

ACCUEIL > SUISSE **1** Réservé aux abonnés

Bienne se déchire sur les publicités bilingues

Les Biennois voteront le 18 juin sur un nouveau règlement précisant que toutes les réclames sur les panneaux d'affichage doivent être conçues en français et en allemand. Le débat est émotionnel et même le HC Bienne s'oppose à ce texte



Selon les dirigeants du HC Bienne, ils ne pourraient plus conserver leur slogan uniquement en français si le nouveau règlement sur la réclame était accepté. — © PETER KLAUNZER / KEYSTONE



Vincent Bourquin
rédacteur en chef adjoint

Publié le 04 juin 2023 10:58. Modifié le 12 juin 2023 14:35.



Après s'être rassemblés derrière le HC Bienne, les Biennois se divisent autour des publicités. Doivent-elles toutes être en français et en allemand sur les panneaux d'affichage de la ville? Une question simple, qui déchaîne les passions. Le 18 juin, les habitants de la plus grande ville bilingue du pays devront dire s'ils acceptent ou non la révision d'un règlement datant de plus de 20 ans. La plupart des changements sont cosmétiques ou techniques, mais un point crée des frictions: «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».

«La dictature du bilinguisme»

Ce règlement, accepté par le Conseil de ville et validé par le canton, suscite d'importantes contestations dans cette cité où vivent 57% de germanophones et 43% de francophones. L'ancienne municipale Silvia Steidle a ouvert les feux en publiant sur les réseaux sociaux une prise de position extrêmement virulente: «Quand le bilinguisme se fait dictature... Ou quand la gestion technocratique d'une ville devient castratrice.» La radicale romande ajoute: «Il y a 50 ans, sur la pancarte d'une discothèque de Bienne, on pouvait lire: «Interdit aux chiens et aux Italiens». Aujourd'hui, je refuse le nouveau règlement sur les réclames qui implique une forme de patriotisme outrancier qui me met mal à l'aise. Car le bilinguisme biennois n'est pas un drapeau devant lequel on doit se pâmer! C'est un encouragement à la curiosité, la connaissance et l'ouverture.»

A Bienne, cette déclaration a suscité de vives réactions, d'autant que Silvia Steidle était encore membre de l'exécutif au moment où ce règlement a été adopté. Dans son texte, la candidate du PLR au Conseil national a encore écrit: «Au nom du bilinguisme, à Bienne les «farfalles» deviendront «Krawättli» et autres «papillons» sur les affiches publicitaires!» Réplique du maire Erich Fehr: «C'est vraiment regrettable car elle utilise des arguments faux. Quant à savoir si c'est acceptable qu'une ancienne municipale s'implique dans une campagne cinq mois après sa démission, c'est une question de choix personnel.»

Opposition du HC Bienne

Une autre prise de position a surpris, celle du HC Bienne, qui s'est lancé dans l'arène politique pour s'opposer à ce règlement. Avec un argument choc: un oui obligerait le club à changer son fameux slogan «Ici c'est Bienne» en lui ajoutant «Hier ist Biel». «Cela n'aurait aucun sens, s'agace Stéphanie Mérillat, coprésidente du HC Bienne. Ce nouveau règlement alourdit pour alourdir, si un message est plus spontané dans une seule langue, il faut le garder ainsi. Je trouve vraiment dommage de vouloir rendre obligatoire cette pratique.» Elle n'est d'ailleurs pas choquée qu'il y ait davantage de publicités en allemand qu'en français. «C'est normal puisque les Alémaniques restent les plus nombreux. Vivre le bilinguisme, c'est comprendre la langue de l'autre et cela fonctionne très bien à Bienne.» La coprésidente du HCB se dit surprise de la tournure prise par ce débat: «Cela soulève des émotions et des territorialités inattendues».

Appel au calme du maire

Selon le maire Erich Fehr, le durcissement de la campagne serait dû au fort engagement des organisations faïtières, comme l'Association suisse des annonceurs, qui font du non une question de principe. Et le fidèle supporter des rouge et jaune insiste: «Ici c'est Bienne, c'est un slogan, il n'est pas concerné. Je ne comprends vraiment pas la position du club qui, durant la phase de consultation, n'avait rien dit.» Le socialiste en appelle au calme et à des solutions astucieuses comme le célèbre panneau d'un café biennois, le Sporting: «Ouvert le Sonntag!»

Lire aussi: [Stéphanie Mérillat, la passion du hockey et de la vie](#)

Au vu de la tournure que prend la campagne, le Conseil municipal a décidé de publier mercredi, exceptionnellement, une communication officielle pour répondre aux propos «erronés» des opposants. Il rappelle ainsi que seuls les panneaux publicitaires nécessitant un permis de construire devraient être bilingues. La municipalité insiste aussi sur le fait que les affiches ne devraient pas forcément être en version bilingue, la moitié d'entre elles pourrait être en français et l'autre en allemand.

A lire aussi: [Erich Fehr: le maire d'une ville toujours plus romande](#)

Gauche et droite romandes divisées

Sur le plan politique, pas de divisions linguistiques, seulement partisans. La droite dit non, la gauche oui. Le Parti socialiste romand affirme que «le bilinguisme ne tombe pas du ciel: certaines règles sont nécessaires pour assurer un environnement équilibré entre l'allemand et le français». La droite, elle, craint qu'une trop grande restriction ait des conséquences économiques pour la ville, car des annonceurs renonceraient à être présents sur les murs de la cité seelandaise. De son côté, le Parti radical romand dit soutenir la promotion du bilinguisme, mais selon lui ce règlement n'est pas la bonne solution: «La liberté économique doit prévaloir, car il serait inapproprié de dicter aux entreprises la manière dont elles doivent mener leurs activités publicitaires.»

Le maire de Bienne craint-il que cette campagne crée des tensions entre Romands et Alémaniques? «Je ne l'espère pas, mais si c'était le cas, la responsabilité en reviendrait au Parti radical romand et au Forum du bilinguisme qui ne soutiennent pas, ou avec un frein à main, ce projet, malgré des avis très favorables dans un premier temps.»