



**EGLISE PROTESTANTE  
UNIE DE FRANCE**  
communions luthérienne et réformée



# ÊTRE ÉGLISE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

# Sommaire

De nouveaux champs d'évangélisation	3
1. Investir les réseaux sociaux	4
2. Organiser sa présence	5
2.1 Le planning éditorial	
2.2 Les applications utiles et gratuites	
3. Animer votre page Facebook	7
3.1 Créer des événements	
3.2 Billets par des pasteurs	
3.3 Partager vos actualités du site	
3.4 Relais d'informations	
3.5 Facebook Live	
3.6 Les groupes privés Facebook	
4. Être présent sur Twitter	9
5. Choisir Instagram	9
6. Développer votre présence via YouTube	10
7. Déployer votre identité audio sur Spotify	10
8. Les + des réseaux sociaux	11



## De nouveaux champs d'évangélisation

Utilisés et adoptés massivement de manière personnelle comme professionnelle, les médias sociaux sont de nouveaux modes de vie qui transforment nos relations et notre manière de communiquer. Chaque type de réseaux communautaires cible un public spécifique soit :

- par âge (Snapchat regroupe principalement des adolescents)
- par intérêt commun (la catéchèse, la musique...)
- par type de publication (Instagram pour l'esthétique; des photos et des vidéos pour YouTube et Vimeo).
- par objectif professionnel (Linkedin et Viadeo pour créer un réseau entre pairs)

Les smartphones ont transformé ces réseaux sociaux et boosté leurs usages au quotidien. Des applications permettent en effet d'être connectés en permanence : WhatsApp, Facebook Messenger ou Instagram multiplient les contacts possibles.

Être témoin de l'Évangile aujourd'hui sur les réseaux sociaux, c'est investir de nouveaux champs d'évangélisation et vivre une forme de communion inédite.

**Daniel CASSOU,**  
Responsable du Service de communication

# 1. INVESTIR LES RÉSEAUX SOCIAUX

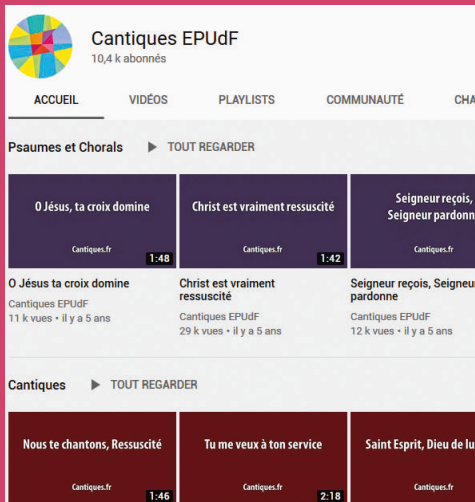
Plus que jamais, l'Église protestante unie de France (EPUdF) se doit de diffuser son information rapidement, stratégiquement et se mobiliser notamment sur des événements précis.

Sur Facebook, l'EPUdF est présente sur le plan national, régional et local. Sur le plan national, elle communique via ses quatre comptes (*EPUdF*, *Accueillons Les Exilés*, *Le Grand KIFF* et *Théotop*).

Sur le plan régional et local, une centaine de pages et groupes permettent une communication de terrain, alimentée par les paroisses et les personnes motivées.

L'EPUdF est aussi un média. Ainsi le développement de sa présence sur Twitter est vital pour partager le témoignage de l'Évangile mais aussi son actualité, ses événements en live ou non, les réactions de la communauté composée de journalistes, influenceurs, experts en même temps que les simples curieux.

Sur YouTube, la chaîne « Cantiques EPUdF » connaît un vrai succès avec plus de 15 200 abonnés et le compte EPUdF propose un contenu riche avec des actualités (interviews, reportages, etc).



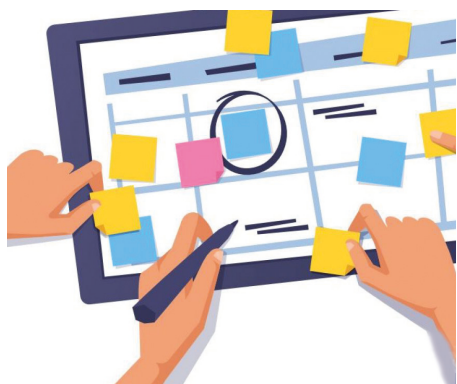
La force des réseaux sociaux est sa capacité à créer et développer des espaces de dialogue, de questionnements, et de convictions...

Le Grand KIFF est un événement privilégié pour marquer une présence sur les réseaux auprès des jeunes.

## 2. ORGANISER SA PRÉSENCE

### 1.1 Le planning éditorial

Élaborer un planning éditorial, c'est ainsi prévoir de communiquer stratégiquement et sur le long terme, en choisissant des jours et des horaires précis, à la destination de communautés différentes.



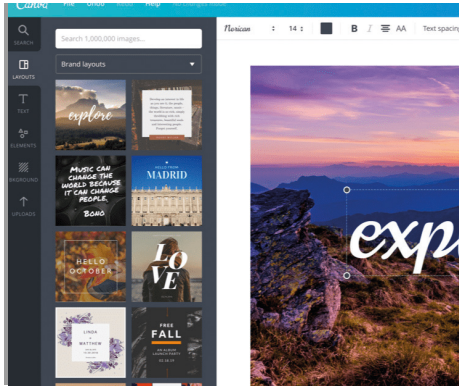
Comme le « chemin de fer » utilisé par les journalistes pour créer un sommaire, le calendrier éditorial permet d'organiser ses publications selon le jour, l'heure, l'état de publication (proposé, validé, programmé, publié), le titre, le message, le lien URL, le type de publication et l'audience ciblée.

### 1.2 Les applications utiles et gratuites

**Buffer** (buffer.com)

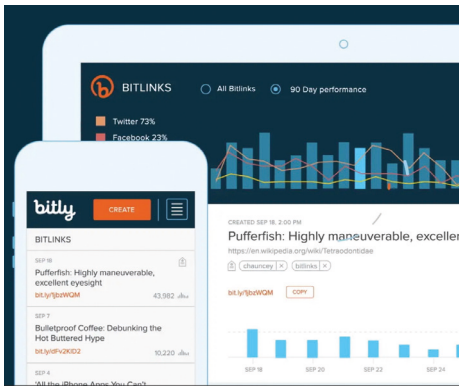
L'outil Buffer est un logiciel qui permet sur le web et le mobile de programmer à l'avance ses publications sur Facebook, Twitter, LinkedIn, de répondre directement aux commentaires de la plateforme et de recevoir les statistiques des issues des publications.





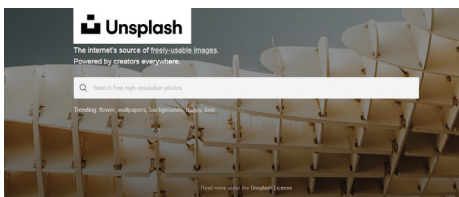
## Canva (canva.com)

Canva est un site Web simplifié pour concevoir du contenu graphique de qualité. Il utilise un format « glisser-déposer » et permet d'accéder à des photographies, des images vectorielles, des graphiques et des polices de caractères.



## Bitly (bitly.com)

Cet outil permet de raccourcir et personnaliser les url et fournit des statistiques associées.

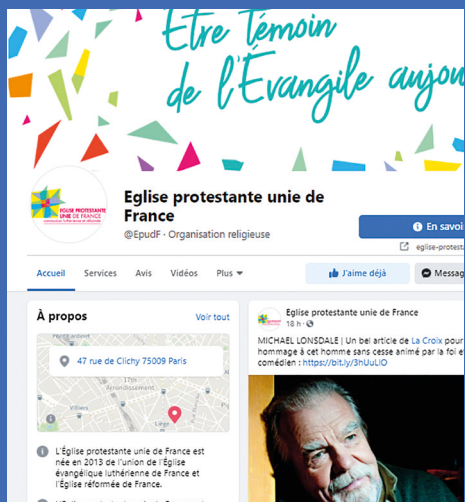


## Unsplash (unsplash.com)

Pour trouver des images gratuites et libres de droits dans l'esprit « Instagram ».



## 3. ANIMER VOTRE PAGE FACEBOOK



L'animation de la page Facebook demande des publications régulières et variées. Vous pouvez installer votre propre rythme : tous les jours, toutes les semaines, tous les mois. Le plus important n'est pas de publier quotidiennement, mais d'avoir un rythme régulier auquel les abonnés vont s'habituer. La portée naturelle de Facebook est la diffusion des posts sur le fil d'actualité de vos abonnés sans que vous la sponsorisiez. Elle est calculée par un algorithme qui diffuse plus ou moins

largement vos contenus, en fonction de l'heure de publication ou de la nature du post.

Voici quelques exemples de types de contenus dont vous pouvez vous inspirer pour animer votre page et être témoin de l'Évangile aujourd'hui sur les réseaux.

### 3.1 Créer des événements

Relayer les événements organisés sur les réseaux permet de les diffuser à une plus large échelle en créant un événement via votre page pour les concerts au temple, les cultes ou les groupes d'animations.

### 3.2 Billets par des pasteurs

Les contenus spirituels sont très appréciés par les abonnés. Sur la page Facebook nationale, ces posts atteignent deux fois plus de monde que les contenus informatifs. Si vous avez les moyens de relayer

des paroles bibliques, des prédications ou des billets de pasteur, mettez-les en avant en donnant des rendez-vous à vos abonnés.

### 3.3 Partager vos actualités du site

Relayer les actualités du site web sur les réseaux sociaux permet de créer du contenu et de générer du trafic entre les plateformes.

### 3.4 Relais d'informations

Les réseaux sociaux mettent en avant les liens entre les institutions. Vous pouvez repartager les publications d'autres pages avec qui vous êtes partenaires pour valoriser ces liens et varier les contenus auprès de vos abonnés.

### 3.5 Facebook Live

Pour communiquer sur des événements en direct, utiliser la vidéo en Live que propose Facebook. Pour optimiser ce mode de communication, il est recommandé de prévenir en amont votre communauté de ce rendez-vous.

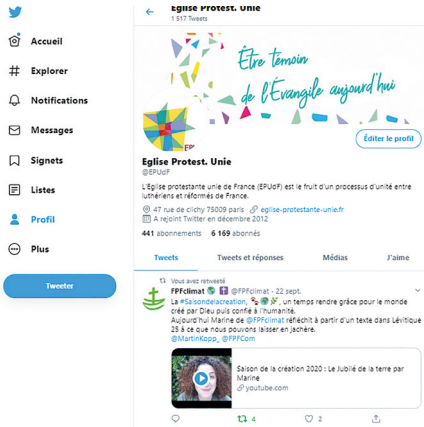
### 3.6 Les groupes privés Facebook

Ces groupes rassemblent les personnes qui partagent un intérêt commun, dans le but d'échanger de bonnes pratiques et collaborer à des projets, par exemple : Les musiciens de l'EPUDF et Les catéchètes de l'EPUDF.





## 4. ÊTRE PRÉSENT SUR TWITTER



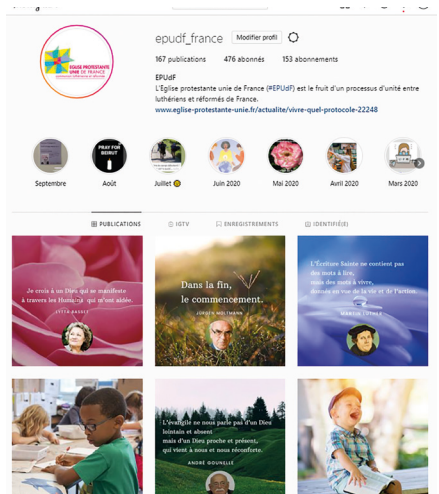
Twitter par définition est le lieu de l'information éphémère, le flux d'actualités ne cessant de s'accroître jour après jour. Être audible sur Twitter revient ici à diffuser la bonne information au bon moment. Il faut que le tweet soit court (280 signes maxi), accompagné d'un visuel pour capter le lecteur et bien souvent d'une URL raccourcie.

Créer une forme de rendez-vous dans vos publications en suivant des plages horaires précises (du lundi au vendredi, jusqu'à 15 h) est recommandé.

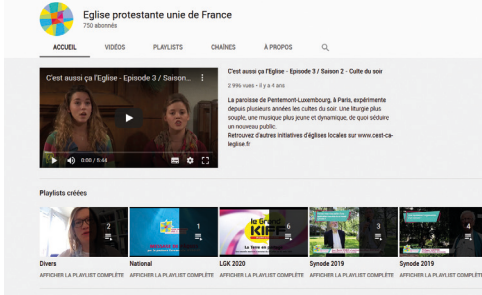
## 5. CHOISIR INSTAGRAM

Instagram est le réseau social incontournable. Après avoir touché en premier lieu une communauté jeune, il est à présent plébiscité par le grand public. Il permet de communiquer de façon ludique via des photos et des vidéos mais aussi via des stories de 24h qui permettent de scénariser votre promotion en la personnalisant avec des smileys, des gifs et de la musique.

Il peut-être aussi associé à votre page Facebook.



## 6. DÉVELOPPER VOTRE PRÉSENCE VIA YOUTUBE



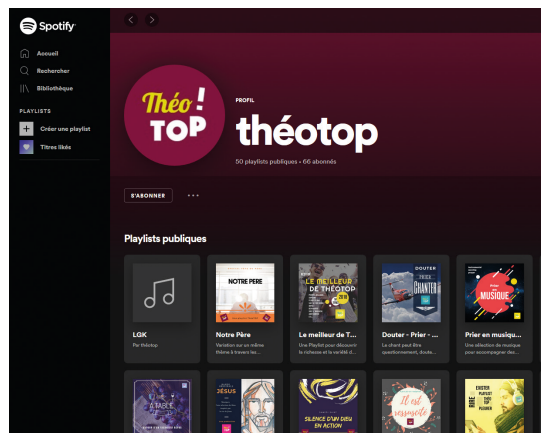
L'avantage majeur de cette plateforme est d'être un moteur de recherche, ce qui est un moyen efficace d'accroître votre visibilité, mais aussi de générer du trafic vers votre site web.

En effet, votre référencement sera amélioré. Votre site sera donc mieux classé par Google, propriétaire de YouTube.

## 7. DÉPLOYER VOTRE IDENTITÉ AUDIO SUR SPOTIFY

La période du confinement a été plutôt bénéfique pour Spotify qui consolide sa place de numéro 1 mondial du streaming.

Spotify offre l'opportunité de diffuser un contenu audio exclusif sous la forme de podcasts et de playlists et de fidéliser sa communauté via le web et son application mobile, en proposant une utilisation gratuite et une utilisation payante (sans publicités).



## 8. LES + DES RÉSEAUX SOCIAUX

- Partager les convictions protestantes sur des réseaux sociaux ciblés
- Développer une identité spécifique
- Être à l'écoute et proactif avec les jeunes
- Avoir une stratégie pour une communication en live ou programmée
- Mettre en lumière le contenu du site de l'EPUDF
- Mettre en réseau les différentes paroisses entre elles ainsi que les partenaires de l'EPUDF
- Valoriser la diversité des contenus audiovisuels (YouTube, Spotify)



Un réseau qui se construit avec vous :

### **Au niveau local**

Le webmaster et ou le communicant local, le chroniqueur, le pasteur, le Conseil presbytéral (consulter le vademécum « Communicant local »)

### **Au niveau régional**

Le webmaster régional ou informateur, le rédacteur en chef du journal, le secrétariat régional

### **Au niveau national**

Le Service de communication : le chargé de communication, le webmaster et la community manager

### **Du contenu à votre disposition**

Des actualités du site de l'EPUDF à relayer.

Des playlists et des vidéos sur YouTube et Spotify à partager.

La question n'est plus de savoir si l'Église doit investir ces nouveaux espaces, mais comment elle les met en œuvre au service de sa mission pour favoriser son rayonnement et son témoignage.



**Twitter :**

@EPUdF  
@legrandkiff



**Facebook :**

@EPUdF  
@legrandkiff  
@ATheoTOP  
@accueillonslesExiles



**Instagram :**

@epudf\_france  
@le\_grand\_kiff



**Spotify :**

@theotop



**YouTube :**

@EPUdF  
@CantiquesEPUdF  
@Theotop



**EGLISE PROTESTANTE  
UNIE DE FRANCE**

communions luthérienne et réformée

**ÉGLISE PROTESTANTE UNIE DE FRANCE**

47 rue de Clichy - 75009 Paris

+33 (0)1 48 74 90 92

reseaux.sociaux@eglise-protestante-unie.fr

eglise-protestante-unie.fr