

Zeitschrift:	Habitation : revue trimestrielle de la section romande de l'Association Suisse pour l'Habitat
Herausgeber:	Société de communication de l'habitat social
Band:	86 (2014)
Heft:	2
Vorwort:	Éditorial
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: 12.01.2026

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

Chères lectrices, chers lecteurs,

Les ascidies sont de minuscules animaux marins à la charnière entre les vertébrés et les invertébrés. Ce sont des animaux tout à fait étonnantes, qui ont un minuscule cerveau et un brin de moelle épinière – un peu comme certains d'entre nous. La jeune ascidie commence par se laisser emporter par les courants de nos vastes océans, jusqu'à ce que son minuscule cerveau lui signale un rocher bien situé dans un environnement riche en nutriments et une eau tempérée, où sans barguiner, elle se fixe, pour toujours. Et la première chose qu'elle fait alors, c'est de manger son cerveau. Elle n'en a plus besoin, puisqu'elle n'a plus à bouger. Juste manger, digérer, excréter et se reproduire – le bonheur, quoi!

Nous autres humains, nous gardons en principe notre cerveau plus ou moins intact jusqu'au bout. Il faut dire que nous avons en moyenne des ambitions nettement plus nobles et élaborées que nos sœurs les ascidies. Bien sûr, entre l'ascidie et nous, la nature a fait un grand bond. Nous autres humains en avons fait du chemin, depuis les premiers hommes des cavernes jusqu'au locataire lambda, vêtu au mieux de soie et de coton bio, au pire de polyester et de polyamide. Même qu'à Genève, le locataire n'a même pas besoin de se dévorer le cerveau pour ne plus bouger, la pénurie de logements y pourvoit largement! Au point que certains citoyens débordant de créativité expriment leur désarroi sur les murs de certains bâtiments: dessine-moi un logement...

En vérité, je vous le dis, ce qui nous distingue le plus des ascidies, nous autres les humains, ce n'est pas notre mode de reproduction sexué, mais bien plutôt notre capacité de nuisance aveugle. Car malgré (ou à cause de) notre faculté de libre arbitre, notre cerveau ne fonctionne que dans les limites étroites des biais cognitifs¹ qui le plombent – les experts en marketing le savent bien. Vous voulez un exemple? On en parle, aux pages 14-20.

On en parle, une nouvelle rubrique (dans une revue subtilement relookée), où nous tenterons de temps à autre de vous présenter certaines surprises, contradictions et autres absurdités du monde foisonnant et passionnant de la construction de logements et du marché qui les produit, loue, vend, rénove, détruit, remplace.

Très bonne lecture, et à bientôt, pour suivre les actualités sur www.habitation.ch

Patrick Clémenton



Graffiti à Genève © PC 2014

¹ Un biais cognitif est un schéma de pensée influencé par une cause inconsciente, qui tend à nous faire prendre des décisions erronées. Ce sont les principaux leviers du marketing moderne, qui nous amènent à désirer et acheter tout et n'importe quoi. Googlez biais cognitif, pour voir!