

Zeitschrift: Habitation : revue trimestrielle de la section romande de l'Association Suisse pour l'Habitat

Herausgeber: Société de communication de l'habitat social

Band: 80 (2008)

Heft: 1

Vorwort

Autor: Clémençon, Patrick

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 04.02.2026

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

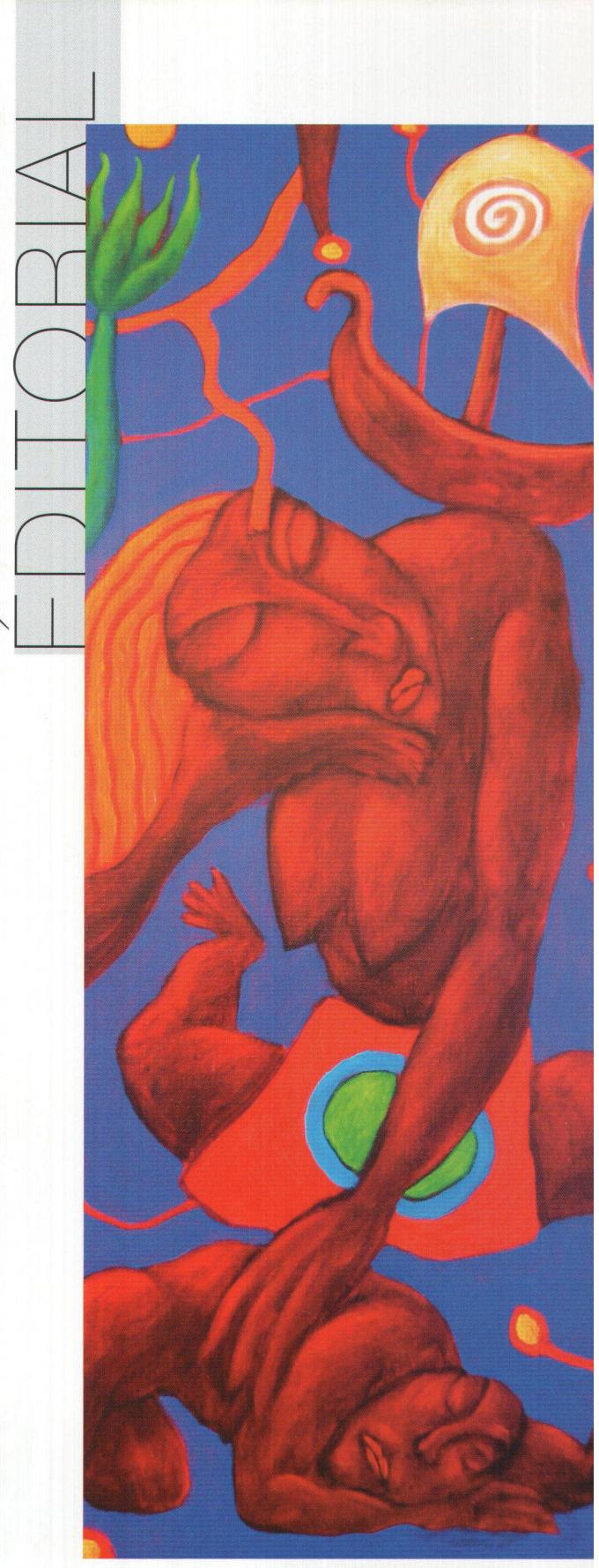
C'est bien connu, les statistiques, on peut leur faire dire tout et n'importe quoi: tout dépend du point de vue et des intérêts à défendre ou à promouvoir. Mais lorsque les chiffres s'entendent à révéler une tendance de fond, il faut se rendre à l'évidence: on ne se trouve plus devant une collection de faits discutables, mais devant une réalité incontournable. Or, les derniers résultats de l'Office fédéral de la statistique le prouvent une fois de plus. La part de marché des logements d'utilité publique est indéniablement à la baisse en Suisse. De 2000 à 2006, seul 2,5 pourcent des nouvelles constructions de logements sont le fait des coopératives, alors que la moyenne suisse de la part de marché immobilier détenue par les coopératives se situe à 5,1 pourcent! Face à cette érosion alarmante, l'ASH a décidé de prendre le taureau par les cornes et s'est donné en automne dernier comme première priorité l'objectif d'augmenter le parc immobilier d'utilité publique ces prochaines années. Il s'agira donc non seulement de réveiller bon nombre de coopératives tombées en léthargie, mais également de renforcer les services de l'ASH, de mieux en représenter les intérêts auprès des autorités publiques, des politiques et des propriétaires de biens fonciers, et d'intensifier les collaborations en réseau des coopératives elles-mêmes.

Autrement dit, il s'agit de donner une plus grande visibilité à l'ASH, non seulement au niveau des décideurs, mais également au niveau du grand public, qui ignore très souvent l'existence même des sociétés coopératives de construction et d'habitation... et les multiples avantages de leur offre! Un important travail de communication en termes d'image de marque est à faire, non seulement pour se faire connaître, mais également pour redorer le blason du sacro-saint esprit coopératif, en le débarrassant d'un certain nombre de préjugés et d'a priori obsolètes, mais qui ont la vie dure. Comme par exemple le fait de croire que logement d'utilité publique rime avec clapiers à lapins ou encore le fait de confondre esprit de coopération avec un avatar de sens communautaire qui ne serait rien d'autre qu'un fantôme ayant survécu à Mai 68.

Le défi est important; les moyens mis à disposition pour corriger le tir doivent l'être également. Le lobbying est la face cachée du travail de communication dans les médias, mais les deux doivent œuvrer en synergie. L'un ne va pas sans l'autre.

Très bonne lecture,

Patrick Cléménçon



Bernard Le Nen – «Sans titre» (1994).