

Comment aller vers une communication bi-média ?

La conférence de la matinée ayant établi que le journal paroissial sur papier avait toujours une grande importance dans la communication des paroisses, l'après-midi a été consacré à une réflexion pour savoir comment articuler au mieux cette communication entre le journal papier et les supports numériques.

Annouer l'Évangile procure une vraie joie et c'est, pour le chrétien, « *le vrai dynamisme de la réalisation personnelle* ». C'est ce que rappelle le pape François dans son exhortation apostolique « *Joie de l'Évangile* ». Julien de Nomazy, directeur fondateur de l'agence bi-média de Bayard Service à Chambéry, a tenu à en citer quelques extraits pour bien montrer que la réflexion proposée en ce mardi après-midi était totalement en phase avec les préoccupations de l'Eglise d'aujourd'hui.

Le pape encourage notamment à ce que l'évangélisation se fasse dans le cadre des paroisses qui doivent se montrer « *proches des gens* », être « *des lieux de communion vivante et de participation* », et s'orienter « *complètement vers la mission* ».

Sur la forme, il prévient que « *les énormes et rapides changements culturels* » nous obligent à adapter notre communication pour « *exprimer la vérité de toujours dans un langage qui permette de reconnaître sa permanente nouveauté* ».

Julien de Nomazy explique que cette adaptation passe obligatoirement par une meilleure maîtrise et utilisation des nouveaux moyens de communication. Le web doit venir en complément du journal papier :

- pour donner à tout instant des informations pratiques (horaire, accès, contacts, modalités) ;
- pour diffuser une information plus régulièrement et plus immédiatement ;
- pour diffuser des contenus multimédias (photos, vidéos, sons...);
- pour faire la promotion d'évènements et aussi du journal ;
- pour garder un lien via des newsletters ;
- pour générer de la participation interactive (questionnaires, dons en ligne, inscriptions en ligne, jeux...).

Une première étape : créer une newsletter

Quatre ateliers de réflexion ont été proposés pour explorer les pistes d'une bonne

communication bi-média :

- 1 – La promotion et le soutien d'un journal paroissial
- 2 – La complémentarité web-newsletter-journal
- 3 – Le guide paroissial papier et web
- 4 – Quel contenu sur Internet pour intéresser les internautes ? Quelles différences par rapport au journal sur papier ?

Le premier groupe, animé par Nicolas Legagneur – chargé du suivi de la diffusion des journaux au sein de Bayard-Service Centre-Alpes mais aussi spécialiste de l'Internet – est arrivé à la conclusion qu'il fallait absolument créer une newsletter pour promouvoir le journal en annonçant sa prochaine distribution et son contenu. Si les gens sont prévenus de l'arrivée du journal, ils y prêteront davantage d'attention.

Diffuser une newsletter suppose de récupérer les adresses mail d'un maximum de personnes. C'est une occasion de fédérer les différents cercles de la paroisse (catéchisme, groupes de prière, Secours catholique, équipe funéraires, préparation au mariage, etc.). Ce carnet d'adresses constituerait un précieux moyen de communication directe, par exemple pour annoncer un évènement exceptionnel ou pour solliciter du soutien et des dons.

Bien entendu, pour ne pas importuner les gens qui ne seraient pas intéressés par les messages de la paroisse, la newsletter doit comporter un lien permettant facilement de se désabonner.

Un module de formation proposé par Bayard Service

Personne n'a été intéressé par le troisième sujet proposé ; en revanche, il y avait de très nombreux volontaires pour le deuxième sujet. Ce sont donc deux groupes qui ont réfléchi à la complémentarité entre les différents supports d'information, en compagnie de Julien de Nomazy. La newsletter a été plébiscitée, là aussi, comme un moyen d'attirer l'attention

sur le contenu du journal, mais aussi et surtout comme un moyen de drainer les internautes vers le site web de la paroisse. Face à la demande, Bayard Service envisage de créer un module de formation « *Créer une newsletter* » pour ses clients. Cette possibilité est d'ailleurs intégrée dans la nouvelle génération des sites Internet que l'entreprise propose aux paroisses.

Le dernier groupe, animé par Yves Baunez – journaliste à Bayard Service Centre-Alpes et ex-webmaster d'un site Internet –, s'est entenu sur le fait qu'il fallait d'abord respecter, sur Internet, les règles de bases de la communication déjà en vigueur pour le journal paroissial : Bien qu'on ne soit pas limité par la place, les articles doivent être courts et vivants. Les pages Internet permettent de les rendre encore plus attrayants grâce à un nombre plus important de photos et même le recours à la vidéo.

On peut adjoindre facilement des rubriques interactives comme un ou plusieurs blogs, par exemple, et faire passer des informations, de façon automatisée ou non, vers les réseaux sociaux comme Facebook ou Twitter.

Un avantage supplémentaire d'Internet est que toutes les informations pratiques sur la vie de la paroisse y sont accessibles à tout moment (alors qu'on n'a pas la place de les faire figurer systématiquement dans un journal papier).

Mais le problème qui est apparu de façon évidente c'est le temps nécessaire pour faire vivre un site Internet et le maintenir à jour. Le rythme est beaucoup plus exigeant que pour le journal papier. Le contenu doit être contrôlé et renouvelé très régulièrement, au minimum une fois par semaine.

La plupart des équipes paroissiales ne se sentent pas capables d'assumer ce travail. Il faut trouver des passionnés qui acceptent de le faire... bénévolement bien sûr. C'est un nouveau défi pour les paroisses.