

Zeitschrift:	Heimatschutz = Patrimoine
Herausgeber:	Schweizer Heimatschutz
Band:	100 (2005)
Heft:	1: 100 Jahre ans anni ons : 1905-2005
Artikel:	L'écu d'or ou la bonne fortune d'une improvisation : à quelque chose malheur est bon
Autor:	Bidilatti, Marco
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-176145

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: 24.02.2026

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

A L'ORIGINE DE L'ECU D'OR

Panorama d'une Suisse digne de protection
 Dès sa première édition en 1946, la vente de l'Ecu d'or, trait d'union interrégional et interlinguistique, eut comme cadre de référence la nation en tant que « communauté politique avancée ». Même si les différents intervenants qui participèrent à la vente de l'Ecu d'or formaient un groupe hétérogène de personnes qui ne se rencontraient ni ne se connaissaient directement, ils agirent comme s'ils appartenaien à une communauté en soutenant, par leur action, la protection de la nature, du paysage et du patrimoine. Dans la période d'après-guerre lorsque l'unité de la nation semblait encore menacée par des tensions internes, la vente de l'Ecu d'or eut un effet intégrateur, stabilisateur pour le pays. Après plusieurs éditions, le cadre de référence national de la vente de l'Ecu d'or permit d'affirmer la dimension nationale des efforts de protection demandés, tout en contribuant bien sûr aussi à améliorer l'organisation des ventes. D'ailleurs, dès 1950, la commission responsable de l'Ecu d'or prit la décision de choisir un thème phare pour chaque campagne. Ces projets devaient constituer des tâches d'importance nationale, susceptibles de mobiliser toutes les bonnes volontés du pays... La nature, le paysage et la nation que la politique culturelle de la Confédération avait étroitement liés dès les années 1930 constituèrent le fondement du discours de protection qui fut transmis par les campagnes de l'Ecu d'or.

La prise de conscience des tâches d'importance nationale à travers des thèmes ou des objets phares produisit, au fil du temps, et malgré la spécificité relative de chaque procédure de sélection, un panorama des lieux à protéger en Suisse qui donna corps à l'esprit de protection. Les campagnes de l'Ecu d'or mettent en évidence les valeurs culturelles à sauvegarder – les campagnes qui se succèdent renforcent cette mise en valeur et les présentent comme les racines de la culture et des particularités suisses. Le panorama final donne l'image d'une Suisse digne de protection, d'un pays alpin, essentiellement rural, doté de structures sociales pré-modernes et de liens communautaires qui remontent au pacte de 1291.

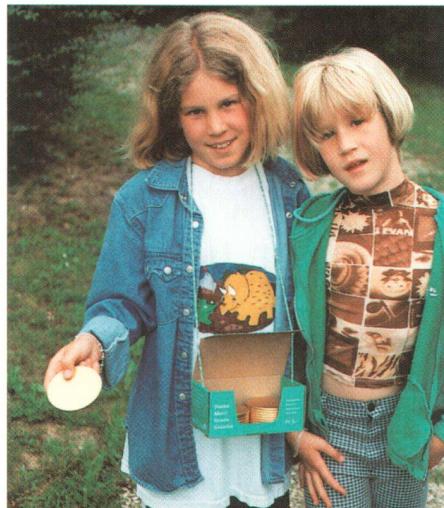
Madlena Bundi, lic.ès lettres, historienne, Zurich, in « Goldene Schokolade. Die Taleraktionen von Heimat- und Naturschutz 1946-1962. Travail de licence à l'Université de Zurich, non publié, 2001 »

AUJOURD'HUI

L'Ecu d'or ou la bonne fortune d'une improvisation

A quelque chose malheur est bon

ti. Récolter des fonds, sensibiliser, favoriser un esprit d'entraide. Depuis six décennies, la vente de l'Ecu d'or est, pour Patrimoine suisse, la campagne phare qui se taille l'un des plus grands succès. Qui en a eu l'idée? Comment s'est-elle développée? Que rapporte-t-elle? Bilan intermédiaire d'une grande entreprise à terme.



Depuis près de 60 ans, notre jeunesse s'engage, par la vente de l'Ecu d'or, pour la protection du patrimoine et de la nature
 (archives Ecu d'or)

« A quelque chose malheur est bon », dit le proverbe. Effectivement, en 1945, la situation était dramatique lorsque le Secrétaire général de Patrimoine suisse, Ernst Laur, eut l'idée de vendre dans la rue des pièces en chocolat emballées dans du papier doré et d'utiliser le bénéfice des ventes au profit de la protection du patrimoine et de la nature.

Tout a commencé à Sils

Dès la fin du XIX^e siècle, les projets de captage de l'eau du lac de Sils, en Haute Engadine, revenaient sans cesse sur le tapis; ils visaient à alimenter les turbines hydrauliques du Val Bregaglia. Les défenseurs de la nature s'y opposaient parce qu'ils craignaient que ce lac de montagne idyllique ne se transforme en un bassin artificiel d'accumulation. En 1945, ils réuss-

sirent à persuader les communes propriétaires de Sils et Stampa de négocier un contrat de protection du lac et de ses rives. En guise de compensation du manque à gagner des recettes des concessions et des droits d'eau, les amis du lac de Sils s'engagèrent à collecter une somme de 300 000 francs en deux ans. Il ne fallait rien attendre des caisses vides des collectivités publiques. Seul l'adage « aide-toi, et le ciel t'aidera » permit de trouver la solution, à savoir la vente de l'Ecu d'or.

Le Conseiller fédéral Walter Stampfli et ses services responsables du rationnement et de l'approvisionnement en cas de guerre furent séduits par cette idée et firent cadeau de 25 tonnes de chocolat rationné. L'opération fut mise sur pied en deux mois seulement. Les fabricants de chocolat durent organiser des équipes de nuit pour garantir les délais de livraison très courts. Il fallut réunir des bonnes volontés pour assurer la vente dans les 24 cantons. Toutefois, il était important d'assurer un réseau de distribution dans l'ensemble du pays. « L'impossible » arriva et 823 420 Ecus d'or furent écoulés les 9 et 10 février 1946 dans l'ensemble du pays. Le lac de Sils fut sauvé et, à partir de cette date, Patrimoine suisse (à l'époque: Ligue suisse du patrimoine national) et Pro Natura (à l'époque: Ligue suisse pour la protection de la nature) qui avait participé à cette première campagne firent de cette friandise une source durable de récolte de fonds.

Objets particuliers et thèmes

À ce jour, 45 millions d'Ecus d'or ont été vendus en Suisse. Cela représente un bénéfice de 65 millions de francs. Une partie des fonds est consacrée à des projets propres aux deux organisations responsables et, depuis un quart de siècle également, à la Fondation suisse pour la protection et l'aménagement du paysage (FP). Une autre partie finance un « objet » constituant le thème phare de l'année, présenté en alternance par Patrimoine suisse ou Pro Natura. Du côté de Patrimoine suisse, les fonds récoltés ont essentiellement servi



à assurer le financement subsidiaire de la conservation ou de la rénovation de lieux historiques, d'édifices ou d'ensembles bâties. Par la suite également sont venus s'ajouter la préservation de la structure du tissu bâti, la protection de paysages agricoles et l'entretien de certains de leurs éléments (ponts, voies historiques, jardins et patrimoine industriel). Les thèmes des campagnes de la protection de la nature sont principalement axés sur la protection des espèces, l'achat et l'entretien de biotopes en péril, et depuis le début des années 80, sur des sujets plus vastes: les fleurs des champs, les pelouses sèches, les ruisseaux naturels, la forêt vivante ou les marais.

Sensibilisation et normes sociales

La vente de l'Ecu d'or a par ailleurs une dimension socio-politique car elle favorise la sensibilisation du public aux questions environnementales et responsabilise les jeunes qui devront veiller à la préservation de notre héritage naturel et

Jusqu'à ce jour, la vente de l'Ecu d'or a permis de réunir 65 millions de francs pour l'entretien de zones alluviales fréquentées par les castors (en haut), de sites remarquables (en bas à gauche Môtiers NE) ou de voies historiques (en bas à droite) (archives Ecu d'or)



culturel. Du matériel didactique sur le thème de l'année est par conséquent mis gracieusement à la disposition des écoles. Chaque enseignante a ainsi la possibilité de l'utiliser à sa convenance dans sa classe. De plus, l'Ecu d'or est produit dans le respect des principes du développement durable. Le cacao et le sucre proviennent d'une coopérative de petits paysans du Ghana qui travaillent dans des conditions répondant aux normes sociales internationales et le lait est issu de la production biologique suisse.

Partenariat avec des bénévoles

Vaste entreprise à terme, la vente de l'Ecu d'or que dirige et organise Brigitte Brändle qui se fait seconder par d'innombrables aides bénévoles se déroule selon un budget aussi modeste que possible:

- le bureau de l'Ecu d'or, qui compte une seule personne, se charge de l'ensemble de l'organisation de la vente
- une centaine de responsables de circonscriptions représente-e-s le bureau dans toutes les régions de Suisse
- plus de 2500 enseignantes suivent la vente de l'Ecu d'or dans leur classe au niveau communal
- des handicapés de la fondation Martin d'Erlenbach ZH s'occupent de l'expédition
- quelque 50 000 élèves à partir de 10 ans vendent des Ecus d'or à la population.

Cependant, sans les quelque 600 000 acheteurs (euses), qui au début de l'automne, participent à cette campagne dans toutes les régions du pays, rien ne serait possible: on ne pourrait ni protéger les biens culturels, ni entretenir les réserves naturelles, ni sauver des espèces animales. Que toutes ces aides, précieuses et fidèles, reçoivent les lauriers de la reconnaissance qu'elles méritent!



LE « 60^e » DE L'ÉCU D'OR

Thèmes et nombre de pièces vendues

1946: Lac de Sils GR, 823 420 écus
1947: Patrimoine et nature, 706 475
1948: Patrimoine et nature, 693 170
1949: Patrimoine et nature, 583 410
1950: Ile de Brissago TI, 584 200
1951: Sommet du Rigi SZ, 548 260
1952: Col de la Maloja GR, 595 680
1953: Station ornithologique de Sempach LU, 594 150
1954: A la mémoire de G. Tell SZ, 594 890
1955: Palais des Stockalper Brigue VS, 611 100
1956: Breitlauenen-Lauterbrunnen BE, 613 090
1957: Protection du castor, 619 000
1958: Treib, lac des Quatre-Cantons UR, 594 560
1959: Forêt vierge de Derborence VS, 656 300
1960: Werdenberg SG, 664 750
1961: Morcote TI, 706 040
1962: Vallée de la Reuss AG/LU, 777 180
1963: Gruyères FR, 808 260
1964: 50 ans Parc national GR, 802 960
1965: Tourbillon Sion VS, 876 000
1966: Lac de Lauerz SZ, 912 070
1967: Château de Sargans SG/Abbatiale de Payerne VD, 915 490
1968: Réserve alpine Gelten-Iffigen BE, 943 790
1969: Monastère de St. Johann Müstair GR, 956 600
1970: Réserve Les Grangettes VD, 777 800*
1971: Morat FR, 791 830
1972: Réserve alpine du Vanil Noir FR/VD, 798 060
1973: Splügen GR, 772 820
1974: Centre-nature Aletsch VS, 823 350
1975: Beromünster LU/Saillon VS, 810 410
1976: Bolle di Magadino TI, 857 740
1977: Chartreuse Ittingen TG, 856 100
1978: Patrimoine et nature, 824 260
1979: Saint-Ursanne JU, 847 680
1980: 75 ans Patrimoine suisse, 804 362
1981: Réserve naturelle Auried FR, 861 301
1982: Campagne Bleuet, 869 216
1983: Hospital UR, 922 576
1984: Campagne Pelouses sèches, 923 745
1985: Avenches VD, 909 880
1986: Bois de Finges VS, 911 311
1987: Môtiers NE, 881 860
1988: Seetal lucernois LU, 882 040
1989: Trogen AR, 867 165
1990: Ruisseaux naturels, 817 928*
1991: Fermes de montagne, 822 576
1992: Forêt vivante, 836 989
1993: Ponts et sentiers, 839 804
1994: Randen schaffhausois SH, 825 154
1995: Jardins, 786 449
1996: Vallée du Schenkenberg AG, 777 341
1997: Marais, 773 213
1998: Des rues à vivre 605 152*
1999: Aletsch VS, 603 592
2000: Estavayer-le-Lac FR, 579 364
2001: Protection du castor, 629 354
2002: Patrimoine industriel, 601 769
2003: Papillons, 641 213
2004: Itinéraires culturels, 593 529
2005: Centenaire de Patrimoine suisse

* augmentation de prix