

🏠 Accueil / Actualité / Après Genève, voici que le média "affichage" est menacé à Bienne!

Actualité

## Après Genève, voici que le média "affichage" est menacé à Bienne!

Victoria Marchand ✉ - 5 minutes plus tôt

📖 3 minutes de temps de lecture



Le comité « Non au règlement sur la réclame », de la Ville de Bienne s'est présenté ce matin à la presse. Il est composé d'associations publicitaires nationales ainsi que de partis locaux (UDC, PLR, PVL, PRR), de l'Union du commerce et de l'industrie, de PME biennoises et d'autres représentants, comme le Club de hockey sur glace de Bienne (HCB). Le comité représente les opposants et opposantes au règlement communal sur la réclame qui veut promouvoir la valorisation de la diversité et critiquent en particulier l'obligation du bilinguisme contenu dans l'article 5 du nouveau règlement qui ne fait pas référence qu'aux panneaux de signalisation et autoroutiers ou aux informations officielles bilingues, mais aux enseignes (lumineuses) ainsi qu'aux surfaces publicitaires commerciales. Ce texte sera soumis au vote le 18 juin 2023.

### **Quid de la question linguistique ?**

Biel-Bienne est connue pour être une ville bilingue allemand/français. Toutefois bien d'autres langues sont parlées dans la ville. Aujourd'hui environ le tiers des affiches à Bienne sont conçues en français et les deux tiers en allemand. Or, cette proportion n'est pas encore suffisante pour les responsables de la ville de Bienne qui veulent arriver à un 50-50 via l'« Article 5 » .

« Cet article va trop loin, a expliqué Roland Ehrler, directeur de la SWA et codirecteur du comité d'opposition. On exige désormais de l'économie locale et nationale que les affiches à Bienne soient « impérativement » conçues dans les deux langues officielles, à savoir le français et l'allemand. D'autres langues, comme l'italien ou l'anglais, seraient ainsi de facto interdites.

Où plus emblématique pour la Ville, ce serait la fin du slogan du HCB : « Ici c'est Bienne ! ». Celui-ci devrait désormais toujours être traduit en allemand : « Hier ist Biel ! » Cela n'a aucun sens et n'est absolument pas souhaitable. Des entreprises, telles que Nespresso (« What else ? »), Omega (« Mission to Moon ») ou Nike (« Just do it ! »), qui conçoivent leurs accroches publicitaires en anglais pour le monde entier, seraient également concernées. « Les auteurs n'ont probablement pas pensé à cela et s'étonnent maintenant quelque peu de la résistance d'un comité interpartis, de l'économie et même du HCB », explique Nadja Mühlemann, directrice de l'AWS et codirectrice du comité d'opposition.

Bien que ces arguments aient été mis en avant ces dernières années dans les recours déposés par des associations contre la ville, l'administration n'a pas retiré du règlement « l'Article 5 contraignant » sur le bilinguisme et n'était pas prête à faire le moindre compromis à cet égard.

Il appartient donc maintenant à la population biennoise, ouverte sur le monde, de décider s'il y aura encore à l'avenir des affiches et des réclames dans d'autres langues à Bienne et si des slogans unilingues comme « Ici c'est Bienne » seront bientôt interdits.

### **Problématique considérée sous cinq angles différents**

Le comité combat l'obligation du bilinguisme et plaide en faveur des cinq mesures suivantes :

#### **1. Préserver la liberté linguistique et artistique**

Le nouveau règlement sur la réclame constitue une atteinte aux droits fondamentaux constitutionnels et viole le principe de proportionnalité à plusieurs égards. Même un slogan comme « Ici c'est Bienne » devrait être traduit parallèlement en allemand « Hier ist Biel ». Les affiches en italien, en anglais ou dans d'autres langues seraient interdites.

#### **2. Le bilinguisme doit rester facultatif**

Des personnes cosmopolites originaires de 120 pays différents vivent à Bienne et parlent 70 langues différentes. Cette diversité est basée sur la tolérance et mérite le respect. L'obligation d'utiliser deux langues officielles pour les réclames produit l'effet inverse.

#### **3. Éviter les coûts pour le commerce local**

Le nouveau règlement sur la réclame oblige les annonceurs à faire de la publicité dans deux langues, même si, pour certaines raisons, ils ne veulent communiquer que dans une seule langue et atteindre un groupe cible choisi.

#### **4. Assurer les recettes publicitaires biennoises**

Le comité part du principe que les restrictions du nouveau règlement sur la réclame entraîneront une diminution des publicités à Bienne et généreront donc moins de recettes pour la ville.

#### **5. Mettre fin à la police de la réclame**

Ceux qui prescrivent le bilinguisme dans les règlements pour les affichages doivent également contrôler le bilinguisme pour s'assurer qu'il est bien respecté, sans quoi il y aura de l'arbitraire de la part des autorités. Nous disons NON à de nouveaux contrôles et à une police de la réclame.

### **Plan média**

La campagne « Pas de contrainte linguistique à Bienne » s'engage pour la diversité et l'ouverture au monde. Elle démarre fin mai avec des affiches et des spots numériques, des flyers d'information seront envoyés dans tous les ménages biennois. Les 3 et 10 juin, des stands réunissant des représentants du comité d'opposition se tiendront sur la place centrale et à la gare CFF de Bienne. Un [site Web](#) offre des informations approfondies et des voix personnelles du comité interpartis.