

LA COMMUNICATION ENTRE LES DIVERS CONSEILS ET ÉQUIPES DE LA PAROISSE

A. Visée

La visée est de favoriser une communication et une communion entre les équipes paroissiales – relais et les conseils !

B. Intérêts

Il s'agit de reprendre et adapter au niveau de la paroisse quelques unes des orientations pastorales de notre diocèse : « *Avance en eau profonde* » et « *Va au large* ».

211. Soutenir les équipes-relais dans leurs tâches, leurs choix, leur spiritualité, la relecture, etc. car leur mission est précieuse : elles rendent proche, visible et vivante l'Église, en l'absence habituelle du curé. Elles n'ont surtout pas à tout faire, mais grâce à elles, l'information circule, les malades sont visités, les familles en deuil sont accompagnées, les nouveaux arrivants sont accueillis, l'église est entretenue et ouverte, les bonnes relations sont établies avec les élus locaux, la collecte du Denier de l'Église est assurée, etc. Elles cherchent les personnes sur lesquelles elles peuvent compter pour tout cela.
611. Développer tous les contacts et collaborations possibles entre paroisses, services, mouvements et aumôneries.
612. Favoriser au niveau diocésain toutes les collaborations possibles entre les différents services, afin qu'ils proposent ensemble les mêmes temps de formation, de recollection et de retraite.
613. Se mettre d'accord au niveau du doyenné pour coordonner les demandes et les actions de formation ; éviter ainsi les déperditions de forces, ainsi que les difficultés pour les services diocésains de répondre à toutes les demandes.

C. Progrès à Poursuivre

1. La communication ne peut pas se réduire aux seuls papiers et notes, elle passe surtout par des lieux de parole, de convivialité...

ex : un dimanche par an la paroisse pourrait organiser :

- Une formation et une célébration avec une catéchèse intergénérationnelle
 - Une assemblée de paroisse qui est ouverte à tous et qui rassemble les responsables, animateurs, bénévoles, de services et de mouvements ainsi que les conseils et équipes de la paroisse (EAP, relais, ...).
2. Au sein de l'EAP, il convient qu'une personne au moins ait le souci de la communication avec les relais et entre chaque relais. On peut organiser un inter-relais, 1 ou 2 fois par an, pour se connaître, pour partager, pour s'enrichir, etc.
 3. L'EAP fait connaître à l'ensemble des paroissiens
 - les dates particulières,
 - les événements à retenir,
 - les questions en débat,
 - les décisions et les choix pastoraux.

D. Points d'attention

- Veiller à **ne pas réduire la communication à de l'information à sens unique** (du haut vers le bas !). La communication suppose dialogue, échange, partenariat.
- Être attentif à **conserver les archives** avec soin et à les transmettre en temps voulu (lorsqu'elles ne sont plus utiles pour la paroisse) au service diocésain des archives.

Contact : *Mme Caroline Biencourt, archevêché.*

Tél. 03 27 81 34 96

Mail : archivistecambrai@nordnet.fr

E. Qui contacter pour avancer ?

Service de la Formation Permanente :

Père Paul Lamotte

Tél. 03 27 81 34 55

Mail : paul.lamotte@wanadoo.fr

WWW.CATHOCAMBRAI.COM

A. Visée

Permettre à la Bonne Nouvelle de se répandre.

B. Intérêts

La souplesse éditoriale et technique permet d'être en phase avec l'actualité du diocèse.

La communication peut se faire dans les deux sens, avec beaucoup d'interactivité. En particulier avec les forums et les réactions à chaud avec les courriers électroniques.

On peut rejoindre plus de monde, proches ou éloignés de l'Église et qui ne sont pas dans les circuits habituels. En particulier, il existe chez les jeunes un attrait pour ce media moderne.

Outre la rapidité d'édition et son faible coût, Cathocambrai permet aussi de mettre en ligne une quantité d'informations très diverses, très ciblées ou très générales.

Il s'agit d'un média total qui utilise aussi bien le son, l'image, la vidéo, que l'écrit. De plus il offre la possibilité de liens avec d'autres sources d'informations (le Vatican, l'Église de France, ...). Il permet enfin à tous les usagers de dialoguer entre eux (forum de discussions...).

C'est une source de connaissances et d'informations quasi illimitée pour peu que l'on sache chercher : bibliothèque de données, liens avec d'autres sites intéressants...

C. Progrès à poursuivre

1. La formation des usagers (paroisses, services et mouvements du diocèse) Ce n'est pas difficile.
2. Développer la publicité qui fait connaître Cathocambrai.
3. Actualiser régulièrement les informations : faire disparaître ou archiver les anciennes ; mettre en première page l'actualité récente ou les événements à venir...

4. Cultiver l'aspect ludique pour faire venir les jeunes. Quiz biblique, sur Lourdes, les saints locaux... Prix à gagner...
5. Établir des relations entre Cathocambrai, Église de Cambrai et les journaux paroissiaux. Et faire des renvois entre ces médias : se faire une publicité mutuelle. Préciser le droit qui régit l'échange des articles entre les différents médias, en particulier au niveau des images et des photos des personnes.
6. Trouver des correspondants locaux.
7. Constituer un groupe de relecture (qui réfléchisse à la stratégie de la communication dans le diocèse) commun à "Église de Cambrai" et "Cathocambrai". Développer un pôle multimédia.
8. Mettre en place une politique volontariste pour que toutes les paroisses, les mouvements et services nourrissent leur site sur Cathocambrai.
9. Développer des liens avec d'autres sites Internet qui seraient plus informatifs sur le plan de la Bonne Nouvelle.

D. Points d'attention

Il ne faut pas se laisser fasciner par l'outil de communication qu'est Internet. N'oublions pas qu'Internet n'est pas seulement un moyen de communication performant, mais qu'une Bonne Nouvelle doit y être annoncée.

Avoir un groupe de relecture libre pour donner des conseils.

E. Qui contacter pour avancer ?

Père Marc Beaumont

Tél. 03 27 35 75 10

Mail : mc.beaumont@wanadoo.fr

LES FEUILLES PAROISSIALES

On adaptera les remarques selon qu'il s'agit d'une feuille paroissiale hebdomadaire ou d'un bulletin paroissial mensuel.

A. Visées

Permettre aux chrétiens de prendre conscience de la vitalité de leur paroisse.

B. Intérêts

Passer de l'esprit de clocher à l'esprit de paroisse.

Ouvrir la paroisse

- à la vie de l'Église diocésaine, des services et des mouvements.
- à la vie de la société.

C. Progrès à faire

- 1) Mettre en place sur la paroisse une équipe communication (avec un responsable de l'équipe)
 - avec une boîte aux lettres, téléphone, ...
 - pour collecter les informations.
 - pour suivre l'édition et la diffusion.
 - pour se retrouver 2 ou 3 fois par an pour collecter les infos.
- 2) Favoriser des liens entre les feuilles paroissiales et le site Internet de la paroisse.
- 3) Privilégier le recto de la feuille paroissiale pour l'ensemble de la paroisse et le verso pour chaque relais.
- 4) Mettre la feuille paroissiale sur les pages Internet de la paroisse qui se trouve sur www.cathocambrai.com.

D. Points d'attention

- Faire des liens avec les autres médias.
- Que chaque relais, chaque groupe actif, écrivent une dizaine de lignes pour exprimer ce qu'il vit.
- Donner la parole à des acteurs extérieurs.
- Transmettre cette feuille par courriel à ceux qui ont laissé leur adresse électronique.
- S'il n'y a pas de journal paroissial, les feuilles paroissiales doivent être ouvertes à la vie extérieure à l'Église.

E. Pour avancer ...

- Reprendre avec un professionnel pour qu'il nous « critique » sur la qualité du produit n'est jamais du temps perdu.
- Prévoir une formation pour avancer dans la composition des feuilles paroissiales (On peut en particulier s'inspirer de *Paroisscom* guide pratique de la communication à l'usage des communautés chrétiennes publié par le Service National de la Communication).
- Regarder régulièrement la « production » des amis et des voisins.

ÉGLISE DE CAMBRAI

A. Visée

Développer l'esprit diocésain.

B. Intérêts

Être la vitrine et l'organe officiel du diocèse.

Reconnaître les expériences et les initiatives des uns et des autres.

S'enrichir de ces expériences et initiatives.

Être un outil utile pour aider les lecteurs dans leurs engagements.

C. Progrès à poursuivre

Définir et matérialiser des rubriques différentes dans l'Église de Cambrai pour éviter une certaine impression de pêle-mêle.

1. Réserver une rubrique qui offre aux lecteurs des pistes et des repères de réflexion.
2. Maintenir des articles courts et des pages moins chargées de textes.
3. Veiller à la lisibilité des caractères.
4. Bien viser les lecteurs ciblés plus ou autant les laïcs que les prêtres.
5. Traduire les expériences sous forme de témoignages, de récits.
6. Que les articles soient faits par les diocésains pour les diocésains.
7. Préciser et développer les relations entre l'Église de Cambrai (plus réflexion de fond) et Cathocambrai (plus d'actualité) ?
8. Mettre en place un groupe de relecture indépendant commun à l'Église de Cambrai et Cathocambrai.
9. Faire connaître l'Église de Cambrai en le mettant à disposition dans différents lieux de la paroisse.

D. Points d'attention

- Que les articles gardent un parti pris d'esérance.
- "J'aime l'Église" : ne pas faire apparaître que ce qui va bien. Il y a des moyens de dire les difficultés avec une tonalité d'esérance. Dans leurs articles, demander aux rédacteurs de ne pas craindre de faire écho des questions qui se posent.
- Ne pas esquiver les cris du monde, les cris de l'Église.
- Pour les photos : il y en a qui parlent autant que des textes. Des photos de personnes du diocèse.
- Une rubrique plus large que l'Église diocésaine. Manifester le lien entre les trois diocèses de la Province.

E. Qui contacter pour avancer ?

Mme Christine Wattiaux

Tél. 03 27 71 14 41

Mail : christine.wattiaux@nordnet.fr

AFFICHES ET TRACTS

Voici donc "quelques" conseils non exhaustifs, pour : non pas réussir un document publicitaire mais plutôt pour ne pas le rater ... Ce ne sont que quelques conseils en vrac, d'erreurs à éviter, le mieux serait un petit stage avec des exemples concrets sur écran ou papier... (cela s'appelle de la formation !!!).

Ces principes s'appliquent également aux dépliants, aux tracts, aux flyers (A5) et autres publicités presse : avec quelques réserves car ces documents sont destinés à être lus en main ! donc des entraves sont possibles (les textes peuvent être plus petits, plus nombreux, plus de photos, etc. mais les grands principes restent les mêmes).

A. Visée

Toucher le grand public.

B. Intérêts

Faire connaître les activités au plus grand nombre pour la mise en œuvre.

Points d'attention

Les points vraiment importants sont en gras et soulignés.

A. L'AFFICHE

Généralement 600 x 400mm (plus grand c'est refusé des commerçants).

- **Bien définir**, dans le document, le mot ou le message qui en sera le titre.
- **Plus c'est court, plus c'est lisible, plus c'est lu...**
Un document peut être dense (si le sujet l'exige) seul le titre en gros caractère attirera l'œil ! Seuls les intéressés liront le reste du texte.

- **Aller à l'essentiel !** Un titre - un lieu - une date. On privilégiera toujours un titre **"choc"** dynamique...qui interpelle...
- **Une image forte** peut compléter le visuel, à condition qu'elle soit parlante, de bonne qualité, bien contrastée. Elle doit toujours être accompagnée d'un petit titre qui l'explique (exemple une photo d'une personne démunie significative, au-dessus le titre en gros "HALTE A LA MISERE !").

B. LA MISE EN PAGE

- **Imaginer un cadre** bordure de 1 à 1,5 cm des 4 bords (matérialisé ou non) à l'intérieur duquel on placera les textes.
- **Les textes doivent "respirer"**, c'est-à-dire ne pas être collés aux bords (sauf une photo, ou pour faire un effet) mais ceci reste l'exception.
- Si l'on choisit **un fond coloré**, ou un dégradé, qu'il soit clair, pastel... également si l'on opte pour un "Fond de chèque" c'est à dire une photo ou montage en sous impression, la valeur doit être très claire pour ne pas nuire à la lisibilité.
- **La mise en page** des textes peut être centrée (classique) ou justifiée à droite ou à gauche, ou à droite et à gauche selon les pavés de textes, mais doit toujours être cohérente et équilibrée.

C. LES COULEURS

Ce qui est beau n'est pas forcément publicitaire ! Le publicitaire n'est pas forcément beau ! (éternelle ambiguïté !) Une affiche est faite (normalement) pour être lue !- La meilleure lisibilité est l'écriture noire sur un fond jaune (cf. plaques minéralogiques) mais certainement pas la

plus jolie ! Un fond blanc reste toujours une valeur sûre, car il permet beaucoup d'associations.

- Il existe **un code des couleurs** Très complexe ! Selon ce que l'on veut exprimer, certaines associations de couleurs expriment des sentiments. ex: le marron exprime les monuments historiques, le patrimoine, mais aussi la gastronomie, le chocolat... le rouge fait vendre, le vert exprime la nature, la campagne, le biologique... il serait trop long d'expliquer tous les rapports entre les couleurs.
- **Pas plus de 3 couleurs par document** : quelques astuces : ex : Un fond blanc, un gros titre en rouge peut être immédiatement juxtaposé avec un texte plus fin blanc dans un pavé rouge (donc pas de couleur supplémentaire). Dans le même domaine l'on peut jouer avec les formes : ex : un rond coloré, bord de page avec un petit texte en biais attirera l'attention. Mais toujours se rappeler : un texte noir sur un fond blanc (ou toutes autres couleurs) se lira toujours plus qu'un texte blanc sur un fond noir !
- **Alterner les couleurs** pour reposer le regard (un grand pavé de texte de la même couleur sera imbuvable).
- **Attention aux couleurs complémentaires** qui agacent l'œil... (sauf savant dosage des valeurs !) pas de rouge sur du vert / pas de violet sur du jaune ni de l'orange sur du bleu.
- **Pas trop d'effets**, floutés... ombres...sertis...encadrés... etc. beaucoup abusent de tous ces effets proposés par les logiciels actuels... trop c'est kitch ! pas forcément beau !

D. **LES CARACTERES**

- Choisir **pour le titre** un caractère gros et épais qui se lira bien à distance : éviter trop de fantaisie !

- **Pas de lettres trop fines**. Attention aux graphismes étroits qui ne sont pas lisibles. Une plus petite lettre bien large et bien espacée sera toujours plus lisible.
- **"Règle d'or"** : ce qui fait la lisibilité d'une lettre n'est pas sa grandeur ou son épaisseur, mais le blanc qui l'entoure".
- Attention, **une ombre portée** sur un caractère diminue sa lisibilité (contrairement à ce que croient beaucoup !).

C. **Qui contacter pour avancer ?**

M. Jacques Defossez

Tél. 03 27 78 01 94

Mail : decopub59@tiscali.fr

LA COMMUNICATION DANS LE DIOCESE DE CAMBRAI

Introduction.

La réflexion sur la communication ne date pas d'aujourd'hui dans notre diocèse. Une longue histoire de réflexions et de pratiques nous précède.

Des documents jalonnent notre réflexion :

- Paul VI, Exhortation apostolique sur l'évangélisation (Evangelii nuntiandi décembre 1975) : annoncer l'Évangile aux hommes de notre temps. Spécialement le n°45 sur l'utilisation des mass media
- Vivre et annoncer la Bonne Nouvelle du Christ. Les Médias dans le diocèse de Cambrai (1991).
- Charte de la communication dans le diocèse de Cambrai (1992).
- Les évêques de France, « Proposer la Foi dans la société actuelle », Paris Cerf, 1994.

Des pratiques nombreuses et variées attestent d'une expérience enracinée dans le quotidien de notre vie diocésaine : le Centre Multimédia, Caméra et les nombreux autres journaux paroissiaux, www.cathocambrai.com, RCF-TO, la participation à de nombreuses émissions de radio... en témoignent. Pourtant, il a paru nécessaire au Conseil Presbytéral de poursuivre ce travail car toute évangélisation, toute annonce de l'Évangile a toujours à voir avec une forme de communication ou une autre.

Ce document poursuit un double objectif :

D'une part rappeler ce que c'est que communiquer. Des professionnels¹ nous ont aidés. L'essentiel du document constitue le fruit et la synthèse de leurs interventions et des discussions qui ont suivi.

¹ Le conseil presbytéral a entendu lors de ses sessions 2005 et 2006 deux interventions de Christophe Henning (alors journaliste à la Voix du Nord) et de Frédéric Blondeau (alors attaché de presse et porte-parole de l'évêque de Tournai). Les pages qui suivent veulent

D'autre part, nous n'avons pas voulu en rester seulement au plan théorique qui, s'il est nécessaire, n'a d'intérêt que s'il ouvre à des outils pratiques. C'est pourquoi sur le site www.cathocambrai.com nous trouverons dans la rubrique *Communication des Services* du diocèse des **fiches techniques**, brèves, avec une personne référente pour se faire aider si on a besoin de précision. Le nombre de ces fiches n'est pas limité, il augmentera avec le temps comme une boîte à outils qui s'enrichit avec le temps et ses utilisateurs. N'hésitez donc pas à les consulter, à proposer des améliorations et à en proposer d'autres.

Quelques pharisiens, du milieu de la foule, dirent à Jésus : Maître, reprends tes disciples. Et il répondit : Je vous le dis, s'ils se taisent, les pierres crieront ! <i>Lc 19, 39-40</i>

Abbé Bruno FEILLET
Secrétaire Général du
Conseil presbytéral
Avril 2007

donner un écho synthétique de ces prises de parole très suggestives tant sur ce qu'est l'art de communiquer que sur la façon de le faire dans l'Église.