

BIENNE

Publié 25 avril 2023, 06:51

Publicités obligatoirement bilingues: «Pas admissible»

Les professionnels de la pub sont opposés à l'obligation de diffuser les annonces dans les deux langues officielles.



par
Vincent Donzé



211



20



5



Pour une même manifestation, le français d'un côté...
[lematin.ch/Vincent Donzé](https://lematin.ch/Vincent_Donze)

Rendre la publicité obligatoirement bilingue dans l'espace public, telle est la volonté des autorités biennoises. Une modification du règlement sur la réclame sera soumise dans ce sens jeudi prochain au Conseil de Ville (Législatif), avant une votation prévue le 18 juin 2023. Avant cette double échéance, les professionnels de la pub haussent le ton: «Cela constitue une atteinte au droit fondamental et n'est pas admissible».

Dans une prise de position diffusée en deux langues ce lundi, les associations «AWS Publicité extérieure Suisse», «KS/CS Communication Suisse» et «Association suisse des annonceurs ASA» combattent l'article 5 relatif à l'obligation de bilinguisme. L'ASA a formulé une opposition lors de la mise au dépôt public, tout comme la «Société d'affichage APG|SGA», en tant qu'entreprise de publicité extérieure mandatée par la Ville de Bienne.



Le bilinguisme va de soi pour une entreprise de la place.
[lematin.ch/Vincent Donzè](http://lematin.ch/Vincent_Donzè)

Si le bilinguisme devenait imposé, les associations professionnelles s'attendent à de «vastes et coûteuses» répercussions pour les annonceurs locaux et nationaux. «Ils préféreront renoncer à diffuser de la publicité extérieure dans cette ville», prévoient ces associations, en évoquant une «interdiction publicitaire biennoise unique à l'échelle internationale».

Pour ses opposants, le nouveau règlement sur la réclame est incompatible avec la liberté économique, la liberté de publicité, la liberté d'opinion et la liberté artistique garanties par la Constitution fédérale. En exigeant que «toutes les réclames doivent être conçues dans les deux langues officielles, conformément au principe du bilinguisme consacré par la Constitution cantonale et pratiqué à Bienne», l'article 5 violerait le principe de proportionnalité «à divers égards», selon les publicitaires.

«La publicité cherche à susciter des émotions, et ce, en quelques secondes», insistent les recourants. Pour la majorité des annonceurs, il n'est pas judicieux de concevoir une campagne franco-allemande séparée pour la ville de Bienne. «Il est souvent impossible d'appliquer de manière judicieuse le bilinguisme», disent-ils en évoquant des messages brefs et frappants, des jeux de mots et des anglicismes.

«Ces restrictions entraîneront une diminution du nombre de campagnes réalisées dans la ville de Bienne», préviennent les associations actives dans la publicité. Les grands donneurs d'ordres comme les marques de luxe, le commerce de détail, les télécommunications, l'industrie automobile et les assurances «auront désormais plutôt tendance à éviter Bienne qu'à créer une affiche bilingue supplémentaire exprès pour la ville», est-il indiqué.



La signalisation officielle est bilingue dans l'espace public.
lematin.ch/Vincent Donzé

Les associations publicitaires revendiquent un bilinguisme «volontaire» en insistant sur la liberté d'expression et la liberté artistique. «Dans le secteur de la publicité extérieure, la liberté économique est particulièrement importante: avec d'autres droits fondamentaux, elle garantit la liberté de communication sociale, politique et commerciale», disent-elles en faisant une différence entre multilinguisme individuel et institutionnel.

Ainsi, la SGA recommande à sa clientèle de fournir au moins 30% du contenu de ses campagnes publicitaires pour Bienne en langue française. Cette incitation conduirait les annonceurs nationaux et internationaux à miser davantage sur des messages publicitaires «percutants en deux langues», avec un placement géographique spécifique.