

P / F

La promotion frugale

*Comment offrir un habitat désirable et
éco-responsable en réduisant les intervenants
dans le marché de la construction*

Francesco Loconte

*Formation Construire Éco-Responsable
Pôle EVA - Université Gustave Eiffel*

Préambule

Aujourd'hui, la forte demande de logement et les projets d'extension des villes imposent aux aménageurs une construction massive et très réglementée qui réduit au maximum le temps de production du logement.

L'habitat, construit massivement dans le contexte administratif et sociétal actuel, est produit essentiellement par des acteurs privés, les promoteurs immobiliers et par le public, les bailleurs sociaux (dits organismes HLM en France).

En milieu urbain, la grande majorité des opérations de construction privées provient des promoteurs immobiliers; la qualité de l'habitat est garantie essentiellement par les lois en matière de construction (réglementations thermiques, sanitaires, de sécurité) et dans certains cas, par les cahiers des charges imposés par des collectivités soucieuses de la qualité de la production du logement.

Le promoteur est par définition un vendeur d'un produit d'usage. Ce produit répond à une demande et à un prix donné par le marché. La rentabilité d'une opération immobilière est donnée par la marge (en moyenne 10% du montant de l'opération), les coûts de marketing / communication et la masse salariale des promoteurs.

Pour garantir cette marge, le promoteur cherche à réduire les coûts de construction. Il en découle souvent un habitat produit en série, de basse qualité architecturale et environnementale. Il s'agit généralement d'un produit façonné à l'image du marché et non pas des usagers.

Lorsque des individus se regroupent afin de produire leur habitat dans des opérations d'auto-promotion, cela bouleverse les dynamiques actuelles. Ils se donnent des libertés importantes sur la conception spatiale en créant des logements à leur image et selon leurs désirs, en tant que futurs usagers.

Les opérations d'auto-promotion semblent être une alternative intéressante à la promotion classique, en revanche elles occupent un rôle marginal dans l'offre de logement actuelle.

Cette pratique existe depuis 50 ans, elle a cependant évolué et muté au fil du temps. Initialement portée par un groupe architecte-habitants, elle est aujourd'hui à l'initiative d'acteurs spécialisés dans le

secteur, qui prennent la place des promoteurs classiques.

Une opération de 1 à 10 foyers peut être portée par un groupe architecte-habitants sans l'intervention d'un tiers. Certaines parcelles, vides ou construites, peuvent devenir le terrain d'expérimentation d'une nouvelle façon de créer le logement. Les architectes peuvent travailler directement avec les futurs habitants pour la conception des bâtiments, en concevant les volumes autour des besoins de chacun. L'immeuble de logement devient alors un lieu façonné à l'image de l'habitant, non régi par les règles du marché, dans une démarche frugale et éco-responsable.

Ce texte a pour objet la proposition d'un modèle alternatif de création de logement, dont habitants et concepteurs seraient à l'origine.

La promotion frugale est une opération d'auto-promotion portée par un groupe concepteur-habitants qui s'engage à donner à la ville un immeuble d'habitat désiré par ses habitants, éco-responsable et de qualité. Les deux acteurs sont signataires d'un pacte qui les engage à réaliser :

> **Un habitat désirable** : chaque construction doit venir du désir de l'habitant de s'installer dans un lieu.

> **Sur un foncier adapté** : la parcelle ou le bâtiment est choisi si les conditions permettent de réaliser un habitat confortable et bioclimatique.

> **Avec un programme écrit avec la ville** : le programme est cohérent avec l'évolution de la ville et de la société. La ville sera partenaire et incluse dans la conception. Les programmes mixtes seront privilégiés, un programme évolutif peut être proposé.

> **Un projet volumétrique adapté aux habitants** : une morphologie variable en opposition au modulaire et à la répétition, un habitat sur mesure qui répond au désir de ses usagers et non aux demandes du marché.

> **Un bâtiment éco-responsable** : les matériaux de construction, les solutions techniques et les systèmes sont choisis selon les ressources et les savoir-faire présents dans le territoire, les matériaux recyclés et biosourcés seront privilégiés.

> **Pour un lieu de vie frugal** : le logement sera simple d'utilisation et l'habitant sera formé à adopter des gestes simples et efficaces pour réduire l'impact écologique de la vie du bâtiment.

Sommaire

1. Etat des lieux	8
1.1 Les premières expériences et le MHGA.....	8
1.2 Les années 2000.....	10
1.3 L'auto-promotion aujourd'hui.....	11
1.4 Enseignements.....	13
2. Le rôle de l'architecte	16
2.1 L'architecte à l'ère des réseaux sociaux.....	16
1.2 Un interlocuteur privilégié.....	17
3. Le groupe habitants-architecte	18
4. La promotion frugale	22
4.1 Réduire les marges pour augmenter la qualité.....	23
4.2 Un projet désirable et sur mesure.....	25
4.3 Un bâtiment de haute qualité architecturale et environnementale.....	26
5. Les phases de la P/F	30
5.1 Phase 1 : la recherche du foncier.....	30
5.2 Phase 2 : faisabilité volumétrique et constitution du groupe.....	31
5.3 Phase 3 : écriture du programme et faisabilité financière.....	33
5.4 Phase 4 : le projet définitif et le chantier.....	36
6. Conclusion	39
Bibliographie	41

1. Etat des lieux

Afin d'apporter un souffle nouveau à une pratique qui existe depuis déjà 50 ans, il est nécessaire d'exercer un regard critique sur les expériences passées d'autopromotion.

Le texte "Habitat en auto-promotion : étude de six cas franciliens" (Véronique BIAU, Anne D'ORAZIO, Ioana IOSA, Héroïse NEZ, 2010), représente un échantillon bien détaillé des scénarios possibles d'auto-promotion en France.

Aussi, sur Internet, il est assez simple de trouver des retours d'expérience sur des projets d'auto-promotion. En effet, l'aspect expérimental de cette pratique et la singularité de chaque expérience donnent souvent envie aux protagonistes de raconter les étapes de la création de leur lieu de vie.

En France, les opérations d'auto-promotion couvrent deux époques, séparées par une période de latence de vingt ans.

La première époque, dans la deuxième moitié des années 1970, est celle des précurseurs qui ont participé à la création du MHGA (Mouvements pour l'Habitat Groupé Autogéré). Ce mouvement, très actif en Europe dans les années 1980, voit ralentir son activité en France au même moment.

Durant la seconde période, celle des années 2000, un réseau d'associations, dont le point commun est souvent l'activisme social et idéologique, s'approprie cette pratique et apporte une réflexion nouvelle autour du sujet «habiter autrement pour mieux vivre ensemble».

Aujourd'hui, le panorama est beaucoup plus complexe et riche : l'auto-promotion est une pratique qui a fait ses preuves, elle est reconnue et mise en avant par les collectivités

Nous assistons à la naissance de sociétés spécialisées en auto-promotion et à la création de nouveaux métiers comme par exemple l'accompagnateur de projets d'habitat participatif (qui peut être assimilé à l'Assistant à Maîtrise d'Ouvrage).

1.1 Les premières expériences et le MHGA

Les premières expériences d'habitat groupé autogéré voient le jour au milieu des années 1970. En région parisienne, le Kolkhoze, le Buisson Saint-Louis, Couleur d'Orange sont autant d'exemples qui reposent sur un duo habitants-architectes.

Il s'agit de groupes d'habitants qui décident d'expérimenter une nouvelle façon de vivre ensemble, avec une attention particulière portée sur les espaces communs. Ces premières expériences font naître le MHGA, le Mouvement des Habitats Groupés Autogérés, qui donnera lieu dans les années 1970-1980 à plusieurs projets de ce type.

(...) Dans les 25 initiatives rapportées par le MHGA en 1983, à l'occasion de la parution de son ouvrage éponyme, nous constatons que les trois quarts des architectes engagés auprès de ces groupes d'habitants le sont dans un rapport d'internalité autour de trois figures récurrentes : l'architecte-habitant qui initie ou s'inscrit dans un groupe en formation, l'architecte-prospecteur qui identifie un foncier potentiel et le propose à un groupe et, enfin, l'architecte-référent qui est sollicité par un groupe pour son engagement militant sur l'habitat groupé autogéré». (2010, BIAU, D'ORAZIO, IOSA, NEZ)

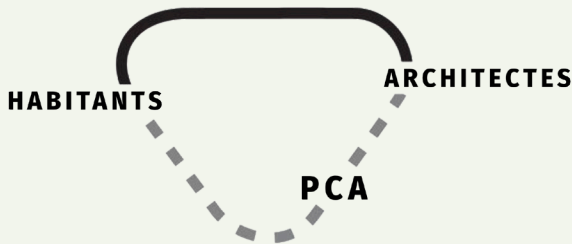


FIG.1 Le Plan Construction et Architecture de 1978 encourage la collaboration architectes-habitants dans la création des bâtiments de logements.

L'architecte fait parfois partie du groupe d'habitants, il est acteur d'une nouvelle interprétation de la production du logement chargé d'idéologies post-1968, centrées sur le sens du communautarisme et du partage. La réflexion sur les espaces communs et sur la frontière entre privé et public est centrale dans le processus de conception de ces projets.

Des architectes comme Bernard Kohn et Claude Bouvier mènent des études très poussées sur la conception participative et sur le rôle des architectes dans le développement des villes.

L'alliance habitants-architecte est d'autant plus efficace qu'elle est consolidée par une administration d'Etat fraîchement créée, le Plan Construction, dont l'objectif est d'encourager les recherches sur l'habitat et la ville dans une perspective de soutien à l'innovation, à l'expérimentation et à la participation.

Cette configuration originale permet la structuration des initiatives locales vers un mouvement national capable de porter les revendications et participe à publiciser la démarche.

1.2 Les années 2000

En Europe du Nord, l'auto-promotion continue à se diffuser et recouvre aujourd'hui jusqu'à 15% de la production d'habitat en Allemagne, Norvège et en Suisse.

En France, après une période de latence de vingt ans, nous assistons à partir des années 2000, à une évolution significative de cette pratique. Si les groupes d'habitants sont à l'origine des projets, ils recourent à des professionnels de l'auto-promotion, des « accompagnateurs », qui interviennent pour accélérer la recherche du terrain, dans le dialogue avec les collectivités et dans la recherche des financements bancaires. Ces accompagnateurs sont ancrés dans les territoires et peuvent mettre en place des partenariats avec les associations locales. Le succès des opérations d'auto-promotion dans les premières années de notre siècle est souvent lié à la présence

d'une association qui prône le levier de l'utilité sociale afin de convaincre les administrations à soutenir le projet. C'est le cas de La Maison des Babayagas, dont la Maison des Femmes de Montreuil est à l'origine et le Diwan qui héberge l'association Les Filles du Facteur. Nous assistons à une externalisation de l'architecte qui, parfois sélectionné via un appel d'offre, intervient uniquement au moment de la conception spatiale du projet et ne prend partie ni à la constitution du groupe d'habitants ni à la rédaction du programme architectural.

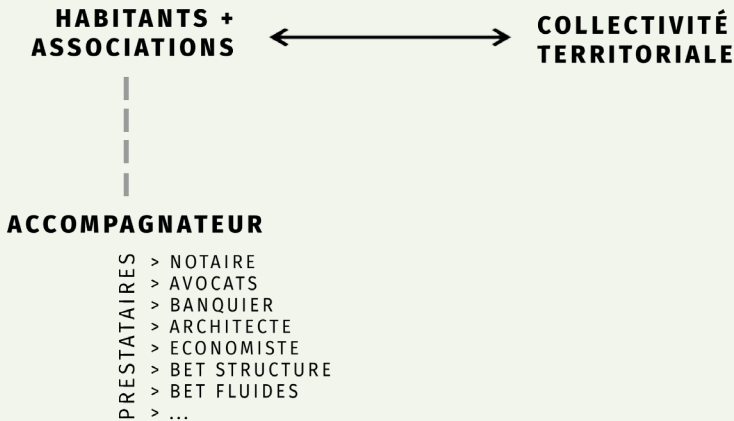


FIG.2 Externalisation de l'architecte dans les opérations d'auto-promotion des années 2000 et création du métier de l'accompagnateur.

1.3 L'auto-promotion aujourd'hui

En 2010 le Réseau National des Acteurs Professionnels de l'Habitat Participatif (RAHP) voit le jour. Cette institution vise au développement de la figure professionnelle de l'accompagnateur à travers l'organisation de formations et de journées de rencontre habitants-accompagnateurs.

Ces professionnels, issus du milieu de l'urbanisme et de la con-

struction, ont créé des sociétés spécialisées en auto-promotion. Ces sociétés se proposent comme interlocuteur principal de l'acheteur d'un bien construit en auto-promotion. Elles cherchent les fonciers, constituent le groupe d'acheteurs (pas forcément habitants), trouvent les financements, réalisent le projet faisant appel à des concepteurs prestataires.

Bertrand Barrere, fondateur d'Unanimm, est une figure assez représentative de l'évolution de l'auto-promotion en France dans les vingt dernières années. Nous avons pu l'interroger sur son histoire, lors d'un entretien très riche et intéressant.

Avec une formation en urbanisme il travaille d'abord pour les municipalités pour la rédaction des PLUs avant d'expérimenter pour la première fois en 2005 l'auto-promotion. À l'origine de la création d'une association constituée par un groupe d'habitants à la recherche d'un foncier, il se rend compte de la difficulté à dépasser cette première phase. Cette première expérience, riche en spéculations philosophiques et réflexions sur la façon de vivre en un habitat participatif, s'arrête après deux ans de recherche du terrain. De cette première expérience Barrere comprend que :

- *les idéologies sont souvent un blocage dans l'avancement des projets*
- *le foncier doit être le point de départ du lancement d'un projet d'auto-promotion.*

Les expériences qui suivent démarrent avec des terrains mis à disposition par les SEM (société d'économie mixte) pour la construction des immeubles mixtes à Strasbourg. La recherche des habitants arrive après la réalisation d'une faisabilité avec l'aide d'un architecte qui établit des plans et une maquette 3d pour que les habitants puissent se projeter. La recherche des habitants et la constitution de la société prend entre 1 et 3 ans à cause de la nature expérimentale des projets qui découragent le grand public. Ces expériences permettent de mettre au point les stratégies de recherche des habitants, les montages juridiques et les méthodes de co-conception. Le travail de Barrere et son associé est celui d'un AMO, intermédiaire entre la

maîtrise d'ouvrage et architecte et expert dans la solution des situations de crise.

La leçon apprise de ces trois projets réalisés est la suivante :

- *la taille des projets (entre 15 et 25 logements) demande un travail de concertation trop coûteux en terme de temps et d'énergie*
- *les municipalités utilisent politiquement ce genre de projet et demandent de forcer l'aspect expérimental en compliquant l'évolution du projet.*

Aujourd'hui Barrere prête son savoir à des projets de trois à cinq logements, en région Parisienne, souvent portés par un propriétaire foncier et un jeune architecte qui font appel à Unanimm pour :

- la recherche des habitants
- le montage financier et juridique des opérations
- la gestion financière du projet

Dans ces opérations le propriétaire du foncier est à l'origine du projet avec l'architecte qui l'aide à établir une première faisabilité et dans la recherche des habitants. Un fois le groupe d'habitants constitué, le membre initiateur du projet est inévitablement dans une position de force par rapport aux autres habitants. Il a plus de poids dans les arbitrages, il s'attribue le logements plus attractif, il peut parfois avoir l'attitude du petit promoteur immobilier.

1.4 Enseignements

De l'analyse des expériences passées nous pouvons tirer des conclusions qui peuvent être le point de départ d'une nouvelle proposition de l'auto-promotion.

Quand concepteurs et habitants sont à l'origine des projets d'auto-promotion, ces derniers ont plus de chance de se concrétiser et le processus de conception est sans doute plus agile. Les expériences des années 1970 et 1980 nous montrent que la présence du concepteur dès les premières phases du projet (création du groupe et recherche du foncier) crée un lien qui permettra de mieux dépasser

les situations de crise en phase de conception.

C'est sur la petite échelle (entre 2 et 10 logements) que ce fonctionnement est possible. Les projets de plus grande taille sont difficilement réalisables sans l'intervention d'acteurs spécialisés. Sur la petite échelle, la figure de l'accompagnateur peut être très utile au moment de la constitution de la société d'habitants pour régler les conflits et les crises typiques de cette phase.

Le groupe porteur du projet doit être soudé par des valeurs communes sur lesquelles il s'engage. L'envie de se loger ne peut pas être le seul lien entre les membres du groupe.

La réservation du foncier est une étape indispensable pour la réussite du projet. Le terrain, qu'il soit public ou privé, doit être réservé au moins jusqu'à la constitution de la société d'habitants.

Les administrations qui soutiennent l'autopromotion peuvent jouer un rôle central dans les projets. Lorsqu'elles sont portées par une thématique sociale plutôt que politique, nous assistons à la naissance de projets exemplaires.

2. Le rôle de l'architecte

Le métier d'architecte vit une mutation continue et suit l'évolution sociétale. Au-delà des styles architecturaux, qui reflètent l'esprit d'une période historique, ce qui change est l'approche du projet de la part des architectes et la relation entre concepteur et maître d'ouvrage. C'est sur les projets de petite échelle (rénovation et construction de maisons individuelles), que le changement est le plus évident : les concepteurs sont alors portés à travailler avec les utilisateurs se confrontant chaque jour à l'évolution des besoins et des demandes.

2.1 L'architecte à l'ère des réseaux sociaux

Nous assistons aujourd'hui à une médiatisation du métier d'architecte via les réseaux sociaux, les magazines et les émissions télévisées. Même si ces dernières peuvent parfois être porteuses de messages ambigus et contradictoires sur le processus de travail d'un concepteur, elles contribuent à démocratiser le recours à un professionnel pour la réflexion sur la création ou l'aménagement des espaces de vie.

Les réseaux sociaux proposent de nombreuses plateformes de mise en relation (Archidvisors, Because Architects Matters, Houzz, Rencontre un Archi...) qui jouent aujourd'hui un rôle important sur le marché privé de la construction.

Le savoir de l'architecte est vendu comme une marchandise, des commissions d'apporteur d'affaire sont demandées aux concepteurs (entre 5% et 7% du montant des honoraires) et aux constructeurs (5% des marchés signés), certaines plateformes vendent un rendez-vous avec un architecte pour 50 € ttc.

Malgré les impacts négatifs, comme la production d'une architecture de plus en plus standardisée et la concurrence qui fait baisser les honoraires et donc le temps de travail sur les projets, ces plateformes ont le mérite de créer une nouvelle image du concepteur plus proche des usagers.

Dans le monde de la sur-communication, une relation habitant-architecte est en train de se créer. Le grand public a compris l'im-

portance de l'architecte dans la conception des espaces de vie et découvre qu'un langage commun est possible. L'image de l'architecte artiste égocentrique laisse de plus en plus place à celle de l'architecte à l'écoute.

2.2 Un interlocuteur privilégié

Dans notre pratique, nous sommes amenés à rencontrer des centaines de maîtres d'ouvrage par an grâce aux plateformes. Même si une bonne partie de ces rencontres n'aboutit pas à la signature d'un contrat, les échanges sont souvent très riches. Les rendez-vous avec les habitants permettent aux architectes d'identifier de mieux en mieux les besoins des usagers et aux maîtres d'ouvrage de comprendre le travail de l'architecte, l'importance de l'écoute et de l'accompagnement.

En tant que concepteurs, nous sommes en permanence spectateurs de la forte contradiction entre la proposition du marché des promoteurs et le besoin réel des habitants. Si les promoteurs proposent un logement standardisé, photogénique et répondant à une demande qu'ils ont même contribué à créer, les habitants ont envie de sur-mesure, d'espaces qui correspondent à leur façon de vivre au quotidien.

Cette contradiction frôle l'absurde lorsque nous sommes appelés par des maîtres d'ouvrage pour améliorer des biens neufs achetés chez les promoteurs. Nous nous retrouvons à démolir les ouvrages et reconstruire des espaces de vie à l'image des usagers avec une perte illogique de main d'œuvre, de matière et une surproduction typique de la société de consommation.

La marchandisation et la production de masse du logement ont éloigné concepteurs et usagers. Les opérations d'auto-promotion proposent une porte de sortie de cette impasse. La co-conception de l'immeuble de logement est la réponse la plus efficace à cette problématique : quand architecte et habitants réfléchissent ensemble au projet, le sur-mesure et la qualité tant désirés sont retrouvés.

3. Le groupe habitants-architecte

Dans les projets de maison individuelle, le recours à l'architecte en direct est très commun. A cette échelle, les habitants connaissent bien l'importance de l'accompagnement d'un professionnel de la construction. Ce dernier représente un allié à l'écoute, qui sait proposer des solutions à chaque problématique, qui est le garant de la qualité de la construction et le médiateur avec les entreprises.

L'architecte peut avoir ce rôle dans les opérations de logement collectif aujourd'hui comme à l'époque du MHGA.

En effet il existe une échelle de projets d'auto-promotion à laquelle le concepteur peut travailler main dans la main avec les habitants, sans le recours aux professionnels de l'auto-promotion. Une opération menant à la création de 2 à 10 foyers peut être portée par un groupe habitants-architecte. Sur ce terrain de jeu on peut retrouver l'authenticité de l'échange, une réelle écoute de la part des concepteurs, une réponse architecturale adaptée aux besoins de chaque utilisateur.

Cependant, pour des opérations plus importantes d'auto-promotion, le recours à un accompagnateur expert en auto-promotion est nécessaire. Son expérience dans la médiation au moment du montage juridique des opérations et dans l'animation des moments de concertation et co-conception sont très utiles au dépassement des moments de crise. L'architecte joue alors un rôle de simple prestataire, qui répond à la demande des maîtres d'ouvrage, représentés par un AMO.

Il s'agit de sortir des dynamiques de la relation client-prestataire à travers la création d'un groupe habitants-architecte.

(...) "Un groupe peut être défini comme deux personnes ou plus qui vont, pendant un temps, interagir, s'influencer mutuellement et se percevoir comme un *NOUS*.

On parle de groupe si les critères suivants sont réunis :

> la présence de relations interpersonnelles : les individus communiquent personnellement avec les autres membres

- > la poursuite d'un but commun : l'intérêt de chacun se confond avec l'intérêt du groupe
- > l'influence réciproque : il y a une interdépendance entre les membres du groupe
- > la mise en place d'une organisation : chaque membre a son Rôle ou son Statut, les Valeurs et les Normes du groupe se créent. " (GOSLIN, 2009)

En 1978, le Mouvement pour l'Habitat Groupé Autogéré, ressemble des habitants autour d'une charte de valeurs fondant le groupe.

(...) Le Mouvement est constitué par les groupes de familles ou d'individus ayant fait construire ou s'appêtant à construire, ou transformer leur habitat pour lui donner les caractéristiques suivantes :

1. Chaque groupe a une taille limitée (environ cinq à dix logements) de manière à permettre une connaissance mutuelle véritable et des prises de décisions collectives.

Le groupe élabore collectivement son habitat. il reste maître des décisions concernant la conception et la gestion de son habitat.

Plusieurs groupes peuvent se fédérer pour réaliser des opérations de plus grande taille.

2. Une partie du budget de construction est affectée à des locaux et des installations communes permettant à une vie de groupe de s'y développer (environ 10 à 20% de la surface construite).

3. Le groupe ne cherche pas à s'isoler du reste de la société et les espaces communs qu'il s'est donnés sont considérés comme lieux de relation privilégiés avec les différentes associations et les individus qui participent à la vie sociale du quartier ou de la commune.

4. Lors de sa constitution, comme plus tard, le groupe tente de rompre le système de ségrégation sociale dans lequel nous vivons. Ceci se traduit lors de la formation du groupe, par le rassemblement autour d'objectifs communs plutôt que de « goûts » communs. Et par la mise en oeuvre de tous les moyens possibles pour atteindre la même qualité de l'habitat, quel que soit le niveau de revenus.

Ceci se traduit aussi pour chacun par le respect et l'écoute de langages et de sensibilités différentes et la transformation progressive de la peur en plaisir de la différence.

5. Pendant la période d'élaboration du projet, comme par la suite, le groupe fonctionne en autogestion.

(Charte du Mouvement pour l'Habitat Groupé Autogéré, www.passarelleco.info, consulté le 10/08/2020)

Cette charte écrite par des architectes et sociologues militants avait comme but la création de groupes d'habitants autour des valeurs de

partage et d'autogestion, très présentes à l'époque, en opposition à la ségrégation et à l'isolement de l'individu. Les architectes, à la base de cette réflexion, faisaient d'office partie des groupes formés.

Il s'agit aujourd'hui de reconnaître des valeurs communes, des points de vues communs, des volontés partagées entre habitants et architectes qui peuvent être signataires d'un pacte qui représente un engagement vis-à-vis de la société dans laquelle *NOUS* vivons. Sans avoir la prétention de changer la société actuelle nous (les architectes) pouvons proposer une alternative concrète à la production de logement qui prendra en compte des problématiques clés comme :

> la transformation de nos lieux de vie en produits de consommation standardisés et dépersonnalisés. L'offre de logement actuelle en milieu urbain est très répétitive. La pression foncière et l'optimisation des coûts donnent comme résultat des bâtiments qui respectent les gabarits imposés par les PLUs en produisant le maximum de mètres carrés vendables.

Il s'agit au contraire de donner une valeur du mètre carré calculée selon des nouveaux critères, qui prennent en compte la qualité environnementale et la désirabilité de l'habitat.

> la multiplication des intervenants dans le marché de la construction et la conséquente réduction de la qualité de l'offre. La marge et les frais de fonctionnement des promoteurs immobiliers, les frais de marketing, l'augmentation du prix du foncier sont aussi responsable de cette baisse de qualité. Et c'est dans ces caisses qu'on peut trouver les fonds pour réaliser des lieux de vie plus qualitatifs. Il s'agit de donner à l'habitant le budget de construction de son propre bien.

> l'impact écologique des constructions et des usagers dans le cycle de vie d'un logement. C'est d'abord aux professionnels du bâtiment de prendre conscience que chaque mètre carré devrait être construit de façon éco-responsable. Les concepteurs peuvent jouer un rôle pédagogique dans ce thème, qui doit être l'élément essentiel de

chaque projet.

C'est autour de ces thématiques que peut avoir lieu une discussion à l'issue de laquelle le groupe habitants-architecte peut se former. Cela n'exclut pas les valeurs de partage et d'ouverture portées par le MHGA, une réflexion peut avoir lieu à ce sujet au moment de l'écriture du programme architectural. Le fait que l'auto-promotion porte sur la réalisation d'un habitat en cohousing a contribué à construire l'image selon laquelle l'habitat participatif appartient à une niche écolo-bobo. Dans l'idée de démocratiser ce type d'opérations nous devons reconnaître l'individualisme propre à la société actuelle.

4. La promotion frugale

frugal, frugale, frugaux

adjectif (bas latin frugalis, sobre)

Qui se nourrit de peu, qui vit d'une manière simple.

Dans les prochaines pages nous proposons une autre voie de production du logement collectif, inspirée des premières expériences en habitat participatif des années 1970 et adaptée aux évolutions sociétales. Un modèle frugal, pauvre en intervenants et riche en qualité architecturale et environnementale.

La promotion frugale est une opération d'auto-promotion portée par un groupe concepteur-habitants qui s'engage à donner à la ville un immeuble d'habitat désiré par ses habitants, éco-responsable et de qualité. Les deux acteurs sont signataires d'un pacte qui les engage à réaliser :

> **Un habitat désirable.** Chaque construction doit venir du désir de l'habitant de s'installer dans un lieu. Pour cela, le point de départ de notre proposition est le terrain et non la constitution du groupe. Les habitants auront comme premier point commun une volonté d'habiter un lieu précis.

> **Sur une parcelle adaptée.** Le foncier est choisi si les conditions permettent de réaliser un habitat confortable et bioclimatique.

> **Avec un programme écrit avec la ville.** Le programme est cohérent avec l'évolution de la ville et de la société. La ville sera partenaire et incluse dans la conception. Les programmes mixtes seront privilégiés, un programme évolutif peut être proposé.

> **Un projet volumétrique adapté aux habitants.** Une morphologie variable en opposition au modulaire et à la répétition, un habitat sur mesure qui répond au désir de ses usagers et non aux demandes du marché.

> **Un bâtiment éco-responsable.** Les matériaux de construction, les

solutions techniques et les systèmes sont choisis selon les ressources et les savoir-faire présents dans le territoire, les matériaux recyclés et biosourcés seront privilégiés.

> Pour un lieu de vie frugal. Le logement sera low-tech, simple d'utilisation et l'habitant sera formé à adopter des gestes simples et efficaces pour réduire l'impact écologique de la vie du bâtiment.

Cette charte pourra être complétée et enrichie avec d'autres valeurs partagées au sein du groupe concepteur-habitants.

4.1 Réduire les marges pour augmenter la qualité

Ce modèle naît en réponse à la standardisation et à la baisse de qualité de nos bâtiments, résultats d'une multiplication des intermédiaires et de la marchandisation de nos lieux de vie.

Dans une opération lambda de promotion immobilière en milieu urbain, la dépense directement liée à la valeur du bien produit (foncier + construction + conception) représente entre 50% et 80% du coût global. La partie restante est absorbée par les marges et les frais annexes à la promotion immobilière, variables selon le secteur géographique :

- Marge nette promoteur : entre 5% et 15%
- Honoraires promoteur : entre 5% et 15%
- Honoraires communication et marketing : entre 5% et 8%
- Frais financiers + assurances + frais de montage : entre 5% et 10%

Pour des opérations de taille réduite (de 2 à 10 logements) ces frais annexes peuvent être réduits au minimum. Un circuit court usager/concepteur/constructeur peut s'instaurer. Avec un coût global équivalent, l'usager peut profiter d'un produit de meilleure qualité architecturale et environnementale.

Les concepteurs peuvent avoir un rôle central dans ce changement de direction. De plus, ils ont un devoir pédagogique vis-à-vis des

Les coûts de la promotion immobilière "classique"

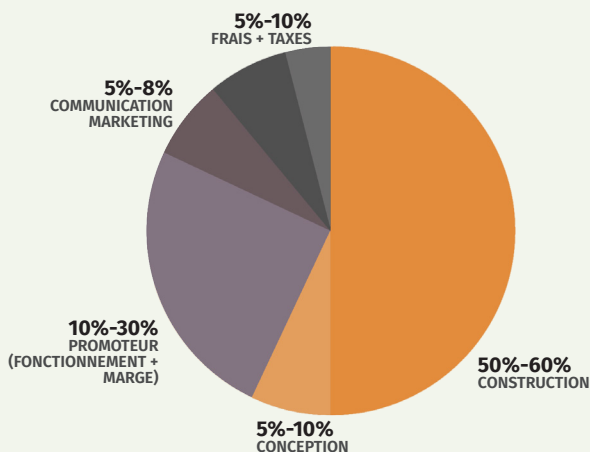


FIG.3
Coût du mètre carré construit (hors achat du foncier) pour une opération immobilière de logement en France métropolitaine.
Source : recherches internet.

Le prix de construction représente seulement 50% du coût de l'opération hors foncier.

Les coûts de la promotion frugale

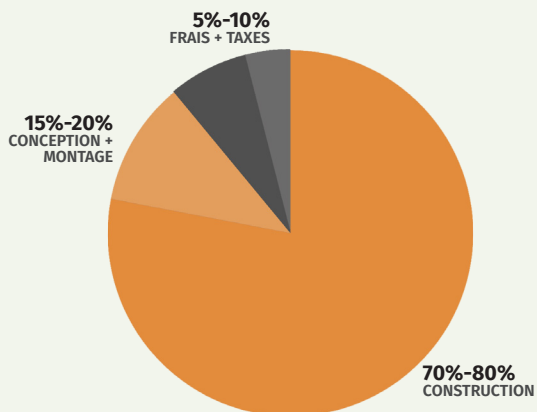


FIG.4
Coût estimé du mètre carré construit (hors achat du foncier) pour une opération de promotion frugale.

Le prix d'achat du mètre carré de logement est très proche de la valeur réelle du bien.
Un logement de qualité supérieure est donc accessible à prix égal.

usagers qui ne savent pas forcément reconnaître la qualité d'un bâtiment conçu et construit soigneusement. Pour cela, nous voyons à l'origine de la P/F le concepteur engagé et responsable qui a une volonté réelle de jouer un rôle de formateur et d'acteur d'une nouvelle évolution de la production du logement.

L'architecte s'émancipe de son rôle de prestataire et se fait lui-même porteur du projet de P/F. Il cherche le foncier, il propose une faisabilité volumétrique, il dialogue avec la ville, il cherche les habitants. Cela implique une prise de risque initiale au niveau de la rémunération, en cas de non aboutissement du projet.

4.2 Un projet désirable et sur mesure

En opposition à la répétition et à la standardisation du marché immobilier des promoteurs, la P/F propose de pousser le "sur-mesure" le plus loin possible, dans la limite des PLUs des villes. Le principe est très simple : nous pouvons concevoir un appartement dans ses volumétries, comme nous avons l'habitude de le faire dans les projets de maison individuelle.

L'architecte, qui est porteur d'un projet spatial sur un terrain que lui-même a déniché, exprime sa volonté initiale de travailler avec des habitants sur la création de logements conçus à leur image. L'habitant, qui désire s'installer dans ce lieu, exprime sa volonté de travailler avec le concepteur sur la réalisation de son projet de lieu de vie. Ce désir commun se concrétise dans la signature d'un pacte habitants-architecte qui marque le début du travail de co-conception. Il s'agit de se détacher de l'imaginaire donné par les médias, par le marché et par les modes qui influencent autant les usagers que les concepteurs et de concevoir un habitat qui prenne en compte les personnalités, les volontés et l'histoire de chacun.

C'est cet aspect expérimental qui se retrouve dans les premiers projets d'auto-promotion, que nous souhaitons mettre en avant mais sans tomber dans le provocatoire et dans l'anecdotique. Une réflexion sur le cycle de vie du bâtiment doit être menée, avec une modu-

larité des volumes et un programme évolutif.

Le projet doit être aussi désiré par la ville, raison pour laquelle les acteurs publics seront interpellés dès le début du projet et invités à participer à l'écriture du programme et à prendre part à certaines réunions de co-conception.

4.3 Un bâtiment de haute qualité architecturale et environnementale

La notion de don est centrale dans la P/F. Chaque construction qui voit le jour sur le territoire est un don fait à la collectivité actuelle et future, elle fait partie du paysage urbain. Son impact visuel, physique, énergétique, environnemental et social seront présents pendant toute la durée de son cycle de vie.

Le groupe habitants-architecte devra s'interroger sur la façon dont la construction pourra avoir un impact positif sur les usagers et son environnement.

Il s'agit d'aller au-delà des normes en matière de construction, d'amener une réflexion sur la qualité architecturale et environnementale du bâti.

Lors de la COP 21, l'ICEB (Institut pour la Conception Ecoresponsable du Bâti) propose une réponse à l'urgence d'adaptation des standards du bâtiment aux enjeux climatiques, énergétiques et sociétaux de demain: « Le bâtiment frugal ».

(...) Un bâtiment frugal s'inscrit dans une vraie stratégie au sein de son territoire

...Le bâtiment frugal pousse l'approche bioclimatique le plus loin possible. L'objectif d'un rafraîchissement entièrement passif est réaliste dans la plupart des cas. Celui du chauffage 100% passif n'est pas aberrant dans les zones sud.

Celui de la ventilation entièrement naturelle non plus. Celui de l'éclairage naturel peut être atteint à 100% sur les périodes diurnes...

Mais l'ancrage dans le territoire du bâtiment frugal va bien au-delà de la

contextualisation bioclimatique. Utiliser les ressources énergétiques du territoire, le bois, la biomasse, les biogaz des déchets agricoles... Avoir largement recours aux matériaux, techniques et savoir-faire locaux : la construction bois dans certaines régions, la terre crue sous toutes ses formes dans d'autres, la paille ailleurs, la réutilisation de matériaux ou composants quand ils sont disponibles.

Le bâtiment frugal s'inscrit dans une stratégie d'aménagement durable du territoire.

Bien évidemment, il préserve les richesses naturelles du territoire, mais il assure aussi le maintien d'une agriculture de proximité, des circuits courts d'approvisionnement, un accès privilégiant les déplacements doux ou à faible impact, vers tous les services, les zones d'emploi, la culture, le sport, les loisirs ...

Le bâtiment frugal est adapté au contexte des années à venir

Il s'agit, évidemment, d'être frugal en énergie et de privilégier les énergies renouvelables. Mais pas seulement, il est aussi frugal en énergie grise et en matières premières épuisables. De ce fait, c'est un bâtiment fortement biosourcé et « low tech », à l'opposé des maisons connectées, soi-disant intelligentes tant à la mode.

Il s'agit aussi de répondre immédiatement aux 3 préoccupations nouvelles qu'impose le changement climatique :

- *l'extension d'une exigence forte de confort d'été sur pratiquement tout l'hexagone*

- *la maîtrise des consommations d'eau pour répondre à la sécheresse prévue dans la moitié méditerranéenne de l'hexagone*

- *des dispositions particulières et temporaires, relevant souvent de la sobriété, des modes de vivre et d'utiliser le bâtiment, pour répondre aux épisodes exceptionnels, mais de plus en plus fréquents, de pluie, de vent et de canicule...*

Le bâtiment frugal est performant, désirable et se conçoit ensemble

Le bâtiment frugal doit être performant. Non pas dans le sens d'un bâtiment « machine » qui assurerait de façon optimale toutes ses fonctions, mais dans celui d'un outil pertinent, efficace et pratique, mis à la disposition de ses utilisateurs, conçu avec eux...

Le bâtiment frugal sera différent des bâtiments standardisés qui se reproduisent quasi à l'identique dans les ZAC et les éco-quartiers. Différent par ses techniques, son architecture, et parfois par son esthétique et ses usages...

Le bâtiment frugal doit être appropriable par ses habitants qui deviennent partie prenante. Son dessin, ses équipements sont conçus par le dialogue, la prise en compte de l'expérience des utilisateurs, l'adaptation à leur vécu sensoriel plutôt qu'issu d'un mode de calcul souvent réducteur car ne considérant que les impératifs technologique et calculable.

Les techniciens, les spécialistes doivent sortir de leurs logiciels, de leurs habitudes, questionner les normes et se mettre à l'écoute des utilisateurs.

Le bâtiment frugal redonne le plaisir d'habiter, de régler à sa guise la lumière,

la ventilation, le chauffage, de prendre la main sur les conditions de confort plutôt que de se battre contre une technologie imposée, incompréhensible et coûteuse.

Guide du bâtiment frugal . COP21 | Conférence Hors La Loi n°3 | Booklet de présentation, 08/12/2015



FIG.5 Matrice du bâtiment frugal. Présentation de Alan Bornarel, BET TRIBU Formation Construire éco-responsable, session 2020

Les architectes ont aujourd'hui le devoir d'informer et former les habitants à l'architecture éco-responsable dès la première rencontre. Le projet définitif, conçu avec une maîtrise d'œuvre élargie aux

bureaux d'études spécialisés, prendra en compte les éléments clés du bâtiment frugal. Avec une approche holistique, le groupe pourra choisir sa propre stratégie et les cibles à prendre en compte dans la réalisation d'un projet éco-responsable.

La réflexion sera élargie au cycle de vie du bâtiment et prendra en compte les évolutions sociétales en gardant à l'esprit que ce qui est construit aujourd'hui est un héritage précieux pour les générations futures.

5. Les phases de la P/F

Les opérations d'auto-promotion analysées ont des histoires très différentes et singulières, souvent marquées par des moments de crise qui ralentissent l'avancement du projet et découragent certains habitants qui abandonnent en cours de route.

Il est important d'analyser, phase par phase, les difficultés et les blocages possibles et de proposer un modèle qui réduit au maximum les risques.

5.1 Phase 1 : la recherche du foncier

Dans les cas étudiés, la recherche du terrain arrive souvent après la constitution d'un groupe d'habitants. L'expérience nous apprend que trouver un terrain qui puisse mettre d'accord la totalité des membres du groupe est un premier blocage. La sortie de ce premier moment de crise passe par l'abandon de la part de certains habitants et le remplacement de ces derniers. Cette première phase peut parfois durer des années et dans le pire des cas se terminer par la dissolution du groupe.

Dans la promotion frugale, la recherche du foncier doit se faire en amont par les concepteurs, en collaboration avec les municipalités. La parcelle (terrain vide, bâtiment en état d'abandon, dent creuse...) est adaptée à la réalisation d'un habitat confortable et éco-responsable. Cela implique :

- de bonnes conditions d'ensoleillement de la parcelle
- des vents favorables à la réalisation d'une ventilation naturelle
- la proximité des transports en commun et des pistes cyclables

Les concepteurs en collaboration avec les mairies peuvent réaliser un mappage des fonciers adaptés.

Au cours des dernières années, nous constatons une grande ouverture des municipalités à l'auto-promotion qui a acquis une reconnaissance locale et nationale. La ville de Strasbourg, pionnière en France, lui réserve du foncier dans des dents creuses et au sein des futurs éco-quartiers, lui apporte un soutien financier, tente de nor-

maliser la durée du processus et de le professionnaliser.

Un dialogue préliminaire entre concepteurs et municipalités peut simplifier les phases suivantes de la promotion frugale. Les architectes peuvent facilement réaliser des faisabilités volumétriques sur un terrain qui peut être réservé le temps de la constitution du groupe. Les collectivités peuvent exprimer leurs besoins en termes d'équipements ou de logements sociaux.

La réservation du terrain est le point de départ dans la réussite du projet de promotion frugale.

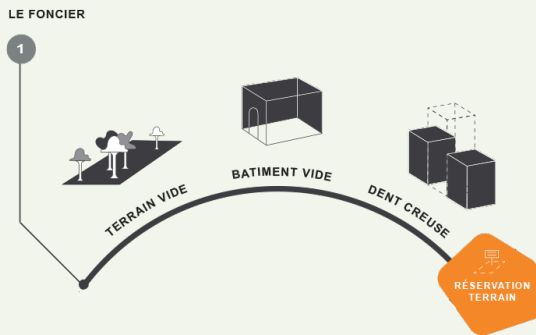


FIG.6 Phase 1 de la P/F : la recherche du foncier

5.2 Phase 2 : faisabilité volumétrique et constitution du groupe

Sur la base d'une première faisabilité volumétrique, des hypothèses de programme peuvent être réalisées. Nous disposons d'un certain nombre de mètres carrés dans un endroit précis : la recherche des habitants peut démarrer.

Les réseaux sociaux facilitent les rencontres, une simple annonce sur un site comme Seloger.com ou PAP peut déclencher des centaines de rencontres, une nouvelle plateforme de mise en relation pour la réalisation de projets de promotion frugale peut être imaginée.

Les engagements de la promotion frugale seront mis en avant, l'habitant devra répondre à certains critères :

- avoir envie de s'installer sur la parcelle en question
- avoir envie de participer à la conception de son lieu de vie
- avoir les capacités financières pour réaliser l'opération
- avoir une solution habitative pendant la réalisation du projet
- adhérer aux engagements de la promotion frugale

Les expériences passées d'auto-promotion nous montrent comment les incompatibilités entre les membres du groupe d'habitants pouvaient faire déraiper les projets. La présence d'un médiateur peut être nécessaire à ce moment-là.

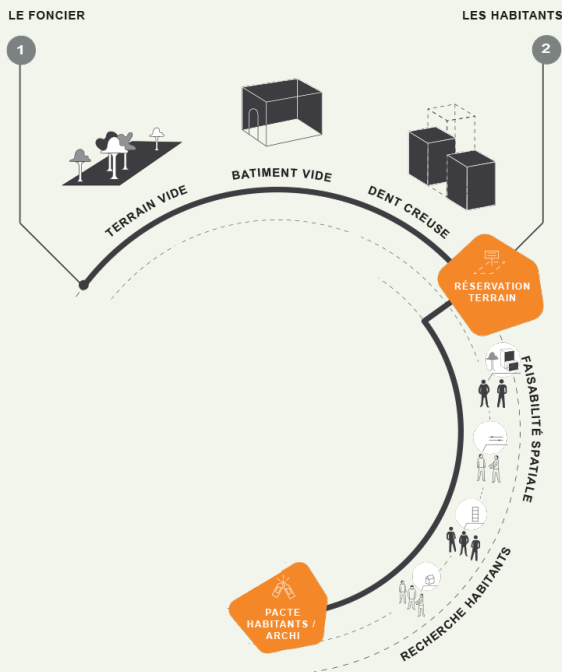


FIG.7 Phase 2 de la P/F : la recherche des habitants

Pour des opérations de taille réduite, l'architecte peut jouer ce rôle de médiation.

Plusieurs rencontres peuvent avoir lieu et enrichir le pacte habitants-architecte avant sa signature. Le groupe formé, soudé par des valeurs communes, démarre le travail de réalisation du projet commun.

5.3 Phase 3 : écriture du programme et faisabilité financière

Le groupe habitants-concepteur dispose d'un temps donné pour la réalisation d'un avant projet qui permettra la constitution de la société et l'obtention du financement.

Des réunions de travail individuelles et collectives permettent l'écriture d'un programme qui prend en compte les besoins exprimés par la municipalité dans la phase 1.

Souvent dans l'auto-promotion l'architecte intègre le groupe de travail après la rédaction du programme. Cela implique une adaptation du programme à l'architecture et donc un ralentissement de cette phase. C'est souvent à l'arrivée du concepteur que les premières déceptions sur la faisabilité du projet se manifestent.

Dans la promotion frugale l'architecte participe à l'écriture du programme avec les habitants et la ville. Les habitants sont confrontés dès le départ aux problématiques de la conception architecturale, y compris à la question financière. La faisabilité volumétrique de la phase 1 sera adaptée aux besoins des habitants et de la ville. Le projet prendra en compte dès le départ les engagements de la promotion frugale qui guideront les choix du groupe. Un bureau d'études devra prendre part à la discussion pour assurer la réalisation d'un projet éco-responsable.

La présence d'un accompagnateur dans cette phase peut aider à résoudre des situations de crise, pour des opérations de plus de 5 foyers elle est même indispensable. L'avant projet issu de ces échanges

peut être composé par les documents suivants :

- Un programme
- Un projet d'esquisse
- Un chiffrage du projet

C'est à ce moment-là que la société se constitue et que la recherche du financement peut avoir lieu. Aujourd'hui la loi offre différents scénarios possibles pour réaliser le montage juridique d'un projet d'auto-promotion.

Avec la loi Alur du 24 mars 2014 deux nouveaux statuts juridiques sont créés pour l'habitat participatif :

- la coopérative d'habitants
- la société d'attribution et auto-promotion

Dans les deux types de montage les personnes participantes à un projet d'habitat participatif ont la qualité d'associés et acquièrent donc au préalable des parts sociales de ces sociétés.

(...) Ces sociétés d'habitat participatif peuvent désormais aussi prendre la forme d'une coopérative d'habitants ou d'une société d'attribution et d'autopromotion, nouvelles formes juridiques non obligatoires pour ce type de projets.

Des mesures communes aux types de société ont été prévues par la loi Alur, et notamment :

- *la possibilité d'admettre comme associés des personnes morales et notamment des organismes de logement social ;*
- *la limitation de la responsabilité des associés à leur apport dans le capital ;*

la possibilité de transformer une société existante en coopérative d'habitants ou en société d'attribution et d'autopromotion ;

- *l'obligation pour les locataires non associés de signer une charte fixant les règles de fonctionnement de l'immeuble, notamment les règles d'utilisation des lieux de vie collective qui sera annexée à leur contrat de bail ;*

l'obligation pour ces sociétés de justifier d'une garantie permettant d'assurer l'achèvement de l'immeuble construit.

Elles ont pour objet de fournir à leurs associés la jouissance de logements et d'espaces partagés. Pour cela elles peuvent construire ou acquérir un immeuble ; elles assurent ensuite la gestion et l'entretien de l'immeuble. Un dispositif anti-spéculatif est prévu (prix de cession des parts sociales limité à leur montant nominal majoré sur l'IRL) et les sorties de la société sont encadrées afin de sécuriser l'équilibre financier de la société. Ces sociétés sont autorisées à proposer des services aux tiers, le volume de ces activités étant toutefois encadré.

Les associés coopérateurs doivent s'acquitter d'une redevance, afin notamment de rembourser l'emprunt contracté par la société pour la construction de l'immeuble.

Un contrat coopératif est conclu entre la société coopérative d'habitants et chaque associé coopérateur avant l'entrée en jouissance de ce dernier. A noter que des parts sociales en industrie, correspondant à un apport travail, peuvent être souscrites par les coopérateurs lors de la phase de construction ou de rénovation du projet immobilier ou lors de travaux de réhabilitation du bâti. Ces parts concourent à la formation du capital social.
(www.ecologie.gouv.fr)

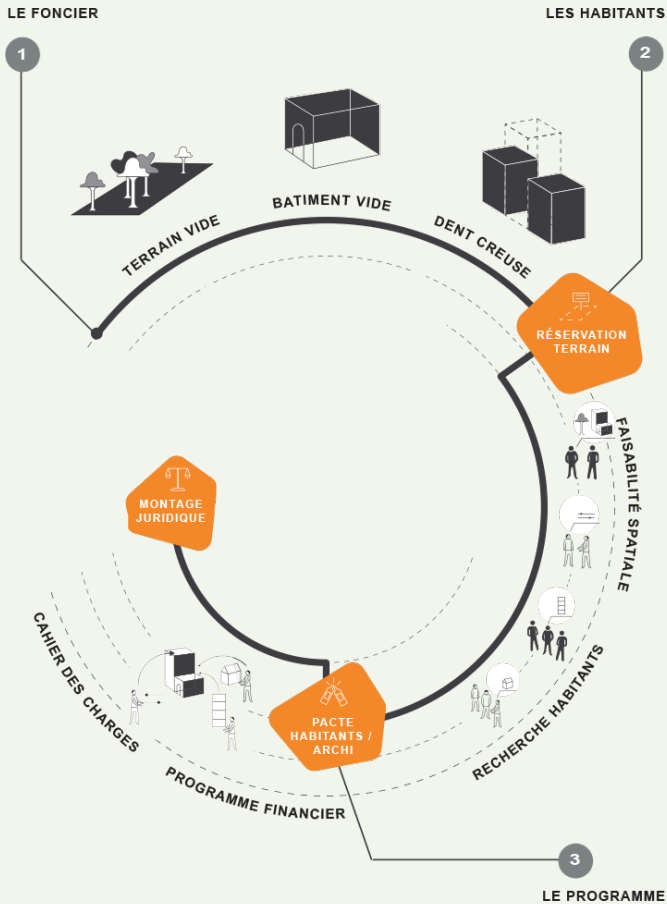


FIG.8 Phase 3 de la P/F : l'écriture du programme et le montage juridique

D'autres montages sont possibles (société coopérative de construction S2C ou S3C).

Le choix du modèle sociétal à adopter dépend de la composition du groupe, de la participation ou non d'un acteur public, des modalités de financement.

La SCIA par exemple est créée par les membres du groupe d'auto-promotion au moment de l'acquisition du bien (terrain, immeuble). Chaque membre possède un certain nombre de parts sociales, proportionnel à son apport initial. Ces parts confèrent un droit sur un logement précis, la surface étant proportionnelle au nombre de parts détenues.

La construction de l'immeuble se fait sous la maîtrise d'ouvrage de la SCIA, laquelle doit obligatoirement recourir à un contrat de promotion immobilière. A l'achèvement des travaux, le patrimoine de la SCIA, commun à l'ensemble des associés, est transféré vers le patrimoine de chaque associé, proportionnellement au nombre de parts détenues. Le transfert du patrimoine peut se faire par dissolution de la société pour la réalisation de son objet social.

La création de la société et l'obtention du prêt permettra donc l'achat du foncier et la signature des contrats avec le groupe de maîtrise d'œuvre (architecte et bureaux d'études).

5.4 Phase 4 : le projet définitif et le chantier

C'est à la signature du contrat de maîtrise d'œuvre que le groupe voit le projet se concrétiser. Le groupe habitants-concepteurs, dont l'équipe est élargie aux bureaux d'études techniques, continue le travail commencé dans les phases précédentes jusqu'au dépôt du permis de construire.

Dans les expériences étudiées les architectes nous font part des difficultés à interagir avec plusieurs maîtres d'ouvrage. Comme dans n'importe quel groupe social, les interactions entre les individus sont très complexes. De plus, le contrat de maîtrise d'œuvre marque

une séparation légale entre les habitants et le concepteur.

Le moment de la signature du contrat doit être l'occasion de reprendre en main le pacte habitants-architecte et les valeurs qui ont porté la création du groupe. C'est en gardant en tête ces volontés communes que le groupe peut s'émanciper du contrat et continuer le travail de la même façon qu'avant sa signature.

Le dépôt du permis de construire et la rédaction du dossier consultation entreprises marquent le passage à la phase suivante.

Le choix des entreprises et la signature des marchés lancent la phase chantier. Les critères de sélection des entreprises sont écrits par le groupe. La proximité du chantier et le savoir-faire des artisans sont des critères indispensables. D'autres critères, comme par exemple l'intérêt porté aux engagements du groupe, peuvent être ajoutés. Un bon chantier passe toujours par un bon échange entre l'entreprise, l'architecte et le maître d'ouvrage.

Chaque chantier vit ses moments de crise et c'est souvent à l'architecte de trouver des clés de sortie. Le chemin fait ensemble depuis le début du projet aura créé un rapport de confiance qui sera très utile pour la résolution des problèmes typiques de la phase chantier.

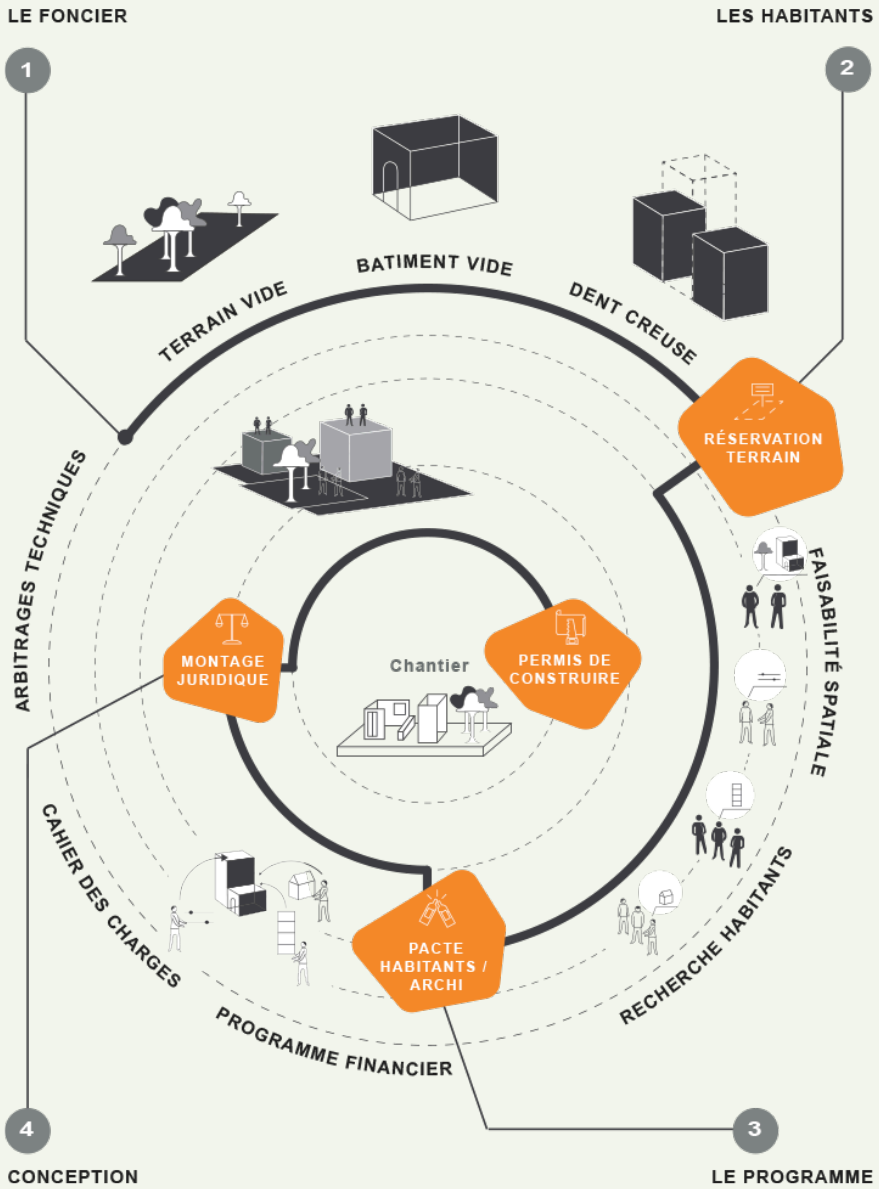


FIG.9 Phase 4 de la P/F : la conception et le chantier

6. Conclusion

Ce texte provient de la réflexion d'un architecte, au milieu de sa carrière, qui s'apprête à travailler sur des projets d'habitat collectif et qui est conscient, après huit ans de projets avec des particuliers, que l'habitat est de meilleure qualité et plus durable s'il est conçu main dans la main avec les usagers.

Cet écrit n'a pas la prétention de révolutionner le marché du logement, ni de juger le travail fait jusque-là par les acteurs de l'auto-promotion. Il s'agit d'une prise de conscience de la position centrale que peuvent avoir les architectes dans ce domaine, comme dans le marché de la construction et de la rénovation de l'habitat individuel. Les concepteurs responsables jouent un rôle clé dans la formation et la sensibilisation des habitants et des collectivités à une architecture éco-responsable et de meilleure qualité. L'architecte s'émancipe alors du rôle de simple prestataire, en adhérant au groupe de travail habitants-architecte dont l'objectif est de créer un habitat de qualité.

La promotion frugale est un appel aux armes des architectes les plus engagés. La prise de risque initiale est sans doute importante (dans les phases 1 et 2 de la P/F l'architecte est censé travailler bénévolement) mais nécessaire si nous voulons rendre cette pratique accessible au plus grand nombre.

Dans les prochains mois nous rencontrerons les premières municipalités afin d'évaluer l'offre de foncier et tenter l'expérience de la promotion frugale sur un premier terrain.

Les retours d'expériences nous serviront à enrichir ce travail initial, qui n'est qu'un début de réflexion. L'objectif est de pouvoir un jour offrir un outil de travail aux architectes et aux habitants qui voudraient tenter l'expérience de s'offrir un habitat désirable et éco-responsable et d'en faire don à la collectivité.

Bibliographie

Véronique BIAU, Anne D'ORAZIO, Ioana IOSA, Héroïse NEZ, "Habitat en auto-promotion: étude de six cas franciliens", 27/12/2010

Philippe GOSLIN, "Psychologie sociale" Tome1 "L'individu et le groupe", 01/08/2009

Charte du Mouvement pour l'Habitat Groupé Autogéré, www.passerel-leco.info, consulté le 10/08/2020

Guide du bâtiment frugal . COP21 | Conférence Hors La Loi n°3 | Booklet de présentation, 08/12/2015

Dictionnaire Larousse, www.larousse.fr, consulté le 05/08/2020

Décret n° 2015-1725 du 21 décembre 2015 relatif aux sociétés d'habitat participatif, legifrance.gouv.fr, consulté le 10/09/2020

Interview Bertrand Barrere, Paris, le 26/10/2020

Www.ecologie.gouv.fr, consulté le 20/09/2020

Adil Information Logement – dossier autopromotion, 01/10/2011