

COMMUNICATION DIOCÉSAINE DE SION :

ÉTAT DES LIEUX ET SUGGESTIONS



SOMMAIRE

I INTRODUCTION

Rappel du projet
Les visées de la communication d'Eglise
Contexte de la communication diocésaine
Etat des lieux
Méthode

II ETAT DES LIEUX

Analyse des outils de communication existants et suggestions
Analyse des revues de presse
Compte-rendu des entretiens
Communiquer par cibles

III PRIORITÉS

Soigner la communication interne
Une Eglise qui annonce le Christ

RAPPEL

DU PROJET

Le travail qui suit répond à la demande du diocèse en septembre 2021 d'effectuer **un état des lieux de la communication** diocésaine, en vue d'accompagner le diocèse dans **l'élaboration d'une vision stratégique** et d'**un plan de communication** pour les années à venir.

Il a été convenu que cet état des lieux puisse analyser la communication telle qu'elle est perçue en externe et telle qu'elle est vécue en interne.

Entre septembre et janvier, j'ai donc **analyser les axes externes** suivant :

- les actions et outils existants (dépliants, Newsletter du diocèse, événementiel,...)
- l'identité visuelle (charte graphique, logo du diocèse et des services, ...)
- les plateformes en ligne (site internet, réseaux sociaux du diocèse, ...)
- la présence dans les médias (page du Nouvelliste)
- les moyens disponibles

J'ai par ailleurs **chercher à comprendre les axes internes** ci-dessous :

- la culture du diocèse, ses valeurs ...
- le rôle des différents services, acteurs
- leur interaction

Les entretiens menés pendant cette période ont été le pivot central de ma réflexion et je remercie vivement toutes les personnes qui ont accepté de me consacrer du temps.

J'ai par ailleurs pu affiner mon analyse grâce à un entretien avec Pierre-Yves Maillard, vicaire général, un entretien avec Mgr Lovey, évêque et avec Philippe Genoud, Chancelier du diocèse.

Je remercie aussi le diocèse et les personnes qui le composent, de prendre avec autant de considération le rôle de la communication diocésaine, d'avoir fait preuve de souplesse et d'attentes vis à vis de ce rapport. J'espère que les résultats seront à la hauteur de leurs projections.

Ce travail a été mené grâce à mes compétences professionnelles en stratégie de communication, graphisme et gestion de projets. Mais il est aussi le fruit de mes réflexions comme baptisée, fidèle de notre diocèse, laïque engagée de notre Eglise.

INTRODUCTION

À LA DEMANDE DU DIOCÈSE DE SION EN SEPTEMBRE 2021, CE DOCUMENT REND COMPTE D'UN TRAVAIL DE FOND SUR L'ÉTAT DE LA COMMUNICATION AU NIVEAU DIOCÉSAIN. IL PROPOSE UNE VISION STRATÉGIQUE DE LA COMMUNICATION POUR LES ANNÉES À VENIR.

VIENS ET VOIS

« L'invitation à « venir et voir », qui accompagne les premières rencontres émotionnantes de Jésus avec les disciples, est également la démarche de toute authentique communication humaine. Cette année, je désire donc consacrer le Message à l'appel à « venir et voir », comme suggestion pour toute expression de communication qui se veut limpide et honnête. »¹

C'est par ces mots que le Pape François nous engageait, nous les communicants, en janvier dernier lors de la 55ème journée mondiale des communications sociales.

Cet appel, plus qu'un prérequis pour une bonne communication semble résumer assez clairement le sens de toute vie chrétienne, à savoir cette double articulation entre « **venir** » et « **voir** ».

« **Venir** » car d'une part la vie Chrétienne est un mouvement, une sortie, une invitation à aller en mission. Mais pour que le « **voir** » soit témoignage, la vie Chrétienne nécessite une exemplarité de nos vies, un rayonnement de la vie des chrétiens eux-mêmes comme témoins, « preuve » du Christ.

Cette double circulation de vie souligne à quel point la mission de l'Eglise est de l'ordre de la communication interne et externe. Repenser la communication en termes de **communio**n d'une part (interne) et **d'évangélisation** d'autre part (externe),

semble nécessaire pour saisir l'importance de bien communiquer en Eglise.

DIEU SOURCE ET BUT

Avant d'amorcer ce travail de réflexion sur l'état actuel de la communication diocésaine, deux fondements préalables me paraissent nécessaires à rappeler.

La communication est au service. Elle n'est jamais un but en soi, mais toujours un moyen de servir :

- la grâce
- et la charité.

« Et si notre cœur et nos gestes sont animés par la charité, par l'amour divin, notre communication sera porteuse de la force de Dieu. »² En terme de communication, le Christ est donc la fin. Mais la particularité de la communication en Eglise c'est que Dieu est aussi la source.

« Là où deux ou trois sont unis en mon nom, je suis au milieu d'eux » (Mt 18, 20). « Jésus au milieu de nous est l'âme de la communication. Sans lui, les moyens de communication sont sans vie et inutiles... »³

D'ailleurs la tradition de l'Eglise nous montre que la communication n'est pas une construction nouvelle pour répondre à des problématiques actuelles.

¹ Pape François, Rome, Saint-Jean de Latran, 23 janvier 2021

² Pape François, Du Vatican, le 24 janvier 2016

³ « Une spiritualité de communion », Chiara Lubich, éditions Nouvelle Cité, 2004

« La communication, ses lieux et ses instruments, ont comporté un élargissement des horizons pour beaucoup de personnes. C'est un don de Dieu, et c'est aussi une grande responsabilité. »

Pape François

L'Eglise communique depuis les origines. Par amour dans la Création Dieu souhaite pouvoir communiquer avec d'autres êtres. A la suite du Péché originel on dit que la communication avec l'homme est rompue et que Dieu a besoin de reprendre le dialogue à travers la Révélation. Enfin par son Incarnation, Dieu s'est communiqué lui-même aux hommes. « *Dieu qui "habite une lumière inaccessible" (1 Tm 6, 16) veut **communiquer** sa propre vie divine aux hommes librement créés par Lui* ». ¹ Par la suite, le sacré dans la liturgie participe à communiquer Dieu aux hommes.

COMMUNICATION ET MISSION

Enfin, il est essentiel de bien comprendre le rapport étroit entre communication et mission.

« *La communication, en effet, n'est pas simplement une des activités de l'Eglise, mais c'est l'essence même de*

sa vie. La communication de la Bonne Nouvelle de l'amour de Dieu pour toutes les personnes, qui s'exprime dans la vie, la mort et la résurrection de Jésus-Christ, est ce qui unit et donne sens à tous les autres aspects de la vie de l'Eglise. » ²

La communication de la Bonne Nouvelle ou l'Evangélisation est « la mission essentielle de l'Eglise ». ³ Déjà St Paul écrivait : « « Malheur à moi si je n'évangélise pas ! », ⁴ par la suite les derniers papes ont retravaillé cette notion : Jean Paul II prononçait pour la première fois le terme de « Nouvelle évangélisation », puis Benoit XVI insistait « Votre grande tâche dans l'évangélisation est donc de proposer une relation personnelle avec le Christ comme clef de réalisation complète ». ⁵ Jusqu'au pape François qui nous invite à être non seulement disciple, mais disciple-missionnaire.

¹ Catéchisme de l'Eglise Catholique, Chapitre 1, I, Paragraphe 52

² Mgr Claudio Maria Celli, Conseil pontifical des communications sociales, 1er oct 2015

³ Paul VI, Evangelii Nuntiandi, n°14 (EN)

⁴ 1 Corinthiens 9, 16

⁵ Benoît XVI, Discours aux évêques de la conférence épiscopale philippine, 18 fev 2011



CONTEXTE DE LA COMMUNICATION DIOCÉSAIN

La communication de l'Église catholique en Valais s'inscrit dans un contexte international, national, cantonal et interdiocésain où certaines orientations sont prises. Les différentes instances de communication interne de l'Église permettent au diocèse d'exprimer ses suggestions et de participer à sa mesure aux prises de décisions.

Au niveau international, sont décidées les orientations et campagnes de communication concernant les messages et encycliques du Pape (et notamment le message concernant la Journée mondiale des communications sociales) et le thème de l'année (En 2021 : Année Laudato Si', Saint Joseph, année de la famille).

Au niveau national, sont décidées les orientations de la Conférence des Evêques de Suisse.

Aux niveaux interdiocésains (partie francophone) et cantonal, sont également décidées les orientations pastorales et pour la Suisse romande.

Divers services, mouvements et congrégations établissent aussi leur choix en communication en fonction de la réalité de leur terrain dont le diocèse doit tenir compte.

Ce plan de communication ne vise pas à remettre en cause ces choix. Mais il est nécessaire de les orienter, les mutualiser, de créer des synergies pour répondre au besoin d'une Eglise unifiée, tournée vers l'évangélisation.

MÉTHODE

- **L'analyse des outils de communication existants** : site internet et pages intranet des différents services, Info Sion, Newsletter des services, Lettre d'information, les journaux paroissiaux, les réseaux sociaux et l'identité visuelle.

Etablir un diagnostic des outils permet de se rendre compte de leur pertinence, efficacité, et dysfonctionnements. **On remarquera que bien souvent on pense que l'optimisation des outils conduit nécessairement à l'amélioration de la communication.** Or, si on confond le but et les moyens on risque de ne plus placer la communication comme « au service » mais comme un but en soi.

- **L'analyse des revues de presse**, avec un exemple sur le traitement d'un sujet en particulier
- **Des entretiens** avec chacun des membres du Conseil épiscopal, des responsables des services diocésains, des doyens, des prêtres et laïcs qui ont une sensibilité pour la communication, des laïcs qui portent une vision d'Eglise.

Ces entretiens constituent la base de cette étude, ils en sont le fil rouge, bien que rien ne soit volontairement retranscrit mot pour mot. Ils ont été menés sous la garantie de la confidentialité.¹

Pour faciliter l'étude qui suit, on parlera du « **monde** » pour désigner les personnes qui sont loin de l'Eglise, qui n'ont aucun lien avec elle. On désignera comme « **famille** » les personnes qui ont un lien très ponctuel avec l'Eglise, par exemple une demande de sacrement pour leurs enfants et enfin on parlera des « **disciples** » pour désigner largement les personnes qui côtoient l'Eglise régulièrement, qui y sont engagées ou qui souhaitent témoigner du Christ.

¹ Claire Jonard, Claude Jenny, Véronique Denis, Gaëtan Steiner, Jean-Pascal Genoud, Philippe Genoud, Yves Crettaz, Léonard Bertelletto, Aka N'Guetta, Jean-Marie Lovey, Didier Berthod, Robert Zuber, Jean-François Luisier, Pierre-Yves Maillard, Florence et Casimir Gabioud, Tancrede et Bénédicte Arguillère, Hélène et Nicolas Constantin, Vincent Lafargue, Emile Friche, Joëlle Carron, François-Xavier Mayoraz, Pascal Tornay

ÉTAT DES LIEUX

DE L'ENVIRONNEMENT

Avant d'amorcer l'analyse, il sera utile de détecter comment se manifestent **dans l'environnement externe** de l'Eglise diocésaine valaisanne les opportunités et les menaces d'une bonne communication.

La liste ci-dessous sera complétée au fur et à mesure de l'étude. Elle ne traite pas des forces et faiblesses de l'Eglise, mais de ce qui est de l'environnement externe.

OPPORTUNITÉS ● ● ●

- Une tradition chrétienne encore très ancrée
- Un respect pour l'Eglise
- L'intérêt croissant de la société pour le « spirituel »
- Le besoin d'enracinement, de stabilité de la société
- Le potentiel d'adaptation de nos Eglises à se réinventer (notamment pendant la crise sanitaire)
- Le besoin de faire lien entre les personnes
- Avec notre Pape, la possibilité d'évoluer vers une Eglise « plus humble », plus proche des pauvres
- Le potentiel de l'Eglise à proposer une diversité d'initiatives nourrissantes et attirantes : temps de prière, enseignements et formations, ...
- Le potentiel des médias, des réseaux sociaux et autres outils pour évangéliser

● ● ● POINTS DE VIGILANCE

- « On a toujours fait comme ça »
- Manque de pédagogie (vocabulaire, rites, etc.) pour parler au monde
- Confusion spirituelle, ésotérique, manque de sacré dans l'Eglise
- Intégrisme, identité sectaire, pharisaïsme
- Le salaire des prêtres et laïcs, confusion entre vocation et métier
- Le cléricalisme
- Les restrictions sanitaires
- Une Eglise déconnectée des réalités concrètes du monde
- L'indifférence du monde à l'égard de l'Eglise

ANALYSE DES OUTILS

LE SITE DIOCÉSAIN ET LES SITES INTERNET DES SERVICES

Le diocèse a un site officiel :
www.cath-vs.ch

D'autres sites internet sont aussi diocésains :

- le site de la pastorale de la famille (pastorale-famille-sion.ch)
- la catéchèse (www.catesion.com/)
- la mission (mission-vs.jimdofree.com/)
- les jeunes (www.tasoulafoi.ch/)
- la pastorale spécialisée (pastorale-specialisee.jimdosite.com)
- l'Hôtel-Dieu (accueilhoteldieu.jimdofree.com)
- l'œuvre des pèlerinages (pelerinages-diocese-sion.ch)
- le site du séminaire de Sion (www.seminaire-sion.ch)

Chiffres clés :

600 visiteurs par jour sur le site diocésain

Les pages les plus visitées :

les actualités (Eglise d'Hérémence, Message Mgr Lovey, éveil à la foi, ...), formations-sdc, annuaire.

Connexions principales au site par :

Lien direct : par les actualités 40%
Moteur de recherche : 10%
Lien externe : catéSion 40%

Sur la forme, le site a un design plutôt moderne, on peut apprécier les pictogrammes facilement identifiables « trouver une paroisse », « voir l'annuaire »...

Les couleurs utilisées, le rouge et le gris, manifestent à la fois d'une dynamique et en même temps d'un sérieux.

Le logo est très institutionnel (voir p.14). Sur la page d'accueil, deux photos qui ne sont jamais modifiées : Mgr Lovey (qui ne sourit pas) avec la mention « Bienvenue sur le site » et des bougies pour « partager vos vœux » (formulation confuse). Le bandeau avec ces deux photos est très large et n'invite pas à descendre voir plus bas notamment l'actualité qui n'apparaît donc pas au premier regard.

Sur le fond, le site pose la question du public cible.

Il est conçu pour s'adresser à des croyants. Le vocabulaire utilisé est d'Eglise : vicariat, homélie, maison épiscopale, Martyria, Koinônia, ...

Les trois onglets : évêque, diocèse, paroisse sont statiques. Ils sont une présentation formelle de quelles personnes et entités constituent le diocèse.

L'onglet paroisse est graphiquement agréable, avec la carte didactique.
Les liens quand on clique sur les paroisses ne fonctionnent pas.
L'onglet évêque se présente comme un exposé historique de l'évêché et des évêques.
L'onglet diocèse condense toutes les autres informations.
Un exposé de la gestion administrative du diocèse et des services.
La hiérarchie entre les différents onglets est questionnante.

La page actualité est mise à jour très régulièrement.
Les actualités ne sont néanmoins pas hiérarchisées et triées. L'agenda diocésain n'est pas graphiquement attirant, pas complet et ne rend pas compte des différentes cibles (prêtres, agents pastoraux, laïcs pratiquants, personnes loin de l'église, etc.)
L'InfoSion est proposée avant la Lettre d'information, sans aucune explication sur ce qu'elle est.

Selon un principe de communication, on dit qu'il faut au maximum trois clics sur un site pour obtenir son information et ne pas perdre l'utilisateur.

Trois exemples pour illustrer la confusion et le manque de hiérarchisation des informations :

- Le café Verso l'alto est l'initiative diocésaine qui a fait le plus parler du diocèse en bien ces derniers temps. Pour trouver des informations sur ce café, aucune information si ce n'est dans les actualités du 25 février 2021 et sur la page de l'Hôtel-Dieu qui n'est pas liée au service de la diaconie.
- Pour se marier à l'église, il faut aller dans « service de la communauté », « pastorale de la famille » et lire qu'elle a pour but d'accompagner les couples au mariage, cliquer enfin sur le lien du site et tomber sur une page « préparation au mariage ».
- Pour trouver un contact sur une question d'abus sexuel dans l'Eglise. Il faut aller sous « service de la charité », « abus sexuels ». Le contact proposé est ensuite un membre de l'église, le Chanoine Richard Lehner. On trouve ensuite un lien vers une commission d'écoute: CECAR, le lien renvoie sur un site dont le premier article accuse le manque de réaction de l'Eglise Suisse sur ces abus.

SUGGESTIONS



- **Passer d'un site informatif à un site dynamique !** Le site doit être l'image de l'Eglise : joyeuse, éclairée, pro-active, en mouvement, etc.

- **Retravailler les informations par cibles.** Chaque personne quelle que soit sa relation à l'Eglise doit pouvoir se sentir «accueillie» sur le site.

- **Trier les informations plus clairement avec des onglets :**

- Vivre sa foi : sacrements, prière, formations, bénévoles ...
- Présentation du diocèse : services, évêque, les communautés, son histoire ...
- Les actualités : évènements, témoignages, ...
- Les paroisses

- **Prioriser, multiplier et hiérarchiser les actualités.** L'Eglise et le diocèse ce sont d'abord des projets et des personnes et non une institution historique.

Certaines actualités constituent des « dossiers » de fond pendant plusieurs semaines comme le synode, l'année pour la famille, le temps de l'Avent ou du Carême. Comme sur les sites d'actualités, les «dossiers» doivent rester visibles et identifiés en en-tête du site tant qu'ils sont actuels.

On pourrait imaginer pour le reste des actualités, des « tags », culture, évènements, réflexions, société, Mgr Lovey, société, communiqué, etc. qui permettent de les trier.

- **Intégrer les sites des services diocésains.** Les services diocésains déploient et accompagnent l'Eglise catholique valaisanne dans sa mission pastorale. Les pages des services, citées plus haut, doivent donc absolument être intégrées au site du diocèse à part entière. Il est nécessaire que leur graphisme soit unifié aussi, pour permettre une qualité visuelle d'une part, et d'autre part assurer une cohérence et une visibilité.

Par ailleurs, les entretiens menés avec les responsables des services ont montré que la mise à jour de ces sites internet étaient très chronophages pour des personnes dont ce n'est pas le métier.

Exception : une interrogation subsiste pour la page de la jeunesse dont le public et les actualités sont très ciblées. On pourrait imaginer une page diocésaine avec les quelques grandes propositions pour les jeunes en corps de texte puis un lien vers le site spécialisé.

- **Unifier les sites paroissiaux.** Les sites des paroisses pourraient aussi avoir une architecture commune. Les entretiens ont montré que c'était souvent un souci pour les prêtres de gérer et alimenter leur site. On optimiserait le travail et la visibilité en ayant un support commun.

2

L'INFO SION

Parution mensuelle, pour les agents pastoraux.

Les entretiens menés montrent qu'il est peu lu, soit à cause du trop grand nombre d'informations données, soit à cause de la forme qui nécessite de cliquer sur un lien pour ouvrir un article.

L'InfoSion classe les informations par titres et le graphisme est aéré. Les dates de l'agenda sont reprises d'une fois à l'autre. Il n'y a pas de hiérarchie visuelle entre les informations.

Les données ne sont pas ciblées.

NEWSLETTERS DES SERVICES

Caté Info : trimestrielle

Infos SDD : deux fois par an

Les lettres internes aux services représentent un travail conséquent en terme de temps et de compétences. Attention à rester vigilant à ce qui est prioritaire pour ces services.

Les Newsletters valent-elles qu'on y consacre autant de temps ? A qui et pourquoi servent-elles ? Participent-elles à développer un esprit de mission, une nouvelle évangélisation, à susciter des nouvelles idées paroissiales pour mieux transmettre la foi ?

SUGGESTIONS

Créer un intranet diocésain réservé aux engagés de l'église avec les onglets suivant : informations, agenda, annuaire, décès et nominations, intentions

de prière, propositions diocésaines (Altius, Pèlerinage, etc), propositions des associations (Foyer de Charité, Aide Eglise en Détresse), bonnes idées paroissiales, etc.

Créer des tags selon les cibles ou les sujets (catéchistes, prêtres, évènements, communiqués, etc.)

Mettre en place un mailing mensuel pour les agents pastoraux, sous forme de Newsletter (mail chimp) avec une hiérarchisation des informations et un graphisme attirant. En reprenant les onglets ci-dessus. Condenser les informations, ne pas trop rédiger.

Envoyer des mails ciblés (prêtres, agents pastoraux, catéchistes, etc.) pour les informations ciblées.

Soigner les contacts directs en présentiel ou téléphone, voir mail, soigner les relations (annoncer les nominations, prendre des nouvelles, etc.)

LA LETTRE D'INFORMATION

Mensuelle, cible les croyants.

Environ 1000 abonnés.

60% de personnes qui reçoivent la campagne et cliquent sur un lien, et environ 20% de clicks vers les vidéos (qui bénéficient de presque autant de vues par le biais des réseaux sociaux) et 10% vers les autres articles.

Sur la forme, les vidéos et les articles sont de très bonne qualité.

Un visuel vivant et jeune, des visages, des

3

couleurs, des titres simples et parlants. Sur le fond, les articles les plus lus sont les témoignages et les retours sur les évènements.

SUGGESTIONS

- Limiter les vidéos à 2 minutes pour être plus accrocheur et privilégier le format vidéo aux articles écrits.
- Choisir aussi des témoins simples, pas nécessairement engagés en église ou qui ont vécu des choses extraordinaires.
- Multiplier les témoignages autour des initiatives locales pour souligner le travail que fait déjà l'Eglise, susciter des idées, créer des synergies (pèlerinage des pères, bénédiction des couronnes de l'Avent, chapelle pour les couples en désir d'enfants, nouvelle formule de catéchèse, etc.)
- Lancer une campagne de diffusion pour inviter les paroissiens à s'abonner plus largement.

LES JOURNAUX PAROISSIAUX

Pour la majorité des paroisses, un mensuel avec le journal l'Essentiel. Un nombre d'abonnés variable mais relativement élevé encore. Moyenne d'âge 70 ans environ.

Un taux de nouveaux abonnements quasiment nul, sauf pour les paroisses qui offrent l'abonnement aux parents des parcours de sacrements.

Les paroisses rentrent juste dans leur frais ou sont déficitaires sur ce journal.

Il semble urgent de mener une étude à par entière sur ce sujet des journaux paroissiaux.

Les entretiens ont souligné le grand manque de motivation par rapport aux journaux l'Essentiel qui ne sont pas lus (même des prêtres qui utilisent l'Essentiel). Les articles doivent être envoyés deux mois avant au journal ce qui complique les diffusions d'actualités.

Mais les paroisses apprécient la formule clé en main de ce modèle.

Les paroissiens s'intéressent aux horaires de messes et aux annonces d'obsèques et de naissances en fin de journal.

Exemple à Martigny :

Après un sondage auprès des lecteurs, sur 1000 abonnés le journal a reçu 30 réponses.

Il y a eu une dizaine de nouveaux abonnés depuis 10 ans.

La paroisse fait l'objet d'une version test d'un journal l'Essentiel en version numérique.

Il semble urgent de repenser le but de ces journaux paroissiaux avant de chercher à optimiser l'outil.

Le contenu du journal répond-il à une demande des lecteurs ?

Cherche-t-on à évangéliser par ce biais-là ? A transmettre les nouvelles paroissiales ? A donner un regard vivant et neuf ? Comment les paroissiens et les jeunes s'informent-ils des évènements paroissiaux ? Quels canaux utilisent-ils ?

SUGGESTIONS

Revoir complètement le système des journaux paroissiaux selon les cibles :

- Pour les disciples :

o Pour donner des informations : un feuillet au fond de l'Eglise et envoyé par mail et/ou courrier, les infos sur le site et/ou sur une page Facebook.

o Pour faire du lien : un journal paroissial trimestriel papier ou mail, avec les retours sur les événements, les prochaines dates, des témoignages et visages de paroissiens, des reportages sur les services paroissiaux, les groupes de prière. Une architecture de journal qui peut être diocésaine avec la proposition d'un dossier diocésain au milieu.

- Pour le monde ou la famille : une page Eglise ou l'intégration d'articles dans les journaux locaux des communes avec des sujets qui touchent au kerygme, témoignages de personnes, événements traditionnels, grandes fêtes religieuses, informations culturelles ou du patrimoine. Laisser la place aux sociétés locales ! Témoigner des différents événements de la vie qui ont eu lieu en Eglise, baptêmes, communions.

LES RÉSEAUX SOCIAUX

Facebook reste le principal réseau social en Suisse, avec un Suisse sur deux connecté. Mais la moyenne d'âge augmente sans cesse, avec une moyenne autour des 35 ans.

Linkedin s'affiche comme le deuxième

réseau le plus employé, puis Instagram avec 1,5 million d'utilisateurs en 2018.¹ 90% des jeunes suisses (12-19 ans) sont inscrits sur Instagram ou Snapchat.²

De nombreuses pages Facebook et Instagram sont liées à notre diocèse :

- **Diocèse de Sion**, 200 abonnés, environ 5 publications/mois (en augmentation).

Partage des événements (JMJ, Altius), la Lettre d'Info, des articles de presse.

- **T'as où la foi**, 1 600 abonnés, une vingtaine de publications/mois. Partage d'événements, vidéos, articles presse, ...

- **Service diocésain de la diaconie**, 300 abonnés, environ 5 publications/mois.

- **Crêperie Verso l'Alto** : 100 abonnés, 5 publications/mois.

- **Pastorale de la Famille Sion**, 200 abonnés, 3 publications/mois.

- **Altius**, 80 abonnés, environ 20 publications/mois.

- **Jeunes Cathos Suisse Romand**: 600 abonnés, environ 10 publications/mois.

- **Pastorale Jeune du décanat de Sion** : 200 abonnés, 5 publications/mois.

Sur Instagram :

- T'as où la foi, 330 abonnés

- Pastorale jeunesse décanat de Sion, 260 abonnés

- Altius Formation, une centaine d'abonnés

- Actualité de vos paroisse, liée à St Augustin, 1 000 abonnés

La transmission des informations par les réseaux sociaux revêt des caractéristiques propres, elle est **accélérée, instantanée et elle peut vite devenir virale** grâce au bouton « j'aime ».

¹ Les médias sociaux en Suisse en 2018, de l'agence Frank

² Rapport JAMES 2020

Les réseaux sociaux représentent une opportunité pour l'Eglise, ils sont **un lieu de mission** :

« La communication contribue à façonner la vocation missionnaire de l'Eglise tout entière, et les réseaux sociaux sont aujourd'hui l'un des endroits pour vivre cet appel à redécouvrir la beauté de la foi, la beauté de la rencontre avec le Christ. »¹

Trois points de vigilances à retenir cependant :

- les réseaux sociaux peuvent être un lieu de division et de polémique,
- « il est également possible de s'enfermer dans une sphère d'informations qui correspondent seulement à nos attentes et à nos idées, ou même à des intérêts politiques et économiques déterminés »¹,
- « la vitesse de l'information dépasse notre capacité de réflexion et de jugement et ne permet pas une expression de soi mesurée et correcte ».¹

SUGGESTIONS

Faire de la page Facebook du diocèse la référence de toutes les autres pages.

Le premier objectif des réseaux sociaux n'est pas d'abord la publication de contenu mais la mise en relation des personnes. En ce sens, il faut que chacun puisse réagir aux messages postés.

Soigner les images (photos et vidéos).

Publier une fois par jour, créer une ligne de publications, en alternant :

- Réflexions, prières
- Evènements
- Actualités

¹ Pape François, janvier 2014

- Témoignages
- Partages de vidéos, articles
- Reportages

IDENTITÉ VISUELLE

Le Logo du diocèse :

Avec sa forme de blason, la crose et l'épée qui se croisent, le logo transmet les messages d'une institution historique, un pouvoir qui guide le temporel et le religieux. L'Eglise appartient au passé, c'est un héritage détenu par l'évêque. En effet rien n'évoque dans ce logo la multitude des visages qui constituent le diocèse, son ouverture au monde, un mouvement de vie.

Les couleurs rouge et jaune, pourraient avoir cet effet, si elles n'étaient pas dans un blason.

En graphisme le rouge est la couleur de l'ambition, de la passion, et le jaune la couleur de la fête, de la joie. Mais dans un blason, le rouge c'est l'attachement à la patrie et le jaune l'or, la noblesse.

Il n'y a actuellement aucune charte graphique (ensemble des règles qui définissent les couleurs, la typographie, les logos). Chaque service diocésain a son propre logo.

Il est essentiel de créer un graphisme commun aux services diocésains pour :

- **harmoniser** les supports de communication et être cohérent,
- **positionner** ce qui est d'Eglise et être facilement identifiable comme tel,
- **véhiculer** une image maîtrisée.



ANALYSE DES OUTILS

EN SYNTHÈSE

Les outils actuels analysés ci-dessus nourrissent tous la foi des croyants. Il est essentiel de repenser un outil pour mettre en route les non-croyants: un support qui soit un lieu d'évangélisation, qui touche le monde.

Identifier les groupes de personnes et le type de dialogue

Avant de chercher à optimiser les outils existants, il est nécessaire de se poser la question de leurs buts et du groupe de personnes à toucher. Il faut absolument inverser notre mouvement, partir des besoins du monde pour construire les outils adaptés. Plutôt que de nous focaliser sur le message à transmettre, demandons-nous quel type de dialogue on veut créer : sondage, discussion, silence, action, information ...

Par exemple : Les disciples ont besoin d'être nourrit dans leur foi, de recevoir les actualités paroissiales et de se sentir en famille. Quels espaces de dialogue répondent à ces demandes ? Quels canaux sont à privilégier ? Instagram, un site web, un magazine mensuel, un quotidien, une émission de radio ...

Mettre en place une stratégie cross-média

La communication actuelle est sans cesse en mouvement, le « print » laisse place très rapidement aux multiples communications numériques.

Quelques caractéristiques de cette communication numérique : l'information vient souvent d'en bas, elle est rapide, virale, tous les médias convergent sur le web, l'information se déclinent sous de nombreuses formes, elle est gratuite ...

Le cross-média est une réponse nécessaire pour faire face à ces changements.

« L'enjeu d'une stratégie Cross-Media est de favoriser les synergies entre les médias, permettant d'améliorer l'impact d'un message. Ce message pourra être mieux ciblé en fonction de la typologie du destinataire (tranche d'âge, région, goûts, heure

d'écoute etc.), voire personnalisé et interactif. Par exemple, un message papier peut renvoyer sur un site internet, proposant le téléchargement d'une vidéo, l'achat de livres, l'abonnement à un service SMS... »

Dans notre cas, le cross média permet de faire le lien entre les différents outils, de créer des synergies, d'éviter de travailler en doublon, d'optimiser nos forces.

Par exemple : Créer un gabarit commun pour tous les sites paroissiaux. Reprendre des articles de journal paroissial pour le site diocésain, la page Facebook ou la lettre d'information, choisir des thèmes.

En Eglise le Cross-média pourrait devenir « the cross is the media ». C'est en effet d'abord la Croix qui transmet et comme le Christ est médiateur, à nous d'être média pour aimer avec son regard.

Vouloir communiquer ensemble

« Jouez en équipe ! L'efficacité de la pastorale de la communication est possible en créant des liens, en faisant converger autour de projets partagés une série de sujets ; une « unité dans les objectifs et les efforts » . Nous savons que cela n'est pas facile, mais si vous vous aidez ensemble à faire équipe tout devient plus léger et, surtout, même le style

de votre travail sera un témoignage de communion. »

Cet appel fait bien entendu aussi écho à celui du synode à « marcher ensemble » : « Sommes-nous disposés à vivre l'aventure du cheminement ou, par peur de l'inconnu, nous réfugions-nous dans les excuses du "cela ne sert à rien" ou du "on a toujours fait ainsi " ? »

On observe une tendance au « laisser faire » dans le diocèse. Les différents protagonistes de la communication sont libres de faire comme elles veulent et comme elles peuvent en matière d'information. Les paroisses écrivent ce qu'elles veulent dans le journal paroissial, la page Facebook du diocèse publie ce qu'elle souhaite et les brochures des différents services diocésains envoient leurs journaux.

Vouloir communiquer ensemble nécessitera donc d'abord de répertorier et rassembler tous les protagonistes de la communication diocésaine dans un projet commun. Cela signifie forcément la création d'un organe de coordination.

Clarifier et simplifier les process

Cet organe sera nécessaire pour simplifier et organiser des processus de diffusion de l'information.

Clarifier par exemple ce qui relève des informations internes générale,

spécifique, du monde ou du disciple. Les services diocésains, paroisses, mouvements, ont besoin de savoir où et comment diffuser facilement et largement les informations.

En amont des événements diocésains, par exemple l'ouverture du synode, on peut réunir différents acteurs (site, réseaux sociaux, journaux paroissiaux, etc) et que chacun annonce comment il peut diffuser l'information sur son propre canal et sous la forme qu'il souhaite (interview, reportage, portrait, vidéo etc).

Repenser les médias du diocèse pour être plus efficace et moins coûteux !

Revoir la communication diocésaine dans son ensemble pour toucher le monde plus largement, être plus efficace et optimiser les coûts.

Les outils diocésains pourraient par exemple se partager comme suit :

- **Une chaîne de journaux paroissiaux** co-rédigée entre le

diocèse et les paroisses.

Un mensuel avec l'agenda pour le mois qui parle de l'Eglise pour l'Eglise.

Il pourrait y avoir un dossier central édité par le diocèse (agenda, information, reportage etc.) et d'autres pages à disposition des paroisses.

Il pourrait être simplement en version numérique et imprimable par les paroisses.

- **Un journal gratuit largement diffusé** 4X par an pour parler de tout le monde et du monde avec un regard chrétien (ex : version test à Noël, invitation à visiter la crèche, etc.) Sur le modèle du journal l'1visible.

- **Un réseau de sites internet** dont le site diocésain et des sites associés (sites de services, de mouvements, d'associations, de secteurs pastoraux, de paroisses, de communauté etc.)

- Les réseaux sociaux, le lien avec la presse, ...



+
CLAIRE



+
CIBLÉ



+
SIMPLE



+
EFFICACE

ANALYSE DES

REVUES DE PRESSE



LA PAGE EGLISE DU NOUVELLISTE



160 000

LECTEURS QUOTIDIEN

1/2

VALAISAN

Chaque week-end une page à disposition de l'Eglise (une fois par mois pour l'Eglise réformée). Des actualités à droite, un « à propos » en fond de page, écrit une fois par mois par Mgr Lovey, une méditation et un article de fond. La page Eglise n'est pas mise en ligne sur l'application ou sur les réseaux sociaux du Nouvelliste.

Avec environ 160 000 lecteurs quotidiens, le Nouvelliste représente pour l'Eglise une opportunité immense ! Un valaisan sur deux lit ce journal. C'est donc vraiment comme un tout public qu'il faut le concevoir.

Aujourd'hui la page Eglise du Nouvelliste se présente pourtant comme une revue diocésaine pour les croyants :

- **Les titres** reflètent déjà la cible choisie : « ouverture de la phase diocésaine du synode », « Veillée de prière », « les évêques en visite ad limina », « Récollecion d'Avent », « Une école d'oraison » etc.

- L'appellation « gens d'Eglise » pour les articles principaux est surprenante, va-t-on parler des gens qui constituent l'Eglise ou des sujets

qui concernent les « gens d'Eglise » ?

- **Les thèmes** choisis pour les articles sont pour les croyants : le Synode, la nouvelle traduction du Missel, la visite des évêques à Rome, le Congrès Mission etc.

- **Les actualités** sont elles aussi un agenda des croyants du diocèse : Parcours des Béatitudes, du Foyer de Charité, Pèlerinages, Samedis du synode, conférence Altius etc.

- **Les illustrations** choisies sont primordiales, elles occupent 1/6ème de l'espace, elles attirent le regard au premier coup d'œil et donnent envie de lire le titre.

Elles sont souvent des objets, historiques : pierres, missel etc. Parfois marquantes (le vélo corbillard, le croquis du pape qui écoute les personnes à l'ambon) mais le plus souvent assez neutre ou de mauvaise qualité.

- Cependant **les citations** en haut de la page ne sont pas spécifiquement pour les croyants : tantôt d'Eglise avec une citation du Pape François, tantôt de spiritualités autres Lao Tseu, Bob Marley, tantôt philosophiques ou littéraires. On ne sait pas très bien quel est l'objectif recherché à travers ces citations.

SUGGESTIONS

Repenser le journal comme un tout public, qui puissent rejoindre les non croyants !
Une porte d'entrée vers une relation avec le Christ.

Deux aspects paraissent alors essentiels :
montrer le beau et être accessible.

On pourrait reprendre les codes du journal l'Invisible : ¹

- être **une porte d'entrée dans la foi** : à travers des témoignages, des conversions, des actualités positives, etc.
- être **une porte d'entrée dans l'Eglise**, elle est vivante, source de Charité : à travers des reportages qui montrent l'action de l'Eglise
- être **une porte d'entrée dans la culture chrétienne** qui élève l'homme : à travers des focus historiques, la beauté de notre patrimoine et de nos traditions.

Les titres et les images doivent être soignées, privilégier au maximum des visages, reflet d'une Eglise qui vit !

L'ANALYSE DES REVUES DE PRESSE

L'analyse des revues de presse de l'Eglise ces derniers mois a montré que deux sujets font principalement parler de l'Eglise dans les journaux de Suisse romande de manière générale :

- Les sujets de société : les abus sexuels, l'homosexualité, la baisse du nombre de pratiquants.

- Le pape dont l'image est positive, l'ouverture du synode, la proximité aux pauvres, etc.

Dans le diocèse de Sion on distingue plusieurs centres d'intérêt médiatiques :

- **Le patrimoine et l'histoire** : les 50 ans d'Hérémences, les rénovations d'église (Collonge, Finhaut, St Martin ...), la fête Dieu. L'image de l'église diocésaine apparaît alors comme plutôt positive et « historique ».
- **Les sujets de société** : mariage pour tous, homosexualité, COVID et églises, environnement avec l'Action de Carême, migrants... lorsque l'Eglise intervient dans les grands débats de société, elle a sa place, on l'interroge.
- **Le service des pauvres** : visites d'hôpitaux, maison de la diaconie, réfugiés, migrants, Christmas Box ... L'Eglise présente alors une image positive.

Les médias identifient souvent l'Eglise diocésaine à l'évêque et cherchent à l'interroger.

En s'appuyant sur les centres d'intérêt des journaux pour l'Eglise, on pourrait multiplier les reportages sur les initiatives de l'Eglise, la charité existe et elle se vit concrètement !

Par exemple : Sierre Partage, les vestiaires paroissiaux, Christmas Box, NoLoCo Partage, les chauffeurs bénévoles etc.

¹ Journal mensuel d'information, catholique et gratuit, 1,2 millions d'exemplaires chaque année

L'EXEMPLE DU MARIAGE POUR TOUS

En septembre dernier le peuple suisse était appelé à voter sur la loi pour le mariage pour tous. Dans ce contexte, les médias suisses interrogaient la position de l'Eglise.

On perçoit bien l'impossibilité pour les médias d'entendre une position aussi « morale » que celle du mariage pour tous. Rien d'anormal, « dans les étapes initiales, les personnes n'ont pas besoin d'explication sur le contenu de la foi ou de la vie morale. Ces explications ne peuvent être véritablement comprises tant qu'une vraie rencontre avec Jésus Christ n'a pas eu lieu. Sinon elles risquent au contraire d'avoir des effets négatifs : discussions sans fin, divisions, attitudes moralisatrices. »¹

C'est ce qu'on comprend bien dans l'article du Matin : « Valais, des étoiles repeintes aux couleurs de l'amour gai »², ou celui du 20 min : « Bourg St Pierre, dans le village, seules deux personnes s'affichent comme homosexuelles »³

Dans ce sens, les arguments contre le mariage pour tous ne pouvaient être entendus que d'un point de vue naturel, humains ou philosophique. Il était juste que l'Eglise se positionne ainsi.

D'ailleurs comme le rappelait Mgr Vingt-Trois en 2012 en France, quatre pièges

sont à éviter dans ce débat :

- le débat n'est pas d'abord politique
- le modèle familial défendu n'est pas une vision exclusivement catholique
- le débat n'est pas idéologique ou homophobe, mais bien juridique
- l'égalité n'est pas la similitude, l'importance de parler du droit à l'enfant⁴

Dans l'interview dans le Nouvelliste, les réponses de Mgr Lovey font appel à des arguments réalistes et en ce sens ils sont recevables et claires.⁵

Lors du débat sur la RTS Mgr Lovey rappelle très justement la distinction actes et personnes et explique que l'Eglise à son mot à dire sur le mariage pour tous, parce que les arguments vont au-delà d'une question de foi. Mais par la suite le premier argument donné est repris de la Genèse. L'évocation d'une source aussi spirituelle clôt toute la suite du débat, elle positionne chacun sur un domaine de dialogue différent qui rend impossible la discussion.⁶

EN CONCLUSION

Le travail médiatique pour l'Eglise est essentiel et le diocèse bénéficie d'un large potentiel. Mais le manque de synergies entre les acteurs diocésains et la confusion sur les cibles rend la communication moins percutante.

¹ « Changer, guide pratique et passionné pour des paroisses transformées », Editions Emmanuel, 2021

² Le Matin, 27 août 2021

³ 20 minutes, 29 septembre 2021

⁴ Le Figaro, 11 septembre 2012

⁵ Le Nouvelliste, 8 septembre 2021

⁶ RTS, FORUM, le Grand débat : mariage pour tous, 10 septembre 2021



ANALYSE

DES ENTRETIENS

22

ENTRETIENS
MANIFESTENT D'UNE
VRAIE COOPÉRATION

Les divers entretiens menés révèlent des tendances communes.

- D'abord **un réel intérêt** à répondre à mes questions et à engager un dialogue. Sauf une personne, toutes les autres ont répondues favorablement à mon invitation. Sur l'heure d'entretien prévue nous avons souvent passé deux heures.

- Toutes les personnes rencontrées manifestaient **le besoin d'être entendu** et le désir d'être suivi.

- L'évêque apparaît comme « proche », « simple », « facile à contacter ».

- On m'a beaucoup parlé du désir de plus « d'unité », de « créer du lien », de « faire cohésion ».

- La compréhension des outils de communication existants est confus, quelles différences entre la Lettre d'Information, l'InfoSion, et les mails. « On transmet l'information au hasard », « on ne sait pas à qui transmettre », « on n'a pas de règles ».

- Il semble que peu de personne fasse remonter les informations plus haut (informations personnelles, événements paroissiaux, etc.), sauf certaines par mail à Pierre-Yves Maillard. Finalement le schéma de communication qui semble le plus fonctionner en interne est la transmission d'information par contact direct.

- L'image de l'Eglise semble mitigée, tantôt incomprise dans ses positions sur des sujets de société, elle a mauvaise presse avec les scandales actuels. Mais le Pape est apprécié, l'Eglise est reconnue œuvre de charité, la relation des personnes avec l'Eglise est très dépendante du lien qu'elles ont avec leur curé.

Je boucle souvent les entretiens en interrogeant les personnes sur le rêve qu'ils auraient par rapport à leur mission. Étonnamment les salariés de l'Eglise (agents pastoraux, prêtres) ont beaucoup de peine à donner une réponse, ou alors une réponse qui est très pragmatiques et pas de l'ordre du rêve. Alors que les personnes non-contractuelles ont des visions très créatives.

Enfin les divers entretiens ont fait apparaître **un souci majeur de « manque de motivation »**.

Trois facteurs de démotivations ont pu être diagnostiqués :

- le manque de reconnaissance du travail effectué
- le sentiment que les décisions sont imposées sans concertation préalable
- le besoin d'être écouté puis reconnu dans les projets, visions, propositions.

Au vue de tout ce qui a pu être analysé avant, on peut établir le diagnostique interne ci-dessous.

FORCES

- L'Esprit -Saint, l'Évangile, l'Eucharistie, la prière
- La capacité de porter une parole d'Espérance, de miséricorde, de Vie
- L'engagement de chrétiens dans les institutions de soins ou dans des initiatives sociales de proximité (aide alimentaire, vestiaires sociaux, etc)
- Les visites de l'évêque, sa proximité avec tous
- La motivation d'un réseau de jeunes, ancrés, actifs
- Le nombre de personnes engagées, bénévoles
- Les espaces de communication disponibles
- Certaines paroisses encore très vivantes
- L'intérêt des disciples à se former, se nourrir
- Les nombreuses pages Facebook ou Instagram qui manifestent une Eglise vivante
- L'ouverture et la demande des engagés d'Eglise à être suivi, aidé, motivé

FAIBLESSES

- Le manque de synergie, d'unité entre les différents acteurs diocésains
- Le manque de motivation des agents pastoraux
- Le manque de vision globale des moyens de communication
- Le manque de recul pour cibler et adapter le discours ou l'outils de communication en fonction du public
- Le manque ou l'absence d'outils pour évangéliser
- Le manque de professionnels sur certaines fonctions supports (site, graphisme, RH etc.)
- Le manque d'optimisation des forces existants
- Le graphisme, l'image véhiculé par certains outils, le site ou le logo

Dans son livre « Le dialogue à la portée de tous...(ou presque) », Denis Gira nous présente les amis du dialogue : le respect, l'humilité, l'amitié, la patience, l'écoute et ses ennemis : le silence, la peur, le savoir, l'orgueil, le mépris. Ils sont aussi des bons indicateurs des forces et faiblesses de notre diocèse en terme de communication.¹

¹ « Dialogue à la portée de tous ... ou presque », Dennis Gira, Broché



COMMUNIQUER PAR CIBLE

«FAIRE FAMILLE»

CIBLE	OBJECTIF	BESOINS	MOYENS
Personnel de l'évêché	« Une Eglise communion » ¹	Etre partie prenante du message de l'Eglise pour le monde	Des réunions du personnel, des moments conviviales Une communication informelle accrue
Doyens et responsables de services	« Une Eglise de bons pasteurs qui cheminent ensemble » ¹	- Travailler en synergie total - Poursuivre un même but - Mutualiser ses efforts - Etre des relais efficaces du monde	- Multiplier les temps de dialogue informel - Privilégier les échanges personnels, mails, téléphones - Mettre en place des temps fraternels, gratuits - Travailler ensemble sur des projets communs !
Agents pastoraux	Une Eglise « de missionnaires passionnés, dévorés par l'amour de porter à tous la parole consolante de Jésus et sa grâce régénérante.» ¹	- Travailler dans un but commun - Faire corps en Eglise - Etre sans cesse remotiver, booster dans ses missions - Etre « challenger » sur les résultats à obtenir - Partager les bonnes idées	- Fiche de mission - Cibler des objectifs - Temps de relecture - Temps de formations - Temps de partage, d'innovations - Une Newsletter interne de qualité - Privilégier les mails pour des informations ciblées

¹ Pape François

« LA NATURE INTRINSÈQUE DE L'ÉGLISE EST MISSIONNAIRE »

CIBLE	OBJECTIF	BESOINS	MOYENS
Pratiquants	« Une Eglise qui facilite la foi et non une Eglise qui la contrôle » ¹	- Se sentir fier et heureux d'appartenir au Christ - Etre formé complètement - Avoir des lieux ressources accessibles - Etre accompagné dans la transformation de sa vie	- Créer des fraternités - Soigner la vie paroissiale - Créer des lieux d'échanges fraternels, apéritifs, partages d'intentions de prières, etc. - Ouvrir la dimension spirituelle aux autres dimensions de la vie (bénédictions des nouvelles mamans, anniversaires de mariage, etc.) - Prendre le risque de quitter le « on a toujours fait comme ça » pour être ouvert aux besoins du moment - Etre une Eglise qui propose une expérience vivante (et non des traditions historiques) - Confier des responsabilités - Faire lien à travers des journaux paroissiaux - Mettre en place des réseaux sociaux paroissiaux, un site dynamique - Valoriser les engagés bénévoles
Disciples missionnaires	Une Eglise « qui soit vraiment au service de Dieu et de l'annonce de l'Évangile » ¹	- Se mettre au service de la communauté - Se sentir responsable de l'annonce de l'Évangile dans son lieu de vie - Etre force de proposition - Déployer ses charismes - Etre moteur et avoir un terrain pour mettre en œuvre	- Aider le disciple à trouver quels sont ses dons et lui confier une charge - Préférer un déploiement des talents à une formation en Eglise - Les solliciter et leur laisser un espace de liberté pour déployer leurs talents - Former les disciples à travers des conférences, rencontres, etc. - Mettre en place des temps de relecture et d'envoi en mission avec des objectifs ciblés dans l'action et le temps

¹ Pape François

UNE EGLISE AUX PORTES OUVERTES

CIBLE	OBJECTIF	BESOINS	MOYENS
Le tout public ... proche	« Un Eglise qui accompagne le chemin » ¹	- Etre accueillie dans des bonnes conditions - Entendre que Jésus l'aime - Se tourner vers Dieu - Pouvoir exprimer ses besoins - Avoir un lieu d'écoute	- Multiplier les propositions intermédiaires, autres que la messe (Alpha, dimanche autrement, prière des mères etc.) - Faire vivre une expérience de foi aux parents des sacrements - Soigner l'accueil dans les églises - Diffuser dans les journaux communaux des témoignages, expériences de foi
Le tout public lointain	« Une Eglise qui sort à la rencontre de son peuple » ¹	- Avoir des lieux d'amitiés, d'écoute - Avoir un lieu de consolation - Répondre à ses besoins premiers - Voir que l'Eglise est vivante et charitable	- Maintenir et communiquer autour des pastorales populaires traditionnelles (processions, fêtes, etc.) - Employer un vocabulaire qui les rejoint - Travailler des sujets du monde avec un regard chrétien (journaux, débat, etc.) - Etre présent dans leur lieux de vie (écoles, café, sports etc.)
Jeunes	«Je vous demande d'être révolutionnaire, d'aller à contre-courant.» ¹	- Etre entendu - Créer une relation de confiance - Faire des expériences - Créer des fraternités	- Laisser les jeunes agir, leur faire confiance - Leur donner une vraie place en Eglise - Développer les lieux de présence, café, cure ouverte, réseaux sociaux...

¹ Pape François

ET MAINTENANT

QUELLES PRIORITÉS ?



1

SOIGNER LA COMMUNICATION INTERNE

A travers les entretiens, il semble évident que la priorité à mettre en place est celle du domaine de la communication interne.

Les prêtres, les laïques engagés mais aussi les catholiques de notre Eglise ont soif de fraternité, de liens, d'unité. Au terme des entretiens on entend une grande solitude des engagés en Eglise face au monde si loin de Dieu, mais aussi face à leur charge en Eglise pour laquelle ils avancent seuls : « Chacun avance dans son coin », « nous ne sommes pas une famille », « nous sommes trop différents pour avancer ensemble », « on ne se connaît pas » etc.

Autant de signaux qui alertent sur la santé de l'unité de notre Eglise. Or la communion en interne est le prérequis nécessaire à tout autres actions missionnaires.

On peut relever deux conditions à une bonne **communion interne : une bonne communication et poursuivre un but commun.**

Des questions se posent aussi sur le fait de salarier les prêtres et les agents pastoraux de notre diocèse.

- Doit-on nécessairement avoir une

formation en Eglise pour un être un bon agent pastoral ? pour construire notre Eglise et annoncer le Christ ?

- Et la formation suffit-elle à former de bons agents pastoraux ? Missionnaires ? Compétents ?
- Quels talents et outils sont nécessaires pour quels charge d'Eglise ?
- Comment concilier un appel à se donner pour certaines tâches pastorales et la nécessité d'avoir des compétences professionnelles ?
- Aujourd'hui dans notre diocèse, quels groupes, communautés, associations portent le plus le message de l'Eglise, suscitent des conversions, nourrit ses membres ?

Suggestions : le fonctionnement d'autres diocèses peut nous éclairer sur un point. Il est essentiel d'avoir des personnes compétentes, professionnelles et donc salariées pour les domaines techniques, de supports (graphiste, journaliste, logistique, responsable de site internet, vidéaste, musiciens etc.). Ils doivent travailler étroitement avec des personnes engagées qui portent la vision pastorale, le souci missionnaire mais qui ne sont pas nécessairement (pas du tout ?) salariés.

« C'est à l'amour que vous aurez les uns pour les autres qu'ils reconnaîtront que vous êtes mes disciples »

JEAN 13 -35

TRAVAILLER ENSEMBLE

Pour faire fraternité, il faut travailler ensemble. Il est nécessaire de **construire des projets transversaux communs** aux équipes, aux prêtres, aux paroisses sous la forme d'événement ponctuel ou de travail de fond. C'est à travers ces occasions de travail commun que pourra se développer une connaissance mutuelle, une découverte des talents de l'autre, un vrai dialogue.

Par exemple : une journée pour les parents d'enfants baptisés dans le diocèse, une journée pour les fiancés, une soirée pour les jeunes mariés avec des outils concrets, un projet de rédaction d'un article, un partage sur la préparation de la Toussaint.

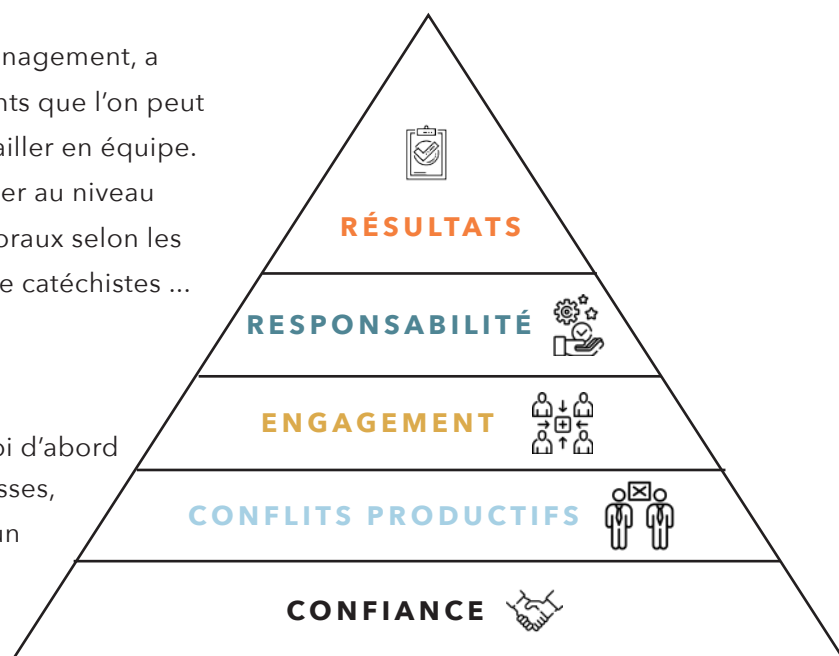
LA PYRAMIDE DE LENCIONI

Patrick Lencioni, catholique, consultant en management, a développé une pyramide des 5 comportements que l'on peut assimiler à des niveaux de maturité pour travailler en équipe. Chaque niveau doit être acquis avant de passer au niveau supérieur. On parlera en terme d'agents pastoraux selon les propositions entre prêtres, entre laïques, entre catéchistes ...

La confiance



Elle nécessite une grande connaissance de soi d'abord pour avoir confiance dans ses forces et faiblesses, puis une confiance mutuelle. Il faut que chacun accepte de montrer sa vulnérabilité et qu'il a besoin des autres.



- Multiplier **les occasions de temps gratuit**, des temps d'échanges, de prières. Ex : soirées de prière et apéritif pour les prêtres, repas de Noël entre les assistants pastoraux de chaque paroisse, des temps de Team Buildings etc.

- **Rendre l'évêché ouvert**, accueillant, à disposition de tous, pour discuter, travailler, rencontrer. Les différents services, responsables doivent pouvoir travailler à même endroit, se rencontrer, partager, etc.

- Avoir le souci de **porter chaque agent**

pastoral dans toute sa personne (santé, morale, famille etc.) Privilégier un contact direct ou un mail, sms etc. Surtout pour les prêtres qui se sentent vite seuls face à leurs soucis de santé, de paroisse, de famille.

- **Hiérarchiser les étapes des personnes à informer** en interne et en externe : Exemple : avant de publier médiatiquement sur le chanoine grand-père, rencontrer les équipes, avant la nomination d'un curé, rencontrer ceux en place ou l'équipe du secteur etc.

- **Remercier, encourager**, valoriser les actions, initiatives, projets personnels ou des paroisses.

Ex : féliciter pour les actions laïques mise en œuvre récemment (pèlerinage aux 3 Maries, ALTIUS, Christmas BOX), encourager celles qui sont en cours (Teen star, bénédiction des couronnes de l'AVENT, week-end retraites Cénacle pour les couples). Souligner ce qui participe même indirectement à construire l'Eglise.

- Mettre en place des tests de personnalité, profil missionnaire¹, des outils de connaissance de soi, de coaching et de mesure de la santé du groupe.

La confrontation



Prendre le temps de revenir sur les situations difficiles, ouvrir les débats d'idée, confronter les points de vue pour mieux se comprendre et avancer ensemble.

En entretien certains ont l'impression que « les décisions sont imposées par en haut » sans discussion préalable

- **Ouvrir les discussions sur les sentiments, les émotions, les besoins** et les demandes.

Ex : commencer les réunions des doyens ou des services par un tour de table avec ce que chacun porte de difficile et de joyeux ces derniers temps, oser questionner sur le ressenti de chacun dans cette période de COVID sans chercher à proposer des résultats immédiats

- Prendre le temps de comprendre les

besoins de chacun et de chaque groupe (prêtres, aumôniers, doyens, responsables de service, catéchistes etc.)

- **Prioriser les sujets de discussions**

cruciaux, trouver rapidement des solutions, avancer !

- **Se former ensemble** sur des sujets transversaux pour s'ouvrir à la réalité de l'autre

Ex : un groupe de travail de prêtres pour comprendre les différentes générations, présentation d'un service comme l'aumônerie des prisons aux autres agents pastoraux.

L'engagement



Il faut aller de l'avant, ne pas être tiède et mettre en place des actions concrètes qui répondent aux objectifs fixés.

- Mettre en place pour chaque engagé **un cahier des charges**, adapté, challengeant, avoir des objectifs annuels, prioriser les actions, mettre en place des échéances.

- **Déployer chacun à sa bonne place**, selon ses talents et ses aptitudes professionnelles.

Ex : notre diocèse compte des journalistes formées, des bons communicant, des vidéastes, des webmaster, des témoins édifiants etc.

- **Etre réactif, oser**

Ex : d'un point de vue média, il faut être en avance des sujets de société, communiquer sur un événement dans les jours qui suivent, pas un mois après (Mission 2021).

¹ <https://www.monprofilmissionnaire.com/>

La responsabilité



A un chef d'entreprise qui voulait lui donner sa fortune Mère Térésa lui répond : « vous ne pouvez rien me donner, tout vous a été confié »¹. Il est de notre responsabilité de faire fructifier ce qui nous a été confié :

- Développer chez chacun la responsabilité de faire avancer le but commun qu'on s'est fixé, accepter de **remettre en question** ce qui se fait
- Ex : travailler les outils mis en place en terme de résultats : nombre d'abonné du journal paroissial ? Nombre de pratiquants après les parcours de la confirmation ? Quel nouveau dynamisme paroissial avec les conférences de carême ?

- **Cibler les tâches chronophages** pour l'Eglise

Ex : gestion du site internet, création d'un flyer, etc.

- **Inverser le mouvement**, construire depuis le monde des propositions qui répondent à des réels besoins
- Ex : Combattre un désengagement, un fatalisme des prêtres ou des laïques contre la société : « les gens sont indifférents », « ça n'intéresse personne ».

Les résultats



Régulièrement chaque entité de l'Eglise doit analyser ses résultats et s'ajuster.
Ex : les conseils de communauté des paroisses, les services diocésains, les agents pastoraux, etc.

SUIVI DES RESSOURCES HUMAINES

Si on doit définir une priorité pour l'Eglise aujourd'hui se serait la mise en place d'un vrai suivi RH pour chaque engagé, distinct des entretiens périodiques mis en place lors des visites pastorales.

Les suivis des agents pastoraux par les curés de paroisse créent une confusion spirituelle, professionnelle, psychologique. En entretien, j'ai entendu l'impossibilité pour les prêtres de mener à bien cette responsabilité. Les laïques demandent quant à eux un vis-à-vis extérieur, neutre.

LA PLACE DES JEUNES

Il est essentiel de créer une relation de confiance avec les jeunes, de leur faire une vraie place. Collaborer avec les jeunes pour les jeunes.

« Faire de l'Eglise la maison et l'école de la communion : tel est le grand défi qui se présente à nous dans le millénaire qui commence, si nous voulons être fidèles au dessein de Dieu et répondre aussi aux attentes profondes du monde. (...) Avant de programmer des initiatives concrètes, il faut promouvoir une spiritualité de la communion, en la faisant ressortir comme principe éducatif. »²

¹ JR Ouimet, tout vous a été confié, Presse de la Renaissance, 2008

² Jean-Paul II, Lettre Apostolique Novo millennio ineunte, n° 43



UNE ÉGLISE QUI ANNONCE LE CHRIST

En 8 ans, le diocèse du Valais perd 20% de baptisés, si on estime encore à 7% - 8% le nombre de pratiquants réguliers, avec une moyenne d'âge élevée, on sait que **l'urgence est dans l'évangélisation.**

AGIR AVEC LES AUTRES ET PAS POUR LES AUTRES

Il est urgent de sortir des projets pastoraux créés en interne de nos groupes ou paroisses sans vis à vis des besoins extérieurs. Ces situations conduisent bien trop souvent à **optimiser des outils ou des propositions sans chercher pour quel but.**

Si une conférence proposée par une paroisse n'attire personne, ce n'est peut être pas seulement que la communication est mauvaise, mais peut-être ne répond elle simplement pas à un besoin du monde.

A l'inverse le café Verso l'Alto fonctionne parce qu'il est un lieu d'accueil chrétien, qui dit l'Eglise depuis le monde.

Il est essentiel d'être à l'écoute de ce monde, de créer des pôles qui font

remonter au diocèse ce qui se vit en bas, quelles réalités ont besoin d'être entendues. Les prêtres sont en ce sens une bonne oreille de ce qui se vit sur le terrain.

ETRE EN SUPPORT

Il est nécessaire de créer des outils diocésains « clés en main » au service des groupes, associations, services diocésains, paroisses.

Le diocèse pourrait proposer soit de prendre en charge certains services, soit de former et déléguer en paroisse, soit créer des pôles supports (web, communication etc.)

Mettre en place :

- **Des équipes missions** pour faire dialoguer, créer des synergies au sein des paroisses autour de la mission, partager les initiatives autour des mêmes objectifs (jeunes, familles, personnes âgées etc.)
- **Des outils de communication à disposition** (journal, graphisme, réseaux sociaux, communiqué de presse)
- **Des tutos** : facebook, Whatsapp, gestion d'événement, relation presse :

« Je le répète souvent : entre une Église accidentée qui sort dans la rue, et une Église malade d'autoréférentialité, je n'ai pas de doutes : je préfère la première. »

PAPE FRANÇOIS

«La force d'attraction de Jésus sur ceux qui le rencontrent dépendait de la vérité de sa prédication, mais l'efficacité de ce qu'il disait était indissociable de son regard, de son comportement, et même de ses silences.»

PAPE FRANÇOIS

PROCESSUS PASTORAUX

Le pape dans son exhortation *Evangelii Gaudium* invite vraiment à mettre en place des « processus ». C'est à dire **des étapes de conversion** pour faire grandir les non croyants pour devenir pratiquant et les pratiquants pour devenir disciple-missionnaire et porter du fruit ! Le processus pastoral est nécessaire pour avoir des propositions au plus proche des besoins spirituels des personnes.

La messe, par exemple n'est pas une proposition accessible à tous. Nos paroisses portent bien la messe, mais il faut absolument développer des étapes « intermédiaires ».

L'accès aux sacrements est une des portes d'entrée pour rejoindre les non croyant car les personnes sont en demande vis-à-vis de l'Eglise. Il faut travailler à faire vivre une expérience spirituelle aux enfants et aux parents qui inscrivent leurs enfants aux parcours de sacrement. Puis, il est nécessaire d'avoir des propositions autres que la messe pour faire suite (Alpha, fraternité, soirée de louange, de guérison etc.)

Le constat est en baisse mais le potentiel est encore présent : 1500 baptêmes par an dans le diocèse. Si la répartition était à égal par paroisse (150 paroisses environ), ça laisse un potentiel d'une dizaine de nouvelles familles pratiquantes par année !

LA COMMUNICATION NON-VERBALE

La communication « non-verbale » dit tout autant que la parole, si ce n'est plus.

Que dit aujourd'hui notre Eglise par son attitude ?

Des messages positifs :

- un évêque accessible, ouvert, proche
- des œuvres concrètes de charité avec le Verso l'Alto, les Christmas Box

Les bâtiments de l'Eglise:

L'évêché, donne un message nuancé. Au cœur de la ville, un grand bâtiment fermé, avec une plaque dorée pour symabôle d'une église qui se veut pauvre, proche de tous, ouverte ...

On imaginerait volontiers :

- Un lieu de vie, d'échange, un « café joyeux », solidaire, qui embauche des personnes porteurs de handicapes, qui soit ouvert à tous, où l'on puisse côtoyer des prêtres, l'évêque, des touristes, des travailleurs, loin ou proches de la foi.
- Des salles de réunion, un espace de co-working ouvert à tous
- Des évènements dans les jardins
- Tous les services diocésains réunis au même endroit, ils poursuivent le même but, il est nécessaire qu'ils se côtoient !

Par analogie les paroisses doivent être pensées sur ce modèle. Créer des lieux d'échanges, des espaces ouverts et accueillants dans chaque paroisse.

POST-IT

EN 4 POINTS

ENGAGER UNE STRATÉGIE EN COMMUNICATION

Pour les prochaines années

POURSUIVRE UN MÊME BUT

Travailler ensemble, faire fraternité, collaborer, mettre en place des projets transversaux

CIBLER LES COMMUNICATIONS

Adapter le vocabulaire, les thèmes, comprendre les besoins et adapter les propositions

PARTIR DES BESOINS DU MONDE

Afin d'être sûr d'agir dans le bon sens, et de ne pas confondre objectifs et moyens

ETRE EN «SUPPORT»

Créer des postes, des fonctions supports au niveau diocésains pour ce qui est technique.

PROCHAINES ÉTAPES :

1 CIBLES

Etablir une cartographie de nos destinataires

Doit parler à tous mais ne peut pas parler à tout de la même manière

2 BUTS

Réfléchir aux étapes que nous voulons leur faire franchir

3 MOYENS

Choisir les moyens de communication en fonction

