

ETUDE STRUCTURELLE CONCERNANT LES ACTIVITÉS RELEVANT DE LA COMMUNICATION DANS L'ARRONDISSEMENT JURASSIEN

Table des matières

Avant propos.....	2
1 Méthodologie.....	2
2 Organisation des différentes entités.....	2
3 Analyse des moyens par région.....	4
4 Répartition par médias.....	14
5 Constats.....	15
6 Analyses SWOT.....	16
7 Variantes.....	20

Auteurs

Jessica Beuchat, Max Brechbühler, Nicolas Meyer¹, Reto Gmünder, Silvano Keller, Floriane Rebetez, Bruce Rennes.

¹ Sollicité en tant qu'expert technique

AVANT PROPOS

Les auteurs tiennent à exprimer leurs vifs remerciements aux personnes sollicitées dans le cadre de cette première phase de recherche car sans leur aimable et précieuse sollicitude, il n'aurait pas été possible de dresser cet état des lieux.

1 MÉTHODOLOGIE

Le groupe de travail a entrepris une récolte des données en réalisant des entretiens individuels avec les parties prenantes impliquées dans les régions, syndicats et paroisses de l'Arrondissement Jurassien sur la période de décembre 2025 à avril 2026. L'objectif de ces entretiens était de recenser tous les produits réalisés qui relèvent de la dimension de la communication afin de pouvoir produire une image arrêtée des activités liées à la communication dans l'Arrondissement ainsi que les liens et imbrications des différents acteurs et aux différents échelons dans les processus.

La première phase de l'étude liée à la dimension de la communication a pour ambition de compiler l'essentiel des ressources déployées dans l'Arrondissement pour toutes les activités qui relèvent de la sphère de la communication.

L'exercice de récolte et de consolidation des données s'est avéré complexe, car les données fournies par les personnes sondées émanent essentiellement de relevés empiriques et d'approximation, car la communication ne jouit pas d'une reconnaissance unanime dans le champ des processus métiers d'une paroisse. Néanmoins, les auteurs se sont attelés à récolter, interpréter et compiler les données au plus proche de la réalité du terrain afin d'illustrer des tendances.

2 ORGANISATION DES DIFFÉRENTES ENTITÉS

Actuellement, 4 niveaux de prestataires de services sont :

- RefBEJUSO qui est l'organisme qui surplombe l'ensemble de la sphère réformée pour les cantons de Soleure, Berne et du Jura ;
- L'Arrondissement jurassien qui est un prestataire de service pleinement actif sur la partie francophone du canton de Berne et partiellement actif sur le canton du Jura ;
- Le niveau de regroupement intermédiaire que constituent les organes tels que les : paroisses générales, les régions, les syndicats et/ou autres regroupements d'unités administratives ;
- Les paroisses qui constituent les entités finales.

1	RefBEJUSO			
2	Arrondissement Jurassien			
3	–	Paroisse générale	Syndicat / régions	EREJ
4	Paroisses			

L'on notera que le diagramme ci-dessus se limite à représenter les acteurs de première proximité ayant une implication directe sur les processus décisionnels et organisationnels et omet volontairement, par souci de simplification visuelle, d'autres acteurs indirects.

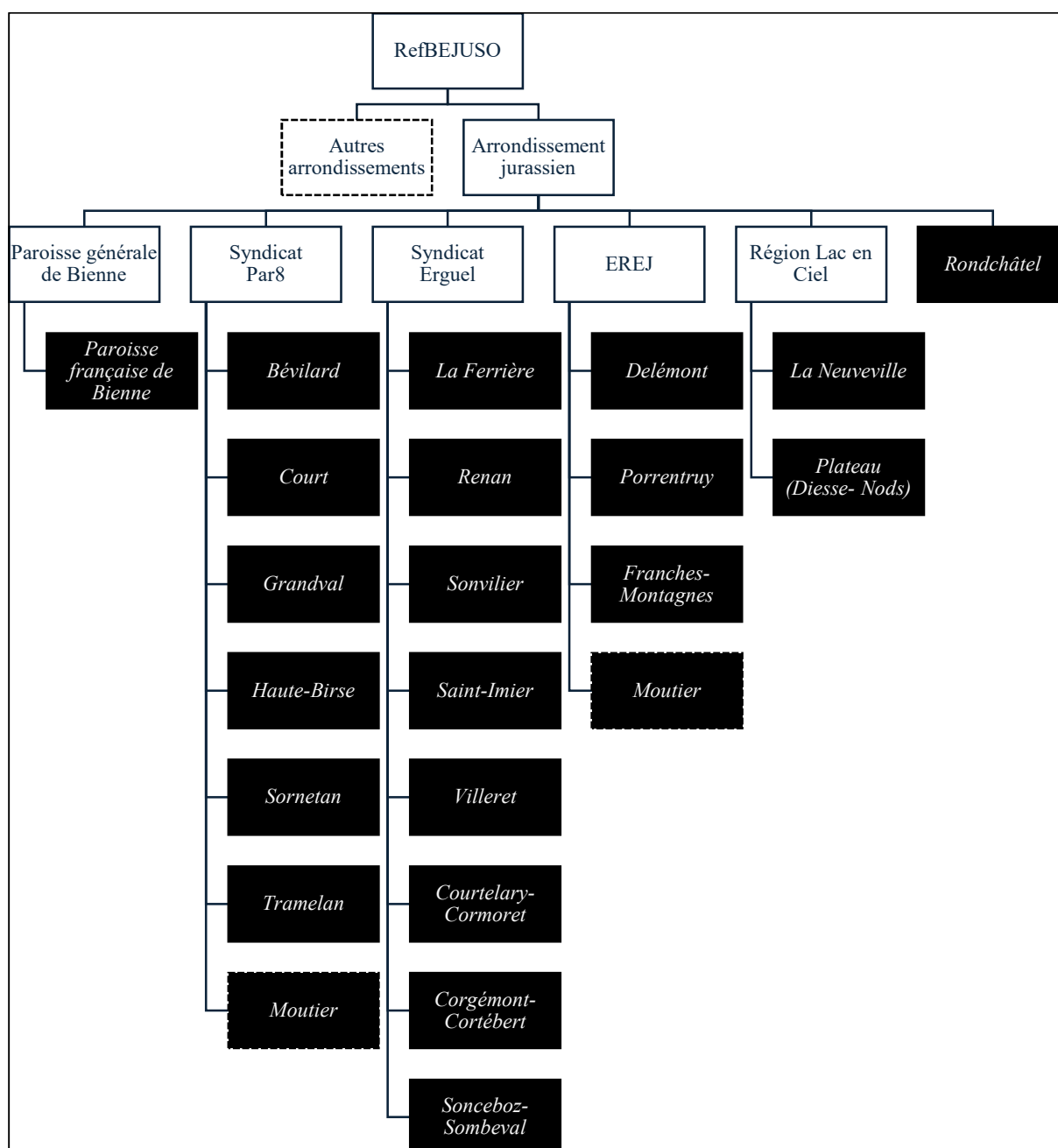
L'organigramme suivant représente la structure organisationnelle de l'Arrondissement jurassien au travers des différentes entités structurelles qui le composent. Cette structure est intéressante car elle met en exergue des entités différentes les unes par rapport aux autres sur un compartiment de terrain relativement restreint. Plus spécifiquement, l'on peut mettre en évidence, en fonction d'un degré d'autonomie et d'intégration décroissant :

- Les paroisses indépendantes ;

- Les paroisses regroupées en régions administratives ;
- Les syndicats de paroisses.

L'EREJ, est une structure cantonale ayant un degré de responsabilité et d'autonomie accru par rapport à un syndicat de paroisse. Cependant, étant donné que les enjeux de cette étude n'ont pas de portée politique et que l'EREJ est une église minoritaire dans un canton éminemment catholique à laquelle adhèrent environ 6'000 paroissiens, cette dernière sera considérée comme un syndicat selon les critères de taille de l'organisation.

La paroisse française de Bienne constitue, elle aussi, un cas particulier car elle constitue la partie francophone d'un organe bicéphale : la paroisse générale de Bienne. Du fait de sa taille et de sa relative indépendance, cette dernière sera traitée en tant que paroisse indépendante dans le cadre de la présente étude.



A noter que :

- La paroisse transfrontalière de Moutier est listée à la fois comme faisant partie intégrante du syndicat Par8 qu’au sein des paroisses de l’EREJ. Toutefois, elle n’apparaîtra que dans la rubrique dédiée au Par8 lors de la phase d’analyse de ce dossier ;
- Les paroisses de Diesse et Nods fusionnent au 1^{er} janvier 2027, prenant le nom de « Paroisse du Plateau ». Pour cette raison, les auteurs ont pris la liberté d’anticiper ce changement structurel et de considérer ces deux paroisses comme une seule paroisse.

3 ANALYSE DES MOYENS PAR RÉGION

3.1 RÉGION LAC-EN-CIEL

3.1.1 La Neuveville

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	oui	Catéchète	5.00%
Newsletter	oui	Admin ²	0.63%
Groupe de chat	non		
Page Facebook	oui	Animateur	0.63%
Page Instagram	oui	Animateur	0.63%
Page YouTube	non		
Autre	non		
Journal de paroisse	oui	Admin	1.56%
Supports promotionnels imprimés	oui	Admin	1.25%
Contributions à presse locale	oui	Admin	1.25%
Contributions au journal Réformés	oui	Admin	0.63%
Total			11.56%

3.1.2 Plateau (Diesse et Nods)

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	oui	Bénévole	1.25%
Newsletter	non		
Groupe de chat	non		
Page Facebook	oui	Animateur	0.63%
Page Instagram	non		
Page Youtube	non		
Autre	non		
Journal de paroisse	oui	Admin	1.88%
Supports promotionnels imprimés	oui	Admin	1.25%
Contributions à presse locale	oui	Admin	2.71%
Contributions au journal Réformés	non		
Total			7.71%

3.2 RÉGION BIENNE

3.2.1 Paroisse française de Bienne

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet ³	oui	Animateur	13.54%
Newsletter	non		
Groupe de chat	oui	Catéchète	5.42%

² Poste administratif

³ La Paroisse de Bienne possède plusieurs sites internet.

Page Facebook	oui	Spécialiste comm ⁴	2.71%
Page Instagram	oui	Spécialiste comm	2.71%
Page YouTube	non		
Autre	non		
Journal de paroisse	oui	Admin	9.38%
Supports promotionnels imprimés	oui	Spécialiste comm	3.13%
Contributions à presse locale	oui	Spécialiste comm	2.50%
Contributions au journal Réformés	oui	Spécialiste comm	1.88%
Total			41.25%

3.3 RÉGION ERGUËL

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	oui	Pasteur	10.00%
Newsletter	non		
Groupe de chat	non		
Page Facebook	oui	Pasteur	4.00%
Page Instagram	oui	Pasteur	4.00%
Page YouTube	non		
Autre	non		
Journal de paroisse	non		
Supports promotionnels imprimés	oui	Pasteur	2.00%
Contributions à presse locale	oui	Admin	1.88%
Contributions au journal Réformés	oui	Admin	0.63%
Total			22.50%

3.3.1 Sonceboz-Sombeval

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	oui	Admin	1.25%
Newsletter	non		
Groupe de chat	non		
Page Facebook	non		
Page Instagram	non		
Page YouTube	non		
Autre	non		
Journal de paroisse	non		
Supports promotionnels imprimés	oui	Admin	0.63%
Contributions à presse locale	oui	Admin	0.63%
Contributions au journal Réformés	oui	Admin	0.63%
Total			3.13%

3.3.2 St-Imier

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	oui	Admin	1.25%
Newsletter	non		
Groupe de chat	non		
Page Facebook	non		
Page Instagram	non		
Page YouTube	non		
Autre	non		
Journal de paroisse	non		
Supports promotionnels imprimés	oui	Admin	1.25%

⁴ Spécialiste de la communication

Contributions à presse locale	oui	Admin	1.25%
Contributions au journal Réformés	oui	Admin	1.25%
Total			5.00%

3.3.3 Sonvilier

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	oui	Admin	1.25%
Newsletter	non		
Groupe de chat	non		
Page Facebook	non		
Page Instagram	non		
Page YouTube	non		
Autre	non		
Journal de paroisse	non		
Supports promotionnels imprimés	oui	Admin	1.25%
Contributions à presse locale	oui	Admin	1.25%
Contributions au journal Réformés	oui	Admin	1.25%
Total			5.00%

3.3.4 Villeret

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	oui	Admin	1.25%
Newsletter	non		
Groupe de chat	non		
Page Facebook	non		
Page Instagram	non		
Page YouTube	non		
Autre	non		
Journal de paroisse	oui	Admin, pasteur	0.52%
Supports promotionnels imprimés	oui	Admin	0.63%
Contributions à presse locale	oui	Admin	0.63%
Contributions au journal Réformés	oui	Admin	0.63%
Total			3.65%

3.3.5 Corgémont-Cortébert

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	oui	Admin	1.25%
Newsletter	non		
Groupe de chat	non		
Page Facebook	non		
Page Instagram	non		
Page YouTube	non		
Autre	non		
Journal de paroisse	non		
Supports promotionnels imprimés	oui	Admin	0.63%
Contributions à presse locale	oui	Admin	0.63%
Contributions au journal Réformés	oui	Admin	0.63%
Total			3.13%

3.3.6 Courtelary-Cormoret

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	oui	Admin	1.25%
Newsletter	non		
Groupe de chat	non		

Page Facebook	non		
Page Instagram	non		
Page YouTube	non		
Autre	non		
Journal de paroisse	non		
Supports promotionnels imprimés	oui	Admin	0.63%
Contributions à presse locale	oui	Admin	0.63%
Contributions au journal Réformés	oui	Admin	0.63%
Total			3.13%

3.3.7 La Ferrière

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	oui	Admin	1.25%
Newsletter	non		
Groupe de chat	oui	Pasteur	2.71%
Page Facebook	non		
Page Instagram	non		
Page YouTube	non		
Autre	non		
Journal de paroisse	non		
Supports promotionnels imprimés	oui	Admin, pasteur	0.63%
Contributions à presse locale	oui	Admin, pasteur	0.63%
Contributions au journal Réformés	oui	Admin, pasteur	0.63%
Total			5.83%

3.3.8 Renan

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	oui	Admin	1.25%
Newsletter	non		
Groupe de chat	non		
Page Facebook	oui	Admin, pasteur	1.25%
Page Instagram	non		
Page YouTube	non		
Autre	non		
Journal de paroisse	non		
Supports promotionnels imprimés	oui	Admin, pasteur	0.63%
Contributions à presse locale	oui	Admin, pasteur	1.25%
Contributions au journal Réformés	oui	Admin, pasteur	0.63%
Total			5.00%

3.4 SYNDICAT DE PAROISSES PAR8

Le syndicat du Par8 possède une cellule spécialisée dans la communication qui est en appui des paroisses membres. Avec la paroisse de Bienne, il s'agit d'une particularité dans l'arrondissement.

Cette cellule appuie les paroisses dans l'essentiel de la sphère communicationnelle à savoir :

- Exploitation du site internet du Par8 ;
- Exploitation de la page Facebook ;
- Réalisation de supports visuels promotionnels ;
- Entretien des relations avec la presse locale ;
- Contributions au journal *Réformés*.

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	Oui	Spécialiste comm	1.56%
Newsletter			

Groupe de chat			
Page Facebook	Oui	Spécialiste comm	10.73%
Page Instagram			
Page YouTube			
Autre			
Journal de paroisse			
Supports promotionnels imprimés			
Contributions à presse locale	Oui	Spécialiste comm	0.16%
Contributions au journal Réformés	Oui	Spécialiste comm	5.99%
Total			18.44%

3.4.1 GJ8

Le GJ8 est une sous-entité du syndicat Par8 spécialement dédiée à la jeunesse. À cet effet, cette entité poursuit des buts distincts de l'organe parent à savoir l'entretien de la dimension communicationnelle de la jeunesse. À noter que l'essentiel de ces prestations sont assurées par du personnel relevant de l'animation de jeunesse.

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	Oui	Animateur/pasteur	0.16%
Newsletter	non		
Groupe de chat	oui	Animateur/pasteur	2.71%
Page Facebook	oui	Animateur/pasteur	0.08%
Page Instagram	oui	Animateur/pasteur	0.08%
Page YouTube	non		
Autre	non		
Journal de paroisse	non		
Supports promotionnels imprimés	non		
Contributions à presse locale	non		
Contributions au journal Réformés	oui	Animateur/pasteur	0.42%
Total			3.44%

3.4.2 Tramelan

Les prestations relevant de la communication émanant de cette paroisse sont assurées par le personnel administratif ainsi que des membres du Conseil de paroisse.

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	oui	Admin	8.13%
Newsletter	non		
Groupe de chat	oui	CP ⁵	0.45%
Page Facebook	oui	CP	0.45%
Page Instagram	oui	CP	0.45%
Page YouTube	non		
Autre	non		
Journal de paroisse	non		
Supports promotionnels imprimés	oui	CP	0.94%
Contributions à presse locale	oui	Admin	0.47%
Contributions au journal Réformés	oui	Admin	0.26%
Total			11.15%

3.4.3 Sornetan

Pour sa taille, la paroisse de Sornetan est relativement active dans le domaine de la communication.

⁵ Membre d'un conseil de paroisse

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	oui	Admin	0.10%
Newsletter	non		
Groupe de chat	oui	Admin	0.05%
Page Facebook	oui	Admin	0.05%
Page Instagram	non		
Page YouTube	non		
Autre	non		
Journal de paroisse	oui	Admin	2.50%
Supports promotionnels imprimés	Oui	Admin	0.05%
Contributions à presse locale	Oui	Admin	0.26%
Contributions au journal Réformés	Oui	Admin	0.26%
Total			3.28%

3.4.4 Moutier

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	oui	Admin	2.71%
Newsletter	non		
Groupe de chat	oui	Admin	5.42%
Page Facebook	oui	Admin	4.06%
Page Instagram	oui	Admin	4.06%
Page YouTube	non	Admin	
Autre	non	Admin	
Journal de paroisse	oui	Admin	8.33%
Supports promotionnels imprimés	oui	Admin	5.42%
Contributions à presse locale	oui	Admin	0.08%
Contributions au journal Réformés	oui	Admin	0.63%
Total			30.70%

3.4.5 Grandval

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	non		
Newsletter	non		
Groupe de chat	non		
Page Facebook	non		
Page Instagram	non		
Page YouTube	non		
Autre	non		
Journal de paroisse	non		
Supports promotionnels imprimés	oui		0.63%
Contributions à presse locale	oui		0.08%
Contributions au journal Réformés	oui		2.71%
Total			3.41%

La paroisse de Grandval a mutualisé ses canaux de communication digitaux avec la paroisse de Moutier, c'est pourquoi ces derniers n'apparaissent pas dans le tableau ci-dessus. Le service de base est cependant assuré par le secrétariat de la paroisse en matière de supports imprimés et de lien avec la presse locale.

3.4.6 Haute-Birse

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	non		
Newsletter	non		
Groupe de chat	oui	Admin	1.35%
Page Facebook	oui	Admin	0.68%

Page Instagram	oui	CP	0.68%
Page YouTube	non		
Autre	non		
Journal de paroisse	oui	Admin	2.60%
Supports promotionnels imprimés	oui	Admin	0.45%
Contributions à presse locale	oui	Admin	0.08%
Contributions au journal Réformés	oui	Admin	0.05%
Total			5.89%

3.4.7 Court

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	oui	Admin	0.52%
Newsletter	non		
Groupe de chat	non		
Page Facebook	non		
Page Instagram	non		
Page YouTube	non		
Autre	non		
Journal de paroisse	non		
Supports promotionnels imprimés	non		
Contributions à presse locale	non		
Contributions au journal Réformés	oui	Admin	0.78%
Total			0.52%

3.4.8 Bévillard

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	oui	Admin	1.88%
Newsletter	oui	Admin	
Groupe de chat	oui	CP	0.45%
Page Facebook	oui	CP	0.68%
Page Instagram	oui	CP	0.68%
Page YouTube	non		
Autre	non		
Journal de paroisse	non		
Supports promotionnels imprimés	oui		0.63%
Contributions à presse locale	oui		0.57%
Contributions au journal Réformés	oui		1.25%
Total			4.88%

3.5 EREJ

3.5.1 Chancellerie de l'EREJ

La Chancellerie de l'EREJ n'a pas vocation à assurer des prestations en matière de communication. En anticipant les futurs changements et afin d'opérer un tournant dans les tâches de la Chancellerie, l'Assemblée de l'EREJ a décidé d'inclure la communication comme domaine de compétence additionnel. Cependant, afin de ne pas parasiter le projet Osons réformer dédié à la communication, les organes de l'EREJ ont décidé de temporiser afin de potentiellement s'inscrire dans une éventuelle solution à un échelon de l'Arrondissement. Ainsi, pour l'instant, le service minimal en matière de communication est assuré. Le site internet sur lequel chaque paroisse possède une rubrique est géré par la Chancellerie de l'EREJ. Cette dernière fournit également un appui ponctuel pour les relations avec la presse.

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	oui	Admin	1.25%

Newsletter	non		
Groupe de chat	non		
Page Facebook	non		
Page Instagram	non		
Page YouTube	non		
Autre (LinkedIn)	oui	Admin	0.31%
Journal de paroisse	non		
Supports promotionnels imprimés	non		
Contributions à presse locale	oui	Admin	2.50%
Contributions au journal Réformés	non		
Total			4.06%

3.5.2 Paroisse de Delémont

En étant la paroisse la plus importante de l'EREJ, la paroisse de Delémont, avec ses quelques 3'000 paroissiens, développe de nombreux produits.

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	oui	Past, admin	5.42%
Newsletter	non		
Groupe de chat	oui	Past	1.35%
Page Facebook	oui		
Page Instagram	oui		
Page YouTube	non		
Autre	non		
Journal de paroisse	oui	Admin, pasteur	5.00%
Supports promotionnels imprimés	oui	Admin	1.88%
Contributions à presse locale	non		
Contributions au journal Réformés	oui	Admin	0.63%
Total			14.27%

3.5.3 Paroisse de Porrentruy

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	oui	Admin	3.00%
Newsletter	non		
Groupe de chat	oui	Past	1.35%
Page Facebook	oui	Past, admin	
Page Instagram	oui		
Page Youtube	non		
Autre	non		
Journal de paroisse	oui	Admin, pasteur	5.00%
Supports promotionnels imprimés	oui	Admin	1.88%
Contributions à presse locale	non		
Contributions au journal Réformés	oui	Admin	0.50%
Total			11.73%

3.5.4 Paroisse des Franches-Montagnes

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	oui	Past, admin	2.50%
Newsletter	non		
Groupe de chat	non		
Page Facebook	non		
Page Instagram	non		
Page YouTube	non		
Autre	non		

Journal de paroisse	oui	Admin, pasteur	5.00%
Supports promotionnels imprimés	oui	Admin	1.88%
Contributions à presse locale	non		
Contributions au journal Réformés	oui	Admin	0.63%
Total			10.00%

3.6 PAROISSE INDÉPENDANTE

3.6.1 Paroisse de Rondchâtel

Moyens	Présence	Responsabilité	EPT
Site internet	oui	Past, admin	5.42%
Newsletter	oui	Admin	1.25%
Groupe de chat	non		
Page Facebook	non		
Page Instagram	non		
Page Youtube	non		
Autre	non		
Journal de paroisse	non		
Supports promotionnels imprimés	oui	Admin	1.88%
Contributions à presse locale	non		
Contributions au journal Réformés	oui	Admin	0.63%
Total			9.17%

3.7 RÉFORMÉS BEJU

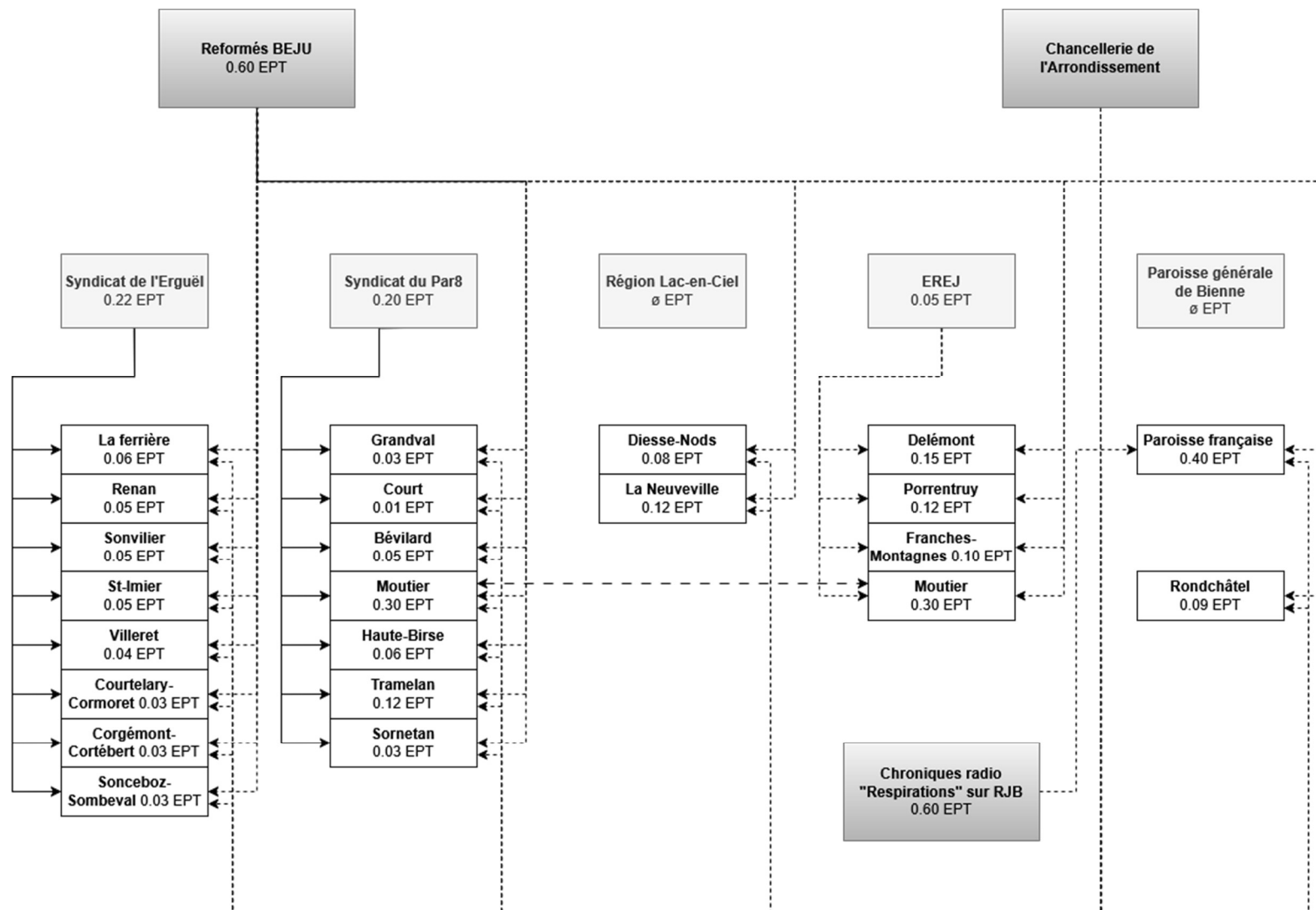
Initialement conçu comme une couverture Réseaux sociaux des activités et préoccupations des Églises et des paroisses de l'arrondissement jurassien des Églises réformées Berne-Jura-Soleure, les collaborateurs de Réformées BEJU sont actuellement en phase d'adaptation constante pour mieux correspondre aux attentes des paroisses et autres services. Ormis la création de contenu qui a pris un virage Info-com assumé (plutôt que journalistique) sur Facebook et Instagram, des coups de main ponctuels sont donnés en matière de communication, dans la limite du temps disponible. Le pourcentage se monte à 0.60 EPT qui bénéficient d'un large soutien des Églises réformées Berne-Jura Soleure.

3.8 CHRONIQUE RADIO RESPIRATIONS SUR RJB

Il s'agit d'un projet porté par les paroisses réformée et catholique de Bienne avec le soutien du CSJ et la paroisse générale de Bienne. Respirations propose chaque samedi matin une chronique qui traite de thèmes culturels, sociaux, éthiques ou spirituels, en lien avec les préoccupations des Églises. Toutes les émissions peuvent être écoutées sur le site respirations.ch ou sur la plateforme iTunes. Des extraits sont régulièrement diffusés sur les réseaux sociaux. Le travail investi pour la production des chroniques se monte à environ 0.50 EPT. Les montages se font dans un studio radio à la cure de la paroisse réformée française de Bienne.

3.9 VUE D'ENSEMBLE

Vue d'ensemble des temps de travail dédiés à la communication dans l'Arrondissement jurassien en équivalent plein-temps (EPT).



4 RÉPARTITION PAR MÉDIAS

L'analyse de la répartition des produits et/ou canaux ci-dessous se concentre sur l'existence ou non de ces produits et/ou canaux et fait totalement abstraction de l'aspects qualitatif de ces derniers. Ainsi, il est pertinent de garder à l'esprit que la variable quantitative étant absente, il n'est pas possible de comparer la qualité des différents produits entre eux.

4.1 SITE INTERNET

Toutes les paroisses possèdent un site internet. Les paroisses relativement indépendantes comme Bienne, Rondchâtel ou dans la région Lac-en-Ciel possèdent un site internet propre. À noter que la paroisse française de Bienne possède un site internet officiel de la paroisse mais également d'autres sites spécifiquement dédiés à des publics cibles ou des prestations spécifiques. Les paroisses faisant partie d'un syndicat (Par8, Erguël) ou de l'EREJ possèdent une section dédiée à leur paroisse sur un site hébergé au niveau de l'échelon supérieur.

4.2 NEWSLETTER

Les newsletters envoyées par courriel ne constituent pas un canal utilisé au sein des paroisses de l'Arrondissement. Les paroisses qui y recourent constituent en effet l'exception. Plus spécifiquement, il s'agit des paroisses de : Bévillard, Rondchâtel et La Neuveville.

4.3 RÉSEAUX SOCIAUX

La majorité des paroisses sont présentes sur Facebook au travers d'une page dédiée mais des pratiques différentes demeurent. En effet, certaines paroisses possèdent leur propre page Facebook tandis que d'autres passent par celle de l'échelon supérieur. Dans le canton du Jura, seule la paroisse des Franches-Montagnes ne possède pas de page Facebook. Au niveau du syndicat de l'Erguël, seule la paroisse de Renan possède sa propre page, tandis que les autres paroisses communiquent au travers de la page Facebook du syndicat de l'Erguël. Au Par8, la situation est sensiblement différente car quand bien même le syndicat possède une page Facebook, toutes les paroisses, à l'exception de Court, possèdent leur propre page Facebook. Moutier et Grandval possèdent un compte commun. Pour les paroisses indépendantes ou bénéficiant d'une autonomie accrue, toutes, à l'exception de Rondchâtel, possèdent une page Facebook.

4.4 INSTAGRAM

Instagram est un réseau social spécialisé dans la publication de contenus vidéo ou photographique. Les mêmes constats peuvent être tirés qu'avec Facebook même si ce réseau social est légèrement moins utilisé par les paroisses que Facebook.

4.5 YOUTUBE

YouTube n'est pas utilisé. Ce constat n'est pas une surprise dans la mesure où la production vidéographique vers laquelle cette plateforme est orientée nécessite des moyens colossaux tant en matière de savoir-faire, de temps et de matériel. Ainsi les vidéos courtes nécessitant peu de montage pour Instagram et Facebook sont plus indiquées.

4.6 JOURNAUX DE PAROISSE

À l'inverse des canaux digitaux, l'on constate que les échelons supérieurs (syndicats, église cantonale) ne fournissent pas d'appui ni de support commun en ce qui concerne d'éventuels journaux paroissiaux. Dans le canton du Jura, chaque paroisse possède son propre journal.

Dans le syndicat du Par8, les paroisses de Moutier et Grandval possèdent un journal commun aux deux paroisses. Les paroisses de Sornetan et Haute-Birse possèdent également chacune leur propre journal. A contrario, Bévillard, Court et Tramelan n'en possèdent pas.

Dans le syndicat de l'Erguël, seule la paroisse de Villeret possède un journal de paroisse.

Toutes les paroisses de la région de Lac-en-Ciel possèdent un journal de paroisse.

Bienne possède également un journal pour la paroisse française et finalement la paroisse indépendante de Rondchâtel n'en possède pas.

4.7 SUPPORTS VISUELS PROMOTIONNELS

À l'exception de la paroisse de Court, toutes les paroisses produisent des supports visuels promotionnels. Cependant, les pratiques divergent en fonction de la taille des paroisses et de leur structure. Pour les paroisses jurassiennes, toutes les productions sont réalisées au niveau des paroisses par le personnel administratif et/ou ecclésiastique. La Chancellerie de l'EREJ n'étant actuellement pas dotée pour délivrer ce type de prestation, ne peut pas appuyer les paroisses.

Le syndicat du Par8 a une organisation partagée en ce qui concerne ce type de support. Un effet, des compétences ont été mobilisées au niveau syndical pour appuyer les paroisses dans l'élaboration de supports communicationnels.

Le syndicat d'Erguël ne propose pas de prestations en matière de réalisation de supports visuels. Les paroisses pallient par elles-mêmes avec leurs ressources internes.

Les paroisses de la région Lac-en-Ciel ainsi que la paroisse indépendante de Rondchâtel n'ont également pas d'appui d'un quelconque échelon supérieur.

La paroisse française de Bienne est la seule paroisse de l'Arrondissement qui possède des collaborateurs spécialisés dans ce domaine à l'échelon paroissial. Dans le Par8 des spécialistes de la communication sont également à disposition des paroisses membres, mais le personnel est rattaché au niveau du syndicat.

5 CONSTATS

- De nombreuses prestations de communications sont assurées par du personnel non spécifiquement formé dans ce domaine, notamment : le personnel administratif et ecclésiastique ;
- Certaines paroisses ont recours à des bénévoles pour assurer certaines prestations inhérentes à la communication ;
- Dans les regroupements de paroisses (syndicats, paroisses générales, Eglise du Jura), la communication n'est jamais entièrement mutualisée. Les paroisses gardent une part de la communication à leur niveau.
- Le soutien de l'échelon supérieur concerne en grande partie les aspects techniques, comme la gestion d'un site web commun, la production de visuels (Par8), la gestion de la présence sur les réseaux sociaux (Erguël).
- Une grande part de la communication concerne l'annonce d'événements et manifestations. La production de visuels sert dès lors plusieurs canaux : réseaux sociaux, site internet, impression sous forme d'affiches et flyers, groupes WhatsApp, journaux paroissiaux.
- Le retour sur des activités vécues (reportages) prend très peu de place.
- La communication de contenus spirituels ou théologiques se fait essentiellement par les journaux paroissiaux (édités), parfois dans la presse locale et, plus rarement, sur les réseaux sociaux ;

- La qualité des produits émanant des différentes paroisses est souvent corrélée à la disponibilité de personnel spécialisé dans le domaine de la communication ou à la sous-traitance de ces activités à une entreprise spécialisée.

6 ANALYSES SWOT

6.1 ANALYSES SWOT SPÉCIFIQUES

6.1.1 Thématiques des contenus et des publics

Soutien pour le développement ultérieur des variantes : comment assurer que les informations soient adaptées aux bons publics ?

- Qualité, contenus et ligne éditoriale
- Quels publics voulons-nous viser ?
- Adéquation des contenus pour les publics visés

SWOT	Positif	Négatif
Interne	FORCES - <u>Les événements sont annoncés à l'avance (3 coches)</u> - Communication de proximité (0 coches) - Le public cible (les réformés) est connu et identifiable (0 coches) - Touche un public plus large que le noyau central (0 coches) - Utilisation de visuels (audio-visuels dynamiques) (0 coches)	FAIBLESSES - <u>Peu de plan de communication (2 coches)</u> - <u>Aucune stratégie en matière de communication (2 coches)</u> - Les actions de communication se limitent à des annonces d'événements (1 coche) - Peu de différenciation des publics par contenu/événement (0 coches) - Peu de refonte des messages en fonction des canaux (0 coches)
Externe	OPPORTUNITÉS - <u>Développer une stratégie communication (3 coches)</u> - <u>Mieux « exploiter » ou « recycler » les productions effectuées (3 coches)</u> - Varier le contenu (1 coche) - Adapter le contenu aux différents publics (1 coche)	MENACES - Que la communication se cantonne uniquement aux agendas (0 coches) - Oublier certains publics (0 coches) - Sacrifier la proximité en mutualisant (0 coches) - Trop de communication « tue la communication » ? (0 coches)

6.1.2 Thématique des outils et des canaux de communication

Soutien pour le développement ultérieur des variantes : comment déterminer quels outils sont les plus adaptés pour rejoindre nos publics ?

- Quels canaux pour quel public ?
- Type et variété des canaux.
- Dispersion des efforts sur trop de canaux.

SWOT	Positif	Négatif
Interne	FORCES - Toutes les paroisses sont présentes sur Internet (1 coche) - Les canaux utilisés sont variés (0 coches) - Les pratiques sont hétérogènes (0 coches) - Savoir-faire en matière de réseaux sociaux (0 coches) - Presse écrite : peut toucher des personnes pas forcément réformées	FAIBLESSES - <u>Pas de stratégie dans l'utilisation et choix des canaux (3 coches)</u> - Outils pros sont chers (1 coche) - Compétences différentes nécessaires en fonction des programmes (design graphique, montages, etc.) (1 coche) - Hétérogénéité des pratiques (1 coche) • Newsletter peu utilisée (0 coches) - YouTube peu utilisé (0 coches)
Externe	OPPORTUNITÉS (OPPORTUNITIES) - <u>« Processus Marketing » (3 coches)</u> - <u>Développer le média de la vidéo (3 coches)</u> - <u>Impliquer davantage les jeunes (2 coches)</u> - <u>Avoir un chatbot interne (protégé) ?? (IA interne) (2 coches)</u> - Développer une stratégie multicanale (1 coche)	MENACES (THREATS) - <u>Connaissances nécessaires en matière de protection des données (3 coches)⁶</u> - <u>Menaces et commentaires haineux à l'épreuve du Community management</u> - Évolution rapide des outils (1 coche) - Les doublons des communications (0 coches) - Obsolescence d'un outil de communication (0 coches)

⁶ Notamment l'autorisation des parents pour la publication sur les réseaux

6.1.3 Thématiques des ressources et des compétences

Soutien pour le développement ultérieur des variantes : comment assurer des ressources et des compétences adaptées pour communiquer efficacement ? De quelles Ressources humaines et compétences disposons-nous pour la communication ?

SWOT	Positif	Négatif
Interne	FORCES - Il y a des compétences dans l'arrondissement (0 coches) - L'Arrondissement fonctionne comme structure relais avec un carnet d'adresses (0 coches)	FAIBLESSES - Il manque des compétences dans certaines paroisses. (3 coches) - Dépendance vis-à-vis de personnes clés (1 coche) - Utilisation de ressources pastorales par de la communication technique (0 coches)
Externe	OPPORTUNITÉS - <u>Attribuer la bonne personne pour la bonne tâche en fonction de la formation (3 coches)</u> - <u>Développer une politique du knowledge management (2 coches)</u> - Utiliser le savoir-faire des jeunes (2 coches) - Mieux partager/mutualiser les compétences présentes (1 coche)	MENACES - <u>Evolution rapide des interfaces et des besoins en formation pour se maintenir à niveau. (2 coches)</u>

6.1.4 Thématiques de l'organisation et de la mutualisation

Soutien pour le développement ultérieur des variantes : comment rendre notre organisation plus efficace ?

- Gouvernance et organisation de la communication.
- Mutualisation et services partagés.
- Harmonisation de certains processus.
- Meilleure répartition des rôles entre local et régional.

SWOT	Positif	Négatif
Interne	FORCES - Profiter de l'expérience des syndicats (1 coche)	FAIBLESSES - <u>Manque d'un lieu d'échanges interparoissial (3 coches)</u>

		- Esprit de clocher (0 coches) - Ressources limitées (0 coches)
Externe	OPPORTUNITÉS - <u>Réfléchir à la subsidiarité (4 coches)</u> - <u>Réorienter le mandat de la commission médias (2 coches)</u> - Utiliser les « best-practices » (1 coche) - Réfléchir à développer un moyen pour avoir une info globale sur ce qui se fait dans l'arrondissement. (1 coche) - Utiliser les compétences présentes (0 coches)	MENACES - Imposer quelque chose top-down (0 coches) - Risque que la mutualisation nous coûte globalement plus cher. (0 coches)

6.2 SWOT DE SYNTHÈSE

Quels sont les éléments principaux qui ressortent des SWOT spécifiques ?

Soutien pour le développement ultérieur des variantes : avantages et inconvénients des différents scénarios. Tous les éléments des matrices SWOT précédentes ayant 2 votes ou plus ont été repris dans la matrice ci-dessous.

SWOT	Positif	Négatif
Interne	FORCES - Les événements sont annoncés à l'avance (3 coches)	FAIBLESSES - Peu ou pas de plan de communication (2 coches) - Aucune stratégie en matière de communication (2 coches) - Pas de stratégie dans l'utilisation et choix des canaux (3 coches) - Il manque des compétences dans certaines paroisses. (3 coches) - Manque d'un lieu d'échanges interparoissial (3 coches)
Externe	OPPORTUNITÉS	MENACES

	- Développer une stratégie en matière de communication (3 coches) - Mieux « exploiter » et/ou « recycler » les productions effectuées (3 coches) - « Processus Marketing » (3 coches) - Développer le média vidéo (3 coches) - Impliquer les jeunes (2 coches) - Avoir un chatbot IA interne à disposition du personnel (2 coches) - Attribuer la bonne personne pour la bonne tâche en fonction de la formation (3 coches) - Développer une politique du « Knowledge management » (2 coches) - Utiliser le savoir-faire des jeunes (2 coches) - Réfléchir à la subsidiarité entre les différentes strates (4 coches) - Réorienter le mandat de la commission médias (2 coches)	- Protection des données et droit à l'image (3 coches) - Evolution rapide des interfaces et des besoins en formation pour se maintenir à niveau. (2 coches)
--	--	--

7 VARIANTES

7.1 VARIANTE 1 : CENTRALISATION

7.1.1 Présentation succincte

La variante centralisation a pour but d'unifier, sous un même modèle, sous une même structure et sous une même identité, la communication de l'arrondissement, de ses paroisses, de ses syndicats et de l'Eglise cantonale jurassienne.

La communication serait coordonnée par l'arrondissement, en collaboration avec les paroisses, les syndicats et l'EREJ, en relation avec la communication de RefBeJuSo. À ce titre, l'arrondissement prendrait la responsabilité d'engager le personnel adéquat et nécessaire, définirait la ligne directrice de la communication et garantirait une formation continue dans le domaine, au personnel dédié à la communication.

Son devoir sera aussi de garantir à toutes les paroisses/Syndicat/Eglise cantonale une présence égale sur les réseaux sociaux, dans la presse locale ou sur tous autres canaux d'information retenus dans sa stratégie.

7.1.2 Stratégie en matière de communication

Le plan de communication et la ligne éditoriale seraient sous la responsabilité de l'arrondissement. Elle serait discutée et mise en place après consultation des besoins et des souhaits des paroisses/syndicats/Eglise cantonale. Ces derniers n'auraient, ainsi, plus à se soucier de leur stratégie de communication. L'édition d'une charte commune qui réglerait les aspects administratif, financiers et qui définirait la vision de la communication de l'arrondissement sera nécessaire.

Il faudra se questionner à quels canaux de communication nous voulons nous consacrer. Est-il nécessaire de garder les bulletins paroissiaux ? Avec quels canaux pouvons-nous atteindre les jeunes ? Sur quels réseaux sociaux est-il préférable d'avoir un compte ?

Il sera nécessaire de définir quelle communication (agenda, mise en avant d'une activité, lancement du KT,...) sera diffusée sur quel canal. Il est important d'éviter le foisonnement de possibilité et de canaliser les forces en présence pour la communication. Cela facilitera le travail de la communication, la rendra plus structurée et évitera des pertes de temps et d'énergie.

La collaboration avec les paroisses, les syndicats et l'EREJ reste fondamentale. Ce sont eux qui transmettront les informations à l'équipe de communication.

Il faudra se questionner pour trouver de nouveaux moyens de communication (application mobile, Padlet, QR code à scanner,...)

L'identité visuelle devra être commune, tout en permettant une déclinaison sous forme d'identité visuelle locale. Exemple pour l'EREJ : Les 3 paroisses jurassiennes ont un logo commun avec une couleur différente. Le logo de l'EREJ reprend ce logo avec les 3 couleurs paroissiales pour créer l'unité.

Une fois les canaux définis, il faudra établir une possible mutualisation pour faire des économies d'échelle.

- **Impressions diverses** : confier les mandats d'impression à une imprimerie où toutes les paroisses/syndicats/Eglise cantonale peuvent faire imprimer leur bulletin, leur flyer,... Chaque année, l'imprimerie peut changer, selon l'offre qu'elle propose. Même réflexion pour commander, selon besoin, le matériel de bureau des paroisses, du CSJ, des syndicats, de l'Eglise cantonale, (enveloppe avec logo, lettre à en-tête,...)
- **Engagement de personnel professionnel**, formé dans la communication. Idéalement par région de l'arrondissement puis mettre en place une collaboration entre eux sous forme de Workshop.
- Proposer régulièrement **des formations continue** aux professionnels pour rester à jour dans un domaine qui évolue constamment.

7.1.3 Impacts au niveau du fonctionnement des divers niveaux

Au sens de cette variante, il est important de limiter les strates afin de limiter les coûts que cela engendre. C'est pourquoi la variante Centralisation propose de centraliser l'ensemble de la communication à l'arrondissement, d'y centraliser les professionnels, de mutualiser les coûts et de décharger les paroisses, syndicats, EREJ en termes de travail administratif et en termes de questions juridiques liées au droit à l'image, au droit d'auteur,...

L'arrondissement deviendrait le mandataire unique de la question de la communication.

La commission médias aurait pour rôle de contrôler le bon fonctionnement du système, d'améliorer ses failles, de tirer la sonnette d'alarme en cas de besoin, de proposer des idées de modifications, d'innover et d'organiser des formations continues des personnes responsables de la communication. Elle serait consultée pour l'engagement de professionnel·les de la communication ou pour leur licenciement. Elle

serait composée d'un représentant par région, d'un représentant du CSJ et d'un représentant des professionnels de la communication.

Pour le bon fonctionnement de la commission, il sera nécessaire d'établir son rôle précis et le rôle de chacun en son sein. La rédaction d'un règlement spécifiant son fonctionnement, ses droits et ses devoirs, sera nécessaire.

7.1.4 Impacts au niveau des ressources humaines

L'arrondissement deviendrait l'employeur des personnes en charges de la communication de l'arrondissement. Par exemple réparti de la manière suivante :

- 1 poste pour la région Erguël
- 1 poste pour la région Jura
- 1 poste pour la région Par8
- 1 poste pour la région Sud (Rondchâtel, Bienne, Lac-en-ciel)
- 1 poste pour l'arrondissement et lien avec RefBEJUSO

Nous pouvons imaginer que ces postes soient occupés par du personnel administratif qui récolterait des données et coordonnerait le travail entre spécialistes de la communication. Dans ce sens, elles auraient à disposition des professionnels spécialisés chacun dans leur domaine (photographe, caméraman, journalisme écrit, parlé, graphiste, etc.) et les mandateraient pour répondre aux souhaits et idées des paroisses en termes de communication.

Selon quel % concerne quelle région, il sera possible que plusieurs postes soient occupés par la même personne afin de rendre le poste de travail plus attractif, notamment en termes de LPP.

Il sera primordial d'engager du personnel qualifié dans le domaine de la communication ou de former des personnes déjà en place, qui n'ont pas le bagage professionnel adéquat mais qui seraient prêtes à l'acquérir.

Il est important de décharger les ministres de tout mandat de communication afin qu'ils puissent pleinement consacrer leur temps à leur ministère pastoral. Ils seront cependant appelés à participer à la communication, sous forme de tournus, pour l'éditions de textes spirituels dans les journaux locaux (JdJ, QJ, Franc-Montagnard, Bechtel) ainsi que pour le mot de la semaine sur RJB ou sur toutes autre plateforme médiatique.

Des Workshop seront fixés régulièrement entre les personnes responsables des régions pour faire le bilan de la situation, mettre en évidence ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas. Monter des projets communs, trouver des idées innovantes. Le résultat de ces séances sera ensuite discuté en commission médias qui validera toutes propositions soumises.

7.1.5 Conséquences pour l'Arrondissement jurassien

- Création et réattribution de postes et professionnalisation de la communication
- L'arrondissement aura la charge de la communication ce qui permettra de décharger les paroisses à ce niveau-là.
- Responsabilité financière pour assurer la bonne marche de la stratégie de communication
- Coordonner le travail entre les professionnels et la commission média

7.1.6 Conséquences pour les paroisses

- 1 seule personne de référence
- Gain de temps pour leur personnel administratif
- Décharge les paroisses en termes de savoir comment faire, de question juridique du droit à l'image, etc.

7.1.7 Avantages et inconvénients

Avantages	Inconvénients
- Stratégie de communication, unité visuelle et visibilité pour toutes les paroisses - La gestion de la communication repose sur les bras de professionnels de la branche - Frais partagés entre les paroisses et le CSJ selon charte - Mutualisation des ressources - Economie d'échelle à évaluer - Lisibilité de la communication - Diffusion des informations des paroisses sur tout l'arrondissement	- Perte d'autonomie paroissiale - Clé de répartition des coûts à définir entre paroisse, syndicat, Eglise cantonale, CSJ. Sur quels critères se baser ? Nombre de paroissien ? Impôts ecclésiastiques ? - Prendre garde à satisfaire les publics cibles (Bulletin de paroisse pour les personnes âgées, réseaux sociaux pour les jeunes, etc.)

7.2 VARIANTE 2 : SOUS-TRAITANCE RÉGIONALISATION

7.2.1 Présentation succincte

La Variante 2 se positionne délibérément entre la Variante 1 (centralisation, un centre de compétences unique) et la Variante 3 (décentralisation maximale, statu quo renforcé). Elle s'appuie sur un échelon régional davantage marqué que dans les deux autres variantes : les paroisses confient l'ensemble de leur communication à un·e responsable régional·e (engagé·e à un taux indicatif de 40 à 60% selon la région), qui la gère de bout en bout pour les 5 régions identifiées (Par8, Erguël, Jura, Bienne, Lac-en-ciel ; la question de Rondchâtel reste à trancher), sans imposer de charte de communication commune à l'ensemble de l'Arrondissement.

La chaîne de collaboration se résume ainsi : CSJ (Église cantonale) → Arrondissement → Régions. La communication de l'Arrondissement discute et collabore directement avec les 5 responsables régionaux, sans échelon supplémentaire au niveau de chaque paroisse : cela fait gagner du temps, puisque l'information circule directement entre la région et l'Arrondissement/le CSJ, au lieu de transiter par plusieurs relais locaux.

L'objectif poursuivi est d'alléger le travail de communication des paroisses, jamais de l'alourdir : les paroisses définissent leurs besoins et leur contenu, mais délèguent l'exécution (rédaction, mise en forme, publication) à leur responsable régional·e.

Un exemple concret pour illustrer : une paroisse qui souhaite annoncer son culte de Noël transmet l'information à sa/son responsable régional·e (par exemple par téléphone, courriel ou via l'outil numérique d'entraide présenté plus loin). C'est cette personne qui rédige l'annonce, la publie sur les réseaux sociaux et le site internet de la région, et la relaie dans la presse ou le journal paroissial si nécessaire.

7.2.2 Stratégie en matière de communication

Pas de stratégie ni de charte de communication imposée à l'échelle de l'Arrondissement : chaque paroisse garde la main sur ce qu'elle veut communiquer, sur les moyens utilisés et sur le ton qu'elle souhaite.

La cohérence malgré cette autonomie est assurée par la coordination régionale plutôt que par une règle commune : chaque responsable régional·e élabore, avec les paroisses de sa région, un calendrier éditorial partagé (qui publie quoi et quand), sans obligation de le suivre à la lettre.

Des contenus prêts à l'emploi sont produits au niveau de l'Arrondissement et mis à disposition des régions : billets dominicaux (à l'image de ceux publiés dans le Journal du Jura), plan de contenu réseaux sociaux sur le semestre. Les régions restent libres de les utiliser, de les adapter ou de les ignorer selon les besoins de leurs paroisses.

7.2.3 Impacts au niveau du fonctionnement des divers niveaux

Niveau paroisse/syndicat : chaque paroisse confie l'ensemble de sa communication à la personne responsable de sa région.

Niveau régional : dans chacune des 5 régions, un·e responsable communication régional·e gère l'ensemble de la communication des paroisses/syndicats de sa région, avec un pourcentage dédié. Compétences attendues : rédaction, gestion des réseaux sociaux, notions de mise en page, coordination. Tâches concrètes : recueillir les besoins et informations des paroisses, produire les contenus (annonces, visuels, publications), gérer les canaux au quotidien, tenir à jour l'agenda régional des événements, représenter sa région dans le réseau des 5 responsables.

Niveau Arrondissement/CSJ : La coordination est organique et multidirectionnelle plutôt qu'une hiérarchie stricte à sens unique (« connexion 3D » : concrètement, une région peut solliciter directement l'Arrondissement pour un contenu ou un conseil, tout comme l'Arrondissement peut solliciter directement une région, sans devoir passer systématiquement par un seul canal hiérarchique). Dans ce

modèle, l'Arrondissement/le CSJ est l'employeur des 5 responsables communication régionaux : c'est lui qui les engage et les rémunère, même si celles et ceux-ci travaillent concrètement pour et avec les paroisses de leur région : un lien d'emploi centralisé, mais une mission décentralisée. Le poste salarié de l'Arrondissement en charge de la coordination centrale n'est pas lié à une personne en particulier et pourrait être occupé par différents profils professionnels. Il anime le réseau des 5 responsables régionaux (séances régulières), produit les contenus mutualisés mis à disposition des régions, et gère l'outil numérique d'entraide. Il se coordonne également avec la communication de RefBeJuSo.

Une commission de l'Arrondissement suit ce dispositif : elle appuie la mise en place des postes régionaux et la production de contenus mutualisés, sans se substituer aux responsables régionaux.

Canaux de communication :

- Internet/site web : chaque région gère la présence en ligne de ses paroisses (site ou page dédiée), avec un appui de l'Arrondissement pour les aspects techniques mutualisables ;
- Réseaux sociaux : les comptes existants sont repris et gérés par la région ; l'Arrondissement anime un compte commun pour les contenus à portée suprarégionale et relaie les publications régionales pertinentes ;
- Journal paroissial : produit et géré par la région pour le compte de ses paroisses, avec l'option d'une mise en page commune facultative ;
- Presse : la région gère les relations presse pour ses paroisses ; l'Arrondissement soutient sur demande pour les sujets à portée cantonale ;
- Autres canaux électroniques (newsletter, courriel) : gérés par la région, coordonnés avec la newsletter de l'Arrondissement/du CSJ.

7.2.4 Impacts au niveau des ressources humaines

Dans la mesure du possible, les postes régionaux sont pourvus en réengageant les personnes déjà actives aujourd'hui dans la communication des paroisses/syndicats de chaque région, plutôt qu'en recrutant entièrement de nouvelles personnes : cela valorise les compétences et les contacts déjà en place, et facilite l'acceptation du changement.

Cahier des charges du/de la responsable communication régional·e à formaliser explicitement (voir détail dans « Impacts au niveau du fonctionnement »), pour que le rôle soit clair autant pour la personne engagée que pour les paroisses de sa région.

À titre indicatif, le poste régional représenterait un taux d'engagement compris entre 40 et 60%, selon la taille et le nombre de paroisses/syndicats de la région concernée. Le taux exact serait à définir région par région lors de la mise en œuvre, avec les organes compétents.

Une suppléance est prévue dans chaque région (entraide entre régions voisines via l'outil numérique), pour ne pas faire reposer la communication régionale sur une seule personne.

Des formations en communication sont proposées régulièrement aux responsables régionaux (montage vidéo, réseaux sociaux, rédaction, protection des données/droit à l'image), pour répondre à l'évolution rapide des outils identifiée comme une menace dans le SWOT.

Le financement et l'engagement des 5 postes régionaux sont portés par l'Arrondissement/le CSJ (modèle « connexion3d »), et non négociés entre les paroisses/syndicats d'une même région : cela simplifie la mise en place, harmonise les conditions d'engagement, et offre un poste plus conséquent et plus stable que plusieurs petits pourcentages dispersés, construit autant que possible sur la base des personnes déjà en fonction. Les modalités de financement de ce budget régional au niveau de l'Arrondissement restent à définir avec les organes compétents.

7.2.5 Projets innovants

Une application ou plateforme numérique commune à tout l'Arrondissement est développée pour les responsables régionaux et leurs suppléant-e-s. Elle permet de :

- Demander de l'aide ou un conseil ponctuel à un·e collègue d'une autre région ;
- Proposer une solution ou une bonne pratique à partager ;
- Annoncer un événement pour qu'il soit visible par toutes les paroisses de l'Arrondissement (agenda partagé) ;
- Retrouver qui fait quoi et qui a quelle compétence dans chaque région, utile notamment pour la suppléance.

Des contenus mutualisés prêts à l'emploi sont produits au niveau de l'Arrondissement : billets dominicaux, plan de contenu semestriel, visuels et gabarits adaptables, pour alléger réellement la charge des régions et des paroisses.

Une mise en page commune facultative pour les journaux paroissiaux qui le souhaitent, réalisée par une personne dédiée pour l'ensemble des paroisses participantes, complète ce dispositif.

7.2.6 Conséquences pour l'Arrondissement jurassien

La chaîne de collaboration CSJ/Arrondissement → Régions permet à l'arrondissement de dialoguer avec 5 responsables communication régionaux plutôt qu'avec une multitude de paroisses, ce qui simplifie grandement les échanges et fait gagner du temps. Selon le modèle « connexion3d », l'Arrondissement/le CSJ endosse aussi le rôle d'employeur des 5 responsables régionaux (engagement et rémunération), même si celles et ceux-ci travaillent concrètement pour et avec les régions ; cela implique un budget dédié à prévoir au niveau de l'Arrondissement.

Le poste salarié de l'Arrondissement devient un point de connexion central entre les 5 régions, ouvert à différents profils professionnels plutôt que rattaché à une seule fonction figée, permettant d'être agile et flexible en fonction des compétences de chacun.

7.2.7 Conséquences pour les paroisses

Chaque paroisse confie l'ensemble de sa communication à la personne responsable de sa région, qui en assure l'exécution complète (rédaction, mise en forme, publication). La paroisse garde la main sur ce qu'elle veut communiquer et sur le ton souhaité : rien n'est imposé d'en haut sur le fond.

Elle bénéficie d'un allègement réel et concret : elle n'a plus à exécuter elle-même sa communication, dispose de contenus prêts à l'emploi et d'une option de mise en page commune pour son journal, et profite d'une continuité assurée par le réengagement, autant que possible, des personnes déjà en poste aujourd'hui.

Elle peut choisir d'aller plus loin dans la coordination (mise en page commune, calendrier éditorial partagé) si elle le souhaite, sans y être obligée, et utiliser l'outil numérique d'entraide pour demander de l'aide, partager des solutions ou annoncer ses événements.

7.2.8 Avantages et inconvénients

Avantages	Inconvénients
- Introduit un échelon régional qui manque aujourd'hui, sans passer par une centralisation totale ; - Objectif d'allègement réel pour les paroisses : contenus prêts à l'emploi, option de mise en page commune ;	- Le financement centralisé par l'Arrondissement/le CSJ implique un budget dédié conséquent à ce niveau, à négocier avec les organes compétents avec un risque de débat sur son équité selon les régions ; - Sans charte commune, la cohérence visuelle et éditoriale à l'échelle de tout

- Réduit le nombre d'interlocuteurs pour Refbejusole CSJ : 5 responsables régionaux au lieu d'une multitude ; - Prévoit une suppléance, réduisant la dépendance à une seule personne par région ; - Cahier des charges explicite pour les responsables régionaux, contrairement à la situation actuelle ; - Aucune perte d'autonomie éditoriale locale ; - Financement et engagement centralisés par l'Arrondissement/le CSJ : pas de négociation multipartite entre paroisses/syndicats, conditions d'engagement harmonisées entre les 5 régions.	- l'Arrondissement reste limitée à ce que chaque région choisit de coordonner ; - Le statut particulier de certaines régions (Bienne en tant que paroisse, le Jura en tant qu'Eglise cantonale, les syndicats, la question de Rondchâtel) demande à être clarifié ; - Nécessite un travail de vulgarisation supplémentaire pour être bien compris par un public externe au groupe de travail (synode).
--	--

7.3 VARIANTE 3 : STATU QUO PLUS

7.3.1 Présentation succincte

Cette variante se base sur le principe d'une décentralisation maximale. Les paroisses et les syndicats sont les acteurs principaux de la communication, qui se fait le plus proche possible des activités et des réalités locales. Les structures faîtières interviennent en premier lieu pour soutenir le travail local. Stratégie en matière de communication

Les paroisses et/ou syndicats sont encouragés à se doter d'une stratégie de communication (définition de canaux, groupes cibles, contenus, objectifs, etc.). L'arrondissement les soutient dans la formulation de cette stratégie, p.ex. à l'aide d'un guide et/ou d'un canevas/modèle à adapter.

Pour coordonner les approches, l'arrondissement développe quelques lignes directrices et règles minimales communes de communication, permettant une visibilité regroupée et une cohérence de communication parmi les membres de l'arrondissement (par exemple un logo « réformé.e.s BeJu » identifiant l'appartenance à l'arrondissement sur les supports imprimés ou sur internet, quelques hashtags communs sur les réseaux sociaux, une logique commune des appellations des comptes Instagram et/ou internet, etc.). Il met à disposition, sur demande, des outils et services (p.ex. une photothèque et/ou médiathèque, des gabarits graphiques pour les visuels, affiches, flyers, cartes d'invitation, posts Instagram/Facebook adaptables par les paroisses).

7.3.2 L'arrondissement organise par ailleurs un « système d'interaction » décrivant les circuits, canaux et processus qui permettent une collaboration optimisée entre les paroisses/syndicats, afin que les principales informations concernant tout le monde puissent être répercutées dans les canaux gérés de manière décentralisée (p.ex. comment faire pour que les lecteurs du Bienne'attitude soient informés de l'existence d'une formation à l'hébreu à Rondchâtel ?). Il développe enfin un « concept de mutualisation » permettant d'identifier les forces présentes à un endroit (paroisse, syndicat), qui peuvent être mises à disposition pour combler les faiblesses ou les manques ailleurs. Impacts au niveau du fonctionnement

Les paroisses et syndicats gardent leurs structures et fonctionnements propres en matière de communication. L'arrondissement renforce son service de communication (SerCom), avec pour mandat la production de contenus propres, mais aussi le soutien stratégique et conceptuel aux paroisses, les formations et le réseautage. La commission médias de l'arrondissement devient une commission communication : elle supervise le SerCom, entretient une veille thématique sur la communication dans

l'arrondissement et suggère des soutiens et des formations aux paroisses/syndicats. Canaux de communication :

- Internet : les paroisses continuent de gérer leur présence sur internet de manière autonome et indépendante - le cas échéant au sein du syndicat ou de l'église cantonale. Le SerCom gère le site du CSJ. L'arrondissement n'intervient pas davantage sur ce terrain (sauf dans le cas d'une mutualisation informatique cf. sous-groupe « Mutualisation »)
- Réseaux sociaux : les différents comptes restent actifs, gérés par les paroisses et syndicats. Le SerCom entretient le compte « réformésBeJu ». Il produit des contenus audiovisuels d'un intérêt large pour l'arrondissement, susceptibles d'être réutilisés par les canaux paroissiaux (contenus « théologiques », retours sur activités, annonces d'activités avec rayonnement suprarégional). Le SerCom propose une coordination des différents acteurs réseaux sociaux afin de favoriser les synergies, d'optimiser le partage et reposting. Le compte « réformésBeJu » veille à reposter les contributions pertinentes des comptes paroissiaux. L'arrondissement propose des formations/conseils pour les paroisses qui souhaitent optimiser leur présence sur les réseaux sociaux. L'arrondissement peut suggérer une harmonisation des noms des comptes paroissiaux.
- Journaux paroissiaux : les paroisses gèrent leurs journaux paroissiaux de manière autonome. L'arrondissement se fait le relais des contenus publiés par les paroisses et estimés d'intérêt général (via réseaux sociaux et newsletter).
- Relation avec la presse : Les paroisses organisent de manière indépendante leurs communications via la presse/médias publics (communiqués, conférences de presse). Sur demande, le SerCom soutient ces démarches (relecture de communiqués, conseils pour les conférences de presse).
- Autres canaux électroniques : les paroisses restent autonomes quant à la communication électronique. L'arrondissement développe son rôle de relais d'information (actuellement par courriel) en coordination avec la version française de la Newsletter RefBeJuSo

7.3.3 Impacts au niveau des ressources humaines

L'arrondissement propose régulièrement des rencontres d'échange spécifiques aux divers canaux de communication, pour partager expériences, idées de développement et synergies. Il propose également des formations continues aux personnes impliquées dans la communication. Projets innovants

Il s'agit de renforcer la participation francophone au projet « réseaux sociaux » de RefBeJuSo, en cherchant et en accompagnant des personnes ou des paroisses désireuses de produire et publier régulièrement des contenus.

7.3.4 Conséquences pour l'Arrondissement jurassien

Cette variante implique un renforcement du SerCom (augmentation des ressources humaines et financières), chargé de la production de contenus propres et du soutien stratégique et conceptuel aux paroisses. La commission médias devient commission communication, avec pour tâches la supervision du SerCom, la veille et la suggestion de formations. L'arrondissement apporte une aide aux paroisses sur demande (stratégique, conceptuelle, outils à disposition).

Il définit quelques lignes directrices pour une visibilité commune (« réformé.e.s BeJu ») ainsi qu'un « système d'interaction » (circuits, canaux, processus inter-paroissiaux). Il gère et anime le compte Instagram « réformésBeJu » et le compte du CSJ, systématise son rôle de relais des contenus paroissiaux jugés d'intérêt général et organise des rencontres d'échange et de formation continue pour les responsables

7.3.5 Communication, conséquences pour les paroisses

Les paroisses restent autonomes en matière de stratégie de communication et gardent leurs structures et fonctionnements propres. Elles peuvent s'appuyer sur un soutien de l'arrondissement si elles le

souhaitent et accèdent à des rencontres d'échange et à des formations continues. Elles veillent en revanche à ouvrir leurs canaux de communication à des informations et contenus venant des autres lieux de l'arrondissement, notamment les contenus audiovisuels produits par le SerCom.

7.3.6 Avantages et inconvénients

Avantages	Inconvénients
- Prise en compte des fonctionnements existants, donc faible résistance attendue - Mandat SerCom clair : production + soutien, sans se substituer aux paroisses - Faibles coûts organisationnels (légère augmentation au SerCom) - Reconnaissance du besoin d'échange entre responsables communication - Formations continues proposées pour les acteurs de terrain - Autonomie paroissiale préservée sur tous les canaux principaux - Arrondissement positionné en soutien/relais plutôt qu'en pilotage centralisé	- Niveau de cohérence faible n'apporte pas d'amélioration à l'éparpillement actuel des forces - Peu de simplification et donc pas de décharge pour les paroisses - Légère augmentation des dépenses SerCom au niveau arrondissement - Basé sur une coordination, qui nécessite davantage de travail - Coordination repose largement sur la bonne volonté, peu de leviers - Décentralisation implique que chaque niveau décentralisé doit trouver des responsables de communication - Le défi d'une communication reposant sur des pasteurs et des collaborateurs/trices administratives n'est pas résolu