

Plan pastoral de la communication et des médias de l'église catholique en Suisse.

*Documents
de la Conférence des évêques suisses*

7

*Edité par le Secrétariat de la
Conférence des évêques suisses,
Fribourg*

© by Secrétariat de la Conférence des évêques suisses
case postale 122, 1706 Fribourg

Composition, impression, reliure:
Imprimerie St-Canisius, Fribourg/Suisse

Table des matières

A. LES CONSTATS

1. L'Eglise et la communication: constats théologiques et pastoraux	7
1.1 L'Eglise est communication	7
1.2 L'Eglise et les moyens de communication sociale	8
1.3 L'Eglise insérée dans la culture des médias	8
1.4 Réflexions de l'Eglise catholique sur les médias en Suisse	9
1.5 Présence de l'Eglise au sein des médias en Suisse	10
2. La communication dans la société: constats	14
2.1 La technique modifie le comportement et la politique des médias	14
2.2 Le marché dicte le comportement des usagers des médias	14
2.3 Conséquences pour le service public audiovisuel en Suisse	14
2.4 Tendances et évolution en Suisse	15
3. Synthèse de l'inventaire détaillé des médias liés à l'Eglise catholique	16

B. LES CRITERES

4. Mission de l'Eglise au sein des médias: valeurs cibles	17
4.1 Crédibilité de la communication	17
4.2 Information envers le public	17
4.3 Annonce de l'Evangile	17
4.4 Dans la culture des médias, un engagement conçu comme une diaconie	18
4.5 Diagnostic et analyse	19
4.6 Compétence et formation	19
5. Critères d'appréciation des médias catholiques au regard des valeurs cibles	19
5.1 Différences de coûts selon la nature du média	19
5.2 Diversité des ressources de financement des organisations catholiques de médias	19
5.3 Pertinence et efficacité des médias	20
5.4 Professionnalisme	20
5.5 Les divers niveaux	20
5.6 Système de financement décentralisé	20

C. LES CONSEQUENCES

6. Conclusions pour l'organisation des structures	21
6.1 Direction par les évêques	21
6.2 Délégation des compétences	21
6.3 Coordination suisse et régionale	21
6.4 L'autonomie rédactionnelle et organisationnelle	22
6.5 Participation des laïcs	22
7. Conclusions à l'adresse des institutions de médias	22
8. Conclusions pour le cofinancement ecclésial AdC/CCCR	24
8.1 Nécessité de priorités	25
8.2 Réunir les compétences décisionnelles et financières	25
8.3 Niveaux de décisions financières	25
8.4 Principes de péréquation	25
8.5 Les décisions financières nationales et régionales	25
8.6 Fixation des priorités	26
8.7 Conséquences pratiques	27
9. Conclusions pour la Commission des médias	30
9.1 Planification stratégique et coordination à l'échelon national	30
9.2 Mode de travail de la Commission des médias	30
9.3 Secrétariat	30
9.4 Offrande des catholiques suisses pour le Dimanche des médias	31
Plan pastoral - Inventaire	33

INTRODUCTION

En adoptant le «plan pastoral de la communication et des médias de l'Eglise catholique en Suisse», la Conférence des Evêques suisses (CES) réaffirme la volonté de l'Eglise d'être présente sur la plate-forme des médias profanes et ecclésiastiques. Elle réagit ainsi aux signes des temps et répond aux attentes et aux besoins de la personne et de la société actuelle en Suisse. Comme le disent les documents du Magistère (comme par exemple la Constitution pastorale «Aetatis Novae», 1992 et l'Encyclique «Redemptoris Missio» du Pape Jean-Paul II) «il ne suffit pas d'utiliser les médias pour assurer la diffusion du message chrétien, mais il faut intégrer ce message dans cette nouvelle culture créée par les moyens de communication modernes ... Cette culture vient de ce qu'il existe de nouveaux modes de communiquer avec de nouveaux langages».

Les évêques suisses sont heureux dès lors de pouvoir proposer à toutes les personnes responsables de la communication au sein de l'Eglise catholique en Suisse un document cadre qui leur permet désormais de s'y référer constamment dans l'exercice de leur service d'Eglise. Il est important de rappeler que ce document est un outil de travail interne au service de tous les acteurs de la pastorale de l'Eglise en Suisse. Il est en outre intéressant de constater que la CES est une des premières conférences épiscopales d'Europe à promulguer un tel plan pastoral de la communication et des médias. La situation que vit l'Eglise catholique en Suisse, à savoir une subdivision en trois régions linguistiques et culturelles, constitue une richesse, mais également un défi, car l'Eglise doit sans cesse trouver des modèles de synergie entre les différentes régions et une véritable coordination afin d'éviter la dispersion des forces et l'essoufflement des responsables des médias impliqués.

La Conférence des évêques suisses est dès lors heureuse de publier son nouveau plan pastoral de la communication et des médias. Elle remercie sa Commission des médias et tous les experts qui ont collaboré à la réalisation de ce document qui fait écho à ce que demande le Concile Vatican II: La communication est une dimension essentielle de l'Eglise, car l'Eglise est «à la fois le signe et le moyen de l'union intime avec Dieu et de l'unité de tout le genre humain» (LG,1).

P. Roland-B. Trauffer OP
Secrétaire de la Conférence
des Evêques suisses

DÉCRET D'APPROBATION par la Conférence des évêques suisses

«Plan pastoral de la communication et des médias de l'Eglise catholique en Suisse»

La Conférence des évêques suisses approuve le «Plan pastoral de la communication et des médias de l'Eglise catholique en Suisse», document soumis par sa commission des médias.

Les modalités prévues pour toute procédure d'approbation ont été respectés.

Fribourg, le 19 août 1999

+ Amédée Grab OSB
Président de la Conférence
des Evêques suisses

P. Roland-B. Trauffer OP
Secrétaire de la Conférence
des Evêques suisses

A. LES CONSTATS

1. L'Eglise et la communication: constats théologiques et pastoraux

1.1 L'Eglise est communication

Dieu lui-même s'est manifesté aux hommes et est entré en dialogue avec eux (notion d'«autocommunication»). La foi peut être interprétée comme une expérience de communication avec Dieu. Du fait que l'Eglise est communauté fondée par Dieu, elle ne peut subsister que comme communauté en communication avec Dieu. La mission de l'Eglise est d'être à l'écoute de la parole libératrice et rédemptrice de Dieu et de la transmettre au monde.

En même temps, l'Eglise n'existe en tant que communauté d'êtres humains que dans la mesure où ses membres vivent les uns avec les autres dans une relation fraternelle et basée sur la communication. Cette dernière ne saurait cependant être considérée comme une communication simplement humaine dans la mesure où c'est précisément à travers ce dialogue libre et fraternel que l'homme rencontre à nouveau Dieu et que Dieu se sert de cette voie pour communiquer avec l'homme.

«Communio et progressio» affirme: «Selon la foi chrétienne, l'union entre les hommes, en tant que fin principale de toute communication, trouve son origine, et déjà sa préfiguration, dans le mystère fondamental de l'éternelle société de Dieu, Père, Fils et Saint-Esprit, qui vivent une seule vie divine» (C+P 8).

Concernant la communication interne à l'Eglise, «Communio et progressio» dit ceci: «La vie de l'Eglise requiert un courant continuuel d'informations entre la hiérarchie et les fidèles. Ce courant doit être réciproque. Cela implique la mise en place, aux plans local, national et international, des organismes nécessaires dotés de moyens appropriés» (C+P 120). Et concernant le dialogue entre l'Eglise et le monde, elle ajoute: «Le dialogue de l'Eglise ne s'étend pas seulement à ses membres, mais au monde entier. En vertu d'un commandement divin très net, l'Eglise doit proclamer sa doctrine et sa morale à tous les fils de cette terre dont elle partage le sort – cf. Mt 28,19» (C+P 122).

Ainsi, la communication est une dimension essentielle de l'Eglise, en tant que communication avec Dieu, communication des croyants entre eux et communication avec le monde (voir «Lumen gentium», no 1).

1.2 L'Eglise et les moyens de communication sociale

L'Eglise attache une grande importance aux moyens de communication sociale, ainsi que cela est exprimé dans divers documents. L'encyclique «Vigilanti cura» de Pie XI (1936), ou «Miranda prorsus» de Pie XII (1956) ont été suivies du décret «Inter mirifica» (Vatican II), de l'instruction pastorale «Communio et progressio» (1971) et, enfin, de l'instruction pastorale «Aetatis Novae» (1992). Par ailleurs, plusieurs grands documents de l'Eglise abordent également ce thème. On peut citer notamment l'exhortation apostolique «Evangelii nuntiandi» (voir n° 45) de Paul VI et l'encyclique «Redemptoris missio» de Jean-Paul II, laquelle souligne qu'il ne suffit pas d'utiliser les médias pour assurer la diffusion du message chrétien, mais qu'«il faut intégrer le message dans cette 'nouvelle culture' créée par les moyens de communication modernes (...) Cette culture vient de ce qu'il existe de nouveaux modes de communiquer avec de nouveaux langages» (n° 37 c).

Dans l'instruction pastorale «Communio et progressio», l'Eglise reconnaît que les instruments de la communication sociale sont un «don de Dieu». Ce document décrit l'importance majeure des moyens de communication sociale pour la communication à l'intérieur de l'Eglise ainsi que pour la communication de l'Eglise avec le monde. L'instruction pastorale «Aetatis novae» complète «Communio et progressio» en prenant en compte les données actuelles et exige que les conférences épiscopales élaborent dans les meilleurs délais un *plan pastoral pour la communication sociale*.

1.3 L'Eglise insérée dans la culture des médias

Les croyants vivent dans une culture fortement marquée par les médias et cela dans tous les pays développés. En Suisse, sur la base des données fournies par l'institut GfM à Hergiswil, les chiffres publiés par le service de recherche de la SSR sur la consommation journalière de médias sont éloquentes. A titre indicatif, en 1998, les habitants de la Suisse ont utilisé les médias selon les durées quotidiennes suivantes:

Télévision, cinéma et vidéo, dès l'âge de 3 ans:

- en Suisse alémanique, 2 heures et 19 minutes
- en Suisse romande, 2 heures et 43 minutes
- au Tessin, 2 heures et 49 minutes

Radio et moyens audio, dès l'âge de 15 ans

- en Suisse alémanique, 3 heures et 34 minutes
- en Suisse romande, 2 heures et 31 minutes
- au Tessin, 2 heures et 40 minutes

Presse écrite et livres, dès l'âge de 15 ans

- en Suisse alémanique, 34 minutes
- en Suisse romande, 31 minutes
- au Tessin, 34 minutes

Cela donne par personne une consommation moyenne journalière de médias de 5 heures 42 minutes en Suisse romande, de 6 heures 3 minutes en Suisse italienne et de 6 heures 26 minutes en Suisse alémanique. Ces données indiquent que

- les croyants sont inévitablement partie prenante de la consommation moyenne et donc marqués par elle;
- l'abondance médiatique postule que la communication chrétienne y trouve également sa place.

1.4 Réflexions de l'Eglise catholique sur les médias en Suisse

En Suisse, l'activité de l'Eglise dans le domaine des médias a été développée très tôt à la suite d'initiatives individuelles de laïcs et de prêtres. Le résultat en est l'existence d'un paysage médiatique aux facettes multiples, avec des formes d'organisation très diverses. Ainsi, des institutions dont l'organisation repose sur une base privée et ne devant rendre de compte qu'à elles-mêmes existent parallèlement à d'autres entités incluses partiellement dans l'activité officielle de l'Eglise dans le domaine des médias. La nécessité d'une collaboration mieux structurée et coordonnée s'étant faite sentir, les organisations catholiques intéressées par le travail dans les médias, de concert avec la Conférence des évêques, l'Action de Carême et l'Institut de journalisme et de communications sociales à Fribourg, chargèrent, au début des années 70, Willy Kaufmann de procéder à une analyse critique des structures du travail accompli par l'Eglise catholique au sein des médias en Suisse. Le rapport intitulé «Katholische Medienarbeit in der Schweiz» (Fribourg 1974) devait servir de base de décision pour ce secteur d'activité de l'Eglise à l'avenir.

Le Synode 72, dans le cadre de la commission spécialisée n° 12 «Information et formation de l'opinion dans l'Eglise et la collectivité», s'est penché sur le sujet et a arrêté, dans un document adopté à l'échelon national (12–14 septembre 1975), notamment les postulats suivants:

«Le Synode suisse demande à la Conférence des évêques de faire établir une conception d'ensemble présentant, sous l'angle pastoral et structurel, le travail de l'Eglise dans le domaine des médias. Cette conception comprendra les structures adéquates et les moyens nécessaires pour chacun des médias

et pour chaque région du pays. On prévoira en particulier:

- les organes nécessaires pour conseiller les évêques, la Conférence des évêques et divers centres ecclésiastiques.
- des directives pour la collaboration avec d'autres institutions, en particulier sur le plan œcuménique.
- une coordination et un renforcement des institutions actuelles ainsi qu'une péréquation au plan national entre les régions plus ou moins dotées de moyens.
- enfin la création d'un organisme suisse qui soit un lieu de concertation en matière de planification et de décisions (par exemple sous forme d'un Conseil des médias).»

A la suite de ce document fut créée la Commission des médias, en tant qu'organe consultatif de la CES.

Dans les régions linguistiques se sont développés les trois services de médias (KM, CCRT et CCRTV) qui rendent des services de coordination au-delà des secteurs de la radio et de la télévision. Le KM est la résultante de la fusion ou de la collaboration de plusieurs initiatives et services en Suisse alémanique.

De leur côté, les ordinariats, le secrétariat de la Conférence des évêques, les Eglises cantonales et œuvres d'entraide se sont dotés de services de relations publiques (chargés de presse). Enfin sont venues s'ajouter les activités multiples déployées dans le domaine des médias par les diverses institutions et organisations de l'Eglise.

En 1983, à la demande de la Conférence des évêques suisses, de la Fédération des Eglises protestantes de la Suisse et de l'évêque de l'Eglise catholique-chrétienne, les Eglises ont publié 16 thèses des Eglises sous le titre «L'évolution des moyens de communication sociale».

Dans ce document, où elles s'expriment à propos de l'évolution de la politique des médias en Suisse, elles déclarent entre autres exercer également une activité indépendante dans le secteur des mass-media et vouloir demeurer, vis-à-vis des médias de droit public, un partenaire toujours prêt à coopérer.

1.5 Présence de l'Eglise au sein des médias en Suisse

a) Médias électroniques

En Suisse, l'Eglise catholique ne dispose d'aucune chaîne propre. Jusqu'à ce jour, elle a été présente sur les chaînes de la SSR, qui lui ont accordé plus ou moins de place. Cette présence a été rendue possible par la concession de la

Confédération qui impose à la SSR de tenir également compte de la religion dans ses programmes. Il est vrai cependant que dans la nouvelle loi concernant la radio et la télévision, le concept de «religion» ne figure plus. Mais cette dernière est néanmoins considérée comme faisant partie du mandat culturel de la SSR. Dans les trois régions linguistiques, la manière dont ce mandat a été rempli a connu des schémas différents.

En *Suisse romande et en Suisse italienne*, des institutions indépendantes ont été fondées, à savoir le CCRT à Lausanne et le CCRTV à Lugano. Ceux-ci ont été chargés par l'Eglise – ce mandat étant reconnu par la SSR – de concevoir et de procéder au choix rédactionnel des émissions catholiques destinées à être diffusées par la RSR et la TSR (radio et télévision suisses romandes), respectivement par la RSI et la TSI (radio et télévision suisses italiennes), lesquelles fournissent l'infrastructure technique. En Suisse romande, la CCRT a passé avec la TSR et la RSR un accord du même type que celui conclu avec les «Services des émissions protestantes».

En *Suisse alémanique et dans les régions rétho-romanches*, les chaînes de la DRS, dans le cadre de leurs attributions, ont formé elles-mêmes des rédactions pour le domaine religieux et répondent seules du programme et du contenu rédactionnel des émissions. En vertu des accords passés en 1972, les Eglises cantonales de Suisse alémanique et des régions rétho-romanches assument une co-responsabilité uniquement pour les émissions consacrées à l'annonce de l'Évangile (sermons, message dominical, retransmissions de services religieux).

Il faut toutefois noter que le traitement des thématiques religieuses ne passe pas exclusivement par les services religieux, mais ces derniers permettent une régularité de l'information religieuse et du témoignage chrétien. En ce qui concerne l'avenir, il faut s'attendre à ce que l'aménagement des rapports entre les Eglises et la SSR continue à varier selon les régions linguistiques. En tout état de cause, la présence de la religion et de l'Eglise dépendra des trois facteurs suivants:

1. Poids et popularité des Eglises au sein de la société.

Divers phénomènes tels que les tensions et polarisations à l'intérieur de l'Eglise, les problèmes d'image en relation avec la direction centrale de celle-ci, le nombre élevé de sorties, la mentalité «la religion oui – l'Eglise non», sont des signes que l'Eglise ne jouit plus du même poids au sein de la société. Cependant, les médias ont tendance à s'intéresser aux institutions (ecclésiastiques) en fonction des conflits, tout en étant ouverts à la spiritualité en général (y compris autres religions et ésotérisme).

2. *Capacités financières de l'Eglise.*

Le fait que l'Eglise puisse garder des contacts avec la SSR à travers les organismes catholiques précités a pour effet de maintenir la régularité d'émissions religieuses et d'apporter une visibilité de l'Eglise dans toutes ses dimensions. La capacité d'être partenaires efficaces suppose des moyens adéquats en personnel. Cela se vérifie plus explicitement en Suisse romande et en Suisse italienne où l'engagement financier de l'Eglise a une répercussion directe sur les grilles des émissions religieuses.

3. *Evolution de la SSR.*

Savoir si les Eglises conserveront une place dans la politique des programmes des chaînes régionales de la SSR est une question qui dépendra essentiellement de la position dont cette dernière jouira sur le marché des médias et de l'évolution de ses finances. On peut même s'attendre, en particulier en Suisse alémanique, à un durcissement de la situation.

Face à la création de *chaînes commerciales privées*, l'Eglise catholique s'est, jusqu'ici, toujours montrée prudente. S'agissant du média coûteux qu'est la télévision, elle a renoncé jusqu'à maintenant à créer des programmes propres (sauf à Neuchâtel, où les Eglises réalisent une émission mensuelle pour le programme de la télévision locale). En revanche, pour ce qui est de la radio, un média moins cher, une présence de l'Eglise est partiellement assurée au travers d'équipes catholiques ou œcuméniques locales de radio. Pour l'ensemble de la Suisse alémanique, une agence œcuménique de radio a été créée (ZOOM Radio), laquelle fournit gratuitement des éléments de programme à des antennes privées. A Genève, il existe une radio locale œcuménique (Radio Cité).

En revanche, des programmes produits par les *groupements évangéliques* sont diffusés sur les ondes en Suisse alémanique. Ainsi, l'ERF (Evangeliums-Rundfunk) élabore des programmes de radio diffusés par la chaîne privée EVIVA tandis qu'Alphavision met au point, sous le titre de «Fenster zum Sonntag», un programme hebdomadaire de télévision propre d'une demi-heure présenté sur la chaîne SF2. Enfin, des chaînes de radio évangéliques et catholiques étrangères peuvent également être captées dans certaines régions de Suisse.

b) *Presse écrite*

L'Eglise catholique dispose d'organes de presse officiels propres. Il s'agit de la «Kirchenzeitung» (SKZ), d'«Evangile et Mission» et du «Monitore Ecclesiastico». Parmi les bulletins paroissiaux (environ un demi-million d'exem-

plaires en Suisse alémanique, 150'000 en Suisse romande et 50'000 en Suisse italienne), un phénomène de concentration est en cours. La fusion de certains d'entre eux permet de mettre au point des produits de qualité professionnelle. Par ailleurs, des associations, institutions et ordres divers ont leurs propres publications dont quelques-unes sont tirées à un nombre respectable d'exemplaires (voir annexe).

Les anciens quotidiens catholiques ont également été touchés par le mouvement de concentration qui s'est produit au sein de la presse en général. Certains titres catholiques ont cessé d'être publiés pour des raisons financières, tandis que d'autres, rompant leur lien avec l'Eglise ou le PDC, ont fusionné avec d'autres journaux. Font exception le «Giornale del Popolo» en Suisse italienne ainsi que trois journaux catholiques plus modestes de Suisse orientale («Appenzeller Volksfreund», «Rheintalische Volkszeitung» et «Der Altoggenburger»).

L'Eglise catholique en Suisse bénéficie par ailleurs des services d'*agence de presse* (APIC/KIPA, pour l'écrit, en deux langues; CIRIC pour la photo). Celle-ci livre des informations aux rédactions de quotidiens et de chaînes de radio et télévision, ainsi qu'aux organes de presse internes de l'Eglise (bulletins paroissiaux) et à des clients privés.

c) *Films et médias audiovisuels*

S'il est vrai que les organisations de l'Eglise qui produisent des films sont pratiquement inexistantes, l'Eglise essaie, en revanche, par le biais de subside d'encouragement, d'exercer modestement une influence sur la production de films. Pour le surplus, le travail de l'Eglise a consisté essentiellement, dans le cadre de la critique cinématographique, de la pédagogie par le cinéma et d'activités de prêt, à suivre étroitement l'offre de films, à les classer et à les rendre utilisables pour la formation.

Par ailleurs, un vaste réseau de services fournissant du matériel audiovisuel adéquat destiné à l'enseignement de la religion et à la formation des adultes a été créé. Ces services livrent ledit matériel en prêt, le vendent, voire le produisent eux-mêmes.

d) *Internet*

L'Eglise a fait une entrée réussie dans le média récemment apparu qu'est l'internet. Un réseau de l'Eglise catholique a été créé avec un webmaster opérant sur le plan national (projet KKSO) et des webmasters pour chacune des trois régions linguistiques (KKSO à Zurich, association CathoLink à Lausanne, catt.ch à Lugano). Ce réseau est constamment développé et de

nouvelles organisations viennent régulièrement s'y rattacher, soit en étant présentes directement sur les homepages de l'Eglise, soit par le biais de liens (links).

N.B. Ce plan pastoral s'attache avant tout aux médias dits classiques (presse, film, médias électroniques). Mais il existe d'autres formes de communication médiatique qui ne sont pas abordées ici, qu'il s'agisse de l'édition ou des expressions artistiques (p. ex. théâtre, chorégraphie, musique).

2. La communication dans la société: constats

2.1 La technique modifie le comportement et la politique des médias

Au départ, les diverses formes de la communication sociale sont dépendantes d'infrastructures techniques propres. Celles-ci génèrent à leur tour la multiplicité des institutions de médias, leur offrent des possibilités de développement et imprègnent profondément leur orientation. Aujourd'hui, l'évolution technique (numérique) extrêmement rapide dans le domaine des moyens électroniques de communication modifie la distinction classique entre communication individuelle et communication de masse. Le réseau mondial unifié (Internet, WWW), avec la communication online en tant que technologie-clé, crée de nouvelles conditions de communication. Avec le développement de l'informatique, des télécommunications et des mass-media, la communication individuelle et la communication de masse tendent de plus en plus à fusionner. On ne saurait pas non plus sous-estimer les nouvelles possibilités qu'offrent, en matière de télévision, le câble et la transmission par satellite.

2.2 Le marché conditionne le comportement des usagers des médias

Du fait de la dérégulation (et de la globalisation), le marché est devenu un important régulateur de l'évolution des médias. Les réalisateurs de programmes offrent leur «marchandise» (programmes) sur un marché ouvert où les destinataires, en tant que clientèle à séduire, peuvent faire leur choix entre différentes options. Ces tendances sont renforcées par les publicitaires qui tendent à devenir la ressource financière principale de la télévision.

2.3 Conséquences pour le service public audiovisuel en Suisse

En Suisse, le quasi-monopole de la SSR a été brisé. Un *double système de radio-diffusion* a vu le jour, composé d'un côté de l'entreprise de service public SSR et de l'autre d'acteurs commerciaux privés. Si, pour des raisons

de politique sociale et culturelle, le législateur accorde un statut privilégié à la SSR à l'échelon national et régional, celle-ci n'est toutefois plus, aujourd'hui, à l'abri de tous les dangers, dans la mesure où elle doit également offrir ses programmes sur un marché où le public, respectivement le client, peut choisir librement entre les divers opérateurs suisses et internationaux. L'entreprise de service public SSR qui, depuis lors, s'est dotée d'une organisation qui tient largement compte des lois du marché ne pourra survivre avec son statut actuel qu'aussi longtemps que subsistera en Suisse une volonté politique majoritaire de l'alimenter financièrement par des redevances de concession suffisantes.

2.4 Tendances et évolution en Suisse

La **concurrence** entre la SSR et les opérateurs commerciaux en Suisse et à l'étranger va s'aiguïser à l'avenir, notamment à cause de l'avènement de la numérisation. A l'échelle internationale, le marché suisse des médias est relativement restreint et, de plus, il varie d'une région linguistique à l'autre. En conséquence, la SSR va se trouver devant la nécessité croissante de s'adapter aux marchés régionaux.

Du fait de la situation du marché des médias, les mouvements de **concentration** conduisant à la réduction à un petit nombre d'acteurs, mais de taille importante, s'intensifieront. Cette évolution est déjà manifeste dans les médias écrits qui tendent à se réduire progressivement à quelques rares grands quotidiens, entraînant notamment la disparition de toute la presse quotidienne catholique suisse, à l'exception du «Giornale del Popolo» en Suisse italienne et de trois journaux régionaux de Suisse orientale.

On constate par ailleurs que de grandes entreprises se lancent dans l'**offre multimédias**. Des organes de presse et des médias électroniques sont offerts et dirigés par les mêmes acteurs. Dans cette évolution, la technologie online joue un rôle clé, laquelle permet de relier entre eux des acteurs sans cesse plus nombreux et des médias de différents types, lors même que les informations sont diffusées physiquement de manière numérique par un petit nombre de supports (satellite ou câble à large bande). En Suisse, les grands éditeurs de journaux se sont transformés en entreprises multimédias.

On n'oubliera pas non plus le mouvement de concentration existant parmi les producteurs de **software** (contenus des médias, productions télévisées et cinématographiques, séries). Une poignée d'entreprises ou de groupes d'entreprises opérant à l'échelon mondial (Microsoft, Sony, Murdoch, Kirch, l'industrie américaine du film, etc.) produisent les systèmes d'exploitation et

logiciels les plus convoités, ou les font fabriquer sous licence dans le monde entier. Résultat: la formation de nouveaux quasi-monopoles sur le marché libéralisé que nous connaissons actuellement. La Suisse n'a guère d'influence sur cette évolution, tandis que sa dépendance à l'égard de ces grands groupes s'accroît.

Les médias électroniques coopèrent et se développent de manière croissante à l'intérieur d'espaces linguistiques, les frontières nationales étant naturellement franchies.

3. Synthèse de l'inventaire détaillé des médias liés à l'Eglise catholique

SUISSE ALEMANIQUE

Postes salariés en 1997 par secteur d'activité:

– Communication + médias (y compris KIPA/APIC)	18
– Radio-TV	2
– Internet	1
– Presse écrite	27
 Total:	 48

Moyens financiers par secteur d'activité:

– Communication + médias	16%
– Radio-TV	2%
– Film, audiovisuel	9%
– Internet	1%
– Presse écrite	72%
– Organisations internationales	0,2%

Somme totale: 16'981'684 fr.

SUISSE ROMANDE

Moyens financiers investis par secteurs d'activité:

– Relations publiques	6%
– Radio et télévision	15%
– Audiovisuel, cinéma, internet, photo	6%
– Presse écrite	73%

Somme totale: 7'759'000 fr.

B. LES CRITERES

4. Mission de l'Eglise au sein des médias: valeurs cibles

La communication est essentielle à l'expression de la foi tout comme elle est indispensable à l'action de l'Eglise dans le monde (communication de l'Eglise vers l'intérieur et vers l'extérieur). Cette communication participe à l'avènement du Royaume de Dieu (cf. *Lumen gentium*, 1). Il en résulte les *options de base* suivantes pour l'activité de l'Eglise dans le domaine des médias à l'échelon international, national, régional et local:

4.1 Crédibilité de la communication

La communication vers l'extérieur est le reflet de la communication à l'intérieur. C'est pourquoi l'esprit de dialogue et une attitude d'ouverture à l'égard de l'opinion à l'intérieur de l'Eglise sont la condition de la crédibilité de sa communication.

4.2 Information envers le public

L'essentiel de la communication, même institutionnelle à l'intérieur de l'Eglise, a lieu aujourd'hui par le canal des médias (p. ex. nominations, documents romains). Il n'est dès lors pas possible de tracer une frontière nette entre communication interne de l'Eglise et communication publique. Aussi l'Eglise est-elle disposée à s'exprimer officiellement sur les affaires qui la concernent et à tenir les médias au courant de ses faits et gestes. Elle mène une politique d'information active et s'efforce de renseigner les journalistes avec l'ouverture et le professionnalisme voulus (cf. «L'Eglise catholique et les médias – Guide de l'utilisateur à l'attention des ordinariats, des évêques et des attachés de presse», Commission des médias de la Conférence des évêques suisses, Fribourg 1996). Une amélioration des canaux ecclésiaux d'information confidentielle est aujourd'hui urgente. On doit aussi veiller à ce que les documents ecclésiaux destinés au public soient rédigés dans un langage médiatique.

4.3 Annonce de l'Evangile

a) Les médias sont utiles à l'Eglise en tant que moyens d'évangélisation et de pastorale. Les collaboratrices et collaborateurs de l'Eglise utilisent certains d'entre eux pour leur activité d'enseignement (religieux) dans les domaines de la catéchèse et de la formation des adultes. Ils pourraient être mieux exploités dans la liturgie.

b) A travers la retransmission d'offices religieux et de prédications sur les ondes de la radio ou de la télévision, il est possible de toucher des personnes intéressées en dehors du cercle de l'Eglise. Dans ce cadre, il faut tenir compte spécialement de ce qu'exige la «pré-évangélisation» (cf. Exhortation apost. «Evangelii Nuntiandi»).

c) Les médias rendent possibles des débats publics (l'«aréopage» dont parle Jean-Paul II) auxquels des chrétiennes et des chrétiens participent; ils y font entendre leur voix et témoignent de leur foi.

4.4 Dans la culture des médias, un engagement conçu comme une diaconie

a) Notre culture est modelée et imprégnée par les médias, en particulier les médias visuels. Les médias touchent et influencent l'individu dans sa sphère privée et dans ses attitudes collectives. L'Eglise est un élément de cette culture. De même que l'Eglise exerce une action sous des formes diverses au sein de la culture des médias, cette culture marque à son tour de son empreinte la structure et la vie de l'Eglise. Dans sa tâche d'annonce de l'Évangile, l'Eglise doit donc être consciente qu'elle s'adresse à des individus marqués par la culture des médias.

b) L'engagement de l'Eglise au sein des médias est un service à la société, c'est-à-dire une diaconie. Il lui appartient de contribuer à ce que les médias soient un instrument de compréhension dans la société et une part de notre culture. Dans ses postulats touchant l'éthique des médias, l'Eglise défend notamment la protection de la sphère privée de l'individu ainsi que les minorités. L'Eglise prend part, dans l'esprit de l'Évangile, à la formation de l'opinion publique. Les collaboratrices et collaborateurs de l'Eglise ont à devenir des partenaires compétents pour ceux qui produisent les médias. Ils suivent dans un esprit de critique constructive le travail des médias ainsi que la politique de notre pays dans ce domaine.

c) L'Eglise catholique en Suisse est convaincue de la nécessité d'une radio et télévision de service public. La communication publique ne doit pas être laissée uniquement à l'offre du libre marché. Il est indispensable à une société pluraliste et démocratique qu'ait lieu un débat public sur les problèmes de société, les conflits et les perspectives d'avenir et qu'il soit accessible à tous les groupes de la population. La SSR contribue de façon importante à ce débat. Elle produit des programmes d'une haute qualité journalistique en quatre langues et les diffuse également dans les régions isolées sans intérêt du point de vue économique. En outre, par la péréquation

financière, elle promeut la solidarité entre les différentes régions linguistiques, selon le concept «SRG SSR idée Suisse». L'octroi de la concession et le droit aux redevances sont liés à un mandat de prestations.

4.5 Diagnostic et analyse

Les médias rendent compte des évolutions au sein de la société; ils sont l'expression des états d'âme, des peurs et des espoirs des individus. A la lumière de la foi et de l'espérance chrétiennes, l'Eglise analyse les signes des temps tels que les manifestent les médias.

4.6 Compétence et formation

Dans son action au sein des médias, l'Eglise s'efforce d'être réaliste et compétente. Elle veille dès lors à la formation professionnelle de ses propres collaboratrices et collaborateurs (filières professionnelles de formation; Institut de journalisme et de communications sociales à Fribourg). En matière de formation initiale ou permanente l'Eglise doit également proposer aux bénéficiaires des médias des clés pour en user de manière compétente et critique.

5. Critères d'appréciation des médias catholiques au regard des valeurs cibles

5.1 Différences de coûts selon la nature du média

Selon le genre de média, les coûts de production varient considérablement. Ainsi, la presse écrite ou la radio peuvent fournir des prestations à bien meilleur marché que la télévision où, par exemple, la retransmission en direct d'une seule messe revient à une somme oscillant entre 50'000 et 70'000 francs (frais d'infrastructure compris).

5.2 Diversité des ressources de financement des organisations catholiques de médias

- La presse parvient ordinairement à s'autofinancer dans une large mesure au moyen des abonnements et des recettes publicitaires. En revanche, la presse religieuse a du mal à couvrir elle-même ses frais et doit dès lors être soutenue par les collectivités bénéficiaires.
- Pour le travail accompli à la radio et à la télévision, il n'est pas possible de bénéficier de taxes d'abonnement ou de redevances de concession. Le financement de cette activité dépend du cofinancement de l'Eglise.

- Les chargés de presse ne peuvent également être financés que par leurs mandants au sein de l’Eglise.
- Les agences de presse et de photos (APIC/KIPA et CIRIC) ne peuvent couvrir leurs dépenses que partiellement par des abonnements et des ventes de produits au coup par coup. En tant que premiers fournisseurs d’informations, elles doivent aussi être subventionnées.

5.3 Pertinence et efficacité des médias

L’investissement financier dans une activité médiatique peut être apprécié à un double égard:

- *Quantitativement*: par exemple, sur la base du tirage d’un organe de presse ou du nombre des auditeurs de radio ou de téléspectateurs atteints.
- *Qualitativement*: selon la signification que revêt telle initiative touchant les médias: par exemple le fait de passer à la radio ou à la télévision, la présence dans la culture cinématographique, l’internet, collaboration à des organisations internationales, etc.

5.4 Professionnalisme

Les médias destinés à un large public doivent aujourd’hui faire leurs preuves sur un marché dans lequel seule la qualité professionnelle permet de tenir le coup. Du travail amateur réalisé avec de petits moyens peut à la rigueur suffire dans le contexte local ou régional.

5.5 Les divers niveaux

Les divers niveaux (international, national, régional, diocésain, cantonal et Eglise locale) sont complémentaires et ne s’excluent pas. Le travail dans le domaine des médias à l’échelon national profite également aux collectivités locales. C’est pourquoi les besoins locaux ou régionaux ne doivent pas inciter à négliger la solidarité supra-régionale. Dans ses efforts pour être proche des gens, l’Eglise peut trouver une chance particulière dans les médias locaux, alternatifs («grassroots communication»).

5.6 Système de financement décentralisé

Les compétences financières au sein de l’Eglise catholique étant structurées *de manière fédéraliste*, les fonds sur lesquels les organismes nationaux et régionaux peuvent se prononcer sont relativement restreints. Cette situation affecte dès lors particulièrement les organisations de médias œuvrant à l’échelon national et régional. Celles-ci sont d’autant plus soumises à une pression pour justifier leur activité.

C. LES CONSEQUENCES

6. Conclusions pour l'organisation des structures

6.1 Direction par les évêques

La conduite des activités de l'Eglise dans le domaine des médias est une tâche de direction de la *Conférence des évêques*. Elle approuve le plan pastoral pour le travail dans les médias et prend les mesures organisationnelles nécessaires. La CES s'appuie dans ses décisions sur sa Commission des médias. Cet organe a pour mandat de suivre de près l'évolution des médias en Suisse, de proposer des plans dans un esprit prospectif et ouvert et de réagir promptement aux changements (voir point 9).

6.2 Délégation des compétences

L'Eglise et les médias se caractérisent en Suisse par une *structure fédéraliste et décentralisée*. Une gestion de l'Eglise dans le domaine des médias qui serait entièrement centralisée serait en porte-à-faux avec ce système. Conformément à l'évolution des médias, mais aussi pour respecter le principe de subsidiarité, les activités médiatiques doivent être centrées sur les *marchés régionaux* (régions linguistiques). Aussi, l'Eglise délègue-t-elle des compétences pour qu'il y ait proximité avec les lieux où les tâches doivent être exécutées.

6.3 Coordination suisse et régionale

Afin d'éviter l'éparpillement des structures des organisations de l'Eglise actives dans les médias, une planification est nécessaire tant à l'échelon national qu'au niveau régional.

A l'échelon national, la coordination est assumée par la Commission des médias en lien avec la Commission mixte d'experts CCCR/Action de Carême. A l'échelon régional-linguistique, la coordination doit être améliorée. Sur mandat de la DOK ou respectivement de la COR ou de l'ordinariat de Lugano, la fonction de coordination doit être ainsi prise en charge:

- En Suisse alémanique, le KM assume pour une part la fonction de coordination pour le film, l'audiovisuel et les médias électroniques tandis que l'ARPF (Communauté de travail des bulletins paroissiaux) assument de facto cette fonction pour la presse paroissiale.
- En Suisse romande, un organe responsable de la coordination doit être créé.

- En Suisse italienne, il existe la commission régionale «Commissione dei media» qui accomplit déjà cette tâche avec le CCRTV.

6.4 L'autonomie rédactionnelle et organisationnelle

a) Sur le plan rédactionnel

Les publications, tels les bulletins paroissiaux, les agences de presse (APIC) ainsi que les services de presse se veulent au service de l'Eglise. Ces institutions s'organisent selon la mission qui leur est impartie ou selon les conventions passées avec les autorités de l'Eglise. L'autonomie rédactionnelle est une condition leur permettant d'assumer leurs responsabilités professionnelles et de jouir de la crédibilité nécessaire.

b) Sur le plan économique

Ces institutions établissent leur propre budget conformément au mandat donné et en assument la responsabilité à l'instar d'une entreprise. En matière d'organisation, le recours aux règles de l'entreprise est nécessaire pour atteindre un succès commercial sur le marché des médias.

6.5 Participation des laïcs

Le travail rédactionnel dans le domaine des médias est de fait et en premier lieu la tâche des laïcs. Le travail organisationnel incombe également aux laïcs. Dès lors, les institutions d'Eglise (conseils, organisations de droit public ecclésiastique, etc.) et leurs membres doivent s'engager dans les structures et associations qui portent tel ou tel média.

7. Conclusions à l'adresse des institutions de médias

On le constate, les fonds à disposition diminuent alors que le coût des activités dans le domaine des médias augmente en raison du professionnalisme et des exigences du marché. Compte tenu de cette situation, les ressources disponibles doivent être utilisées de manière particulièrement bien ciblée. Aussi recommandons-nous aux diverses institutions œuvrant dans le domaine des médias d'examiner les possibilités suivantes:

a) Accroître la part de l'autofinancement

Les organisations actives dans les médias sont tenues d'épuiser toutes les possibilités d'autofinancement. Au gré des circonstances, elles feront appel à d'autres sources de financement, par exemple des subventions versées par des organisations extérieures à l'Eglise, publicité, etc.

b) Promouvoir le travail bénévole

Développer les recours au bénévolat. Nous songeons ici à la collaboration de personnes au bénéfice d'une retraite anticipée et qui sont à la recherche d'une occupation utile sans avoir besoin d'un salaire complet. On peut concevoir également le recours accru à des stagiaires, ou encore à des étudiantes et des étudiants pour du travail occasionnel.

c) Exploiter les synergies avec des institutions apparentées

Lorsque des travaux doivent être confiés à l'extérieur, on s'adressera en priorité aux organisations liées à l'Eglise: par exemple collaboration entre agences, entre médias imprimés et rédactions de radios locales (APIC, CIRIC).

d) Exploiter les synergies avec des organisations œcuméniques

Toutes les possibilités de collaboration avec d'autres Eglises doivent être recherchées, en particulier dans les domaines où les différentes confessions poursuivent aujourd'hui déjà des intérêts communs. Concrètement, cela signifie l'exploitation systématique des possibilités de créer des infrastructures communes ou de se représenter mutuellement au sein d'autres institutions. Semblables possibilités se présenteront avant tout dans des secteurs d'activité comme le film, la photo, l'édition, les librairies, la presse écrite, les émissions religieuses de radio et télévision.

e) Exploiter les synergies entre des pays de même langue

On examinera les possibilités de collaboration rédactionnelle, d'échange de textes et d'imprimés. Dans le domaine de la radio et de la télévision, il y a lieu de promouvoir des coproductions selon les critères professionnels.

f) Enracinement local

Les institutions actives dans les médias à l'échelon national et régional rechercheront un contact plus étroit avec leur base au niveau cantonal et local. En rendant publiques leurs prestations, elles créent un «goodwill» et un climat de compréhension pour tout ce qu'implique le travail dans les médias.

g) Etablissement de budgets réalistes

Les diverses organisations élaborent les budgets réalistes utiles à leur travail dans les médias. Coûts salariaux, frais administratifs, investissements pour des installations techniques sont à indiquer clairement. Les coûts doivent être soumis au contrôle du rapport coût-efficacité par rapport au public touché.

h) Planification prospective

La planification au sein des organisations actives dans les médias doit être effectuée de manière prospective afin de prévenir des *difficultés financières importantes*. Et si de semblables problèmes s'annoncent malgré tout, ils devront être signalés sans délai aux organismes concernés afin que des dispositions adéquates soient prises.

i) Honnêteté des moyens

Malgré les difficultés financières, les institutions de l'Eglise tout particulièrement ne doivent pas travailler avec des moyens douteux. Les droits d'auteur doivent être respectés et payés. Cela vaut pour les textes aussi bien que pour les images.

k) Promouvoir le «dimanche des médias»

L'objectif visé est double: d'une part approfondir la responsabilité à l'égard du travail chrétien dans le domaine des médias et d'autre part renforcer la solidarité financière de l'Eglise locale pour les tâches accomplies à l'échelon régional et national.

C'est la raison pour laquelle toutes les institutions actives dans le domaine des médias (et pas seulement les bénéficiaires de subventions) sont tenues de s'associer au «Dimanche des médias».

8. Conclusions pour le cofinancement ecclésial AdC/CCCR

Dans leur majorité, les activités catholiques de médias sont assumées financièrement et dans une grande proportion par les collectivités locales et immédiatement bénéficiaires (par exemple la presse paroissiale assumée par les paroisses; un service de presse par l'institution qui mandate – voir tableaux annexés).

En revanche, les activités catholiques de médias au niveau national ou régional, tout en bénéficiant d'autres ressources, font l'objet de subventions par les organismes suivants:

- Action de Carême, secteur Suisse
- Conférence Centrale Catholique Romaine
- Commission des médias de la CES (quête des médias)
- Régions: Institutions ecclésiastiques cantonales et Fédération romande catholique romaine, respectivement en lien avec la DOK et la COR.

Les organismes de financement sont par nature partie prenante des processus de décisions touchant la politique des médias. Aussi la collaboration

entre les mandants et les bailleurs de fonds doit-elle être institutionnalisée. Du fait que les ressources financières sont limitées aux niveaux national et régional, les institutions de médias peuvent se sentir en situation de concurrence entre elles, ce qui est préjudiciable à la complémentarité des services. Dès lors, les options suivantes sont prises:

8.1 Nécessité de priorités

Au vu de l'extension des tâches d'une part et de la raréfaction des fonds d'autre part, il n'est plus possible de financer tout ce que l'on souhaiterait. Des priorités doivent être fixées de façon à ce que les ressources financières soient affectées de manière bien ciblée. (cf. 8.6)

8.2 Réunir les compétences décisionnelles et financières

La concertation entre les mandants (la Conférence des évêques, conseillée par sa Commission des médias) et les bailleurs de fonds (organismes précités) doit être constante et adaptée aux évolutions. On fixera les passerelles entre mandants et bailleurs de fonds en désignant mutuellement des représentants.

8.3 Niveaux de décisions financières

En règle générale, les tâches nationales, régionales, diocésaines et locales sont financées à l'échelon auxquelles elles sont rattachées. Une réalisation locale n'est en principe jamais financée au niveau supérieur.

8.4 Principes de péréquation

La solidarité de l'Eglise en Suisse implique une péréquation entre les régions linguistiques. Après l'examen des besoins sur le plan national, une clé de répartition entre les régions doit être établie selon un principe de justice distributive.

8.5 Les décisions financières nationales et régionales

a) *A l'échelle nationale*, les décisions incombent à la Commission mixte d'experts CCCR/Action de Carême, ainsi qu'à la Commission des médias gérant la Quête des médias selon un cahier des charges qui lui est propre (cf. 9.4).

Afin de travailler dans la transparence, des passerelles sont créées entre les organismes à travers des représentations adéquates de personnes.

Les décisions de la CCCR/Action de Carême portent sur:

- le financement des institutions nationales
- le financement des institutions régionales, sur préavis des instances régionales.

- b) *A l'échelle régionale*, selon le principe de subsidiarité, les organismes régionaux désignés sous 6.3 ont pour mission de:
- Etudier l'évolution et les besoins à l'échelle régionale
 - Donner un préavis à l'instance nationale pour un financement couvrant les besoins régionaux.
 - Coordonner l'activité médiatique de la région selon les décisions prises.

8.6 Fixation des priorités

On doit distinguer les priorités des tâches et les priorités en matière de financement.

- a) Les tâches prioritaires sont, dans l'ordre:
- la transmission authentique de l'information
 - la présence active au sein des grands médias électroniques, de préférence du service public
 - l'existence d'une presse religieuse proche des lecteurs (par exemple presse paroissiale)
 - la formation des usagers de la communication (facultés de théologie, formation permanente, etc.)
 - l'utilisation des techniques audiovisuelles pour l'appropriation de la foi (catéchèse)
 - l'intégration dans la culture des médias, particulièrement l'internet et le cinéma.
- b) Les priorités financières incombant aux organismes de financement sont donc:
- présence au sein de la SSR, voire pour la Suisse alémanique dans d'autres grands médias électroniques
 - base de données informatives à travers les agences KIPA/APIC et CIRIC
 - appui à des services servant des groupes de population importants, en particulier les jeunes, à travers l'audiovisuel et l'internet
 - participation aux lieux de réflexions internationaux.

8.7 Conséquences pratiques

Champs d'activité	Ancrage, aspects organisationnels, fonctions	Financement
<p>Film, vidéo, moyens audio-visuels</p>	<p><i>Ancrage:</i> régional (région linguistique); également local dans la mesure du nécessaire.</p> <p><i>Priorité:</i> médias pour la pastorale et la catéchèse.</p> <p><i>Formation:</i> p. ex.: magazine sur le cinéma ZOOM, Cinéfeuilles.</p> <p><i>Structures:</i> centres offrant des prestations de service multimédia, tels Cinédia, service de prêt ZOOM, centres audio-visuels</p>	<p>Par des recettes propres et des fonds régionaux.</p>
<p>Radio, télévision</p>	<p><i>Ancrage:</i> régional (région linguistique) et local.</p> <p>a) <i>Priorité au service public:</i> collaboration avec la SSR. Des offices régionaux assument cette tâche sur mandat de l'Eglise et de la SSR (CCRT, CCRTV). KM: par le ressort Radio/TV.</p> <p>b) <i>Privés:</i> dans le contexte du marché libre: mise sur pied de services de production livrant aux chaînes des éléments de programmes (par exemple, ZOOM Radio). Perspectives de développement: fenêtres de programme, émissions ou chaînes propres (par exemple, Radio Cité).</p> <p>Pour des raisons financières: renonciation provisoire à des productions télévisées propres.</p>	<p>■ Du côté de l'Eglise, par les fonds régionaux; complétés par des prestations de la SSR.</p> <p>■ Du côté de l'Eglise, par des fonds régionaux ou à échelle cantonale pour les projets cantonaux.</p>

Agences	<p><i>Ancrage: national et régional</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - APIC/KIPA (agence régionale avec une coordination nationale) - CIRIC (agence photos): peut constituer un complément utile à l'APIC/KIPA et à d'autres agences. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Par des prestations propres ainsi que par un financement à l'échelon national ou régional.
Presse écrite	<p><i>Ancrage: régional (région linguistique) et local.</i></p> <p>a) <i>Presse d'Eglise</i> (journaux destinés à un public «d'initiés», tels la SKZ, Evangile et Mission, Monitore Ecclesiastico) à maintenir.</p> <p>S'agissant des bulletins paroissiaux: encourager les fusions; exploiter des synergies par des mesures de coordination</p> <p>b) Divers médias imprimés patronnés par des associations et institutions catholiques (par exemple: Paroisses Vivantes, Echo Romand, Choisir, Sources, etc.)</p> <p>c) Organes de presse privés (par exemple Echo Magazine, Der Sonntag)</p> <p>d) Non engagement financier dans la presse quotidienne (sauf en Suisse italienne) au profit de la fourniture d'informations de qualité par des chargés de presse ou des agences de presse de l'Eglise</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Par des recettes propres (abonnements, annonces) et des subventions provenant des régions où les publications sont implantées. ■ Les journaux d'autres institutions sont financés par leurs organisations actives dans les secteurs concernés (par exemple, missions). ■ Financement par des recettes propres ■ Régional, respectivement diocésain.
Online	<p><i>Ancrage: national et régional (région linguistique).</i></p> <p><i>Fonction: technologie intégrant plusieurs types de médias. Possibilité de présence</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Pour la coordination nationale, par des fonds à cet échelon national.

<p>Online (suite)</p>	<p>directe de personnalités de l'Eglise; communication avec des groupes cibles et des rédactions de médias.</p> <p><i>Structure:</i> dans le cadre d'une plate-forme nationale en charge de la coordination (KKSO) et dont le KM s'occupe à titre subsidiaire; division en trois plates-formes régionales placées sous la responsabilité du KM, du CCRTV et de l'association CathoLink en Suisse romande.</p> <p>Coordination avec des organisations ecclésiastiques nationales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Par des fonds régionaux. ■ Par des honoraires facturés aux organisations auxquelles des services sont fournis.
<p>Communication et médias</p>	<p><i>Fonctions:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ <i>Priorité:</i> transmission authentique d'informations par des <i>chargés de presse</i> à l'échelon national (CES), diocésain, cantonal, ainsi que par des porte-parole de grandes organisations. ■ Formation, conseil: formation des collaborateurs de l'Eglise, conseil d'organisations ecclésiastiques. Formation de journalistes. ■ Planification, développement de projets, par la Commission des médias et services régionaux (KM, Commissione dei media – Suisse romande, encore ouvert). 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Par les mandants concernés. ■ Prises en charge par les mandants, échelon régional. ■ Selon le champ d'activité: national ou régional.

9. Conclusions pour la Commission des médias

9.1 Planification stratégique et coordination à l'échelon national

La Commission des médias est un organe consultatif de la Conférence des évêques suisses. A ce titre:

- La Commission des médias est à disposition de la Conférence des évêques pour ses décisions en matière de politique des médias.
- La Commission des médias soumet des propositions concernant la planification et la coordination des activités de l'Eglise dans le domaine des médias à l'échelon national. Elle s'informe sur l'état des médias dans les régions et accompagne leur développement. A l'intention de la CES et de la CCCR/AdC, elle se prononce sur les prestations et budgets globaux en matière de médias.
- Elle organise le «Dimanche des médias» et le Prix catholique de la communication.
- La répartition des fonds provenant de l'Offrande des catholiques suisses pour le dimanche des médias relève de sa compétence, selon les principes énoncés ci-après.

9.2 Mode de travail de la Commission des médias

- La Commission des médias est composée d'experts des médias et de représentants d'organisations nationales et régionales intéressées.
- Etant donné que la planification stratégique et les tâches de coordination exigent d'être traitées au sein d'un cercle restreint de professionnels aptes à réagir avec compétence et rapidité, la Commission des médias désigne un bureau permanent. Il est formé des évêques chargés des médias, des responsables des offices régionaux des médias et de spécialistes des médias. Le comité directeur prépare à l'intention de la Commission des médias les décisions importantes et présente régulièrement des rapports sur son activité.
- Des membres de la Commission constituent des groupes de travail pour les diverses tâches de consultation.
- Des représentants des bailleurs de fonds siègent au sein de la Commission des médias avec voix consultative. De même, des représentants du comité directeur devraient participer aux séances des organes des bailleurs de fonds avec voix consultative.

9.3 Secrétariat

La Commission des médias dispose d'un secrétariat doté d'un poste à temps partiel. Il liquide les tâches administratives et, en particulier, l'organisation du «Dimanche des médias» et du Prix catholique de la communication.

Actuellement, la conduite de ce secrétariat fait l'objet d'un arrangement conclu avec la Ligue Catholique Suisse pour la Presse.

9.4 Offrande des catholiques suisses pour le Dimanche des médias

L'Offrande des catholiques suisses pour le dimanche des médias est un élément constitutif du financement global de l'activité dans le domaine des médias de l'Eglise catholique. Elle doit être redistribuée selon les principes suivants:

- Les décisions se prennent en transparence avec la Commission mixte d'experts CCCR/Action de Carême.
- Les financements ne concernent en principe que des tâches nationales, régionales et internationales.
- Une part importante de financement est accordée à KIPA/APIIC par suite de la suppression de la collecte de la Ligue catholique suisse pour la presse, au profit de la quête des médias.
- Des décisions de soutiens ponctuels peuvent être prises pour des réalisations qu'il est important de lancer ou qu'il faut restructurer.

Le dimanche des médias, outre son utilité financière, a surtout une fonction de sensibilisation des catholiques à l'égard de la culture des médias et à l'égard des institutions catholiques qui, à échelle nationale ou régionale, servent à la visibilité de l'Eglise et l'avènement du Royaume parmi les hommes et les femmes de ce temps.

Abréviations

AdC	Action de Carême (Fastenopfer)
APIC	Agence de presse internationale catholique (KIPA)
CCCR	Conférence centrale catholique romaine (RKZ)
CCRT	Centre catholique de radio et télévision, Lausanne
CCRTV	Centro cattolico radio e televisione, Lugano
CES	Conférence des évêques suisses (SBK)
CIRIC	Centre international de reportages et d'information culturelle, Lausanne
COR	Conférence des Ordinaires de Suisse romande
DOK	Deutschschweizerische Ordinarienkonferenz
DRS	Deutsche und rätoromanische Schweiz-Radio-Television
KKSO	Projet internet Katholische Kirche Schweiz Online
KM	Katholischer Mediendienst, Zurich
MK	Medienkommission der Schweizer Bischofskonferenz (Commission des médias)
RTSI	Radiotelevisione nella Svizzera italiana
RTSR	Radio-Télévision Suisse romande
SSR	Société suisse de radiodiffusion (SRG)

SUISSE ROMANDE

1. Organes officiels (décisions de l'autorité ecclésiale)

1.1. Evêques répondant pour les médias

- Mgr Peter Henrici, responsable pour la Suisse
- Mgr Bernard Genoud, responsable pour la Suisse romande

1.2. Conférence des Ordinaires de Suisse romande (COR)

Définition des priorités pastorales

Présidence: Chanoine Bernard Broccard, Sion

1.3. Fédération romande catholique romaine

Décision de subventionnements romands

Présidence: M. François Betticher, Fribourg

1.4. Evangile et Mission – Hebdomadaire pastoral officiel des diocèses de Suisse romande. Outre les pages officielles, il y a une partie non officielle et des articles dans une perspective pastorale.

Adresse: Ch. Cardinal-Journet 3, CP 135, 1752 Villars-sur-Glâne 1

Tél.: 026/426 34 40; fax 426 34 49

e-mail: e+m.cinedia@mail-com.net

Rédactrice: M^{me} Michèle Fringeli

1.5. Chargés d'information et attachés de presse de l'Eglise

1.5.1 Diocèse de Lausanne, Genève et Fribourg

Adresse: Evêché, 86 rue de Lausanne, 1700 Fribourg

Tél. 026/322 12 51; fax 026/322.21.29

Responsable: Vacant. Mandat: chargé d'information

1.5.2 Diocèse de Sion

Adresse: Rue de la Tour 12, 1950 Sion 2

Tél. 027/322 18 18; e-mail: diocese.sion@vtx.ch

Responsable: M. Jean-Luc Ballestraz

Mandat: informations diocésaines, page Eglise dans Le Nouvelliste

1.5.3 Diocèse de Bâle, partie francophone

Responsable: M^{me} Monique Rion, Rue de la Molière 26, 2800 Delé-

mont. Tél. 032/421 98 85 ou 88

Mandat: SIC – Service d'information catholique (infos sur Jura, Jura bernois et activités épiscopales)

1.5.4 Abbaye de Saint-Maurice

Responsable: Chanoine Gabriel Stucky, Abbaye, 1890 St-Maurice.
Tél. 024/485 11 81

1.5.5 Vicariat épiscopal de Fribourg

Responsable: M. Pablo Davila, vicariat épiscopal
1752 Villars-sur-Glâne. Tél. 026/426 34 13

Mandat: informations cantonales, émissions à Radio-Fribourg (voir 3.3)

1.5.6 Vicariat épiscopal de Lausanne

Responsable: M. Jean-Charles Zufferey, case postale 600, 1001 Lausanne. Tél. 021/616 27 51; fax 616 48 33; e-mail: info@cath.ch

Mandat: informations cantonales, publication de Relais (650 ex. 4 fois/an), rédaction Internet

1.5.7 Vicariat épiscopal de Genève

Responsable: M^{me} Gladys Théodoloz, Rue des Granges 13
1204 Genève. Tél. 022/319 43 43

Mandat: informations cantonales, Courrier pastoral (530 ex.)

1.5.8 Vicariat épiscopal de Neuchâtel

Responsable: M. François Pahud, Rue du Pain-Blanc 171, 2000 Neuchâtel. Tél. 032/731 86 28. Mandat: informations à la presse

1.5.9 Eglise catholique à Bienne

Responsable de langue française: M^{me} Christiane Gschwind, Postfach 1111, 2501 Bienne. Tél. 032/ 329 50 80

Mandat: Rédaction Angelus, journal des paroisses, bimensuel et quadrilingue; radio locale Canal 3: (voir 3.7)

2. Organismes à diffusion romande (reconnus par l'autorité ecclésiale)

Audiovisuel

2.1. CCRT – Centre catholique de Radio et Télévision

Adresse: Chemin des Abeilles 12, 1010 Lausanne

Tél. 021/ 653 50 22/23; fax 652 03 67; e-mail: ccrt@worldcom.ch

Constitué juridiquement en 1958 comme Association au sens de l'art. 60 CCS, le CCRT "représente l'Eglise catholique dans les domaines de l'audiovisuel, en particulier auprès de la SSR".

Membres: le comité (7 membres) + 19 personnes désignées par les principales institutions de l'Eglise catholique en Suisse romande: délégués de la COR, des Conseils presbytéraux, de la Fédération romande catholique-romaine, des Ordres et Congrégations religieuses, des Conseils et instances cantonaux.

Buts: En communion avec l'Eglise catholique-romaine" – promouvoir et réaliser des émissions religieuses, catholiques et œcuméniques, au sein de la Radio suisse romande, Télévision suisse romande et Radio suisse internationale (ce qui signifie: accès aux studios et production et réalisation d'émissions); – suivre l'évolution de l'audiovisuel; – favoriser le recrutement et la formation de professionnels de la communication; – produire ou coproduire des réalisations audiovisuelles au service de la pastorale et de la culture chrétienne; participer à la formation aux médias; intervenir dans la politique de l'audiovisuel et des médias en Suisse et en Europe (à travers UNDA).

Personnel: Directeur du CCRT (nommé par le Comité, en accord avec les évêques de Suisse romande et la SSR): M. André Kolly, journaliste radio et TV. Radio: M. Raphaël Pasquier, journaliste, responsable du service + 2 journalistes; TV: Abbé Michel Demierre, producteur et réalisateur + une assistante.

2.2. Cinédia

Adresse: Chemin Cardinal-Journet 3, 1752 Villars-sur-Glâne

Tél. 026/426 34 30; fax 426 34 49; e-mail: e+m.cinedia@mail-com.net

Né en 1990 de la fusion du SIDAV (Service interdiocésain de l'audiovisuel), qui dépendait de la Commission romande de catéchèse (CRC) et de l'Office catholique du cinéma créé en 1972 dans le cadre du CCRT.

CINEDIA, dont la constitution a été approuvée par la COR en 1990,

est une association au sens de l'art. 60 CCS, inscrite au Registre du Commerce.

Les membres (300–400) sont surtout les utilisateurs.

Le Comité a pour présidente: M^{me} Françoise Pétremand, Neuchâtel.

Directeur: M. Jacques Michel.

Les buts: «Rejoindre les objectifs des Eglises réformées et catholique de Suisse romande dans les différents secteurs de la diffusion et de la distribution de produits audiovisuels».

Activités principales:

- Fournir du matériel audiovisuel pour la catéchèse et l'animation pastorale: montages diapos (achats de droits et production propre) et cassettes vidéo (achats de droits, vente, location, prêt, production propre); visionnement et estimation des produits AV par une équipe romande (sous-commission de la CRC); organisation du Forum romand de l'audiovisuel. Gestion des droits d'auteurs pour les émissions enregistrées de la TV (couverture Suissimage).

- Vente et prêt de cassettes vidéo pour le grand public. Location de films 16 mm.

Formation à l'utilisation de l'audiovisuel en lien avec l'OPC (Office protestant du cinéma); présence dans les milieux professionnels du cinéma (en particulier festivals de films).

Documentation et appréciation du film en salle.

Cinéfeuilles: Bulletin bimensuel de réflexion et de critique de films, créé par l'OCC, puis repris par CINEDIA en collaboration avec les protestants. Environ 1'000 abonnés.

Cinéfeuilles est autofinancé par les abonnements car le travail rédactionnel est bénévole.

2.3. CIRIC (Agence d'information et de reportage)

Adresse: Ch. des Mouettes 4, CP 405, 1001 Lausanne.

Tél. 021/617 76 13, fax 617 76 14. Responsable: M. Jean-Claude Gademmer. Président du Comité: Père Albert Longchamp

Activités: réalisation et distribution photographies (voir partie nationale)

2.4. CathoLink (Internet en Suisse romande)

- **Internet:** Association constituée le 21 décembre 1998 par les trois membres fondateurs:

Eglise catholique en pays de Vaud, Centre Catholique de radio et Télévision, Fédération romande catholique romaine. Sont partenaires du site plusieurs institutions catholiques de Suisse romande. La Fédéra-

tion des paroisses catholiques du canton de Vaud met à disposition son service informatique pour la création d'un site Internet, dénommé Catholink, ayant pour adresse: <http://www.cath.ch>. Tél. 021/616 27 51. Webmaster: M. Daniel Fahrni, Case postale 600, 1001 Lausanne. Webmaster@cath.ch
Rédacteur en chef: M. Jean-Charles Zufferey, chargé d'information. info@cath.ch

Presse écrite

2.5. APIC (KIPA)

Adresse: CP 1054, 1701 Fribourg. Tél. 026/426 48 11

Rédacteur en chef et responsable de la rédaction française: M. Jacques Berset. Activités: Service quotidien de nouvelles transmises par fax, courrier électronique, envoi postal; service hebdomadaire (sur la structure coopérative: voir partie nationale)

2.6. Paroisses vivantes, mensuel paroissial

Adresse: Œuvre St-Augustin, 1890 St-Maurice
Tél. 024/486 05 11 – fax 024/496 05 05

E-Mail: staugustin@bluewin.ch; Internet: <http://www.cath.ch>

Bulletin des paroisses catholiques romandes, édité par l'œuvre Saint-Augustin à Saint-Maurice/VS. Mensuel. Tirage: 130'000 exemplaires. Le bulletin actuel se présente en trois parties: un cahier rédactionnel romand, une partie cantonale et des pages paroissiales. La nouvelle orientation du bulletin privilégie la partie paroissiale qui englobe un fonds commun romand et une partie cantonale ou diocésaine. Sont en cours de formules nouvelles impliquant une prise en charge rédactionnelle directe par des secteurs de paroisses.

Responsable éditorial: abbé Michel Salamolard.

2.7. L'Echo Romand, hebdomadaire

Adresse: Case postale 540, 1001 Lausanne

Tél. 021/312 53 51; fax 311 41 65; e-mail: echo.romand@bluewin.ch

Hebdomadaire catholique romand, comprend une partie rédactionnelle et des pages ouvertes aux paroisses. Tirage moyen: 9000 exemplaires. Sert de bulletin paroissial mensuel pour plusieurs paroisses des cantons de Vaud, Neuchâtel et Jura bernois.

Rédacteur en chef: M. Bernard Litzler. Rédacteur: M. François Pahud

2.8. L'Echo Magazine

Adresse: Rte de Meyrin 12, Case postale 80, 1211 Genève 7

Tél. 022/919 04 04; fax 919 04 19;

e-mail: echo.magazine@worldcom.ch

Magazine hebdomadaire, fondé par Mgr Besson. Est une Société anonyme dont la raison sociale est "Saripress SA". L'administrateur éditeur est M. Gérard Plader.

Directeur et rédacteur en chef: Père Albert Longchamp.

Tirage: 20'000 exemplaires.

2.9. Autres publications

2.9.1 Revues de culture religieuse

- Choisir: (Jésuites) Rue Jacques-Dalphin 18, 1227 Carouge, tél. 022/827 46 76.

Mensuel, 3'200 ex. (Association Pierre Favre)

Directeur: Père Albert Longchamp

- Sources: (Dominicains) Rue du Botzet 8, CP 224, 1705 Fribourg (resp. Père Guy Musy)

- Nova et Vetera, Editions St-Augustin, 1890 St-Maurice (resp. Père Georges Cottier)

- Les Echos de Saint-Maurice, Abbaye, 1890 St-Maurice

- Cinéfeuilles: voir 2.2

- Le Rosaire: (Dominicains) 6 x par an, 900 ex., Rue du Botzet 8, 1705 Fribourg

2.9.2 Revues missionnaires, notamment:

- Peuples du monde (Inter-Instituts)

- Vivant Univers (Pères Blancs)

- Bethléem (Missionnaires d'Immensee)

- Cœur en alerte (Capucins)

2.9.3 Presse de mouvements

Nombreux titres, tels les journaux Caritas et les bulletins des associations et groupes d'intérêts.

2.9.4 Presse française

- 15 titres pour la jeunesse (Groupes Bayard-Presses et La Vie)

- Divers titres, dont La Vie, Le Pèlerin, Famille Chrétienne, Prions en Eglise (4'500 ex. en Suisse romande), Actualité Religieuse dans le Monde.

- 2.10. CEDOFOR, Centre de documentation et de formation
C/o Choisir, rue Jacques-Dalphin 18, 1227 Carouge,
tél. 022/827 46 78.
Institution créée par les Jésuites de Genève.
Prêt de documents, d'archives, de livres, etc.
Responsable: M^{me} Axelle Dos-Ghali

3. Réalisations cantonales (soutenues par l'Eglise concernée)

3.1. Genève

- Radio-Cité. Unique radio des Eglises en Suisse, Radio-Cité, œcuménique, fonctionne sur la base du bénévolat. Emet quotidiennement de 7 h. à 24 h. Association au sens de l'art. 60 CCS, soutenue par les trois Eglises fondatrices.

3.2. Fribourg

- Emission catholique à Radio-Fribourg. (Voir 1.5.5)

3.3. Neuchâtel

- Emission catholique à la Télévision locale Canal Alpha + (voir 1.5.8)

3.4. Sion

- Emissions catholiques à Radio-Rhône (voir 1.5.2)
- Responsable: M. Jean-Luc Ballestraz, diacre

3.5. Jura

- Service audiovisuel.

Responsable: M. Jean-Claude Boillat

- Collaborations de bénévoles à la radio Fréquence-Jura, Delémont

3.6. Bienne (Commune ecclésiastique) (voir 1.5.9)

- L'Angelus à Bienne, bulletin paroissial quadrilingue pour la région de Bienne. Réd. Romande: M^{me} Christiane Gschwind.
- Emission catholique à la Radio Canal 3, Bienne

3.7. Réalisations locales de bulletins paroissiaux

Nombre inconnu

4. Autres réalisations

4.1. Imprimeries catholiques

Trois imprimeries sont la propriété de Congrégations religieuses fondées pour le service de la presse catholique: St-Paul et St-Canisius à Fribourg, St-Augustin à St-Maurice.

4.2. Librairies catholiques

- St-Paul à Fribourg
- St-Augustin à Fribourg et St-Maurice
- La Nef à Lausanne
- Librairie œcuménique «La Procure» à Genève

4.3. Quotidiens dits de régions catholiques

- La Liberté, Fribourg
- Le Nouvelliste, Sion
- Le Quotidien Jurassien, Delémont

4.4. Informateurs religieux de Suisse romande

Section de l'Association suisse des journalistes catholiques (ASJC)

Coprésidents: M^{me} Geneviève Cornet et M. Raphaël Pasquier

Secrétariat: M. Danilo de Simone, C.P. 510, 1701 Fribourg

Tél. 026/426 48 31

Membres: tous les partenaires de l'information religieuse en Suisse romande. Au sein de l'ASJC, les membres sont rattachés aux organisations faîtières UCIP, UNDA, OCIC. Réunions périodiques sur des thèmes d'intérêt ecclésial et journalistique.