

Catéchèse : une nouvelle campagne de communication

Neuf diocèses à l'unisson

Pour inciter les parents à inscrire leurs enfants à la catéchèse, les diocèses de Bretagne et des Pays de la Loire ont opté pour une campagne de communication commune, proposée par le service de communication du diocèse de Quimper et Léon.

C'est la rentrée ! Pour bien démarrer l'année, au service de catéchèse, au centre de Keraudren à Brest, les catéchistes défilent afin de récupérer leurs « fournitures ». En effet, l'équipe diffuse fièrement ses nouveaux outils : les supports visuels d'une campagne de communication décalée et accrocheuse. « La religieuse ? Et si ce n'était pas qu'une pâtisserie ? » ou « La parabole ? Et si ce n'était pas qu'une antenne ? Dieu donne un autre sens » et autres slogans s'associent à un visuel simple et percutant afin d'interpeller un large public. « Nous souhaitons rappeler que le caté est toujours là, qu'il faut penser à s'inscrire en ce début d'année et que, surtout, le caté, ce n'est pas ringard ! », explique Jean-Yves Hamon, délégué diocésain à la catéchèse.



Tous les canaux exploités

« Nous avons déjà lancé une campagne de ce type en 2015. Elle avait eu beaucoup de succès, nous avons souhaité renouveler l'expérience », précise Élise Bandin, membre du service. « La nouveauté, ajoute Jean-Yves, c'est que cette campagne est diffusée à échelle provinciale, en Bretagne et dans les Pays de la Loire. Sa portée devrait donc être plus importante. »

Pour la diffusion, tous les canaux sont exploités. Les réseaux sociaux servent de support à cinq vidéos déjà largement partagées. Ces dernières mettent en scène, sur le ton de l'humour, deux enfants autour d'un dialogue et d'un malentendu sur les notions de « crèche », « retraite », « parabole », « frères et sœurs » ou « religieuse ». Les diocèses de l'Ouest ont voulu miser sur la curiosité des enfants et la responsabilité des parents dans leurs



apprentissages. Ils souhaitent que la virilité des messages entraîne leur partage et touche ainsi largement les familles des neuf départements. « Ces outils contribuent aussi à plus de visibilité dans les paroisses. On peut dire que ça dépoussière, cela donne un nouveau souffle ! »

« On peut être fiers »

Les parents sont une des cibles de cette campagne car le message sous-entend que les enfants non-catéchisés perdent quelque chose : le sens de certains mots, et par extension, le sens des choses, le sens de la vie. Volontairement, cette

campagne vient titiller les parents qui souhaitent le meilleur pour leur enfant. « Mon enfant ne sait pas qu'une religieuse est autre chose qu'une pâtisserie, il faut y remédier ! ». Les parents seront donc ceux qui diffuseront ces visuels sur les réseaux sociaux. Ils le font déjà largement. Plus encore, les enfants, par la simplicité des visuels et du message, pourront être amenés à poser des questions. « Ces visuels et vidéos permettront aussi aux équipes dans les paroisses de lancer une réflexion. » Katell Ploux a commandé des sacs en toile estampillés « campagne caté » pour sa paroisse : « Je trouve que cette campagne de communication est valorisante pour les catéchistes. Savoir qu'elle est utilisée par plusieurs diocèses de l'Ouest renforce encore le message. On peut être fiers ! » L'équipe acquiesce : « Oui, ces affiches et vidéos donnent le ton et disent bien le style de la catéchèse aujourd'hui : c'est un lieu de communication, de partage et de recherche de sens ».

Marie Colin

