

Accueil par le président ABAD des 19 participants au Colloque.

Jeudi 14 avril

Thème : « Pour mieux cerner le positionnement des médias et leurs besoins en matière d'informations religieuses – la situation en Italie, en France et en Suisse »

Intervention Gaëlle Courtens, journaliste du fait religieux, rédactrice de l'agence de presse NEV /Notizie evangeliche, service de presse de la Fédération des Eglises évangéliques en Italie (FCEI)

Contexte d'une Eglise catholique dominante en Italie.

Les minorités chrétiennes n'existent pas dans la presse.

Cf la rencontre du Pape avec le patriarche orthodoxe de Russie : un article titre sur une représentation de « toute le chrétienté », sans évoquer protestants et évangéliques.

Catholique : 96,6 % de la population.

Radio/TV sont un partenariat avec le service public.

Le système d'information protestant est un service destiné aux personnes intéressées, de manière ouverte (Agence Presse NEV – émission radio / courte prédication et nouvelles protestantes - audience souvent des catholiques aussi : 800 000 auditeurs / Emission TV partagée avec les communautés juives et protestantes) à 1h du matin ! 2 rediffusions – moyenne de 300 000 à 350 000 spectateurs.

Il existe une Radio Beckwith interne aux protestants.

Presse = bulletin hebdomadaire

Projet des couloirs humanitaires :

Les Adventistes ont une force d'information à l'interne (Conscience et Liberté)

Constat : les médias italiens n'ont aucun besoin en matière de contenus des Eglises minoritaires, dont les protestants !

Lorsque le projet est œcuménique (par ex ouverture de couloirs humanitaires « Espoir méditerranéen » pour l'accueil de Syriens) en collaboration avec St Egidio, ce sont les partenaires catholiques qui retiennent l'attention de la presse,

Objectif des médias protestants : couvrir le plus d'auditoires possible – les médias sociaux sont une aide.

Difficultés : la production des contenus est serrée en regard des forces journalistiques à disposition. Le bureau de presse des Eglises protestantes est le point pivot des sources pour les médias grand public. Les ressources financières baissent au niveau du service public.

Points critiques :

- le pluralisme religieux n'est pas représenté dans les médias, en lien avec la sécularisation et la diversification

- le Vatican décide de l'agenda des informations religieuses par les actions et visites du pape
- Différencier la communication institutionnelle de l'information journalistique

Défis :

- Améliorer les synergies productives (renforcer les collaborations avec la Suisse italienne)
- Nouvelles technologies, passer de l'analogique au numérique dans le paradigme opérationnel (par exemple encore aucune App) – le 500è devrait bénéficier des avancées en cours.

Intervention Joël Burri, journaliste responsable de l'Agence de presse Protestinfo, Suisse.
L'agence propose des informations sur l'actualité protestante aux médias grand public et aux 3 journaux d'Eglise. Ces journaux vont fusionner en fin d'année.
La communication institutionnelle est faite par chacune des 5 Eglises romandes (Vaud, Genève, Neuchâtel, Valais, Fribourg et la partie francophone de l'Eglise de Berne).

2 blocs, 2 sensibilités en Suisse romande : les Réformés et les Evangéliques ; il n'y a pas de collaboration aujourd'hui. Le différent se situe dans la volonté pour les Réformés de communiquer vers tous, et de confier cela à des professionnels de la communication. Les évangéliques ont des objectifs de renforcement de la cohérence communautaire.

Les objectifs sont très différents, pas les mêmes attentes suivant les familles théologiques vis à vis des médias. La culture religieuse des cantons (laïque ou financé par l'Etat) est déterminante car elles infusent partout (par ex : Migros laisse la gestion à chaque canton pour le port du voile des caissières de ses succursales). Les systèmes de financement sont aussi différents. Dans les cantons « catholiques », l'intégration des choses religieuses est plus équilibrée. En terre protestantes, les médias n'ont aucune attente vis à vis du religieux. Pour de l'information, mieux vaut être en canton catholique car il y a un agenda religieux.

L'absence de référents, de vis-à-vis identifiables, de personnalités « tête d'affiche » est un vrai problème. Faut-il changer de système ecclésial pour promouvoir un évêque !

Pratiquement pas de positions des Eglises de Suisse sur les sujets médiatiques (par ex bénédiction de couples de même sexe).

Conclusion : c'est à nous de forcer la porte, s'il n'y a pas de besoin manifesté. C'est à nous de faire remarquer à des jeunes journalistes non engagés dans une conviction que ces sujets intéressent les lecteurs (il y a plus de personnes qui vont au culte qu'au cinéma).

Intervention Martine Fleur, journaliste, membre de l'équipe nationale de la Communication de l'EPUDFrance, présidente de la commission Information Communication Documentation de la Fédération Protestante de France jusqu'en 2015.

L'image des Eglises qu'ont les français est donnée par l'Eglise catholique. L'image de l'Eglise catholique est mauvaise.

Débats assez vifs sur la compréhension de la laïcité.

Les informations ont une durée de vie très courte, parfois 1 heure.

L'Eglise protestante ou la Fédération protestante de France n'ont pas d'organisation apte à offrir des réactions immédiates, ce qui est une attente des médias. Les chaînes d'info continues et l'info sur Smartphones modifie la pratique.

En France, 10 journalistes recensés comme spécialisés dans le religieux, dont 7 pour le journal catholique « La Croix ». Les journalistes généraux ont souvent un préjugé négatif vis-à-vis des Eglises.

Les journalistes sont surchargés d'informations, donc peu d'appétence. Ils recherchent des têtes d'affiche, ce que le protestantisme repousse.

Difficulté à mettre en valeur et communiquer notre spécificité, notre diversité ; l'éclatement rend le protestantisme difficile à identifier, il manque de spectaculaire, il répond aux questions par des questions, il n'intéresse probablement pas les journalistes.

Ne pourrait-on pas se réjouir de cette présentation lisse ?

La stratégie préparatoire à être en mesure de dispenser de l'information doit être repensée :

Prévoir de créer des plateformes de presse en ligne pour promouvoir des informations

Etre plus présents dans des lieux professionnels (cercles de la presse).

Promouvoir la visibilité des présidents d'Eglise, même si ce n'est pas protestant !

Préparer des interlocuteurs qui puissent intervenir sur des sujets médiatiques et relater les positions éthiques des Eglises réformées.

Prévoir et proposer des portraits et des témoignages qui intéressent les médias.

Travailler des thématiques (politiques, thèmes de vie, ...) pour rendre visible les réflexions protestantes.

Renforcer la capacité de relayer l'événementiel par des supports adaptés, des reprises sur les réseaux sociaux ...

Organiser des prises de positions communes (œcuméniques, chrétiens ou religieux), le protestantisme en bénéficie.

Le lectorat des journaux d'Eglise est en baisse.

Comment activer le levier régional, et mutualiser les forces ?

Il existe une présence protestante en radio sur RCF (Radio chrétienne francophone) qui a un souci œcuménique, bien qu'il n'y ait aucun animateur protestant – 500 000 auditeurs par jour.

Echanges entre les participants au colloque selon leur expérience Com, presse écrite, TV, radio et réseaux sociaux

EPUBelgique Marian

La Belgique a 3 langues officielles (français, allemand et néerlandais).

L'Eglise romaine est aussi l'Eglise chrétienne de référence.

Enjeu : s'agit-il de transmettre les spécificités protestantes ou s'agit-il de manifester notre manière protestante d'être et de travailler qui va nous différencier.

Le 500^e de la Réforme est une occasion de passer à une communication via les réseaux sociaux.

Promouvoir des outils « missionnaires ».

Eglises du Portugal - Joao

Il est frappé par les similitudes pour les petites et plus grandes Eglises.

Promouvoir une formation des journalistes du Portugal sur la connaissance du protestantisme, sur un christianisme différent de catholicisme. Il y a un travail à faire avec la formation de base des journalistes.

Gaëlle : le problème est celui de la ligne éditoriale, les journalistes ne sont pas libres, le monde des médias est en crise, il est dur.

Eduardo : chaque Eglise du Portugal a son département de Com pour la Com interne.

Il y a une coordination pour la présence médiatique dans les médias grand public

Espagne - Alfredo :

La plus grande partie du protestantisme est évangélique en Espagne.

Présence digitale orientée sur la « bonne doctrine ».

En Espagne, la représentation non catholique nécessite une « coordination » exigée par l'Etat pour avoir un seul vis à vis (Evangéliques et Réformés + orthodoxes).

Résumé des points saillants

- Réalité d'un contexte de minorité dans tous nos pays CEPPLÉ.

- Les médias ont-ils des attentes vis-à-vis du protestantisme ? Tous en doutent.

- Les journalistes ne semblent pas intéressés, mais les contacter et les stimuler à s'intéresser au religieux et à produire des informations est nécessaire, le public est susceptible de s'intéresser ; cependant, conférences de presse et communiqués de presse paraissent des outils souvent dépassés.

- La laïcité est-elle fille du protestantisme ?

- Il faut travailler sur la vulgarisation pour toucher un public qui n'a plus les repères.

- Absence de visibilité des pasteurs sur les photos à côté des évêques ou des imams !

- Besoin de s'unir dans notre diversité pour diffuser l'info.