Conseil Diocésain de Pastorale

La com

08/03/2025

Qu’est-ce que la com ?
Quelques points d’attention
Sites
RS
Vos questions
….

Qu'est-ce que la communication ?

La communication est un processus fondamental par lequel des individus échangent des informations, des idées, des émotions ou des valeurs. Elle permet de créer du lien, de transmettre des messages et d'influencer notre environnement.

1. Les éléments clés de la communication

- Une communication efficace repose sur plusieurs éléments essentiels :
- **L'émetteur** : la personne ou l'entité qui envoie le message.
- **Le message** : l'information, la pensée ou l'émotion transmise.
- **Le canal** : le moyen utilisé pour communiquer (parole, écrit, image, médias numériques, etc.).
- **Le récepteur** : la personne qui reçoit et interprète le message.
- **Le feedback (ou rétroaction)** : la réponse du récepteur, qui permet à l'émetteur de savoir si son message a été compris.

2. Les différents types de communication

- La communication peut prendre plusieurs formes :
- **Communication verbale** : basée sur la parole et le langage écrit ou oral.
- **Communication non verbale** : langage corporel, gestes, expressions faciales, ton de la voix.
- **Communication interpersonnelle** : échanges entre deux ou plusieurs personnes.
- **Communication de masse** : messages diffusés à un large public via les médias (radio, télévision, internet).
- **Communication institutionnelle** : utilisée par les organisations pour informer et interagir avec leurs publics.

3. Les objectifs de la communication

✅ **Informer** : partager une information de manière claire et accessible.
✅ **Convaincre** : influencer une opinion ou encourager une action.
✅ **Exprimer** : transmettre des émotions, des convictions ou une vision.
✅ **Créer du lien** : renforcer les relations et la cohésion au sein d'un groupe.

4. Communication et Église

- Dans un contexte ecclésial, la communication est un outil essentiel pour :
- **Annoncer l'Évangile** et partager la foi.
- **Créer une communauté vivante et fraternelle.**
- **Transmettre les enseignements de l'Église** et informer sur les événements paroissiaux.
- **Établir un dialogue avec le monde** et répondre aux attentes spirituelles de chacun.
- En résumé, **bien communiquer, c'est savoir transmettre un message de manière compréhensible, adaptée et engageante pour son public.**

Points juridiques

Reproduction d'articles de presse sur vos réseaux

- Il y a de plus sur vos réseaux sociaux et vos sites Internet des reproductions d'articles de presse, voire même des panoramas de presse. Nous devons vous alerter sur l'illégalité de cette pratique.

- Les règles juridiques de la propriété intellectuelle sont claires: **on a le droit, sous certaines conditions, de diffuser un court extrait. Mais surtout pas l'intégralité. Et encore moins sans autorisation de l'auteur et du journal.** Il s'agit d'une contrefaçon au droit d'auteur pour laquelle on peut être condamné lourdement. Ce délit est susceptible de poursuites civiles et/ou pénales, avec des amendes pouvant aller jusqu'à 300.000€ et même des peines de prison.

Utilisation des photos

Utiliser une image trouvée sur internet sans autorisation de son auteur est interdit

- Il est illégal de reproduire ou d'utiliser une photo glanée sur internet sans autorisation préalable de son auteur et surtout que l'autorisation donnée par le photographe à un site internet ne vaut pas pour d'autres sites. Arrêt de la cour de justice européenne d'août 2018.
- Cette pratique, au-delà d'être illégale, peut coûter cher : la violation du droit d'auteur est punie par la loi de 300 000 € d'amende et de 3 ans d'emprisonnement (Code de la propriété intellectuelle).
- Le voleur de photo risque une demande au site qui les utilise de les retirer, la négociation d'une compensation financière ou des poursuites en justice.
- Solutions
  - Les banques d'images uniquement payantes où toutes les images sont libres de droits : demander au service communication.
  - Contacter l'auteur/photographe pour lui demander son autorisation.
  - Investir dans un bon appareil photo et à réaliser vous-même vos visuels en étant particulièrement attentif à la présence d'autres personnes reconnaissables sur vos clichés, ce qui pourrait relever du droit à l'image.

Utilisation des photos
Les mentions légales

- Pour toute photo que vous avez le droit d'utiliser les mentions minimums sont le nom du photographe et/ou de l'agence

ex : Photo©Fleur Dupont / Agence Pol ; © Fleur Dupont / Agence Pol ; Photo Fleur Dupont / Agence Pol.

Utilisation des photos

L'accord de la personne est-il nécessaire pour utiliser ou diffuser une photo ?

- Tout individu dispose d'un droit exclusif sur son image et peut s'opposer à son utilisation ou sa diffusion.
- Ainsi, toute photo prise dans le domaine public nécessite l'autorisation de ceux qui y figurent pour pouvoir la diffuser. Cela s'applique pour les majeurs comme les mineurs et requiert une autorisation écrite qui précise le moment et le lieu de la prise. De plus, l'autorisation doit déterminer quelle utilisation de l'image sera faite.
- Dans le cas où vous voulez réutiliser une photo pour un autre usage, vous devrez recueillir une nouvelle autorisation.
- Pour les mineurs ou les personnes sous protection juridique, l'autorisation des parents, du responsable légal, du juge des tutelles ou du conseil de famille est obligatoire.
- A savoir que les photos représentant une personne décédée sont également soumises à autorisation, notamment des héritiers

Sélection de banques d'images libres de droit

- Pixabay
- Unsplash
- Freepik (banque de pictos)
- Cathopic (banque d'images catholiques, en anglais et en espagnol)
- Flaticon (banque de pictos catholiques, en anglais)

- Canva

Quelques outils
- Site internet

1. Quelques stats

Web KPIs

PAGES VUES	VISITEURS	NOUVEAUX VISITEURS	TX. INTERACTION	TX. INTER. MOBILE	TX. INTER. DESKTOP
187 882	49 512	48 000	62 %	69 %	50 %

TX. OPT-IN	HITS	TX. REBOND RAPIDE	TX. CONSENTEMENT	TX. CONSENT. MOBILE	TX. CONSENT. DESKTOP
33 %	78 220	14 %	53 %	55 %	50 %

Quelques outils
- Réseaux Sociaux

1. Facebook

- ***Caractéristiques du réseau social***

Réseau relativement versatile sur lequel sont partagés des images, des vidéos, des articles et du contenu textuel. Le ton employé est assez libre ; l'audience : globalement + de 40 ans.

- ***Exigence de mise en forme***

- Proposer du contenu de qualité : l'image et surtout la vidéo sont mises en avant.
- Les images et vidéos doivent être importées nativement.
- Publication inédite
- Plus un texte est court, plus il a de chances de générer de l'engagement. Ce sont les publications qui contiennent moins de 50 caractères qui récoltent le plus d'engagement.
- Sujets tendances sont mieux valorisés

1. Facebook (diocèse)

Démographie

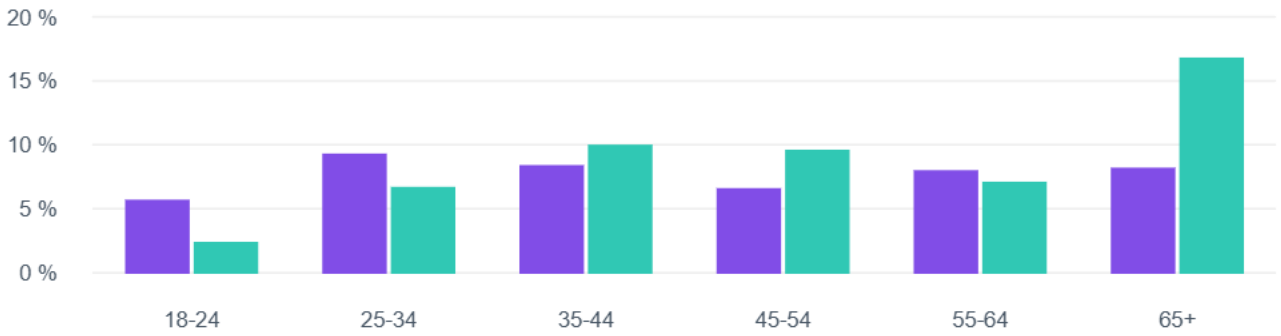
Global

Followers 1041

Âge et genre

Hommes 46.70%

Femmes 53.30%



2. Instagram

- ***Caractéristiques du réseau social***

Réseau adapté aux photographies et aux vidéos courtes.

Le ton employé est plus décontracté, l'audience sera à majorité des jeunes et jeunes adultes. (18 -34 ans environ)

Sur ce réseau, la communauté est fidèle

Pour être vu, il faut interagir sur les posts d'autres utilisateurs commentaires, tags, likes, partages, vues, échanges de DM, etc.

Il faut utiliser des hashtags afin d'apparaître dans l'Explore Page et obtenir plus d'interactions

- ***Exigence de mise en forme***

Photo avec court texte pour les publications. Annonces en stories. (1 storie = 45min de mise en forme)

1. Instagram (Jeunes)

- Environ 600 followers
- Presque 100 vues par stories

3. Youtube

- ***Caractéristiques du réseau social***

Le but de YouTube est de garder ses utilisateurs connectés le plus longtemps possible.

Du coup, si la vidéo a un bon taux de clic et que les spectateurs la regardent dans son intégralité MAIS qu'ils quittent ensuite YouTube pour aller sur notre site web ou ailleurs, l'Algorithme ne la mettra sûrement pas en avant

- ***Exigence de mise en forme***

Vidéos plutôt d'une dizaine de minutes voir même des longs formats (une heure)

• Rester actif dans la communauté

• Créer du contenu de qualité afin que les vidéonautes passent du temps à regarder

• Optimiser les vidéos : Créer des titres courts et impactants, mots-clés, Créer une image miniature YouTube fidèle à la vidéo, description…

• Suivre les tendances

4. Whatsapp

- ***Caractéristiques du réseau social***

Le principe de communauté

- Les communautés WhatsApp donnent aux admins des outils qui leur permettent de soutenir leurs membres et de mieux organiser les groupes associés en les gérant à un seul et même endroit.
- https://www.whatsapp.com/communities/learning/