



Point 12

Edition d'un magazine pour les membres des autorités, les collaboratrices et collaborateurs et les personnes travaillant à titre bénévole et honorifique; décision

Propositions:

- 1. Le Synode décide d'éditer un magazine pour les membres des autorités, les collaboratrices et collaborateurs et les personnes travaillant à titre bénévole et honorifique.**
- 2. Il prend acte que l'édition de ce magazine entraînera une augmentation des coûts d'un montant total net de 110'000 CHF par année sous les postes 032 (Service de la communication) et 130 (charges suprasectorielles) et nécessitera 78,4% de poste.**

1 De quoi s'agit-il?

Le Conseil synodal propose au Synode d'éditer un magazine (appelé ci-après «Magazine de l'Eglise») s'adressant aux groupes cibles suivants: membres du Synode, des Synodes d'arrondissements et des conseils de paroisses; collaboratrices et collaborateurs des paroisses, des Services généraux de l'Eglise et des organisations proches de l'Eglise; personnes à la retraite, exerçant une activité à titre bénévole et honorifique, et autres personnes engagées et intéressées.

Les discussions sur des sujets fondamentaux et les débats engagés sur les futurs rapports entre l'Eglise et l'Etat montrent que les Eglises réformées Berne-Jura-Soleure ont plus besoin que jamais d'une plate-forme d'information et de discussion assurant une couverture la plus complète possible. En proposant cette nouvelle publication, le Conseil synodal entend renforcer et coordonner la communication interne et lui donner un profil affirmé. Par des récits passionnants, des reportages sur des projets couronnés de succès, des comptes rendus de manifestations réussies dans toutes les régions des Eglises réformées Be-Ju-So, par le suivi attentif des événements survenant dans l'Eglise universelle, par des informations officielles des directions ecclésiastiques, des portraits et des interviews, le magazine doit susciter l'envie de s'engager, et renforcer le sentiment d'identification avec les Eglises réformées Be-Ju-So.

Les publications destinées aux membres de l'Eglise, comme celles couvertes par «reformiert.», ne relèvent pas de la présente proposition.

2 La stratégie de communication du Conseil synodal

Une stratégie d'information, à la fois large et transparente, joue un rôle essentiel dans la motivation et le plaisir de travailler au sein de l'Eglise et renforce les liens et l'identification avec les Eglises réformées Berne-Jura-Soleure. Celui qui est bien informé a le sentiment d'être pris au sérieux et apprécié. Celui qui sait ce qui se passe dans d'autres paroisses et arrondissements peut évaluer son propre travail et l'optimiser le cas échéant, réagir à des sujets, ou encore proposer ou chercher une collaboration. Les collaboratrices et collaborateurs, les personnes à la retraite, les membres des autorités et les bénévoles sont intéressés par ce qui se passe dans leur paroisse, dans leur arrondissement ecclésiastique, dans les Services généraux et dans les différentes régions des Eglises réformées Berne-Jura-Soleure. L'engagement et le sentiment d'appartenance en sont renforcés.

En sa qualité d'autorité supérieure en matière d'administration, de surveillance et d'exécution des Eglises évangéliques réformées du canton de Berne, le Conseil synodal est notamment chargé d'assurer l'information interne de l'Eglise (art. 175, al. 8, Règlement ecclésiastique). Depuis des années, la direction ecclésiastique communique activement au moyen de supports imprimés et électroniques sur les nombreuses activités menées dans les régions du ressort territorial de l'Eglise. Ce qui manque encore, c'est un organe de publication destiné à la fois aux collaboratrices et collaborateurs, aux personnes à la retraite, aux membres des autorités et aux bénévoles. Avec l'adoption en 2013 d'une nouvelle stratégie de communication, le Conseil synodal a créé les conditions requises pour éditer un magazine spécifique destiné à ses collaboratrices et collaborateurs. Le «Magazine de l'Eglise» y est en effet expressément mentionné comme support de communication des Eglises réformées Berne-Jura-Soleure parallèlement au rapport d'activité, à la circulaire, à la newsletter, à Internet et Intranet, aux communiqués et conférences de presse et aux participations à des foires et salons.

3 Contexte

Les Eglises réformées Berne-Jura-Soleure disposent de nombreux outils de communication s'adressant aux collaboratrices et aux collaborateurs, aux membres des autorités et aux bénévoles. Seuls quelques-uns d'entre eux remplissent une fonction d'information générale et sont perçus comme des éléments de la «communication de l'ensemble de l'Eglise». C'est le cas notamment du rapport d'activité, de la circulaire, du site internet et de la newsletter électronique.

Les secteurs produisent des publications spécifiques pouvant être qualifiées d'outils de communication internes, comme «z.B.» (catéchèse) ou la «Quartalsbrief Diakonie». Le magazine «vice versa» (OETN), bien que principalement envoyé à des tiers, suscite aussi de l'intérêt au sein de l'Eglise. L'offre dans ce domaine est extrêmement variée, tant au niveau du contenu qu'à ceux du public visé, de la conception graphique et du rythme de parution.

La lettre d'information hebdomadaire (newsletter) est un outil de communication interne moderne proposant de brèves informations sur des sujets d'actualité et sur des manifestations et cours à venir. Une fois par mois, elle paraît sous une forme destinée plus particulièrement aux jeunes. Avec sa mise en page sommaire conçue pour la lecture sur un écran, elle ne se prête pas à la publication d'articles et de reportages approfondis. Les fonctions de la newsletter et du magazine de l'Eglise sont donc appelées à être bien distinctes l'une de l'autre.

Depuis de nombreuses années, le Conseil synodal - et il n'est pas le seul - déplore le manque de clarté, d'unité et de coordination de la communication interne. Pour diverses raisons, les essais entrepris en vue de corriger cette situation n'ont pas eu de succès. Il s'ensuit qu'un échange rapide et direct d'informations et d'opinions au sein de l'Eglise n'est pas possible à l'heure actuelle.

En 2012, le Conseil synodal a discuté de l'idée d'une publication destinée aux collaboratrices et collaborateurs. Il en a fixé quelques lignes directrices concrètes dans sa stratégie de communication du 28 mars 2013:

- Le «magazine de l'Eglise» doit réunir des publications existantes des secteurs et être identifiable en tant que support de communication de l'ensemble de l'Eglise.
- Il doit offrir aux secteurs la possibilité de disposer de leurs propres fenêtres, et traiter de thèmes qui n'étaient pas encore couverts jusqu'ici.
- La responsabilité rédactionnelle doit être assumée par le Service de la communication.
- La publication doit contenir des textes francophones et aborder des sujets concernant la région jurassienne de l'Eglise.

Au niveau national, la Fédération des Eglises protestantes de Suisse (FEPS) travaille sur une stratégie visant à concentrer la communication des Eglises. Les Reformierte Medien (RM), éditeurs de la Reformierte Presse, sont en train de redéfinir leur mandat. Les analyses approfondies ont abouti à la conclusion qu'une collaboration avec les RM ne serait pas pertinente.

Les publications d'autres Eglises nationales:

- Zurich: «notabene» – 10 numéros/an – 16/20 pages A4 – tirage 7000 – dispose d'une propre rédaction; cette publication est jugée exemplaire quant à son contenu, sa présentation graphique et son actualité
- Argovie: «a + o» – 11 numéros par an – 24/32 pages A4 – tirage 2600
- Saint-Gall: «Doppelpunkt» – 4 numéros par an – 16 pages A4 – tirage 1650
- Bâle-Campagne: «ref bl aktuell» – 4 numéros par an – 12/16 pages A4 – tirage 650
- Bâle-Ville: «spruchreif» – 4 numéros par an – 12/16 pages A5 – tirage 520
- Grisons: «dialog intern» – 3 numéros par an – 12/20 pages – tirage 1300
- Soleure: «Mitteilungen des Synodalrats» – 2 numéros par an – 12/14 pages A4 – tirage 220

4 Le nouveau «Magazine de l'Eglise»

L'outil de communication à créer est désigné ci-après sous le nom de «Magazine de l'Eglise» (titre de travail).

4.1 Buts

Le nouveau Magazine de l'Eglise poursuit les objectifs suivants:

- Il confère à la communication des Eglises réformées Be-Ju-So un profil bien défini en s'appuyant sur des contenus pertinents et une présentation moderne et professionnelle du texte et des images.
- Il donne envie de s'engager pour l'Eglise et renforce le sentiment d'appartenance et d'identification aux Eglises réformées Be-Ju-So.
- Il met l'accent sur les collaboratrices et collaborateurs de l'Eglise et leur activité.
- Il tient compte des demandes et besoins des régions francophones de l'Eglise.

- Il offre au Conseil synodal et aux secteurs des Services généraux de l’Eglise la possibilité de fournir des informations, de présenter des positions et opinions, de donner des pistes de réflexion, de discuter de thèmes et d’engager un dialogue limité avec les lectrices et lecteurs.
- Il met en réseau et coordonne les offres et publications existantes et permet ainsi de disposer d’une vaste palette thématique et d’informations d’actualité.

4.2 Présentation

Le Magazine de l’Eglise paraîtra sous forme imprimée. L’édition d’un magazine électronique a été envisagée dans un premier temps, mais cette idée a finalement été abandonnée, car les lectrices et lecteurs aiment bien tenir quelque chose dans les mains. «Une attention particulière sera toutefois accordée à la coordination avec la newsletter électronique au niveau de la conception et du développement des sujets et dans le but de garantir le caractère d’actualité».

Le nouveau Magazine de l’Eglise se présentera comme suit:

- papier magazine,
- 24 à 32 pages par numéro,
- format DIN A4 (210 x 297 mm) ou magazine (210 x 280 mm),
- présentation graphique attrayante, impression en quadrichromie.

4.3 Contenu

Le contenu du Magazine de l’Eglise montre que les personnes qui l’écrivent et celles qui le lisent font partie de l’Eglise universelle. Il peut être classé en sept domaines thématiques:

- Eglise et religion:
 - position personnelle, sujet d’actualité considéré du point de vue de l’Eglise, réflexion sur un texte biblique (mais pas de prédication)
- Thème central:
 - sujets ecclésiaux et de politique ecclésiale, actualités ayant un lien avec l’Eglise
- Eglise nationale, Synode, Conseil synodal:
 - informations sur des personnes, portraits, interviews; comptes rendus du Synode; décisions importantes et leurs effets (mais pas de procès-verbal); communications officielles (en remplacement de la circulaire); Jura; fenêtre personnelle du Conseil synodal (présidence)
- Services généraux de l’Eglise, secteurs:
 - informations sur le personnel (pas de liste de mutations), portraits, campagnes, actions (ayant valeur d’exemple)
- Arrondissements, paroisses:
 - informations sur le personnel (pas de liste de mutations), manifestations réussies, actions (ayant valeur d’exemple)
- Niveau national, Eglise universelle, organisations partenaires:
 - campagnes, manifestations particulières
- Services:
 - Dates, échéances; offres de cours; postes vacants; forum des lectrices et lecteurs, liens actualisés, billet d’humeur

Les documents envoyés jusqu’ici avec la circulaire (p. ex. appels à une collecte, circulaires spéciales EPER/PPP) peuvent difficilement être intégrés dans le Magazine de l’Eglise et seront donc aussi joints en tant qu’encarts. Les documents distribués jusqu’ici par envoi groupé, notamment les imprimés d’organisations partenaires et les annonces de manifestations, continueront d’être envoyés dans une enveloppe séparée.

4.4 Aspects organisationnels

Pour atteindre les objectifs fixés, le Conseil synodal propose le cadre suivant:

- Rythme de parution: 10 numéros par an, afin de garantir la continuité dans le suivi des sujets et de pouvoir tenir compte de l'actualité.
- Tirage: compter avec un tirage de l'ordre de 5000 à 7000 exemplaires au maximum.
- Envoi: le Magazine de l'Eglise sera envoyé personnellement à chaque destinataire, ce qui permettra d'assurer une information d'actualité tout en donnant une marque d'estime personnelle.
- Adresses: en raison des encarts, les adresses seront classées par catégories; pour les envois et la gestion des adresses, le soutien des paroisses et des institutions se révélera nécessaire.
- Rédaction: un rédacteur ou une rédactrice sera chargé d'élaborer le magazine, textes et images selon des principes journalistiques. Le poste à créer sera rattaché au Service de la communication. Il sera partagé de manière appropriée entre une partie germanophone et francophone. Les tâches et compétences seront réglées contractuellement. Le poste est compris dans les effectifs actuels des Eglises réformées Be-Ju-So. Une variante prévoyant de confier la rédaction sous contrat à un bureau de rédaction externe a été rejetée pour diverses raisons.

Conscient que dans certaines situations, la nécessaire loyauté de la rédaction vis-à-vis de l'Eglise et de ses représentants peut se révéler délicate à concilier avec le travail selon les principes journalistiques, le Conseil synodal édictera des directives correspondantes.

- Commission de rédaction: le Conseil synodal met en place une commission de rédaction. En tant qu'organe de suivi, elle aura principalement pour tâche d'assurer la planification et la coordination (programme annuel, thèmes centraux), mais ne sera pas responsable de l'élaboration et du bon à tirer.
- Sujets spécifiques au Jura, articles ou traductions en français: conformément à la nature même des Eglises réformées Be-Ju-So, le Magazine de l'Eglise sera bilingue. Il est important qu'au niveau du contenu, il soit ouvert aux paroisses et institutions francophones. Pour des raisons financières et de personnel, une traduction systématique de tous les articles dans l'autre langue n'est pas envisageable. Il s'agira de trouver un équilibre entre des textes entièrement traduits, des résumés, et l'abandon d'une traduction lorsque le contenu présente un moindre intérêt pour l'autre région linguistique.
- Coordination et intégration de supports de communication existants: l'objectif est de profiter de ce médium au contenu et à la présentation attrayants pour y intégrer le plus grand nombre possible d'anciennes publications ou en coordonner le calendrier, le contenu et la conception. Cela permettra d'exploiter les éventuelles synergies et de faire des économies au niveau des envois.

5 Finances

Les données financières reposent sur les bases suivantes: 10 numéros par an, 24 à 32 pages par numéro, tirage 5000 exemplaires.

5.1 Rédaction

Un poste à 80% est mis à disposition pour la rédaction et la traduction. Il est inscrit dans la planification des postes. Les coûts sont comptabilisés sous les charges de personnel.

5.2 Coûts de production et d'envoi annuels récurrents

Compte tenu des expériences faites avec des publications similaires et d'une offre récente, il faut s'attendre à des coûts de 160'000 francs par année pour le pré-média (saisie des données, mise en page, traitement des images et correction), la production (impression, préparation, traitement des adresses), l'envoi et la licence du système de rédaction.

5.3 Coûts de projet uniques

Entre l'approbation du projet et la parution du premier numéro du Magazine de l'Eglise, des travaux de conception et de présentation (noms, rubriques, mise en page, couleurs, formes, images, etc.) devront être entrepris avec le concours de spécialistes externes. Un montant de 35'000 francs est prévu pour ces coûts de projet uniques.

5.4 Economies annuelles

Si le nouveau Magazine de l'Eglise entraînera des coûts, il permettra aussi de faire des économies au niveau de la production et de l'envoi des publications qui seront intégrées dans le magazine. Ces économies, calculées sur la base du budget 2014 pour l'impression et l'envoi de la circulaire et d'autres publications, se monteront à 50'000 francs.

Les coûts du personnel seront financés par les points de poste et ne relèvent donc pas de la décision relative au crédit. Les coûts supplémentaires externes récurrents concernent différents comptes et se monteront à environ 110'000 francs. Si le Synode approuve la proposition 1, les coûts découlant de l'édition du Magazine de l'Eglise seront considérés comme des dépenses liées et n'auront donc pas besoin de faire l'objet d'une décision spécifique, raison pour laquelle la proposition 2 de ce projet est présentée pour prise de connaissance et le montant formulé de façon générale.

Le Conseil synodal