

Extrait du businessplan

Jean-Paul Rüttimann

Communiquer de façon efficace en tenant compte des récepteurs

Businessplan

pour le développement de la communication
et du travail médias
de l'Eglise catholique en Suisse

Objectifs	2
Objectifs stratégiques pour la communication et le travail médias de l'Église catholique en Suisse	3
Mesures à moyen terme	4
1. Présence de l'Église dans la société (médiatique).....	4
1.1 Création d'un service de communication auprès de la CES	4
1.2 Professionnalisation du secrétariat de la Commission des médias.....	5
1.3 Mise à disposition d'un pool pour des productions à court terme et des projets dans le domaine de la communication	5
2. Coopération oecuménique.....	6
3. Présenter les valeurs chrétiennes dans les médias séculiers	6
3.1 Coopération avec la SSR.....	6
3.2 Coopération avec les stations privées de radio et de TV	6
3.3 Presse quotidienne et hebdomadaire	6
4. Coopération et mise en réseau.....	7
5. Présence attrayante sur internet	7
5.1 Portail internet.....	7
5.2 Sites internet pour adolescents et jeunes	7
6. Compétence médias et formation	7
6.1 Transmission de compétences médias	8
6.2 Financement de la formation	8
6.3 Promotion des jeunes	8
6.4 Transmission de connaissances au sujet de questions religieuses et ecclésiales	8
7. Communication interne	9
7.1 Charte pour la communication interne	9
8. Utilisation efficace des moyens à disposition	9
8.1 Instruments d'évaluation et de controlling	9
8.2 Attribution des moyens respectant les différents échelons	9
Planification des délais et des finances	10
Annexe: Vue d'ensemble des analyses de situation et des textes de base.....	12

Objectifs

L'Eglise catholique doit pouvoir faire face aux défis de la société moderne de communication. Elle a donc besoin de personnes compétentes et d'instruments efficaces pour présenter dans les médias (notamment la presse, radio, TV et Internet) ses points de vue au sujet de questions importantes pour la société et informer objectivement sur ses propres affaires; elle apporte ainsi sa contribution à la discussion publique. Elle doit aussi utiliser ces canaux pour diffuser son message à un public aussi large que possible. Elle recherche la coopération œcuménique dans tous les cas où cela est raisonnable.

L'exécution des mesures proposées par ce Businessplan supprimera les déficits les plus importants relevés par les rapports Jacobi et Rüttimann. La création d'un réseau de communication interne permettra en outre de mieux utiliser les ressources existantes et le recours à des instruments d'évaluation garantira une utilisation plus efficace des moyens.

Ce Businessplan a été discuté en profondeur lors de deux séances d'un groupe d'accompagnement dont faisaient partie les personnes suivantes:

- Mgr Peter Henrici, évêque des médias
- Walter Müller, chargé d'information de la CES
- Charles Martig, directeur du KM (Katholischer Mediendienst)
- André Kolly, directeur du CCRT Lausanne
- Don Italo Molinaro, directeur du CCRTV Lugano
- Jaques Berset, rédacteur en chef d'apic
- Albert Longchamp, président de la Commission des médias de la CES
- Willy Bühler, chargé de radio et de TV pour la Suisse alémanique de la CES
- Daniel Kosch, secrétaire général de la RKZ, administration des projets secteur suisse AdC/RKZ

Objectifs stratégiques pour la communication et le travail médias de l'Église catholique en Suisse

1. L'Église catholique en Suisse est perçue par un large public comme une organisation qui contribue activement au développement de la société – notamment en prenant clairement position au sujet de questions importantes pour toute la société.
2. Dans son travail de communication, l'Église catholique en Suisse tient compte de la dimension œcuménique.
3. L'Église catholique en Suisse utilise toutes les possibilités pour présenter, également dans les médias séculiers et dans une forme adaptée aux publics, les valeurs chrétiennes et une vision chrétienne du monde ainsi que pour informer de façon pertinente sur les réalités catholiques.
4. L'Église catholique en Suisse favorise l'échange optimal d'expériences et de compétences entre les personnes chargées de communication dans le domaine ecclésial à différents échelons et pour différentes institutions.
5. L'Église catholique en Suisse offre des sites attrayants sur le web et cela dans trois langues nationales. Son offre tient aussi compte des intérêts spécifiques de la jeune génération.
6. L'Église catholique en Suisse encourage la compétence médias de ses responsables et se soucie de la transmission aux journalistes de connaissances en matière religieuse et ecclésiale.
7. L'Église catholique en Suisse pratique une communication interne qui tient compte des règles reconnues dans ce domaine.
8. L'Église catholique en Suisse utilise efficacement les moyens pour son travail de communication et procède régulièrement à des évaluations pour s'assurer que les objectifs fixés et les publics visés sont atteints.

Mesures à moyen terme

1. Présence de l'Église dans la société (médiatique)

L'Église catholique en Suisse est perçue par un large public comme une organisation qui contribue activement au développement de la société – notamment en prenant clairement position au sujet de questions importantes pour toute la société.

1.1 Création d'un service de communication auprès de la CES

Les tâches et les moyens du chargé d'information de la Conférence des évêques suisses (CES) sont renforcés par la **création d'un service de communication** auprès de la CES. Ce service s'occupe – à côté du travail médias à proprement parler – des tâches de relations publiques comme «issue management», «public affairs», communication de crise et lobbying. Il tient compte des particularités des trois régions linguistiques.

Son cahier des charges comprend:

1. Conseiller la CES, ses commissions et ses groupes de travail en matière de communication et permettre à ses membres de se former en matière de communication.
2. Présenter périodiquement à la CES une analyse de l'opinion publiée en ce qui concerne des questions intéressant l'Église.
3. Concevoir le travail médias opérationnel et l'exécuter (communiqués de presse, conférences de presse, contacts avec les rédactions, etc.) ainsi que participer au travail médias des commissions et groupes de travail de la CES.
4. Entretenir des contacts réguliers avec les rédactions des médias nationaux et interrégionaux les plus importantes.
5. Promouvoir le placement de prises de position (notamment des chroniques) de responsables de l'Église dans ces médias (pt 3.3.3).
6. Organiser régulièrement des rencontres informelles pour les médias
7. Élaborer un concept de communication (communication de crise incluse) pour la CES, ses commissions et ses groupes de travail et – après l'aval de la CES – la mettre en pratique (campagne et événements nationaux, etc).
8. Collaborer étroitement avec les chargés de communication d'autres échelons et d'autres institutions de l'Église.

1.2 Professionnalisation du secrétariat de la Commission des médias

Le secrétariat de la Commission des médias est désormais assumé par un expert en communication, engagé à plein temps. Le secrétariat met ses connaissances et son savoir-faire à disposition de toutes les instances ecclésiales (CES avec ses commissions et ses groupes de travail, diocèses, Conférence centrale catholique romaine de Suisse (RKZ), corporations et fédérations cantonales, etc.). La Commission des médias détermine les priorités.

Le cahier des charges du secrétariat de la Commission des médias comprend notamment:

1. Gérer le secrétariat de la Commission des médias (PV, organisation matérielle des séances, organisation du dimanche des médias et du prix médias, etc.).
2. Observer les développements dans le domaine de la communication tant sur les plans international, national qu'interrégional, en tirer des conséquences pour la politique de communication de l'Église et en rendre compte périodiquement à la CES, aux instances de cofinancement et aux autres groupements ecclésiastiques intéressés.
3. Développer des modèles de conception de communication (communication de crise incluse) qui peuvent être adaptés aux besoins et aux particularités des évêchés et des organisations.
4. Piloter la coordination des portails internet sur le plan national et linguistique et indiquer aux évêchés, vicariats, congrégations et organisations ecclésiastiques les services disponibles pour la conception de portails internet.
5. Mettre en réseau tous les journalistes et chargés de communication dans l'Église catholique et animer le réseau (v. pt 3.4.1). Il favorise ainsi notamment la mise à disposition de spécialistes internes ou externes de la communication (pour la vidéo, internet, les relations publiques, la formation, etc.).
6. Coordonner la formation et la formation continue en matière de communication organisées dans les régions linguistiques et la stimuler (v. pt 3.6).
7. Nouer des contacts avec des experts dans les différents domaines de la communication (Internet, vidéo, relations publiques, communication de crise, lobbying, etc.) susceptibles de contribuer au travail de communication de l'Église.
8. Contribuer avec l'appui d'experts à l'évaluation et au controlling de l'utilisation des contributions de l'AdC/RKZ en faveur de la communication et mettre son savoir-faire à disposition d'autres institutions et organisations.

1.3 Mise à disposition d'un pool pour des productions à court terme et des projets dans le domaine de la communication

Le travail de communication de l'Église est régulièrement mis au défi de réagir rapidement aussi bien à des opportunités qu'à des situations difficiles. En complément des contributions de l'Action de Carême (AdC) et de la RKZ pour des dépenses régulières et des projets planifiables, un pool est créé

pour des productions à court terme et des projets. La collecte de médias, AdC/RKZ, des dons et le fundraising en sont les sources. Un comité de la Commission des médias décide de l'attribution des montants peu importants; pour des montants plus importants la décision revient au plénum.

2. Coopération oecuménique

Dans son travail de communication, l'Église catholique en Suisse tient compte de la dimension oecuménique.

Les services et organisations actifs dans le domaine de la communication coopèrent autant que possible et de manière raisonnable avec les organisations partenaires d'autres confessions, en premier lieu avec la Fédération des Églises protestantes de Suisse (FEPS). La coopération avec le service de communication de la FES est analysée et planifiée tous les six mois.

3. Présenter les valeurs chrétiennes dans les médias séculiers

L'Église catholique en Suisse utilise toutes les possibilités pour présenter, également dans les médias séculiers et dans une forme adaptée aux publics, les valeurs chrétiennes et une vision chrétienne du monde ainsi que pour informer de façon pertinente sur les réalités catholiques.

3.1 Coopération avec la SSR

Le Katholischer Mediendienst (KM), le Centre catholique de radio et télévision (CCRT) et le Centro cattolico per la Radio e la Televisione (CCRTV) utilisent toutes les opportunités pour coopérer avec **la Société suisse de radiodiffusion et de télévision (SSR)**.

3.2 Coopération avec les stations privées de radio et de TV

Le KM en Suisse alémanique et le CCRT en Suisse romande ainsi que la fondation «Communicatio ecclesiae» en Suisse italienne analysent systématiquement les opportunités de coopérer avec les **stations privées de radio et de TV**. Ils soutiennent dans la mesure de leurs possibilités les journalistes proches de l'Église qui produisent déjà des programmes pour les stations locales.

3.3 Presse quotidienne et hebdomadaire

Pendant les 3 années à venir, le service de communication de la CES est chargé de sonder – et le cas échéant d'utiliser – les possibilités pour placer des articles de fond de responsables de l'Église dans **les quotidiens, les hebdomadaires (journaux gratuits inclus)**. Le service tient compte et utilise les connaissances, les relations et les intérêts de chargés de communication diocésains, régionaux et locaux.

4. Coopération et mise en réseau

L'Église catholique en Suisse favorise l'échange optimal d'expériences et de compétences entre les personnes chargées de communication dans le domaine ecclésial à différents échelons et pour différentes institutions.

La multitude, la diversité et les compétences des journalistes et chargés de communication dans l'Église catholique à tous les échelons sont une richesse que la mise en réseau permet de mieux faire fructifier. Le secrétariat de la Commission des médias crée et anime un réseau qui fonctionne tant au niveau national que linguistique. Un intranet assure un lien permanent et des rencontres périodiques favorisent les contacts. Ainsi on garantit notamment l'échange sur le plan national d'expériences significatives et de compétences disponibles localement (notamment dans le domaine des nouveaux médias).

5. Présence attrayante sur internet

L'Église catholique en Suisse offre des sites attrayants sur le web et cela dans trois langues nationales. Son offre tient aussi compte des intérêts spécifiques de la jeune génération.

5.1 Portail internet

Un **portail internet** attrayant est installé dans les trois langues selon le modèle de kath.ch en tenant compte des particularités régionales. Le portail sert tant l'annonce de la foi que l'information au sujet de l'Église. L'agence kipa-apic est chargée de livrer les informations d'actualité en allemand, français et italien.

Pour favoriser le dialogue entre les représentants de l'Église et les personnes intéressées, des plateformes interactives attrayantes sont installées et gérées tant sur le plan national que linguistique: blogs, chats, forums, etc.

Le Katholischer Mediendienst (KM) offre aux portails franco- et italoophone l'assistance technique nécessaire.

5.2 Sites internet pour adolescents et jeunes

Internet et la téléphonie mobile sont des médias qui permettent d'atteindre les adolescents et les jeunes adultes (sans oublier que les médias visuels comme l'image et le cinéma jouent un rôle central). La Commission des médias rassemble les expériences que des organisations ecclésiales de différents endroits en Suisse ont faites avec de telles offres. Avec les responsables de ces offres, elle analyse la procédure indiquée pour promouvoir en Suisse de tels sites.

6. Compétence médias et formation

L'Église catholique en Suisse encourage la compétence médias de ses responsables et se soucie de la transmission aux journalistes de connaissances en matière religieuse et ecclésiale.

6.1 Transmission de compétences médias

Sur la base d'un tableau des cours et séminaires organisés jusqu'à présent par le KM et le CCRT pour transmettre des compétences dans le domaine des médias, le secrétariat de la Commission des médias rédige un plan de formation qui tient compte des différents groupes cibles et compose un pool de personnes et d'institutions susceptibles de donner de telles formations. Dans chaque région, une personne ou une institution (KM, CCRT, CCRTV) coordonne l'offre de formation et la diffuse. Ces formations seront accessibles à toutes les organisations et personnes qui ont besoin d'une telle formation pour l'exercice de leur fonction.

6.2 Financement de la formation

La formation aussi bien de base que continue est financée en principe par les taxes des participants. Pour financer en partie la formation de leurs membres, les organisations ecclésiales peuvent obtenir des contributions d'un **fonds de formation** constitué par des moyens financiers nationaux. Ce fonds est administré par la Commission des médias.

6.3 Promotion des jeunes

Les services et organisations actifs dans le domaine de la communication favorisent la formation de jeunes journalistes intéressés par les questions ecclésiales. Le KM, kipa-apic, les rédactions des bulletins paroissiaux, les services de communication, etc. créent donc dans la mesure du possible des postes pour stagiaires pour que les personnes disposant de la formation de base nécessaire puissent acquérir une expérience pratique. Le **fonds de formation** leur attribue à cet effet un soutien financier.

6.4 Transmission de connaissances au sujet de questions religieuses et ecclésiales

Le secrétariat de la Commission des médias explore auprès de toutes les institutions de formations pour journalistes – universités, hautes écoles spécialisées, Centre romand de formation des journalistes (CRFJ), formation interne aux entreprises de médias – les possibilités pour y introduire un module «**Connaissances de faits et développements religieux et ecclésiaux**». La Commission des médias confie la direction de ces modules à des intervenants compétents.

7. Communication interne

L'Église catholique en Suisse pratique une communication interne qui tient compte des règles reconnues dans ce domaine.

7.1 Charte pour la communication interne

La Commission des médias élabore un projet de «**Charte pour la communication interne dans l'Église**» qui énonce des principes et les procédures en découlant pour la communication à l'intérieur et entre tous les échelons et toutes les organisations de l'Église en Suisse. La Charte prévoit aussi des mesures pour en garantir l'application. Elle tient compte des documents existants.

Après consultation de toutes les institutions et services concernés, la Commission des médias élabore un projet définitif qu'elle soumet à la CES, à la RKZ, à l'AdC et à Caritas. La Commission des médias poursuit son travail pour parvenir à un consensus. Le secrétariat de la Commission des médias veille à l'intégration de cette charte dans le travail de communication de l'Église par les moyens adaptés (brochures, présentations, catalogue de cas modèles, etc.).

La Commission des médias contrôle le respect de la charte: elle intervient, sur la base d'informations extérieures ou d'elle-même, pour promouvoir son application dans le travail quotidien ou pour rendre attentif à des manquements.

8. Utilisation efficace des moyens à disposition

L'Église catholique en Suisse utilise efficacement les moyens pour son travail de communication et procède régulièrement à des évaluations pour s'assurer que les objectifs fixés et les publics visés sont atteints.

8.1 Instruments d'évaluation et de controlling

En collaboration avec l'administration des projets pour le secteur suisse AdC/RKZ, la Commission des médias est chargée de concevoir et d'appliquer des instruments d'évaluation et de controlling pour mesurer et analyser les prestations et les résultats du travail de communication de l'Église. Ces instruments servent en premier lieu à mesurer les résultats obtenus par les services et organisations soutenus par des moyens nationaux. Ils peuvent aussi être utilisés par les évêchés, les cantons, les bulletins paroissiaux, etc.

8.2 Attribution des moyens respectant les différents échelons

L'attribution des moyens financiers et la conception de la présence dans les médias doit tenir compte des habitudes actuelles et d'une efficacité optimale – même si cela entraîne un renoncement à des structures traditionnelles.

Planification des délais et des finances

A. Décisions de fond au sujet du Businessplan et du recueil/répartition des moyens (2009)

Quand?	Quoi?	Qui?
janvier	Consultation du Businessplan au département D de la CES	P. Henrici
février	Consultation mise à disposition de moyens supplémentaires auprès de la RKZ	D. Kosch
28 février	Demandes de rallonge des institutions cofinancées pour 2009	Institutions
2–4 mars	Prise de position au sujet du Businessplan (1ère lecture)	CES
20–21 mars	Décisions au sujet de la procédure à suivre pour le recueil de fonds	RKZ
31 mars	Prise de position au sujet du Businessplan vu du point de vue cofinancement Requêtes pour les demandes de rallonge 2009 à RKZ / AdC	GEKI
20 mai	Demandes de subventions des institutions cofinancées pour 2010	Institutions
1–3 juin	Prise de position au sujet du Businessplan (2ème lecture)	CES
19 juin	Décisions au sujet des demandes de rallonge pour 2009	AdC
19–20 juin	Fixation des contributions RKZ pour le cofinancement et le financement supplémentaire médias Décisions au sujet des demandes de rallonge pour 2009	RKZ
juillet/août	Séance commune groupe spécialisé médias / Commission des médias / J.-P. Rüttimann	D. Kosch / U. Muther
17–18 sépt.	Préparation des décisions de cofinancement pour 2010	GEKI
19–20 nov.	Décisions de cofinancement 2010	AdC
27–28 nov.		RKZ

C. Remarques au sujet de la planification des délais et des finances

Premières priorités

Vu le fait que les besoins financiers dépasseront probablement les moyens disponibles et que l'exécution du Businessplan prendra éventuellement plus de temps que prévu dans cette planification, il faut donner la priorité aux mesures suivantes:

1. Création d'un service de communication auprès de la CES
2. Professionnalisation du secrétariat de la Commission des médias
3. Mesures dans le domaine des compétences médias et de la formation.

Transferts dans le domaine de l'attribution des moyens

L'attribution des moyens financiers de l'Action de Carême et de la RKZ est à adapter progressivement de sorte que les contributions dépendent désormais des prestations fournies et que ce ne sont plus les institutions qui sont financées en tant que telles. Cela constitue un pas de plus en direction d'une attribution efficace des moyens sur la base de mandats de prestations. Cela exige de la part aussi bien des institutions cofinancées que des instances de financement un changement de perspectives et des modifications dans l'évaluation du montant des contributions.

Annexe: Vue d'ensemble des analyses de situation et des textes de base

En 2005, la CES a publié le rapport nommé «PaPriKa» traitant de priorités pastorales et des réalités financières de l'Eglise catholique en Suisse et proposant une série des mesures pour une clarification des tâches et une concentration des forces sur le plan national. Des analyses du positionnement dans le domaine du travail médias de l'Eglise et un renforcement de l'engagement dans ce domaine en faisaient partie. Par la suite, des analyses de la situation dans les trois régions ont été rédigées. En outre, la CES ainsi que l'AdC et la RKZ ont publié des textes de base sur le travail médias de l'Église.

1. PaPriKa-Bericht

Arbeitsgruppe PaPriKa, Klärung der Aufträge und Bündelung der Kräfte in den sprachregionalen und gesamtschweizerischen kirchlichen Institutionen. Schlussbericht vom 18. Juli 2005, S. 17, 61–64.

- http://www.kath.ch/news/upload_rkz/def.%20text.pdf

2. Analyses de situations

Für die deutschsprachige Schweiz

Reinold Jacobi, Informationsflüsse der katholischen Kirche in der Schweiz. Befunde, Analysen, Optionen. Bericht vom 2. Februar 2007.

- <http://www.kath.ch/cms/upload/20080929095430.pdf>

Für die französischsprachige Schweiz

Jean-Paul Rüttimann, Rapport sur les flux d'informations de l'Église catholique en Suisse romande. Mai 2008.

- <http://www.kath.ch/cms/upload/20080929100539.pdf>

Für die italienischsprachige Schweiz

Jean-Paul Rüttimann, Rapport sur les flux d'informations dans l'Église de la Suisse italienne. Octobre 2008.

- <http://www.kath.ch/cms/upload/20081027114809.pdf>

3. Textes de base

Conférence des évêques suisses

Déclaration de la Conférence des évêques sur l'importance du travail de l'Eglise dans les médias, Einsiedeln 5 juin 2008.

- <http://www.kath.ch/cms/upload/20080929094024.pdf>

Action de Carême / Conférence centrale catholique romaine de Suisse

Medien – entscheidend für den Dialog zwischen Kirche und Welt. Positionspapier von Fastenopfer und RKZ zur kirchlichen Medienarbeit auf sprachregionaler und gesamtschweizerischer Ebene, Zürich 11 avril 2008.

- <http://www.kath.ch/cms/upload/20080929111601.pdf>

Le 25 octobre 2008 la Commission des médias de la CES a organisé une session médias à Lucerne. Les conférences, les rapports, etc. sont disponibles sur:

- <http://www.kath.ch/index.php?meid=1900>

Villars sur Glâne, le 15 janvier 2009

Jean-Paul Rüttimann