre en place, là-dessus (ne pas oublier de contacter les membres de la plateforme Com des Eglises romandes CER, la PSIC).

Question de s'adresser à ceux qui n'ont plus de vocabulaire pour parler/comprendre le religieux, que ce soit au niveau presse ou autres.

Faut-il mettre le réseau en place au niveau des professionnels de la communication ou de membres décideurs ?

Le contact avec d'autres apporte une nouvelle manière de voir, des idées nouvelles enrichissantes pour leur Eglise.

Poursuite de la discussion en présence de Michel Kocher, directeur de Médias-pro

« Sphères de la langue » : combat à mener pour la langue française et les langues latines pour ne pas de faire avaler par le monde linguistique anglo-saxon.

Difficulté de communiquer pour les Eglises protestantes latines. => On a du mal à dégager une vision commune de notre communication externe.

But de MK de discuter de l'agence de presse internationale francophone (Protestinter). Pour l'instant, peu de collaborations pour nourrir l'information, parce qu'on n'a pas les relais éditoriaux. Quelques exceptions au niveau de contacts avec Regards protestants. Et grosse carence avec l'Afrique (quelques relais, mais les Eglises ne tolèrent pas un travail journalistique critique).

Manque de réseau de journalistes dans les pays latins, mais on peut payer les piges.

Bilan de la soirée

Très romand et même très vaudois, en particulier l'intervention de la conseillère d'Etat. Pour nous, c'était très déplaçant (en bien, ça relativise ; et en mal, c'est une autre planète).

L'intervention du sociologue P. Gonzalez était vraiment intéressante.

C'est difficile d'entendre les journalistes refuser la responsabilité d'être des faiseurs d'opinion. Ils se comportaient comme des gens sur le banc des accusés ...

Les journalistes disaient : On parle de la religion, mais on n'attend rien du protestantisme (Acquis : ils sont biens, enrichissants ; mais ils n'ont rien de neuf à apporter aujourd'hui). Décalage entre notre conviction qu'on a des choses à dire, et la restitution pauvre qu'en ont fait les journalistes.

L'existence de l'agence de presse Protestinfo montre la responsabilité que les Eglises romandes prennent, mais le peu de relais de la presse montre la ~pauvreté de leur analyse. // difficulté à « rencontrer notre public » que ce soit par presse ou pour les Eglises.

La presse n'est pas un miroir, car elle fait partie de la société (pas [assez] de distance, cherche à répondre aux attentes). On sentait (langage du corps) que les journalistes n'étaient pas à l'aise.

Quand on parle de religions, on ne parle que des angoisses de la société et de la façon qu'ont les Eglises d'y répondre (bioéthique, par exemple).

Le journaliste doit raconter des choses que les lecteurs n'ont pas envie de lire (sinon ce n'est plus un journaliste, mais un politique).

C'est dommage qu'il n'y ait pas eu de temps de questions après le tour de table. Et il y a manqué la participation d'un théologien.

Le but de la soirée était de montrer l'intérêt de Protestinfo aux journalistes et aux financeurs (les Eglises) => cet objectif a été atteint. L'Agence Protestinfo fait du travail de journalisme ; les journalistes sont payés par les Eglises romandes ; ils vont choisir ce qui est intéressant pour informer à l'extérieur. Ce n'est pas la même chose qu'une communication institutionnelle, assurée par les Eglises elles-mêmes. C'est complémentaire.

En Suisse, travail dans les cantons à la reconnaissance de communautés religieuses (autres que les catholiques et protestants).

Présentation du fil international Protestinter par Michel Kocher

Protestinter : traduction possible d'articles écrits en langues latines (comme allemand et anglais déjà beaucoup utilisés). Actuellement, les nouvelles anglo-saxonnes et allemandes sont traduites, c'est la majorité des contenus. Pour ce qui est des news venues d'Afrique, c'est encore un rêve pour des raisons culturelles.

L'important, c'est de « mettre mieux que de l'institutionnel » à disposition des lecteurs, les réflexions et les créations dans la vie des Eglises ...

2 axes de la question par rapport à Protestinter/info

- Production de contenu
- Utilisation du contenu

Protestinter n'est pas financé (d'où l'accès payant : 15 pros et 75 « intéressés »). Regards protestants est gratuit, mais ne produit pas de contenu.

Possibilité de travailler plus avec l'agence de presse vaudoise (et dvper Riforma).

Problème de remontée des informations => Donner l'info à l'agence de presse (qui va décider comment la traiter). DM, le Défap et autres devraient faire remonter l'information, surtout sur la situation des Eglises. Acquérir le réflexe de faire circuler l'info sur ce qui se vit (Boko Haram). Les

Œuvres pensent projets d'entraide et pas forcément d'information autour. Elles ont une responsabilité d'information par nature et ne sont pas assez engagées.

Pour faire remonter les infos, utiliser nos relais dans nos Eglises (notamment par les membres ayant une double culture) ?

Le souci d'informer sur des pays et la religion là-bas doit aussi reposer sur les structures de mission (DM, Défap, etc.) > pour parler de ces pays aussi quand ça va bien.

Question de l'articulation journalistes/communicants (personnes de l'Eglise faisant remonter les infos dans l'Eglise et éventuellement les transmettre en dehors).

Agence : travail de base, on y met les infos, « boîte » dans laquelle ensuite chacun peut puiser => proposer des sujets (que l'agence détermine comme intéressante ou non). → Prendre l'habitude de faire circuler l'info.

En conclusion - pistes pratiques pour renforcer les collaborations au niveau CEPPLÉ en matière de presse écrite et plus large :

- CEPPLÉ, mieux utiliser les têtes de pont dans nos pays, natifs qui ont des contacts avec leur pays (Portugal, Espace, Afrique) - (France, Suisse/Eglises locales) pour faire un lien de réseaux avec les vis-à-vis locaux.
- Continuer à stimuler les collaborations avec Œuvres suisses (PPP-DM-EPER) et le DEFAP.
- Développer la reprise des articles (VPs – Réforme (journal d'opinion) – Riforma italien) – cela se fait déjà.
- Mieux structurer le relais des informations. Par ex, Réforme a de la peine à établir un réseau de correspondants locaux. Manque de journalistes dans la presse régionale. Frein par cloisonnement et défense des territoires et faiblesse des ressources
- Mettre sur pied une communication, une collection des « bons sujets » à proposer. Ensuite, Protestinfo par ex, trouve à le traiter en envoyant un journaliste pour traiter la matière. Prévoir un moyen de faire remonter l'info sur : ce qui se passe ici est intéressant – développer ce réflexe. Message : ce que vous faites intéresse à plus large que vous ; cela relève des formations.

Présentation de ContactGPS par Michel Kocher

Il s'agit d'une initiative pour suivre l'évolution vers des outils personnalisés selon les besoins des Eglises et des groupes. L'outil GPS convient aussi pour la formation de « team building » et aide à la conscientisation du positionnement des uns des autres, des parents à côté de leurs parents, etc. (par ex : « Va vers toi » peut s'utiliser en petits groupes ; en grand groupe, c'est trop long de faire le test pour tous les enfants ; la pratique individuelle avec chacun une tablette est enfermant, chacun à sa tâche, le partage et l'interaction se perdent. L'intérêt est la prise de conscience personnelle articulée avec la discussion en équipe autour des positionnements et des questions posées.

Lien : <http://contactgps.ch>

Plusieurs applications différentes existent, avec parfois une traduction ; celle-ci pourrait être

- Oikoumene, créé pour COE Busan <http://contactgps.ch/en/oikoumenegps/liste-oikoumenegps-en/14-non-categorise/99-oikoumene-2.html>

- Va vers toi <http://contactgps.ch/fr/vaverstoi.html> Pour les jeunes => 14 ans et +, autour de la lecture biblique

- 4 sports, 4 Evangiles – une valorisation, qui peut être utilisée grand public de l'intérêt et la diversité des quatre évangiles <http://contactgps.ch/fr/evangiles.html>

- Les neurones calvinus, créé pour le Jubilé Calvin 2009 ; ces neurones - fictifs - permettent d'identifier les lointaines traces des héritages laissés dans nos cerveaux par l'illustre Réformateur. <http://gps.contactgps.ch/rungps/r/OZLO95D2NK/fr>

- Projet d'évangélisation Khi, <http://gps.contactgps.ch/rungps/r/OZLO95D2NK/fr>

En réflexion : Idée d'une proposition sur les conceptions de la famille (dans le cadre de la réflexion Cevaa, mais problème de financement).

Autres contributions WEB

Développement actuel vers des vidéos

- création soutenue par certaines Eglises romandes « ma femme est pasteur » <http://mafemmeestpasteure.ch>)

- Théopopettes : théologie avec les enfants (marionnettes) <http://www.theopopettes.ch>

- Question Dieu : <http://questiondieu.com> - possibilité de widgets qui présentent des questions aléatoirement sur nos sites institutionnels d'Eglise.

Pour toute question, vous pouvez vous adresser à <http://www.mediaspro.ch>.

Conclusions du colloque

Accord des participants pour lancer un réseau et se retrouver régulièrement => pour les responsables professionnels de la communication (ou les responsables désignés par leur Eglise pour en être responsables).

Quel thème traiter en priorité ? - 3 thèmes évoqués :

- Nos stratégies de communication ?
- Communication numérique et réseaux sociaux ?
- Quel langage utiliser

Souhait de choisir des thèmes « concrets », au niveau opérationnel.

Informations sur la Conférence des webmaster européens d'Eglise ECIC (European christian Internet conférence) <http://www.ecic.mobi>

Micro-bilan

Dimension de rencontre sur cette préoccupation média ntéressante.

Intérêt de la variété des interventions et des thématiques abordées.

Définition des besoins par rapport à Médiaspro, mais pas forcément par rapport aux échanges de la session 1 qui restent à approfondir.

Le colloque CEPPLÉ rencontre a été un complément à Protestinfo et pas un prétexte, ce qui est positif.

On est dans une toute première étape, et beaucoup de questions restent à traiter.

La CEPPLÉ a comme vocation, entre autres, de susciter des réseaux, qui peuvent ensuite voler de leurs propres ailes.

Demande d'établir un tableau de coordonnées des participants, ce qui sera fait par le Bureau et transmis.

Notes Claire Sixt-Gateuille et Charlotte Kuffer