



Abbé Jacques Fauré

ÉDITORIAL

Aventuriers !

Un article de cette lettre nous invite à « impliquer les annonceurs dans l'aventure du journal ».

C'est important, en effet, de reconnaître que la publicité de ces annonceurs vient de gens de chez nous et non de multinationales. Mais nous-mêmes, voyons-nous notre journal comme une aventure ? Une aventure passionnante. Une aventure qui nous amène à rencontrer des gens qui sont loin de l'Église (ou dont l'Église s'est éloignée). Une aventure dont nous ne savons pas jusqu'où elle peut nous mener. Certains craignent l'invasion de la publicité parce qu'elle entacherait la pureté du message de leur journal. Mais s'agit-il de pureté ? Si Jésus avait voulu une Église de purs, il n'aurait pas fréquenté les pécheurs. Si Jésus avait voulu une évangélisation sans argent, il n'aurait pas appelé Matthieu. Si Jésus n'avait voulu aucune ombre au tableau de sa réputation, il n'aurait pas accepté, avec le groupe des apôtres, ces femmes « qui les servaient en prenant sur leurs ressources » (Luc 8,3). Rencontrer nos annonceurs, veiller à ce qu'ils reçoivent le journal, connaître et respecter leur profession, n'est-ce pas déjà le début d'une aventure. Une aventure où Jésus nous a précédés.

PAROLE D'ÉVÊQUE

« La Bonne Nouvelle est toujours à faire rayonner et à partager »

Fin janvier, le service de communication du diocèse de Rodez organisait une rencontre de formation pour les équipes de rédaction des journaux. Mgr François Fonlupt est intervenu au cours de la rencontre. Il livre, pour Sud-PLC, ses convictions sur la presse paroissiale.

Que représente pour vous cette presse locale chrétienne ?

Elle est un signe concret d'attention, de présence et de proximité des chrétiens et de la communauté paroissiale aux habitants du territoire des paroisses. Une manière de partager et de témoigner de l'attention des chrétiens à bien des réalités de la vie humaine locale. Elle donne la possibilité d'ouvrir simplement une réflexion sur tel sujet qui peut concerner beaucoup et l'opportunité d'élargir l'horizon... Pour les personnes qui travaillent à la réalisation des journaux, elle est aussi une manière très concrète de nous rappeler que la Bonne Nouvelle est toujours à faire rayonner et à partager librement dans le respect de la liberté de chaque personne.

Votre diocèse est en démarche synodale depuis deux ans. Les journaux ont-ils leur place dans ce travail et cette réflexion ?

Le synode veut nous aider à nous interroger sur la manière dont notre Église est une Église de disciples-missionnaires. Disciples du



Mgr Fonlupt : « Les journaux sont un moyen précieux de la relation de l'Église aux hommes et aux femmes auprès de qui nous vivons. »

Christ, avec ce que cela demande de vivre de relation avec Lui dans l'accueil de la Parole, la célébration des sacrements, la fraternité vécue concrètement. Missionnaires

au sens où la foi qui nous habite est toujours à accueillir et aussi à déployer dans la relation avec d'autres et l'accueil réciproque du mystère qui nous habite. En ce sens nous avons toujours à nous interroger sur la manière de rejoindre d'autres, de partager leurs inquiétudes, leurs souffrances et leurs joies et d'accueillir avec eux Celui qui nous offre la Vie en abondance. Les journaux participent de ce mouvement d'une manière proche, attentive et durable. S'ils demandent un investissement important, ils sont un moyen précieux de la relation de l'Église avec les hommes et les femmes auprès de qui nous vivons.

Propos recueillis par Sylvie Bégasse

À vos agendas !

La prochaine journée d'étude de Sud-PLC aura lieu le jeudi 4 mai à Albi, de 10 heures à 16 heures. Cette rencontre sera l'occasion de regarder comment le journal paroissial participe à l'annonce et la mission de l'Église. Elle s'adresse aux rédacteurs, diffuseurs, curés et responsables paroissiaux, particulièrement ceux qui s'interrogent sur l'intérêt de réaliser ou relancer un journal tous foyers. Mgr Fonlupt, évêque de Rodez, interviendra au cours de la rencontre. Le programme complet et les modalités d'inscription seront envoyés prochainement.

Créez du lien !

Dans nos villes, nos villages, nos quartiers, les panneaux et affiches publicitaires font partie du paysage et sont même souvent envahissants. La pub est partout et même dans nos journaux paroissiaux ! À tel point que des rédacteurs peuvent s'énerver de voir des pages amputées par ces encarts, enlevant de la place au rédactionnel. Pourtant la publicité apporte un plus au journal.

Tout d'abord, il ne faut pas oublier que la publicité permet une baisse du prix de revient du journal ce qui est plutôt appréciable. Mais il nous faut aller plus loin. Paradoxalement, la publicité met de l'animation dans nos pages, elle y fait entrer le monde du travail, la vie quotidienne locale. Car ce sont bien des commerçants, des artisans, des entreprises, présents sur le territoire paroissial qui font ce choix. Jusque dans la publicité, le journal paroissial est un journal de proximité et qui plus est connecté avec le tissu économique local. Ces encarts donnent aussi de l'information, ils peuvent participer à rendre le journal attrayant et utile.

MOTIVATIONS

Interrogeons-nous maintenant sur ces professionnels qui payent pour un encart publicitaire dans les journaux paroissiaux. Quelles sont leurs motivations ? Certes c'est l'occasion pour eux de se faire connaître et ce, à un coût plutôt raisonnable. Ces « petits » annonceurs ne s'adresseraient sans doute pas à une agence de publicité. D'ailleurs, être prospecté par un professionnel comme Bayard Service Régie est gage de professionnalisme et les met en confiance. Il est important alors de donner au commercial le maximum de « tuyaux » dans ses démarches. Les équipes sont les mieux placées pour cela. Mais si ces acteurs économiques locaux jugent utile de passer une publicité



À Montauban, curés, diffuseurs et annonceurs du journal *Montalban* ont partagé la "coque" des rois.

dans nos pages, c'est souvent aussi parce qu'ils pensent que ce journal touche et intéresse un public large. C'est pour certains une marque de sympathie à l'égard de la paroisse, du curé, de catholiques qu'ils connaissent et apprécient. Nous sommes loin de la publicité envahissante, presque agressive. Ici, c'est la relation qui se joue.

ENGAGEMENTS

Tout ceci nous engage, nous, responsables pastoraux, rédacteurs, diffuseurs vis-à-vis de ces annonceurs. Comment ? Tout d'abord en faisant en sorte que la diffusion de notre journal soit satisfaisante. C'est à cette condition que ces annonceurs peuvent espérer avoir des « retours » sur leur investissement. Ensuite en entretenant une relation privilégiée bâtie sur la confiance, la sympathie et la proximité.

Voici quelques pistes :

Envoyer un ou plusieurs exemplaires du journal à chaque parution avec, si possible, un courrier personnalisé. Laisser des exemplaires à disposition chez les commerçants annonceurs.

Envoyer un message de vœux à Noël, en début d'année ou à Pâques de la part de la paroisse. Les inviter à une rencontre conviviale des diffuseurs si vous en organisez une.

Vous servir en priorité chez les commerçants ou artisans annonceurs pour les repas paroissiaux, les travaux du presbytère...

Pour résumer, impliquez-les dans l'aventure du journal ! Ils ne sont pas seulement là pour donner de l'argent. Ils font partie de la chaîne d'acteurs de notre presse locale chrétienne. Et ils reprendront sans hésiter un nouvel encart l'année suivante.

Sylvie Bégasse

Rédiger un édit

Présent dès l'ouverture du magazine, l'édit est un élément crucial de son contenu pour plusieurs raisons.

L'édit est le premier article du magazine. Il contient souvent une photo du rédacteur et ne dépasse pas une page entière. Le but d'un édit est de positionner le magazine, le journal et les rédacteurs par rapport au contenu et d'exprimer des opinions.

L'édit est un article et doit donc commencer par une accroche pour intéresser le lecteur et l'inciter à continuer de lire.

Sauf exception, l'édit commente des informations déjà connues, ou fournies par ailleurs. Il n'apporte pas lui-même d'informations mais il peut faire le point, expliquer. En revanche, à partir de ces informations, il développe (ou précise) une argumentation pour aboutir à une conclusion. Le langage doit être clair, vigoureux, mais jamais grandiloquent. Par contre, un peu d'humour apporte souvent un plus. Il n'est pas interdit de

commencer par la conclusion, c'est-à-dire la position que l'on défend ou que l'on prend, et de la justifier ensuite, pour la reprendre sous une autre forme à la chute de l'article.

Point d'attention : si l'édit est demandé à une personne extérieure au comité de rédaction, il est nécessaire de l'informer sur la forme (nombre de caractères, vocabulaire accessible...) et le fond (contenu du journal, thèmes abordés...) Cela évitera des éditos trop longs ou complètement déconnectés.

S.B.

« Je jargonne, tu jargonnes... »

Du 25 au 27 janvier à Annecy se tenaient les Journées d'études annuelles de la Fédération des médias catholiques autour du thème : « Les religions font la Une ». Sur son blog Cathorève, le journaliste Philippe Clanché revient sur l'atelier « Piège du jargon et éléments de langage ». Un article plein d'enseignements pour nous rédacteurs ! À lire sur : <http://bit.ly/2jPDF9F>

Église et communication

Extrait du message du pape François pour la 51^e Journée mondiale des communications sociales sur le thème « Communiquer l'espérance et la confiance en notre temps » : « Je voudrais exhorter chacun à une communication constructive qui, en rejetant les préjugés envers l'autre, favorise une culture de la rencontre grâce à laquelle il est possible d'apprendre à regarder la réalité en toute confiance. »

Un beau texte à méditer...

(à lire dans son intégralité sur <http://bit.ly/2kHI0US>)

Adhésions 2017

En décembre, nous lançons un appel à renouveler les adhésions et nous remercions les équipes ayant déjà répondu. Il n'est bien sûr pas trop tard pour les autres. Votre adhésion vous rend destinataires des *Cahiers des journaux paroissiaux* édités par la Fédération nationale de la presse locale chrétienne (FNPLC) et de la lettre électronique de Sud PLC. Témoignages, idées de sujets, diffusion des journaux, fiches techniques vous y sont proposés. Elle nous permet également d'organiser des journées d'étude deux fois par an. La cotisation annuelle est de 30 euros par journal, à retourner avec la liste de vos équipes (adresses électroniques en particulier).

Patrick Macé,
trésorier de l'association

Contactez-nous...

Vous souhaitez :

- nous rencontrer pour un bilan, élaborer ou revoir votre charte éditoriale ;
 - raconter et partager une expérience, une initiative ;
 - demander une formation technique...
- Nous sommes à votre écoute !

accueil@sudplc.fr
06 16 57 12 77

CARTE D'IDENTITÉ

Denak Argian, un journal paroissial au Pays basque

L'abbé Lionel Landart, curé de la paroisse Saint-Pierre-de-l'Océan de Saint-Jean-de-Luz, présente le journal de sa paroisse.

NAISSANCE

Le journal de la paroisse de Saint-Jean-de-Luz a été créé en 1929, il s'appelait alors *Gure Etchea* (Notre Maison, en basque). Dans le premier édito, le curé fait dire au mensuel nouveau-né: « *Je veux être le messager et je porterai à chacun les joies de la grande famille paroissiale pour que chaque maison en soit éclairée. Je vous porterai les tristesses et les deuils pour que chacun en prenne sa part et qu'il rende l'aide matérielle ou morale à tous les affligés.* » *Gure Etchea* deviendra le trimestriel *Denak Argian* (Tout en lumière, en basque) en 1963.

RÉALISATION ET IMPACT

Ce journal trimestriel tire à 23000 exemplaires. Il est édité par Bayard Service Édition. Il rayonne sur les paroisses de Saint-Esprit-de-la-Rhune (Saint-Pée-sur-Nivelle, Ascain, Sare), Notre-Dame-de-la-Bidassoa (Hendaye, Béhobie, Biriattou), Saint-Pierre-de-l'Océan (Saint-Jean-de-Luz, Ciboure, Urrugne).

DIFFUSION

Elle se fait soit en mode porte-à-porte par les bénévoles, soit par la Poste, soit en libre-service à l'entrée des églises et dans les salles des paroisses et presbytères.

CONTENU

Les douze pages apportent des nouvelles des paroisses (pastorale des jeunes, catéchisme, patrimoine...) Une page est fournie par Bayard.

POINT FAIBLE

La diffusion ne rejoint pas assez les foyers...

POINTS FORTS

Il parle de nous, de qui nous sommes et de ce que nous faisons. Il crée du lien avec les personnes retraitées. C'est un journal historique connu des familles.

SOUHAITS ET PROJETS

Développer un thème par numéro: vivre ensemble, l'océan, les seniors, le tourisme, la culture, etc. Ce sera notre manière de faire entrer les « périphéries » dans le journal paroissial pour leur donner la parole et de la place au milieu des croyants des paroisses. Ils pourront alors lire ce qui les concerne lors de la parution et ce qui accompagne le thème du journal, c'est-à-dire la vie des paroisses et les différentes propositions qui seront faites.

Abbé Lionel Landart
curé de Saint-Jean-de-Luz



Cahiers des journaux paroissiaux

Découvrez le n° 25 de février 2017
<http://bit.ly/2HXFU6>

- Au sommaire :**
- Côté rédaction : Vous avez dit « marronnier » ?
 - Côté diffusion : Au sein de l'équipe de diffusion, partageons nos expériences
 - Allons plus loin – question de foi : Écrire sur le sacrement des malades
 - Allons plus loin – question de société : « Passés de mode ? »
 - Les conseils d'une journaliste : « Rédacteurs, soignez votre chute ! »
 - Côté pastorale : Des chaussures de marche au pied de nos racines

