

La culture  
du bâti pour  
tous?

Enquête  
sur la culture  
du bâti



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Département fédéral de l'intérieur DFI  
Office fédéral de la culture OFC

**LINK**  
INSTITUT

## Impressum

### Editeur:

Office fédéral de la culture, Section Patrimoine culturel  
et monuments historiques, Berne 2018

### Conception:

Nina Mekacher, Martin Jakl

### Réalisation de l'enquête et rédaction du rapport:

LINK Institut de recherche marketing et sociale, Lucerne

### Graphisme:

Heyday Konzeption und Gestaltung GmbH, Berne

# Table des matières

|     |                                                                  |    |
|-----|------------------------------------------------------------------|----|
| 1   | Contexte et objectif                                             | 4  |
| 1.1 | <u>Objectif de l'étude</u>                                       | 4  |
| 1.2 | <u>Culture du bâti – Notion et définition</u>                    | 5  |
| 2   | Principaux résultats                                             | 6  |
| 3   | Résultats détaillés                                              | 8  |
| 3.1 | <u>Conscience de la culture du bâti au sein de la population</u> | 8  |
| 3.2 | <u>Culture du bâti au quotidien</u>                              | 10 |
| 3.3 | <u>Sensibilisation et participation</u>                          | 18 |
| 3.4 | <u>Conscience de la qualité en matière de culture du bâti</u>    | 25 |
| 3.5 | <u>Promotion et formation</u>                                    | 40 |
| 4   | Conception de l'étude                                            | 42 |
| 4.1 | <u>Méthodologie et données du terrain</u>                        | 42 |
| 4.2 | <u>Univers</u>                                                   | 43 |
| 4.3 | <u>Taille de l'échantillon</u>                                   | 43 |
| 4.4 | <u>Echantillonnage</u>                                           | 44 |
| 4.5 | <u>Questionnaire et durée de l'interview</u>                     | 44 |
| 4.6 | <u>Prétests</u>                                                  | 44 |
| 5   | Appendice                                                        | 45 |
| 5.1 | <u>Crédits photographiques</u>                                   | 45 |

# 1 Contexte et objectif

## 1.1 Objectif de l'étude

Dans la perspective de l'élaboration de la stratégie interdépartementale de la Confédération en faveur de la culture du bâti, l'Office fédéral de la culture (OFC) a décidé de lancer une enquête représentative sur le thème de la «culture du bâti». Son objectif consistait à examiner d'une part dans quelle mesure la notion de culture du bâti est ancrée dans la population et comment elle est comprise. L'enquête visait d'autre part à mesurer l'acceptation, la valorisation et l'importance de la culture du bâti, de différents types d'habitat et de l'architecture contemporaine.

L'enquête a porté essentiellement sur les questions fondamentales suivantes couvrant les différents aspects du domaine de recherche. Les résultats présentés dans ce rapport sont structurés autour de ces aspects.

- 1. Conscience de la culture du bâti au sein de la population:**  
Que signifie le terme «culture du bâti» pour la population?
- 2. Culture du bâti au quotidien:**  
Quels sont les aspects essentiels au bien-être de la population dans l'espace public et dans l'environnement construit?
- 3. Sensibilisation et participation:**  
La population s'implique-t-elle dans la culture du bâti et dans quelle mesure est-elle sensibilisée à cette thématique?
- 4. Conscience de la qualité en matière de culture du bâti:**  
Quelle importance revêt la qualité dans le domaine de la culture du bâti et comment est-elle perçue par la population?
- 5. Promotion et formation:**  
Quelle importance la population accorde-t-elle à la promotion et la formation dans le domaine de la culture du bâti?

Pour répondre aux questions de l'étude, l'Institut LINK a mené une enquête représentative auprès de la population à l'aide d'un questionnaire en ligne soumis à plus de 1000 personnes vivant en Suisse (détails au chapitre 4).

## 1.2 Culture du bâti – Notion et définition

La notion allemande de «Baukultur» est établie dans l'espace germanophone où elle est utilisée plus fréquemment. Le terme français «culture du bâti» et le terme italien «cultura della costruzione» sont des traductions directes du terme allemand et sont encore moins connues dans les régions linguistiques respectives que dans l'espace germanophone. La notion de «culture du bâti» peut être comprise et interprétée de différentes manières. L'un des objectifs de l'enquête était donc d'explorer le champ d'interprétation de cette notion (voir le point 3.1).

La seconde moitié de l'étude a été consacrée à des questions concrètes sur le thème de la culture du bâti. Pour permettre une compréhension uniforme de cette notion étendue et complexe, la définition suivante a été introduite:

**La culture du bâti englobe l'ensemble des activités humaines qui modifient l'environnement naturel ou construit. Elle comprend l'intégralité des éléments de l'environnement construit. La culture du bâti englobe ainsi tout ce qui a été construit à ce jour dans un pays ou qui a été transformé dans la nature, et qui se distingue par ses caractéristiques spécifiques.**

**La culture du bâti inclut par conséquent aussi l'artisanat, la construction de routes, l'aménagement du territoire, les ingénieurs, les architectes et toutes les autres disciplines impliquées dans la construction.**

Dans le rapport de l'enquête, la notion de culture du bâti ne se limite pas seulement à sa fonction – c'est-à-dire modifier l'environnement naturel ou construit –, au processus de construction contemporain et au patrimoine architectural, mais s'étend à la signification de la culture du bâti en tant que partie intégrante de la culture et de l'identité suisse.

## 2 Principaux résultats

Les réponses aux questions de l'étude peuvent être résumées comme suit.

### Conscience de la culture du bâti au sein de la population:

Que signifie le terme «culture du bâti» pour la population?

A la question ouverte de savoir à quoi leur fait penser le terme «culture du bâti», les personnes interrogées répondent de manière très diverse. Environ un tiers de la population associe la notion de culture du bâti à des aspects liés à l'architecture en général comme l'apparence, la conception et l'esthétique des constructions et des bâtiments. Près d'un répondant sur cinq pense à la planification en entendant le terme «culture du bâti», notamment la planification urbaine, locale, des transports et des constructions, l'aménagement du territoire ou encore les autorités en charge de ces domaines. Autres associations relevées: la tradition, l'héritage et la préservation des monuments (18%), le fait et la manière de construire en général (13%) ainsi que le respect pour la nature et l'environnement ou du paysage (9%).

L'enquête révèle de nettes différences de compréhension du concept de culture du bâti en Suisse romande: les réponses «ne sais pas» (21%) et «rien» (8%) y sont significativement plus nombreuses que dans les autres régions linguistiques. On peut donc considérer qu'en Romandie, la notion de culture du bâti n'est pas claire pour une grande partie de la population.

### Culture du bâti au quotidien:

Quels sont les aspects essentiels au bien-être de la population dans l'espace public et dans l'environnement construit?

Les critères essentiels au bien-être de la population dans l'espace public et dans l'environnement construit sont notamment un environnement propre, soigné et calme, une bonne desserte par les transports publics et suffisamment d'espaces verts et de parcs. Un environnement attrayant en termes de constructions et des possibilités d'achat diversifiées sont également importants.

La comparaison de situations de logement et de types d'habitat réels à l'aide d'images montre que la majeure partie de la population privilégie en particulier les situations de logement traditionnelles dans un environnement plutôt rural ou en agglomération. Un cadre verdoyant et la proximité de la nature jouent en l'occurrence un rôle important.

### Sensibilisation et participation:

La population s'implique-t-elle dans la culture du bâti et dans quelle mesure est-elle sensibilisée à cette thématique?

Il existe bel et bien une certaine sensibilisation au thème de l'enquête au sein de la population. En témoignent l'intérêt manifeste affiché par environ 45 % de la population et l'utilisation assidue des médias pour s'informer sur le processus de construction. En raison de la part nettement plus grande de réponses «ne sais pas» et «rien» en Romandie, on peut considérer que la population de Suisse romande est moins sensibilisée au thème de la culture du bâti que celle des autres régions linguistiques.

Etant donné que 52 % des personnes interrogées ont indiqué ne pas disposer de suffisamment de possibilités de participation pour pouvoir exercer une influence sur les projets de construction ou les activités de construction dans leur lieu de résidence, on peut supposer que seule une minorité de la population s'implique dans cet aspect central de la culture du bâti. En Romandie (64 %) et en Suisse italienne (74 %), les proportions sont sensiblement supérieures à celles de la Suisse alémanique (46 %).

Au vu des valeurs relativement faibles enregistrées pour les possibilités de participation subjectives, on peut déduire que les possibilités d'implication sont insuffisantes ou qu'il conviendrait de mieux informer la population sur les moyens dont elle dispose pour s'impliquer efficacement dans les projets de construction ou le processus de construction.

Les scores de participation réelle montrent qu'une grande partie de la population ne s'implique dans la culture du bâti qu'au travers de la participation aux votations.

#### **Conscience de la qualité en matière de culture du bâti:**

Quelle importance revêt la qualité dans le domaine de la culture du bâti et comment est-elle perçue par la population ?

Le fait que la qualité de la culture du bâti revêt une grande importance pour la population se confirme dans cette enquête par l'association directe faite entre le bien-être et la qualité de la culture du bâti. La déclaration «La qualité de la culture du bâti est importante pour la qualité de vie en Suisse» obtient ainsi les plus fortes valeurs d'approbation.

Dans l'ensemble, la population attribue des notes favorables à la qualité de la culture du bâti en Suisse. 44 % des personnes interrogées estiment que la culture du bâti en Suisse est actuellement de haute qualité contre une très petite proportion qui la juge de faible qualité (1%). Environ la moitié de la population reste neutre à ce propos, comme le montre le positionnement entre les pôles «très faible qualité» (1 sur 10) et «très haute qualité» (10 sur 10).

#### **Promotion et formation:**

Quelle importance la population accorde-t-elle à la promotion et la formation dans le domaine de la culture du bâti ?

La population attache beaucoup d'importance à la promotion de la formation dans le domaine de la culture du bâti. Une grande partie de la population souhaite promouvoir davantage la formation de spécialistes, et ce à raison de 59 % dans la planification (aménagistes, politiciens impliqués, autorités de délivrance de permis de construire), 52 % dans le secteur de la construction (métiers du bâtiment, conduite des travaux) et 49 % dans la conception, le développement et la mise en œuvre (architectes, ingénieurs).

Pour ce qui concerne les autres domaines évalués, la population est majoritairement satisfaite de la situation actuelle ou souhaite les promouvoir moins fortement: seuls 38 % de la population estiment que des moyens financiers supplémentaires devraient être fournis par les pouvoirs publics pour améliorer la qualité de la culture du bâti suisse. 37 % sont d'avis qu'il faudrait encourager davantage la formation de l'ensemble de la population (p. ex. dans l'enseignement scolaire) et autant pensent que l'accent devrait être mis sur les possibilités de participation de la population. 31 % seulement se prononcent pour une promotion supplémentaire du système de concours pour des projets de construction.

## 3 Résultats détaillés

### 3.1 Conscience de la culture du bâti au sein de la population

Afin de savoir d'emblée ce que la population entend par culture du bâti, l'enquête a démarré par une question ouverte portant sur les associations spontanées avec le terme «culture du bâti».

A cette question ouverte de savoir à quoi leur fait penser le terme «culture du bâti», les personnes interrogées ont répondu de manière très diverse (voir figure 1). Environ un tiers de la population associe la notion de culture du bâti à des aspects liés à l'architecture en général comme l'apparence, la conception et l'esthétique des constructions et des bâtiments. Près d'un répondant sur cinq pense à la planification en entendant le terme «culture du bâti», notamment la planification urbaine, locale, des transports et des constructions, l'aménagement du territoire ou encore les autorités en charge de ces domaines. Suivent la tradition, l'héritage et la préservation des monuments (18 %), le fait et la manière de construire en général (13 %) ainsi que le respect de la nature et de l'environnement ou du paysage (9 %). Différents aspects de la construction ont également été cités, par exemple divers types de bâtiments, les compétences en matière de construction et la qualité de la construction ainsi que les thèmes de l'intégration des constructions dans leur environnement (mitage du territoire ou constructions supplantant la nature, densification des constructions, intégration dans le milieu de vie, bonne insertion dans le paysage et dans le site). La culture du bâti a été perçue nettement moins souvent comme un patrimoine culturel (ou comme culture en général) (4 %) et associée à des aspects tels que la recherche de profit et la spéculation (1 %) ou la demande de logements abordables pour tous (2 %).

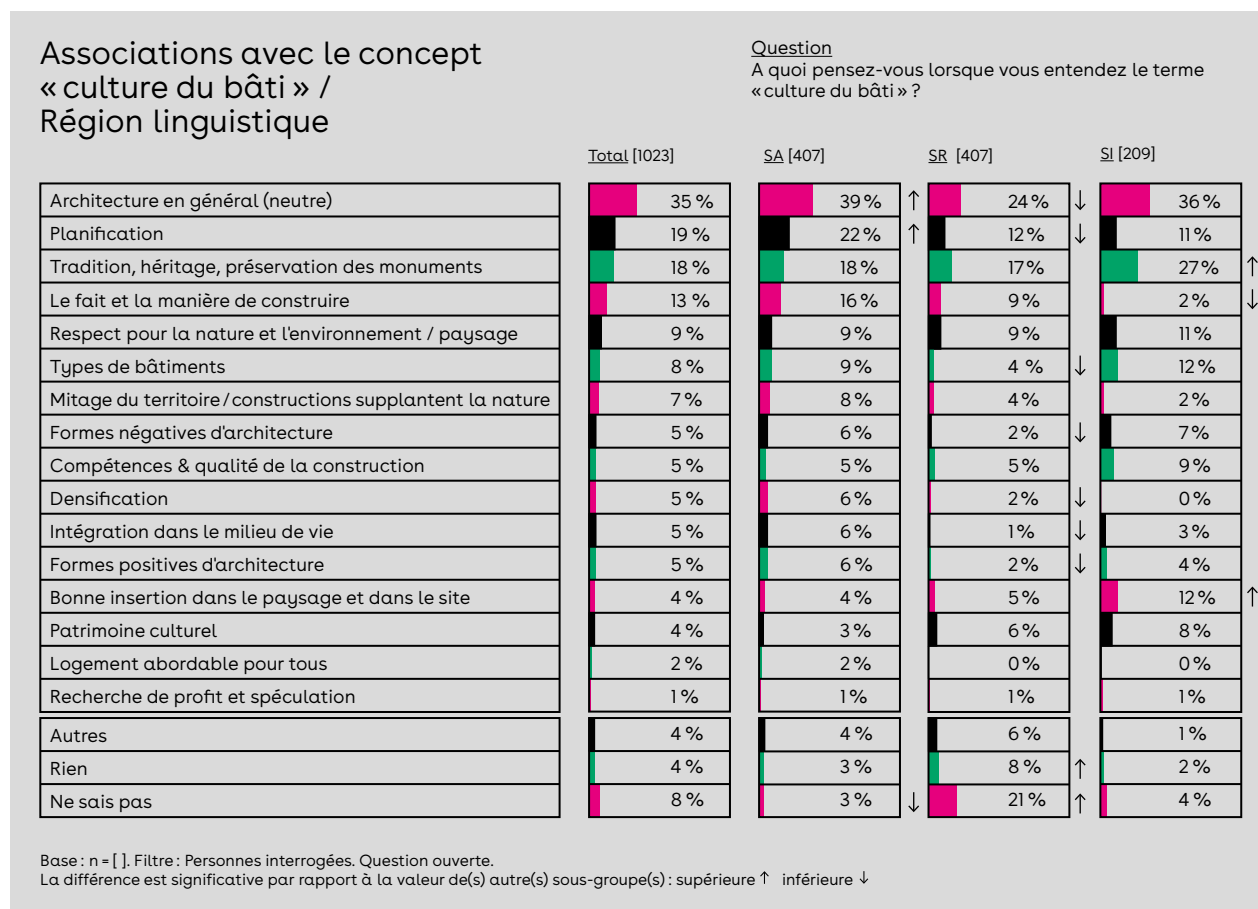


Figure 1

La comparaison de la compréhension de la notion de culture du bâti entre les régions linguistiques fait ressortir deux différences significatives:

En Suisse romande, les réponses «ne sais pas» (21%) et «rien» (8%) sont nettement plus nombreuses qu'en Suisse alémanique et en Suisse italienne (différences significatives). On peut donc considérer qu'en Romandie, la notion de culture du bâti n'est pas claire pour une grande partie de la population.

La deuxième différence concerne la Suisse italienne où la culture du bâti est associée nettement plus souvent à la tradition, à l'héritage et à la préservation des monuments (27%) qu'en Suisse alémanique et en Romandie (18 et 17%) (différences significatives).

## 3.2 Culture du bâti au quotidien

Afin d'identifier les éléments importants pour le bien-être de la population dans l'espace public et l'environnement construit, l'enquête a mesuré dans un premier temps le bien-être au lieu de résidence actuel pour les différents groupes de la population considérés, ce qui a permis d'obtenir un éclairage sur la perception générale du bien-être. A partir de là, il a été possible, dans un deuxième temps, de mieux cerner et comprendre les préférences dans l'espace public et dans l'environnement construit.

### 3.2.1 Bien-être actuel au lieu de résidence

Globalement, les habitants de la Suisse aiment beaucoup vivre dans leur lieu de résidence actuel (figure 2; 83 %, codes 8 à 10). Le bien-être au lieu de résidence obtient un score moyen de 8.8, ce qui confirme que la moyenne de la population se sent très bien dans son lieu de résidence.

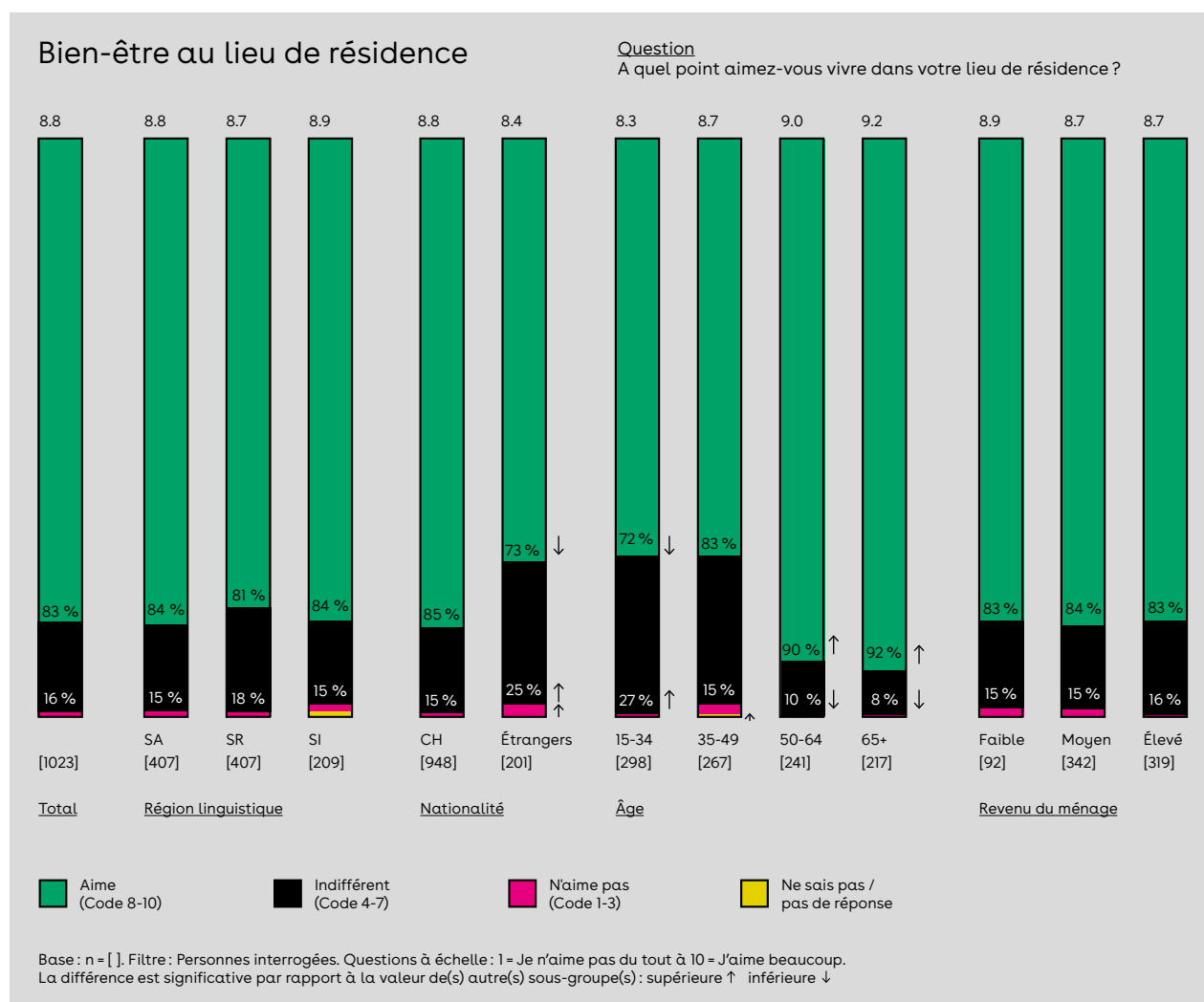


Figure 2

Les résultats ne révèlent pas de différences significatives entre les régions linguistiques ni entre les classes de revenus. En revanche, l'âge est un critère pertinent dans ce contexte: le bien-être s'accroît à mesure que l'âge augmente et les personnes à partir de 50 ans sont plus nombreuses que la moyenne à se sentir très bien dans leur lieu de résidence. Par rapport au groupe des 50 ans et plus, les jeunes de 15 à 34 ans se sentent nettement moins bien dans leur lieu de résidence – même si la moyenne spécifique à ce groupe (8.3) atteste toujours d'un bien-être généralement très élevé.

Les valeurs relevées au sein de la population résidente font également apparaître des différences significatives entre les Suisses et les personnes d'autres nationalités. La proportion de personnes qui se sentent moins bien dans leur lieu de résidence est nettement plus élevée parmi la population résidente étrangère.

### 3.2.2 Préférences dans l'espace public

Le terme «espace de vie quotidien» s'étant révélé, en amont de l'enquête, un synonyme aisément compréhensible du terme «espace public» plus difficile à cerner, il a été utilisé comme suit dans le questionnaire :

**L'espace de vie quotidien désigne tous les lieux où vous vous déplacez et séjournez habituellement dans votre vie quotidienne. Autrement dit tous les endroits où vous vivez, travaillez, passez du temps libre, suivez votre formation ou rencontrez vos amis et votre famille.**

Les personnes interrogées ont été invitées à évaluer différentes conditions cadres de leur espace de vie quotidien et à indiquer leurs préférences dans ce contexte. Cette évaluation a fait ressortir une différence marquée entre ville et campagne (voir figure 3). Indépendamment du lieu de résidence, on peut toutefois affirmer qu'un environnement sûr, propre et soigné constitue la condition cadre la plus importante dans l'espace de vie quotidien de la population.

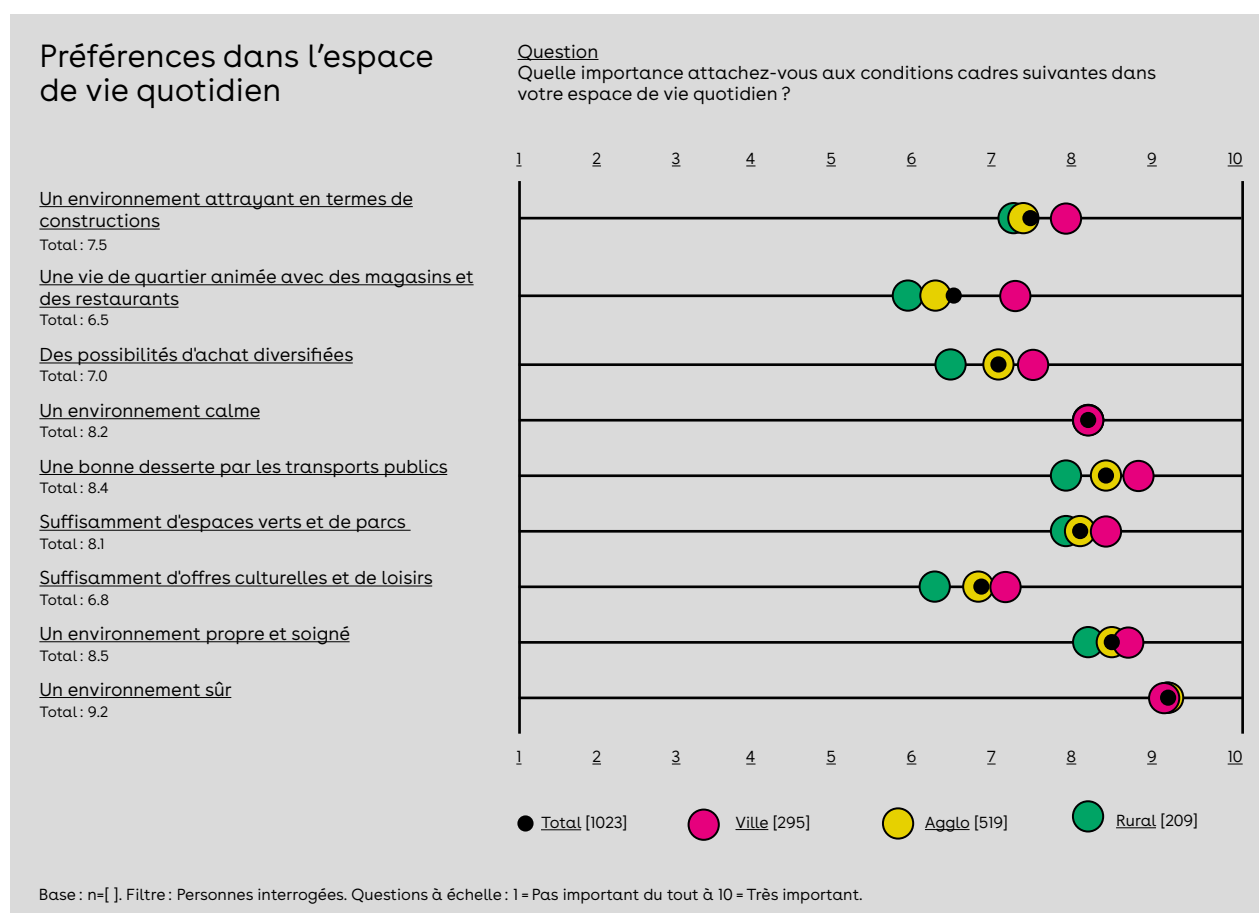


Figure 3

Une bonne desserte par les transports publics, un environnement calme et suffisamment d'espaces verts et de parcs sont également importants pour les répondants. A cela s'ajoutent un environnement attrayant en termes de constructions et des possibilités d'achat diversifiées. Les offres culturelles et de loisirs en nombre suffisant et une vie de quartier animée revêtent le moins d'importance. Notons pourtant qu'avec plus de 6.5 points sur 10, ces deux conditions cadres évoluent clairement au-delà du domaine «pas important» (inférieur à 5.5 points).

### 3.2.3 Préférences dans la comparaison des situations de logement

L'enquête a également fait appel à des images concrètes de situations de logement et d'habitat afin de déterminer comment la population se positionne par rapport à la réalité de la situation en Suisse. Les personnes interrogées ont été priées d'indiquer à plusieurs reprises leur préférence parmi trois situations présentées, et ce indépendamment de leurs possibilités financières.



Image 1



Image 2



Image 3

#### Comparaison de situations de logement 1

##### Question

Indépendamment de vos possibilités financières : laquelle de ces situations de logement privilégieriez-vous, personnellement ?

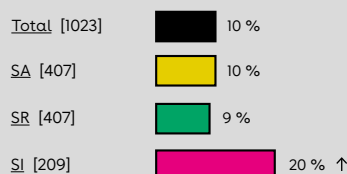
##### Image 1



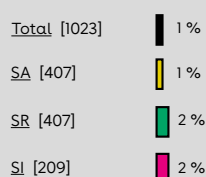
##### Image 2



##### Image 3



##### Ne sais pas / pas de réponse



Base : n = [ ]. Filtre : Personnes interrogées. Question fermée. Images montrées.  
La différence est significative par rapport à la valeur de(s) autre(s) sous-groupe(s) : supérieure ↑ inférieure ↓

Figure 4

La mise en comparaison de trois différents types de maisons individuelles montre que 59 % de la population se prononcent clairement en faveur de la maison individuelle classique, traditionnelle (image 2). La deuxième place revient, avec 30 %, à la maison individuelle contemporaine assortie d'éléments traditionnels (image 1), la troisième place à la maison individuelle contemporaine avec un langage architectural très épuré qui est préférée par 10 % de la population (image 3).

En observant les différences entre les régions linguistiques, on s'aperçoit que les personnes résidant en Suisse italienne privilégient nettement plus souvent la maison individuelle contemporaine avec un langage architectural très épuré (image 3) que la population des deux autres régions linguistiques.

Les résultats de la comparaison de différentes maisons plurifamiliales sont visibles sur la figure 5. Près de la moitié de la population privilégie la maison plurifamiliale traditionnelle (image 2) tandis que les deux maisons plurifamiliales d'architecture contemporaine obtiennent la préférence de 28 % (image 1) et 23 % (image 3) de la population. Les différences relevées entre les régions linguistiques sont négligeables.



Image 1



Image 2



Image 3

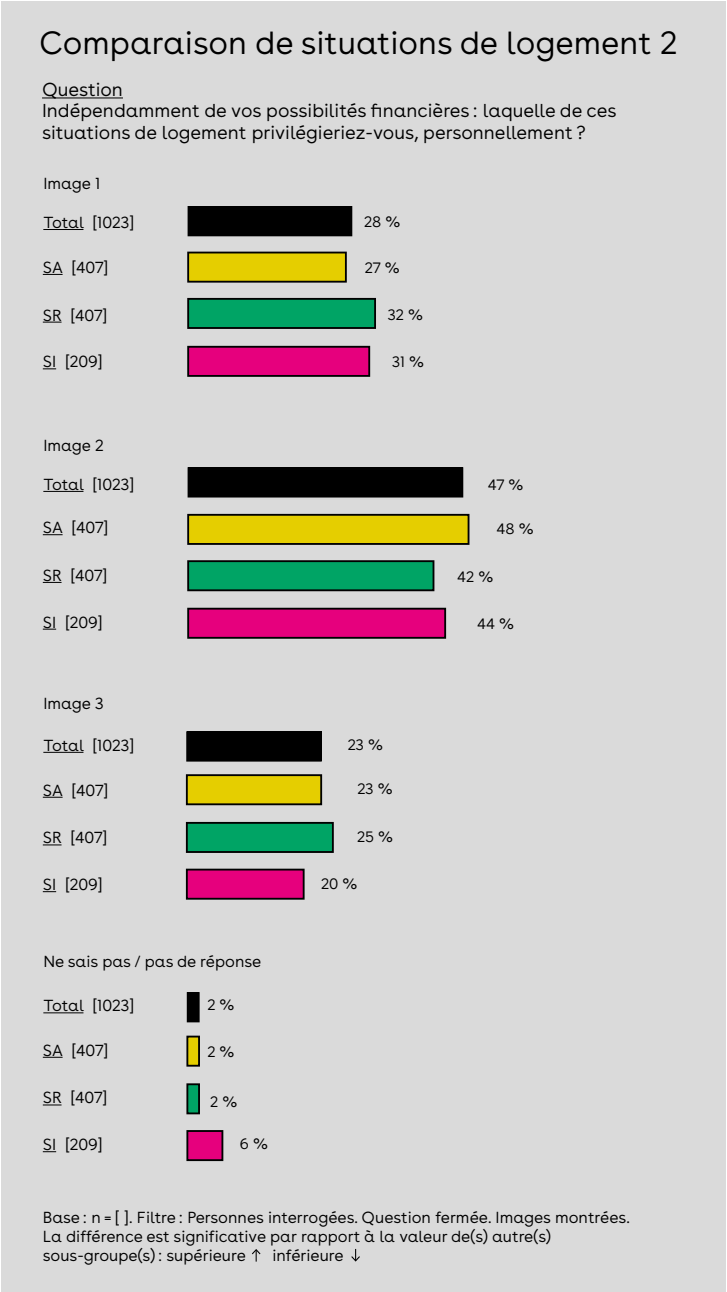


Figure 5

La comparaison de trois immeubles d'habitation donne un résultat sans équivoque: la majorité de la population (62%) opte clairement pour l'immeuble d'habitation «dans la nature» (image 3). Les écarts entre les deux autres situations de logement sont insignifiants: l'immeuble d'habitation en centre-ville (image 1) est plébiscité par 17%, celui en périphérie par 12% de la population (image 2). Ce dernier modèle recueille nettement moins de voix en Suisse romande.



Image 1



Image 2



Image 3

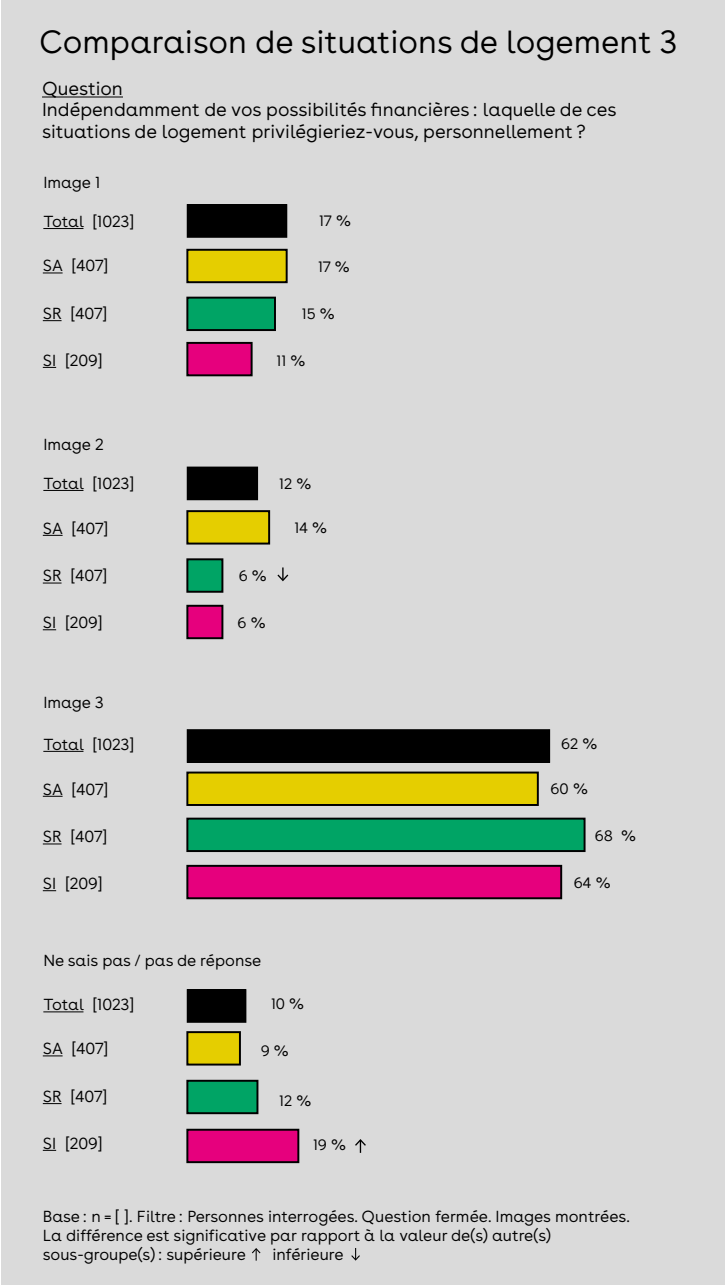


Figure 6

3.2.4 Préférences dans la comparaison des types d’habitat

Outre les formes de logement concrètes, les personnes sondées ont également été interrogées sur leurs préférences en matière de situations d’habitat, une démarche qui permet de comprendre quelles formes d’habitat réelles sont appréciées en Suisse – indépendamment de leur diffusion effective.

La images 1 à 3 présentent trois situations d’habitat qui se différencient en termes de centralité, de densité de construction et d’exclusivité du site. Leur comparaison montre que la commune plutôt rurale (image 3) est la plus appréciée (63 %). 30 % de la population privilégient l’habitat dense à un emplacement de premier ordre alors que seuls 6 % optent pour un environnement urbain en centre-ville (image 2). Il n’existe que des différences minimales entre les régions linguistiques.



Image 1



Image 2



Image 3

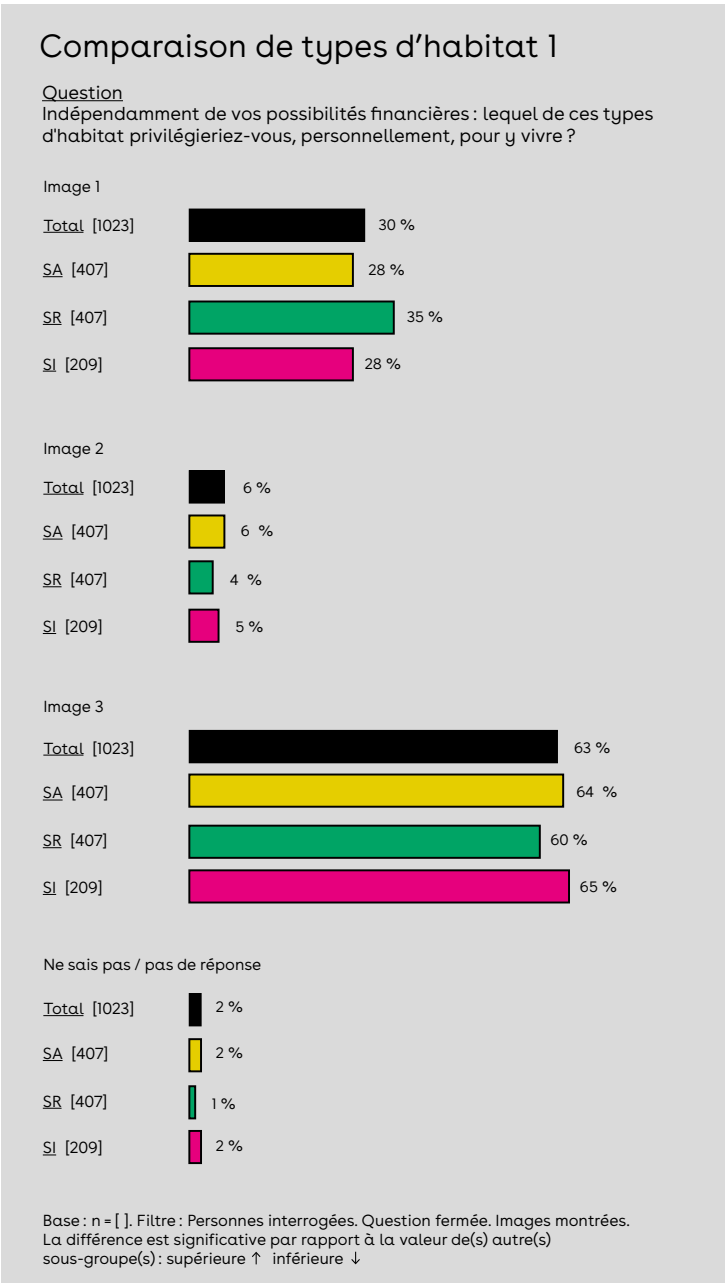


Figure 7

Les images 1 à 3 montrent trois types d'habitat caractérisés par une architecture uniforme et différents emplacements et types de bâtiments. Cette comparaison fait apparaître que 72 % de la population choisissent l'habitat en maison individuelle classique (image 1). 17% privilégient l'habitat en maison plurifamiliale contemporaine (image 2) et seuls 9 % le quartier d'habitation contemporain avec une zone de rencontre centrale et une conception peu conventionnelle (image 3).



Image 1



Image 2



Image 3

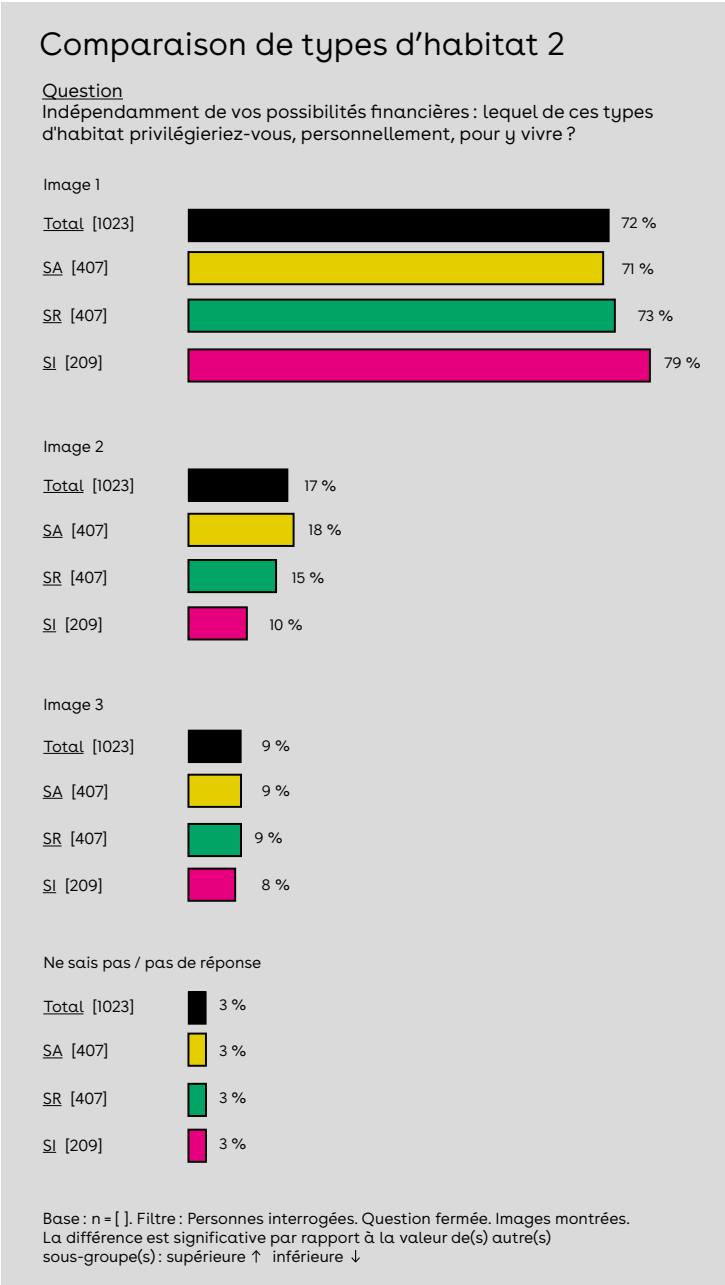


Figure 8

Aucune différence significative ne peut être constatée entre les régions linguistiques.

En résumé, les critères essentiels au bien-être de la population dans l'espace public et dans l'environnement construit sont notamment un environnement propre, soigné et calme, une bonne desserte par les transports publics et suffisamment d'espaces verts et de parcs. Un environnement attrayant en termes de constructions et des possibilités d'achat diversifiées sont également importants.

La comparaison de situations de logement et de types d'habitat réels montre que la majeure partie de la population privilégie en particulier les situations de logement traditionnelles dans un environnement plutôt rural ou en agglomération. Un cadre verdoyant et la proximité de la nature jouent en l'occurrence un rôle important. Ces préférences reflètent tous les aspects qu'une grande partie de la population juge importants pour son bien-être dans l'espace public (voir le point 3.2.2).

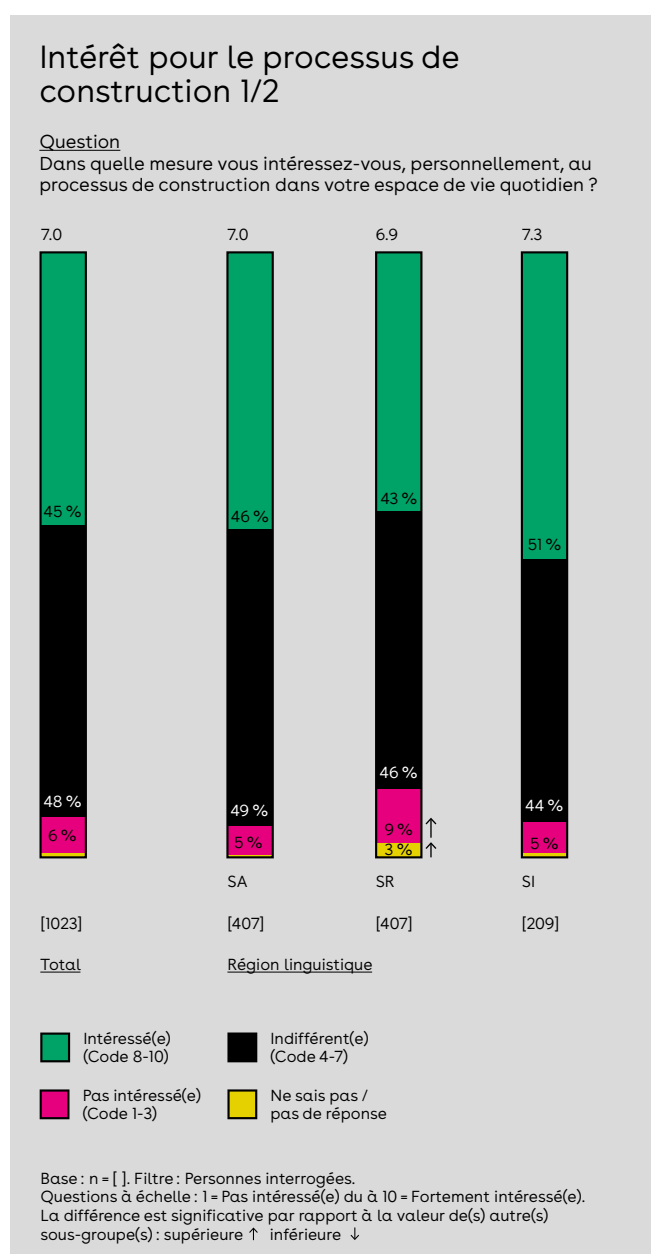
### 3.3 Sensibilisation et participation

Le présent chapitre vise à montrer comment la population s'implique dans la culture du bâti et dans quelle mesure elle est sensibilisée à cette thématique. La question ouverte sur la notion de culture du bâti permet d'ores et déjà de se faire une idée du degré de sensibilisation (voir le point 3.1). En raison de la part nettement plus grande de réponses « ne sais pas » et « rien » en Romandie, on peut considérer que la population de Suisse romande est moins sensibilisée au thème de la culture du bâti que celle des autres régions linguistiques.

#### 3.3.1 Intérêt pour le processus de construction

Afin de mieux examiner dans quelle mesure la population s'implique dans la culture du bâti, la première question de ce volet a consisté à mesurer l'intérêt général pour certains aspects de la construction. Cette démarche permet de cerner les groupes de la population qui sont ouverts et s'intéressent effectivement à cette thématique.

Pour établir un lien aussi direct et concret que possible avec le sujet, les personnes sondées ont été interrogées sur l'intérêt qu'elles manifestent personnellement pour le processus de construction dans leur espace de vie quotidien (voir figure 9).



Il apparaît sur la figure 9 que 45 % de la population manifestent un intérêt marqué pour le processus de construction dans leur espace de vie quotidien. Environ la moitié de la population a une attitude neutre vis-à-vis de ce thème, ce que montre le positionnement entre les pôles « pas intéressé(e) du tout » (1 sur 10) et « fortement intéressé(e) » (10 sur 10). Dans ce cas, on peut considérer – d'une manière générale – que ces personnes s'intéressent peu à moyennement au processus de construction dans leur quotidien.

En observant les régions linguistiques, on s'aperçoit que la proportion de personnes manifestant un très faible ou aucun intérêt du tout pour le sujet est nettement plus élevée en Suisse romande (9 %) que dans le reste de la Suisse.

Figure 9

Il ressort par ailleurs de la figure 10 que l'intérêt pour le processus de construction est significativement plus faible chez les jeunes répondants (15 à 34 ans) que chez les plus de 50 ans. L'intérêt pour le processus de construction augmente donc avec l'âge.

Des différences notables apparaissent également selon le niveau de formation. L'intérêt pour le processus de construction chez les personnes titulaires d'un diplôme du degré tertiaire est nettement plus élevé que chez les personnes qui ont achevé la scolarité obligatoire.

Aucune différence significative ne s'observe entre la ville, l'agglomération et la campagne.

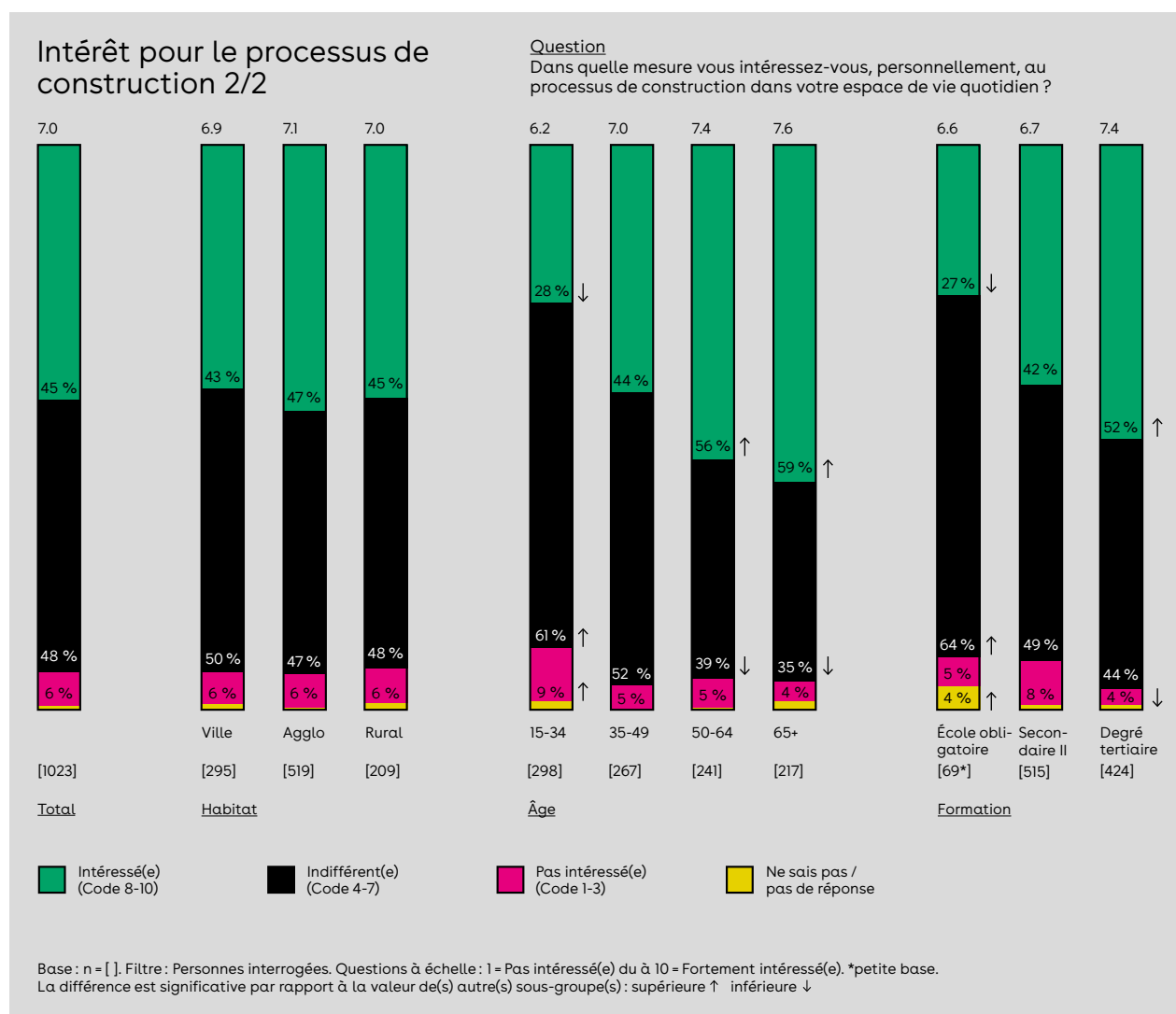


Figure 10

### 3.3.2 Utilisation des médias pour s'informer sur le processus de construction

La population utilise les médias disponibles de manière très variée pour s'informer sur le processus de construction. La presse quotidienne ou hebdomadaire et les documents de votation figurent en tête avec 78 % pour chaque média, suivis de l'organe de publication officiel de la commune (74 %), des entretiens personnels (59 %) et de la radio ou la télévision (62 %).

Les sites d'information ou forums sur Internet sont utilisés un peu moins souvent, mais tout de même par près de la moitié de la population (47 %). 36 % s'informent sur le processus de construction à l'occasion de manifestations d'information et de débats publics. Les personnes interrogées recourent nettement moins souvent aux «réseaux sociaux» comme Facebook, Twitter, WhatsApp, Snapchat, etc. (29 %). Les revues spécialisées et les ouvrages (p. ex. sur le secteur de la construction, l'architecture ou le design) sont les moins utilisés (20 %). Cette proportion est certes la plus faible mais elle signifie néanmoins qu'un habitant sur cinq s'informe de cette manière sur le processus de construction, ce qui représente une part considérable de la population.

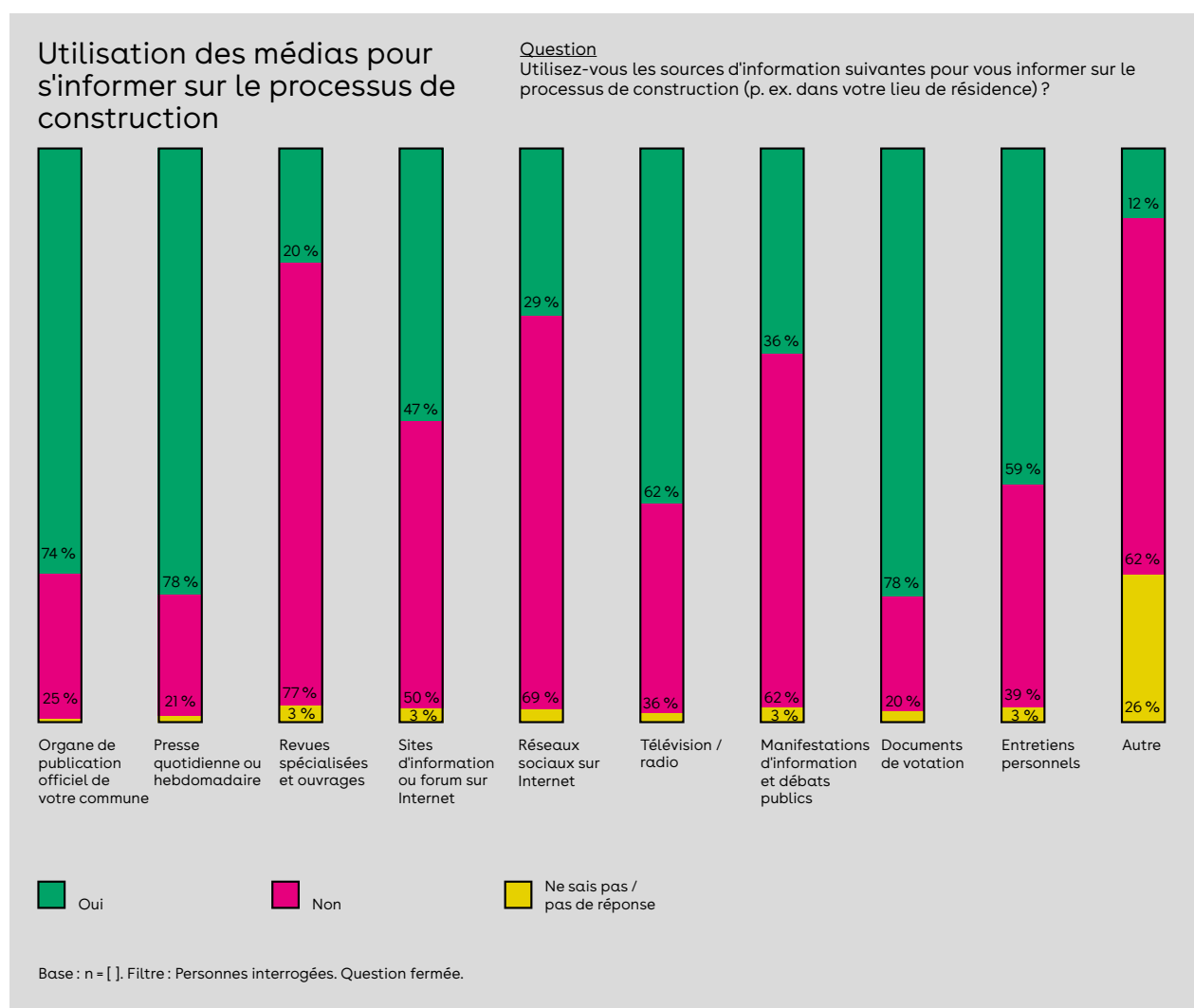


Figure 11

### 3.3.3 Participation potentielle et réelle

Cette section présente d'abord les possibilités de participation perçues subjectivement par la population puis les confronte à la participation effective – donc aux actions réellement entreprises pour exercer une influence sur les projets ou le processus de construction. La mise en lumière de ces aspects doit permettre d'obtenir un tableau aussi exhaustif que possible de la participation de la population à ce domaine de la culture du bâti. Le lieu de résidence a été utilisé pour établir un lien direct avec les personnes interrogées.

Pour en savoir plus sur les possibilités de participation perçues subjectivement par la population, il a été demandé concrètement aux personnes sondées si elles ont l'impression d'avoir suffisamment de possibilités pour pouvoir exercer une influence réelle sur les projets de construction ou les activités de construction dans leur lieu de résidence (voir figure 12). Au total, seuls 36 % des répondants ont indiqué avoir suffisamment de possibilités de participation alors que plus de la moitié (52 %) pensent le contraire.

Comme le montre la figure 12, ces possibilités de participation subjectives diffèrent sensiblement d'une région linguistique à l'autre. Alors qu'en Suisse alémanique, 41 % de la population indique disposer de suffisamment de possibilités de participation, cet avis n'est partagé que par 25 % des Romands et 17 % des répondants italophones.

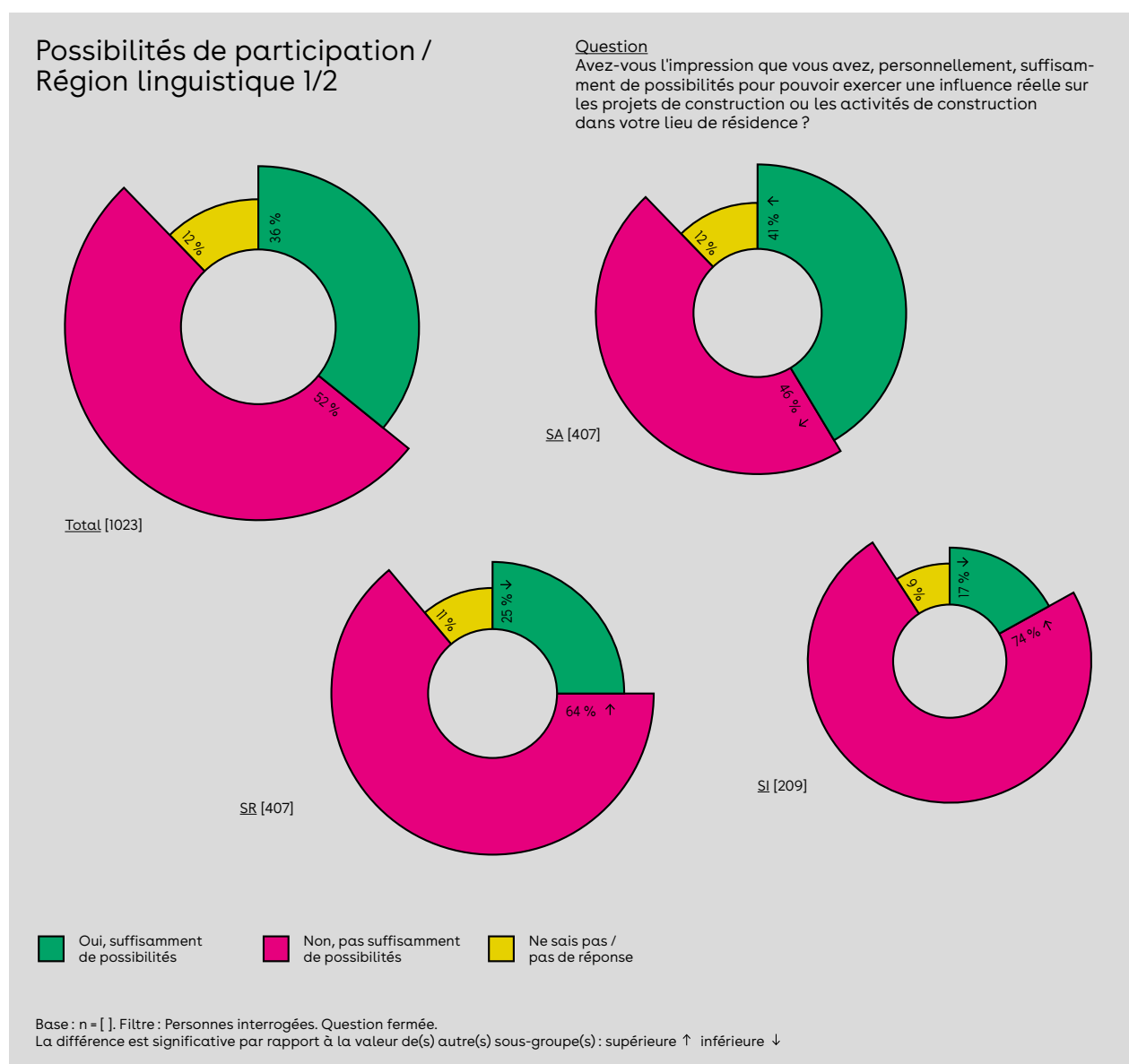


Figure 12

La figure 13 présentant la répartition des résultats par situations d'habitat fait ressortir des différences entre ville et campagne. Par rapport aux personnes résidant en ville (25 %), les personnes vivant en milieu rural (44 %) ont nettement plus souvent le sentiment de disposer de suffisamment de possibilités pour pouvoir exercer une réelle influence sur les projets de construction ou les activités de construction dans leur lieu de résidence. Un constat remarquable dans la mesure où il n'existe pas de différences notables entre ville et campagne en termes d'intérêt pour le processus de construction (voir le point 3.3.1). Les personnes vivant en zones urbaines ne voient ainsi que peu de possibilités d'influence en dépit d'un grand intérêt pour le processus de construction locale.

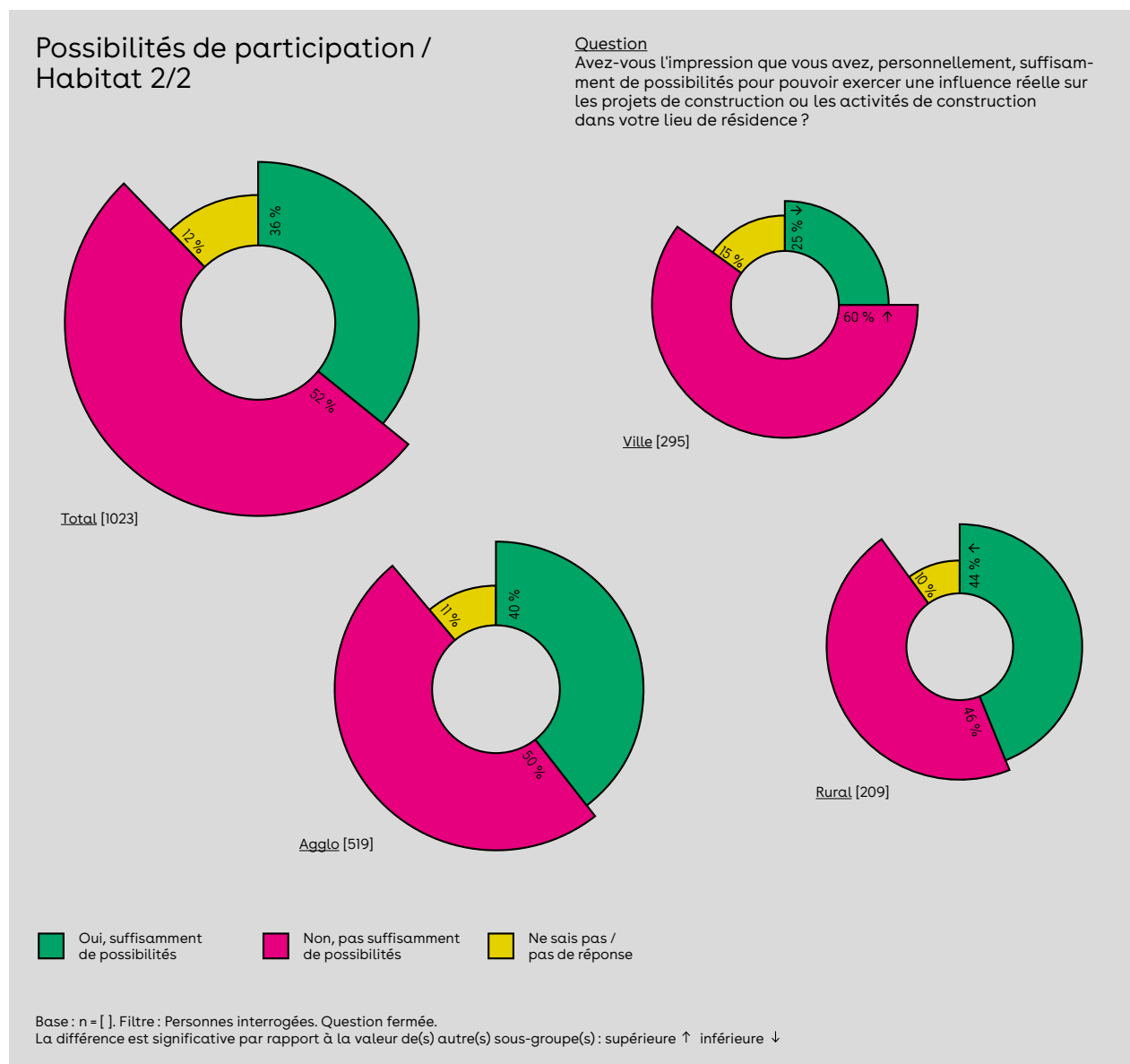


Figure 13

La figure 14 ci-après montre la participation effective de la population. Très concrètement, il a été demandé aux personnes interrogées quelles possibilités elles ont utilisées au cours des cinq dernières années pour exercer une influence sur des projets de construction ou le processus de construction dans leur propre lieu de résidence.

78 % de la population ont participé à une votation au cours des cinq dernières années pour influencer des projets de construction ou le processus de construction au lieu de résidence. Cette forme de participation a été mentionnée presque deux fois plus souvent que la participation à des manifestations publiques, assemblées, consultations, etc., qui suit en deuxième position avec 41% des citations. Environ un tiers de la population a déjà participé à des collectes de signatures ou des actions de protestation. 28 % ont eu des entretiens personnels avec des responsables, notamment des maîtres d'ouvrage, investisseurs ou architectes. 12 % ont effectivement déposé un recours ou une réclamation auprès d'une autorité et 10 % ont rédigé des commentaires, contributions ou courriers de lecteurs dans les médias.

On peut en conclure que la population emprunte en majorité la voie des urnes pour influencer sur des projets de construction ou le processus de construction dans son lieu de résidence. Il faut noter également que 41 % participent à des manifestations publiques, assemblées, consultations, etc.

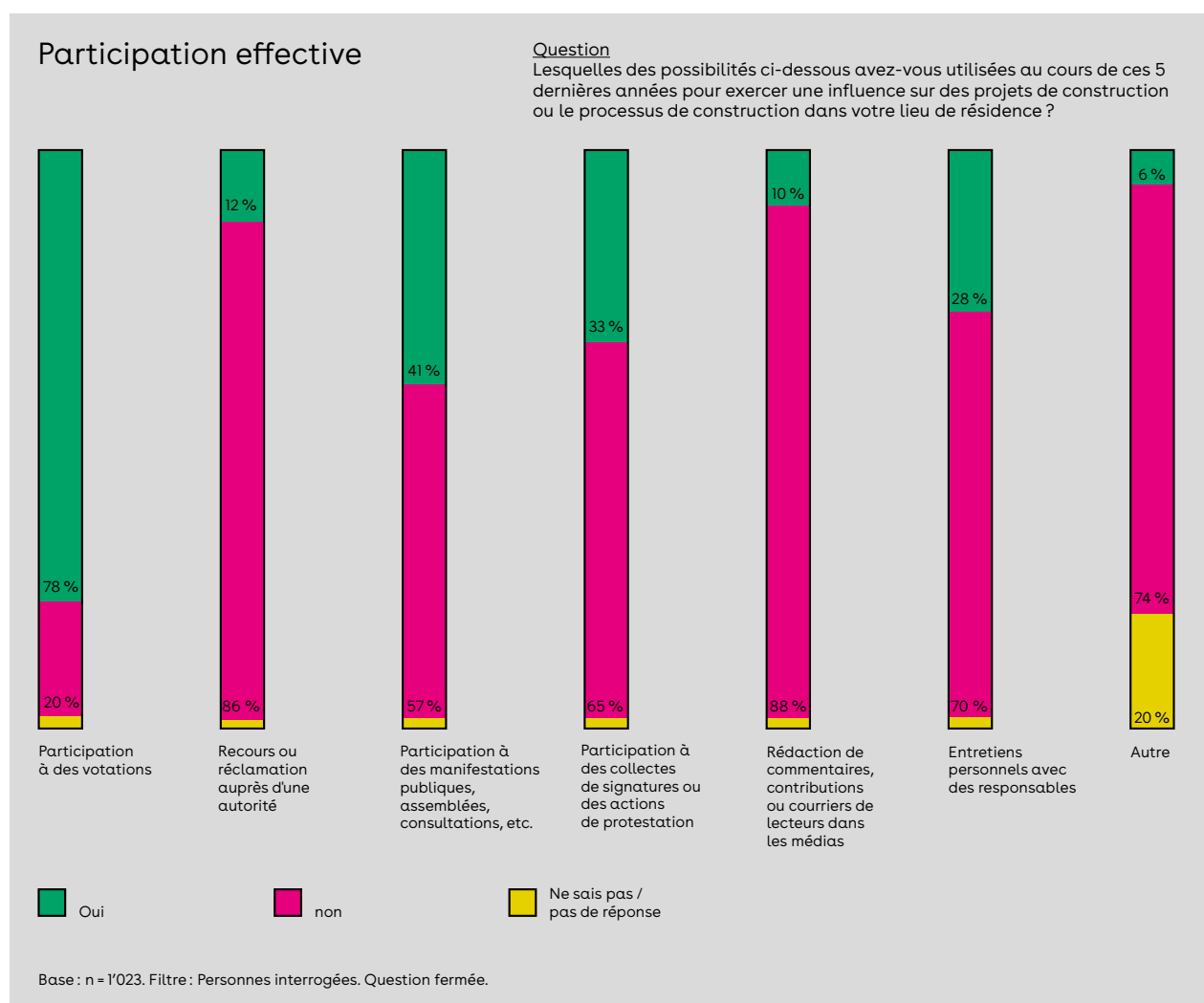


Figure 14

En résumé, on peut constater qu'il existe bel et bien une certaine sensibilisation au thème de l'enquête au sein de la population. En témoignent l'intérêt manifeste affiché par environ 45 % de la population et l'utilisation assidue des médias pour s'informer sur le processus de construction. En raison de la part nettement plus grande de réponses « ne sais pas » et « rien » en Romandie, on peut considérer que la population de Suisse romande est moins sensibilisée au thème de la culture du bâti que celle des autres régions linguistiques (voir le point 3.1).

Etant donné que 52 % des personnes interrogées ont indiqué ne pas disposer de suffisamment de possibilités de participation pour pouvoir exercer une influence sur les projets de construction ou les activités de construction dans leur lieu de résidence, on peut supposer que seule une minorité de la population s'implique dans cet aspect central de la culture du bâti. En Romandie (64 %) et en Suisse italienne (74 %), les proportions sont sensiblement supérieures à celles de la Suisse alémanique (46 %).

Au vu des valeurs relativement faibles enregistrées pour les possibilités de participation subjectives, on peut déduire que les possibilités d'implication sont insuffisantes ou que la population n'est pas assez informée sur les moyens dont elle dispose pour s'impliquer efficacement dans les projets de construction ou le processus de construction.

Les scores de participation réelle confirment que la population influence surtout les projets et le processus de construction au lieu de résidence en participant à des votations.

### 3.4 Conscience de la qualité en matière de culture du bâti

La qualité ne peut être mesurée de manière objective dans le domaine de la culture du bâti, étant donné que la culture est toujours influencée par la société et donc perçue de manière individuelle et subjective. Néanmoins, il est important de se faire une idée de la manière dont la qualité est jugée et perçue subjectivement dans ce contexte. Il est possible ainsi de mieux cerner l'opinion actuelle de la population et d'identifier les champs d'action potentiels.

Le présent volet a pour objet de montrer précisément l'importance que revêt la qualité dans le domaine de la culture du bâti et comment elle est perçue par la population. Il convient de tenir compte du fait que les personnes interrogées n'ont reçu l'explication de la notion de culture du bâti indiquée au chapitre 1 qu'à ce stade de l'enquête et pour les questions qui suivent dans ce rapport. L'objectif de cette démarche était d'éviter toute influence des réponses aux questions antérieures.

#### 3.4.1 Importance d'aspects définis pour la qualité subjective en matière de culture du bâti

La perception subjective de la qualité dans le domaine de la culture du bâti a été mesurée à l'aide d'une échelle de 1 à 10 en soumettant différentes déclarations à l'évaluation des personnes interrogées (voir figure 15). Ces déclarations sont exposées ci-après sur la base des valeurs moyennes obtenues.

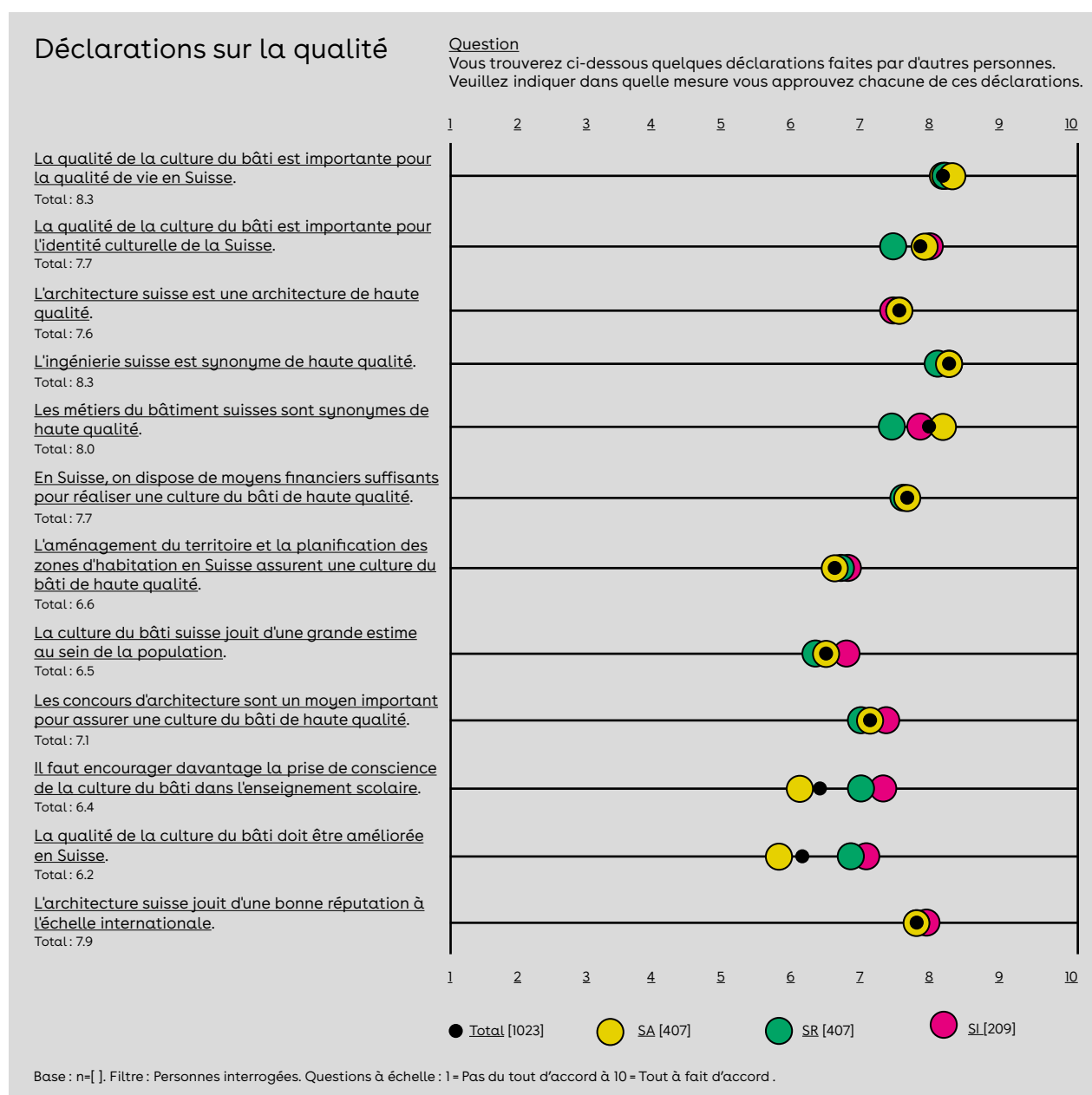


Figure 15

Les deux affirmations qui recueillent la plus forte approbation avec une valeur moyenne de 8.3 chacune sont : «La qualité de la culture du bâti est importante pour la qualité de vie en Suisse» et «L'ingénierie suisse est synonyme de haute qualité». La première affirmation montre clairement qu'aux yeux de la population, la qualité de la culture du bâti est déterminante pour la qualité de vie en Suisse.

L'approbation élevée des énoncés concernant la haute qualité des métiers du bâtiment suisses (8.0) et de l'architecture suisse (7.6) indique clairement que la construction en Suisse est perçue comme étant de très haute qualité – que ce soit au niveau de l'ingénierie, des métiers du bâtiment ou de l'architecture.

L'énoncé selon lequel la qualité de la culture du bâti est importante pour l'identité culturelle de la Suisse (7.7) remporte une large adhésion, ce qui souligne la perception de l'importance culturelle de la culture du bâti au sein de la population. La déclaration selon laquelle on dispose en Suisse de moyens financiers suffisants pour réaliser une culture du bâti de haute qualité atteint également une valeur moyenne de 7.7. La population estime donc dans une large mesure qu'il existe actuellement suffisamment de ressources financières pour assurer une culture du bâti de haute qualité.

Les déclarations sur l'importance des concours d'architecture (7.1) et de l'aménagement du territoire et de la planification des zones d'habitation (6.6) enregistrent des scores moyens. L'adhésion à l'affirmation selon laquelle la culture du bâti jouit d'une grande estime au sein de la population est plutôt faible (6.5). Les propositions «Il faut encourager davantage la prise de conscience de la culture du bâti dans l'enseignement scolaire» et «La qualité de la culture du bâti doit être améliorée en Suisse» ne rencontrent qu'une faible approbation (respectivement 6.4 et 6.2).

### 3.4.2 Perception subjective de la qualité

A la question de savoir comment la qualité actuelle de la culture du bâti est jugée tout à fait généralement en Suisse, 44 % des personnes interrogées répondent qu'elle est de haute qualité (voir figure 16). Environ la moitié de la population reste neutre à ce propos, comme le montre le positionnement entre les pôles «très faible qualité» (1 sur 10) et «très haute qualité» (10 sur 10). Dans ce cas, on peut considérer que ces personnes jugent la qualité de la culture du bâti moyenne ou qu'elles ne peuvent pas se positionner clairement. Seule une très petite proportion de la population (1 %) estime que la qualité de la culture du bâti est de faible qualité. Dans l'ensemble, la qualité de la culture du bâti obtient une bonne moyenne de 7.3.

La comparaison des régions linguistiques montre que les Romands qualifient nettement moins souvent la qualité de «haute» (35 %) que les Suisses alémaniques (47 %) et les Suisses italiens (43 %).

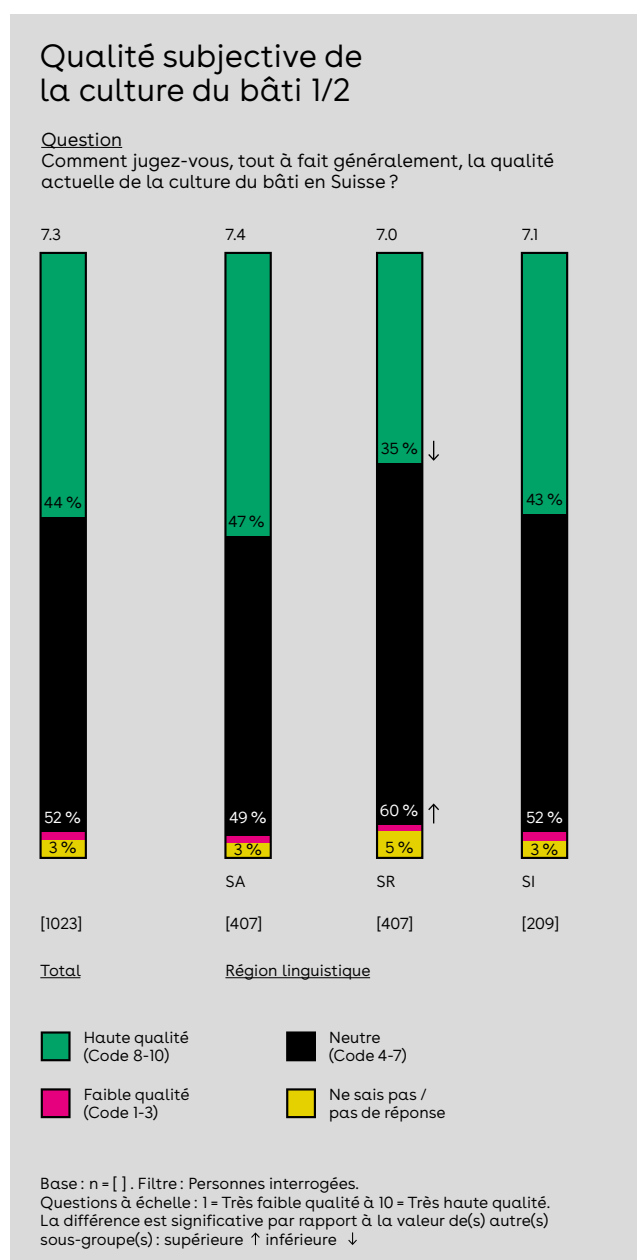


Figure 16

Il ressort de la figure 17 que 51 % des plus de 65 ans se prononcent pour une haute qualité alors que seuls 38 % des 15 à 34 ans sont de cet avis. Les personnes d'un certain âge jugent ainsi la culture du bâti de plus haute qualité en comparaison des personnes plus jeunes.

On constate également qu'il n'existe pas de différence significative entre les Suisses et les étrangers dans l'évaluation de la qualité de la culture du bâti. Les opinions de ces deux groupes ne diffèrent donc pas sensiblement à cet égard.

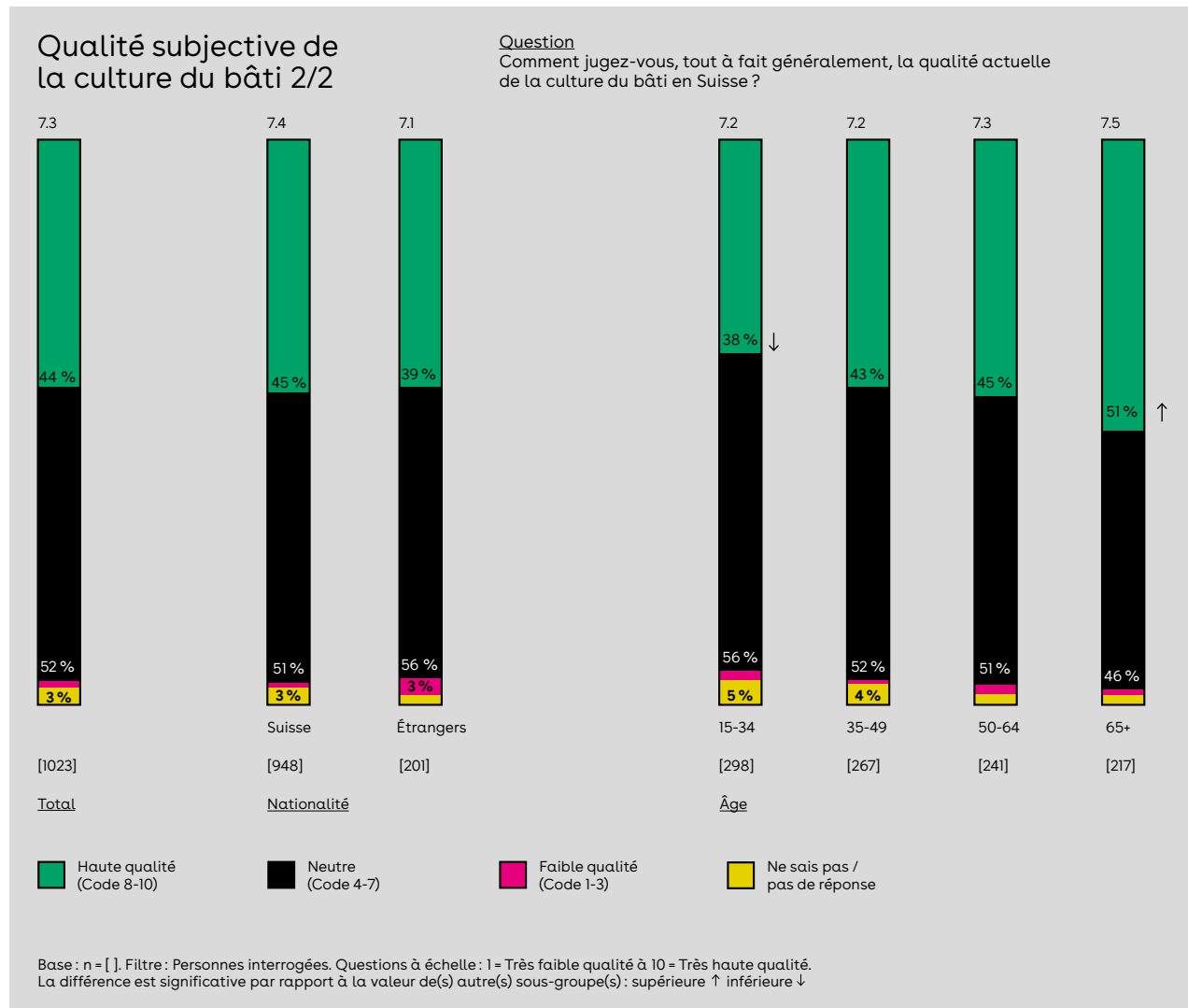


Figure 17

La figure 18 ci-après rassemble différents aspects qui ont été évalués en fonction de leur importance pour une culture du bâti de haute qualité. L'utilisation de matériaux de construction de haute qualité est le critère le plus important aux yeux de la population (valeur moyenne de 8.5). Avec une moyenne de 8.3, le très haut niveau de formation pour tous les acteurs impliqués (aménagement du territoire, métiers du bâtiment, ingénierie, architecture) revêt également une importance centrale pour assurer une culture du bâti de haute qualité.

Les personnes interrogées considèrent que d'importants moyens financiers (7.5) et des prescriptions strictes en matière d'aménagement du territoire et dans la loi sur les constructions (7.4) sont des critères de qualité importants. Suivent le service de conservation des monuments historiques professionnel (7.2), le grand intérêt de la population pour le processus de construction et les droits de participation de la population (respectivement 7.0 et 6.9). Les répondants attribuent un rôle moins important aux longs délais de planification (5.9).

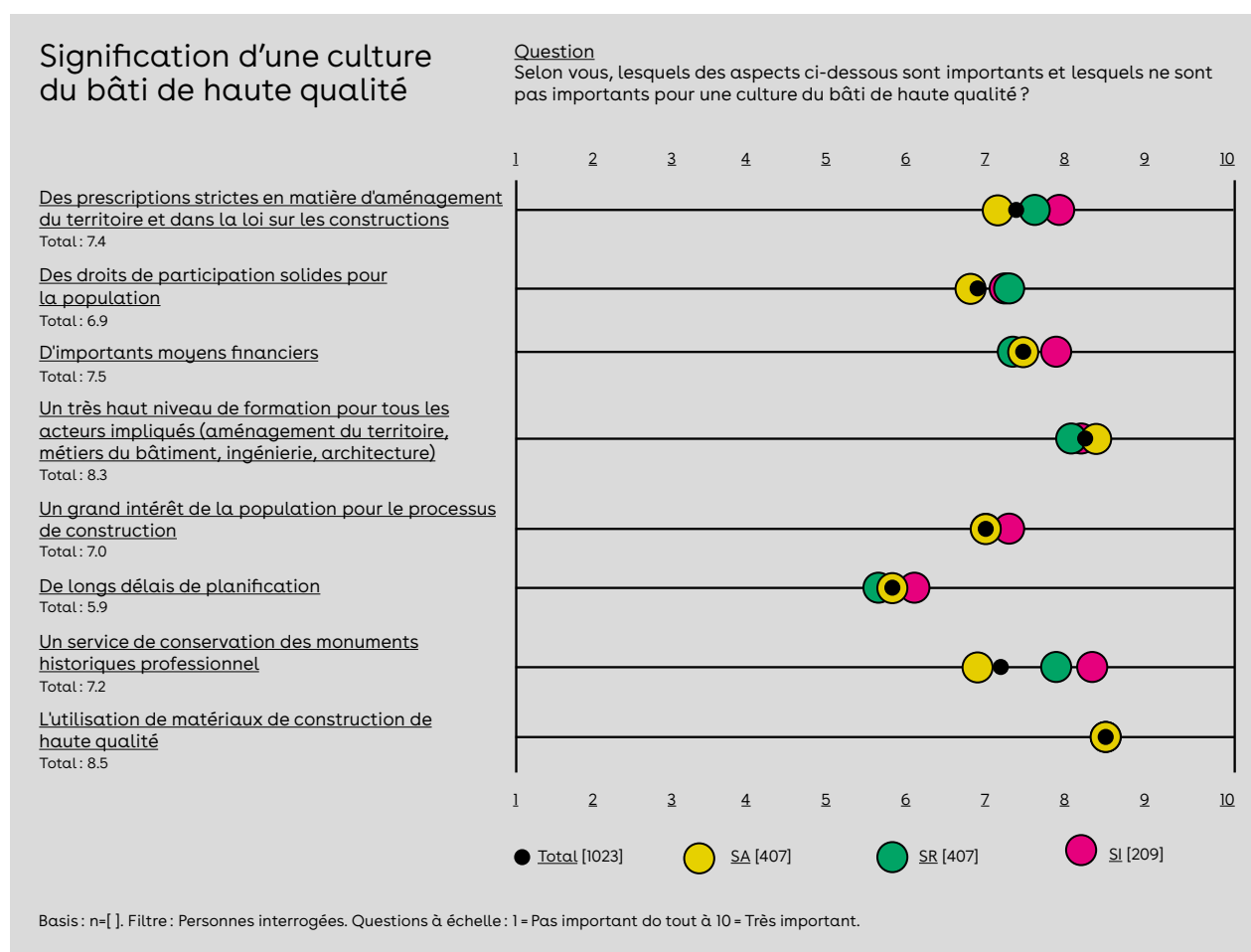


Figure 18

### 3.4.3 Evaluation d'exemples concrets – Bâtiments

Outre les questions plutôt abstraites sur la qualité de la culture du bâti, l'enquête a intégré des images concrètes afin de connaître le positionnement de la population par rapport aux réalités de la Suisse. Plusieurs questions ont été consacrées d'une part à l'appréciation de différents bâtiments et façades, et d'autre part à l'examen de situations de construction concrètes (développées au point 3.4.4).

Les résultats présentés sur la figure 19 montrent l'évaluation de trois bâtiments différents et plus particulièrement la perception subjective de leur qualité architecturale. Globalement, les situations ont toutes obtenu des appréciations relativement positives et similaires. La cabane du Mont Rose du Club alpin suisse (image 2) et l'immeuble de bureaux de Roche à Bâle (image 3) obtiennent chacun une valeur moyenne de 6.7, l'école de Leutschenbach à Zurich une évaluation un peu plus faible avec une moyenne de 6.5.



Image 1

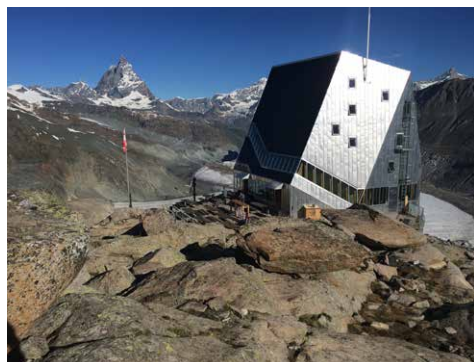


Image 2



Image 3

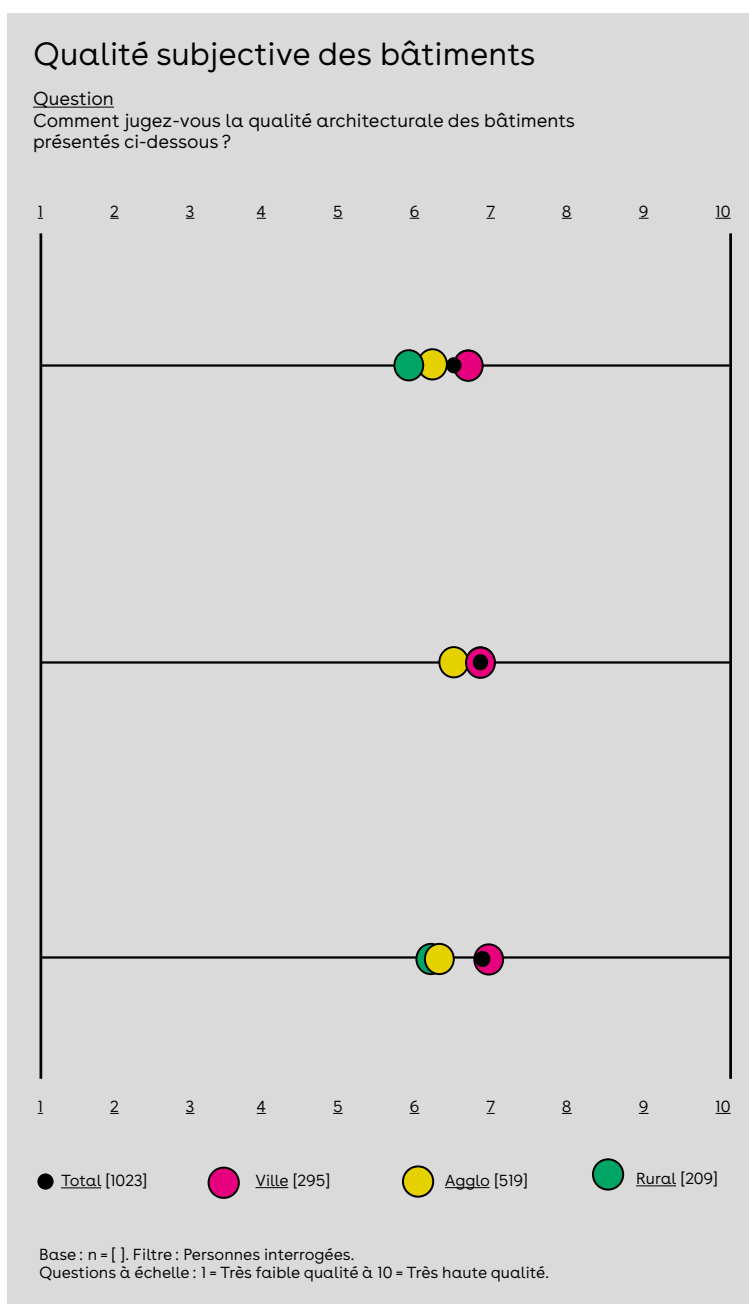


Figure 19

La figure 20 montre les résultats de l’appréciation de trois façades en termes d’attrait. La juxtaposition des trois façades permet, là encore, d’évaluer indirectement la qualité architecturale

Environ la moitié des personnes interrogées se sont prononcées en faveur du niveau de détail non conventionnel (image 3). 25 % ont privilégié le détail plus sophistiqué (image 1), 20 % le niveau de détail standard (image 2).



Image 1



Image 2



Image 3

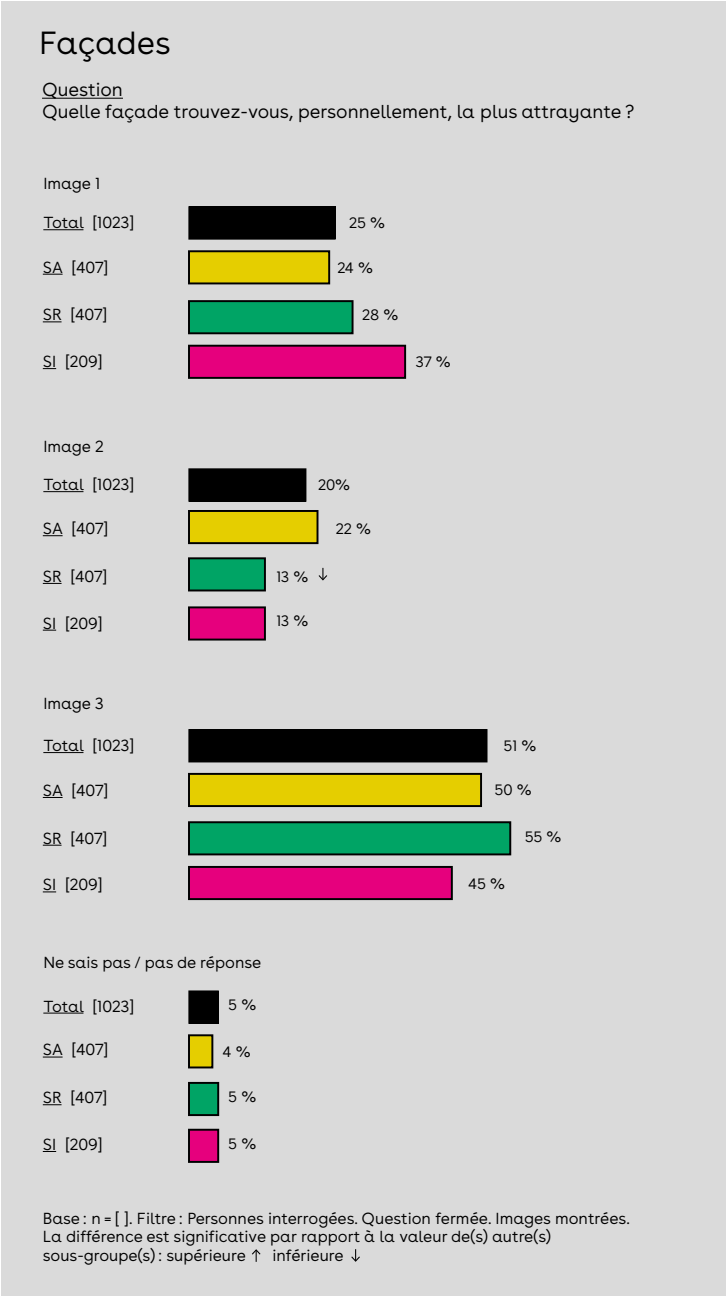


Figure 20

Le chalet de montagne est souvent considéré comme un symbole de l'architecture et de la culture du bâti suisses. L'architecture joue en l'occurrence un rôle essentiel, comme le montrent les images 1 à 3. Les exemples de nouvelles constructions présentés ici ont été évalués quant à leur lien avec la culture du bâti suisse sur une échelle de 1 à 10 (lien très faible vs lien très fort).

Il ressort clairement que le nouveau chalet de conception traditionnelle (image 2) se classe en tête en termes de lien avec la culture du bâti suisse. Avec une valeur moyenne de 8.7, cette nouvelle construction présente, selon les personnes interrogées, un lien fort avec la culture du bâti suisse. Les deux interprétations contemporaines du chalet ont obtenu des scores nettement plus faibles (moyennes de 5.1 et 4.8). Pour la population, ces deux conceptions présentent donc un lien plutôt faible avec la culture du bâti suisse.

Aucune différence significative n'est relevée entre les régions linguistiques.



Image 1



Image 2



Image 3

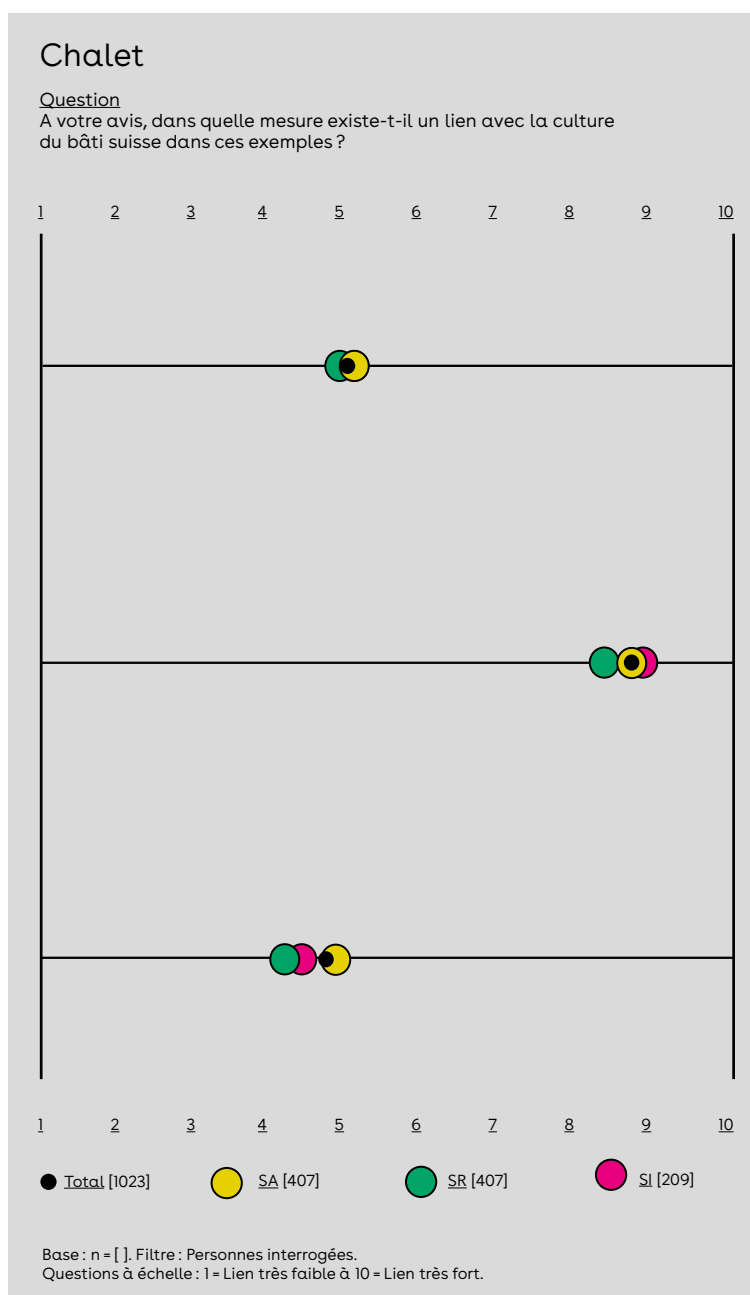


Figure 21

3.4.4 Evaluation d'exemples concrets – Situations

Dans les exemples qui suivent, les personnes interrogées ont été invitées à indiquer, par le biais de questions ouvertes, ce qui leur plaît en particulier et ce qui les dérange dans la situation présentée.

Le premier exemple – les abords des aires urbaines hétérogènes – a recueilli, avec un total de 67%, un peu plus de citations positives que de citations négatives (55%) (voir figure 22 pour les citations positives et figure 23 pour les négatives). Les citations positives rassemblées sur la figure 22 ont été réparties en quatre catégories afin de systématiser les différentes mentions. C'est la catégorie Espace ouvert et environnement qui a totalisé le plus de citations positives (59%). Environ 17% des déclarations ont été attribuées à la catégorie Architecture des bâtiments, 9% concernaient la catégorie Aménagement urbain et 5% ont été intégrées dans la catégorie Qualité d'habitation. Les citations les plus fréquentes concernaient les espaces verts et la proximité de la nature (32% pour chaque aspect). Les répondants ont également apprécié l'interaction entre l'urbanisation et les espaces ouverts ainsi que le design des bâtiments (7% pour chaque aspect).

En résumé, on peut dire que la proximité de la nature et d'espaces ouverts généreux sont les aspects qui plaisent le plus dans cet exemple. On ne constate que peu de différences notables entre les régions linguistiques. En Suisse italienne, la proximité de la nature a été citée nettement moins souvent et en Romandie, la hauteur des bâtiments a été nettement plus appréciée que dans les autres régions.

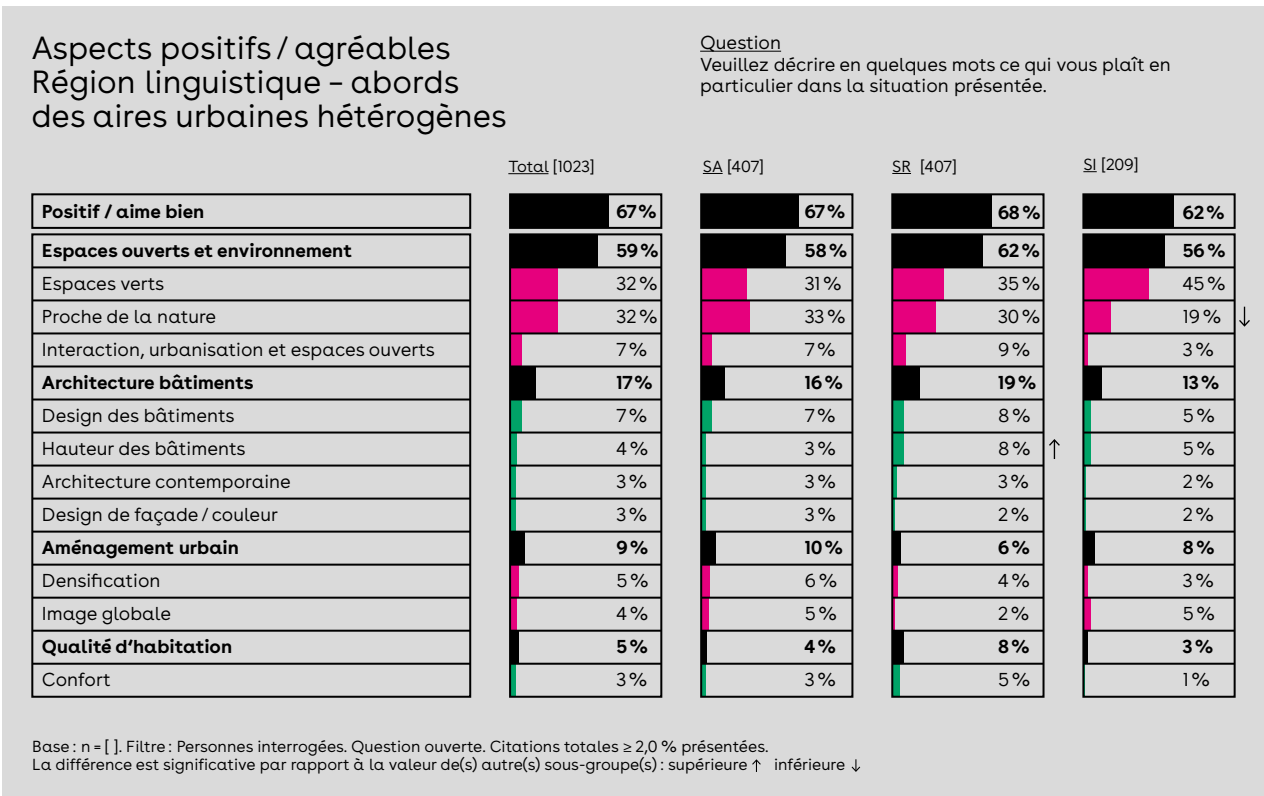


Figure 22



Les citations négatives visibles sur la figure 23 ont été réparties dans des catégories comparables. Les aspects les plus dérangeants étaient ceux des catégories Architecture des bâtiments (26 %) et Aménagement urbain (24 %), suivies des catégories Espaces ouverts (17 %) et Qualité d’habitation (4 %).

Les citations les plus nombreuses ont porté sur le design des bâtiments (16 %). 12 % des personnes interrogées ont été gênées par l’absence d’image globale harmonieuse, 11 % par la densification. 8 % ont perçu l’interaction entre l’urbanisation et les espaces comme gênante et 8 % également le fait que les constructions supplantent la nature.

On peut en conclure que les personnes interrogées considèrent surtout le design des bâtiments et l’absence d’image globale harmonieuse comme une gêne.

En comparant les régions linguistiques, on remarque que la Suisse italienne a cité nettement plus souvent (14 %) le fait que les constructions supplantent la nature. En Suisse alémanique et romande, cet aspect n’a été mentionné que par respectivement 4 % et 2 % des répondants.

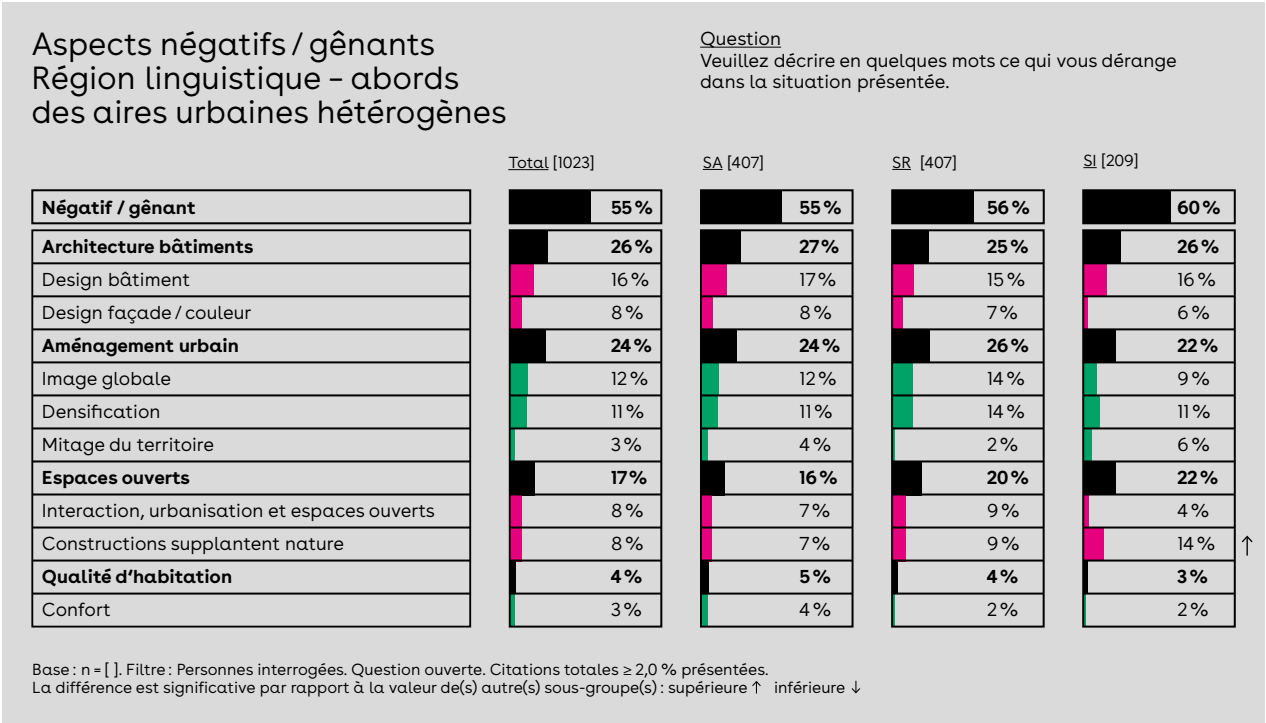


Figure 23



Le deuxième exemple – un espace urbain moderne – a enregistré, avec un total de 64 %, un peu plus de citations positives que de citations négatives (59 %) (voir figure 24 pour les citations positives et figure 25 pour les négatives).

Les citations positives présentées sur la figure 24 ont été réparties en trois catégories afin de systématiser les différentes mentions. La majorité des citations s’inscrivent dans la catégorie Configuration de l’espace (60 %) suivie des catégories Atmosphère (10 %) et Architecture des bâtiments (4 %).

Les citations les plus fréquentes concernaient la dimension et l’ouverture de l’espace (21 %), les arbres ou les espaces verts (21 %) et l’eau comme élément décoratif (20 %). 16 % ont trouvé le design global plaisant.

En résumé, on peut donc dire que la dimension et l’ouverture de l’espace, les arbres et les espaces verts ainsi que l’eau comme élément décoratif plaisent particulièrement dans cet exemple.

On ne constate aucune différence significative entre les régions linguistiques.

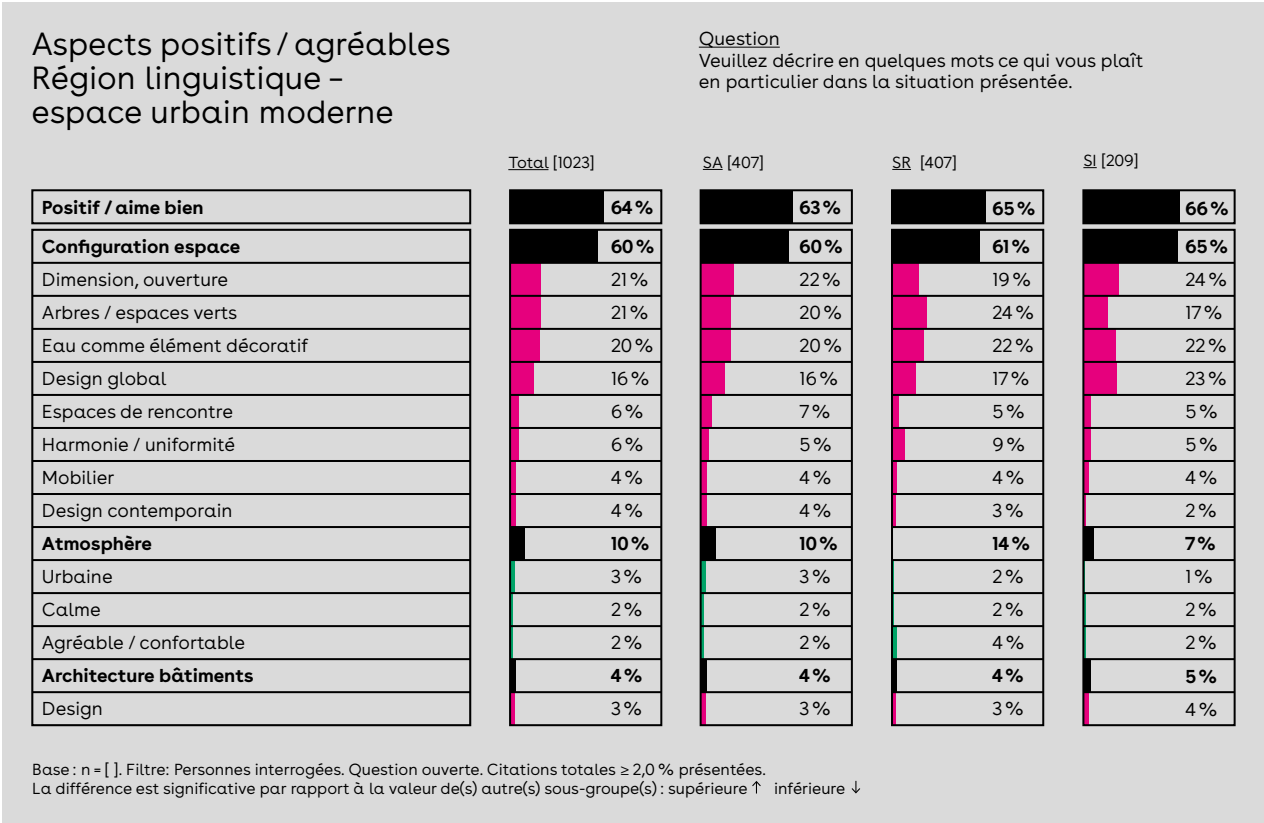


Figure 24



Les citations négatives visibles sur la figure 25 concernaient le plus souvent des aspects de la catégorie Configuration de l'espace (48 %), suivies des catégories Atmosphère (17 %) et Architecture des bâtiments (6 %).

L'aspect le plus gênant de cette situation était la présence des matériaux avec 31 % de citations (trop de béton). Le manque d'arbres et d'espaces verts (20 %) a également été perçu comme dérangeant. De plus, beaucoup ont trouvé l'atmosphère de cet espace peu accueillant (11 %).

On peut en conclure que les personnes interrogées ressentent surtout le manque d'arbres et d'espaces verts et la prédominance des constructions en béton comme dérangeants.

Aucune différence significative n'a été observée entre les régions linguistiques.

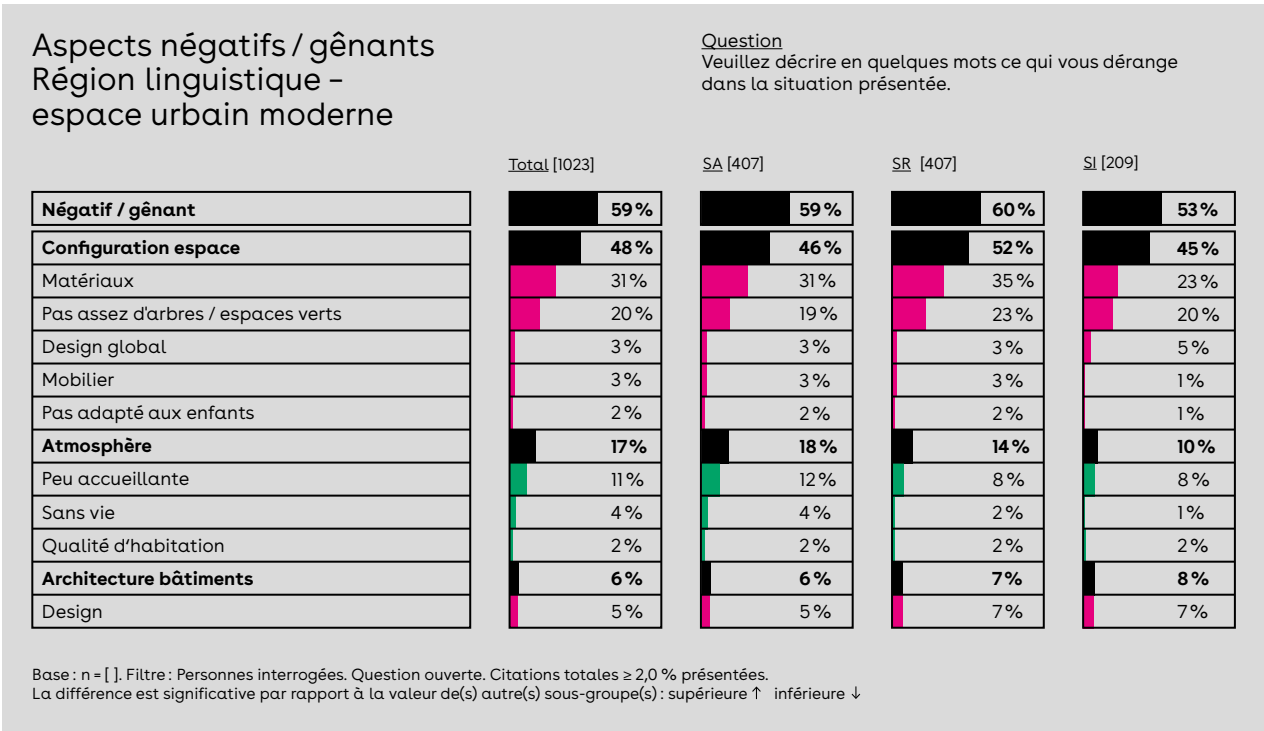


Figure 25



L'évaluation du troisième exemple - le bâtiment neuf dans le centre historique - fait apparaître, avec un total de 64 %, nettement plus de citations négatives que de citations positives (40 %) (voir figure 26 pour les citations positives et figure 27 pour les négatives).

Les citations positives présentées sur la figure 26 ont été réparties en deux catégories afin de les systématiser. Les citations les plus nombreuses ont été attribuées à la catégorie Architecture du nouveau bâtiment (27 %) suivie de la catégorie Aménagement urbain (18 %).

Les citations les plus fréquentes avaient surtout trait à la relation entre vieux et neuf qui plaît à 24 % des répondants. 9 % ont eu une impression générale positive de l'aménagement urbain ou de la place.

Aucune différence significative n'est relevée entre les régions linguistiques.

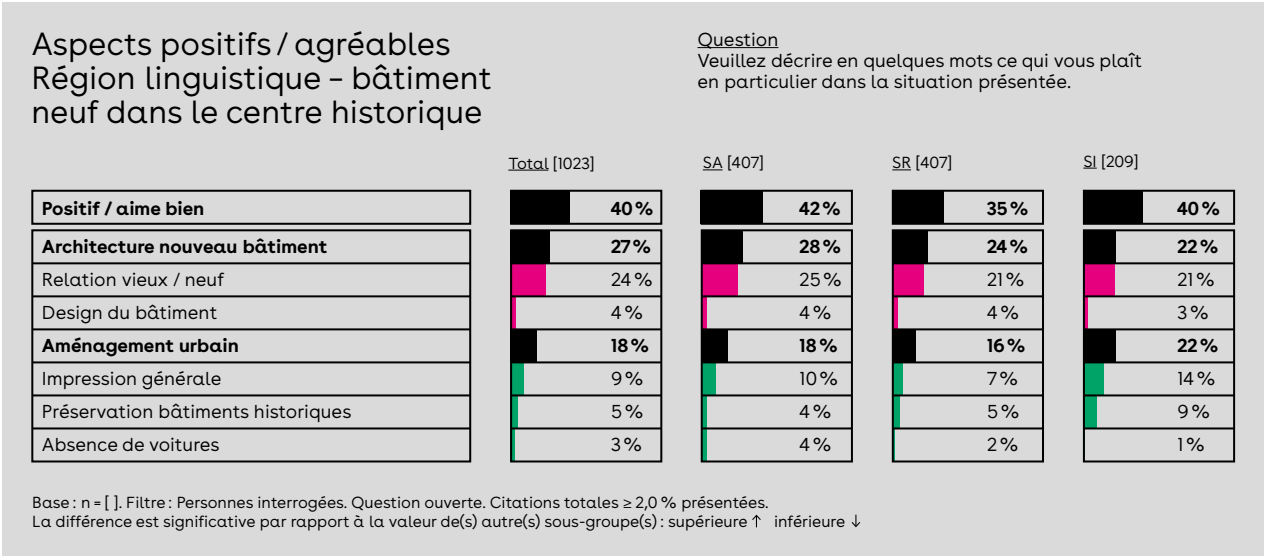


Figure 26



Selon les citations négatives visibles sur la figure 27, les aspects les plus dérangeants pour la plupart des personnes interrogées étaient répertoriés dans les catégories Architecture du nouveau bâtiment (41%) et Aménagement urbain ou de la place concrète (30%).

Les citations les plus fréquentes portaient sur la relation entre vieux et neuf qui déplaît à 34% des répondants. Le design du nouveau bâtiment a souvent été jugé dérangeant lui aussi (10%).

En résumé, on peut donc dire que – par rapport aux citations positives – une grande partie des personnes interrogées s’est exprimée de façon négative sur le bâtiment neuf dans le centre historique.

Il ressort de la comparaison des régions linguistiques que l’aménagement urbain ou de la place concrète a été cité nettement plus souvent en Suisse romande, une différence qui est notamment liée à la mention du manque de plantes beaucoup plus fréquente en Romandie.

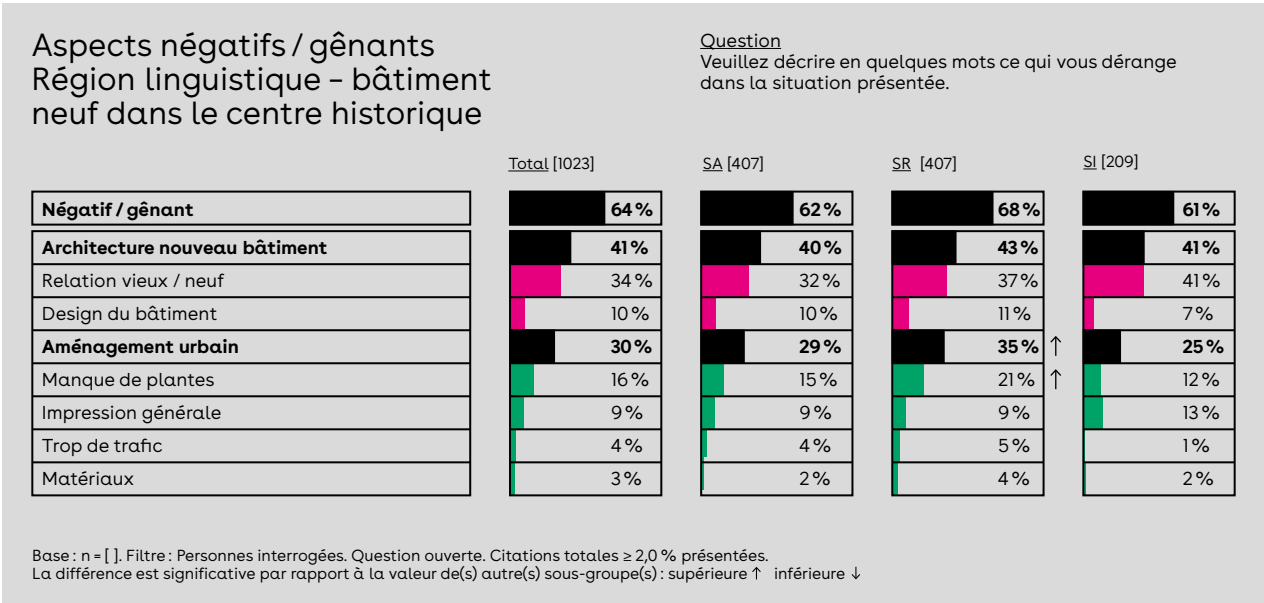


Figure 27



La qualité ne peut être mesurée de manière objective dans le domaine de la culture du bâti. La culture est toujours influencée par la société et donc perçue de manière individuelle et subjective.

Le fait que la qualité de la culture du bâti revêt une grande importance pour la population se confirme toutefois dans cette enquête par l'association directe faite entre le bien-être et la qualité de la culture du bâti. La déclaration «La qualité de la culture du bâti est importante pour la qualité de vie en Suisse» obtient ainsi les plus fortes valeurs d'approbation.

Dans l'ensemble, la population attribue des notes favorables à la qualité de la culture du bâti en Suisse. 44% des personnes interrogées estiment que la culture du bâti en Suisse est actuellement de haute qualité contre une très petite proportion qui la juge de faible qualité (1%). Environ la moitié de la population reste neutre à ce propos, comme le montre le positionnement entre les pôles «très faible qualité» (1 sur 10) et «très haute qualité» (10 sur 10).

### 3.5 Promotion et formation

L'importance que la population attache à la promotion et la formation dans le domaine de la culture du bâti est démontrée dans le présent volet d'analyse. D'une manière générale, on peut retenir que le très haut niveau de formation de tous les acteurs impliqués est considéré comme très important (voir figure 18).

La figure 28 ci-après montre différents axes prioritaires qu'il faudrait, selon la population, promouvoir plus ou moins fortement pour améliorer la qualité (perçue subjectivement) de la culture du bâti suisse.

Il est frappant de constater qu'il faut promouvoir nettement plus fortement et non moins fortement tous les domaines évalués. Ce résultat peut être interprété en ce sens qu'une grande partie de la population attache beaucoup d'importance à la promotion de la culture du bâti. Mais il apparaît également qu'une grande partie de la population se déclare satisfaite de la promotion telle qu'elle se présente actuellement et se prononce en faveur du statu quo.

59% des personnes interrogées souhaitent que la formation des personnes chargées de la planification (aménagistes, politiciens impliqués, autorités de délivrance de permis de construire) soit davantage encouragée. 52% estiment qu'il faudrait promouvoir davantage la formation des personnes dans le secteur de la construction (métiers du bâtiment, conduite des travaux). Pour 49%, l'accent doit être mis sur la formation des personnes chargées de la conception, du développement et de la mise en œuvre (architectes, ingénieurs).

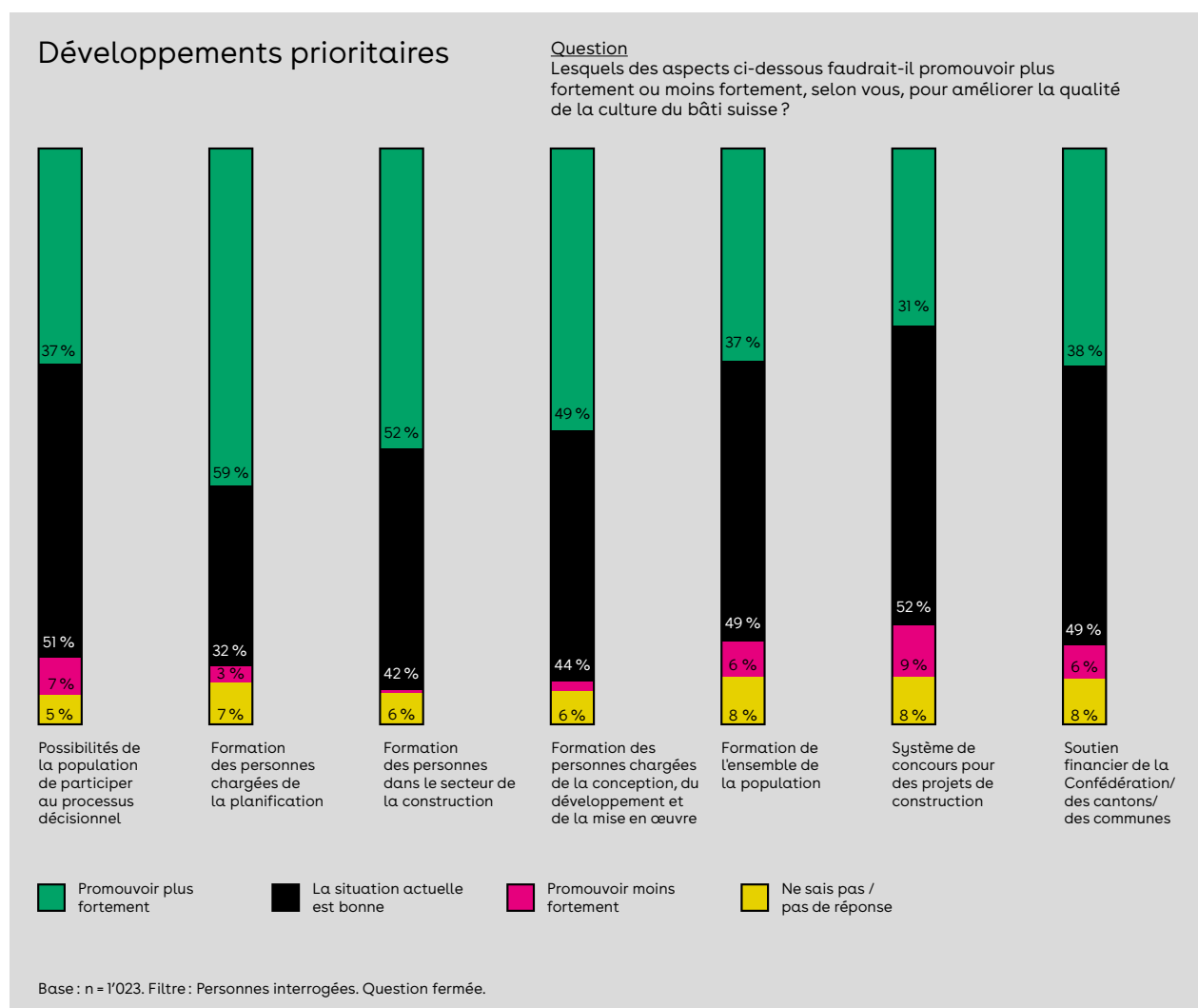


Figure 28

En ce qui concerne les domaines centraux ci-dessous, une grande partie des personnes interrogées estime qu'elles sont suffisamment encouragées à l'heure actuelle («la situation actuelle est bonne») ou indique explicitement qu'il faudrait les promouvoir moins fortement :

Seuls 38 % sont d'avis qu'il faut favoriser plus le soutien financier de la Confédération / des cantons / des communes. 37 % considèrent qu'il faut encourager la formation de l'ensemble de la population (p. ex. dans l'enseignement scolaire) et autant pensent que les possibilités de participation de la population doivent être développées. Ces valeurs rejoignent les scores de participation présentés au point 3.3.3. Quant au système de concours pour des projets de construction, seulement 31 % des répondants sont favorables à un encouragement supplémentaire dans ce domaine.

**La population attache beaucoup d'importance à la promotion de la formation de spécialistes dans le domaine de la culture du bâti. Une grande partie de la population est favorable à un encouragement supplémentaire de ces spécialistes, à savoir 59 % dans la planification (aménagistes, politiciens impliqués, autorités de délivrance de permis de construire), 52 % dans le secteur de la construction (métiers du bâtiment, conduite des travaux) et 49 % dans la conception, le développement et la mise en œuvre (architectes, ingénieurs).**

Pour ce qui est des autres domaines évalués, la population est majoritairement satisfaite de la situation actuelle ou souhaite les promouvoir moins fortement. Cela concerne notamment la mise à disposition de moyens financiers supplémentaires par les pouvoirs publics, la formation de l'ensemble de la population (p. ex. dans l'enseignement scolaire), les possibilités de participation de la population et le système de concours pour des projets de construction.

## 4 Conception de l'étude

### 4.1 Méthodologie et données du terrain

L'étude a été conduite sous forme d'enquête en ligne, c.-à-d. au moyen d'interviews en ligne au sein du panel Internet LINK (Computer Assisted Web Interview CAWI). Au total, 1023 interviews en ligne ont été réalisées durant la période de terrain du 11 au 20 janvier 2017.

Les missions confiées à l'Institut LINK englobaient l'élaboration, la finalisation et la traduction du questionnaire allemand en accord avec l'OFC, la conduite de l'enquête, l'exploitation et l'analyse des données recueillies ainsi que la rédaction du présent rapport d'enquête.

Pionnier de la recherche en ligne en Suisse, l'Institut LINK exploite, depuis 1998, le panel Internet LINK. Ce panel compte actuellement quelque 130 000 membres actifs issus des trois régions linguistiques, qui participent régulièrement à des enquêtes (état: février 2017). Le panel Internet LINK est le seul panel en ligne à l'échelle de la Suisse qui soit recruté à 100% par téléphone. Cela signifie que le recrutement des participants est réalisé intégralement dans le cadre d'études téléphoniques représentatives de la population et que ni une auto-sélection ni un échantillonnage «multisource»<sup>1</sup> ne sont possibles. Les avantages qualitatifs sont évidents:

Le recrutement téléphonique (à 100%) du panel Internet LINK est la garantie d'un échantillon représentatif. Celui-ci repose sur deux bases d'échantillonnage, ce qui permet une couverture maximale de la population suisse:

- l'annuaire téléphonique électronique suisse accessible au public (microstratification en fonction des NPA assurant une structure géographique optimale de l'échantillon par région et par taille de localité);
- les numéros de téléphones mobiles générés aléatoirement.

Ainsi, seules les personnes qui ne sont pas joignables du tout par téléphone (p. ex. les sans-abris; env. 2%) et les personnes qui n'utilisent pas l'Internet au moins une fois par mois à des fins privées (env. 9%) sont exclues du panel Internet de LINK.

Les participants au panel Internet LINK sont représentatifs, dans leur globalité, des personnes assimilées linguistiquement en Suisse alémanique, en Suisse romande et en Suisse italienne, qui sont âgées de 15 à 79 ans et utilisent l'Internet au moins une fois par mois à des fins privées.

Le recrutement indépendant réalisé selon des critères scientifiques dans le cadre d'études téléphoniques représentatives de la population permet d'assurer que le panel comprend aussi bien des utilisateurs assidus que des personnes qui utilisent l'Internet moins souvent à des fins privées.

La durée du terrain est fixée en règle générale à un minimum de 10 jours (e-mail de rappel inclus) afin d'atteindre un taux de retour élevé.

Le panel Internet LINK est géré de manière professionnelle et dans un souci constant de qualité:

- questions de contrôle et mesures de la durée pour déceler les fraudeurs / «cliqueurs»,
- nombre limité d'invitations par an, pas de surexploitation du panel,
- mises à jour régulières des principales caractéristiques structurelles.

<sup>1</sup> Echantillonnage « multisource » : les adresses e-mail sont achetées à un endroit quelconque ou extraites d'un répertoire, les participants sont invités via des amis ou connaissances, les participants sont recrutés via des sites web.

## 4.2 Univers

L'univers de l'enquête était constitué de personnes assimilées linguistiquement en Suisse alémanique, en Suisse romande et en Suisse italienne, âgées de 15 à 79 ans, qui utilisent l'Internet au moins une fois par mois à des fins privées.

## 4.3 Taille de l'échantillon

Pour le tirage de l'échantillon et le calcul du plan des quotas, le choix s'est porté sur un modèle d'échantillon disproportionné, pour lequel la partie italienne de la Suisse a été surreprésentée. L'échantillon se compose comme suit :

| Région linguistique    | Valeur cible | Nombre d'interviews réalisées | Nombre d'interviews pondéré | En %   |
|------------------------|--------------|-------------------------------|-----------------------------|--------|
| Suisse alémanique (SA) | 400          | 407                           | 728                         | 71.2 % |
| Suisse romande (SR)    | 400          | 407                           | 248                         | 24.2 % |
| Suisse italienne (SI)  | 200          | 209                           | 47                          | 4.6 %  |

Dans la phase de traitement des données, les interviews réalisées dans les régions ont été adaptées à la répartition proportionnelle effective sur la base des données actuelles sur la population de l'Office fédéral de la statistique.

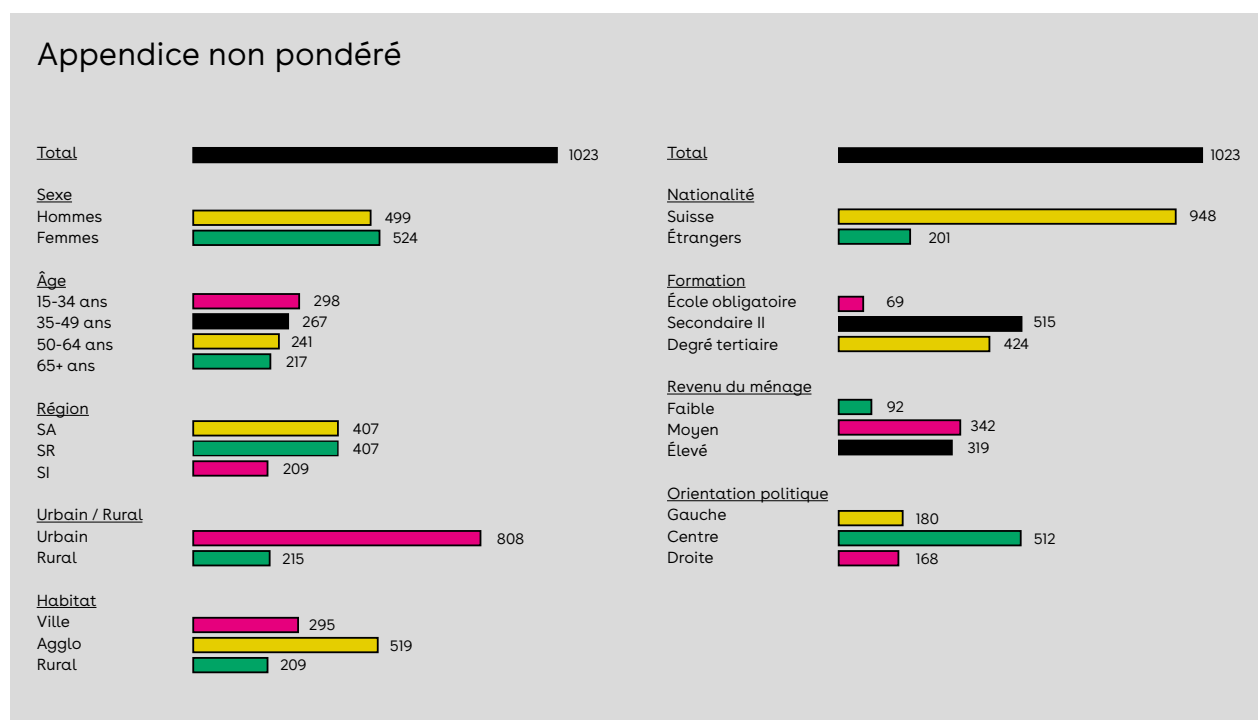


Figure 29

## 4.4 Echantillonnage

L'échantillon a été constitué selon la procédure random-quota, en utilisant au niveau de la personne un procédé de sélection stratifié suivant des catégories sociodémographiques. L'échantillon a été réparti selon le sexe et l'âge ainsi que selon le lieu de résidence en milieu urbain ou rural. Un plan de quotas représentatif a été établi pour chaque région linguistique sur la base des données sur la population actuellement disponibles.

## 4.5 Questionnaire et durée de l'interview

Le questionnaire a été élaboré en commun avec le mandant dans le cadre d'un workshop spécifique. Les langues d'enquête étaient l'allemand, le français et l'italien. Les traductions ainsi que la programmation des questionnaires CAWI ont été réalisées par l'Institut LINK. La validation finale des différentes versions du questionnaire est revenue au mandant. La durée d'une interview intégrale était en moyenne de 15 minutes.

## 4.6 Prétests

Afin de vérifier d'une part la compréhensibilité des questions et des réponses, des termes et du thème en général, et d'autre part l'appréciation et l'interprétation des images utilisées dans l'enquête, le questionnaire a été examiné à l'aide d'interviews pilotes qualitatives. Ces interviews ont été réalisées dans le cadre d'un prétest dit cognitif le 5 décembre 2016 (réalisé uniquement en langue allemande).

Pour vérifier la compréhensibilité globale et la praticabilité du questionnaire ainsi que la durée prévue du questionnaire, un prétest quantitatif (prétest sur le terrain) a été réalisé au sein du panel Internet LINK. L'objectif du prétest quantitatif était d'examiner la compréhensibilité linguistique dans toutes les régions de Suisse. Un minimum de 10 interviews ont ainsi été réalisées par langue (A/F/I).

Les résultats des prétests (y compris les propositions d'adaptation du questionnaire) ont été consignés dans le rapport du prétest de l'enquête sur la culture du bâti et transmis le 19 décembre 2016 à Monsieur Martin Jakl de l'Office fédéral de la culture OFC. Le questionnaire a été optimisé en conséquence et la version finale validée par le mandant.

Lucerne, mars 2017  
Institut LINK

## 5 Appendice

### 5.1 Crédits photographiques

|                       |                                                                                                                                                             |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <u>P. 12, image 1</u> | Photo: Milo Keller. Architectes: Localarchitecture, Lausanne.                                                                                               |
| <u>P. 12, image 2</u> | Photo:bautec.ch. Architectes: bautec.ch.                                                                                                                    |
| <u>P. 12, image 3</u> | Photo: pinkvision.ch. Architectes: Rosetti + Wyss Architekten, Zollikon.                                                                                    |
| <u>P. 13, image 1</u> | Photo: Michael Haug. Architectes: Kaufmann Architekten AG, Jona.                                                                                            |
| <u>P. 13, image 2</u> | Photo: losys GmbH, mise à disposition: <a href="http://www.referenz-objekte.ch">www.referenz-objekte.ch</a> . Architectes: Hanspeter Meili Architekturbüro. |
| <u>P. 13, image 3</u> | Photo: Michael Haug. Architectes: Architekten Kollektiv AG, Winterthour.                                                                                    |
| <u>P. 14, image 1</u> | Photo: Martin Jakl, OFC. Architectes: Loeliger Strub Architektur, Zurich.                                                                                   |
| <u>P. 14, image 2</u> | Photo: BWB-Holding AG, Stans. Architectes: ffbk Architekten AG, Zurich/Bâle.                                                                                |
| <u>P. 14, image 3</u> | Photo: Sebastian Heeb/Patrimoine suisse. Architectes: Alvar Aalto et Alfred Roth.                                                                           |
| <u>P. 15, image 1</u> | Photo: Roland zh, Creative Commons.                                                                                                                         |
| <u>P. 15, image 2</u> | Photo: Nicolas Glauser/ <a href="http://www.travelita.ch">www.travelita.ch</a> .                                                                            |
| <u>P. 15, image 3</u> | Photo: Roland Zumbühl/picswiss.                                                                                                                             |
| <u>P. 16, image 1</u> | Photo et architectes: Architekturbüro Urs Mathis AG.                                                                                                        |
| <u>P. 16, image 2</u> | Photo et architectes: Hunkeler. Partner Architekten AG.                                                                                                     |
| <u>P. 16, image 3</u> | Photo: Martin Jakl, OFC. Architectes: Graber Pulver Architekten, Zurich.                                                                                    |
| <u>P. 30, image 1</u> | Photo: Amt für Städtebau, Zurich, Juliet Haller. Architectes: Christian Kerez, Zurich.                                                                      |
| <u>P. 30, image 2</u> | Photo: CAS, section Monte Rosa. Architectes: Ecole polytechnique fédérale de Zurich.                                                                        |
| <u>P. 30, image 3</u> | Photo: Martin Jakl, OFC. Architectes: Herzog & de Meuron, Bâle.                                                                                             |
| <u>P. 31, image 1</u> | Photo: Martin Jakl, OFC.                                                                                                                                    |
| <u>P. 31, image 2</u> | Photo: Martin Jakl, OFC.                                                                                                                                    |
| <u>P. 31, image 3</u> | Photo: Martin Jakl, OFC.                                                                                                                                    |
| <u>P. 32, image 1</u> | Photo: Thomas Jantscher. Architectes: savioz fabrizzi architectes, Sion.                                                                                    |
| <u>P. 32, image 2</u> | Photo et architectes: arttesa sa, Berne.                                                                                                                    |
| <u>P. 32, image 3</u> | Photo: Roger Frei, Zurich. Architectes: alp architektur lischer partner ag, Lucerne.                                                                        |
| <u>P. 33, 34</u>      | Photo: Roland Zumbühl/picswiss.                                                                                                                             |
| <u>P. 35, 36</u>      | Photo: Philippe Keiser. Aménagistes: ADR Sàrl, Genève.                                                                                                      |
| <u>P. 37, 38</u>      | Photo: Hannes Henz, Zurich. Architectes: Allemann Bauer Eigenmann Architekten AG, Zurich.                                                                   |