



## Résumé du Projet « Politique éditoriale des plateformes numériques du diocèse de Rimouski » [Site Web](#), [Facebook](#), [Instagram](#), [YouTube](#) et infolettre

### Description, mission et valeurs du diocèse

Le diocèse de Rimouski se révèle comme une Église vivante et rayonnante, témoin fidèle de l'Évangile dans tous les milieux de vie, accueillant avec bienveillance pour chaque personne qui franchit le seuil de ses églises. Animé par un appel à une conversion missionnaire profonde, le diocèse de Rimouski s'engage à renouveler sa manière d'évangéliser et de vivre la foi chrétienne dans un monde en constante évolution. Cette mission se réalise par une écoute vivante de la Parole de Dieu et une formation continue à la vie chrétienne.

### Quelles postures adopte le diocèse via ses plateformes numériques ?

- Guider les différentes unités et paroisses en leur donnant les grands thèmes de l'année pastorale.
- Inspirer les fidèles ou toute personne qui s'intéresse à la religion catholique, ses valeurs ou à l'implication du diocèse dans les communautés de son territoire par des contenus qui représentent bien l'Église.
- Transmettre des informations utiles et pertinentes aux croyants pratiquants sur tout le territoire du diocèse afin de soutenir leur vie chrétienne et leur participation à la communauté.
- Partager les bons coups et les initiatives inspirantes de notre diocèse ou autres groupes religieux de la province ou du pays.

### Quelles particularités présentent les plateformes actuelles et quelle fréquence de publication viser pour chacune d'elles ?

#### 1. Facebook

Facebook fait partie du quotidien des gens. Les abonnés y vont généralement plusieurs fois par jour et s'attendent à y trouver des publications fréquentes, presque en temps réel. La plateforme est jugée accessible, conviviale, liée au réseautage et au partage facile et rapide d'informations, d'intérêts et d'activités.

Nous visons actuellement des publications quotidiennes sur Facebook, selon la pertinence du contenu qui se présente à nous en effectuant une veille médiatique de ce qui est publié sur les réseaux sociaux, des périodes et événements importants du calendrier liturgique et des messages et événements que le diocèse souhaite mettre de l'avant.

#### 2. Instagram

Cette plateforme sert principalement à partager à nos abonnés de belles photos accompagnées de brèves descriptions. Elle est beaucoup moins populaire que Facebook chez les gens qui nous suivent et dans la population en général. Nous l'utilisons approximativement une à deux fois par mois, par exemple, pour diffuser une image de baptêmes de catéchumènes, du décès d'un ancien évêque, de Mgr Grondin qui souffle ses bougies d'anniversaire ou tout autre événement marquant pour le diocèse.



### 3. YouTube

La chaîne YouTube du diocèse sert à diffuser les capsules vidéo thématiques. Ce moyen permet à l'évêque et à ses collaborateurs d'aller à la rencontre de personnes ou organismes qui travaillent à améliorer notre société, de les interroger afin de livrer des messages d'espérance liés au calendrier liturgique ou à des événements d'actualité.

### 4. Articles du site Web

Les articles publiés dans la section « Dernières nouvelles » du site Web sont diffusés au besoin, généralement quelques-uns par semaine. L'objectif est d'alimenter la plateforme sans la surcharger tout en offrant du contenu d'actualité. Les articles peuvent entrer dans une ou plusieurs des catégories suivantes :

- Société;
- Fin de vie;
- L'Église au Québec;
- Actualité canadienne;
- L'Église dans le monde;
- Actualité du diocèse;
- Communiqués de presse et déclarations officielles;
- Agenda.

### 5. Événements du site Web

La section « Agenda » du site Web, servant à annoncer tout événement d'intérêt pour le diocèse, est mise à jour au fur et à mesure que des activités importantes sont amenées à notre connaissance. Nous publions nos propres événements, des formations liées à notre mission, des activités-bénéfice organisées par les fabriques et les paroisses ou autres activités pertinentes pour la vie chrétienne. Les unités pastorales et les paroisses ainsi que la population en général peuvent nous soumettre des activités à afficher par le biais du formulaire sur le site Web du diocèse.

### 6. L'infolettre numérique

Dans le cadre de son virage numérique, le diocèse se dotera cette année d'une infolettre numérique via la plateforme Cyberimpact. En plus d'augmenter la productivité et le rendement, une infolettre numérique mettra de l'avant une image moderne au goût du jour avec un design et des visuels plus actuels.

*Le Relais* dans sa version actuelle a acquis une forte notoriété depuis sa création il y a 23 ans, ce qui pourrait permettre d'anticiper une certaine réticence au changement. Il devient toutefois impératif de moderniser nos procédés.

**Yves Pelletier**  
Vicaire général  
Diocèse de Rimouski

**Mireille Lévesque**  
Agente de communication  
Diocèse de Rimouski