

A quel point Coop et Migros sont-ils vraiment bilingues?

Bienne La cité seelandaise est désormais reconnue par la Confédération comme bilingue. La maire Glenda Gonzalez Bassi entend à présent mettre la pression sur les commerces de détail. Et le Forum du bilinguisme lancera un vaste sondage.

Werner De Schepper
Traduction Marcel Gasser

Pour Glenda Gonzalez Bassi, maire de Bienne fraîchement élue, les choses sont claires: maintenant que la ville a enfin, et officiellement, été reconnue bilingue à l'échelon fédéral, elle pourra plus facilement faire pression sur les entreprises actives en ville pour qu'elles mettent réellement en œuvre le principe du bilinguisme dans le monde du travail. La socialiste songe très concrètement aux commerces de détail, notamment aux deux leaders du marché que sont Migros et Coop, dont les filiales biennoises sont gérées depuis la Suisse alémanique.

La maire de Bienne envisage deux champs d'action. D'abord, elle critique le fait que la langue allemande soit généralement privilégiée dans la formation des apprentis et le recrutement du personnel, mais qu'à l'inverse la maîtrise de la langue française, ou du moins sa compréhension, ne soit pas requise. Elle souhaite donc que les gros distributeurs offrent à leurs apprentis une formation dans les deux langues.

Quand le français n'est pas un critère

Devant cette exigence, aussi bien Migros que Coop éludent la question. Dans sa réponse écrite à Ajour, Neda Golafchan, porte-parole de la Coopérative Migros Aare, responsable de Bienne, commence par relever que la ville de Bienne «n'est pas exclusivement francophone». Ensuite, elle précise clairement: «Comme Migros Aare exerce son activité dans les cantons de Berne, Argovie et Soleure, sa langue d'entreprise est l'allemand.»

C'est pourquoi la porte-parole écarte toute exigence d'une éventuelle formation bilingue dans les filiales biennoises. «Quiconque effectue un apprentissage chez nous doit comprendre l'allemand», poursuit-elle. En revanche, les connaissances en français ne constituent nullement une condition préalable.

Chez Coop, Bienne fait partie de la région de vente de Berne. Mais le son de cloche est pratiquement le même. «Lors de l'engagement d'employés formés, nous n'imposons aucune condition préalable pour la maîtrise de l'autre langue», écrit Katrin Schwarzenbach, sa porte-parole. «Et comme l'écrasante majorité de la région de vente de Berne parle l'allemand, la formation des apprentis s'effectue en langue allemande», précise-t-elle.

Dans ses supermarchés biennois, Coop emploie aujourd'hui 11 apprentis «qui ont tous choisi l'allemand comme



Par forcément tous les Romands sauront lire «Miuch u Chäs, vo cremig bis räss».

Werner De Schepper

langue de communication préférée». Quant aux francophones de Bienne, ils doivent faire leur apprentissage en Suisse romande. A l'heure actuelle, trois d'entre eux se forment à La Neuveville, à Sonceboz et à Le Landeron.

Etiquetage et annonces: généralement en allemand

Le deuxième point que la maire de Bienne souhaiterait également améliorer dans les commerces de détail concerne l'étiquetage dans le magasin, les informations sur les produits, les indications sur les offres promotionnelles et les annonces sonores dans le magasin. «Tout se fait majoritairement en allemand, et en tant que consommatrice, cela me dérange personnellement», explique-t-elle. Mais d'une filiale à l'autre, elle observe des différences considérables, «probablement en fonction de la langue maternelle du chef».

Un passage au «Coop Centre Bahnhof» montre en effet que beaucoup de Romands, devant la désignation des produits, ne

comprennent guère que le mot «Bahnhof». Sans compter que certains rayons ne sont indiqués qu'en... dialecte suisse alémanique! Ainsi, un Romand est-il censé comprendre «Miuch u Chäs», affiché en grand et en suisse allemand dans ce supermarché?

Un peu plus loin, l'enseigne du rayon «Fleisch u Würscht» s'approche davantage de l'allemand standard. Ronny Aeschbacher, porte-parole de Coop, a envoyé à Ajour d'autres photos du rayon «Miuch u Chäs», où l'on peut voir «Fruits et Légumes» et «Take Away», avec ce commentaire: «Chez nous, les univers visuels et les pictogrammes sont présents en alternance, en allemand et en français.»

Comme si, pour un Romand, le dialecte et l'allemand littéraire étaient aisément compréhensibles. Quant à «Take Away», il s'agit certainement dans son esprit d'une concession à la langue de Voltaire. Et au gré de la visite, il y a pire en matière d'étiquetage uniquement en langue allemande, notamment dans les rayons Natu-

raline et dans la promotion des journées de la santé Vivavita.

Et même si Migros et Coop écrivent que chez eux les rayons sont étiquetés dans les deux langues, on trouve dans le magasin Migros de la rue de la Gare un immense rayon consacré aux collations, où les produits sont indiqués exclusivement en allemand («Säfte», «Salate») ou en anglais («Cold Snacks»).

Promotions majoritairement annoncées en allemand

Dans chaque supermarché, les actions sont essentielles. Pourtant, dans les filiales biennoises des deux grands distributeurs, les annonces sont généralement faites seulement en allemand. Ainsi, à l'entrée du supermarché de la gare, on trouve un grand rayon réfrigéré, accessible de tous les côtés, avec un article en promotion. On peut y lire l'inscription suivante, en allemand: «20% à partir de deux pièces sur toutes les pâtes à gâteau Betty Bossi, à choix ou en duo.» Au revers du carton, il y aurait eu

toute la place pour écrire l'équivalent en français. Mais non, la langue de cette promotion est l'allemand des deux côtés. De même, la promotion «filets de saumon d'élevage avec peau, en libre-service: à l'achat de deux filets, un offert» n'existe que dans la langue de Goethe. Même tableau cent mètres plus loin, au magasin Migros de la rue de la Gare, en un peu moins grossier. Toutes les étiquettes des divers produits au rayon des salades sont libellées en allemand. Seule consolation: deux d'entre elles portent conjointement la mention «Tiefpreis» et «Prix bas».

Quant aux quatre grandes actions sur le papier ménage et le papier toilette affichées en grand, l'une d'elles, la moins chère, ne figurait qu'en français. Dans leurs réponses aux remarques que nous leur avons adressées concernant leurs filiales biennoises, Migros et Coop écrivent toutefois qu'ils prennent les réactions de la clientèle très au sérieux et qu'ils sont toujours ouverts à l'idée de procéder à des améliorations

”

Cette semaine encore, je me trouvais à Manor. Toutes les annonces sonores se faisaient en allemand.



Virginie Borel
Directrice du Forum du bilinguisme

«là où c'est possible et pertinent». Directrice du Forum du bilinguisme, Virginie Borel fait le même constat depuis des années. «Cette semaine encore, je me trouvais à Manor: toutes les annonces sonores se faisaient en allemand», déplore-t-elle. Le Forum a déjà tenté plusieurs fois d'aborder ces questions avec les grands distributeurs. Maintenant que le bilinguisme de Bienne a été reconnu à l'échelle fédérale, Glenda Gonzalez Bassi entend les remettre sur le tapis.

Le Forum du bilinguisme annonce un vaste sondage

En 2018, le Forum et Erich Fehr, alors maire de Bienne, avaient souhaité inviter à Bienne Fabrice Zumbrunnen, à l'époque patron de Migros Suisse, pour un débat. Il s'était contenté d'une réponse écrite et avait transmis le dossier à la coopérative régionale Aare qui, de son côté, avait carrément snobé Bienne: «Nous ne jugeons pas nécessaire que notre directeur, Anton Gäumann, participe pour l'instant à un atelier.»

Virginie Borel entend désormais procéder à un vaste sondage dans le commerce de détail, afin de savoir avec précision comment le bilinguisme y est vécu et appliqué. Elle espère également qu'il y aura davantage de commerces qui utiliseront le label du bilinguisme. «Le sondage sera lancé ce printemps, pour autant que le comité du Forum approuve le projet», conclut-elle.