



ACTA MODERATORIS GENERALIS
SUR
LE SYSTÈME INSTITUTIONNEL
FRASCA

LES BUREAUX NATIONAUX
DIRECTION DE LA COMMUNICATION

PRÉAMBULE

La communication n'est pas une simple vitrine : elle est un acte de mission, de transparence et d'unité. La Fraternité Saint Carlo Acutis, par sa Direction de la communication, annonce la Bonne Nouvelle, rend compte de ses actions, protège sa réputation et rayonne avec intelligence et charité. La Direction de la communication est rattachée au Centre Numérique National et collabore étroitement avec la Délégation nationale, la Chancellerie et l'Aumônerie.

TITRE I – NATURE ET MISSION

Article 1 – Définition

La Direction de la communication est le service officiel de la FRASCA chargé de :

- concevoir, produire et diffuser tous les messages et contenus engageant la Fraternité au niveau national ;
- protéger et valoriser l'image de la FRASCA ;
- assurer la communication interne entre les instances et les membres ;
- contribuer au rayonnement extérieur de la Fraternité.

Article 2 – Mission générale

La Direction de la communication a pour mission de :

1. Publier et gérer les canaux officiels : pages sur les réseaux sociaux, newsletter, chaînes vidéo, communiqués de presse.
2. Assurer la cohérence du message : respect de la ligne doctrinale avec l'Aumônerie et des orientations stratégiques avec le Délégué National.
3. Informer les membres et le public des activités, concours, actions solidaires, distinctions.
4. Protéger la réputation numérique de la Fraternité face aux attaques, rumeurs ou inexactitudes.
5. Former à travers le Centre Numérique de Formation les responsables locaux aux bonnes pratiques de communication.



6. Collaborer avec le Centre numérique national pour tout ce qui relève de l'infrastructure technique site, hébergement, sécurité.

TITRE II – RATTACHEMENT ET ARTICULATION

Article 3 – Rattachement hiérarchique

La Direction de la communication est un bureau spécialisé du Centre numérique national. Elle est placée sous l'autorité du Directeur général du Centre numérique.

Article 4 – Lien avec la Délégation nationale

La Direction de la communication :

- reçoit ses orientations stratégiques du Délégué National via le Directeur du Centre numérique ;
- l'informe préalablement de toute communication majeure engageant l'image nationale de la FRASCA ;
- exécute les campagnes décidées par la Délégation.

Article 5 – Lien avec l'Aumônerie nationale

Tout contenu doctrinal, catéchétique ou liturgique diffusé officiellement doit être soumis à l'Aumônier national ou à son délégué avant publication. L'Aumônerie a un droit de veto sur tout message contraire à la foi ou à la morale catholique.

Article 6 – Lien avec la Chancellerie

La Direction de la communication relaie les distinctions, prix et nominations décidés par la Chancellerie. Elle ne peut anticiper ou modifier une annonce protocolaire sans accord.

TITRE III – DIRECTION ET RESPONSABILITÉ

Article 7 – Le Directeur de la communication

Nommé par le Directeur général du Centre numérique, après avis du Délégué National. Mandat : 3 ans renouvelable.



Article 8 – Profil requis

- Compétence avérée en communication : médias, réseaux sociaux, gestion de crise
- Loyauté envers la FRASCA et la Maison Mère
- Sens de l'Église et respect de la hiérarchie
- Créativité et rigueur

Article 9 – Équipe (si nécessaire)

Le Directeur peut s'entourer de :

- un rédacteur en chef (bénévole ou salarié selon les moyens)
- des community managers (nationaux ou régionaux)
- un graphiste / vidéaste
- des correspondants communication dans chaque délégation

TITRE IV – PRÉROGATIVES

Article 10 – Prerogatives du Directeur de la communication

Dans l'exercice de sa mission, le Directeur de la communication dispose des prérogatives suivantes :

Prérogative	Contenu
Gérer l'ensemble des canaux officiels	Publication, modération, suppression de contenus illicites
Coordonner les équipes de communication régionales	Correspondants diocésains et paroissiaux
Proposer un plan de communication annuel	Validé par le Directeur général du Centre numérique
Recommander des actions correctives	En cas de manquement à la ligne de communication
Répondre aux sollicitations des médias	Avec l'accord du Délégué National pour les sujets sensibles
Représenter son secteur lors des réunions internes	Centre numérique, Délégation nationale, Conseil national
Soumettre des projets de campagne à la Maison Mère	Via le Directeur général du Centre numérique

Article 11 – Accès privilégié

Le Directeur de la communication a accès :

- aux annuaires nationaux ; pour contacter les responsables
- aux informations sur les distinctions par la Chancellerie
- au calendrier des événements nationaux

TITRE V – ORIENTATIONS DE TRAVAIL

Article 12 – Principes directeurs

Le Directeur de la communication veillera à :

Orientation	Mise en œuvre
Transparence et vérité	Pas de rétention d'information utile, pas de fausse nouvelle
Unité du discours	Un seul message officiel ; pas de contradictoire public interne
Bienveillance et respect	Pas d'attaque personnelle, même en réponse à une critique
Mission et évangélisation	Chaque publication doit pouvoir être comprise comme un acte de charité
Protection des données	Respect strict du droit local et de la vie privée

Article 13 – Travail en réseau

Le Directeur anime une communauté de correspondants communication dans chaque délégation diocésaine, afin de :

- remonter les informations locales
- diffuser les campagnes nationales
- former les responsables locaux



TITRE VI – CANAUX ET CONTENUS

Article 14 – Canaux officiels

- Site internet de la FRASCA (parties publiques)
- Pages officielles sur les réseaux sociaux : Facebook, YouTube, WhatsApp ;
- Newsletter électronique
- Communiqués de presse
- Chaîne ou compte officiel pour les vidéos : témoignages, formations, événements

Article 15 – Contenus typiques

- Annonces des concours, distinctions, nominations
- Rapports simplifiés des activités nationales
- Témoignages de membres avec leur accord
- Messages du Modérateur Général ou du Délégué National
- Calendrier des événements spirituels et solidaires
- Appels aux dons ou bénévolat en coordination avec la Trésorerie

Article 16 – Interdictions

Ne peuvent être diffusés sur les canaux officiels :

- Aucune information confidentielle sauf autorisation expresse
- Aucune attaque contre des personnes même extérieures
- Aucun contenu politique partisan
- Aucun contenu contraire à la foi morale catholique



TITRE VII – GESTION DE CRISE

Article 17 – Protocole d’urgence

En cas d’attaque médiatique, de scandale avéré ou faux, ou de crise réputationnelle :

1. Le Directeur de la communication informe immédiatement le Délégué National et le Directeur général du Centre numérique.
2. Aucune réponse publique n’est faite sans validation du Délégué National ou du Modérateur Général pour les affaires majeures.
3. Un communiqué officiel unique est préparé, sobre et factuel.
4. La Direction peut suspendre temporairement certains commentaires sur les réseaux.

Article 18 – Formation à la gestion de crise

Les correspondants communication reçoivent chaque année une formation à la gestion de crise numérique : modération, signalement, procédure.

TITRE VIII – COLLABORATION AVEC LE CENTRE NUMÉRIQUE

Article 19 – Infrastructure technique

Le Centre numérique national :

- met à disposition les plateformes et hébergements site, newsletter
- assure la sécurité des comptes officiels
- forme le Directeur de la communication aux bonnes pratiques techniques

Article 20 – Coordination éditoriale

Le Directeur de la communication travaille avec les autres bureaux du Centre numérique : Formation, Innovation, Solidarité pour :

- relayer leurs actualités
- ne pas créer de concurrence ou de confusion de messages



TITRE IX – FORMATION ET ACCOMPAGNEMENT DES RESPONSABLES LOCAUX

Article 21 – Formation obligatoire

Tout responsable : Délégué, Trésorier, Aumônier, Responsable Commercial doit suivre une formation minimale à la communication dispensée par la Direction :

- règles de base pas de publication personnelle sous le nom FRASCA
- identification des canaux officiels
- conduite en cas de sollicitation médiatique

Article 22 – Charte des correspondants

Les correspondants ; communications diocésaines signent une charte des devoirs : confidentialité, respect de la ligne éditoriale, interdiction de polémiques.

TITRE X – RAPPORTS ET CONTRÔLE

Article 23 – Rapports

Le Directeur de la communication transmet :

- Rapport mensuel au Directeur général du Centre numérique : activités, audience, incidents
- Rapport annuel au Délégué National et à la Maison Mère : bilan, perspectives, budget consommé

Article 24 – Contrôle

Le Commissariat des mœurs peut auditer :

- la conformité des publications avec la morale et les statuts
- l'absence d'abus de pouvoir : refus de publication légitime, favoritisme
- la gestion des commentaires haineux ou diffamatoires



Article 25 – Sanctions disciplinaires

Toute publication non autorisée engageant la FRASCA expose son auteur à :

- un rappel à l'ordre
- une suspension temporaire des droits d'accès
- un signalement au Commissariat des mœurs en cas de faute grave :
diffamation, divulgation de données confidentielles

TITRE XI – RAYONNEMENT ET ATTRACTIVITÉ

Article 26 – Stratégie de rayonnement

La Direction de la communication contribue à l'attractivité de la FRASCA en :

- valorisant les succès des membres :prix, talents, actions remarquables
- produisant des contenus esthétiques, joyeux et professionnels
- utilisant les outils modernes :courtes vidéos, infographies, témoignages authentiques
- participant à des événements inter-associations pour faire connaître la Fraternité

Article 27 – Relations avec la presse

Avec l'accord du Délégué National, la Direction peut répondre à des journalistes ou envoyer des communiqués de presse. Toute interview d'un responsable de la FRASCA doit être coordonnée avec la Direction.

TITRE XII – DEVOIR DE FIDÉLITÉ

Article 28 – Loyauté et sérieux

Cette mission s'exerce dans la loyauté envers la Maison Mère, le sérieux dans le traitement de l'information, la créativité dans les formes, et le respect des orientations du Centre numérique et du Modérateur Général.



Article 29 – Conformité doctrinale

Aucun contenu ne peut être diffusé s'il contredit le magistère de l'Église catholique ou les statuts de la FRASCA. Le Directeur de la communication veille personnellement à cette conformité, avec le concours de l'Aumônerie nationale.

Article 30 – Redevabilité

Le Directeur de la communication rend compte régulièrement au Directeur général du Centre numérique et, pour les questions stratégiques, au Délégué National.

TITRE XIII – DISPOSITIONS FINALES

Article 31 – Entrée en vigueur

Le présent Acta entre en vigueur immédiatement après sa signature par le Modérateur Général. Il abroge toute disposition antérieure contraire.

Article 32 – Adaptation nationale

Le Délégué National peut, avec l'accord du Directeur général du Centre numérique, adapter certains détails opérationnels ; choix des réseaux sociaux prioritaires, fréquence de la newsletter ; aux réalités locales, sans toucher aux principes fondamentaux.

Article 33 – Sanctions

Toute publication intentionnellement mensongère, diffamatoire ou contraire à la foi, commise par le Directeur de la communication ou sous sa responsabilité, expose à une révocation immédiate et à un signalement au Commissariat des mœurs.

Fait à la Maison Mère, le 04/05/2026

Le Modérateur Général

