



REGION MORGES-AUBONNE

Responsable Info - Impresario - Remplaçant

Pasteur François Paccaud

Chenailetta 3 1110 Morges

Tél 021 331 58 24 mobile: 078 647 21 65

[francois.paccaud@eerv.ch](mailto:francois.paccaud@eerv.ch) - [www.morges-aubonne.eerv.ch](http://www.morges-aubonne.eerv.ch)

## PRESENTATION DE LA CUVÉE DE LA REFORME A BRICO-CHURCH LE 23 NOVEMBRE 2017

### Départ dans le cadre de la formation des adultes

C'est dans l'équipe de la formation des adultes au printemps 2015 que l'idée est venue d'Etienne Guilloud, jeune pasteur. Notre réflexion nous a amenés d'une part à anticiper le jubilé en 2017, et d'autre part à déplacer des forces de la Formation des adultes vers une démarche plus de type évangélisation. Rapidement, nous avons imaginé demander aux vignerons **encaveurs** de donner du raisin ou du vin pour faire une cuvée de la Réforme, et de faire des événements dans leurs caves pour intéresser un public différent des paroissiens pratiquants. Les événements ont eu lieu d'avril à novembre 2017. La dernière soirée était à la date de la **nuît du conte**.

### Une expérience de partenariat

Il s'agissait pour l'équipe de base de trouver un partenariat avec les vignerons, un échange où chacun trouve son compte :

Ils offraient du raisin, et l'accueil d'un événement dans leur cave. Pour les événements, ils assuraient l'accueil, et la dégustation de leurs vins, avaient l'occasion de présenter leur exploitation, et s'occupaient du rangement. Ils pouvaient aussi faire de la publicité auprès de leurs clients pour l'événement.

Nous offrons de leur amener des **clients** potentiels, de leur faire un peu de **publicité**, de payer la dégustation, une occasion de **vendre leurs vins** à nos invités. Comme les gens s'inscrivaient par formulaire sur le site Cuvée, nous avons les **adresses** des gens et les vignerons ont eu accès à la liste des inscrits à la manifestation chez eux.

Une **lettre** a été envoyée en janvier 2016, sollicitant un partenariat pour la récolte 2016. Les ministres des paroisses ont **téléphoné**, et sont allés **trouver** les vignerons. Ce contact était important, la lettre seule n'aurait pas donné grand-chose. Les ministres des paroisses ont été présents aussi lors des événements, et ce sont eux qui ont remis aux vignerons un emballage cadeau avec une bouteille de chaque pour qu'ils puissent déguster le vin auquel ils avaient contribué.

Une lettre a été envoyée à toutes les **communes** ayant des vignerons encaveurs, pour les informer et les solliciter. Certaines ont donné du raisin, deux ont soutenu financièrement.

Un seul des vignerons a envoyé notre flyer à tous ses clients. En général ils ont mis nos flyers à disposition dans leur cave. Ou envoyé le flyer sous forme de pdf.

Nous avons aussi trouvé un partenariat avec la cave qui a vinifié. Le premier et le dernier événement ont eu lieu chez eux. Ils ont facturé leur travail, en étant généreux. Nous avons trouvé des bénévoles pour mettre les cravates sur les bouteilles et fermer les cartons. Notre œnologue a supervisé le travail des œnologues de la cave de la Côte.

Avec les **conteuses** : nous avons mandaté 5 conteuses pour créer des récits sur les réformateurs. Et des **musiciens** soutenus par l'ASACREMA, association de soutien aux activités culturelles de la Région Morges-Aubonne créée pour un précédent événement.

## **Complémentarité des compétences et des rôles dans l'équipe de base**

Un groupe Cuvée s'est constitué pour concevoir, affiner et conduire le projet.

Claire Clivaz, pasteur, et Etienne Guilloud, pasteur, Philippe Corthay, œnologue, François Paccaud coordinateur et responsable info de la Région Morges-Aubonne et promoteur de la formation des adultes.

Claire Clivaz : compétences théologiques et rédactionnelles, réseau universitaire

Etienne Guilloud, compétences théologiques, rédactionnelles et graphiques, réseau d'artistes

Philippe Corthay, compétences œnologiques, réseau cave et vigneron, connaissance des us et coutumes du monde des vignerons.

François Paccaud, responsable info, compétences organisationnelles, de conduite de projet et de communication

Ce groupe de base a tenu entre 15 et 20 séances, en général le matin à 7h30.

## **Communication et media**

Comme notre ambition était de toucher un public en dehors des paroissiens pratiquants, et que le projet était original, nous avons pu communiquer dans les media.

**Conférences de presse** à l'occasion de :

La réception du raisin

La réception des bouteilles

**Interview** du journal de Morges avec un vigneron en vue : Raoul Cruchon

**Agenda** du Quotidien de la Côte

Articles dans Journal de Morges, 24heures, Quotidien de la Côte, Reflets, le bulletin communal de Morges et celui d'Echichens

Tous ménage spécifique par la commune de Bougy-Villars et Féchy

**Tous ménages** de notre flyer dans 8 petites communes où avait lieu un événement, et ne coûtant pas trop cher.

**Mailings** à 1500 destinataires de la Région

Une partie des événements sur **Tempslibre.ch**

Sets de table dans certains **restaurants**

**Site Internet** de la Région Morges-Aubonne, avec menus contextuels permettant une **navigation** à l'intérieur de la Cuvée, et **l'inscription** aux soirées, et les **commandes** de vin. Mis en place l'été 2016 déjà.

Affiches format F4 en ville de Morges durant deux semaines au moment des premiers événements.

Flag et panneau avec affiches devant les caves le jour de la manifestation

Et enfin, last but not least, nous avons fait 5 **marchés**, 4 à Morges, un à Lonay, pour présenter et vendre.

## **Boucle de rétro-action**

Réactions sur l'Eglise promouvant l'alcool => conférence de Jacques Besson et de l'Armée du Salut sur la dépendance et l'abstinence.

La vente ayant bien marché, perspective de ne plus avoir de vin à vendre pour la 2<sup>e</sup> parti des soirées après l'été. Nous avons dû prendre une décision en juin : est-ce que nous remettons en bouteille, ou est-ce que quand il n'y a plus y a plus ? **Remettre en bouteilles** modifiait un peu le sens du vin, qui n'était plus donc des vignerons, mais un achat de notre part. Est-ce que les vignerons trouveraient que nous abusons, que nous exploitons à outrance ? Est-ce que cela ne dénaturait pas le projet de partenariat ?

Dès la décision de remettre en bouteilles, **la gestion du projet est passée** du groupe de base lié à la formation des adultes **au Conseil régional** et au secrétariat régional.

Cette décision a été prise par le Conseil régional. Celui-ci a considéré que le dispositif de communication était en place, et qu'il serait dommage de ne plus avoir de vin de la Cuvée pour les dernières soirées. En

achetant le vin à la Cave de la Côte, qui est une coopérative, nous participions à la vente du vin de plusieurs producteurs. Les contre-étiquettes ont été légèrement modifiées.

Nous avons **dû dédoubler une des soirées**, car trop d'inscriptions. C'était avec Joseph Zisiadys, **Apocalypse wine**, chez Raoul Cruchon, sur son projet de replanter de la vigne sur l'île de Patmos.

En raison du délai entre la conception du programme des manifestations et la réalisation, plus d'une année, un encaveur avait remis son exploitation, et la communication n'a pas bien suivi, mais c'est allé quand même. Et une soirée a dû être **annulée**, car trois intervenants avaient quitté leur poste : l'aumônier, l'infirmière, et l'enseignant de l'école de Marcelin.

Nous retrouvant avec un nouveau stock, et voyant qu'il ne s'écoulait pas si vite, nous avons **dû modifier notre politique de vente**, impliquer les paroisses de la région en leur offrant la marge entre prix coûtant et prix de vente, et d'une part chercher des débouchés plus larges, dans les autres régions et les autres cantons, et d'autre part accorder des rabais pour écouler notre vin.

Nous avons dû aussi **déléguer** en bonne partie la vente, en accueillant avec plaisir l'offre de Tamara Gasteiner, membre du Conseil régional, pour l'organisation de la vente et de la facturation, et de la livraison, ce qui libérait le coordinateur pour d'autres projets.

### Points à améliorer

- Manqué de faire une action presse en temps utile pour la dernière manifestation. Les inscriptions étant suffisantes, environ 70 personnes, j'ai oublié d'inviter la presse dans les temps, et l'invitation tardive n'a rien donné. Avec la presse, nous avons fait un feuillet, et nous avons manqué le dernier épisode.
- Certaines paroisses non viticoles ne se sont pas senties vraiment partie prenante. Une paroisse a considéré que c'était une affaire du Conseil régional et non un projet régional.
- La **dimension communautaire** est encore à prolonger. Un certain nombre de personnes sont venues à plusieurs manifestations. Nous avons des adresses de non pratiquants, quel usage pourrions-nous en faire ?

### Ce que nous avons appris

- Qu'il est vraiment difficile d'inviter à une activité d'Eglise des non pratiquants. Une partie des soirées ont été fréquentées essentiellement par des pratiquants. Selon les soirées on peut estimer la proportion de non pratiquants entre 5 et 40%. Il y faut de l'innovation et du contact personnel
- Que les partenariats sont fructueux, et pas si difficiles à établir, du moment que chacun y trouve son intérêt. Il faut oser, dans la confiance en notre proposition, et dans l'écoute des rêves, objectifs, besoins de notre partenaire comme des nôtres. (cf la stratégie de la bienveillance).
- Qu'une bonne idée doit être accompagnée de beaucoup de travail pour la réaliser et l'exploiter, mais qu'elle est essentielle pour le renouveau de l'Eglise.
- Que l'innovation est un élément clé pour le présent et l'avenir de l'Eglise.
- A la différence d'autres partenariats, le pilotage est resté entre nos mains.
- L'impact de la cuvée de la Réforme est de plusieurs ordres :
  - Une présence médiatique
  - Une image d'ouverture de l'Eglise
  - Une expérience différente hors les murs
  - Un partenariat ouvrant peut-être d'autres partenariats ou des prolongements
  - Un fichier d'adresses
  - Un bénéfice financier grâce au don des vignerons et à une bonne gestion du projet