



Évaluation de la présence aux salons et comptoirs, compte rendu; information

Proposition :

Le Synode prend connaissance du compte rendu du Conseil synodal sur la présence aux salons et comptoirs de 2023 à 2025.

Rapport

I. Contexte

A. **Maintien de la présence aux salons et comptoirs pour la période de 2023 à 2025**

Lors de sa session d'été 2022, le Synode a décidé de maintenir sa présence aux salons et comptoirs pour la période de 2023 à 2025. La participation devrait continuer d'être assurée en collaboration œcuménique avec les Églises nationales catholique romaine et catholique-chrétienne.

Pour la mise en œuvre, le Synode a approuvé un crédit d'engagement de 480000 francs. Le budget pour le maintien de la présence aux salons et comptoirs a été réduit d'environ 30000 francs par an par rapport aux années précédentes¹.

B. **Résumé des débats du Synode d'été 2022**

Le Synode a procédé à un examen intensif du maintien de sa présence à la BEA et au salon du mariage MariNatal pour la période de 2023 à 2025. Dans l'ensemble, les opinions étaient favorables, mais certains points critiques ont été soulevés².

Les voix favorables ont souligné la grande importance de la présence ecclésiale aux deux manifestations. Le salon MariNatal (rebaptisé entre-temps JOSY), en particulier, a été mis en avant comme un lieu adéquat pour présenter les prestations des Églises pour les mariages et les baptêmes au grand public. Il a été relevé que l'Église ne devait pas céder ses compétences spécifiques dans ces domaines aux seuls prestataires de rituels laïques.

La présence des Églises à la BEA, manifestation attirant des personnes de toutes les couches sociales et de toutes les régions, a aussi été jugée importante. Le stand des Églises

¹ Cf. point 9 de l'ordre du jour du Synode d'été 2022.

² Cf. procès-verbal du Synode d'été 2022, pp. 86-92.

offre ici un espace pour des rencontres spontanées, des entretiens pastoraux facilement accessibles et un accueil en toute simplicité.

La collaboration œcuménique des trois Églises nationales a été globalement saluée du fait qu'elle conférerait un rayonnement supplémentaire à la présence des Églises aux salons et comptoirs, et soulignerait leur unité dans la diversité. Les mesures d'optimisation prévues, telles que la réduction de la surface du stand, une nouvelle conception visuelle et la réutilisation de matériaux, ont été considérées comme des démarches utiles pour préserver les ressources et diminuer les coûts.

D'un autre côté, des voix critiques se sont aussi fait entendre. La question du public visé par la présence à la BEA a été particulièrement discutée. Des doutes ont été émis quant à l'efficacité de cette présence pour lutter contre les sorties de l'Église ou attirer de nouveaux membres. Il a été demandé que les buts soient mieux définis et les résultats évalués plus précisément.

Un autre point critiqué concernait les coûts des participations aux salons et comptoirs. Si la réduction du budget annuel à 160 000 francs a été favorablement accueillie, les coûts totaux ont été jugés encore trop élevés.

En résumé, le Synode a reconnu la valeur de la présence des Églises aux salons et comptoirs, notamment pour les relations publiques et la collaboration œcuménique. En même temps, il est devenu clair que le rapport coûts - bénéfice devait être évalué plus précisément, afin que la participation à ces manifestations puisse être organisée de façon plus efficace et mieux ciblée à long terme.

II. Évaluation de la présence des Églises nationales aux salons et comptoirs

A. Introduction

L'évaluation de la participation à la BEA recouvre aussi bien des aspects quantitatifs que qualitatifs et intègre une pondération des différents critères. Les analyses ont porté sur la présence à la BEA des années 2023 et 2024, car la BEA 2025 n'avait pas encore eu lieu au moment de l'élaboration du présent message au Synode.

Les Églises réformées Berne-Jura-Soleure ont participé en 2023 au salon du mariage «Swiss Wedding World», qui avait succédé à MariNatal. En 2024, elles ont renoncé à leur présence pour des raisons de coûts. Ce n'est qu'en 2025 qu'elles se sont à nouveau présentées au salon du mariage (rebaptisé entre-temps «JOSY»).

A. Analyse de la présence aux salons et comptoirs en 2023

1 BEA 2023

a) Évaluation

Critère	Évaluation	Pon-déra-tion	Information
Visites du stand	Pas de mesure effectuée Évaluation impossible.	++	Aucune donnée disponible
Visites du comptoir en général	Positif: le nombre de visiteurs et visiteuses témoigne de l'intérêt pour le comptoir de la BEA.	+	330 000 visiteurs et visiteuses (+30 000 par rapport à 2022).
Thème: métiers d'Église	Positif: bon aperçu des métiers d'Église. Négatif: contenus non intégrés dans une stratégie de communication, coût élevé pour une utilisation unique.	+++	Le stand a fourni des informations au moyen de panneaux et de matériel imprimé.
Spécialistes/ groupes sur le stand	Positif: point de rencontre pour différents groupes professionnels, atmosphère vivante. Négatif: coûts élevés en raison de spécialistes externes.	+++	
Environnement	Le stand se trouvait dans une zone avec des organisations à but non lucratif et des petites entreprises.	+	Halle 3, à proximité d'organisations à but non lucratif comme la Ligue contre le cancer.
Relations publiques	Positif: accroche-regard, espace de détente. Négatif: stand très vaste, pouvant donner l'impression d'être « trop prétentieux ».	++	Le stand a été loué à tarif réduit (50%), mais avec certaines conditions (p. ex. sortie de secours).
Finances	Négatif: dépassement de budget de 30 000 francs.	+++	Budget initial 160 000 francs, coût final: 190 744.35 francs.

(légende: + à prendre en compte ++ critère important +++ critère déterminant)

b) Conclusion

La présence aux salons et comptoirs de 2023 a produit de bons résultats, mais également posé des défis. Le nombre élevé de visiteurs et visiteuses de l'ensemble de la foire témoigne de l'intérêt suscité par les thèmes présentés. L'un des points positifs à souligner est la présentation réussie des métiers d'Église, soutenue par du matériel d'information clair. L'animation du stand par des spécialistes des différentes professions ecclésiales a également contribué à créer une atmosphère vivante et accueillante.

Cependant, des lacunes manifestes sont aussi à relever. Les contenus du stand n'avaient pas été intégrés dans une stratégie de communication globale et ont ainsi occasionné des coûts élevés pour une utilisation unique, ce qui constitue une occasion manquée. En outre, la participation de spécialistes externes a entraîné des coûts supplémentaires.

Le dépassement de budget de 30 000 francs doit être évalué d'un œil critique. Les économies initialement annoncées au Synode n'ont malheureusement pas pu être réalisées. Au

contraire, le budget a été clairement dépassé, pour partie en raison de coûts fixes tels que location de matériel et coût du stand, mais aussi du fait de dépenses supplémentaires. Le service de communication n'a pas pu réaliser lui-même certains travaux, car il était en sous-effectif et n'avait pas encore de responsable. C'est pourquoi de nombreuses prestations externes ont dû être achetées, ce qui a augmenté les coûts.

2 Swiss Wedding World 2023

a) Évaluation

Le salon Swiss Wedding World 2023, qui a succédé à MariNatal, était très axé sur le marketing et s'est concentré sur des secteurs traditionnels du mariage tels que mode nuptiale, photographie et décoration. Le mariage religieux n'y a joué qu'un rôle secondaire et dans cet environnement, le stand des Églises nationales donnait plutôt l'impression de n'être pas à sa place.

Le stand était situé dans une zone périphérique, ce qui a négativement influencé le taux de fréquentation. En outre, le nombre total de visiteurs et visiteuses du salon a été inférieur aux attentes, ce qui s'est également répercuté sur le stand des Églises. Il n'y a eu que quelques rares demandes de renseignements ciblées sur le mariage religieux, car de nombreux couples étaient déjà très avancés dans la planification de leur mariage et surtout intéressés par les derniers détails.

L'agence de rituels réformée soutenue financièrement par le fonds d'expérimentation était activement représentée; pour le reste, seules quelques rares autres agences de rituels et quelques prestataires laïques étaient présents.

b) Conclusion

La participation à la Swiss Wedding World 2023 a certes offert une possibilité de présence de l'Église dans le secteur du mariage, mais le nombre de visiteurs et visiteuses est resté faible, tant pour l'ensemble du salon que pour le stand. L'orientation du salon, très axé sur le marketing, et le fait que les visiteurs et visiteuses étaient déjà très avancées dans le processus de planification des mariages, ont diminué l'intérêt pour les mariages religieux. L'emplacement périphérique du stand a aussi eu un impact négatif sur la fréquentation.

Par ailleurs, on a constaté que les prestataires de rituels laïques étaient peu représentés, ce qui permet de déduire qu'ici, le mariage religieux ne rencontre pas beaucoup de concurrence.

C. Analyse de la présence aux salons et comptoirs en 2024: BEA

a) Évaluation

Critère	Évaluation	Pon-dération	Information
Visites du stand	Positif: nombre élevé de visiteurs et visiteuses, beaucoup d'intérêt. Négatif: méthode de comptage imprécise, chiffres non fiables.	++	33 145 personnes (2022: 29 776)
Visites du comptoir en général	Positif: nombre total élevé de visiteurs et visiteuses témoigne d'un grand intérêt. Remarque: les manifestations en soirée sont comptées comme des entrées supplémentaires.	+	Plus de 330 000 visiteurs et visiteuses. La BEA 2024 s'est déroulée en mai, avec des jours fériés comme l'Ascension et la fête des mères.
Thème: prestations d'intérêt général	Positif: matériel réutilisable, présentation moderne sur écrans. Négatif: message peu reconnaissable, absence d'accroche-regard en raison de restrictions budgétaires.	+++	Thème basé sur les contenus du compte rendu au canton. Produits imprimés abandonnés au profit d'une présentation numérique.
Spécialistes/ groupes sur le stand	Positif: fort engagement des collaborateurs et collaboratrices spécialisées, interactions précieuses avec les visiteurs et visiteuses. Négatif: quelques collaborateurs et collaboratrices spécialisées se sentaient mal à l'aise dans le rôle de « vendeurs/ vendeuses ».	+++	Des collaborateurs et collaboratrices spécialisées des services généraux de l'Église, des paroisses et des projets étaient présents au stand.
Environnement	Le stand se trouvait dans une zone avec des organisation à but non lucratif et des petites entreprises.	+	Emplacement dans la halle 3, à proximité d'organisations à but non lucratif comme la Ligue contre le cancer.
Relations publiques	Positif: attire le regard, espace de détente sans obligation de consommer. Négatif: donne l'impression d'une présence coûteuse.	++	Le stand a été loué à tarif réduit (50%), mais avec certaines restrictions (en raison de la sortie de secours).
Finances	Positif: objectifs budgétaires du Synode respectés, économies grâce à la renonciation à la Swiss Wedding World 2024. Remarque: les coûts fixes restent les mêmes, réduire la surface n'apporte aucune économie.	+++	Il est possible de tenir le budget si l'on opère des coupes dans les contenus et que les prestations fournies par la société Page Up sont revues à la baisse. Ce travail devrait toutefois être repris par le service de la communication.

(légende: + à prendre en compte ++ critère important +++ critère déterminant)

b) Conclusion

Le budget de 160000 francs prévu pour la présence des Églises nationales à la BEA 2024 a pu être respecté. Ce résultat n'a toutefois été possible que parce que de nombreuses prestations ont été assurées à l'interne par les services généraux. Une comptabilité analytique complète, intégrant toutes les prestations de travail, ferait apparaître des dépenses nettement plus élevées.

En raison de la pression budgétaire, certaines mesures prévues ont dû être réduites, et cela au détriment de l'efficacité des messages, notamment sur la thématique des prestations d'intérêt général. Les ressources financières limitées n'ont pas permis de réaliser des accroche-regard frappants et une présentation plus élaborée, ce qui a diminué la visibilité de la thématique.

En outre, il s'est avéré que si la grandeur du stand a permis d'attirer l'attention, elle a aussi suscité des critiques quant aux priorités financières de l'Église. Ainsi, bien que beaucoup de visiteurs et visiteuses aient trouvé le stand accueillant, certaines voix ont laissé entendre qu'une surface de présentation aussi étendue n'était pas compatible avec les attentes d'une utilisation parcimonieuse des ressources de l'Église.

D. Analyse de la présence aux salons et comptoirs en 2025: JOSY

a) Évaluation

Le salon du mariage JOSY de 2025 était très axé sur le marketing et s'est concentré principalement sur des secteurs traditionnels tels que mode nuptiale, photographie, décoration, fleurs, musique et services en matière d'organisation. Les mariages religieux n'ont joué ici qu'un rôle secondaire.

L'Église réformée était représentée par du personnel sur place, les autres Églises nationales s'étaient contentées de mettre à disposition leur documentation. Les observations des collaborateurs et collaboratrices réformées présentes ont montré que le nombre total de visiteurs et visiteuses était inférieur aux attentes. Ce recul s'est également reflété dans le faible nombre de demandes de renseignements ciblées sur le mariage religieux. Il est devenu évident que le principal groupe cible du salon se trouvait déjà à un stade avancé de la planification du mariage et s'intéressait surtout à des prestations commerciales.

L'agence de rituels réformée a été présente sur le stand pendant les deux journées. Il n'y avait pas d'autres agences de rituels ni de prestataires de rituels laïques au salon.

b) Conclusion

Les conclusions concernant le salon du mariage JOSY de 2025 se recoupent avec les expériences de 2023. L'orientation très axée sur le marketing et le fait que les visiteurs et visiteuses étaient déjà bien avancées dans le processus de planification des mariages ont réduit l'intérêt pour le mariage religieux.

Comme il n'y avait pas d'autres agences de rituels ni de prestataires laïques sur place, l'argument selon lequel l'Église devrait être présente pour éviter que les mariages soient de plus en plus repris «par la concurrence» est infondé.

III. Mettre l'accent sur une communication intégrée

A. Renonciation à la présence aux salons et comptoirs à partir de 2026

Le Conseil synodal, de concert avec les Églises nationales catholique romaine et catholique-chrétienne, a décidé de renoncer à la participation aux salons et comptoirs à partir de 2026 - ceci en particulier au regard de la BEA, qui utilise la plus grande partie du budget des salons et comptoirs. Les évaluations des dernières années ont en effet montré que les ressources financières et humaines nécessaires pour assurer une présence efficace à ces manifestations étaient disproportionnées par rapport au bénéfice obtenu.

Les évaluations des années 2023 à 2025 ont permis de constater qu'une réduction des coûts entraînait une baisse de qualité de la présence aux salons et comptoirs et que les objectifs fixés ne pouvaient ainsi plus être atteints. La participation aux salons et comptoirs ne remplit pas non plus les attentes en matière de relations publiques.

Le budget 2024 n'a pu être respecté que parce que de nombreuses prestations ont été fournies par les services généraux de l'Église. Une comptabilité analytique intégrant ces prestations internes ferait apparaître des charges financières et humaines nettement plus élevées. Il s'ensuit que les ressources nécessaires pour assurer une présence efficace aux salons et comptoirs sont difficiles à justifier, sachant qu'elles seraient soustraites aux affaires courantes et à d'autres tâches et projets.

De plus, les participations à des salons et comptoirs organisées par l'Église nationale se sont limitées au site de Berne, alors que les cantons du Jura et de Soleure n'ont pas été pris en compte. En même temps, il existe d'autres petites foires commerciales organisées sur le territoire du ressort de l'Église auxquelles les paroisses participent de manière indépendante.

Les expériences de ces dernières années montrent également que le paysage des salons et comptoirs en Suisse connaît de profondes transformations. À l'avenir, il faudra s'attendre à ce que les coûts occasionnés par la construction des stands, les frais accessoires, la sécurité et les exigences supplémentaires continuent d'augmenter.

B. Vers une communication ciblée et intégrée

La communication des services généraux de l'Église est confrontée à plusieurs défis: la mise en œuvre et l'exploitation d'un nouveau site internet, l'élaboration de bases importantes, l'amélioration de la communication interne ainsi que le soutien ciblé des paroisses dans leurs relations publiques. Pour que ces tâches essentielles puissent être réalisées avec succès, une approche bien ciblée s'avère indispensable.

En outre, la transformation d'une communication décentralisée en une communication intégrée requiert un important travail de gestion du changement ainsi que des processus d'analyse intensifs. Les participations aux salons et comptoirs mobilisent des ressources financières et humaines considérables et auraient donc un impact négatif sur la mise en œuvre de ces évolutions stratégiques.

Il serait plus utile de renforcer le soutien aux paroisses dans leurs relations publiques. En effet, de nombreuses paroisses aimeraient promouvoir l'Église dans des salons et comptoirs ou de petites manifestations, mais ne disposent parfois pas du savoir-faire nécessaire. Souvent, elles manquent aussi de matériel tel que panneaux, petits cadeaux (*giveaways*) ou brochures d'information.

Investir davantage de ressources dans ce soutien s'avèrerait plus efficace pour renforcer la présence de l'Église au niveau local.

C. Évaluation: présence de l'Église à d'autres salons du mariage

Le Conseil synodal n'a pas encore définitivement décidé de se retirer des salons du mariage, car le paysage des salons et comptoirs a changé au cours des dernières années. Outre le salon du mariage JOSY, plusieurs petites manifestations sont apparues entre-temps et il convient d'évaluer leur intérêt et leur structure de coût.

Le Conseil synodal examinera encore cette année la possibilité d'une présence à des salons du mariage régionaux. Les coûts qui en résulteraient seraient pris en compte dans le budget ordinaire.

Le Conseil synodal