

La publicité bilingue fait débat à Bienne

Le nouveau règlement biennois sur la réclame est soumis au vote le 18 juin. Un point fait parler de lui : l'obligation pour les entreprises d'afficher des publicités en français et en allemand



*Dans le nouveau règlement, il est demandé aux entreprises de proposer leur publicité en français et en allemand.
(Photo: illustration)*

01.06.2023 - 14:45

Actualisé le 01.06.2023 - 15:06

 Partager

 Tweeter

 Lien

La publicité est au cœur des discussions à Bienne. La population se prononcera le 18 juin sur le nouveau règlement de la Ville sur la réclame. Un point cristallise les débats : l'obligation pour les entreprises de s'adresser au public alémanique et romand sur leurs affiches. Une mesure pour favoriser le bilinguisme de la cité seelandaise.

Du côté des favorables à ce nouveau règlement sur la réclame, on retrouve le parti socialiste de Bienne et le PS romand. Ce dernier est conquis par l'idée que la publicité se fasse de manière totalement bilingue. Une mesure qui rendrait, selon le PSR, l'identité bilingue de Bienne encore plus forte et qui apporterait plus d'équité dans la répartition des deux langues. Ce qui est très essentiel pour garantir l'équilibre entre le français et l'allemand dans les rues, explique le président du parti socialiste romand Hervé Roquet.

L'argument d'une mesure pour favoriser le bilinguisme biennois ne convainc pas le comité. Il est composé d'agences publicitaires, des partis libéraux-radicaux, verts libéraux et UDC, mais aussi des PME biennoises.

Ils dénoncent une atteinte à la liberté de commerce, car la Ville dicterait aux entreprises comment faire de la publicité. Et pour Silvia Steidle, ancienne conseillère municipale PRR, ce nouveau règlement ne correspond pas au bilinguisme de la ville de Bienne. « Ces publicités ne seraient pas compréhensibles », clame la libérale-radical.

Le comité du oui relativise ces contraintes. « Il s'agit juste de concevoir les publicités dans les deux langues de manière générale », explique Hervé Roquet. Selon le président du PSR, même s'il y a un peu plus d'une langue que de l'autre sur une affiche, elle pourra quand même être considérée comme bilingue.

Actuellement sur les 204 panneaux d'affichage concernés par le règlement, seulement 23% sont en français ou bilingues et tout le reste est en allemand ou même en anglais. Le HC Bienne par exemple utilise la langue de Shakespeare pour ses affiches. Le club de hockey sur glace s'inquiète donc de voir les réclames en anglais disparaître et ainsi, il a rejoint le comité du non. Même s'il n'est pas habitué à s'engager en politique, le HCB relève que cette mesure va directement l'impacter dans ses campagnes d'affichage et cela inquiète le responsable marketing du club. « Si on ne trouve pas des expressions en allemand et en français qui vont toutes les deux, on est presque obligé de trouver une solution en anglais », explique Thomas Burkhardt.

Des inquiétudes que le Conseil municipal de Bienne tente d'apaiser. L'exécutif de la cité seelandaise a précisé cette semaine que les noms propres, marques ou encore slogan ne devront pas impérativement être traduits. Ce qui signifierait par exemple que le HC Bienne pourra toujours utiliser son célèbre cri de ralliement « Ici c'est Bienne ! » dans les publicités sans devoir le traduire. Et ce, même si le oui passe le 18 juin. /lyg-ty-ri