

# LA BONNE PAROLE S'AFFICHE

Jésus descend dans la rue ! En effet, au milieu des panneaux publicitaires, les Wallons et les Bruxellois ont pu découvrir, il y a peu, des affiches vantant les mérites de l'Évangile.

Par Laurent Raphaël  
LA LIBRE BELGIQUE

C'est une campagne d'affichage hors du commun que les Wallons [et les Bruxellois] ont découverte en mars. Sur une petite centaine de panneaux de 20 m<sup>2</sup> répartis dans les principales villes du sud du pays, il ne sera en effet pas question pour une fois de performance automobile, de rendements bancaires ou de canons esthétiques, mais bien du message de l'Évangile...

*« Nous avons pris soin d'utiliser la forme interrogative, pour bien montrer que nous proposons une solution parmi d'autres... »*

Le visuel montre un petit garçon de dos en train de conter fleurette à sa voisine. *Ils auront besoin de repères !*, peut-on lire en haut de l'affiche. *Pourquoi pas l'Évangile ?*, suggère le texte un peu plus bas. L'initiative de ce message anticonformiste – étant entendu que la norme en matière de communication « mass media » est clairement dictée par les marques – revient à la Fondation Saint-Paul.

Créée en 1996 par un couple laïc chrétien, les Lazzari, cet établissement, reconnu d'utilité publique, a pour vocation de faire la promotion tous azimuts du message de l'Évangile. Et ce dans un esprit d'ouverture et de tolérance. Sans prosélytisme donc.

## Une alternative aux valeurs superficielles ?

Si elle jouit de la bienveillance des autorités ecclésiastiques, qu'elle informe de ses actions, elle n'a pas pour autant besoin de leur onction pour aller de l'avant puisqu'elle revendique une certaine indépendance. A la fois fonctionnelle mais aussi économique. [...]

*Outre nos activités pour faire connaître le message évangélique, nous avons aussi l'ambition de former convenablement tous les laïcs chrétiens qui ont une charge dans l'Église, par exemple ceux qui dispensent le catéchisme*, indique le directeur de la fondation, Xavier Cornet [d'Elzius].

L'idée de cette campagne de grande envergure qui démarre aujourd'hui a germé dans la tête de M. Lazzari lors du conflit au Kosovo. Si tous les panneaux véhiculaient les valeurs clés de l'Évangile, comme la tolérance, le pardon et le respect, plutôt que de vanter des produits de consommation, cette guerre n'aurait peut-être pas eu lieu, s'est dit le fondateur. Il en est arrivé à la conclusion qu'il fallait utiliser les outils de communication grand public pour proposer – *et non imposer*, souligne le directeur – une alternative spirituelle aux valeurs superficielles trop souvent célébrées aujourd'hui. [...]

Destinée surtout à titiller la curiosité, cette campagne connaîtra un second volet plus interactif à partir du mois d'octobre. Il visera

plus spécifiquement les jeunes, qui seront invités à consulter un site Internet où ils pourront discuter entre eux et découvrir, s'ils le souhaitent, la parole de l'Évangile. *Peut-être que ça leur permettra de se rendre compte qu'il y a moyen de construire sa vie autrement*, espère le directeur.

L'utilisation du terme « Évangile » ne risque-t-il pas d'effrayer cette cible la plus souvent révoltée contre les institutions ? *Nous n'allons quand même pas cacher ce que nous sommes*, répond-il. *Déjà que nous avons volontairement évité de faire*

*référence à des notions comme catholique, Église ou chrétien. Je me demande d'ailleurs si le terme « Évangile » est vraiment rébarbatif. Ou s'il n'a pas juste perdu sa signification pour beaucoup. Par ailleurs, nous avons pris soin d'utiliser la forme interrogative, pour bien montrer que nous proposons une solution parmi d'autres. Et pas LA solution.*

Si l'audace paie, comme on le dit, cette opération de communication pour le moins atypique de la part d'une institution liée à l'Église devrait porter ses fruits. ↙

## Ils auront besoin de repères !



Un message de la Fondation Saint-Paul [www.fsp.be](http://www.fsp.be)