

Agir avant l'école pour maîtriser une langue

Bienne Les autorités de la cité seelandaise veulent encourager davantage l'apprentissage précoce du français ou de l'allemand pour les enfants allophones. Elle a présenté un nouveau programme à cette fin.

Alexandre Wälti

L'objectif est clair: anticiper les difficultés d'apprentissage des langues et d'autres matières avant l'école obligatoire. La volonté de la Ville de Bienne est aussi de permettre à tous les enfants de fréquenter une crèche ou un groupe de jeux pour y apprendre l'une des deux langues locales. Les autorités ont ainsi présenté, mardi, leur nouveau programme «Prêt à partir: français avant l'école enfantine». «Nous devons faire un effort d'intégration pour les allophones», explique Glenda Gonzalez Bassi, directrice de la Formation, de la culture et du sport.

Ces derniers, dont la langue maternelle est aussi étrangère à la communauté dans laquelle ils se trouvent, méritent une attention particulière selon les autorités. «Il y a entre 42% et 45% de petites et petits biennois qui n'ont pas les connaissances linguistiques nécessaires deux ans avant l'école. Il faut identifier ceux qui ont besoin d'un soutien particulier et leur faciliter la transition vers le système scolaire», insiste la conseillère municipale.

Agir le plus tôt possible

Pour préciser encore davantage le contexte dans lequel s'inscrit le programme, Glenda Gonzalez Bassi donne un exemple qui illustre parfaitement la problématique. «Je connais une famille dans laquelle le papa est allemand et la maman du Brésil. Ils s'entretiennent en anglais. A la maison, leur petit entend tout à la fois», détaille-t-elle. «Il comprend des bouts de deux-trois langues, mais ne possède pas une référence linguistique claire et forte par rapport à laquelle il saisisse tout le reste.» Avec 150 nationalités, 160 langues différentes et 35% d'étrangers, la



Les groupes de jeux comme Colibri seront des acteurs importants pour l'apprentissage d'une langue de scolarisation à Bienne. David Torres

citée seelandaise veut favoriser une intégration rapide. «L'encouragement précoce de la langue vaut la peine pour le développement de l'enfant, la performance scolaire, le succès à l'école et le comportement en matière de santé», estime Isabel Althaus, responsable du département

Génération et quartiers. Plus largement, le budget dédié au nouveau programme fait partie de la stratégie de la formation 2023-2026, dont l'un des axes prioritaires est le développement précoce de la langue de scolarisation.

Une enquête sur le niveau linguistique réalisée par l'Uni-

versité de Bâle, à la demande de la Ville de Bienne, montre que les enfants qui fréquentent une crèche ou un groupe de jeux dans leur langue de scolarisation ont de bien meilleures connaissances que ceux qui ne bénéficient pas de telles structures. «Si l'on stimule assez tôt

”
Nous atteignons à présent tous les enfants et pouvons accompagner plus facilement leurs parents.

familles disposant de ressources financières limitées. «Nous avons envoyé le questionnaire de l'enquête à des parents dont les enfants arrivaient en âge d'entrer dans le préscolaire. Le taux de réponse s'est élevé à 80% en 2023, à 83% en 2024. L'intérêt est donc présent pour une telle démarche», souligne Annina Feller, responsable du Service spécialisé de l'encouragement précoce. «Nous atteignons à présent les petites et petits allophones et pouvons accompagner plus étroitement leur famille», complète Glenda Gonzalez Bassi. Les équipes de l'administration biennoise ont notamment envoyé des lettres. Elles y ont recommandé l'inscription en structure parascolaire à certains couples.

Une stratégie plus large

Ce nouveau programme remplace la Maison des langues, créée en 2016. «Cette structure offrait des cours intensifs gratuits, deux matins ou après-midi par semaine, en français ou en allemand, avant l'école enfantine», explique la directrice de la Formation, de la culture et du sport.

Après l'introduction des bons de gardes pour les crèches et de divers soutiens apportés aux groupes de jeux, en 2020, la demande pour le parascolaire a globalement augmenté dans la population. «Voilà pourquoi nous souhaitons à présent agir au sein de ces structures et développer le travail en réseau entre leurs acteurs», appuie Isabel Althaus. «Les enfants profiteront plus longtemps de l'encouragement de la langue de scolarisation.» La responsable du département Génération et quartiers conclut: «En moyenne, 550 enfants sont nouvellement scolarisés par année, à Bienne, dont 200 ont besoin d'un cours de langue intensif et 70 n'ont pas eu accès à un groupe de jeux ni une crèche.»



Glenda Gonzalez Bassi
Directrice de la Formation,
de la culture et du sport

une langue de référence plutôt qu'une autre, alors l'apprentissage de toutes les autres matières est évidemment amélioré», assure Isabel Althaus.

Le programme vise aussi à informer de manière plus ciblée sur la prise en charge extrafamiliale et à en faciliter l'accès aux

Suisse Tourisme braque ses projecteurs sur le First Friday

Bienne L'organisation a jusqu'à présent peu abordé la vie nocturne. Cette tendance évolue avec la promotion de la manifestation dans la vieille ville.

Jusqu'à présent, Suisse Tourisme a surtout mis en avant la diversité du pays à travers ses excursions, ses paysages et ses hébergements, laissant de côté les activités de nuit. Une nouvelle orientation se dessine désormais. Markus Tschannen, porte-parole de l'organisation, détaille les raisons du choix du First Friday dans la vieille ville de Bienne.

Markus Tschannen, pourquoi Suisse Tourisme choisit-il de mettre en avant Bienne et le First Friday?

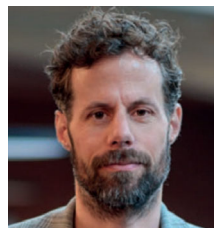
Bienne est heureusement une part intégrante de la diversité suisse – et une très belle part, il faut le dire. Le First Friday illustre parfaitement ce que la Suisse offre en termes de vie nocturne, même en dehors des grandes métropoles.

Bienne et le concept du First Friday sont-ils donc uniques? Assurément, à leur manière. Le First Friday combine ventes nocturnes, événements culturels et une gamme variée de divertissements et de fêtes jus-

qu'aux petites heures du matin. Le bilinguisme et le charme de la vieille ville ajoutent une dimension particulière, rendant la vie de nuit biennoise très attrayante pour les visiteurs.

Où prévoyez-vous de diffuser cette campagne?

Nous diffuserons les vidéos sur nos plateformes numériques principales, en particulier sur YouTube et les réseaux sociaux. Les images et vidéos seront aussi disponibles pour d'autres initiatives marketing. Par exemple,



Markus Tschannen, l'un des porte-parole de Suisse Tourisme. Suisse Tourisme/André Meier

nos 35 bureaux internationaux peuvent utiliser le matériel du First Friday pour promouvoir les

activités nocturnes Suisse ou la destination de Bienne sur leurs marchés respectifs.

Pourquoi Suisse Tourisme décide-t-il de mettre maintenant l'accent sur la vie nocturne, un aspect rarement mis en avant auparavant?

La vie après la tombée du jour fait partie intégrante de l'offre touristique de notre pays. Nous souhaitons accroître leur visibilité pour présenter une image encore plus riche et variée de la Suisse. A travers de telles initiatives, nous visons notamment à attirer de nouveaux publics, à positionner la Suisse comme une destination tout au long de l'an-

née et à orienter les visiteurs vers toutes les régions du pays.

Prévoyez-vous de promouvoir d'autres événements dans le Seeland?

La région du Seeland continue de figurer parmi nos priorités marketing. Récemment, en avril, nous avons mis en avant les Gorges du Taubenloch dans le cadre de notre campagne «Lieux merveilleux». Actuellement, dans notre campagne œnotouristique «Grape Escapes», nous mettons en avant des hébergements à Douanne, sur l'île Saint-Pierre ainsi que le bateau Attila qui navigue sur les trois lacs régionaux. [jw](#)