

Les communicants hors de Bienne sont partagés

Votation communale Les Biennois se prononcent, dimanche prochain, sur la révision du Règlement sur la réclame de la Ville. Des associés d'agences de communication s'expriment sur le bilinguisme et l'aspect sécuritaire du texte soumis.

Alexandre Wälti

Le bilinguisme pourrait bientôt s'afficher davantage sur les panneaux publicitaires biennois. Avec la votation du 18 juin sur la révision totale du Règlement sur la réclame, les habitants de la cité seelandaise se prononcent notamment sur ce qu'ils souhaitent voir dans l'espace public. Des associés d'agences publicitaires hors de Bienne expliquent les avantages et désavantages d'une communication en deux langues au moment de développer un concept publicitaire.

«Au niveau textuel, le bilinguisme représente un défi important durant la création et peut diluer le message d'origine que nous identifions avec les clientes et clients. En revanche, la prise en compte des deux langues peut avoir du sens dans une ville dont l'identité est bilingue», explique Jeremy Simonet, associé et fondateur de l'agence de communication neuchâteloise Neue, travaillant actuellement sur une campagne bilingue pour la Confédération.

Traduire peut enrichir

Sans valeur de loi devant la justice, la réglementation soumise aux Biennois, dimanche, s'applique uniquement aux supports nécessitant un permis de construire, comme certaines publicités numériques et les enseignes d'entreprises. Elle doit par ailleurs, mieux sécuriser certains points chauds pour les automobilistes ou les habitants. L'objectif est d'actualiser un règlement datant de 2002 et de prendre en compte de nouvelles formes de réclames.

«Nous travaillons dans un canton avec deux langues. Cette



Des affiches dans les deux langues pourraient devenir obligatoires après la votation municipale du 18 juin.

Carole Lauener

particularité est ainsi prise en compte dès le début d'une campagne», ajoute Cécile Balagné Godel, fondatrice et associée de l'agence fribourgeoise Mint, travaillant notamment avec l'Etat de Fribourg. «Dans un pays plurilingue, il est important de prendre en compte la diversité linguistique au moment de penser une campagne d'affichage ou un site internet.»

Les communicants voient certains points positifs à l'obligation du bilinguisme, inscrit à l'article 5 du nouveau règlement. «La traduction, si elle est réalisée par des professionnels, peut enrichir le message initial, peu importe la langue d'origine», relève Jeremy Simonet. Le Neuchâtelois est également convaincu que «l'inclusion de toute la population est primor-

diale. C'est plutôt une bonne chose pour les Biennois, moins bien pour les communicants».

Un volet sécuritaire

L'associé de l'agence Neue voit aussi un aspect éducatif à la mesure. «Il est important d'entretenir une telle particularité. Si l'on voit de plus en plus d'affiches dans les deux langues, alors les habitants peuvent s'y iden-

tifier davantage.» Pour Michael Kamm, directeur général de l'Agence Trio, à Lausanne, l'obligation d'afficher en allemand et en français n'est pas idéale. «Pour une affiche, le texte doit être court et percutant pour toucher les gens. Nous sommes actifs sur certaines campagnes nationales. Dans ce type de projet, les slogans et les visuels sont toujours différents d'une

”

L'affichage ne doit jamais entraver la sécurité routière.

Michael Kamm

Directeur général Agence Trio

langue à l'autre. Simplement parce qu'on ne s'adresse pas de la même manière aux différentes communautés linguistiques.» Il complète: «Les entrepreneurs doivent pouvoir choisir s'ils souhaitent communiquer en deux langues séparées, ou de manière bilingue.»

Hormis le bilinguisme, la révision du règlement biennois veut restreindre les réclames numériques. «La Ville peut également imposer des exigences plus strictes dans les permis de construire lorsque la publicité lumineuse va à l'encontre de la sécurité routière ou de la protection du paysage ou des sites construits», lit-on dans le message officiel. Les nouvelles dispositions visent, par exemple, «à éviter les effets d'éblouissement» ou tout dérangement «susceptibles de provoquer des distractions dangereuses».

Face à cet aspect du texte soumis aux Biennois, Michael Kamm se montre moins catégorique. «L'affichage ne doit jamais provoquer des problèmes de sécurité routière ni être trop envahissant pour les habitants. Il est important de bien définir les emplacements pour les réclames numériques et lumineuses.»

La population biennoise profitera des terrasses un peu plus longtemps

Bienne Cet été, la Ville va tester l'extension des horaires en terrasse les vendredis et samedis. Au lieu de 0h30, les clients pourront rester jusqu'à 1h30.

Robin Niedermaier
Yvan Wildhaber

Les terrasses des établissements de l'hôtellerie-restauration du centre-ville de Bienne s'ajoutent désormais à la liste de certaines villes suisses, telles que Bâle, Berne et Zurich, en prolongeant leurs horaires d'ouverture jusqu'à 1h30 les vendredis et samedis soir, dynamisant ainsi l'offre nocturne pour la population.

«Nous avons déjà observé ce phénomène dans d'autres villes, ce qui a été confirmé lors de nos discussions avec nos homologues. De plus, nous avons reçu plusieurs demandes concrètes de restaurants du centre-ville de

Bienne qui souhaitent obtenir une extension des heures d'ouverture», explique André Glauser, délégué à la sécurité de la Ville de Bienne, au micro de Canal 3.

Ce projet répond également à la demande croissante des Biennoises et des Biennois qui souhaitent prolonger leur moment convivial en terrasse, profitant ainsi du beau temps sans se hâter de rentrer chez eux. «De plus, une autre raison est économique: les tenanciers pourront vendre quelques boissons supplémentaires.»

Cette réglementation sera mise à l'épreuve à partir du vendredi 7 juillet jusqu'à la fin du mois d'août, servant ainsi



La phase pilote s'étend du vendredi 7 juillet au samedi 26 août. Archives

de période d'essai. Par la suite, une évaluation en collaboration avec les restaurateurs déterminera si cette extension est viable à long terme, en fournissant par ailleurs des données sur des aspects essentiels tels que les plaintes liées aux nuisances sonores et la gestion des déchets urbains.

«Nous avons recueilli des réactions positives des autres villes et il semblerait qu'il n'y ait en réalité pas d'augmentation de plaintes concernant les nuisances. Au contraire, le bruit semble se concentrer principalement sur les terrasses et évite ainsi de se propager dans toute la ville», conclut, avec optimisme, André Glauser.

Dans un périmètre bien défini

L'extension des horaires en terrasse concerne les établissements d'un périmètre précis. Sont incluses: les rues de la Gare, Bendicht-Rechberger, d'Aarberg (entre la place du Général-Guisan et la rue Albrecht-Haller), des Marchandises (entre la place Guisan et la rue de l'Argent), Centrale (entre le Pont-du-Moulin et la rue des Marchandises), du Canal, Jean-Sessler, du Marché et celle de Nidau, ainsi que la place Guisan dans son ensemble. Il sera en revanche interdit de diffuser de la musique.