

Un plan de la ville à pied

Genève : le plan piétons

Genève (180 000 hab., agglomération 400 000 hab.) est une ville très dense, ce qui est favorable pour les déplacements à pied. En 1995, le service d'urbanisme a élaboré un plan piéton, document destiné à initier une politique en faveur du piéton, dans le but d'améliorer la sécurité des usagers, la continuité du réseau et l'embellissement des espaces publics et afin d'encourager la découverte de la ville par les habitants.

Vu l'absence de moyens financiers dédiés aux piétons, la stratégie a consisté à créer une demande et un soutien populaire avant de pouvoir réaliser des aménagements qui sont plutôt disséminés dans la ville, donc peu spectaculaires.

La mise en œuvre du plan piéton a suivi trois étapes. D'abord sensibiliser, en montrant à quel point la ville est dense et qu'en 10 minutes de marche de nombreux lieux sont accessibles. Simultanément développer un courant de sympathie en faveur du piéton grâce, notamment, à un logo en forme de P représentant un petit personnage dans diverses attitudes quotidiennes. Puis donner goût à la marche grâce à un support de redécouverte de la ville : les promenades. Finalement, réaliser des améliorations concrètes (traversées piétonnes, îlots, créations de cheminements entre des parcelles, etc.).

La première campagne d'information s'est déroulée dès novembre 1995. Elle était fondée sur une campagne d'affiches présentant les distances de marche entre divers lieux clefs de la ville. Sur l'ensemble du canton, 800 affiches ont été posées, soit une couverture exceptionnelle puisque l'on considère que le seuil de visibilité est atteint avec environ 200 affiches. Cette campagne était complétée par la distribution de dépliants dans la rue (en relation avec la rentrée universitaire et Noël), l'édition d'une "mesurette" à 3 000 exemplaires (petite règle en papier destinée à mesurer le temps de parcours du piéton entre deux points du plan de Genève) et quelques tickets de bus offerts gratuitement.

La deuxième campagne d'information date de l'été 1996. Elle était fondée sur la diffusion d'un plan de ville (100 000 exemplaires) et d'une promenade à travers quelques beaux parcs de Genève.

Depuis, la promotion s'est surtout concentrée sur la parution annuelle d'une promenade. Il s'agit à chaque fois d'un plan illustré accompagné d'anecdotes, d'éléments historiques et explicatifs qui révèlent un patrimoine exceptionnel et qui donnent envie de découvrir la ville. À ce jour, quatre promenades ont été publiées. Elles ont eu pour thème les parcs et les domaines, les quais, les musées et le patrimoine historique et, dernièrement, l'eau.

Ces différentes actions ont suscité un très bon accueil auprès de la population et ont développé un fort courant de sympathie envers le plan piéton. La documentation, en particulier les promenades, est très demandée via l'office du tourisme et les stands d'information de la ville. La plupart des documents ont d'ailleurs été tirés en grande quantité (100 000 ex.).

RÉSULTATS OBTENUS

Demandes permanentes de documentation (promenade, cartes, etc.).
Reconnaissance progressive du piéton dans les aménagements de circulation.

ENSEIGNEMENTS

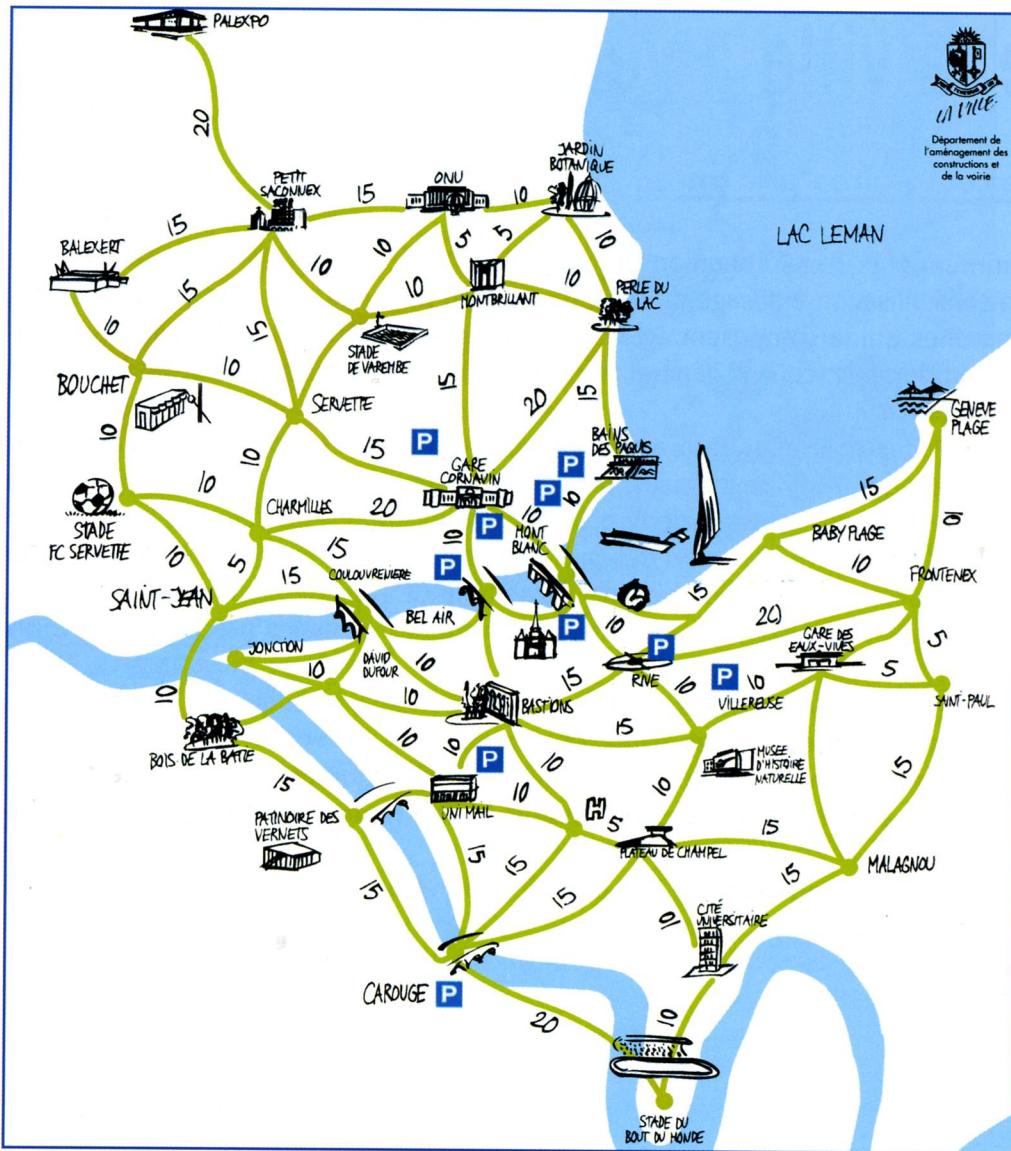
Promouvoir la marche par un travail de séduction. Les arguments rationnels (santé, mobilité, vitesse) ne suffisent pas.

ACTEURS

Service d'urbanisme, Office du tourisme, Office des transports et de la circulation.

PERSONNES À CONTACTER

Marie-José Wiedmer-Dozio - Alain Viaro, ville de Genève, Service d'urbanisme - Tél. 00 41 22 418 60 50



Le plan ci-contre indique les distances en minutes à la vitesse moyenne de 5 km/h

Marcher à Genève...

C'est pratique, agréable, gratuit et bon pour la santé!

PLAN PIETONS



Un logo en forme de P a été conçu en 1995. Il symbolise le "plan piéton" et se décline sur tous les documents de promotion

Chaque année depuis 1995, la promotion du piéton donne lieu à la parution d'une "promenade". La dernière née, en 1999, s'intitule "de ville en ville" et va du jet d'eau de Genève à Carouge

