

Des commerces ravis de jouer le jeu

Bienne Lancés par le Forum du bilinguisme, les autocollants «Ici c'est Bilingue» ont d'ores et déjà séduit une vingtaine de détaillants de la cité seelandaise.



Directrice du Forum du bilinguisme, Virginie Borel observe Ralph Müller, d'AHG-Cars, s'attendant à coller l'un des quatre macarons qu'il a dûment demandés.

Anne-Camille Vaucher

Céline Latscha

Bien décidé à pérenniser la pratique du bilinguisme en ville de Bienne, le Forum du même nom a remis symboliquement, jeudi, ses premiers autocollants «Ici c'est Bilingue» à quatre commerces parmi la vingtaine d'ores et déjà annoncée pour afficher le précieux sésame dans leurs locaux. L'objet atteste ainsi que, dans ces lieux, il y a une réelle volonté à communiquer aussi bien en français qu'en allemand.

Une initiative qui suscite un certain engouement, bien que le Forum du bilinguisme espère que la nouvelle se répande comme une traînée de poudre et que bien davantage répondent à son invitation d'apposer le fameux macaron rouge et blanc. «Nous aime-

rons, entre autres, inciter les cafés-restaurants et les cabinets de santé à se sentir également concernés, et à s'identifier à ces bonnes pratiques dans la communication avec leur clientèle», relève d'entrée de jeu Virginie Borel, directrice du Forum du bilinguisme.

Jeudi matin, afin de «marquer le coup», c'est en petite délégation que celle-ci s'est rendue, en compagnie de Jenifer Zgorsky-Maynard, chargée de projets au sein du Forum du Bilinguisme, du centre-ville à Boujean, afin de déposer officiellement les premiers autocollants.

«Quand nous avons entendu que le Forum lançait une telle action, nous n'avons pas hésité une seconde à nous annoncer. Nous sommes d'ailleurs un exemple frappant de bilinguisme, puisque je suis suisse

alémanique d'origine, et Sébastien, lui, est romand», confie Patricia Langel dans l'univers tout en douceur et en raffinement de leur chocolaterie sise à la place du Ring. Ici, tous deux ont l'habitude de s'exprimer dans les deux langues selon celle choisie par le client, et il n'est pas rare que l'anglais soit également appelé en renfort. «Il y a quand même pas mal de touristes qui viennent visiter la vieille ville de Bienne, en été surtout, et rares sont ceux qui peuvent s'exprimer aisément en français ou en allemand.»

Du chocolatier d'exception aux capots rutilants

Changement de décor et d'univers pour les deux représentantes du Forum du Bilinguisme, qui sont désormais at-

tendues chez AHG-Cars, à la route de Boujean. «J'ai tout de suite annoncé la couleur à tout le monde ici, et leur ai dit que nous devions «subir» un test linguistique», plaisante Ralph Müller, directeur. Une remarque qui fait effectivement sourire lorsque l'on sait que tous les employés en contact avec la clientèle s'expriment parfaitement dans les deux langues, et en maîtrisent bien d'autres en parallèle.

«L'un de nos collaborateurs parle également l'espagnol, l'italien, le portugais et l'anglais. Nous n'en sommes pas tous à ce niveau évidemment, mais nous couvrons tous ensemble un large panel linguistique. Etre à l'écoute de notre clientèle dans la langue qu'elle maîtrise le mieux, cela nous semble même essentiel», poursuit Ralph Müller. Le concessionnaire est même un exemple dans son fonctionnement interne, puisque la maison mère, en se situant à Villars-sur-Glâne, a décidé d'être résolument bilingue. Toute la communication se fait d'ailleurs dans les deux langues. A tel point que Virginie Borel a estimé, lors de cette visite, que celle-ci devrait même se porter candidate au label du Forum du bilinguisme.

Un engouement certain

Galvanisée par cet échange, les deux ambassadrices du Forum se sont remises en piste pour la dernière étape, Nurissa. «Ils ont été les premiers à s'annoncer, il nous semblait important d'aller leur porter leur autocollant en mains propres», explique la directrice du Forum du Bilinguisme.

Ainsi, de Cyclable, qui vient d'ouvrir ses portes à la rue Centrale et a déjà demandé à avoir son autocollant, aux Champs-de-Boujean, le message semble se propager et susciter un engouement certain de la part des commerçants, bien décidés à s'exprimer aussi bien dans la langue de Molière que celle de Goethe.

Caro primée pour son dessin «La pointe de l'iceberg»

Dessin de presse La Nidowienne Caroline Rutz, alias Caro, s'est vu décerner le prix du public de l'exposition Gezeichnet 2023 au Musée de la communication.



Le dessin de Caro a été publié récemment dans les pages du «Matin Dimanche».

Musée de la communication/Caro

«La pointe de l'iceberg» offre une critique percutante du scandale des abus dans l'Eglise catholique, suscitant une réaction émotionnelle palpable, peut-on lire dans le communiqué du Musée de la communication de Berne. Avec le plus grand nombre de voix du public, le travail de Caro a été désigné caricature de l'année.

Le dessin de la Nidowienne montre des enfants de chœur assis sur de petites îles au milieu de l'eau: en y regardant de plus près, on remarque que chaque île correspond en réalité à l'extrémité des organes génitaux d'un évêque flottant sous la surface. Son œuvre a été publiée dans les pages du «Matin Dimanche».

Caro s'est spécialisée dans la presse satyrique. Outre «Le Matin Dimanche» et «Vigousse», elle a aussi publié ses dessins dans Le Journal du Jura et le Bieler Tagblatt. «Une victoire amplement méritée», estime Marco Ratschiller, lui-même dessinateur et co-organisateur de l'exposition bernoise.

«Cette œuvre illustre très bien la force du dessin de presse», poursuit-il.

Politique et santé

Au deuxième rang, le public a plébiscité un dessin éminemment politique: «Le prisme du peuple», de Ruedi Widmer. Ce schéma montre comment le prisme de l'Union démocratique du centre détourne le regard du peuple des questions d'optimisation des bénéfices ou de fraude fiscale, pour l'attirer vers une prétendue hystérie du genre ou une obsession du wokisme. A la troisième marche du podium, on retrouve le système de santé. Tom Künzli («TOMZ») associe avec humour la hausse des coûts de la santé aux systèmes de points de fidélité des grands distributeurs.

Une fois par année, le Musée de la communication et l'association Gezeichnet présentent les meilleurs dessins de presse helvétiques dans une exposition très visitée (17'000 personnes). c-ajr

Un essai à jets ouverts à la place Centrale

Bienne Les jets vont être remis en service pour une période de test. Afin de garantir la qualité de l'eau, des échantillons seront analysés à intervalles réguliers.

Les jets d'eau emblématiques de la place Centrale entrent à nouveau en fonction pour une période de test, a annoncé la Ville de Bienne dans un communiqué publié jeudi. Différentes mesures sont mises en place pour assurer la qualité de l'eau, avec des échantillons analysés régulièrement. Cette remise en service répond à une demande

pressante de la population, qui recherche des points d'eau publics, surtout en période de chaleur, poursuivent les autorités biennoises.

Pendant, suite à des critiques concernant la qualité de l'eau des jets de la fontaine de la place Centrale, leur fonctionnement a été interrompu l'automne dernier. La Muni-

cipalité a revu son approche pour répondre aux attentes des habitants tout en garantissant une consommation d'eau responsable et des coûts d'exploitation maîtrisés.

Mesures prises

Après un nettoyage complet et une rénovation ponctuelle des installations, la Ville a procédé à quelques changements: la minuterie des jets ainsi que la commande de remplissage et de vidange du réservoir ont été modifiées, afin d'augmenter l'ap-

port d'eau fraîche. Chaque jour, l'eau du réservoir sera complétée le matin par de l'eau fraîche et vidée en grande partie le soir. Cela augmentera la circulation dans le but d'améliorer sa qualité.

La fontaine sera nettoyée à des intervalles plus rapprochés. Par ailleurs, des échantillons seront prélevés chaque semaine et analysés en laboratoire afin de valider le programme de nettoyage et d'en déterminer la fréquence, conclut le communiqué. c-ajr

PUBLICITÉ

SPORTSOUTLET!

best price for you **FACTORY!**

Grenzstrasse 33 | 3250 Lyss | +41 32 385 10 50 | info@sportsoutletfactory-lyss.ch

sa 30 mars – sa 6 avril 2024

Ouverture de la saison

avec 20% de rabais suppl. sur tout l'assortiment.

(prix net exclus)

«Grandes marques aux meilleurs prix»