

Une campagne du denier de l'église en mode web 2.0

Cette année, le diocèse d'Avignon a aussi choisi d'investir les réseaux sociaux pour sa collecte de dons

Le diocèse d'Avignon aime décidément être là où on ne l'attend pas et se plaît surtout à casser les clichés caricaturaux sur une église considérée comme austère et bien pensante. C'est en tout cas dans ce sens que son équipe de communication ultra créative a lancé, hier, sa traditionnelle campagne du denier de l'église.

Comme chaque année, l'opération consiste à récolter des dons financiers afin de rémunérer les curés vauclusiens (lire encadré). "C'est toujours difficile à chaque fois de récolter de l'argent. Il ne faut pas faire culpabiliser ceux qui ne le font pas et d'un côté trouver de nouveaux donateurs" avoue Pascal Rousseau, responsable du denier. "Comme d'habitude, nous avons donc voulu nous démarquer pour marquer justement les esprits et que l'on retienne surtout un message. Sous le slogan "Ma paroisse, ma famille", l'idée centrale est de donner de l'argent car nous sommes attachés à notre curé" rajoute Pascal Rousseau.



Mgr Cattenoz, Pascal Andreani (économiste diocésain), le Père Baudouin du diocèse d'Avignon et Pascal Rousseau (responsable du denier) posent devant la nouvelle affiche promotionnelle de dons. / PHOTO B.S.

Chacun sa place auprès de Dieu

Afin de sensibiliser les fidèles, plusieurs fresques humoristiques, sous forme de photo de famille avec tous les person-

nages de l'église, et une photo de chaque prêtre, seront donc entreposées dans les offices. On pourra trouver sur la fresque l'homme à tout faire-bricoleur, l'enfant de cœur, la

responsable de l'entretien ou bien encore la catéchiste. Un autre personnage a été laissé libre et représente cette fois chaque croyant. Les dessins ont été réalisés par l'artiste Gue-

zou qui a eu carte blanche pour le projet. "J'adore l'humour, le décalé. L'objectif était donc de faire tomber les clichés et de secouer les cathos" avoue Yves Guézou.

LES CHIFFRES

L'année dernière, le montant de la collecte du denier s'est établi à **1 330 000€**. **5 900** personnes ont donné de l'argent pour l'église vauclusienne en 2016 dont **900** nouveaux donateurs. Le montant moyen des dons a été de **230€**. La campagne du denier permet chaque année de récolter de l'argent afin de rémunérer les prêtres, à hauteur de **672€** nets mensuels, mais aussi d'assurer le règlement des cotisations sociales correspondantes à **668€** par mois pour l'assurance-maladie et la vieillesse du clergé. En complément de cette rémunération, les prêtres peuvent aussi recevoir des offrandes données par des fidèles demandant la célébration d'une messe à une intention particulière. Le diocèse d'Avignon compte aujourd'hui **133** prêtres.

Les réseaux sociaux en ligne de mire

L'autre originalité de cette campagne de communication réside aussi dans la création d'une vidéo humoristique à des-

tinuation des réseaux sociaux.

Sans trahir le secret (le projet mérite le détour et sera mis en ligne aujourd'hui sur le site www.diocese-avignon.fr et sur la page Facebook du diocèse), là encore, les personnages du diocèse se mettent en scène.

À travers une scène typique de la vie quotidienne, ces derniers enfilent le costume de super-héros et viennent en aide à un nourrisson, en manque de biberon avant l'heure de son baptême. L'équipe diocésaine sera prête à tout pour assurer sa mission de "service divin" et soulager le bambin. "La vidéo est bienveillante. Il y a de l'auto-dérision. On veut changer l'image de l'église. Les réseaux sociaux vont nous permettre d'exporter un nouveau discours. Un message inattendu" explique le Père Baudouin, de la paroisse Saint-Ruf, en charge de la communication du diocèse d'Avignon.

L'ambition du diocèse est de récolter cette année 1 360 000 €. Quels que soient les résultats, il a d'ores et déjà gagné son pari. Via les réseaux sociaux et doté d'une créativité débordante, il a tout d'une église moderne, bien dans ses soutanes et envers et contre tout... bien ancré dans l'ère du temps. **M.B.**