

Le Bon Dieu ouvre son agence

Le message de l'Évangile est beau, mais comment le faire passer? À l'heure des nouvelles technologies de l'information, un jeune couple lance une agence pour aider les catholiques à communiquer.



Régine et Matthias veulent répondre à leur vocation de couple dans l'Église.

CMC

Elle travaille dans la banque, lui dans le social. A priori, leurs activités professionnelles ne destinaient pas Matthias et Régine Rambaud à lancer une agence de communication; mais l'idée les titillait depuis longtemps. «Elle est née du désir d'avoir une mission en couple, explique Matthias, Lausannois de 31 ans, qui a été responsable d'une communauté nouvelle de laïcs en Suisse romande. Nous voulions développer un projet pour aider cette Église que nous aimons.» Attraction, leur agence inaugurée en septembre, a pour vocation d'aider prêtres, religieux et laïcs à faire connaître leurs projets et, *in fine*, à évangéliser. Concrètement? «Nous écoutons nos clients pour comprendre quel est leur charisme, leur sensibilité, puis nous les aidons à définir à qui ils veulent

s'adresser, ce qu'ils veulent susciter et quelle est la meilleure manière d'atteindre ce public, détaille Matthias. On se plaint souvent que les bancs de nos églises sont vides; mais si un prêtre organise un événement pour les trentenaires, il faut qu'il sache comment parler à des trentenaires et où les rejoindre.» Attraction peut créer un logo, réaliser une affiche, organiser un événement, former une personne à parler devant une caméra,...

SOUFFLÉ PAR LE PAPE

Le désir de créer une telle agence remonte à plusieurs années. Mais encore confus, il avait été mis de côté par le couple, marié depuis trois ans. Matthias, en parallèle de son travail auprès d'adolescents en rupture et de personnes toxicomanes, a néanmoins entamé une formation en marketing

d'entreprise. C'est la lecture de l'exhortation apostolique de François *Evangelii gaudium*, l'an dernier, qui a été le déclic: «L'Église ne grandit pas par prosélytisme, mais par attraction», y affirme le pape. La direction est donnée, le nom de l'agence aussi. Sa mission sera d'aider les catholiques à rendre leur message attractif.

«On réalise que très souvent, les gens ne connaissent ni l'Église ni l'Évangile, commente Matthias. Ils ont l'image d'une Église moralisatrice qui interdit tout, de catholiques coincés sur les questions de société... Mais quand on a l'occasion de discuter avec des non-croyants de notre vision de l'amour, ils nous disent: 'Ah bon? En fait, c'est très beau!'. La manière dont on énonce une vérité est aussi importante que la vérité elle-même. On n'est pas responsable de la façon dont le

de com à Lausanne



message est accueilli, mais on est responsable de la manière dont on le délivre.»

UN SIXIÈME CONTINENT

Et le message, en l'occurrence, est autrement plus important que celui qui vante les qualités d'une marque de shampoing: pour Régine et Matthias, il s'agit ni plus ni moins que la vie éternelle. Communiquer n'est pas arranger la vérité pour la rendre plus lisse, insiste la jeune femme: «Je pense qu'on a peur d'annoncer notre foi dans sa forme totale. Qui aujourd'hui entend parler de résurrection et de vie éternelle? Il est vrai que le décalage est énorme entre ce que l'Eglise proclame et ce que la société vit, que ce soit dans l'économie, dans les relations de travail ou dans la vie de tous les jours. Cela peut entraîner une

crainte de la part des chrétiens à proclamer leur message. C'est dommage: il perd de sa force».

Mais suffit-il de concevoir une belle affiche ou un blog dynamique pour évangéliser?

La rencontre avec le Christ se fait à travers des personnes,

pas à travers un site internet, Matthias en est bien conscient. Mais le pape demande aux chrétiens d'être présents sur ce «sixième continent» pour susciter la rencontre, rappelle-t-il. «Quand on voit une affiche, bien sûr, c'est l'évènement qu'elle annonce qui est important. Mais si le graphisme n'est pas attirant, la rencontre n'aura jamais lieu. C'est comme dans une église: si j'y entre et qu'elle est froide, moche et sent mauvais, je n'aurai pas envie d'y rester pour prier.»

Matthias a démissionné pour se consacrer à temps plein à Attraction. Régine prend sur son temps libre; les compétences acquises pendant ses études à la Haute école de commerce (HEC) s'avèrent précieuses pour monter et gérer une entreprise – Attraction est inscrite au registre du commerce comme société à responsabilité limitée. A terme, le couple espère pouvoir vivre de cette activité. «Nous ne nous sommes pas lancés sur un coup de tête, précise Matthias. Nous avons discuté avec beaucoup de monde. Mais évidemment, nous avons pris un risque. Sans risque, il n'est pas possible d'avancer!»

PRÊTRES DÉBORDÉS

Des clients ont déjà frappé à la porte de l'agence, pour concevoir une brochure de recherche de fonds par exemple. La facturation est faite soit à l'heure, s'il s'agit simplement de

conseiller un client, soit de manière forfaitaire s'il s'agit de réaliser un support ou une soirée de A à Z. «Nous aimerions aider les prêtres, souvent débordés, à organiser des événements pour lesquels ils n'ont pas de temps. Cela ne veut pas dire vendre un produit clé en main, mais les aider à constituer une équipe, à mobiliser leurs paroissiens pour en faire des missionnaires!»

Car le désir de Régine et Matthias de s'engager comme laïcs en Eglise se veut communicatif. Quand ils parlent de leur projet autour d'eux, cela suscite de l'intérêt, mais pousse égale-

ment leurs proches à se demander quelle est leur propre vocation au cœur de l'Eglise. «Au fond, dit Régine, on en revient à la question du Seigneur dans la parabole: 'Qu'as-tu fait de tes talents?'"

Le couple s'est présenté à Mgr Charles Morerod, mais le travail d'Attraction ne se limite pas aux frontières du diocèse.

Reste une question: bien communiquer est une chose, mais perçoivent-ils une réelle attente du message chrétien dans le monde? «Je pense qu'il y a une recherche désespérée, affirme Matthias. On voit beaucoup de gens en quête d'une spiritualité dans les philosophies orientales alors qu'ils n'ont probablement jamais lu l'Evangile. N'ayons donc pas peur de parler du Christ!» ■

Christine Mo Costabella



Attraction

L'agence aide prêtres et laïcs engagés à mieux faire passer leur message