Chers lecteurs

Autor(en): **Badilatti, Marco**

Objekttyp: **Preface**

Zeitschrift: **Heimatschutz = Patrimoine**

Band (Jahr): **76 (1981)**

Heft 2-fr

PDF erstellt am: **15.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

HEIMAT SCHUTZ

Publication de la Ligue suisse
du patrimoine national
Paraît 6 fois par an
Tirage: 20000 (allemand et
français)
Rédaction: Marco Badilatti
Collaborateurs permanents:
Claude Bodinier, Pierre Baertschi,
Christian Schmidt
Adresse:
Rédaction «Heimatschutz»
Case postale, 8032 Zurich
(tél. 01/252 26 60)
Prix de l'abonnement: 15 fr.
Impression et expédition:
Walter-Verlag AG, 4600 Olten

Au sommaire

Notre but: des villes pour vivre 1
La campagne européenne pour la rénovation urbaine et la contribution de la Suisse.

Problèmes d'un mode de vie 2–4

Les citadins et leur ville 5–10
Que font-ils et que font leurs autorités pour améliorer leur cadre de vie?

Renaissance des quartiers 11–17
La rénovation urbaine à la lumière de cinq exemples suisses.

Rénovation – malgré tout 18–20

Neuchâtel: autoroute et urbanisme 21

Tout sauf ce méli-mélo 22
Un quai de Lucerne à nouveau menacé; entrée en lice du «Heimatschutz».

Non aux télésièges de Leysin 29
Lacunes de procédure et grave atteinte au paysage: recours contre le projet au Conseil fédéral.

Page de couverture: en Suisse, la marque symbolique de la campagne de rénovation urbaine est de l'artiste Celestino Piatti, et met l'homme au centre.

Editorial

Villes et... campagnes

Chers lecteurs,

«Année de la protection de la nature», «Journée de l'environnement», «Année européenne du patrimoine architectural» – et maintenant, au tour de la rénovation urbaine. A telles enseignes, et d'autres encore, le Conseil de l'Europe et l'O.N.U. organisent régulièrement des campagnes internationales autour de certains thèmes. Tantôt il s'agit de protéger l'environnement, tantôt d'améliorer la situation de la femme, ou de l'enfant, ou des handicapés, etc. Que peuvent apporter ces opérations?

Voilà un problème, sur lequel des groupuscules tentent inlassablement et de longue date d'alerter l'opinion, qui devient soudain d'une importance continentale. C'est, déclare-t-on, la tâche du siècle. Elle nous tombe du ciel avec la soudaineté de l'éclair. Vivement, des comités sont constitués, des personnages de haut rang se mettent à disposition (il s'agit en soi d'une excellente chose), pour élaborer des projets de campagne. Les pouvoirs publics puisent une obole dans leurs fonds de réserve. Les inévitables conférences de presse et une table ronde donnent à des «officiels» l'occasion de faire valoir le but visé, fidèles à la recette: davantage de qualité de la vie, de solidarité, d'humanité.

Loin de moi l'intention de m'en prendre à ces manifestations. Elles peuvent avoir tout leur sens et susciter des initiatives auxquelles la communauté, sans cela, ne penserait guère ou même pas du tout. Je ne mets pas non plus en doute la sincérité des intentions de leurs promoteurs. Mais il est une chose qu'il faut dire bien haut, ici encore: dans aucun domaine, on ne peut remédier à de déplorables situations par des campagnes d'information, si celles-ci ne sont pas suivies d'une volonté politique claire et durable des citoyens, traduite en actes par les autorités, à tous les échelons. Ce ne sont pas de belles paroles qui nous vaudront «des villes pour vivre». La nouvelle campagne pourrait obtenir déjà un succès d'attention, si elle parvient à éveiller dans la population le sens de ses responsabilités à l'égard du cadre de vie qu'est la cité.

Marco Badilatti