

Assemblée des délégués du 18 au 20 juin 2017 à Berne

Mutualisation de la communication de l'Église en Suisse : rapport complémentaire 2017

Proposition

L'Assemblée des délégués prend connaissance du rapport complémentaire « Mutualisation de la communication de l'Église en Suisse » 2017/1, conformément au mandat de l'AD d'automne 2016.

Berne, le 5 avril 2017
Fédération des Églises protestantes de Suisse

Le Conseil
Le Président
Gottfried Locher

La Directrice du Secrétariat
Hella Hoppe

Sommaire

1	Contexte, opportunités et rôle de la FEPS.....	3
1.1	Les opportunités offertes par une communication coordonnée à tous les niveaux ...	3
1.2	Conséquences pour les niveaux supérieurs et pour le rôle de la FEPS	3
1.3	Autres acteurs nationaux	4
2	Aperçu des mesures	4
2.1	Les principales mesures	4
2.2	Autres mesures	5
3	Champ de communication 1 « définition des thématiques ».....	6
3.1	Opportunité.....	6
3.2	Coordination de la surveillance (monitorage)	6
3.3	Identification précoce de thèmes et développement rapide de positions	6
3.4	Mesures de coordination de la procédure	7
3.5	Taskforce pour la communication de crise	7
4	Champ de communication 2 « communication commune avec les collaboratrices et collaborateurs ecclésiiaux »	8
4.1	Publications pour collaboratrices et collaborateurs ecclésiiaux.....	9
4.2	Publications journalistiques pour collaboratrices et collaborateurs ecclésiiaux : mesures.....	10
5	Champ de communication 3 « identité visuelle commune »	10
5.1	Clarification terminologique – personnes et visages	10
5.2	Identité visuelle : se présenter ensemble pour être identifiables	11
5.3	Promouvoir une harmonisation judicieuse	11
6	Nouveau champ de communication 4 « événements et communauté »	13
6.1	Événements et communauté pour promouvoir l'identité protestante	13
6.2	Campagnes, actions et manifestations.....	13
7	Champ de communication 5 « membres et affiliation »	14
7.1	Modèle « rester membre sa vie durant »	14
7.2	Développement d'une gestion commune des membres	14
8	Champ de communication 6 « médias en ligne et médias sociaux »	16
8.1	Mesures dans le domaine des médias sociaux : stratégies pour les régions linguistiques	16
9	Champ de communication 5 « radio et télévision »	17
9.1	Radios et télévisions régionales : mesures.....	18
10	Champ de communication 8 « produits journalistiques pour les membres ».....	18

1 Contexte, opportunités et rôle de la FEPS

Après les rapports relatifs au mandat de l'Assemblée des délégués (AD) d'automne 2012 sur la « Mutualisation de la communication de l'Église en Suisse » soumis aux AD d'été 2015 et d'automne 2016, le Conseil présente maintenant un troisième rapport, qui élargit de manière ponctuelle les perspectives et donne les précisions souhaitées par l'AD concernant la mise en œuvre et les mesures.

1.1 Les opportunités offertes par une communication coordonnée à tous les niveaux

La communication de l'Église déploie une efficacité maximale lorsqu'elle est planifiée, coordonnée et mise en œuvre en commun aux trois principaux niveaux de la vie de l'Église en Suisse, à savoir : au niveau national (ou à celui des régions linguistiques pour certains thèmes), au niveau cantonal, et à l'échelle locale, dans les paroisses. La mutualisation de la communication signifie par exemple que la FEPS (ou les deux entreprises de médias « Reformierte Medien » et « Médias-pro » dans leur région linguistique) s'engage et prend au niveau national des initiatives bien coordonnées avec les Églises cantonales, qui seront reprises par ces dernières et dont les effets dans la vie des paroisses seront ressentis par chaque membre.

La synergie entre les trois niveaux est obtenue au travers d'une meilleure collaboration de la FEPS avec les entreprises de médias des régions linguistiques d'une part, et les Églises cantonales d'autre part. Ces dernières font office de multiplicateurs et transmettent des thématiques et des actions adéquates à l'échelon paroissial. Cette coordination profite à tous les acteurs, car les Églises cantonales sont confrontées aux mêmes défis de communication vis-à-vis de leurs paroisses et de leurs collaboratrices et collaborateurs, que la FEPS par rapport à ses Églises membres. Le meilleur outil pour donner plus de visibilité et d'efficacité à cette collaboration serait une publication commune pour les collaboratrices et collaborateurs et les membres intéressés dans laquelle les trois niveaux communiqueraient ensemble (voir mesure 2).

Cette collaboration entre le niveau national et cantonal jouera un rôle dans la plupart des thèmes et des mesures abordés ci-après. Elle peut renforcer la compréhension et l'expérience communes d'une Église qui œuvre de manière différenciée aux différents niveaux, mais poursuit une même mission en partageant une même représentation de soi. Ces aspects joueront aussi un rôle dans les discussions sur l'identité institutionnelle.

1.2 Conséquences pour les niveaux supérieurs et pour le rôle de la FEPS

Il en résulte trois conséquences en particulier pour la FEPS :

1. La FEPS entend mieux coordonner et harmoniser sa propre communication avec les autres acteurs, notamment avec les Églises cantonales. Cet objectif est précisé notamment dans le champ de communication 1 « Définition des thématiques ».
2. La FEPS assumera à l'avenir un rôle plus actif dans la communication et prendra plus d'initiatives dans ce domaine. Ce qui aura des conséquences pour les champs de communication 2 (Communication avec les collaboratrices et collaborateurs), 3 (Identité visuelle) et 4 (Événements et communauté).
3. La FEPS collaborera plus étroitement avec les entreprises de médias des régions linguistiques Médias-pro et Reformierte Medien (RM). Des discussions en ce sens sont actuellement engagées entre la FEPS et RM.

Dans cet ensemble d'acteurs, les tâches spéciales de la FEPS resteront le travail médiatique et la définition des thématiques au niveau national, les projets nationaux plurilingues (comme le jubilé de la Réforme), ainsi que la fonction de lien, visant à assurer la médiation et l'échange entre les différentes régions linguistiques. Jusqu'ici, la FEPS n'a généralement joué qu'un rôle d'accompagnement ou d'observateur dans l'interaction entre les différents acteurs. À l'avenir, elle entend assumer un rôle plus actif et lancer et réaliser elle-même des projets dans le domaine de la communication, en collaboration avec les autres acteurs.

Les différentes mesures proposées se fondent en grande partie sur le dernier rapport. Leur mise en œuvre est présentée de façon plus détaillée dans les domaines où la FEPS a la compétence d'assumer elle-même une tâche. Là où d'autres acteurs sont responsables, le rapport s'attache surtout à décrire le rôle de la FEPS et d'autres acteurs ainsi que les objectifs envisageables.

En complément du dernier rapport de l'automne 2016, celui-ci accorde plus d'attention aux situations, aux contextes et aux besoins particuliers des différentes régions linguistiques de Suisse. Celles-ci forment à divers égards des espaces de communication très spécifiques, influencés par leurs différences au niveau des thèmes, des acteurs, des styles de communication et des tonalités. C'est un aspect dont la « Mutualisation de la communication de l'Église en Suisse » doit aussi tenir compte.

1.3 Autres acteurs nationaux

Dans le cadre de la communication ecclésiale et de son impact sur le public, il est important de prendre aussi en considération les autres acteurs œuvrant aux différents niveaux de l'Église : la communication de l'Église catholique romaine à tous les niveaux, la communication des Églises libres et des associations évangéliques (ERF, Campus für Christus, Réseau évangélique suisse, FREE) au niveau des régions linguistiques. En outre, le choix des sujets et la communication des œuvres d'entraide de l'Église (EPER, PPP, mission 21) et des revues ecclésiales ou chrétiennes jouent également un rôle.

Cela est surtout valable pour les sujets politiques, sociaux et religieux au niveau national et cantonal.

2 Aperçu des mesures

2.1 Les principales mesures

Les huit champs de communication dans lesquels des mesures de mutualisation de la communication de l'Église devraient être prises ont déjà été présentés pour la plupart dans le dernier rapport présenté à l'AD d'automne 2016. Seul le champ de communication 4 « événements et communauté » est nouveau.

Quatre mesures sont actuellement prioritaires pour améliorer la coopération en matière de communication entre les différents niveaux ecclésiaux et contribuer à une meilleure compréhension de la mission et de l'identité communes :

1. la « définition des thématiques » coordonnée et harmonisée sur le long terme (champ de communication 1) ;
2. la « communication commune avec les collaboratrices et collaborateurs ecclésiaux » au niveau national ou des régions linguistiques (champ de communication 2) ;
3. une « identité visuelle commune » avec une terminologie uniformisée (champ de communication 3) ;

4. la conception commune de la thématique « membres et affiliation » et l'enregistrement des membres dans un système de gestion commun au-delà des frontières paroissiales et cantonales (champ de communication 5).

La mesure 1 (définition des thématiques) consiste à définir les contenus et les thématiques, à élaborer des positions et des messages et à les diffuser à tous les niveaux de manière coordonnée. Ici, l'accent porte donc avant tout sur le contenu du message. Pour pouvoir définir et diffuser des thématiques et des contenus, ceux-ci doivent auparavant être retenus et mis en œuvre à l'interne, c'est-à-dire par les responsables et les collaboratrices et collaborateurs à tous les niveaux de l'Église. C'est dans ce but qu'est proposée la mesure 2, la communication commune avec les collaboratrices et collaborateurs au niveau national ou des régions linguistiques par les canaux en ligne (newsletter) et sous forme imprimée, en particulier au moyen d'un périodique intercantonal destiné aux collaboratrices et collaborateurs et aux personnes intéressées ; ce périodique intégrerait le plus grand nombre possible de journaux des Églises cantonales et des acteurs ecclésiaux.

L'action et la communication conjointes de tous les acteurs aux différents niveaux sont rendus visibles et identifiables de l'extérieur par une identité visuelle commune (mesure 4). Celle-ci implique par exemple que l'on ne parle plus que d'une « Église » à tous les niveaux (indépendamment des différentes formes d'organisation et de statut juridique), en tout cas dans les termes utilisés dans l'identité visuelle. Ce qui signifie que le logo ne comporte plus la mention d'« Église cantonale ou nationale », de « paroisse » ou de « Fédération des Églises », mais seulement d'« Église suisse », d'« Église du Valais », d'« Église de Montreux », avec chaque fois le complément « protestante » ou « réformée ».

Cette conception commune de l'Église se traduit aussi par une approche uniformisée des membres et de leur affiliation. Comme mesure concrète, une nouvelle gestion commune des membres est actuellement à l'étude. Celle-ci prévoit que chaque membre de l'Église soit enregistré dans une banque de données commune et conserve ensuite ses données indépendamment de la paroisse où il sera domicilié ou du canton dans lequel il déménagera (mesure 5).

2.2 Autres mesures

La réalité de l'être l'Église ensemble doit pouvoir être vue et vécue aussi bien par les collaboratrices et collaborateurs que par la société. Outre les mesures discutées ci-dessus, des événements spéciaux et des actions communes (mesures 4 « événements et communauté ») peuvent y contribuer. L'importance de ce genre d'actions est illustrée actuellement dans le contexte du jubilé de la Réforme par les manifestations communes suprarégionales, les cultes communs célébrés en de nombreux endroits et les actions et messages communs prévus dans la campagne de relations publiques de 2017.

Les événements et les actions sont des mesures efficaces dans le portefeuille de la communication. Après 2017, il conviendra donc de renforcer cet important champ de communication à tous les niveaux dans le cadre du développement de la mutualisation et de la collaboration.

Des mesures supplémentaires importantes concernent d'autres canaux de communication. Dans le domaine de la communication par les médias en ligne et les médias sociaux (mesure 6) et dans les radios et télévisions régionales (mesure 7), il s'agira surtout de mieux coordonner les contenus, d'encourager l'échange d'expériences et de renforcer les compétences et les synergies par la collaboration. Pour finir, le rapport aborde aussi les publications journalistiques destinées aux membres et les journaux d'Église (champ de communication 8), où aucune mesure n'est prévue pour l'instant.

3 Champ de communication 1 « définition des thématiques »

3.1 Opportunité

Opportunité : par rapport à la situation actuelle, la coordination entre la FEPS et les Églises cantonales ainsi qu'avec d'autres acteurs ecclésiaux dans le développement et la communication de positions sur des sujets éthiques, sociaux et religieux permet de mieux faire entendre la voix du protestantisme suisse auprès de la population. Cette mesure renforce aussi bien la FEPS, dont les prises de position sont ainsi mieux étayées et diffusées, que les Églises membres, qui peuvent appuyer leur communication sur des positions élaborées en commun.

La définition coordonnée des thématiques nécessite avant tout des concertations régulières et des instruments lors des trois phases et processus suivants : 1. identification et observation de thèmes (monitorage), 2. enregistrement de thèmes et élaboration de positions et de messages, 3. communication et diffusion des positions et de leur contenu thématique.

Outre la FEPS, les principaux acteurs sont les Églises membres, les entreprises de médias des régions linguistiques RM et Médias-pro, occasionnellement les œuvres d'entraide ecclésiales lors du lancement de leurs propres thématiques, et les journaux d'Église en tant que plus important canal de communication avec les membres (avec un tirage total de près d'un million d'exemplaires par mois).

En plus des thématiques lancées par l'Église (jubilés, questions théologiques) et des sujets politiques et sociaux prévisibles et planifiables d'après l'agenda public (votations, consultations, etc.), il existe des événements qui ne peuvent pas être planifiés. Les situations de crise surviennent soudainement et nécessitent dans de brefs délais la mobilisation de ressources et de compétences supplémentaires pour la communication. Ces ressources peuvent être mises à disposition plus rapidement et plus efficacement grâce à la collaboration des acteurs.

La définition coordonnée des thématiques permettra au Conseil de la FEPS d'intégrer mieux qu'aujourd'hui des thématiques pertinentes pour le protestantisme à l'agenda politique, en étroite collaboration avec les Églises membres et d'autres acteurs.

3.2 Coordination de la surveillance (monitorage)

La FEPS continue d'assumer la responsabilité du suivi de sujets politiques, sociaux et éthiques au niveau national et des prises de position ecclésiales, et dispose des ressources et compétences nécessaires à cette tâche. Cependant, certaines Églises cantonales pratiquent aussi une surveillance thématique qui intègre également des médias nationaux. Une collaboration structurée entre la FEPS, des Églises membres et des œuvres d'entraide dans ce domaine peut et doit permettre d'organiser plus efficacement ce travail dans toutes les régions linguistiques.

3.3 Identification précoce de thèmes et développement rapide de positions

Actuellement, les thèmes politiques ou sociaux identifiés sont traités de façon très variable et souvent non coordonnée au niveau national ou cantonal et font l'objet de diverses prises de positions élaborées en différents endroits. Les thèmes concernant l'Église et la société doivent pouvoir être identifiés rapidement et les positions et stratégies de communication y relatives développées en commun avec le concours de spécialistes et de services de la communication.

La FEPS planifie à cet effet une procédure appropriée. Celle-ci n'est pas abordée dans le présent rapport.

Les thèmes à traiter seront régulièrement présentés et discutés à la Conférence des présidentes et présidents d'Église (CPE).

3.4 Mesures de coordination de la procédure

Dans le cadre de la définition coordonnée des thématiques, la FEPS signalera désormais rapidement et régulièrement aux Églises cantonales et aux œuvres d'entraide les thèmes qui se dessinent et la procédure prévue par la FEPS. De même, les autres acteurs informeront la FEPS et se tiendront réciproquement informés des thèmes présentant une importance inter-cantonale. Ce qui implique des concertations sur le calendrier ainsi que des coopérations thématiques sur les sujets concernant plusieurs acteurs. À cet effet, la FEPS tiendra une liste de thèmes indiquant les échéances et la procédure prévue et intégrant également les thèmes cantonaux importants, et la mettra à la disposition des responsables dans les Églises cantonales. Cette liste commune permettra une meilleure planification de la communication et une coordination commune des contenus.

Par ailleurs, deux noyaux de spécialistes de communication (KeKom pour « Kerngruppe Kommunikation ») seront créés respectivement pour la Suisse romande et la Suisse alémanique (KeKom FEPS FR / DE), et un outil en ligne avec une liste des thèmes et des échéances sera mis en place. Les noyaux de spécialistes de communication seront constitués : 1. de la communication de la FEPS, 2. de la communication des grandes Églises membres 3. des agences Médias-pro et RM, 4. d'une représentation des œuvres d'entraide. Les groupes décideront eux-mêmes de la forme de l'échange et des contacts. La FEPS tiendra une liste des thèmes et des échéances qui pourra être consultée et complétée par tous les services de la communication des Églises membres.

Des échanges réguliers seront entretenus avec les rédactions des journaux d'Église « Réformés », « Interkantonale Kirchenbote », « reformiert. » et les magazines ecclésiaux de Suisse orientale.

3.5 Taskforce pour la communication de crise

Les situations exceptionnelles de crise ou les événements d'une importance particulière présentent toujours un important défi pour les Églises à tous les niveaux, que ce soit localement dans une paroisse ou à l'échelle cantonale et nationale. Il peut s'agir de crises imputables à une faute propre, ou d'événements ou catastrophes dramatiques qui nécessitent un accompagnement spirituel particulier des personnes touchées et de leurs proches. Ces situations offrent toujours l'opportunité de communiquer des messages importants et de traiter avec attention les personnes touchées, et sont perçues par un large public. En même temps, elles exigent l'engagement dans les heures qui suivent de ressources et de compétences spéciales pour les relations avec les médias. C'est pourquoi une collaboration très rapide et efficace de la communication ecclésiale tant au niveau local que cantonal et national, aide tous les acteurs de l'Église à bien gérer ces situations particulières. Et si la population perçoit qu'une crise a été bien gérée, l'ensemble de l'Église en bénéficie.

Il convient donc de déterminer pour chaque région linguistique, dans le cadre d'une stratégie suprarégionale, la composition potentielle d'une « taskforce pour la communication de crise » pouvant être très rapidement opérationnelle en cas de besoin. Les membres parmi les Églises cantonales seront consultés à chaque engagement et décideront eux-mêmes de leur intervention en fonction de leurs propres règlements et de leurs possibilités.

La taskforce sera engagée lorsque les capacités et les compétences d'une Église cantonale sont dépassées en raison d'un événement particulier, ou lorsqu'une situation risque de compromettre la réputation de toute l'Église. La composition de la taskforce dépendra de l'intervention. En principe, elle sera constituée des membres des noyaux de spécialistes susmentionnés (1 à 3) ainsi que des personnes possédant des compétences particulières pour la communication de crise et les interventions dans les médias (p. ex. spécialistes de RM et Médias-pro).

Mesures	Responsabilité (participation)	Échéances	Ressources / canaux	Coûts / financement
KeKom FEPS DE	Comm. FEPS (Églises D-CH, RM, œuvres d'entraide)	Création : automne 2017, contacts réguliers	Liste en ligne pour tous les services de la communication. Temps de travail	
KeKom FEPS FR	Comm. FEPS (Églises FR-CH, Médias-pro, œuvres d'entraide)	Création : automne 2017, contacts réguliers		
Répartition des tâches de monitoring médias	FEPS (direction), Églises, œuvres d'entraide, RM, Médias-pro	Création : fin 2017	En ligne, les travaux actuels seront coordonnés	Économie de coûts par une efficacité accrue, clarification des droits d'utilisation
Dialogue avec les journaux d'Église	Comm. FEPS (RM/ Médias-pro, rédacteurs/es en chef)	Dès l'automne 2017, contacts réguliers		
Liste de thèmes définis avec les échéances	FEPS (Églises cantonales, œuvres d'entraide)	Planifiée par le Conseil de la FEPS	Interne à la FEPS	
Taskforce pour la communication de crise	Comm. FEPS, Églises, RM/Médias, spécialistes	Création : automne 2017, engagement seulement selon les besoins	Convocation par les Églises concernées via la FEPS, participation selon les possibilités	Honoraires des spécialistes / Églises concernées

4 Champ de communication 2 « communication commune avec les collaboratrices et collaborateurs ecclésiastiques »

Opportunité : les Églises peuvent profiter à tous les niveaux d'une identification et d'un lien émotionnel plus forts des collaboratrices et collaborateurs, bénévoles ou exerçant une activité honorifique avec « leur » Église commune et bénéficier de leur motivation accrue et de leurs compétences élevées. Des informations de qualité et valorisantes sur la vie de l'Église, ses offres et ses projets à l'échelon local, cantonal et national jouent un rôle déterminant dans le développement du lien, de la motivation et de la compétence. Une communication commune avec les collaboratrices et collaborateurs ecclésiastiques dans les paroisses et les Églises cantonales permet ainsi d'améliorer ces trois aspects à tous les niveaux. Cette communication coordonnée atteint ses destinataires sous forme électronique et sous forme imprimée, avec des contenus adaptés aux canaux respectifs. Parallèlement à la communication en ligne, la publication en différentes éditions d'un périodique national pour les collaboratrices et collaborateurs comprenant des contenus locaux, régionaux et nationaux représente en l'occurrence la meilleure mesure pour renforcer l'Église à tous les niveaux. Sa valeur ajoutée réside pour les lectrices et les lecteurs dans une information élargie et dans l'attractivité du journal, et, pour

les Églises, dans un renforcement de l'identité protestante des collaboratrices et des collaborateurs à tous les niveaux.

Dans la cadre de la communication avec les collaboratrices et collaborateurs, les contenus, messages et offres élaborés dans le champ de communication 1 (définition des thématiques) doivent d'abord être diffusés à l'interne, avant de déployer leurs effets à l'extérieur. Cette procédure correspond au principe voulant que la communication interne précède toujours la communication externe. C'est pourquoi les mesures en faveur de la communication interne avec le personnel suivent directement les mesures concernant la définition des thèmes.

4.1 Publications pour collaboratrices et collaborateurs ecclésiaux

Dans la majorité des Églises membres de Suisse alémanique, les magazines destinés aux collaboratrices et collaborateurs employés, bénévoles ou exerçant une activité honorifique occasionnent une charge de travail et des dépenses matérielles considérables pour un groupe cible relativement restreint, mais d'une grande importance pour l'Église.

Comme le domaine des portails en ligne, celui des publications destinées aux membres du personnel souffre le plus souvent de l'absence d'un point de vue national. C'est donc là une opportunité manquée de renforcer l'identité supracantonale parmi les collaboratrices et collaborateurs des Églises et les personnes s'engageant à titre bénévole. En Suisse romande, les journaux et magazines destinés au personnel sont exclusivement régionaux et numériques. Il n'existe pas de produit imprimé.

En 2016, les RM ont lancé « bref », un magazine des réformés qui se veut un produit répondant à un intérêt spécifique et s'adressant à de nouveaux groupes-cibles dans la société. Bien qu'il ait remplacé « Reformierte Presse », il ne joue dans sa forme actuelle qu'un rôle secondaire pour la communication des Églises avec leurs collaboratrices et collaborateurs – on le constate par exemple au traitement très occasionnel des nombreuses activités et thématiques en lien avec le jubilé de la Réforme.

Outre les besoins de communication pour le jubilé de la Réforme, de nombreux autres sujets intéressent l'ensemble de l'Église – l'évolution de l'Église et des paroisses (processus de fusion), les thèmes tels que le culte et la liturgie, le marketing auprès des membres, le développement du personnel, ou encore la révision de la constitution et les prises de position de la FEPS – font clairement ressortir la nécessité d'une publication éditée au niveau national ou des régions linguistiques. La partie suprarégionale pourrait aussi servir de plate-forme pour les œuvres d'entraide et d'autres organisations ecclésiales, comme la Société pastorale, oeco Église et environnement, les PFS ou Solidarité protestante. Cette partie suprarégionale pourrait être intégrée dans un magazine commun publié en différentes éditions où elle serait associée à la partie cantonale correspondante – un modèle qui avait déjà été envisagé en Suisse alémanique dans le cadre d'un projet commun très avancé. La complémentarité des contenus rend le journal plus varié et donc plus attrayant pour les destinataires. Les intérêts des Églises cantonales comme ceux de la FEPS et des autres organisations ecclésiales seront ainsi pris en compte et se compléteront mutuellement.

Un produit imprimé distribué automatiquement à l'ensemble du personnel sera encore nécessaire ces prochaines années pour la communication interne. Il devra être complété par des médias numériques, comme des newsletters, mais ne pourra pas encore être remplacé par eux. La motivation des collaboratrices et collaborateurs ecclésiaux est très variable et leur intérêt pour des thèmes débordant le cadre de leur paroisse souvent limité. Comme pour les membres distancés qui reçoivent automatiquement leur journal de l'Église, ce moyen de contact déposé dans la boîte aux lettres personnelle représente un outil irremplaçable quand on veut communiquer sur des thèmes et des intérêts spécifiques.

4.2 Publications journalistiques pour collaboratrices et collaborateurs ecclésiaux : mesures

La FEPS, en collaboration avec les entreprises de médias et les Églises membres, lance un projet de journal intercantonal au niveau national ou des régions linguistiques destiné aux collaboratrices et collaborateurs ecclésiaux. La publication intercantonale sera constituée de pages cantonales où seront intégrés des journaux internes des Églises cantonales, et d'une partie nationale ou de la région linguistique. La partie nationale comprendra notamment le Bulletin de la FEPS, des sujets et manifestations concernant l'ensemble de l'Église, des nouvelles des œuvres d'entraide et des articles des entreprises de médias. Le journal sera produit en commun – ce qui permettra d'économiser des coûts – et gratuitement mis à disposition des collaboratrices et collaborateurs ecclésiaux, en étant financé par les Églises cantonales pour leur public-cible respectif.

Mesures	Responsabilité (participation)	Échéances	Ressources	Finances / réalisation
Développement d'un journal intercantonal national ou des régions linguistiques pour les collaboratrices et collaborateurs	Direction : FEPS, avec Médias-pro, RM et des services de la communication (œuvres d'entraide, organisations ecclésiales)	Printemps 2018 - automne 2019	Temps de travail comm. FEPS, agences, participants, spécialistes externes. Coûts : env. 40 000	Ressources internes, honoraires : env. 40 000, budget FEPS, contributions des Églises cantonales

5 Champ de communication 3 « identité visuelle commune »

5.1 Clarification terminologique – personnes et visages

Comme pour toute organisation, l'identité institutionnelle, la façon dont l'Église/les Églises réformée(s)/ protestante(s) de Suisse est/sont perçue(s) par le public est influencée par différents facteurs et aspects, dont notamment un nom clair et compréhensible. Outre leur présence publique, le style de communication et de gestion et la culture organisationnelle jouent un rôle, de même que les personnes et les représentantes et représentants des Églises perçus par le public. Ces personnes donnent un visage à l'organisation. De par leurs rôles et leurs titres mais aussi par leur façon de se présenter et leurs compétences thématiques, elles revêtent une grande importance pour la perception dans l'opinion publique et pour l'intérêt des médias. Cela va du pasteur ou de la pasteure au niveau local, à la présidence du Conseil de la FEPS qui doit donner un visage à cette Église au niveau national, en passant par les présidences des conseils d'Église ou des conseils synodaux cantonaux et certaines personnalités très médiatiques. La clarification et le renforcement de ces rôles et des titres correspondants sont des tâches importantes du processus de révision de la constitution de la FEPS.

Indépendamment des hiérarchies et structures ecclésiales, il arrive régulièrement que des personnalités particulières au sein des Églises attirent soudain l'attention des médias. Ces apparitions non planifiées et difficilement contrôlables de figures médiatiques de l'Église offrent de bonnes opportunités de communication pour les protestants. Les personnalités qui se retrouvent subitement, de façon volontaire ou involontaire, sous le feu des projecteurs méritent le plein soutien de leur Église et des acteurs de la communication, même si les singularités et particularités propres à chaque personne ne plaisent pas forcément à tout le monde. Car ce sont en général ces singularités qui les rendent intéressants pour les médias. Dans la plupart des cas, ces personnes contribuent à créer l'image d'une Église diversifiée et vivante, et ne

devraient donc pas être trop critiquées au niveau interne pour éviter qu'elles ne se fondent à nouveau dans le consensus général.

5.2 Identité visuelle : se présenter ensemble pour être identifiables

Dans le cadre de ce rapport, l'accent est mis sur la composante de l'identité institutionnelle déterminée par l'identité visuelle. On constate là aussi qu'une démarche commune ou, dans le cas présent, qu'une identité visuelle commune de l'Église à tous les niveaux – local, cantonal et national – peut lui donner nettement plus d'impact et de visibilité. Cette identité commune renforce la compréhension de l'être Église ensemble, tout en permettant d'économiser des coûts par des synergies.

Opportunité : l'Église protestante en Suisse est reconnaissable dans sa globalité à tous les niveaux, dans les paroisses, les cantons et à l'échelle nationale et avec tous ses acteurs, contenus, services et prestations. Dans une société de l'information marquée par une surabondance de sollicitations, cette visibilité accrue d'une Église mieux identifiable permet aussi aux membres distancés et à la population de remarquer immédiatement tout ce qui appartient à l'« Église protestante » et est proposé par elle, que ce soit au niveau local, cantonal ou national. Chaque membre reconnaît ainsi d'emblée « son » Église protestante et se sent chez soi lorsqu'il déménage ou qu'il change de canton.

Les membres, en particulier ceux qui se sont éloignés de l'Église, ne font pas de distinction entre les divers niveaux et formes d'organisation. Ils ne font pas de différence entre « paroisse » et « Église cantonale », et savent encore moins ce que signifie « Fédération des Églises ». Ils appartiennent simplement « à l'Église ».

Un projet de planification d'une « identité visuelle commune » en tant que composante importante de l'« identité protestante » a recueilli une majorité à l'AD. Différents thèmes ont été soulevés lors des discussions : 1. le souhait de disposer d'une identité visuelle commune pour la FEPS et ses Églises membres, 2. l'élément visuel commun « R » développé pour le jubilé de la Réforme en tant qu'élément possible d'une identité visuelle commune au-delà de l'année du jubilé, 3. le nom utilisé ou la structure linguistique et les qualificatifs tels que protestant / réformé / Église / Fédération des Églises.

Il conviendra de vérifier dans le cadre du processus de révision de la constitution si la FEPS doit se voir attribuer la compétence de proposer des directives pour une identité visuelle globale et commune au niveau national et cantonal. Actuellement, les décisions relatives à l'identité visuelle et aux processus de modification de celle-ci sont généralement prises au niveau local, dans quelques Églises membres au niveau cantonal (Lucerne, Vaud, Zoug, Zurich).

Au niveau national, il s'agit donc pour le moment d'encourager et soutenir les démarches visant à uniformiser les nouvelles identités visuelles et les rendre mieux reconnaissables.

5.3 Promouvoir une harmonisation judicieuse

Un processus devant permettre de mieux reconnaître les identités visuelles des Églises au niveau local et cantonal et même au-delà des frontières cantonales a été engagé ces dernières années dans les cantons de Lucerne, Zoug, Zurich, Argovie et Vaud. Les Églises cantonales de Suisse alémanique qui développent de nouvelles identités visuelles s'inspirent des modèles existants pour faire en sorte que l'« Église protestante » soit mieux reconnaissable. Le processus se fonde sur un projet des RM destiné à développer une marque verbale commune « Reformierte Kirche XY ». Il en résultera de fait dans plusieurs cantons un standard régissant une identité visuelle qui, à défaut d'être uniforme, sera bien reconnaissable. Ce processus commun d'harmonisation et de développement corrélé aboutit à un résultat semblable, comme

dans une démarche dirigée d'en haut, mais ne se traduit pas encore par une identité visuelle commune. Il existe toujours le risque que certaines Églises cantonales ne soient pas convaincues par les modèles existants.

La FEPS peut soutenir et faire avancer ce processus et essayer de faire en sorte que les Églises qui réexaminent leur identité visuelle s'inspirent des exemples existants. Il s'ensuit qu'au niveau national, la FEPS devra aussi se fonder sur les modèles existants pour déterminer son nom dans le cadre du processus de révision de la constitution, puis pour développer sa nouvelle identité visuelle.

Le processus d'élaboration d'une identité visuelle recouvre deux parties ou aspects : 1. la discussion de fond de politique ecclésiale sur la question de savoir pourquoi une présentation commune avec une identité visuelle reconnaissable est pertinente ou nécessaire, et sous quel nom l'Église/les Églises et les paroisses doivent se présenter, 2. les concepts et modèles graphiques destinés à la conception et à l'utilisation d'éléments visuels ou de logos. Parallèlement au « nom usuel » réduit et uniformisé figurant dans l'identité visuelle, les anciennes désignations juridiques et théologiques et les termes consacrés par l'usage pourront continuer d'être utilisés sans problème.

Le mandat relatif à une « identité visuelle commune »

Au stade actuel, la FEPS comprend le mandat du postulat de la CER relatif à la « création d'une identité visuelle commune » dans le sens qu'elle doit réunir la documentation nécessaire au processus de décision politique et au développement graphique et la mettre à disposition des Églises. C'est dans cette optique que la FEPS participe au processus de création d'une nouvelle identité visuelle de l'Église réformée d'Argovie. Pour soutenir le développement d'identités visuelles uniformisées et mieux reconnaissables, la FEPS réunit des bases de discussion, lance de thèmes dans différents canaux, et prend contact avec les Églises qui envisagent ce processus.

Mesures	Responsabilité (participation)	Échéances	Ressources	Finances /réalisation
Informations et documentation	Comm. FEPS (comm. Églises)	Dès l'été 2017	Interne à la FEPS	
Colloque sur l'identité visuelle au niveau national ou des régions linguistiques	Comm. FEPS, RM, Médias-pro	Printemps 2018		3 000
Participation à un processus cantonal	Comm. FEPS (comm. Argovie)	Mars 2017 – nov. 2017	Interne à la FEPS	
Prise de contact active avec des Églises	Comm. FEPS	Selon les besoins	Interne à la FEPS	Monitoring de la thématique

6 Nouveau champ de communication 4 « événements et communauté »

6.1 Événements et communauté pour promouvoir l'identité protestante

Jusqu'à présent, la thématique « événements et actions communes » n'a été mentionnée dans aucun rapport. Elle est étroitement liée à celle de l'« identité institutionnelle », car elle soulève la question : comment « les protestants » se perçoivent-ils en tant qu'Église, en tant que communauté vivante au niveau suprarégional, au-delà des frontières cantonales ? Si une « Église protestante » s'affirme à tous les niveaux en se déclinant dans des identités visuelles de plus en plus nombreuses, cette Église doit aussi pouvoir être vécue ou ressentie. Là aussi, la FEPS et ses Églises membres se trouvent confrontées aux mêmes défis et ne peuvent que profiter de stratégies et d'actions communes. Les Églises cantonales doivent sensibiliser les responsables et les collaboratrices et collaborateurs des paroisses au fait qu'ils font partie d'une Église qui s'étend au-delà de leur paroisse et au service de laquelle ils sont engagés tous ensemble. Les paroisses ont tendance à se considérer comme une Église complète, nécessitant toute leur attention et toutes leurs ressources. Aussi les Églises cantonales invitent-elles les collaboratrices et collaborateurs paroissiaux avec plus ou moins d'intensité et de succès à des manifestations cantonales dont l'objectif est l'information et la création d'expériences qui renforcent le sentiment d'une identité protestante. Il en va de même de la FEPS par rapport aux responsables et aux collaboratrices et collaborateurs des Églises cantonales. C'est pourquoi les événements et les actions au niveau national devraient être harmonisés avec ces efforts des cantons.

C'est ici que les mesures relatives aux événements et aux activités ou actions qui n'ont pas encore été évoquées interviennent dans le portefeuille des moyens de communication. De nombreuses entreprises utilisent des manifestations et des événements pour faire connaître au public leur profil, leurs prestations et leurs messages. Cette approche fonctionne très bien au niveau paroissial. Le jubilé de la Réforme démontre par ailleurs que ces possibilités devraient aussi être utilisées au niveau national, et ce sous différentes formes : 1. actions communes à tous les niveaux, 2. célébrations communes en différents lieux avec des éléments communs, 3. événements et manifestations rassemblant le public dans un lieu ou dans une région linguistique.

6.2 Campagnes, actions et manifestations

La campagne de relations publiques pour le jubilé de la Réforme, ou de précédentes campagnes comme celle pour la diaconie, sont de bons exemples d'actions communes menées aux trois niveaux – national, cantonal et local – et qui développent ainsi le maximum d'efficacité. La distribution prévue le 31 octobre dans de nombreuses gares à l'occasion du jubilé de la Réforme peut communiquer un sentiment d'appartenance particulier. Ce genre d'actions communes à tous les niveaux pourrait être planifié et réalisé chaque année, les campagnes de plus grande envergure tous les deux à trois ans. Les thèmes des actions annuelles pourraient être fixés par exemple en fonction des fêtes chrétiennes.

Des cérémonies communes au niveau national sont prévues en divers endroits à l'occasion du Dimanche de la Réformation de 2017, avec utilisation de la même liturgie lors des cultes. Depuis quelques années, des cultes de la campagne d'Un temps pour Création sont célébrés en de nombreux endroits selon les modèles fournis par oeco. Au niveau cantonal, les dimanches des paroisses ont déjà fait leurs preuves : chaque année, plusieurs cantons publient à cette occasion des cahiers de liturgie et de matériel.

Les cultes et cérémonies du 1^{er} avril à Zoug et du 18 juin à Berne représentent d'importants éléments du jubilé de la Réforme car ils permettent de communiquer une expérience et une identité en même temps que des messages et des contenus thématiques.

Bien qu'elles ne touchent en général que les collaboratrices et collaborateurs bénévoles et employés très liés aux Églises, ces manifestations nationales sont perçues par les médias, et à travers ceux-ci par la population en général et les membres qui se sont éloignés de l'Église.

La description et le choix d'événements appropriés au niveau suprarégional ou national sont des aspects traités notamment dans le cadre de la révision de la constitution de la FEPS. Il appartient à la communication des Églises de se servir de ces événements pour véhiculer des messages et une identité.

Il ne faut cependant pas sous-estimer les ressources qui devront être engagées pour l'organisation et la publicité en faveur de ce genre de manifestations suprarégionales si l'on veut qu'elles atteignent un certain nombre de participants, comme le montrent les Kirchentage (journées de l'Église) en Allemagne. C'est pourquoi il faudrait toujours avoir au départ une décision des Églises membres et de l'AD prévoyant également les ressources nécessaires.

7 Champ de communication 5 « membres et affiliation »

7.1 Modèle « rester membre sa vie durant »

Opportunité : par une stratégie et une série de mesures fondées sur une communication personnelle et pertinente, chaque paroisse peut entretenir même à distance ses relations avec ses membres à tous les stades de leur existence, et renforcer leur loyauté envers l'Église.

Élaboré de 2014 à 2016 par les Églises de Zurich et d'Argovie en vue de renforcer les liens avec les membres et leur loyauté envers l'Église – en particulier avec ceux qui s'en sont distancés –, le modèle « Rester membre sa vie durant » est désormais achevé et présenté sur le site internet www.mitgliedbleiben.ch. Ce dernier sera développé par la suite par les Églises participantes. Le modèle « Rester membre sa vie durant » conduit à une nouvelle approche valorisante des membres éloignés de l'Église. Il comprend des recommandations de planification ainsi qu'un éventail de mesures montrant comment les paroisses peuvent entretenir avec leurs membres des contacts réguliers, individuels et basés sur les événements de leur vie. Chaque Église possédant une licence correspondante peut utiliser l'offre pour ses paroisses. Les Églises de Berne-Jura-Soleure, de Bâle-Campagne et de Saint-Gall ont déjà adopté le modèle. L'Église bernoise se chargera de la traduction française des mesures entrant en ligne de compte. La FEPS a rendu accessibles certains canaux pour la présentation du modèle. Il appartient aux Églises cantonales de décider si elles veulent le mettre en œuvre.

7.2 Développement d'une gestion commune des membres

Opportunité : les responsables ecclésiastiques à tous les niveaux conçoivent l'affiliation et la bonne gestion des membres comme une démarche concernant l'ensemble de l'Église à tous ses niveaux et l'abordent d'après des normes de qualité élevées et uniformisées. Ils considèrent les membres comme faisant partie d'une Église globale et pas seulement d'une unité locale. Une gestion commune des membres dans une banque de données cantonale ou suprarégionale structurée de façon uniforme permet d'améliorer la qualité des données, de respecter des exigences élevées en matière de sécurité et d'entretenir les contacts personnels même avec les membres qui se sont éloignés de l'Église. Elle réduit le travail et les coûts dans les paroisses. Chaque membre n'est enregistré qu'une seule fois (à sa naissance ou à son entrée

dans l'Église) et conserve en principe la même base de données, qui est utilisée et administrée par la paroisse compétente. La banque de données est accessible en ligne selon des normes de sécurité élevées.

Une gestion commune et uniformisée des membres constitue une base technologique essentielle pour de très nombreux projets de l'Église et de la communication. Elle améliorerait sensiblement la qualité des données des membres par rapport à celles collectées actuellement par les communes politiques, et permettrait de faire des économies considérables en ressources humaines et financières dans les paroisses.

Une gestion commune des membres est particulièrement importante au regard des différentes formes juridiques de l'affiliation dans les cantons suisses. Cela joue un rôle important en particulier lorsque des membres passent d'une Église cantonale jouissant d'un statut de droit ecclésiastique public où l'affiliation et l'assujettissement à l'impôt sont réglementés par la loi, à une Église où l'affiliation et les contributions sont volontaires. Une gestion uniformisée des membres soutient en particulier les Églises cantonales connaissant une affiliation volontaire. Par exemple, si un membre quitte Zurich pour un canton romand, ses données – pour autant que les exigences juridiques nécessaires soient clarifiées – pourraient être transmises à la nouvelle Église cantonale, et cette dernière ainsi que la paroisse prendraient ainsi connaissance de l'arrivée de cette personne.

Les Églises cantonales de Zurich et d'Argovie développent actuellement un projet de gestion commune uniformisée des membres sous la forme d'une banque de données en ligne prévoyant des mises à jour automatisées par les plateformes cantonales du contrôle des habitants. La banque de données est conçue de manière à permettre une gestion des membres dans l'ensemble du pays et à pouvoir être reprise par d'autres Églises cantonales.

Pour l'instant, le projet n'est mené que par les deux Églises réformées d'Argovie et de Zurich et par l'Église catholique romaine d'Argovie. Mais, selon une enquête réalisée à fin 2016 auprès des conseils d'Église et des conseils synodaux, il est accueilli favorablement et suivi avec intérêt par la plupart des autres Églises cantonales. D'autres partenaires qui pourraient participer financièrement au développement sont encore recherchés.

En 2017, il est prévu d'élaborer le cahier des charges pour la banque de données et de lancer l'appel d'offres pour le mandat relatif au développement de la banque de données selon les normes de l'OMC. Le plus grand nombre possible d'Églises membres peuvent et devraient participer de façon purement juridique (sans encourir de frais) à la procédure d'appel d'offres dans le cadre d'une « communauté d'acquisition », de manière à pouvoir utiliser elles-mêmes par la suite les résultats. Elles éviteront ainsi de devoir réaliser leur propre appel d'offres, sans pour autant être engagées par le résultat de la procédure. Cette « communauté d'acquisition » sera régie par un contrat de collaboration.

La FEPS examine la possibilité de soutenir l'élaboration des bases légales pour la communauté d'acquisition et pour la collaboration. Elle pourrait ainsi participer au processus sous une forme qui profiterait en principe à toutes les Églises membres.

Si les crédits nécessaires sont approuvés en 2018 par les Églises participantes, le système de gestion des membres pourrait être développé entre 2018 et 2019 et mis en service probablement en 2020.

Mesures	Responsabilité (participation)	Échéance	Ressources	Finances / réalisation
Création et direction d'une communauté d'acquisition pour un système de gestion des membres des Églises	FEPS (service juridique)	Automne 2017	Conseil juridique, administration	20 000 pour le travail juridique externe

8 Champ de communication 6 « médias en ligne et médias sociaux »

Opportunité : les Églises communiquent en ligne à tous les niveaux selon une stratégie commune et sous des formes adéquates. Les contenus et l'utilisation des différents canaux sont coordonnés. Des recommandations et des stratégies claires sont disponibles y compris pour l'utilisation des médias sociaux, afin que cette présence ait un profil clairement identifiable. Toutes les présentations sont adaptées à leurs publics cibles, coordonnées au niveau du contenu et liées entre elles.

Pratiquement tous les acteurs ecclésiastiques à tous les niveaux utilisent des canaux en ligne pour leur communication, et une partie recourt aussi aux médias sociaux. Face aux nombreux sites internet et canaux des Églises et à leurs divers contenus, les utilisateurs ont de la peine à s'y retrouver. Les Églises de Suisse alémanique disposent d'un portail web www.ref.ch, mais ses contenus ne sont pas harmonisés avec d'autres sites Internet. Il n'existe pas de règles uniques pour l'application et l'utilisation des différents canaux des médias sociaux. Il manque une approche globale qui précise les rôles.

De par leurs mandats de prestations, les agences Médias-pro et RM sont les centres de compétence des régions linguistiques pour les médias en ligne et les médias sociaux. Elles gèrent les canaux d'informations en ligne les plus performants de leur région linguistique. Elles échangent régulièrement des informations entre les régions linguistiques et entre les différents acteurs ecclésiastiques, et assurent la diffusion numérique de nouvelles, notamment par la newsletter quotidienne ref.ch et par les dépêches de ProtestInfo. En Suisse alémanique, des modèles de collaboration plus efficaces entre les journaux ecclésiastiques et RM sont en cours d'élaboration pour les informations en ligne. Les contenus produits peuvent être utilisés par tous les acteurs ecclésiastiques.

Les agences médias devraient aussi développer des stratégies et des indications utiles pour l'utilisation des canaux en ligne et des médias sociaux dans l'Église et les mettre à disposition des acteurs. En Suisse alémanique, ce type de documentation a été élaboré en particulier par l'Église zurichoise.

8.1 Mesures dans le domaine des médias sociaux : stratégies pour les régions linguistiques

La FEPS, en concertation avec Médias-pro, RM et les Églises cantonales, développe des stratégies pour les médias en ligne et les médias sociaux au niveau des régions linguistiques, avec un catalogue de mesures coordonnées entre elles. La première étape pourrait être la tenue d'un « atelier de médias en ligne et de médias sociaux » au niveau national ou des régions linguistiques avec les rédactions et les services de communication des Églises pour entreprendre une analyse de la situation (état actuel) et développer les principes d'une stratégie pour les médias en ligne et les médias sociaux (objectifs à atteindre).

Mesures	Responsabilité (participation)	Échéances	Ressources	Finances / réalisation
Stratégies pour les médias en ligne et les médias sociaux au niveau des régions linguistiques avec catalogue de mesures	Comm. FEPS en concertation avec Médias-pro et RM (services de communication des Églises)	Printemps 2018 (ateliers) - début 2019	Temps de travail de la FEPS et agences, conseil externe	Env. 20 000
Atelier de stratégie pour médias en ligne et médias sociaux au niveau national ou des régions linguistiques	Médias-pro, RM, comm. FEPS (organes de communication des Églises)	Début 2018	Temps de travail des agences	Env. 3 000 par atelier / budget FEPS et RM / Médias-pro

9 Champ de communication 5 « radio et télévision »

Opportunité : au niveau national, la question de l'interlocuteur des Églises protestantes pour les journalistes et des rapports de la FEPS et des RM avec la SRG SSR en Suisse alémanique est clarifiée. Les fournisseurs régionaux et locaux de contenus et de formats d'émission ecclésiastiques aux radios et télévisions locales sont mis en réseau, échangent des émissions et travaillent avec davantage de synergies.

Médias-pro et RM sont actuellement les fournisseurs de prestations reconnus de leur région linguistique pour les Églises protestantes de Suisse auprès de la SSR. Médias-pro est financé par la Conférence des Églises réformées (CER) et est un partenaire reconnu de la RTS. Les RM sont quant à elles un partenaire reconnu de SRF pour des émissions ecclésiastiques à la radio et à la télévision. Cependant, ils sont dirigés et financés par leur propre association, dont les Églises de Suisse alémanique ne sont pas toutes membres. Les agences concluent des contrats de prestations limités à cinq ans avec la SSR. La qualité de ces prestations est incontestée. Il peut toutefois arriver que les journalistes de la radio et de la télévision au niveau national ne sachent pas très bien à quel interlocuteur s'adresser auprès des Églises protestantes : aux « chargés des médias à la radio et à la télévision » des RM, ou à la communication de la FEPS. Or, une règle importante dans le travail médiatique est d'avoir des interlocuteurs clairement définis et compétents. En cas de doute, on s'adresse à celui que l'on connaît déjà et qui est le plus facile à joindre.

S'agissant des prestations et des tâches des RM et de Médias-pro, il convient de faire une distinction entre les canaux de médias diffusant des contenus journalistiques indépendants d'une part, et les intérêts de la communication institutionnelle et des directions ecclésiastiques de l'autre. Les contenus et les canaux journalistiques (émissions et journaux) doivent être élaborés avec un maximum de liberté rédactionnelle afin que leur qualité journalistique soit reconnue et ainsi acceptée par les journalistes et les destinataires.

Il convient de réexaminer les relations des RM et de la FEPS avec la SSR et les journalistes de SRF. Le rapport sur la mutualisation de la communication de l'été 2015 soulevait déjà ce problème à propos des RM : « La question est de savoir si, à moyen terme, il est optimal de maintenir deux institutions indépendantes l'une de l'autre. »

Au niveau régional, la situation est différente : diverses Églises soutiennent déjà le travail-médias ecclésial sur un plan local auprès d'émetteurs privés par de l'argent et des prestations de travail. Les projets des radios et télévisions cantonales et régionales, qui sont souvent sous la responsabilité de petites équipes et souffrent de moyens financiers limités, devraient être mieux mis en réseau afin de pouvoir exploiter des synergies et améliorer la qualité. Jusqu'ici,

les RM n'ont pas pris d'initiative dans ce domaine hormis des soutiens ponctuels à certains projets.

9.1 Radios et télévisions régionales : mesures

Médias-pro et RM effectuent une analyse de la situation actuelle et des besoins pour le travail-médias ecclésial au niveau local dans leur région linguistique, dans le but d'identifier et d'exploiter à l'interne les synergies (échanges de formats d'émission, formations communes, assurance qualité, etc.), d'améliorer la qualité des émissions et de commercialiser au niveau de la région linguistique des formats d'émission se prêtant à une diffusion plus large.

Une formation aux médias destinée aux organes de direction des Églises, et des ateliers pour le travail média au niveau local (sur demande), font partie de l'offre de formation initiale et continue des entreprises de médias.

Mesures	Responsabilité (participation)	Échéances	Ressources	Finances / réalisation
Analyse de la situation actuelle et des besoins pour le travail-médias ecclésial au niveau local	Médias-pro, RM (services de communication des Églises)	Été 2017 (prép. des ateliers) - été 2018	Temps de travail des agences OU : mandat de la FEPS, coûts : 6 000.-	Mandat de la FEPS (payé) / ou : mandat de l'organisation responsable (partie du mandat de prestations)

10 Champ de communication 8 « produits journalistiques pour les membres »

Les fusions déjà opérées dans le domaine des produits journalistiques pour les membres montrent qu'il est possible de regrouper divers périodiques cantonaux sous différentes formes d'organisation et de les réaliser et les éditer en commun. En Suisse romande, trois journaux régionaux ont été réunis en une nouvelle publication appelée « Réformés », qui est parue pour la première fois à fin 2016. En Suisse alémanique, ces processus d'intégration ont débouché il y a plusieurs années sur la création du « Kirchenbote » intercantonal (huit Églises cantonales, une fusion, tirage : 155 000), et en 2008 sur le journal « reformiert. » (quatre Églises cantonales : AG, BE-JU-SO, GR, Zurich, une coopération, tirage : 700 000). Par ailleurs, les quatre périodiques ecclésiastiques indépendants de Suisse orientale (AI/AR, GL, SG, TG, tirage total : 140 000) et l'Église cantonale de Zoug suivent une voie individuelle, mais se mettent en réseau dans le domaine en ligne. Ces journaux coopèrent en ligne avec les RM pour les nouvelles d'actualité, et une réunion de tous les éditeurs de Suisse alémanique est organisée annuellement.

Les éditeurs des diverses publications et donc les compétences quant aux négociations sur les développements, l'intégration et les projets communs varient d'un titre à l'autre : le Kirchenbote intercantonal et « reformiert. » Schweiz sont organisés sous forme de société de droit privé. Au niveau des cantons, les éditeurs sont en partie des Églises cantonales (AG, GR), en partie des sociétés de droit privé (BE-JU-SO, ZH). Dans certains cantons, les journaux sont obligatoirement envoyés à tous les membres, dans d'autres, chaque paroisse décide de son abonnement.

À l'occasion du jubilé de la Réforme, les Églises cantonales et les éditeurs prévoient pour la première fois de mener une action commune réunissant presque toutes les publications destinées aux membres : il s'agira d'un encart ou d'un dossier commun consacré au jubilé de la

Réforme et élaboré dans le cadre d'une coopération rédactionnelle ; cet encart paraîtra en principe à fin septembre 2017.

La poursuite des efforts d'intégration des publications destinées aux membres devra d'abord porter sur les périodiques cantonaux encore publiés de façon indépendante, pour faire en sorte qu'ils s'associent à l'un de deux grands groupements de journaux. Le processus orienté vers la création d'un journal pour la Suisse alémanique pourra ensuite se poursuivre afin de concentrer les forces et la visibilité dans un seul produit. Dans ces deux processus, le facteur déterminant sera de savoir si les éditeurs concernés et les deux groupements de journaux intercantonaux sont intéressés par une coopération. Cela relève de la compétence des éditeurs cantonaux.