

Zeitschrift: Tracés : bulletin technique de la Suisse romande
Herausgeber: Société suisse des ingénieurs et des architectes
Band: 134 (2008)
Heft: 13-14: Discours critiques

Anhang: Les cahiers de l'ASPAN Suisse occidentale, année 26, no. 2
Autor: [s.n.]

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 30.03.2025

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

LES CAHIERS DE L'ASPAN

COMMUNIQUER EN URBANISME

SUISSE OCCIDENTALE



SE PARLER... POUR SE FAIRE

Pascal Michel

ÉDITORIAL

Se parler... pour se faire
(Pascal Michel) 2

COMMUNIQUER EN URBANISME

Communication et projets de territoire
(Michèle Tranda-Pittion) 4

De la litanie sur la « communication » et
la « participation » à la conduite de projet
(Patrick Rérat et Ola Söderström) 5

Questions à Brigit Wehrli-Schindler,
directrice du Service de développement
urbain de la Ville de Zurich
(Propos recueillis par Pascal Michel
et Roger Ruggli) 7

Communiquer : pour faire taire ou pour faire
parler ?
(Richard Quincerot) 8

Comment communiquer ? Pour une
sensibilisation à l'environnement construit
(Laurent Guidetti) 10

Illustrer la densité de la ville compacte
(Bruno Marchand) 12

Image, espace et territoire
(Monique Ruzicka-Rossier) 14

AGENDA

16

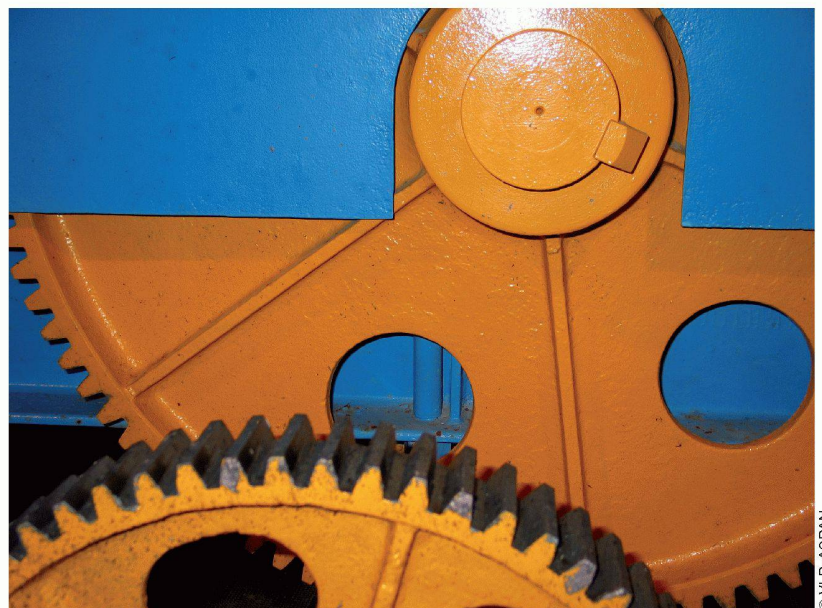
INFORMATIONS

16

Certes, cela a été dit et redit : nos villes sont toujours plus diverses, toujours plus multiples. La mobilité internationale des travailleurs qualifiés, les flux d'immigration ou les échanges universitaires contribuent indiscutablement à diversifier leurs populations, à les rendre hétérogènes et métissées. Dans le même temps, les modes de vie évoluent, se diversifient et se confrontent parfois. L'ascension sociale et professionnelle n'est plus unanimement perçue comme un destin commun, mais on étudie pourtant. On se marie plus tard, ou pas du tout. Les familles s'unissent, se recomposent et se décomposent. On vieillit aussi, mais on demeure autonomes et actifs. On est engagés et hédonistes. Solidaires et, le plus souvent, individualistes.

Dans ce contexte fragmenté, fluide, travailler à l'édification de la ville, au développement des territoires, n'est pas chose aisée. Est-ce même encore possible ? Comment en effet mettre à disposition des lieux de vie, publics ou privés, des services et des équipements pour la collectivité, quand celle-ci est à ce point multiple, dans sa composition comme dans ses pratiques ? Comment élaborer, sur les débris de l'Intérêt général, des desseins capables de satisfaire les intérêts divergents et fragmentés qui la constituent ? Comment inventer, sans heurter ? Comment tolérer, sans se renier ? Car, force est de l'admettre, l'expression de la diversité participe souvent à l'affaiblissement des projets, qui, au final, se résument parfois à un seul amas indéfini d'accords minimaux et de consensus lâches, ce alors même qu'ils devraient incarner, à l'échelle d'un quartier, d'une ville ou d'une région, une vision susceptible de garantir le vivre ensemble. Avec, en Suisse, le risque supplémentaire, toujours latent, que cette solution aussi insatisfaisante soit elle, se voie opposée un refus – alors quasi définitif – par le peuple.

Plus que jamais, le succès pour les autorités en charge des territoires, mais aussi pour ceux qui élaborent les projets, semble de ce fait résider dans leur aptitude à communiquer. Pourtant, la communication s'est transformée. Elle ne saurait aujourd'hui se réduire à la volonté de tirer avantage de réalisations effectuées – même si ce type de communication existe encore bien entendu – mais elle constitue bien une stratégie dûment coordonnée destinée à éviter les blocages liés à l'expression des intérêts divergents. A cet égard, l'exemple de la ville de Zurich qui est abordé dans ce numéro montre bien que les agglomérations les plus dynamiques en matière d'aménagement et d'urbanisme sont aussi celles qui ont fait des efforts particuliers dans ce domaine. L'enjeu contemporain



en la matière se situe dans la capacité à faire progressivement émerger « une culture urbaine et territoriale » contribuant à créer un climat favorable aux projets de développement, quand bien même ceux-ci concernent, à l'occasion, des intérêts spécifiques et limités.

Ces nouvelles modalités de communication, dont les formes varient de la simple information à la co-production à proprement parler des politiques ou des projets urbains, sont de manière générale diversement appréciées, cela y compris dans ce numéro. D'aucuns estiment ainsi qu'elles mettent en place de véritables processus d'apprentissage cognitif, dans lesquels les habitants se familiarisent peu à peu avec la complexité inhérente aux projets de territoire et, ce faisant, sont amenés à faire des compromis et des concessions. Un nouvel intérêt général, collectivement construit, pourrait dès lors émerger au terme de ces procédures. D'autres soulignent au contraire les limites liées à la définition de ces dernières par une autorité et mettent en avant le pouvoir des instruments de communication, la force de persuasion et la limitation des possibles liée aux images, aux abstractions et aux concepts. La déferlante des procédures participatives répondrait, selon eux, plus à une aspiration à la théâtralité de la société contemporaine, dans laquelle le rôle endossé, même provisoirement, est prépondérant, dans la mesure où il permet à l'individu de redéfinir son rapport à la société et, *in fine*, de se faire une place dans la collectivité.

Trancher cette question importe peu, en définitive, au regard de nos pratiques professionnelles. Que les processus informatifs et participatifs soient ou non soumis aux logiques de pouvoir, l'essentiel, du point de vue de l'action publique, réside effectivement avant tout dans le fait qu'ils produisent cet ensemble de connaissances et de valeurs communes, mobilisable en tout instant pour dépasser les égoïsmes individuels ou communautaires. Avec le temps, et au fur à mesure des réalisations, il n'est pas utopique de penser que ces conceptions collectivement partagées puissent se cristalliser en un cercle vertueux, une sorte de confiance nouvelle – une fierté peut-être – envers la ville et son développement.

Un tel aboutissement exige cependant que les actions de communication et de participation soient avant toute autre chose basées sur une grande transparence, dans l'optique de désamorcer le réflexe de suspicion et de défiance vis-à-vis des autorités politiques. Cela est d'autant plus nécessaire que les habitants, les associations ou tout groupement défendant des intérêts particuliers disposent aujourd'hui de ressources croissantes (relais politiques, professionnels engagés...) et que, d'autre part, les modes de représentation des projets urbains sont de plus basés sur le réalisme et la lisibilité. Qui a déjà été confronté à une remarque de ce type lors d'une présentation publique comprendra d'autant mieux cette exigence de transparence : « Comment expliquez-vous qu'il y ait autant de vert sur ce plan ?! Ne sommes-nous pas en train de discuter du développement de la commune ? »

COMMUNICATION ET PROJETS DE TERRITOIRE

Michèle Tranda-Pittion, architecte-urbaniste

La communication ayant trait aux projets de territoires fait face à plusieurs écueils, que l'on peut approcher dans un premier temps avec l'image d'un « cercle vicieux » liant la complexité du sujet et le silence qui en résulte le plus souvent dans les média grand public. Le caractère d'anticipation de tout projet de territoire, son échelle – qui dépasse souvent celle de l'espace immédiat du quotidien – et la multiplicité des liens de cause à effet entre des domaines en apparence distincts – comme le choix du lieu de résidence de chaque citoyen et les encombrements routiers – rendent le sujet objectivement difficile.

Dans ce contexte, la tentation est grande d'aborder des projets isolés et concrets – ce qui est de toute manière nécessaire – et non d'affronter la difficulté d'une communication plus abstraite, expliquant le pourquoi des évolutions, voire des décisions. Communiquer sur les symptômes (comme le nombre de m² urbanisés par seconde ou le nombre d'espèces animales en voie de disparition) est indispensable pour accrocher l'attention, mais ne suffit pas pour comprendre pourquoi, ni comment nous en sommes arrivés là, alors que nous ne le souhaitons pas forcément. Quels sont les effets involontaires ou les conséquences de décisions qui sont à l'origine de l'usage non durable que nous faisons de notre territoire, et qui aujourd'hui pose problème ?

Dans l'absolu, l'objectif d'une communication réussie serait de donner « du sens » aux mutations des territoires et aux décisions prises ou à prendre, pour être capables d'orienter les évolutions à venir dans la direction que nous pensons juste – le « nous » restant à définir. Ceci contribuerait à construire progressivement une « culture urbaine ou territoriale », c'est-à-dire un « socle de notions fondamentales » nécessaire à chaque citoyen et entreprise pour participer à l'organisation de la vie en commun, dans un monde dont nous sommes désormais visiblement coresponsables. Or ceci ne va pas forcément de soi face à l'attitude de certains protagonistes – individus ou entreprises – qui considèrent soit le territoire comme un « bien de consommation jetable », soit l'abstraction comme une atteinte au pragmatisme et à l'efficacité.

En tout état de cause, communiquer sur ces thématiques requiert du professionnalisme – mais il existe – qu'il faut savoir aller chercher en temps utile, en réfléchissant autant, sinon plus, à la méthode qu'aux supports.

La communication contre le mythe

Augustin Berque situe la contradiction de notre société occidentale au centre du problème : fondamentalement urbaine dans son mode de

vie, mais dont la population rêve de vivre – et vit – à la campagne, en croyant habiter dans la nature. Les origines mentales de ce phénomène sont lointaines : ce rêve ou idéal de « campagne-nature » s'est traduit en mythe, puis en mode de vie, pour se terminer aujourd'hui par une transformation profonde de notre territoire : la campagne-ville. Et ces mutations ont été produites par une « véritable machine à décomposer la ville : une machine à sprawl, dans l'alliance de l'individualisme automobile et de l'individualisme pavillonnaire »¹.

Pour progressivement dépasser cette contradiction centrale, la communication est fondamentale, mais doit être resituée dans son contexte. L'essentiel consiste à définir avec soin le champ, les acteurs et l'ambition de la communication, tout en n'oubliant pas les limites de l'exercice.

Une communication à définir et à délimiter

La communication intervient dans différents contextes : de simple « information » *top down*, à partie intégrante d'une concertation / négociation, en passant par le préalable indispensable à toute consultation. Elle peut également être l'expression de citoyens organisés et fonctionner alors dans le sens *bottom up*. Dans tous les cas, et puisque ces différentes formes d'échanges entre décideurs, citoyens et entreprises font partie intégrante du développement durable, il est fondamental pour les organisateurs de la communication de préciser en amont les limites de l'exercice : quels types de réactions sont attendues des interlocuteurs (destinataires de la communication), avec quelles possibilités d'infléchir ou non le processus en cours ?

La question des acteurs concernés est ensuite centrale, et pas forcément simple : qui informer par exemple des mesures destinées à freiner l'étalement urbain, puisqu'il s'agit d'un phénomène issu d'une somme de micro-décisions (familles, propriétaires fonciers, banques, communes, cantons, voire Confédération) ? La communication s'adressera-t-elle plutôt à des acteurs décideurs (élus et professionnels conseillers), à la population (société civile ou usagers) ou à des acteurs économiques (propriétaires fonciers, promoteurs, entreprises en quête de localisation) ? Chaque catégorie obéira à des objectifs et des méthodes très différents, en fonction des notions déjà maîtrisées (point de départ) et des objectifs poursuivis (point d'arrivée souhaité).

¹ « Campagne-ville : le pas de deux », collectif sous la direction de L. Montevanti Weber, C. Deschenaux et M. Tranda-Pittion / article d'Augustin Berque

² Avec mes remerciements à Blandine Schneider, sociologue et professeur de philosophie, qui a permis de nourrir ces paragraphes méthodologiques au fil de discussions successives



© VLP-ASPAN

Le moment de la communication est également déterminant. Un échange en amont permet de récolter des avis, des attentes ou des besoins et peut également constituer un moment privilégié de partage de la connaissance, hors de tout projet précis. Pendant l'élaboration d'un projet, la communication associée à la négociation peut – selon la volonté politique – contribuer à tester son acceptabilité ou à le co-produire. Au moment de décider, la plupart des législations prévoient un formalisme spécifique (enquête publique) permettant à chacun d'exprimer son avis sur le fond et la forme du projet, que la communication doit alors «expliquer». Et une fois le projet réalisé, la communication peut servir – dans les deux sens *top down* ou *bottom up* – à adapter l'espace à l'évolution de ses usages.

Enfin, toutes les communications n'ont pas la même ambition. Certaines ont des buts pragmatiques – explicitement ou implicitement

– par exemple éviter le syndrome NIMBY (*not in my backyard*) dans un face à face avec des habitants, ou multiplier les sources de financement dans une négociation avec des investisseurs. D'autres, plus globales, visent à produire une «bonne» ville et pas seulement une «belle ville», ou encore à renforcer la culture urbaine des citoyens ou des entreprises.

Communiquer pour donner du sens

Les professions utilisant quotidiennement la communication – comme les enseignants² – partagent avec les urbanistes les mêmes questionnements sur la manière d'intéresser les destinataires de «leurs» messages. Les deux pistes de réflexion suivantes mériteraient approfondissement. En premier lieu, les méthodes participatives semblent mieux parvenir que les discours *ex cathedra* à transmettre des idées complexes, dans la mesure où elles permettent aux participants de trouver eux-mêmes «les bonnes réponses» et non de recevoir passivement celles du spécialiste. L'ancrage du savoir est alors nettement plus solide. Mais pour parvenir à ce résultat, différentes étapes sont à respecter dans l'établissement de la relation entre fournisseur et récepteur du message: accrocher l'attention de l'interlocuteur, le «forcer à se questionner», lui permettre d'exprimer sa vision du sujet traité, objectiver sa connaissance en lui fournissant de l'information factuelle, et lui permettre de s'appropriier les concepts, puis leurs interrelations. Seule l'assimilation du pourquoi des phénomènes permet de comprendre le comment des stratégies et des outils, et de donner du sens à cette connaissance complexe des projets de territoire.

DE LA LITANIE SUR LA « COMMUNICATION » ET LA « PARTICIPATION » À LA CONDUITE DE PROJET

Patrick Rérat et Ola Söderström,
Institut de géographie, Université de Neuchâtel

Lorsqu'un projet est bloqué, comme c'est le cas actuellement à Genève avec La Praille, controversé comme Métamorphose à Lausanne ou rejeté suite à un referendum et à une votation comme... tant de projets ces dernières années, l'explication fournie par les élus et certains experts est en général celle d'un déficit de communication, de concertation ou de participation. Dans

cette brève contribution, nous entendons d'abord élargir le débat aux procédures de conduite de projet en urbanisme, puis résumer les apports de l'expérience zurichoise en la matière au cours de ces dix dernières années.

Il y a dix ans, l'un des auteurs de cet article avait dirigé une recherche sur les échecs à répétition

de l'urbanisme genevois, afin de tenter d'aller au-delà de ces arguments insuffisants et trop rapides. L'accent avait été mis sur la conduite de projet, puisque la communication, la participation ou autre manière d'impliquer le public de l'urbanisme (investisseurs, propriétaires, locataires, entrepreneurs, usagers) ne prend sens et pertinence que dans un tel cadre. Cette recherche avait identifié différentes lacunes et incohérences dans la gestion de projet urbain «à la genevoise».

Dans ce domaine, des progrès importants ont heureusement été réalisés ces dernières années, particulièrement en Suisse alémanique, où des procédures intelligentes et bien structurées de conduites de projets stratégiques ont été élaborées depuis 1990, grâce à des expériences menées notamment à Bâle, Berne, Winterthour et Zurich. Des prises de position récentes sur différents projets en Suisse romande montre toutefois que le débat public reste très pauvre en la matière. Parler, comme on le fait souvent, de participation ou de communication en soi, de leur valeur intrinsèque (sans être de surcroît précis à propos de ce que l'on veut désigner avec ces termes), n'a pas beaucoup de sens. Une bonne conduite de projet agence en effet une pluralité de moyens de s'adresser à, d'intéresser et d'impliquer différents publics (car il n'y a pas une «population» indifférenciée qu'il s'agit simplement de faire «participer» ou à qui il faut «communiquer»). Cet agencement est déterminé par le phasage et le contenu des étapes successives d'un projet. On peut par exemple communiquer les variantes technique-ment possibles d'un tracé de transport public à un temps t et faire participer les usagers potentiels au choix d'une variante à un temps t+1.

Ecrire dans ce contexte, par exemple, que la participation prévue par le projet «Métamorphose» à Lausanne est une escroquerie est pour le moins simplificateur. S'il est en effet légitime de discuter et de critiquer certains partis pris par les porteurs du projet (la concentration des équipements dans la zone déjà très dotée du sud-ouest lausannois par exemple), il faut cependant reconnaître à leur démarche une cohérence (avec notamment des formes de participation différenciées en fonction d'aspects particuliers du projet). Or, cette cohérence vient précisément du fait qu'il tire profit de l'expérience acquise en Suisse ces dernières années en matière de conduite de projet.

Afin d'être maintenant plus concret sur cette question, il est utile de s'arrêter sur l'«urbanisme conceptuel» zurichois, qui a fortement contribué à ces développements. Dans les années 1980 et 1990, l'urbanisme zurichois est en crise et peu de grands projets aboutissent; on parle d'ailleurs des «années de glace». En mars 2007, la Ville organise une conférence de presse: l'objectif du programme «10000

nouveaux logements en 10 ans» est atteint... avec près de deux ans d'avance sur ce qui était planifié. Que s'est-il donc passé entre les années 1990, quand certains affirmaient que «Die Stadt ist gebaut», et la période actuelle où «Zürich baut» comme le clame un récent ouvrage publié par la Ville sur sa politique d'urbanisme?

Zurich a d'abord procédé à une réorganisation administrative. Deux services sont désormais responsables de la politique urbanistique: le Städtebau et le Stadtentwicklung. Le premier s'occupe des aspects techniques et opérationnels relevant du domaine de l'architecture et de la construction. Le second, regroupant des géographes, sociologues et économistes, a une mission plus stratégique et prospective. Ces deux services travaillent de manière coordonnée dans la conduite de projets.

La ville a, sur cette base, pu mettre en œuvre une réforme de la pratique de l'urbanisme qui repose sur deux piliers: le passage d'un urbanisme de plan à un urbanisme de projet et le passage de processus hiérarchiques à des processus collaboratifs. Le premier a permis l'identification de secteurs stratégiques et d'opportunités de développement (par de nouvelles constructions ou de nouvelles affectations), le second, la création progressive d'un climat de confiance entre les différents acteurs concernés (propriétaires fonciers, promoteurs, architectes, citoyens, etc.). La régénération de la friche industrielle de Zürich West constitue l'exemple emblématique de cette nouvelle façon de procéder.

Zürich West correspond à une partie du Kreis 5 et constituait le plus grand quartier industriel (fonderie, textile, etc.) de la ville sur quelque 100 hectares. Dès la fin des années 1980, un processus de désindustrialisation libère d'importantes surfaces et rend nécessaire une réflexion sur la vocation du secteur, qui piétine pendant quelques années. Afin de débloquer cette situation, la Ville de Zurich décide d'organiser en 1995 un Stadtforum sur un périmètre incluant Zürich West et les quartiers adjacents. Une série de dix panels de discussion ont lieu jusqu'à l'été 1997. Ils réunissent des représentants des différentes parties impliquées: l'administration, le législatif communal, les propriétaires fonciers, les milieux économiques, le canton, les communes environnantes, des milieux associatifs, des habitants et des experts. Un consensus est obtenu sur les principes généraux devant baliser le réaménagement du quartier. Des ateliers sont ensuite organisés lors desquels des bureaux d'architectes présentent leurs réflexions (suite en page 8) afin d'alimenter et de susciter les débats. Des discussions sont menées par la Ville avec les propriétaires fonciers et aboutissent à une déclaration d'intention (notamment sur la den-



© Patrick Rérat, 2007

Exemple d'un projet réalisé à Zurich West, le « Puls 5 » a été construit sur le site d'une ancienne fonderie

BRIGIT WEHRLI-SCHINDLER, DIRECTRICE DU SERVICE DE DÉVELOPPEMENT URBAIN DE LA VILLE DE ZÜRICH

Q : Avant les réformes engagées à la fin des années 1990, comment la politique de la Ville dans les domaines de l'urbanisme et de l'habitat est-elle perçue ? Quel climat prévaut alors entre la population et les institutions en charge de ces politiques ?

R : La réorganisation de l'administration municipale, préalable à la nouvelle politique en matière de développement urbain, est intervenue en 1997. Les relations entre la Ville, les promoteurs, les propriétaires et la population sont alors plutôt tendues.

Q : Depuis le tournant opéré en faveur d'un urbanisme dit conceptuel, pouvez-vous nous décrire quels moyens de « communication externe » ont été utilisés et avec quels résultats ?

R : Plusieurs moyens de communication sont utilisés de manière simultanée. Des séances d'information sur les développements en cours ont lieu régulièrement, comme à Zurich Ouest par exemple. Des promenades publiques guidées sont aussi régulièrement proposées dans différents quartiers de la ville. Une petite exposition mobile abordant la question du développement urbain a par ailleurs été conçue. Aisée à mettre en place, elle est disponible en location pour toute manifestation grand-public. Une publication spécifique du Service de développement urbain apparaît deux fois par année et traite de différents thèmes liés à l'évolution de la ville. Elle est disponible sur Internet¹. Dans un autre registre, des ateliers de développements de quartiers sont également organisés pour assurer la participation active de la population dans l'évolution de leur lieu de vie.

Q : De manière générale, les activités de communication externe sont-elles confiées à des spécialistes ou plutôt réalisées en interne ? Vous est-il possible d'estimer la part du budget du service d'urbanisme consacrée à la communication externe ?

R : Oui, ce sont les services administratifs de la Ville qui se chargent de la communication. Les concepts et les procédures de communication sont cependant élaborés

avec l'aide de spécialistes. La législature actuelle se concentre en ce moment sur le programme « Planification et construction pour la ville de demain », dont le point cardinal est précisément la communication sur les grands projets. Les budgets pour la communication sont de manière générale modestes. Ce dernier programme dispose en la matière d'un budget légèrement au-dessus de la moyenne habituelle.

Q : Selon vous, « à l'âge de la globalisation et des rapides bouleversements sociaux, l'image future de la ville n'a plus de contours distincts » (« Zürich baut », p. 97). D'autre part, dans une ville contemporaine et multiculturelle comme Zurich, la population apparaît fragmentée en de multiples groupes aux intérêts – et aux ressources – différents. Dans ce contexte, comment est-il encore possible de communiquer sur les questions d'urbanisme et de développement territorial ?

R : Pour les habitants, la ville reste une réalité quotidienne, ceci indépendamment de la globalisation. Ils vivent au jour le jour les changements qui affectent leur environnement et les apprécient plus ou moins favorablement. Notre communication s'opère à ce niveau. Elle n'est pas théorique, mais se base au contraire sur des points très concrets.

Q : Au cours des dernières années de développement, Zürich a pu accumuler une grande expérience en matière de communication destinée à prôner un urbanisme durable et de qualité. Peut-on en déduire quelques conseils pour une ville qui n'a pas encore entamé ces démarches ?

R : Il nous semble important que la partie intéressée de la population soit informée sur le développement des espaces et du bâti de la ville. La transparence en la matière est primordiale. De même, les besoins ou les volontés de participation ne doivent pas être négligés. La ville se doit d'encourager activement la population concernée à s'exprimer, cela dès le début de grands projets.

¹ Sur <<http://www.stadt-zuerich.ch/internet/stez/stez/publikationen/stadtblick.html>>

sité souhaitée, la part allouée au logement, les espaces publics). Plus tard, lors de la mise en œuvre, ces paramètres feront l'objet de négociations plus concrètes (le changement d'affectation et l'élévation des coefficients de densité seront accordés par exemple en échange de la restitution d'un espace public).

Un poste de Gebietsmanager est créé. L'objectif est de disposer d'une personne au sein de l'administration qui assure la communication, le suivi et la conduite des projets dans le quartier, et qui joue le rôle d'interface entre les acteurs. La Municipalité publie ensuite un document qui réunit les lignes directrices de la reconversion de Zürich West et de la planification urbaine de ce quartier afin d'en assurer la cohérence. Ce classeur est accessible et diffusé à l'intérieur de l'administration et auprès des acteurs concernés. Rassemblant textes, cartes et plans, il est régulièrement mis à jour et inventorie les différents projets et règlements en vigueur. Ce document est non contraignant et sert à exposer aux investisseurs potentiels les lignes directrices imaginées pour le quartier. Le Gebietsmanager a le rôle de les présenter ces idées aux promoteurs, de les persuader de suivre ces plans.

Un effort de communication plus général est également poursuivi par le biais d'expositions,

de visites guidées et de la publication de brochures et d'une lettre d'information présentant les projets en cours.

Ainsi, le développement de Zürich West n'a pas uniquement été planifié par les autorités publiques ou des promoteurs, mais co-construit par les milieux concernés. Les différents plans et documents urbanistiques traditionnels ont été complétés par un processus stratégique, collaboratif et transparent où les acteurs privés sont intégrés en amont. Cette démarche n'est certes pas une garantie de succès (mentionnons le gel du projet de nouveau stade au Hardturm), puisque tout projet urbain est incertain. Mais elle a permis de créer une nouvelle culture de l'urbanisme à Zurich et a indubitablement contribué au dynamisme actuel de la ville. Situées dans cette perspective, la communication ou la participation apparaissent certes comme des aspects indispensables à tout projet d'urbanisme, mais dont la pertinence et la forme ne peuvent être définies qu'en rapport avec des procédures cohérentes de conduite de projet.

Références

Eberhard, F., Lüscher, R., Eisinger, A. & Reuther, I. (2007): «Zürich baut – Konzeptioneller Städtebau», Birkhäuser, Zurich
 Söderström, O., Manzoni, B. & Oguey, S. (2001): «Lendemain d'échecs : conduite de projets et aménagement d'espaces publics à Genève», DISP 145, 19-28
 Ville de Zurich (2006): «Wohnen in Zürich: Programme, Reflexionen, Beispiele», Verlag Niggli, Zurich

COMMUNIQUER : POUR FAIRE TAIRE OU POUR FAIRE PARLER ?

Richard Quincerot, urbaniste, Permis de construire

Un jour, vous ajoutez «communication» à «urbanisme» puis, les mandats se multipliant, votre bureau devient «Permis de construire, communication et urbanisme». Vingt ans après et avec l'aide d'un livre de Michel Callon¹, vous commencez à comprendre le paradoxe qui n'a cessé de traverser votre activité – et qui traverse aussi, sans doute, la question de la démocratie.

L'offre de prestations combinées «urbanisme ET communication» avait rencontré une forte attente de hauts responsables techniques, non seulement en aménagement du territoire, mais aussi dans le domaine des transports. Passionnés par leurs projets, ces acteurs cherchaient à mieux en contrôler la trajectoire auprès des

élus politiques, des groupes de pression et des populations. Leur demande était claire: «communiquer» pour mieux «faire passer» – ou, selon le vocabulaire qui allait vite devenir à la mode, «améliorer l'acceptabilité des projets». La réponse l'était moins. Comment convaincre de projets complexes les décideurs politiques et les populations, représentées par la figure sympathique du futur «utilisateur» ou par la figure hostile de «l'opposant» potentiel?

Le premier geste fut un essai de «transparence»: en ce sens, «communiquer» le projet revenait à exposer aussi clairement que possible les arguments rationnels qui avaient présidé à son élaboration. Mais le geste de vulgarisation avait vite montré ses insuffisances.



© VLP-ASPAN

Le public s'avérant peu sensible aux raisons techniques, il restait à le persuader : gagner les consciences, emporter l'adhésion, dissuader les recourants. Par quels moyens ? « C'est votre métier », rétorquaient à bon droit les mandants. En déléguant « la communication » à un professionnel supposé savoir, ils se débarrassaient d'une tâche rhétorique qu'ils sentaient à la fois cruciale et impure, sans rien de commun avec la rationalité technique de leur projet. A vous, donc, le « communicant », de jouer de tous les registres disponibles pour positiver, valoriser, euphémiser le message ; et si ça ne suffisait pas, dissimuler, maquiller, truquer, distiller des demi-vérités ou des demi-mensonges... Au fond, les moyens importaient peu, pourvu que la rationalité du projet soit préservée et que les résultats soient là : son approbation et sa réalisation.

Sous l'éclairage de M. Callon, il est facile de voir à quoi correspondait cette attente. La mission était, chaque fois, de consolider les deux délégations fondatrices de nos démocraties : la délégation de compétence des profanes aux spécialistes (le projet a été si bien étudié que toute opposition serait irrationnelle) et la délégation de pouvoir du citoyen aux élus (la décision politique légitime le projet au point qu'aucune voix ne devrait s'élever pour le contester). Au fond, il s'agissait de communiquer pour faire taire : empêcher l'émergence de paroles divergentes, éviter que le projet ne soit livré à la vindicte des ignorants et des administrés. Sur le fond, la démarche était logique, visant à remédier à la crise de confiance des

publics dans toute délégation : en se souciant de protéger leurs projets et leur autorité d'un débat inorganisé, ces hauts responsables ne faisaient que leur travail, servir un projet d'intérêt collectif et servir la démocratie délégative.

Il se trouve qu'en pratique, vos actions de communication n'ont jamais pris cette tournure sulfureuse, d'une tentative d'influencer et de subvertir l'opinion (de faire penser ou de faire taire le vulgaire). D'abord pour une raison pratique : la communication de projets publics ne dispose pas des gros budgets de publicité des grandes marques – en matière d'aménagement du territoire ou de transports, l'achat d'une page de journal ou d'une minute télévisée aux frais du contribuable serait une faute risquant fort de se retourner contre le projet². Mais surtout pour une raison de fond : le seul moyen d'élargir l'adhésion à un projet n'est pas d'éviter le débat public, mais de l'organiser. Aux yeux de populations toujours plus méfiantes à l'égard de la politique, de la science et de la technique (non sans raisons), le seul projet légitime est celui qui aura été discuté par toutes les parties en présence, y compris par les profanes et par les citoyens de base qu'il pourrait concerner.

C'est dans cette perspective que se déroulent vos actions de communication. Elles s'emploient à répondre à l'attente du public en mettant en scène un débat ouvert : en sortant le projet de son confinement chez les experts et les élus, en le plongeant dans le monde ordinaire des avis et des opinions de chacun et de tous et en le relégitimant dans ce contexte élargi – autrement dit, en reconstituant ce que Michel Callon appelle un « forum hybride ».

Certes, les experts ont tout prévu, leurs évaluations multicritères ont tenu compte de tous les avis pertinents, les élus ont pris leurs décisions en connaissance de cause : mais au moment de sortir le projet du laboratoire et de la scène politique pour l'exposer en pleine lumière au public, il faut aussi inviter les autres, tous les autres : les avis impertinents mais puissants, les points de vue négligés mais résistants, les opinions profanes mais opératoires, mettre le projet à leur épreuve et le revalider.

Pour concrétiser cette idée d'un débat ouvert où tous pourraient s'exprimer, vous utilisez selon les cas de moyens très variables, allant de l'organisation de démarches participatives à la simple distribution de prospectus racontant à grands traits les acteurs, les enjeux et la trajec-

¹ Michel Callon, Pierre Lacosmes, Yannick Barthe : « Agir dans un monde incertain. Essai sur la démocratie technique », Le Seuil, Paris, 2007

² Par exemple, projet de traversée de la Rade à Genève refusé par vote populaire le 9 juin 1996 après plusieurs publications de pleines pages dans un quotidien, l'installation d'un pavillon d'information, etc.

toire du projet. Mais chaque fois, la démarche est la même: il s'agit de répondre frontalement à la suspicion du public à l'égard des spécialistes et des politiques en réactivant l'idée d'une délibération élargie – pour reprendre les termes de M. Callon, de compléter la « démocratie délégative » (fonctionnant par la double délégation aux experts et aux élus) par une « démocratie délibérative » (faisant confiance aux débats ouverts).

De bien grands mots pour de bien modestes activités, direz-vous... De fait, l'édition d'un prospectus tout-ménage ne donne qu'une faible image des débats ouverts, qui se jouent sur bien d'autres scènes politiques, techniques, médiatiques, juridiques, associatives, etc. Mais elle est guidée par une règle absolue, l'efficacité de la vérité: l'expérience montre que c'est seulement en racontant les acteurs et les intérêts complets et réels, sans omissions ni privilèges,

qu'une action de communication peut avoir une force de conviction et améliorer les chances d'un projet³. Certes, il arrive que l'évocation du débat ouvert soit instrumentée et ne serve qu'à renforcer la double délégation des citoyens et des profanes aux politiques et aux spécialistes: elle aura au moins contribué à fortifier les institutions – certaines en ont bien besoin, paraît-il⁴. Dans d'autres cas, l'action de communication participe à un débat ouvert permanent qui lui préexiste et se poursuit après elle, impliquant côte à côte des acteurs institués (pour les enjeux bien identifiés) et des acteurs émergents (pour les débordements imprévus) et construisant au jour le jour un monde commun.

³ En 20 ans d'expérience professionnelle, il ne m'est arrivé qu'une seule fois de colporter imprudemment un mensonge par omission, qui a été immédiatement dénoncé.

⁴ Voir par exemple François Dubet: « Le déclin de l'institution », Le Seuil, Paris, 2002

COMMENT COMMUNIQUER? POUR UNE SENSIBILISATION À L'ENVIRONNEMENT CONSTRUIT

Laurent Guidetti, architecte, tribu architecture sàrl

La population se méfie souvent des projets d'urbanisme ou d'architecture: trop chers, pas beaux, inadéquats, pas assez populaires, populistes, trop près de chez moi, etc. La première cause est la méfiance naturelle à tout changement. Mais cette méfiance est alimentée par plusieurs facteurs: la complexité de la discipline qui répond à ses propres règles, des acteurs multiples, un langage propre, des processus sur le (très) long terme, etc.

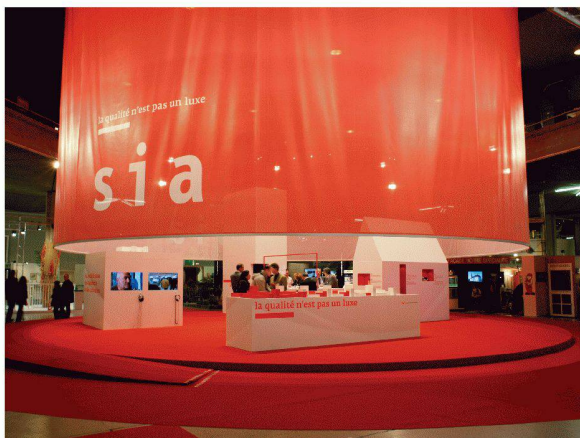
De nombreux malentendus existent simplement autour de la définition de ce dont on parle. L'aménagement du territoire est généralement considéré comme une discipline très technique avec un langage spécifique et un contexte légal complexe: qu'est-ce qu'un plan directeur, un plan partiel d'affectation, un projet de construction? Qui sont les acteurs de l'aménagement du territoire, quelles sont leurs compétences et quels sont leurs rôles?

Il est aussi difficile de comprendre l'abstraction des plans d'aménagement ou de construction, et leurs conséquences réelles sur notre environnement: que veulent bien dire ces « tâches » de toutes les couleurs? Quels en sont les enjeux

essentiels? Quels seront les avantages du projet? Mais aussi quels en seront les « dommages collatéraux »?

Si les outils sont adaptés pour aménager un territoire ou déterminer des droits à bâtir, ils ne sont clairement pas conçus pour répondre aux questions (bien que légitimes) de la population. D'où l'importance de la part des professionnels d'apprendre à « traduire » leur message lorsqu'ils s'adressent à la population et de pas utiliser des jargons incompréhensibles. La capacité à exprimer clairement ses idées peut se révéler finalement plus importante que la qualité du projet en question.

Une particularité des projets d'urbanisme et d'aménagement du territoire réside dans la multitude des acteurs, aménagistes, urbanistes, architectes, ingénieurs en transports, paysagistes, politiques, population. En plus, de nombreux lobbies font valoir leurs intérêts: défense des cyclistes, des automobilistes, du patrimoine, etc. Et nombreux sont ceux qui s'opposent à un projet par peur du changement pour eux-mêmes. S'ils ne sont pas opposés au principe ils n'en veulent pas à proximité de chez



© tribu architecture sàrl

« La qualité n'est pas un luxe », stand de la SIA pour le Salon Habitat-Jardins, 2006



« Découvre ton environnement construit avec les architectes », cours, visites et ateliers dans les écoles primaires lausannoises, 2000-2008

eux: ce sont les nimby (de l'anglais, «not in my backyard», c'est-à-dire «pas dans mon jardin») qui illustrent la défense extrême d'intérêts privés de voisinage. Ainsi, les nimby peuvent en arriver à contester des projets de création de services publics par simple refus du changement. A cet égard, il apparaît que la notion «d'intérêt public prépondérant» inscrit dans la loi sur l'aménagement du territoire est louable, mais difficile à définir et à défendre face aux opposants défendant leurs intérêts privés.

Difficile aussi de défendre un projet face à plusieurs types d'opposants, ceux qui s'opposent sur le fond et ceux qui s'opposent sur la forme: «nous ne voulons pas de grand mur de béton dans notre quartier parce que le béton, c'est moche» et «la collectivité à mieux à faire qu'investir dans une piscine olympique, un plan de mobilité douce, un tram, un musée des Beaux-Arts, etc.».

Par ailleurs, la population revendique de plus en plus d'être intégrée aux différents processus de transformations urbaines. Pour répondre à ces demandes, les démarches participatives se développent pour tenter de comprendre les désirs de la population et de les intégrer dans les projets (WerkstadtBasel à Bâle, Quartier21 à Lausanne, etc.). Mais un des grands enjeux de toutes les démarches participatives est de bien en définir les objectifs, les limites, les rôles, etc., en somme, se comprendre et parler le même langage.

On le voit, apprendre à communiquer de la part des professionnels et des politiques est une nécessité à plusieurs titres. De la part de la population, c'est aussi «se donner les moyens de participer de manière citoyenne et responsable à son développement durable» car l'environnement construit est l'affaire de tous. Du spécialiste au grand public, tout le monde contribue à en déterminer la forme. En effet, si les professionnels sont responsables de notre environnement construit, les maîtres d'ouvrage, les politiques et la population participent, chacun à leur niveau, à son évolution. Dans ce contexte, il est primordial de se soucier de communication dès le début du processus et de répondre efficacement aux nombreux et réguliers échanges entre urbanistes-aménagistes, politiques, médias, population.

Communiquer, apprendre à communiquer, sensibiliser, c'est justement le but de l'activité de sensibilisation à l'environnement construit développée par tribu architecture depuis plusieurs années. Son but est de parler d'environnement construit de manière très large. C'est pourquoi, l'offre pédagogique proposée s'adresse à tous les publics dans des cadres variés qui vont d'animations pour les écoles enfantines aux séminaires professionnels en passant par des ateliers, visites urbanistiques, expositions ou animations théâtrales.

Cette activité est largement présentée sur le site www.tribu-architecture.ch.

Bureau du Comité**ASPAN-Suisse occidentale**

Yves Christen, président

Laurent Guidetti, vice-président

Michèle Miéville, Christa Perregaux, Michel Jaques, membres

Isabelle Debrot, trésorière

Impression

Stämpfli Publikationen AG

Wölflistrasse 1, CP 8326

CH-3001 Berne

Mise en page

Rédaction TRACÉS

Bassenges 4

CH-1024 Ecublens

Rédacteur responsable

Comité de l'ASPAN-SO

Secrétariat, Grand-Rue 38, CH-1260 Nyon

Comité de rédaction des Cahiers

P. Michel (rédacteur en chef), A.-M. Betticher, D. Clerc, M. Miéville, C. Perregaux, M. Ruzicka-Rossier, M. Tranda-Pittion, R. Ruggli, C. Wasserfallen (membres)

ILLUSTRE LA DENSITÉ DE LA VILLE COMPACTE

Bruno Marchand, architecte, DeLaMa

La recherche de la densité est actuellement au centre des préoccupations architecturales et urbanistiques, car ce concept est directement impliqué dans la notion de développement durable. En effet, la densité est un facteur déterminant de réduction du nombre de déplacements et, par là même, agit sur la consommation d'énergie et sur les émissions polluantes. D'autre part, elle contribue à restreindre la consommation d'espace, car plus sera dense le développement envisagé, moins son implantation exigera de terrains naturels.

Mais cet intérêt affiché pour la densité se confronte à une grande difficulté : sa connotation négative. Pour une grande partie de la population, la densité évoque de grands volumes bâtis resserrés, avec leurs ombres portées et autres gênes de tous types, visuelles, sonores ou olfactives. Ce terme est aussi trop souvent associé à la spéculation foncière qui n'aboutit le plus souvent qu'à des opérations cosmétiques, et il est fréquemment appliqué aux grands ensembles, sévèrement critiqués pour l'insécurité, la monotonie et l'anonymat qu'ils confèrent à leurs occupants.

Et pourtant, en des termes purement quantitatifs, ces opérations bâties durant la deuxième moitié du vingtième siècle n'ont jamais atteint la densité souvent très élevée des centres-villes qui, curieusement, ne semble pas poser de problème particulier. Elle a même l'air d'être appréciée quand elle se matérialise dans les façades régulières qui bordent les grands boulevards des villes traditionnelles ou dans les enchaînements de ruelles et places des noyaux médiévaux.

La densité peut être perçue de façon positive, notamment si on l'associe à la vie et à la qualité des espaces publics. Il faut donc aborder cette notion selon une autre dimension, de nature qualitative. C'est ainsi que nous avons été conduits à définir les conditions de la densité, qui devraient à notre avis reposer sur quatre points fondamentaux :

- La densité doit être déterminée en fonction des contextes spécifiques dans lesquels elle est appliquée. On peut donc postuler que l'attribution des densités dans le cadre d'un projet ne se fasse plus uniquement à partir des critères quantitatifs des différents règlements de zones mais aussi à partir d'autres critères comme la valeur patrimoniale, la morphologie construite et paysagère des lieux, les conditions d'accessibilité multimodales, les impacts environnementaux, etc. Considérée ainsi, la densité n'est plus une donnée de base mais plutôt la résultante du processus d'élaboration d'un projet.

- La densité doit être déterminée en fonction de



© Devanthery, Lamunière, Marchand, Illustrer la ville compacte, juillet 2006

la qualité des espaces publics et des espaces verts auxquels elle est associée. C'est certainement l'une des conditions les plus importantes, car la perception de la densité, comme nous l'avons vu au préalable, semble particulièrement dépendante du vécu des espaces collectifs et de leur capacité à susciter sociabilité et convivialité.

- La densité doit être associée à la mixité fonctionnelle, sociale et générationnelle. L'association de ces mixités – souvent considérée à la base de l'urbanité – peut en effet contribuer à renforcer les pratiques sociales différenciées et l'animation souhaitée des espaces publics. La diversité des commerces, des services, des équipements et des transports publics situés à proximité contribue aussi certainement à une perception positive de la densité.

- Enfin, le rapport entre densité et qualité architecturale doit être considéré, notamment dans la recherche d'un bâti diversifié, en termes morphologiques et typologiques, de façon à prendre en compte à la fois l'hétérogénéité des contextes (urbains, périurbains, villageois entre autres) et les différentes pratiques sociales et familiales.

Questions de représentation

Ce cadre théorique a servi de fil conducteur à l'étude qu'Inès Lamunière, Patrick Devanthery et moi-même avons effectuée en 2006 pour le Service d'Aménagement du Territoire du Canton de Vaud, une étude qui avait pour objectif de définir les contours d'une approche qualitative de la densité et de confronter cette même approche à plusieurs sites stratégiques du Projet d'agglomération Lausanne-Morges.

Le souci d'illustrer des densités différentes nous a amenés à choisir des sites dans des contextes contrastés : Vernand (site stratégique n°3) est un lieu à la fois villageois et périurbain, avec des intonations artisanales, industrielles et, bien sûr, agricoles ; La Bourdonnette (site stratégique n°4) se situe aux portes de la ville de Lausanne, dans un lieu très facile d'accès, proche du lac et des loisirs et, en même temps, fortement marqué par un réseau routier dominant ; Sébeillon (site stratégique n°5) est un lieu



De gauche à droite : Vernand (site stratégique n°3 du PALM), vue de la rue principale ; La Bourdonnette (site stratégique n°4 du PALM), vue du square urbain ; Sébeillon (site stratégique n°5 du PALM), vue depuis l'une des rues vers la place et la Halle des marchandises ; La Longeraie (site stratégique n°8 du PALM), vue de la cour du Centre de Congrès.

urbain largement teinté par un paysage ferroviaire qui lui confère une poésie certaine; enfin, La Longeraie, à Morges (site stratégique n°8) est un lieu périurbain, bien desservi par les transports collectifs et caractérisé par des qualités paysagères indéniables.

Nous avons ainsi établi des projets de faisabilité sur ces lieux, testant ainsi leur potentiel bâti. Si l'objectif majeur de notre travail demeurerait la facette qualitative de la densité, d'autres questions ont rapidement émergé : comment peut-on illustrer la ville compacte et notamment la dimension qualitative de la densité ? Quels modes de représentation doit-on privilégier ? Quelles sont les stratégies de figuration les mieux adaptées à convaincre les décideurs, les utilisateurs et, d'une façon générale, l'opinion publique, du fait que la densité peut être synonyme de qualité ?

Ces questions s'avèrent fondamentales si on se réfère, notamment, à la perception négative de la densité évoquée précédemment ; elles sont aussi complexes, la représentation en urbanisme oscillant entre deux extrêmes, d'une part l'abstraction traditionnelle des plans d'aménagement et d'affectation et, d'autre part, l'hyperréalisme auquel on arrive actuellement à partir des images de synthèse, 3D et autres. Confronté à une large palette de moyens graphiques, l'urbaniste se doit de faire des choix en adéquation avec le message qu'il veut transmettre.

Une discussion approfondie sur la question de la représentation en urbanisme, certes nécessaire et passionnante, dépasse pourtant largement le cadre de notre propos. Nous nous limiterons ici à commenter quelques-unes des illustrations de notre étude qui prennent comme cadre le champ de vision du promeneur ou du flâneur. Nous avons en effet essayé de représenter de façon précise ce qui attire notre attention quand nous nous promenons dans le centre ou dans les quartiers des villes et des villages, à savoir les activités qui bordent les chaussées, les vitrines des magasins, les textures des sols, la lumière réfléchie sur un mur de façade, l'ombre d'un arbre, en résumé les ambiances citadines ou villageoises.

De même, nous nous sommes attardés sur la représentation de la végétation et sur la simulation des scènes de la vie quotidienne – faire ses achats, boire un verre à une terrasse, promener son chien ou simplement se diriger vers un arrêt de tram. En d'autres termes, l'effort de représentation a porté essentiellement sur ce qui contribue habituellement à caractériser les espaces publics, alors que la spécification du bâti s'est confinée dans le dessin, épuré et presque abstrait, à des masses et à des volumes.

Pour mieux figurer la perception du promeneur, nous nous sommes donc pliés à certaines conventions – comme les règles de la perspective – et nous nous sommes cantonnés dans l'illustration des différents composants des « pièces urbaines » projetées avec un soin du détail et une attention variables : à Vernand, la rue animée fait écho, dans une interprétation contemporaine, à l'importance sociale des rues des villages ; à la Bourdonnette, un square urbain planté et entouré de commerces et d'activités diverses fait office de centralité et d'espace de convivialité et de loisirs ; à Sébeillon, une grande place centrale minérale est censée tisser des liens entre les quartiers d'habitation et les espaces verts situés au sud de la plateforme, et mettre en valeur la Halle des marchandises ; enfin, l'ampleur de la cour du Centre de Congrès de La Longeraie a été renforcée par le maintien des grands arbres existants, l'ouverture sur le lac, la création d'un nouveau bâti sur son pourtour et l'implantation d'un bâtiment haut dans son extrémité ouest.

Toutes ces images nous ont ainsi permis de tester des représentations spécifiques de la densité dans des contextes différenciés, en faisant ressortir ses aspects sensibles et qualitatifs, liés le plus souvent aux types d'espaces publics qui caractérisent les formes urbaines que nous avons projetées. Si, dans le cadre de cette étude, c'est surtout à la perception des utilisateurs que nous nous sommes intéressés, force est de reconnaître que ces réflexions nous ont aussi permis de comprendre que notre perception de la densité, notre rapport au concret, est avant tout une question d'intensité urbaine, de sensations et d'émotions qui s'en dégagent.

IMAGE, ESPACE ET TERRITOIRE

Monique Ruzicka-Rossier, architecte, EPFL

L'image produite pour les projets d'urbanisme et de territoire reproduit, représente et crée de l'espace, qui agit sur ceux qui la regarde. Elle a aussi la faculté de révéler les problèmes du territoire. Par contre, si l'image a le pouvoir de réduire la complexité de la ville pour la comprendre, l'écriture et les chiffres sont d'égale importance dans la démarche des projets. Dans toute intervention territoriale où l'image agit dans un rôle de représentation d'un devenir possible, il est important de se rappeler que l'image est de même nature que le pouvoir.

Une image créatrice d'espace

Un des organes de communication les plus performants des projets de ville et de territoire est l'image. Autant les gestionnaires politiques et administratifs des villes et des régions que la population sont demandeurs d'illustrations imaginées pour comprendre les innovations ou transformations qui sont proposées pour un quartier, une portion de ville, d'agglomération ou un paysage. L'image est pratique, elle se visionne facilement et se met à plat sur le papier. Bruno Latour, philosophe, anthropologue et sociologue des sciences, précisait si «une chose, et une seule se domine du regard : c'est la feuille de papier [...] rien ne peut se cacher, s'obscurcir, se dissimuler». L'image, si l'effort est fait de la «lire» et la décrypter, traduit un état de fait en questionnement; l'image mène à poser un problème. Par exemple, les dessins de villes où se juxtaposent les aplats colorés des zones résidentielles, artisanales, industrielles, commerciales, collectives, de loisirs ou de détente sont l'illustration d'un fait, celui d'une spécialisation en secteurs d'activité dans le but de réduire les incidences négatives d'un secteur à l'autre, comme le bruit de la zone artisanale à éloigner de la zone résidentielle ou de détente. Or, une lecture attentive du plan mis en image montre une juxtaposition de zones en un éclatement de l'espace, et un problème se distingue, celui de la fragmentation et de la désarticulation des fonctions qui composent la ville. Le «plan de zone», image de la répartition spatiale des affectations sur un territoire, est pourtant dans le même temps l'instrument qui organise et valide la localisation et l'affectation des constructions sur un territoire; le plan de zone et son image permet de fabriquer de l'espace construit, puis habité. L'image est plus qu'une illustration, elle invente et crée de l'espace.

Image comme reproduction et représentation

L'image est un véhicule familier dans l'œuvre de l'urbaniste, architecte-ingénieur, ou géographe. Elle revêt alors deux rôles : le premier lui demande de faire la reproduction d'un existant

et le donne à voir comme une réalité contextuelle, le deuxième lui fait transmettre la représentation d'un espace arrangé par des auteurs et présenté à des spectateurs.

La reproduction faite par l'image d'un existant se pratique autant en mots écrits ou parlés (description d'un milieu naturel ou social, enregistrement d'entretiens), en images fixes ou mobiles (photographies, films), qu'en chiffres (statistiques et autres données quantitatives). Lorsque les méthodes de récolte de données de l'existant sont explicitées et l'observation, la transcription, puis l'interprétation sont décrites précisément dans leur processus, il est alors possible pour les acteurs concernés de juger de la qualité de la lecture d'un contexte et de l'accepter.

La représentation transmise par l'image d'un arrangement, voire d'une organisation de l'espace autre que ce que celle qui prédominait avant l'image proposée, agit comme une nouvelle réalité spatiale. Dans l'essai intitulé «Représentation et simulacre», le sémiologue et philosophe Louis Marin se questionne sur la notion de représentation et propose de la définir comme le fait de porter en présence un objet qui ne peut être là, et le porter en présence comme absent. Sous cet angle, la représentation dessinée d'un espace arrangé, ou organisé et architecturé, met en présence spatialement une absence de spatialité. Le concepteur et constructeur de cette spatialité virtuelle en est d'autant gratifié par les spectateurs si l'espace proposé répond à un manque ou une insatisfaction : cet endroit de la ville est peu attrayant et les activités qui s'y trouvent sont industrielles, cette entrée de ville est laide avec tous ces centres commerciaux... L'image proposée est alors salvatrice et souvent bien accueillie indépendamment du contenu proposé.

Image appropriée et appropriant

L'image ainsi fixée dans un dessin, ou sur un support usant de techniques médiatiques actuelles, a comme un brin de magie pour nous faire pénétrer dans des espaces imaginés par un autre que soi. Lorsque cette image est présentée comme un futur possible, on peut observer un triple phénomène d'appropriation. Le premier est celui de l'image (et de ce fait la représentation du projet de l'espace inventé) qui devient propriété de celui qui la regarde; elle est alors objet à déformation, modification, voire annulation. Le deuxième est celui du spectateur qui devient propriété de l'image qui agit sur lui, et le transforme en objet à accaparer, à modifier. Le troisième, est un aller retour entre les postures, où l'image, puis le spectateur sont l'objet d'une propriété possible. Dans

les trois cas, l'image opère une action sur le contexte dans lequel elle est placée. L'espace imaginé et dessiné est plus qu'une représentation de l'espace, c'est de l'espace qui agit sur ceux qui la regarde.

Figuration, configuration et défiguration

L'image qui représente un projet d'urbanisme montre une invention et ce qui va advenir si les acteurs légitimés pour choisir l'acceptent. L'image du projet de ville ou de territoire présente un futur possible. Michel Lussault dans « L'espace avec les images » précise que les documents visuels, qu'ils soient du domaine de l'architecture, de l'urbanisme, des villes ou du territoire, ou des domaines scientifique, artistique ou publicitaire, doivent leur efficacité de transmission à « trois pouvoirs essentiels :

- ils constituent les instruments de maîtrise de l'espace par leur aptitude à réduire radicalement sa complexité ;
- ils jouissent de l'effet de vérité consubstantiel à l'icône ;
- ils permettent, dans le cas particulier des images aménagistes, une représentation parfaite de la virtualité spatiale projetée.

La puissance de l'imagerie naît de l'articulation de ces trois capacités de performance.» L'image comme instrument réducteur comporte en parallèle l'inconvénient de son avantage, et le risque est courant qu'elle soit prise pour être le reflet exact de la ville en devenir. Si l'image du plan d'urbanisme permet de comprendre la complexité de l'environnement urbain et des territoires, elle reste un plan et n'est pas la ville. Et, bien plus que l'image d'un plan, elle est le support d'un débat public et politique sur la ville. La ville est autre que les monuments, les rues, les places dessinées sur le plan ; la ville est avant tout l'homme qui l'habite en ayant choisi de la cohabiter avec d'autres hommes.

Michel Foucault dans « Les mots et les choses » prête à l'âge moderne la caractéristique d'être celui de la représentation. La représentation permet aux hommes de construire rationnellement un monde à travers des dispositifs iconographiques. Dans le domaine de l'urbanisme, ces dispositifs donnent à voir et aussi à connaître les objets matériels constituant la ville. Toutefois, ils forment un appareil complexe dans lequel se construit non seulement l'objet représenté, mais aussi le sujet représentant. Ainsi, la ville se « fabrique » seule dans sa relation avec les hommes ; en acceptant ce postulat, le plan d'urbanisme est le miroir qui rend possible la visualisation de cette interrelation. Pour Michel

Lussault, l'image est l'intermédiaire qui opère la figuration, la configuration ou la défiguration.

Moyen et fondation du pouvoir

En réfléchissant sur l'iconographie projectuelle, il est un sujet important et incontournable qu'il est nécessaire au moins d'évoquer : le lien ténu entre l'image et le pouvoir. Dans les états démocratiques, le souverain est le peuple. C'est lui qui possède le pouvoir de décision sur les espaces urbains et territoriaux. Ainsi l'image dans son rôle de représentation de l'espace arrangé proposé par l'urbaniste a pour destinataire le peuple et ses représentants politiques. Louis Marin lie indiscutablement représentation et pouvoir : « représentation et pouvoir sont de même nature. Que dit-on lorsque l'on dit pouvoir ? Pouvoir, c'est d'abord être en état d'exercer une action sur quelque chose ou quelqu'un ; non pas agir ou faire, mais en avoir la puissance, avoir cette force de faire ou d'agir. Puissance, le pouvoir est également et de surcroît valorisation de cette puissance comme contrainte obligatoire, génératrice de devoirs comme loi. En ce sens, pouvoir, c'est instituer comme loi la puissance elle-même conçue comme possibilité et capacité de force. Et c'est ici que la représentation joue son rôle en ce qu'elle est à la fois le moyen de la puissance et sa fondation. Le dispositif représentatif opère la transformation de la force en puissance, de la force en pouvoir, et cela deux fois, d'une part en modalisant la force en puissance et d'autre part en valorisant la puissance en état légitime et obligatoire, en la justifiant. »

En ce sens les auteurs de l'image d'un plan d'urbanisme sont dépossédés de leur œuvre sitôt remise aux commanditaires. L'image propre à l'urbanisme appelle toujours une réponse politique qui porte le plan proposé bien au-delà de ce qu'il représente.

L'apprentissage d'un potentiel partagé

Il est temps de développer des recherches sur la puissance paradoxale de l'image dans le dessin d'urbanisme, mais aussi sur la notion même de projet nécessitant le véhicule de l'image comme transmission. La remise en question de plus en plus vive de la planification urbaine ou territoriale traditionnelle, s'appuyant principalement sur des plans, rend urgent un questionnement réflexif afin d'infirmer ou confirmer le malaise.

Références

- Latour, Bruno (1985) : « Les vues de l'esprit. Une introduction à l'anthropologie des sciences et des techniques »
 Marin, Louis (1994) : « Représentation et simulacre », dans « De la représentation »
 Choay, Françoise (1980) : « La règle et le modèle, sur la théorie de l'architecture et de l'urbanisme »
 Lussault, Michel (2003) : « L'espace avec les images »
 Foucault, Michel (1967) : « Les mots et les choses »
 Stock, Mathis (2006) : « L'hypothèse de l'habiter poly-topique »
 Marin, Louis (1981) : « Le portrait du roi »

