



2009 : un esprit neuf pour une ville nette !

En 2009, la Ville de Genève sort le grand jeu : c'est un budget de près d'un million de francs que le Conseil municipal vient de voter samedi dernier pour une campagne sans précédent en matière de salubrité sur le domaine public.

Les Genevois aiment leur ville et veulent en prendre soin. Le Conseil administratif l'a bien compris puisqu'il a fait de la propreté une de ses quatre priorités 2009 afin de répondre aux attentes, bien légitimes, de la population. Sous l'impulsion de M. Pierre Maudet, Conseiller administratif en charge du Département de l'environnement urbain et de la sécurité, des actions ciblées pour lutter contre les tags, l'affichage sauvage, les débarras sauvages et le littering seront menées par les services municipaux concernés par la salubrité tout au long de l'année. L'objectif est à la fois de valoriser le travail du personnel et de responsabiliser l'utilisateur.

Nous sommes tous des agents de la voirie

Le message prioritaire est de montrer que chacun a un rôle à jouer pour que l'espace public soit agréable à vivre. Si nous voulons disposer d'espaces publics salubres, accueillants et conviviaux, c'est à nous, également, de faire en sorte que le travail de la voirie déploie des effets durables. Sans que la peur du gendarme ne soit le seul moteur du civisme mais par respect pour les autres usagers.

Des actions transversales

Avec l'appui combiné du Service voirie-ville propre, du Service de la sécurité et de l'espace publics, du Service logistique et manifestations, du Service de l'aménagement urbain et de la mobilité, du Service du génie civil, du Service des espaces verts et de l'environnement et du Service social, ce seront chaque mois des actions ciblées en faveur de l'environnement urbain que les Genevois pourront découvrir et partager au fil des pages du calendrier de la voirie et dans les rues de Genève.

Changer le climat urbain

La campagne démarre fin janvier, avec la mise en place d'indicateurs de propreté dans les rues de Genève et se termine en décembre avec un bilan pour clôturer une année entièrement dédiée à faire changer le climat urbain.

Un nouvel état d'esprit

Souhaitons que cette campagne rencontre un grand succès et que la mascotte choisie pour faire office de baromètre de la propreté – un raton laveur - devienne véritablement le symbole d'un nouvel état d'esprit : un esprit participatif et citoyen, un esprit responsable et respectueux.