

L'AIR
du
PEROU

L'Agence Immobilière Responsable
du
Pôle d'Exploration des Ressources Urbaines

Document de travail, novembre 2018

En introduction et en chiffres, l'hypothèse que l'on étouffe et déraisonne

Chaque jour meurt une personne sur un trottoir de France, pays comptant 28 000 agences immobilières ayant pignon sur les rues des trottoirs en question. 800 000 : tel est le nombre de transactions immobilières annuelles décomptées dans ce même pays où sont dénombrées environ autant de personnes vivant dans les plis et replis du territoire, placées, déplacées, expulsées, à distance du logement. Pour le plus grand bonheur de la mnémotechnie, ajoutons qu'en l'Île-de-France sont constatées 150 000 transactions immobilières comme de personnes sans domicile fixe : sans-abri, Roms, migrants, etc.

Hypothèse : ces données s'entretiennent, le marché de l'immobilier se nourrissant du mythe de la rareté des dits « biens », mythe entretenu notamment par la visibilité accablante de personnes sans-abri, vivant sur les trottoirs des centres-villes, dans les bidonvilles des périphéries, dans les campements des frontières, sur le point des bateaux en haute mer. Entre ventes et tentes, entre acquisitions et déplorations, des relations secrètes sont nouées. À chaque mort de la rue, manifestation bruyante de sans-logis, irruption médiatique de la dite « crise des migrants », se propage en effet un peu davantage le récit d'un épuisement des ressources spatiales. Autrement dit : la mort d'un homme sans-abri est la « preuve vivante » de la pénurie des dits « biens », et par conséquent l'une des conditions de l'extravagance des prix affichés par l'agence immobilière sise à quelques encablures du corps abandonné.

I. L'AIR, première agence respirable

I. Principes

Le PEROU – Pôle d'Exploration des Ressources Urbaines – lance la première agence immobilière renversant les relations entre marché de l'immobilier et conditions de vie des sans logis et mal-logés. Le principe en est élémentaire : les bénéfices réalisés par l'Agence Immobilière Responsable (AIR) permettent la création d'espaces d'hébergement chez les habitants solidaires des centres-villes, dans les lisières des périphéries et frontières, sur les ponts des bateaux de sauveteurs en mer. Ainsi, toute transaction immobilière fait-elle indirectement s'amplifier des gestes d'hospitalité dans les plis et replis de nos territoires. Ainsi tout acte de vente dans la ville permet-il indirectement l'intensification d'actes d'accueil de celles et ceux n'ayant pas droit de cité. Ainsi toute surface échangée sur le marché de l'immobilier génère-t-elle indirectement la création d'une surface habitable ici-même pour celles et ceux jusqu'alors refoulés au loin.

Par le chemin de l'économie, l'AIR du PEROU crée une relation de solidarité entre centres et marges, jusqu'à les confondre. Par son intermédiaire, elle fait se rencontrer de facto « bien-logés » et « mal-logés », l'amélioration des conditions de vie des uns contribuant à

l'amélioration des conditions de vie des autres. Ainsi confère-t-elle un sens nouveau à la transaction immobilière en raison des effets sociaux et politiques qu'elle donne à celle-ci. Ainsi fait-elle prendre aux actes de vente la dimension d'actions d'intérêt public.

L'AIR n'est pas une agence immobilière « low-cost » ou « éco-responsable », usant de stratégies de marketing innovantes pour poursuivre les intérêts inchangés des agents l'organisant. L'AIR s'avère un organisme d'un genre nouveau, prenant part au marché de l'immobilier afin d'y puiser les ressources nécessaires à des projets d'accueil tous azimuts. L'AIR ne se positionne donc pas en concurrence vis à vis des 28 000 agences immobilières existantes, mais en rupture par rapport à celles-ci, bouleversant la définition du travail de médiation entre vendeurs et acheteurs. À l'AIR, le « bien » immobilier perd un peu de sa dimension de supercherie sémantique puisque sa vente crée effectivement des effets bénéfiques, en l'occurrence pour des personnes n'ayant pas accès au marché de l'immobilier. L'AIR perce ainsi la bulle immobilière pour créer un espace nouveau et faire dignement appel d'air à celles et ceux qui cherchent refuge parmi nous.

2. Structuration :

L'AIR organise la rencontre entre vendeurs et acheteurs sur le marché de l'immobilier. Pour ce faire, elle met en œuvre différentes actions de médiation, notamment par l'entremise d'une plateforme Internet singulière (voir II.1 : Un art renouvelé de la médiation).

Une étude juridique et économique permettra de définir l'AIR :

- Elle peut s'avérer une société détentrice d'une carte professionnelle en vertu de la loi Huguet. Elle fonctionne alors avec une équipe permanente de médiateurs (experts de l'immobilier, designers, photographes, rédacteurs, etc). Elle se présente comme plateforme Internet, à l'instar de n'importe quelle interface spécialisée (www.seloger.com ; www.pap.fr ; etc). Elle affiche un indice de frais d'agence minimal par rapport aux pratiques existantes (les frais d'agence sont aujourd'hui compris entre 4% et 8%), en raison de la légèreté de son fonctionnement comme de sa fiscalité. Ses bénéficiaires sont en effet en partie destinés à faire fonctionner une équipe sans le coût de murs et sans recherche de profit pour la société, et en partie reversés sous la forme de dons défiscalisés (66% déductibles sur les 5 années suivant le don) à l'association PEROU, déclarée d'intérêt général, pour la mise en œuvre de ses actions.
- Elle peut s'avérer un collectif d'artistes contribuant à la mise en relation de vendeurs et d'acheteurs, par le biais d'un site Internet, ou de représentations de formes multiples. Elle est une émanation de l'association PEROU comprise comme l'un de ses projets d'action. Pour figurer au catalogue de l'AIR, un propriétaire rémunère le PEROU pour une prestation de médiatisation de son bien. La mission (mise en récit photographique et textuelle, inscription sur le site Internet, représentations diverses) est facturée en fonction d'un pourcentage bas de la valeur du bien mis en vente. Une partie de la somme sert au paiement de la prestation artistique, une autre au financement des actions du PEROU.

L'étude juridique et économique doit permettre de définir le plus juste modèle en fonction d'un certain nombre de critères :

- conditions légales d'exercice d'une profession de médiation sur le marché de l'immobilier (carte T, loi Huguet, etc), et positionnement par rapport aux règles de la concurrence (plus ou moins grande distance par rapport à l'activité « d'agence immobilière » ; positionnement du côté du « commerce équitable » ; définition en tant que compagnie artistique jouant sur la scène du marché de l'immobilier ; etc) ;
- logique économique et structurelle de l'AIR (société, association, coopérative, etc), permettant une ponction moindre de la somme échangée lors de la vente, et garantissant donc un intérêt financier pour l'acheteur comme pour le vendeur (noter en tout état de cause que l'AIR donne à cette transaction un supplément de sens aux yeux de l'acheteur pour un coût égal à tout autre système de médiation ; noter en outre que la singularité de l'AIR et la notoriété du PEROU assurent au vendeur une accélération de la vente de son bien) ;
- conditions financières de la relation entre activité de l'AIR et activité du PEROU, en étudiant notamment les différentes modalités de don / mécénat / rémunération (de structure à structure si elles s'avèrent distinctes ; du vendeur au PEROU, nécessitant une contractualisation en amont ; etc)

II. Les qualités de l'AIR

I. Un art renouvelé de la médiation

Fort de compétences de design, d'écriture, de productions photographiques et graphiques, le PEROU propose des formes renouvelées de la médiation des logements mis en vente dans l'espace de l'AIR. Son site Internet s'inscrit en rupture avec l'art plus ou moins médiocre de mettre en scène les « biens » propre aux agences classiques. Chacune des annonces se veut une oeuvre réalisée par un collectif d'auteurs (photographe, designer, écrivain), et la plateforme de l'AIR se présente telle une galerie. Un certain art de faire récit vaut signature de l'AIR du PEROU.

Fort de son obstination à penser non le logement mais l'habitat, c'est à dire à développer sa pensée et ses actions à l'échelle urbaine, le PEROU donne au catalogue de l'AIR une dimension dépassant le strict périmètre du logement. Chacune des annonces publiées par l'AIR s'attache alors, grâce à différentes enquêtes et cartographies du territoire, à rendre compte des dimensions urbaines, sociales, politiques du contexte du logement en question. Ainsi sont exposés les éléments qui font la valeur d'un « bien » pour tout habitant de la cité : tissu associatif environnant, projets de solidarité déclarés alentour, équipements publics de proximité, pratiques et relations de voisinage, représentations du quartier que se font ses habitants actuels. Ce faisant, l'AIR du PEROU propose une expertise nouvelle des « biens » mis en vente, ne faisant qu'explicitier des éléments aujourd'hui implicites dans chaque transaction, la majeure partie du coût d'un « bien » étant effectivement liée à la ville et au quartier dans lequel il se situe.

Fort des nombreux architectes, designer, artistes composant le collectif du PEROU, l'AIR ajoute aux annonces sur l'existant des éléments relatifs au potentiel de transformation de celui-ci. Esquisses, scénarios, références, repérage de matériaux de récupération propices à divers aménagements, idées en tout genre viennent compléter le récit, et aident les potentiels acquéreurs à imaginer leur devenir ici-même. Des éléments relatifs à des stratégies financières peuvent compléter l'ensemble, et des professionnels peuvent être recommandés pour tel ou tel projet en fonction de leur qualité et du moindre coût de leurs prestations. Ainsi, l'AIR du PEROU a vocation à développer une cartographie de ressources et partenaires mobilisables pour l'amélioration du logement en vente.

Enfin, la galerie de l'AIR est augmentée du récit des actions développées par le PEROU fort des bénéfiques résultant des transactions immobilières. La plateforme Internet de l'AIR propose donc une description des projets conduits par le PEROU, et explicite le lien financier existant entre actes de ventes et actions constructives alentour. Ainsi est donné à lire le principe fondamental de l'AIR du PEROU : pour tout morceau de ville vendu, un morceau de ville construit ; pour toute surface de logement échangée, une surface d'accueil produite. Cette relation trouve d'autres modes d'exposition, notamment lors des présentations et publications multiples des actions du PEROU au sein desquelles sont exposées les sources de financement des actions. Certaines autres modalités de médiation peuvent être mises en oeuvre, tels que des événements réguliers de mise en enchère de biens, ou encore telles que des publications sous la forme de suppléments « immobilier » à des supports de presse existant, à l'instar des dernières pages de certains hebdomadaires et mensuels français.

2. Un sens renouvelé de la transaction

Actuellement sur le marché, seul le récit du propriétaire - spéculateur est disponible. Nul doute que ce récit correspond à une réalité. Nul doute que les 60% de Français aujourd'hui propriétaires ne relèvent cependant pas tous de cette catégorie. Ouvrir un espace de vente tel que l'AIR du PEROU permet de cliver le paysage en mettant en valeur l'existence de vendeurs tout aussi soucieux des effets sociaux et politiques de leurs actes que de leur intérêt pécuniaire. Un propriétaire militant et responsable peut ainsi apparaître, préférant que la vente de son bien génère des actions de solidarité plutôt qu'elle ne profite à l'enrichissement des actionnaires d'agences immobilières. Le propriétaire mettant en vente son bien à l'AIR du PEROU peut demeurer soucieux de son seul intérêt, ou viser ce faisant de s'acheter une conscience citoyenne à moindre coût : la promotion de son « bien » y sera d'une grande qualité, sa visibilité vaudra facteur d'accélération de la vente. Quoi qu'il en soit, les effets de cette vente comme de n'importe quelle autre à l'AIR demeurent vertueux par définition, et corrosifs par rapport aux logiques qui prévalent aujourd'hui.

Actuellement sur le marché, seul le récit de l'agent immobilier au sourire carnassier est disponible, donnant à l'acheteur la certitude qu'une partie de son argent, déjà largement capté par les établissements bancaires, fait s'enrichir un secteur professionnel peu connu pour sa sensibilité aux questions sociales. À l'AIR du PEROU, acheter devient aussi un acte civique dont la traçabilité est en outre donnée à lire sur la plateforme Internet témoignant de l'activité immobilière tout comme de l'activité solidaire. Ainsi, l'acheteur trouve sur le marché de l'immobilier le moyen de contribuer, à hauteur d'un pourcentage modique et non repérable dans le coût total de la vente, à un acte en faveur des exclus du même marché.

L'acheteur se dirigeant vers les ventes proposées par l'AIR du PEROU peut demeurer soucieux de son seul intérêt, et viser uniquement de trouver son bonheur efficacement : la qualité des annonces et leur dimension démultipliée offrent une nouvelle lecture de la future habitation, tout comme les compléments que peuvent constituer les esquisses d'architectes. Quoi qu'il en soit, les effets de cet achat comme de n'importe quel autre à l'AIR demeurent vertueux par définition, et corrosifs par rapport aux logiques qui prévalent aujourd'hui.

En conclusion et en chiffres, l'hypothèse que l'on agisse et raisonne enfin

Considérant qu'à Paris le m² se vend en moyenne 8 000 euros.
Considérant donc que pour un appartement de 50m², il en coûte 400 000 euros. Considérant que l'AIR vend ce « bien », et tire bénéfice à hauteur de 5% de cette vente, soit 20 000 euros. Considérant que pour les besoins de la mise en vente de ce bien, l'AIR a engagé un photographe, un écrivain, un architecte, un webdesigner et un expert immobilier, chacun pour une mission comprise entre 500 et 1 000 euros. Considérant donc que l'AIR utilise 5 000 euros de la vente pour son activité propre, et verse 15 000 euros au PEROU pour accompagner dans la ville les actes d'accueil et d'hébergement des personnes vivant à la rue : aménagements d'espaces d'accueil chez les citoyens-hébergeurs, aménagements de logements ou de bureaux vacants, création d'espaces publics dans la ville ou le bidonville pour un premier accueil, équipement des bateaux sauvant des vie en Méditerranée, etc. Alors se déploie tout autour un espace d'hospitalité tentaculaire en contrepoint des espaces échangés dans les centres, et se nourrissent ainsi des rapprochements jusqu'alors inenvisagés. Ainsi se déroule un processus vertueux de piratage d'économie et d'espace, de détournement de valeur, de constructions de liens de solidarité jusqu'alors insensé.

Annexe I : Au sujet du PEROU

Manifeste du PEROU

L'enfer des vivants n'est pas chose à venir ; s'il y en a un, c'est celui qui est déjà là, l'enfer que nous habitons tous les jours, que nous formons d'être ensemble. Il y a deux façons de ne pas en souffrir. La première réussit aisément à la plupart : accepter l'enfer, en devenir une part au point de ne plus le voir. La seconde est risquée et elle demande une attention, un apprentissage, continuel : chercher et savoir reconnaître qui et quoi, au milieu de l'enfer, n'est pas l'enfer, et le faire durer, et lui faire de la place.

Italo Calvino, *Les Villes Invisibles*

Nos métropoles occidentales débordent de corps en trop, de rebus humains épars : expulsés d'ici comme d'ailleurs flanqués à même le bitume ; réfugiés dans les délaissés, déprises, et autres innommables zones ; logés dans l'insalubrité, le surpeuplement ou la solitude, tout au bord de la rue. Simultanément – conséquence et cause tout à la fois –, nos métropoles se dépeuplent de ce qui fait d'une ville une ville : des formes et pratiques de l'accueil et de la solidarité, des espaces et des gestes qui font l'hospitalité. Une analyse des processus urbains à l'œuvre – techniques comme imaginaires – convainc de l'inéluctable aggravation de cette situation : un savoir-faire l'accueil disparaît en même temps qu'explose le nombre de réfugiés économiques parmi nous. Loin de promettre la résorption de l'exclusion urbaine et du péril qu'elle engendre, le développement contemporain de nos métropoles la laisse s'accroître, voire la nourrit.

Association loi 1901 fondée en septembre 2012, le PEROU est un laboratoire de recherche-action sur la ville hostile conçu pour faire s'articuler action sociale et action architecturale en réponse au péril alentour, et renouveler ainsi savoirs et savoir-faire sur la question. S'en référant aux droits fondamentaux européens de la personne et au « droit à la ville » qui en découle, le PEROU se veut un outil au service de la multitude d'indésirables, communément comptabilisés comme cas sociaux voire ethniques, mais jamais considérés comme habitants à part entière.

Avec ceux-ci, le PEROU souhaite expérimenter de nouvelles tactiques urbaines – nécessitant le renouvellement des techniques comme des imaginaires – afin de fabriquer l'hospitalité tout contre la ville hostile. Alors que se généralise une politique aussi violente qu'absurde, action publique aux allures de déroute n'ouvrant que sur des impasses humaines – expulsions, destructions, plans d'urgence sans issues, placements et déplacements aveugles, etc –, le PEROU veut faire se multiplier des ripostes constructives, attentives aux hommes, respectueuses de leurs fragiles mais cruciales relations au territoire, modestes mais durables.

Sébastien Thiéry, le 01 octobre 2012

Actions du PEROU depuis 2012

EN ESSONNE (situation 1) : CONSTRUIRE LA SORTIE D'UN BIDONVILLE EN L'HABITANT – L'ambassade du PEROU.

Mise en œuvre d'un chantier architectural, social et politique avec les familles roumaines vivant dans les bidonvilles de Ris-Orangis et de Grigny en vue de leur intégration dans le parc social environnant, en soutien de l'action du Collectif des Ambassadeurs des Roms.

Calendrier : septembre 2012 – août 2014

Budget : 155 626 euros

Partenaires : Fondation Abbé Pierre ; Plan Urbanisme Construction Architecture ; Conseil Général de l'Essonne ; Député de l'Essonne ; Ecole des Arts Politiques (Science Po Paris) ; Ecole Nationale Supérieure d'Architecture de Bretagne ; Ecole Nationale Supérieure des Arts Décoratifs.

À PARIS (situation 2, à partir de janvier 2013) : CONCEVOIR L'ACCUEIL DANS LES INTERSTICES DE LA CAPITALE – Le Paris de l'hospitalité

Organisation d'un concours international d'art et d'architecture avec d'anciens sans-abri pour la création d'un centre d'hébergement nomade dans Paris intra-muros, en soutien de l'action des Enfants du Canal.

Calendrier : janvier 2013 – novembre 2014

Budget : 46 000 euros

Partenaires : Fondation MACIF ; Pavillon de l'Arsenal ; Fondation Abbé Pierre ; Ecole Professionnelle Supérieure d'Arts Graphiques et d'Architecture de la Ville de Paris.

EN AVIGNON (situation 3) : TRANSFORMER UNE FRICHE INDUSTRIELLE EN UN CENTRE CULTUREL HABITÉ – Faire le Tri.

Réalisation des études pour la transformation de l'ancien Tri-Postal d'Avignon avec un collectif de sans-abri et une vingtaine d'associations sociales et culturelles, en soutien de l'action du Pôle Vaucluse d'Habitat Alternatif Solidaire.

Calendrier : juin 2013 – juin 2015

Budget : 66 000 euros

Partenaires : Agence Nationale de l'Habitat ; Mairie d'Avignon ; Grand Avignon ; Délégation Interministérielle à l'Hébergement et à l'Accès au Logement ; Ecole Nationale Supérieure des Beaux-Arts d'Avignon.

DANS LE NORD-PAS-DE-CALAIS (situation 4) : CONCEVOIR UNE PUBLICATION TRIMESTRIELLE AVEC LES MIGRANTS – Les Mondes (Le Journal des Jungles)

Développement d'un périodique conçu par des rédactions éphémères comprenant migrants, bénévoles, graphistes et écrivains, en soutien de l'action de la Plateforme de Services aux Migrants.

Calendrier : à partir d'octobre 2015 et jusqu'en décembre 2016

Budget prévisionnel : 48 500 euros

Partenaires : Ensad

À ARLES (situation 5) : INVENTER D'AUTRES MANIÈRES D'HABITER LA VILLE AVEC DES FAMILLES ROUAINES – Laboratoire des Imaginaires des Mondes À venir

Mise en œuvre d'un laboratoire de recherche photographique et architectural dans un bidonville en vue de la création d'un lieu de vie temporaire dans une friche voisine, en soutien de l'action de la Veilleuse de la Gabelle.

Calendrier : août 2015

Partenaires : Ecole nationale supérieure de photographie d'Arles, RIP.

À CALAIS (situation 6) : ACCOMPAGNER LA CRÉATION D'UNE VILLE NOUVELLE PAR MIGRANTS ET CALAISIENS – New Jungle Delire

Mise en œuvre d'un travail de recherche et d'expérimentation dans la « New Jungle » afin notamment de l'équiper de dispositifs publics, en mobilisant auprès de ses habitants artistes, architectes, urbanistes, en soutien de l'action de la Plateforme de Services aux Migrants.

Calendrier : à partir d'octobre 2015 et jusqu'en décembre 2016.

Budget : 91 000 euros

Partenaires : PUCA, Ministère de la Culture, CNAP, Fondation de France, Cité de l'architecture et du patrimoine.

Expositions / Diffusions :

Biennale d'architecture de Venise (2016 et 2018)

Cité de l'architecture et du patrimoine (2016)

Arc-en-rêve Bordeaux (2016)

Nuit Blanche Paris (2017)

FRAC Centre (2017)

Condition Publique Roubaix (2018)

MACVAL (2018)

Conseil d'Administration du PEROU

Jean-Michel Frodon, critique de cinéma

Antoine Hennion, sociologue (secrétaire)

Bernard Latarjet, conseiller culturel (trésorier)

Marie-José Mondzain, philosophe (présidente)

Membres d'honneur :

Michel Butel, auteur

Gilles Clément, paysagiste

Equipe :

Sébastien Thiéry, coordinateur

Lucie Degenne, administratrice

Dominique Quessada, chargé de mission AIR