

Zeitschrift: Habitation : revue trimestrielle de la section romande de l'Association Suisse pour l'Habitat

Herausgeber: Société de communication de l'habitat social

Band: 54 (1981)

Heft: 6

Artikel: Renaissance de la cité : une campagne européenne

Autor: Karasek, Franz / Young, John

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-128356>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 22.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Renaissance de la cité: une campagne européenne

Introduction

Soucieux de promouvoir la qualité de la vie sur le plan européen, le Conseil de l'Europe organise régulièrement des campagnes autour de thèmes particuliers, tels que la protection de la vie sauvage et la conservation du patrimoine architectural. La dernière en date, la *Campagne européenne pour la renaissance de la cité*, a été lancée à Londres en octobre 1980, à l'occasion de la cinquième *Conférence européenne des ministres responsables de l'aménagement du territoire*, et se terminera au début de 1982 au cours d'une importante conférence à Berlin.

Sous le slogan «Des villes pour vivre», la campagne devrait permettre non seulement d'éveiller l'intérêt et l'engagement du public mais aussi d'échanger sur le plan national et international des informations quant aux solutions originales apportées aux problèmes urbains. En outre, elle servira aussi bien à présenter la législation nouvelle qu'à accroître le montant des budgets nationaux consacrés à l'amélioration de la vie dans les villes.

Ces objectifs seront poursuivis au moyen de programmes nationaux et internationaux de conférences, de séminaires et d'expositions, de publications et de matériel didactique, et par des liens étroits avec les organisations non gouvernementales et les médias.

Cinq thèmes formeront une approche commune aux situations urbaines souvent très différentes dans les Etats membres de l'organisation:

- L'amélioration de la qualité de l'environnement urbain.
- La réhabilitation des bâtiments et des logements.
- La création d'activités sociales, pédagogiques et culturelles, et de transports adéquats et d'emplois.
- La réalisation du développement et de la participation communautaire.
- Le rôle des pouvoirs locaux.

La campagne européenne pour la renaissance de la cité

Il est essentiel que nos villes et nos agglomérations se développent en accentuant leur environnement naturel; de prévoir un éventail large et moderne d'installations, de services et

d'emplois à proximité des quartiers d'habitation; d'économiser l'énergie et d'autres ressources importantes, qu'il s'agisse de matières premières, d'espaces verts ou de capitaux; de réduire les dépenses courantes de l'administration locale; de promouvoir la tolérance raciale dans les lieux d'habitation et la vie de la collectivité; de donner enfin aux individus un sens aigu de la participation et de la communauté. La campagne européenne pour la renaissance de la cité tentera de prouver que ces objectifs non seulement doivent mais peuvent être atteints et que l'on a de bonnes chances de gagner la bataille. Dans de nombreux endroits la ville est désormais considérée sous un angle plus favorable. Le rêve des années 60 — un jardin de banlieue, deux voitures et un barbecue — s'est effacé pour faire place à la recherche d'une demeure en ville, qui présente à la fois plus d'attrait et plus de commodité. La campagne contribuera à entériner ce changement d'attitude.

Néanmoins, tout n'est pas aussi simple que cela. Comme le montrent certains des projets mis au point pour la campagne, il existe de grandes différences d'un pays à un autre. Là on cherche à pallier le déclin de la banlieue; ailleurs c'est d'un excès de spécialisation que souffre la ville; ailleurs enfin, c'est l'évolution de l'emploi et des structures industrielles qui pose des problèmes. La transposition des thèmes de la campagne dans la réalité crée d'autres complications. La réhabilitation des immeubles dans le centre des villes est souvent mal acceptée des jeunes, qui aiment pouvoir se loger à bon marché dans ces quartiers. De plus, après avoir déploré pendant dix ans l'exode urbain, on se plaint à présent du reflux vers le centre des villes.

Par ailleurs d'importantes contraintes s'exercent sur la structure de nos villes et sur le mode de vie urbain. L'évolution des mentalités en ce qui concerne l'environnement, l'individu, le foyer, les femmes, la communauté et la famille doit se refléter dans la campagne, qui se trouvera ainsi dynamisée.

Nous sommes convaincus que les thèmes de la campagne examinés par John Young dans l'article suivant constituent une réponse souple et exhaustive à ce phénomène assez répandu qu'est la crise de la cité.

Nous avons besoin de changements radicaux: des transports urbains légers, rapides, intéressants et économiques sur le plan énergétique; un nouveau

système de valeurs en vertu duquel le mérite des citoyens ne se mesurera plus seulement à la valeur de leur travail sur un marché de l'emploi traditionnel; des collectivités plus mélangées afin de réduire les conflits sociaux et raciaux, etc.

Nous avons besoin, par-dessus tout, de plus de démocratie dans les villes. La participation ne consiste pas à offrir aux citoyens le choix entre un certain nombre d'options, plus ou moins acceptables aux yeux de l'administration locale. Elle consiste à amener les citoyens eux-mêmes à élaborer des plans mis en œuvre ensuite par les urbanistes et les architectes, qui sont après tout les serveurs et non les maîtres de la collectivité. Il convient d'entreprendre un processus de renaissance locale et de bien voir que la ville peut et doit être le lieu idéal au plein épanouissement du potentiel humain.

La campagne européenne pour la renaissance de la cité a un dessein audacieux. C'est un appel lancé à tous ceux qui désirent améliorer nos villes: au Conseil de l'Europe, aux comités nationaux et aux citoyens européens de répondre à cet appel. Tout entreprise moins ambitieuse reviendrait à vouloir empêcher un paquebot de sombrer en écopant avec un dé à coudre.

**Franz Karasek,
secrétaire général
du Conseil de l'Europe**

Les thèmes de la campagne

Cinq thèmes principaux, définis par le Conseil de l'Europe, formeront la base d'une approche commune pour la Campagne sur la renaissance de la cité qui est lancée dans les vingt et un pays membres.

Le déclin actuel des villes résulte autant d'un manque de politique que des changements économiques et sociaux. De structures délicates, les grandes villes qui, jusqu'à il y a une trentaine d'années, se sont développées pour répondre aux besoins des hommes, loin de réaliser une utopie, donnent souvent dans le sordide et la laideur. L'erreur des urbanistes d'après-guerre a été de croire qu'ils avaient les moyens et l'imagination nécessaires pour remédier à toutes les erreurs du passé, reconstruire en combinant le dynamisme économique avec la préservation de l'environne-

ment et la justice sociale. Ils ont échoué et nous payons aujourd'hui le prix de leur échec.

En lançant sa campagne pour la renaissance de la cité, le Conseil de l'Europe doit prendre en compte cet échec. L'objectif de l'Année européenne du Conseil de l'Europe pour le patrimoine architectural en 1975 était assez simple; à savoir la protection et la préservation des bâtiments historiques au profit des générations actuelles et futures. La renaissance de villes entières représente un objectif beaucoup plus complexe et ambitieux et soulève des difficultés considérables sur les plans national, régional et local. Les problèmes de Liverpool ne sont pas ceux de Paris, ceux de Turin ne sont pas ceux de Florence.

Les principes de base

Cinq thèmes principaux qui devraient constituer la base d'une approche commune ont été définis par le Conseil de l'Europe.

Le premier concerne l'amélioration de la qualité de l'environnement, ce qui suppose l'adoption de mesures visant à réduire le bruit et la pollution atmosphérique, à préserver et créer davantage de parcs et d'espaces verts, à réviser la qualité de l'architecture et l'implantation de l'habitat.

Pour sortir des généralités le Conseil de l'Europe demande que lors de la planification des espaces verts, les autorités envisagent la création de quartiers piétonniers et des plans de régulation de la circulation ainsi que le recyclage des terrains vagues. Il demande aussi un habitat moins dense dans le centre-ville agrémenté de jardins et de végétation. Le deuxième thème a trait plus particulièrement au logement. On insiste sur la rénovation des bâtiments anciens, considérée comme un principe fondamental de la campagne. Bien qu'il y ait une tendance générale à la réhabilitation, par opposition au processus de démolition et de reconstruction, il existe encore un grand nombre de logements délabrés, surpeuplés et dépourvus du confort nécessaire dans maintes grandes villes.

Le problème des sans-abri, les difficultés liées à la location d'appartements dans les immeubles «gratte-ciel», le rôle des propriétaires particuliers, ainsi que la gestion et la répartition des logements appartenant aux municipalités, seront également des points de discussion.

Le troisième thème, le plus vaste, est intitulé provisoirement «Politiques de création d'équipements sociaux, éducatifs, collectifs et culturels: transports; emploi». Parmi les sujets on peut citer l'examen et la réforme éventuelle des services sociaux, la création d'un plus grand nombre de bureaux chargés d'informer et de conseiller, des projets sociaux à l'intention des enfants des quartiers pauvres, et la fourniture d'un plus grand nombre de services aux groupes défavorisés, comme les familles à un seul parent, et aux minorités ethniques. En ce qui concerne les transports, les

discussions devraient porter sur les méthodes propres à encourager le développement des transports en commun ainsi que sur un examen des itinéraires en vue de déterminer s'ils sont adaptés aux besoins des personnes vivant dans le centre. A propos de l'emploi, le Conseil de l'Europe fait remarquer qu'on pourrait débattre des moyens par lesquels les pouvoirs locaux peuvent encourager les entreprises à demeurer et à se développer dans le centre-ville, des aides aux petites entreprises, et de la transformation de locaux anciens en nouveaux ateliers.

Eveiller les consciences

En quatrième lieu, le programme de la campagne fait mention des méthodes propres à «susciter une conscience communautaire et une participation des citoyens». Cet objectif quelque peu ronflant consiste d'abord à développer la participation du public aux grandes décisions et, en second lieu, à créer un sentiment de responsabilité et de fierté à l'égard de la collectivité. Le second objectif peut paraître trop vague, mais il vise notamment la question de la responsabilité du quartier à l'égard des vieux et des handicapés.

Le dernier thème porte sur la «contribution particulière» que les collectivités locales peuvent apporter à la renaissance de la cité, par exemple l'intervention des services de l'urbanisme, et les aides financières, sous forme de subventions directes ou de dégrèvements fiscaux.

On peut objecter, et on le fera sans doute, que les thèmes de la campagne sont libellés de façon vague et que ce n'est pas du tout le rôle d'un organisme international que de débattre, par exemple, de la manière de stimuler la

fierté et la responsabilité vis-à-vis de la collectivité locale. Par ailleurs, il y aura forcément de très grandes différences d'interprétation et d'accent. Ainsi, le bruit et la pollution atmosphérique peuvent être un problème considérable en Italie, mais ne pas avoir la même importance en Norvège; tout comme celui des espaces verts; il en existe beaucoup dans les villes britanniques, mais très peu dans celles des Pays-Bas.

Des échanges d'idées

L'important est que la campagne offre une tribune de discussion et soit l'occasion d'échanges d'expériences et d'idées nouvelles. Dans le passé, des conceptions beaucoup trop étroites étaient liées à l'urbanisme et ceux qui s'en occupaient se contentaient de manifester un intérêt poli pour l'évolution dans d'autres pays, tout en faisant remarquer que la situation nationale était totalement différente et que des solutions satisfaisantes à Genève ne pourraient jamais être satisfaisantes à Helsinki, et vice versa.

L'Europe doit sa puissance économique et sa supériorité culturelle à ses villes. Ces mêmes villes sont plus ou moins gravement menacées par des changements qui n'ont pas été prévus. On ne peut inverser ces changements, mais leurs effets peuvent être tempérés et réorientés.

A moins de mener dès maintenant une action concertée pour enrayer le mal, nous serons forcés de reconnaître que tout en continuant d'exister, la ville a perdu son utilité.

John Young
Correspondant du «Times»
pour les questions d'urbanisme,
Londres

En Suisse, la Campagne pour la renaissance de la cité

Le Conseil fédéral a décidé en septembre 1980, de la participation de la Suisse à la Campagne d'information pour la renaissance de la cité dans le cadre du Conseil de l'Europe. Cette campagne durera jusqu'en février 1982. Elle a pour but: l'amélioration de l'environnement urbain, ainsi que l'encouragement des activités sociales, culturelles et économiques. Les promoteurs de l'action en Suisse sont: la Confédération, les cantons, les communes et les autres intéressés.

Les problèmes des villes suisses sont nombreux: l'exode des familles avec les petits enfants dans les banlieues avec les conséquences sociales et économiques que cela comporte, l'augmentation croissante de la pollution environnementale due au trafic, la restauration des quartiers, etc. Environ la moitié de la population suisse habite dans des agglomérations urbaines. La question «Comment voulons-nous vivre dans nos villes?» est brûlante d'actualité. Comité national suisse de la Campagne européenne pour la renaissance de la cité

Président: Dipl. Ing. Urs Widmer, syndic de Winterthur, 8400 Winterthur.
Secrétaire: Erwin Bischof, 3001 Berne, tél. (031) 22 26 96.