



POLYTECH[®]
TOURS

Département Aménagement



Ecole d'ingénieurs
polytechnique
de l'université de Tours

CITERES
UMR 6173
Cités, Territoires,
Environnement et Sociétés

Equipe IPA-PE
Ingénierie du Projet
d'Aménagement, Paysage,
Environnement

Projet de Fin d'Etudes

L'ENVIRONNEMENT DU LOGEMENT DANS LE RAPPORT AFFECTIF : Analyse comparée d'entretiens et de petites annonces



2013-2014

Directeurs de recherche

ADAM Matthieu | MARTOUZET Denis

ROBSOMANITRANDRASANA Oly
SCHIERY Chloé

L'environnement du logement dans le rapport affectif : analyse comparée d'entretiens et de petites annonces

Directeurs de recherche :
Matthieu ADAM
Denis MARTOUZET

Robsomanitrandrasana Oly
Schiery Chloé

Année 2013 - 2014

AVERTISSEMENT

Cette recherche a fait appel à des lectures, enquêtes et interviews. Tout emprunt à des contenus d'interviews, des écrits autres que strictement personnel, toute reproduction et citation, font systématiquement l'objet d'un référencement.

L'auteur (les auteurs) de cette recherche a (ont) signé une attestation sur l'honneur de non plagiat.

FORMATION PAR LA RECHERCHE ET PROJET DE FIN D'ETUDES EN GENIE DE L'AMENAGEMENT

La formation au génie de l'aménagement, assurée par le département aménagement de l'Ecole Polytechnique de l'Université de Tours, associe dans le champ de l'urbanisme et de l'aménagement, l'acquisition de connaissances fondamentales, l'acquisition de techniques et de savoir-faire, la formation à la pratique professionnelle et la formation par la recherche. Cette dernière ne vise pas à former les seuls futurs élèves désireux de prolonger leur formation par les études doctorales, mais tout en ouvrant à cette voie, elle vise tout d'abord à favoriser la capacité des futurs ingénieurs à :

- Accroître leurs compétences en matière de pratique professionnelle par la mobilisation de connaissances et de techniques, dont les fondements et contenus ont été explorés le plus finement possible afin d'en assurer une bonne maîtrise intellectuelle et pratique,
- Accroître la capacité des ingénieurs en génie de l'aménagement à innover tant en matière de méthodes que d'outils, mobilisables pour affronter et résoudre les problèmes complexes posés par l'organisation et la gestion des espaces.

La formation par la recherche inclut un exercice individuel de recherche, le projet de fin d'études (P.F.E.), situé en dernière année de formation des élèves ingénieurs. Cet exercice correspond à un stage d'une durée minimum de trois mois, en laboratoire de recherche, principalement au sein de l'équipe Ingénierie du Projet d'Aménagement, Paysage et Environnement de l'UMR 6173 CITERES à laquelle appartiennent les enseignants-chercheurs du département aménagement.

Le travail de recherche, dont l'objectif de base est d'acquérir une compétence méthodologique en matière de recherche, doit répondre à l'un des deux grands objectifs :

- Développer toute ou partie d'une méthode ou d'un outil nouveau permettant le traitement innovant d'un problème d'aménagement
- Approfondir les connaissances de base pour mieux affronter une question complexe en matière d'aménagement.

Afin de valoriser ce travail de recherche nous avons décidé de mettre en ligne les mémoires à partir de la mention bien.

REMERCIEMENTS

Nous tenons tout d'abord à remercier Matthieu Adam, pour avoir partagé avec nous ses connaissances, ses méthodes et ses innombrables références bibliographiques, pour sa franchise, son engagement et l'intérêt prêté à notre projet tout au long de l'année.

Nous remercions également Denis Martouzet pour ses apports méthodologiques, le partage de son expérience, et surtout pour nous avoir donné l'idée du « double PFE » (concept original de Nathalie Audas), sans laquelle nous n'aurions pas donné le maximum.

Ce PFE n'aurait pas eu lieu d'être sans matériau : nous remercions donc les quasi-anonymes ayant posté des annonces immobilières sur leboncoin.fr, et bien sûr les non-anonymes ayant accepté de nous rencontrer pour les entretiens, qui nous ont pour la plupart livré beaucoup de choses malgré nos tâtonnements de débutantes dans l'entretien de recherche.

Nous remercions également Mr Serge Thibault et Mr Jean Rossetto, pour nous avoir donné de précieux contacts alors que la fréquence de nos entretiens se ralentissait.

Et bien sûr, toutes les personnes que nous aurions pu oublier, qui ont contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce projet.

SOMMAIRE

Introduction générale – Objet de la recherche.....	1
Problématique et hypothèse	1
1. Les petites annonces sur internet, un matériau récent mais prometteur	2
2. Les entretiens, une approche plus répandue mais à la fiabilité variable	3
Deux méthodes d'analyse pour une problématique	4
Partie I – Que nous dit la littérature sur notre sujet ?	5
1. “L’entretien, OK ! Mais les petites annonces...pas convaincu”	5
2. Dis-moi où tu habites, je te dirai qui tu es : la place du lieu de vie dans l’imaginaire collectif et ses conséquences sur l’identité sociale des individus	9
3. L’image sociale, une autre variable du rapport affectif ?	13
4. Quelles limites pour le logement et l’environnement du logement?	16
Qu’avons-nous appris ?.....	20
Partie II – Le croisement de deux méthodes de recherche.....	21
1. Une étude basée sur un support physique précisément défini	21
2. Deux matériaux pour une question de recherche	27
3. Des données mises en forme puis doublement analysées	32
4. Deux méthodes différentes de collecte des données : quel apport ?.....	43
Une sélection rigoureuse de matériaux et de méthodes d’analyse pour optimiser nos chances de répondre à notre problématique	47
Partie III. Deux analyses pour une question de recherche.....	48
1. Les résultats de l’analyse statistique	48
2. Analyse lexicale : Résultats et interprétations	68
Hypothèse validée !.....	80
Bilan du projet et retour critique	82
Bibliographie	84
Lexique.....	88
Table des illustrations.....	95
Table des matières.....	97

Introduction générale – Objet de la recherche

Problématique et hypothèse

“Love for a neighbourhood is about more than just the relationship between buyer and area: it is also about choosing a spatial ideal, a place in which to identify with a particular image or lifestyle”
Christie, Smith et Munro (2008, p.2307)¹

Cette citation montre que le fait d'aimer l'environnement de son logement relève de notions plus larges que de simples critères « matériels et physiques » tels que la localisation, le prix, la taille ou la praticité du logement. Il s'agit aussi de choisir une ambiance, un lieu qui incarne une image ou un mode de vie auquel on voudrait s'assimiler. Habiter dans cet environnement reviendrait alors à adopter cette image ou ce style de vie.

Pourquoi choisissons-nous d'habiter ici et pas à un autre endroit ? Comment considérons-nous l'environnement de notre logement ? Quel rapport entretenons-nous avec l'environnement de notre logement ? Comment agit-il sur nous ? Comment agissons-nous sur lui ?

Ces questions sont liées au rapport affectif. Le rapport affectif à un lieu a été étudié à plusieurs échelles : le rapport affectif à la ville, à un non-lieu, au logement, etc. Dans ce projet de recherche, nous avons choisi de nous concentrer sur l'environnement direct du logement. Nous pensons en effet que l'environnement d'un logement (rue, quartier, ville) peut avoir une influence sur l'image sociale de ses habitants et sur leur rapport affectif au logement, et nous souhaiterions savoir dans quelle mesure cette influence se retrouve dans les petites annonces et les entretiens.

Dans ce projet, nous avons supposé qu'il existait un lien entre le rapport affectif au logement et l'image sociale induite par l'environnement du logement, et étudié les moyens d'utilisation de cette image sociale par les habitants ou les vendeurs. L'image sociale est ici définie comme la présence du lieu de vie (et de ses habitants) dans les représentations sociales, ou plus largement dans l'imaginaire collectif.

Ces notions seront plus amplement détaillées dans la partie I de ce rapport.

¹ Traduction : L'amour pour un quartier/voisinage/environnement va au-delà de la relation entre l'acheteur et l'emplacement: il s'agit aussi de choisir un idéal spatial, un endroit auquel s'identifier avec une image ou un style de vie particulier.

1. Les petites annonces sur internet, un matériau récent mais prometteur

Le choix des petites annonces immobilières publiées sur internet comme matériau de recherche peut paraître original. Cependant, la montée en puissance d'internet a considérablement transformé le marché immobilier, justifiant de mener de nouvelles recherches.

Aujourd'hui, le recours à une annonce web est quasiment automatique lors de la mise en vente d'un bien, que celle-ci soit réalisée par un particulier ou par un professionnel. En effet, ce support présente plusieurs avantages :

- Faible coût, voire gratuité de la diffusion de l'annonce
- Diffusion de l'annonce dans le monde entier
- Pas de limitation de la taille de l'annonce (généralement)

Ainsi, par rapport aux annonces immobilières publiées dans les journaux, les vendeurs trouvent plus de liberté dans les annonces web.

Si l'annonce web est un outil pratique pour favoriser les transactions immobilières, nous cherchons à savoir ce que leurs énoncés peuvent apporter à la recherche. Nous avons pu constater que trois aspects sont à prendre en compte dans l'utilisation des annonces web vis-à-vis de la recherche : la non-intrusivité, la projection et l'influence du vocabulaire professionnel.

1.1. Une approche non intrusive

Nous avons choisi de traiter les annonces comme un matériau brut, auquel nous n'ajouterons aucune modification. Nous nous contenterons de collecter le texte et les images tels que créés par l'annonceur et publiés sur le site web. L'absence de contact avec l'annonceur permet ainsi de ne pas influencer sur le discours de ce dernier. Les annonces peuvent ainsi constituer une précieuse source d'informations, car les personnes se livrent d'elles-mêmes et ne savent pas (au moment de la production de leur annonce) que leur annonce sera traitée par des chercheurs.

1.2. La question de la projection

Les annonces comprennent une part variable de subjectivité : les annonceurs vont tourner leur texte et sélectionner leurs photos selon ce qu'ils veulent montrer de leur logement. De plus, il ne s'agit pas de présenter au mieux le logement, mais de le présenter au mieux pour un acheteur potentiel. Ainsi, l'annonceur tente de se mettre à la place d'un acheteur pour mieux présenter ce qui, selon lui, devrait l'intéresser.

1.3. Un discours influencé par le vocabulaire professionnel

Le discours des particuliers souhaitant vendre leur logement via une annonce web est souvent calqué sur celui des annonces immobilières, avec l'emploi de termes génériques comme des accroches (Affaire ! A saisir !) ou des expressions propres à la profession immobilière (« proche toutes commodités », « pièce desservant... »). La distinction de ce type de discours et du discours propre à l'annonceur sera l'un des enjeux de ce projet.

2. Les entretiens, une approche plus répandue mais à la fiabilité variable

Les petites annonces constituent un matériau brut dont l'utilité pour la recherche n'a que peu été étudiée, et ce malgré le développement récent d'internet.

Il nous est apparu que comparer les petites annonces à un matériau de recherche plus traditionnel et ayant fait l'objet de plus d'études méthodologiques serait un bon moyen d'étudier les possibilités qu'elles ouvraient pour la recherche.

Nous avons décidé d'utiliser l'entretien comme matériau "traditionnel", car cette méthode d'obtention de données est fréquemment utilisée pour l'étude du rapport affectif au logement, et plus généralement dans la recherche en aménagement et sociologie. De plus, nous avons trouvé de nombreuses références concernant l'utilisation de l'entretien, ainsi que des guides méthodologiques nous permettant d'utiliser l'entretien comme méthode complémentaire.

2.1. Une approche « classique »

L'entretien est souvent comparé avec le questionnaire, les deux méthodes pouvant parfois être utilisées dans un même domaine de recherche, voire dans un même travail de recherche.

L'entretien permet cependant d'obtenir des renseignements que l'on n'aurait pas eus avec un questionnaire, car le fait de laisser parler l'interviewé permet de gagner sa confiance, et l'incite à expliciter des choses qui resteraient normalement du domaine de l'implicite.

2.2. L'influence du chercheur sur le discours

Cependant, l'entretien est une méthode parfois critiquée pour les nombreux biais qu'elle peut comporter.

Il a longtemps été perçu comme une méthode peu fiable, malgré les nombreux travaux (parmi lesquels ceux de Kinsey ou d'Hyman) ayant œuvré à l'élaboration de méthodes permettant d'optimiser la fiabilité et la validité des données obtenues.

Deux méthodes d'analyse pour une problématique

Nous aurions pu mener un PFE méthodologique, visant à évaluer l'intérêt de l'utilisation des petites annonces dans la recherche. Nous aurions également pu mener un PFE « classique », visant, grâce à un matériau donné, la résolution d'une problématique et la validation ou invalidation d'une ou plusieurs hypothèse(s).

Nous avons choisi de mener de front ces deux types de PFE, en croisant les méthodes. Ainsi, les petites annonces seront évaluées, en tant que matériau, en étant comparées à la méthode la plus répandue dans la recherche en sociologie, à savoir l'entretien. Mais l'utilisation de ces deux matériaux visera également la résolution d'une problématique. Ainsi, il ne s'agit pas de dire « les petites annonces sont utiles ou inutiles », mais plutôt « les petites annonces apportent ceci en complément des entretiens, et cela par rapport aux entretiens ; et de manière générale elles apportent ceci ou cela à la recherche ».

Ainsi, il s'agira de comparer les matériaux (la petite annonce et l'entretien)...

... dans leur capacité à donner des résultats de manière générale

... dans leur capacité à donner une réponse à la question de départ.

Notre postulat de départ est le suivant :

Nous supposons que nous aimons notre environnement lorsqu'il améliore notre image sociale. Au contraire nous ne l'aimons pas lorsque celui-ci déprécie notre image sociale.

Vérifier cette hypothèse via la promotion immobilière revient à se poser cette question :

Problématique : Comment les habitants se servent-ils ou se prémunissent-ils de l'image sociale du quartier lors de la vente d'un logement ?

Hypothèse : On parlerait plus de l'environnement du logement lorsque celui-ci apporte un bénéfice à l'image sociale de ses habitants. On parlerait moins de l'environnement du logement lorsque celui-ci a un impact négatif (ou déprécie) l'image sociale de ses habitants.

Partie I – Que nous dit la littérature sur notre sujet ?

Nous ne retranscrivons pas chaque travail ayant été réalisé, l'objet de ce PFE n'étant pas de réaliser une étude bibliographique mais de répondre à une question de recherche. Les travaux de recherche nous serviront à définir notre cadre de référence. En effet, avant de pouvoir valider ou invalider notre hypothèse, il est important de définir précisément les termes qui encadrent notre sujet afin d'y éviter toute subjectivité ou incompréhension.

Ainsi, dans cette première partie de notre recherche, nous définirons les principaux termes en rapport avec notre sujet, notamment le rapport affectif, puisqu'il s'agit du sujet principal de notre recherche ; nous définirons de même ce que l'on entend par « environnement direct du logement » ; nous travaillerons également sur la notion de représentation et d'image sociale. Mais avant cela, nous devons vérifier la validité des matériaux de recherche choisis.

1. "L'entretien, OK ! Mais les petites annonces...pas convaincu"

1.1. L'entretien, un classique

1.1.1. L'adaptation en temps réel

L'intérêt de l'entretien est de pouvoir s'adapter en temps réel au discours produit par l'interviewé, comme l'explique Kinsey (1948), cité par Blanchet et al. (1985, p.48) : « *Les questions standardisées ne procurent pas des réponses standardisées, car la même question présente des sens différents pour différentes sortes de personnes. Pour que les questions aient la même signification aux yeux de tous, il faut les modifier de façon à les adapter au vocabulaire, au degré d'instruction et de compréhension de chaque sujet* ». Sa méthode d'interview guidée permet ainsi, grâce à une solide base méthodologique, d'obtenir des données pouvant subir un traitement statistique par la suite.

1.1.2. Equilibre entre fiabilité et validité

Se pose cependant le problème de la directivité ou non de l'entretien. En effet, le matériel discursif obtenu doit être à la fois fiable (c'est-à-dire correspondre à ce que pense vraiment la personne interviewée) et valide (c'est-à-dire répondre aux questions que l'on se pose dans le cadre de la recherche).

L'entretien non directif, en visant « *la production d'un discours continu et structuré sur un problème donné* » (Blanchet et Gotman, 2005), a pour principe de ne pas interrompre le discours de l'interviewé, augmentant ainsi fortement les chances pour ce dernier de dériver du sujet de la recherche, produisant ainsi une donnée fiable mais ayant une faible validité.

L'entretien semi-directif, en cherchant à aborder une série de thèmes prédéterminés, permet d'obtenir des données ayant une meilleure validité (le discours étant orienté par l'interviewer en fonction de l'objet de sa recherche), comme l'expliquent Blanchet et al. (1985), en expliquant que « *la directivité [...] favorise la comparabilité et la précision des réponses* ». Ces données discursives seront cependant moins fiables car l'interviewé n'aura pas parlé de manière totalement libre, puisque son discours aura suivi le plan de l'interviewer. Enfin, l'entretien directif, ou questionnaire, est constitué de questions fermées appelant des réponses quantitatives. Cette méthode produit des données totalement valides mais d'une fiabilité minimale.

Le problème était déjà posé par Hyman (1954, p.30) cité par Blanchet et al. (1985, p.52), selon qui « *il apparaît que nous avons le choix entre des données pleinement fiables et parfaitement stériles, ou valides mais avec une absence quasi-totale de fiabilité.* »

Toujours selon Blanchet et al. (1985, p.54), « *la position que prennent la plupart des auteurs de traités méthodologiques* » est celle d'une méthode intermédiaire, suffisamment non-directive pour mettre en confiance l'interlocuteur, mais recherchant tout de même des réponses à une série de questions.

Nous avons, pour ce projet, opté pour l'entretien semi-directif : celui-ci semble en effet un bon compromis, pouvant nous fournir des données traitables dans une grille d'analyse unique (donc valides), tout en permettant aux interviewés de s'exprimer librement, maximisant ainsi les chances d'obtenir un discours fiable.

Il faut cependant signaler que notre manque d'expérience dans la conduite d'un entretien de recherche a pu nous pousser à trop intervenir, en posant des questions lors des entretiens, tendant alors vers un entretien directif. Toutefois, la majorité de ces questions étant ouvertes, elles ont tout de même participé à la collecte d'un matériau discursif suffisamment fiable.

1.2. Les petites annonces immobilière, un matériau révélateur de jugement

Selon Lacaze (2004, p.451), « *Les marchés de logements de seconde main constituent désormais les régulateurs d'ensemble des systèmes locaux de prix fonciers et immobiliers. Ils expriment le jugement final porté par les habitants sur les qualités urbanistiques des différents quartiers, anciens, récents ou réhabilités, de leurs villes. Les caractéristiques originales du bien économique qu'est le logement et l'existence fréquente d'un comportement patrimonial de la part des ménages créent un contexte et des motivations de choix spécifiques. La contrainte financière prend la forme d'un butoir tandis que des facteurs d'ordre psychosociologique se révèlent déterminants : le « coup de cœurs » et la référence aux représentations de la géographie sociale de la ville, telles qu'elles se manifestent dans les mémoires collectives des habitants.* »

Les petites annonces sont une vitrine de ce marché des logements de seconde main, mais également du marché des logements neufs. En effet, une grande partie des transactions immobilières se font suite à une petite annonce. On peut donc penser que les petites annonces représentent, sinon l'ensemble, du moins une partie importante du marché de l'immobilier, qu'il s'agisse de logements neufs ou de seconde main.

Notre support (les annonces entre particuliers sur le site web leboncoin.fr) implique que nous n'étudions pas les annonces concernant des logements neufs. En effet, les particuliers passent des annonces sur ce site pour revendre un bien immobilier en leur possession, qui n'est donc pas neuf.

Nous pouvons donc considérer l'analyse de Lacaze comme pleinement adaptée à notre matériau de recherche. Cela implique que nous pouvons travailler sur un matériau à la fois constitutif et révélateur d'un marché, marché qui exprime un jugement des habitants sur les quartiers de leur ville. La petite annonce pourrait alors se révéler le vecteur de ce jugement, et constituer un moyen pour nous d'étudier ce jugement.

1.2.1. Un matériau utile à la recherche

Si l'approche par les annonces immobilières semble originale, elle peut aussi être mise en question. Cette démarche a déjà été réalisée par d'autres chercheurs. Daniel Siret et Gabriel Rodriguez, chercheurs à l'UMR CNRS de l'école d'architecture de Nantes, ont déjà mené des recherches sur le logement en se basant sur des annonces immobilières, en travaillant à l'époque sur les annonces papier paraissant dans la presse. Grâce à ce matériau, ils ont pu (à deux reprises) mener une recherche sur le thème du logement.

En effet, Siret et Rodriguez ont tenté de trouver un moyen de ne pas mener d'entretiens avec les habitants, car ils considèrent que le fait de poser explicitement une question pourrait orienter et biaiser le discours de l'habitant. Aussi, pour éviter cela, ils ont considéré que l'utilisation des petites annonces en tant que matériau de recherche était la méthode la plus adaptée pour répondre à leur question. Bien que le discours des annonces soit « *fortement orienté par les enjeux liés à la transaction immobilière* » (Siret et Rodriguez, 2002), il constitue tout de même un discours indirect produit par un vendeur décrivant son logement et dont « *les éléments formant la description peuvent être considérés comme l'expression de la représentation que le vendeur se fait des maisons recherchées* » (ibid.).

Ainsi, l'analyse lexicale du corpus des annonces a permis à ces chercheurs d'obtenir une réponse à leur questionnement. Si les données extraites des annonces sont souvent d'ordre économique, dans le cadre sociologique, la manière dont est décrit le logement est l'élément le plus intéressant. Siret et Rodriguez se sont servis d'un outil d'analyse lexicale afin de répondre à leur question de recherche. Grâce à cet outil, ils ont mis en évidence la présence de deux catégories de mots dans les annonces : les mots « objets », ceux qui décrivent le bien vendu, et les mots « valeurs », les qualités attribuées à l'objet en question. Pour analyser la relation entre les objets et les valeurs, la méthode a été de construire un tableau dans lesquels les chercheurs ont rangé « *l'ensemble des occurrences d'une valeur particulière pour un objet particulier* » (ibid.).

En 2004, Siret et Rodriguez ont cherché à mesurer la part des mots relevant de l'ambiance² dans le discours des habitants. Grâce à la collecte et l'analyse de plusieurs milliers d'annonces, ils ont pu conclure que les ambiances résidentielles trouvées dans les annonces renvoient souvent à l'idée que l'on se fait de la maison idéale. Ils ont cependant mis en évidence un paradoxe : les valeurs attachées à l'objet maison sont des attributs de situation (proximité des services notamment).

Cela montre que les valeurs liées à l'environnement du logement peuvent être aussi importantes que le logement en lui-même. Si Siret et Rodriguez n'ont fait que pointer du doigt ce constat, nous allons chercher à aller plus loin dans cette analyse en utilisant le même matériau. Mais avant de l'utiliser, il faut savoir comment il se présente.

1.2.2. Les petites annonces immobilières : une mise en scène de son logement...ou de soi ?

Dans son œuvre « La mise en scène de la vie quotidienne » (1973), Goffman parle des relations sociales comme d'une mise en scène continue.

Le monde des petites annonces est une parfaite illustration de cette mise en scène. En effet, lorsque l'on poste une annonce de vente immobilière, il s'agit de montrer le meilleur de son logement en fonction de ce qu'on pense que les autres attendent de la présentation de ce logement. L'idée sera alors de se conformer aux attendus dictés par les codes sociaux. De Singly, pour son étude sur les annonces matrimoniales, a utilisé cette métaphore de Goffman pour l'appliquer à l'attitude des annonceurs. Il explique ainsi :

« Cette mise en scène de soi-même dans l'annonce doit produire, étant donné la domination du marché parallèle, des impressions de normalité. Le conformisme de la petite annonce, dénoncé au nom de l'imaginaire, prend sens si on le réfère à la nécessité qu'ont les agents sociaux de réaliser une mise en scène telle que les spectateurs soient rassurés sur l'identité des acteurs. La petite annonce se distingue d'un concours dramatique : l'annonceur n'a pas obligatoirement intérêt à chercher l'originalité à tout prix. La première exigence imposée par la situation est de construire la

² Ici, « ambiance » renvoie à l'ensemble des perceptions que l'on peut avoir des interactions entre l'espace construit et les phénomènes sensibles, comme l'ensoleillement, la lumière naturelle, la chaleur, le bruit, etc. »

pièce de telle sorte que le spectateur ne soit pas surpris par un détail, un costume inhabituel. Les annonceurs sont amenés à projeter une définition de la scène, c'est-à-dire d'eux-mêmes, telle qu'elle indique à l'observateur la manière dont les acteurs anticipent sur les attentes des spectateurs. Le texte reflète les représentations qu'un groupe sexuel a des représentations de l'autre groupe sexuel sur le sien. » (de Singly, 1984, p.525)

Cette métaphore appliquée aux annonces matrimoniales peut être transposée à celle des annonces immobilières. En effet, lorsqu'une personne lit une annonce immobilière, elle s'attend à y voir un minimum d'informations sur le logement, permettant de savoir immédiatement si celui-ci répond à ses critères (par exemple la superficie, le prix, le nombre de chambres).

Ainsi l'annonceur va-t-il chercher à construire la scène de manière à ce qu'elle corresponde à cette personne en quête d'un logement. L'annonceur va alors devoir se mettre à la place de l'acheteur potentiel pour construire sa mise en scène et anticiper ses attentes. Le texte produit pour une annonce immobilière répond donc à la question : si je cherchais un logement, quelles informations voudrais-je trouver dans une annonce ? Ainsi, le texte présent dans l'annonce correspondra à la représentation que le détenteur du bien se fait des critères de sélection de logement que peut avoir un acheteur potentiel.

Autrement dit ne serait-ce pas sa propre représentation du bien que l'annonceur va chercher à décrire? Cette idée renvoie à la question de la représentation.

Des matériaux utiles à la recherche, mais pas de la même manière

Nous avons vu que l'entretien est une méthode très répandue dans les travaux de recherche en sociologie. Cela est lié à son adaptabilité à différents objectifs de recherche ainsi qu'aux différents types de personnes interviewées. Le degré de directivité de l'entretien est lui aussi adaptable, sachant que plus un entretien est directif, moins il permet d'obtenir un discours fiable (c'est-à-dire correspondant à la pensée réelle de l'interviewé) mais plus il a de chances de produire un discours valide (c'est-à-dire entrant dans le cadre de la recherche afin de répondre à une problématique donnée).

Les petites annonces entre particuliers, étroitement liées au marché immobilier, offrent l'avantage d'être un vecteur du jugement des individus sur les quartiers. Ce matériau a peu été utilisé dans la recherche ; cependant, l'étude menée par Siret et Rodriguez en 2004 est une référence en matière d'étude utilisant les petites annonces pour étudier le logement: les chercheurs y ont en effet démontré l'apport des petites annonces en tant que matériau de recherche, grâce à la description du logement qui y est faite.

De Singly, en 1984, a également travaillé sur les petites annonces, mais dans le domaine de la recherche de partenaire. Il y explique la mise en scène qui y a lieu, ce concept ayant été introduit par Goffman en 1973. Cette idée est également applicable aux annonces immobilières, et nous tâcherons de comprendre de quelle manière les annonceurs mettent en scène leur logement pour optimiser leurs chances de conclure une vente.

2. Dis-moi où tu habites, je te dirai qui tu es : la place du lieu de vie dans l'imaginaire collectif et ses conséquences sur l'identité sociale des individus

Pour l'ensemble des notions sociologiques, nous adopterons le cadre de référence défini par Bourdieu. Nous n'avons pas souhaité utiliser les notions de structuralisme de Durkheim (le comportement d'un individu est déterminé par la société), ni celles de constructivisme de Weber (c'est l'individu qui produit la société).

L'approche de Bourdieu dépasse ce clivage, en combinant ces deux idées. Selon lui, « *Par structuralisme ou structuraliste, je veux dire qu'il existe, dans le monde social lui-même, [...] des structures objectifs indépendantes de la conscience et de la volonté des agents, qui sont capables d'orienter ou de contraindre leurs pratiques ou leurs représentations. Par constructivisme, je veux dire qu'il y a une genèse sociale d'une part des schèmes de perception, de pensée et d'action qui sont constitutifs de ce que j'appelle habitus, et d'autre part des structures sociales, et en particulier de ce que j'appelle des champs.* » (Bourdieu, 1987).

Le constructivisme-structuralisme de Bourdieu implique donc que l'individu n'est pas totalement libre, puisque les structures de la société agissent sur ses pratiques et représentations, mais implique également que des schémas de perception et des structures sociales sont construites par les individus.

Dans cette partie, nous tenterons tout d'abord de définir des notions liées à l'image sociale. Nous établirons les liens entre l'identité sociale d'un individu et son lieu de vie, et en expliquerons les conséquences possibles sur ses choix résidentiels. Nous pourrions ainsi détailler le raisonnement ayant conduit à notre hypothèse, en liant les notions de statut social, de rôle social, de signes sociaux ou encore d'appréhension de l'espace social à celle d'environnement du logement.

2.1. Le lieu de vie, à la fois composante et sous l'influence du statut social

Selon Forsé (1998, p.36), « [...] le statut social d'un individu synthétise les positions au sein des différentes hiérarchies, c'est une sorte de « position des positions ». Selon Matthieu Adam (2013), « le statut social est un ensemble de droits et d'obligations socialement déterminé en vertu des valeurs qui ont cours dans la société ». Ainsi, le statut social serait une position, notre niveau dans la hiérarchie, et la possession d'un statut social donné impliquerait un comportement donné (défini par les droits et obligations).

Selon Forsé (1998, p.36), « On distingue classiquement deux dimensions du statut social : le statut assigné et le statut acquis », « le statut assigné (ascribed status), qui résulte de caractéristiques dont l'individu hérite à sa naissance comme l'appartenance ethnique ou l'origine sociale » et « le statut acquis (achieved status), qui, comme son nom l'indique, est acquis par l'individu au cours de sa vie, comme le niveau d'éducation, la profession, le revenu, etc. »

Le statut social est donc conféré par des caractéristiques de naissance (on parle de statut prescrit ou assigné) et par des choses que l'on acquiert au cours de sa vie (on parle de statut acquis). Il y aurait donc une part de déterminisme dans le statut social, et une part liée uniquement au parcours de vie et aux choix de la personne.

Le lieu de vie peut être lié au statut social, de par différents aspects :

- Le statut assigné (ou prescrit) d'une personne vient de ce que la personne est depuis sa naissance. Or, ce que l'on est à la naissance est parfois lié à notre lieu de vie. Cela s'explique plus facilement dans l'autre sens : certains lieux de vie sont peuplés de personnes partageant des caractéristiques communes, qui sont des attributs conférant un statut prescrit (ou assigné).

Par exemple, certains quartiers présentent une forte représentation de personnes issues d'une certaine minorité ethnique : par exemple les quartiers comme Chinatown à New-York, Shinjuku (Koreatown) à Tokyo, ou encore Kreuzberg (quartier turc) à Berlin. Le lieu de naissance peut alors devenir lui-même l'un des attributs du statut prescrit.

- Le statut acquis provient de caractéristiques acquises au cours de la vie. Certaines de ces caractéristiques peuvent influencer sur le choix du lieu de vie, comme par exemple le niveau de revenu (exemple des classes moyennes dans le périurbain, etc.) ou la profession (exemple de la gentrification menée par les professions libérales, artistes, etc.). Inversement, le lieu de vie, nous l'expliquerons ultérieurement, peut participer à l'appartenance à un certain groupe social, et donc influencer sur le statut social de l'individu.

2.2. Le rôle social au cours d'une transaction immobilière

Le statut social n'est pas seulement une position, il influe sur le mode de vie d'une personne, en lui imposant des obligations et en lui accordant des droits. La société s'attend à ce qu'une personne joue un certain rôle social, en agissant comme les représentations collectives³ le suggèrent.

Comme l'explique Adam (2013, p.2), « *En réalité, statut et rôle sont les deux faces d'une même chose, mais considérée de points de vue différents* ». Selon Rocheblave-Spenlé (2014, page internet), « *le rôle comporte, à la fois, des droits et des devoirs (qui sont attachés au statut) et, aussi, certaines attitudes et certains traits de caractère qui, souvent, sont censés favoriser les tâches afférentes au statut* ». Ainsi, le rôle social est l'ensemble des comportements qu'un individu doit adapter pour se conformer à son statut social. L'habitant d'un quartier a donc un rôle lié à sa situation (géographique en l'occurrence).

Choisir un lieu de vie serait donc un mode d'action du rôle social. Nous avons précédemment évoqué le fait qu'en passant une annonce, l'annonceur se met à la place de l'acheteur potentiel, en imaginant ce qu'il désire dans un logement. Le but étant qu'un acquéreur achète ce logement, celui-ci jouera donc (partiellement ou totalement) le même rôle social, participant ainsi à l'obtention du statut social que possède actuellement le vendeur. Ainsi, vendre un logement, c'est aussi permettre à l'acquéreur d'accéder à un certain statut social.

2.3. Les signes sociaux, composantes de l'identité sociale

Selon Lacaze (2004, p.443), « *pour identifier les personnes que nous rencontrons, nous nous référons implicitement à des ensembles de signes sociaux. Les vêtements, les vocabulaires et les accents, les rites de politesse, les habitudes de loisir, les lieux que nous fréquentons constituent autant de jeux de signes sociaux stables à court terme. Il est clair que les différents types de logements et les quartiers d'une ville constituent eux aussi des jeux de signes de même nature* ».

« *Les habitants d'une ville connaissent intuitivement ces caractéristiques parce qu'ils en parlent souvent dans leurs conversations amicales ou familiales. On peut alors parler d'un phénomène de mémoire collective, d'un objet immatériel clairement défini et qui fait l'objet d'un large consensus dans l'opinion, d'une référence utile qui permet à chacun de savoir qui est qui et qui habite ici ou là.* » (ibid.)

³ Les représentations collectives (ou représentations sociales) sont, selon Abric (1987, p.64) cité par Matthieu Adam (2013, p.2), « *le produit et le processus d'une activité mentale par laquelle un individu ou un groupe reconstitue le réel auquel il est confronté et lui attribue une signification spécifique* »

Ainsi, le lieu de vie peut constituer un signe social, permettant à un individu de se positionner dans la société (et donc de définir son statut social). Le lieu où vit un individu serait donc un des éléments qui lui permettent d'être identifié par les autres, et définirait donc partiellement son appartenance à un groupe social. On peut parler d'identité sociale, telle que définie dans le Larousse : le « *sentiment ressenti par un individu d'appartenir à tel groupe social, et qui le porte à adopter certains comportements spécifiques* ».

2.4. Appréhension de l'espace social et choix résidentiels

La définition de l'identité sociale énoncée précédemment ne traite pas que de ressenti, mais aussi d'actions : il est clairement indiqué que ce sentiment d'appartenance qu'est l'identité sociale « porte à adopter certains comportements spécifiques ». En matière de logement, si l'identité sociale pousse à choisir un lieu de vie plutôt qu'un autre, alors les choix résidentiels peuvent être un des produits de l'identité sociale.

Selon Lacaze (2004, p.447), « *les citoyens montrent leurs préférences par leurs choix résidentiels. Ces citoyens partagent une mémoire collective des lieux qui traduit de manière implicite la perception que les habitants ont de la géographie sociale de la ville.* »

Nous avons ici la confirmation de notre idée : la manière dont la géographie sociale est perçue forme une mémoire collective. La géographie sociale est le rapport entre le social et le spatial, l'ensemble des interactions complexes existant entre ces deux aspects de l'espace (Guillot, 2012).

La perception étant une « *Activité à la fois sensorielle et cognitive par laquelle l'individu constitue sa représentation intérieure (son image mentale) du monde de son expérience* » (di Méo, 2003, p.701), on peut en conclure que cette perception (ou appréhension) de la géographie sociale est à l'origine de la formation de représentations sociales.

Une représentation sociale étant, selon Abric (1987, p.64), cité par Adam (2013, p.2) « *le produit et le processus d'une activité mentale par laquelle un individu ou un groupe reconstitue le réel auquel il est confronté et lui attribue une signification spécifique* », on peut dire qu'une représentation sociale de la géographie sociale est une reconstitution d'une réalité (la ville, le quartier) associée à l'attribution d'une signification (ce quartier a cette caractéristique, etc.).

Ainsi, les représentations sociales du lieu de vie font partie de la mémoire collective. La société a donc une certaine image de la géographie sociale : l'association de caractéristiques sociales à des caractéristiques spatiales fait donc partie de l'imaginaire collectif, ce dernier étant « *l'ensemble des significations imaginaires mises en place par un groupe, ensemble qui est au fondement même du lien social groupal* » (Grassi, 2005, page internet). Nous utiliserons dans ce projet la notion d'imaginaire collectif et non d'imaginaire social, qui est lui l'ensemble des significations mises en place par la société. En effet, nous pensons que cette association entre spatial et social peut varier d'un groupe social à un autre (exemple : les rues de centre-ville comportant un grand nombre de bars peuvent être perçues comme un lieu de socialisation et de fête, ou comme un lieu bruyant et potentiellement dangereux, selon le groupe social auquel appartient la personne exprimant cette perception).

Toujours selon Lacaze (2004, p.445), « *les attentes des candidats sont dominées par deux thèmes essentiels : sécurité et identité* ». « *Identité renvoie clairement aux jeux de signes, à l'image que chacun souhaite donner de lui-même* ».

On voit ici que les choix résidentiels sont influencés par l'image que l'on veut donner de soi.

Si je te dis où j'habite, je te dis qui je suis

Nous avons détaillé ici le processus par lequel l'acquisition d'un logement contribue à et est fonction de l'image sociale du lieu de vie. Le terme « lieu de vie » s'entend à différents échelons, parmi lesquels nous étudierons le quartier et la ville, pouvant avoir une forte signification sociale dans les représentations sociales.

Par image sociale, nous entendons que, le lieu de vie étant un des signes sociaux reconnus par les individus, celui-ci est présent dans les représentations sociales. De plus, le choix du lieu de vie est une action relevant elle-même des signes sociaux, lorsqu'elle est le produit d'un sentiment d'appartenance à un groupe social.

Notre hypothèse est que la description de l'environnement du logement (en quantité) est proportionnelle à la qualité de l'image sociale de cet environnement.

Selon cette hypothèse, un individu prolixe sur l'environnement de son logement chercherait à valoriser sa personne en utilisant l'image positive de l'environnement. En effet, le lieu de vie étant l'un des signes sociaux, il se pourrait que l'imaginaire collectif, en percevant qu'un des signes sociaux émis par l'individu soit très positif, en déduise que les autres signes sociaux sont du même ordre, plaçant ainsi l'individu dans un groupe social valorisé.

Toujours selon notre hypothèse, un individu laconique quant à l'environnement de son logement pourrait ne pas souhaiter que l'on l'associe à un signe social perçu de manière négative dans l'imaginaire collectif. En revanche, une description longue de son logement (intérieur, jardin, terrasse, etc.) pourrait être un moyen de mettre en avant un signe social mieux perçu, dans le cas où ce logement soit de qualité.

3. L'image sociale, une autre variable du rapport affectif ?

Pour établir le lien entre image sociale et rapport affectif, nous aborderons d'abord la définition du rapport affectif, en définissant au préalable l'affectivité. Cette définition nous permettra ensuite d'étudier les modalités de constitution du rapport affectif à la ville, en déterminant ensuite sur quelle modalité nous nous focaliserons. Enfin, nous expliciterons les liens entre le rapport affectif tel que présenté dans la littérature existante et notre problématique.

3.1. Pourquoi aime-t-on (ou pas) le lieu où l'on habite ?

C'est aussi un peu la question à laquelle nous souhaitons répondre dans ce projet de recherche. Il s'agit là d'une question de rapport affectif.

Tout d'abord, reprenons la définition de base de l'*affectivité* attribué par le dictionnaire du Larousse : « Ensemble de sentiments, par opposition à ce qui relève du raisonnement ». Les sentiments sont définis par le même dictionnaire comme : « un état affectif complexe et durable lié à certaines émotions ou représentations ». Ainsi, l'affectivité est la résultante d'un/de sentiment(s) éprouvé(s) suite à une émotion et à la représentation que l'individu s'est faite.

Nous avons l'habitude d'employer ces termes pour une relation individu/individu, mais les chercheurs ont réutilisé ce terme pour l'appliquer à une relation individu/objet ou individu/lieu. Cette recherche a été initiée notamment par Bochet en 2000, qui a démontré dans son mémoire de recherche l'existence d'un lien affectif entre l'individu et sa ville.

À partir de là, de nombreuses recherches sur le rapport affectif ont été lancées, car il s'agit d'une notion complexe et vaste qui renferme en sa définition d'autres notions toutes aussi complexes telles que les émotions, la perception, les représentations, les sensations, les sentiments (voir annexe : lexique).

La définition du rapport affectif à l'espace a été plusieurs fois reprise et nuancée par les chercheurs et ce à plusieurs échelles : la ville, le non-lieu, les lieux de vie urbain, le logement, etc. Sans reprendre chacune des définitions, il convient de rappeler que pour chacune de ces recherches, un postulat a été admis : il existe un lien affectif entre l'individu et le lieu dans lequel il évolue. Il en sera de même pour ce PFE.

La dernière définition du rapport affectif a été énoncée par Audas, dans sa thèse, soutenue en 2011 : « En bref, le rapport affectif à l'espace est une construction unique et changeante dans l'interaction entre expériences urbaines (actes, pensées, actes manqués, émotions, projections, expériences sensibles) et souvenirs (donc retraitement cognitif) de ces expériences de villes. Conduisant à la fabrication d'images et de représentations mêlant ville(s) idéale(s) et expériences, il peut cristalliser des émotions (peur, curiosité, répulsion, fascination, rejet, attirance, ...). En retour, ces images, représentations et émotions modifient le rapport affectif à l'espace. »

Nous nous baserons sur cette définition du rapport affectif pour le reste de notre travail, nous permettant d'avancer dans la recherche des raisons pour lesquelles on aime ou on n'aime pas son environnement, autrement dit la construction du rapport affectif à l'environnement du logement.

3.2. Alors, de quoi dépend ce rapport affectif (positif ou négatif) que l'individu entretient avec son environnement ?

Dans son mémoire de recherche, Bochet tente de déterminer les éléments constitutifs du rapport affectif à la ville, c'est-à-dire « *les éléments qui font qu'un individu apprécie la ville ou ne l'apprécie pas* » (Bochet, 2000). Elle en conclut alors que deux éléments déterminent le rapport affectif :

« *Les relations entre l'individu et l'urbanité⁴ offerte par la ville* »

« *Les relations entre l'individu et les aménités⁵ offertes par la ville* »

On observe alors trois éléments influant sur le rapport affectif : l'individu lui-même, l'urbanité offerte par la ville et les aménités offertes par la ville. Ces deux composantes offertes par la ville interagissent avec l'individu, si bien que l'individu agit sur la ville autant que la ville agit sur l'individu.

Dans ce projet de recherche, nous ne nous intéressons pas au rapport affectif à la ville, mais plutôt au rapport affectif à l'environnement du logement (qui sera étudié et défini de manière plus approfondie plus tard). Ainsi, nous pourrions vérifier si ces déterminants du rapport affectif appliqués pour la ville fonctionnent aussi à une échelle plus restreinte : l'environnement du logement.

3.3. Peut-on dire que le rapport affectif à l'environnement du logement peut être déterminé par l'urbanité et les aménités offertes par l'environnement du logement ?

Dans leur projet de fin d'études, Audier, Baracand, Faug-Porret et Verneau (2013) se sont intéressés au rapport affectif aux lieux de vie en se basant sur l'échelle du quartier, ainsi qu'au processus de construction du rapport affectif. Ils ont ainsi mis en avant le fait que les déterminants environnementaux liés à l'individu ainsi que les déterminants « urbanité » et « aménités » évoluaient selon que l'on parle de la ville ou du quartier. Ils sont allés plus loin en démontrant que les variables proximité/accessibilité dans le déterminant *aménité* avaient une influence sur le rapport affectif et qu'au contraire la variable *diversité* n'avait pas d'influence sur le rapport affectif.

Dans ce projet de fin d'études, nous nous intéresserons au déterminant *urbanité* et à la relation avec l'individu. En effet, comme nous l'avons dit précédemment, nous pensons que l'individu agit sur son milieu et le milieu agit sur l'individu.

Le quartier étant un véritable espace vécu, pratiqué quotidiennement, l'influence de l'environnement du logement sur son habitant serait importante. Comme expliqué précédemment, l'environnement du logement peut avoir une influence sur l'individu et notamment sur l'identité sociale de cette personne, du fait de l'image sociale de cet environnement (l'image ancrée dans l'imaginaire collectif).

Que cette image soit justifiée ou non, nous pensons donc que l'environnement peut participer à la production d'une identité sociale et que le fait d'aimer ou non son environnement peut aussi provenir du fait que l'image sociale du quartier améliore sa propre image de soi.

⁴ L'urbanité est définie par Bochet comme étant « *l'ensemble des liens sociaux qui existent ou se créent dans la ville* »

⁵ Les aménités sont définies par Bochet comme « *l'ensemble des facilités offertes par la ville et des aspects concrets et matériels de celle-ci et les conséquences qui en découlent* »

L'image sociale contribue à l'établissement d'un rapport affectif à son environnement

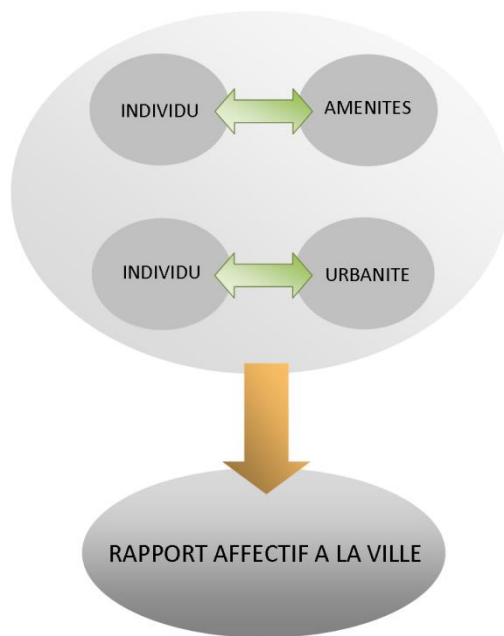


Figure 1 : Le rapport affectif tel que détaillé par Bochet (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)

Nous venons de voir que le rapport affectif à la ville était le produit de deux éléments le déterminant : les aménités et l'urbanité. Il a été prouvé que les aménités pouvaient être appliquées au quartier.

L'urbanité est définie comme les liens sociaux au sens des relations sociales qui peuvent exister entre individus.

Ces liens sociaux sont codifiés par des normes de conduites, qui vont contribuer à l'attribution d'un rôle à l'individu et donc à la création d'une identité sociale.

Les liens sociaux contribueraient donc à la production d'une identité sociale. Or nous avons vu plus haut que nos choix de lieu de vie est fonction de l'image sociale de ce lieu de vie. Ainsi, le fait d'aimer son environnement serait lié à l'image sociale que celui renvoie à son habitant.

Nous aurions donc un rapport affectif positif à notre environnement lorsque les liens sociaux présents dans ce lieu de vie créent une image sociale à laquelle l'habitant peut (et souhaite) s'identifier. Nous nous concentrerons sur l'urbanité, en essayant de comprendre et de quantifier le lien unissant l'image sociale de l'environnement du logement à l'affectivité de l'individu envers son logement.

4. Quelles limites pour le logement et l'environnement du logement?

4.1. Les multiples facettes du logement

Selon Merlin (2009, p.441), le logement est un « *local ou ensemble de locaux formant un tout, destiné à l'habitation, et où habitent ensemble plusieurs personnes, qu'elles aient ou non des liens de parenté entre elles, qui constituent un ménage* ».

Cette définition donnée par Merlin est très rationnelle et descriptive. Mais derrière cette définition se cachent d'autres notions liées au logement, telles que le bien économique, l'espace intime ou le lieu de socialisation. Nous allons détailler ces différents aspects, afin de décrire le logement de la manière la plus complète possible.

4.1.1. Le logement comme bien économique

Se loger part d'un besoin : l'homme a besoin d'un logement pour se protéger du vent, de la pluie, des tempêtes, bref, des aléas de la nature. Et puisque tout besoin se transforme en élément marchandable, (que l'on peut acheter ou vendre), le logement est devenu un bien immobilier qu'un individu peut louer, acheter et vendre. Le marché du logement est un secteur complexe, car le besoin en logement est constant mais l'acquisition d'un logement n'est pas chose facile. En effet, ce geste n'est pas anodin pour l'acquéreur : celui-ci est confronté à un choix important, ayant un coût financier conséquent. Cet important investissement financier requiert *a minima* deux acteurs principaux pour être concrétisé.

Dans la transaction immobilière de particulier à particulier, il y a deux parties : le vendeur et l'acheteur. Tous les deux ont un intérêt dans la transaction : l'un veut vendre son bien, l'autre veut en acheter un. L'acheteur, avant l'acquisition d'un bien, est confronté à un choix. Comment choisir son logement ? Quels sont les critères à privilégier ? Quel prix est-on prêt à mettre dans ce bien ?

En 2012, Daignan et Goulet ont étudié la transaction immobilière du point de vue de l'acheteur. Ils se sont plus précisément intéressés à la part du coup de cœur dans la transaction immobilière. Ils ont alors mis en avant le fait qu'il « *faut souvent une part de ce coup de cœur, une part d'émotionnel pour déclencher l'achat* » (Daignan et Goulet, 2012, p.27).

Les facteurs pouvant influencer sur la formation du coup de cœur pour un logement sont multiples. Ils relèvent principalement des caractéristiques propres au logement (cachet, volumes, formes, couleurs, etc.) mais aussi de l'environnement du logement.

Daignan et Goulet ont montrés que « *le coup de cœur tient également du fait de la localisation, de la proximité des services, des infrastructures de transport, de l'ambiance générale du quartier, du ressenti que les personnes ont du quartier.* » (ibid., p.28) Ils ajoutent aussi que « *sans avoir un ressenti positif de l'environnement immédiat, il ne peut y avoir de coup de cœur* » (ibid., p.28).

Ainsi, nous pouvons voir que le choix d'un logement pour l'acheteur ne provient pas uniquement de critères propres au logement, mais qu'une part d'affectivité est nécessaire pour déclencher l'achat. Cette part d'affectivité est liée à un sentiment de bien-être dans le logement, mais aussi dans l'environnement dans lequel ce logement s'insère. A partir de là, si le coup de cœur a lieu, même le prix (dans la limite du raisonnable) peut devenir un critère secondaire

Le but du vendeur est généralement de vendre son bien au meilleur prix. Pour ce faire, il doit faire en sorte que l'acheteur ait ce sentiment de bien-être. Quelle que soit la raison pour laquelle il souhaite se séparer de son bien, il va devoir le valoriser. Ainsi, on pourrait penser que, dans sa tentative de vente de logement, celui-ci présentera les meilleurs aspects de son logement et omettra ses défauts.

Comme nous l'avons vu plus haut, le discours du vendeur est la traduction de sa représentation du logement, augmentée d'un discours issu de la vente immobilière, une sorte d'imitation des modes d'expression des agents immobiliers. Nous avons choisi de nous placer dans ce cadre : le vendeur a déjà construit son rapport affectif à son logement, il a donc une expérience de son logement. C'est pourquoi le discours issu du vendeur peut être intéressant à analyser car, au-delà du bien économique, il peut y également exister une part affective et sociale plus ou moins apparente dans la description de son logement.

Que va-t-il décrire et pourquoi ? Que représente le logement pour l'habitant ? Quelle est la part de l'aspect social dans la description de ce logement ?

4.1.1. *Le logement comme un espace intime*

Selon Fisher (1997) cité par Vassart (2006, p.15), « *Le chez-soi désigne un espace privilégié à forte résonance émotionnelle et sociale, et qui se démarque comme lieu de vie propre à une personne. En plus de cet espace physique, il intègre un ensemble de relations, de liens que l'individu tisse avec cet environnement* » « *Il (le chez-soi) est chargé de codes qui, à la façon d'un langage, communiquent des informations sur celui qui l'habite* ».

Ainsi, le chez-soi est à la fois un espace physique (le lieu de vie) et un ensemble de relations entre l'individu et ce lieu de vie. Il s'agit d'un espace intime, dans laquelle l'habitant s'approprie les lieux pour se créer son espace à son image. Le chez-soi est donc un espace dans lequel l'habitant peut s'exprimer de soi-même. Cette idée est liée à la notion d'habiter et selon Vassart (ibid. p.18), « *habiter, pour l'individu, pour le groupe, c'est s'approprier quelque chose. Non pas en avoir la propriété mais en faire son œuvre, en faire sa chose, y mettre son empreinte, le modeler, le façonner. Loin d'être un objet détaché de l'habitant, le logement, en tant qu'espace du privé, apparaît véritablement comme une modalité de sa propre existence.* ». Le chez-soi est donc un support de l'expression de soi, de l'identité personnelle.

Vassart (ibid., p.17) ajoute aussi que « *le chez-soi participe aussi à la construction ou au renforcement de l'identité de genre et de l'identité sociale.* » Ainsi, l'espace intime, le chez-soi permet l'affirmation de soi-même et de son identité personnelle et sociale, d'où l'importance de se sentir bien dans son logement. Si le logement intervient dans la construction de soi-même, il contribue également à se créer une identité aux yeux de la société.

4.1.2. *La fonction de socialisation du logement*

En dehors de l'aspect économique, l'acquisition d'un logement est aussi une modalité de l'inscription de l'individu dans la société. Fijalkow (1998), le démontre par un simple exemple : on dit des sans-domiciles fixes qu'ils ont une certaine « *fragilité psychologique, physiologique et sociale.* » C'est-à-dire que le logement a une certaine fonction de socialisation : « *l'obtention d'un domicile implique l'obligation de se plier au rôle attendu par l'entourage.* » (Fijalkow, 1998, p.14)

L'individu propriétaire d'un bien possède une place dans la société, et est reconnu par celle-ci, constituant ainsi un statut attribué, que l'individu peut accepter, en suivant les codes de ce statut (en adoptant les attitudes caractéristiques du rôle social associé à ce statut). Ce mécanisme contribue à la construction de « *normes collectives d'habitations qui façonnent les comportements résidentiels.* » Ainsi, nous ne parlons plus d'individu seul mais d'un groupe d'individus partageant un statut social lorsqu'ils partagent un milieu.

Toujours dans la même œuvre, Fijalkow nous montre qu'il existe des positions socialement différenciées et que « *La localisation du logement en centre-ville ou en périphérie, proche ou loin des nœuds de transports, n'est qu'un indicateur de niveau social se combinant avec le statut du logement.* » (ibid., p.15) Selon lui, ce « type de code est ancré dans le sens commun de la population ».

Cela rejoint notre idée citée précédemment, selon laquelle le sens commun de la population est fabriqué d'images associées à des lieux. Ces lieux renvoyant à leur tour une image à ses habitants, ceux-ci se voient attribuer un statut par le « *sens commun de la population* » (ibid.) en fonction des lieux où ils habitent. Statut dont ils acceptent de jouer le rôle, contribuant par là à l'affirmation de l'image attribuée au lieu par la société. « *Habiter son quartier et son logement consiste alors à certifier son intégration locale au milieu environnant et à se différencier du reste de la ville ou du quartier* » (ibid., p.15). Il reste encore à définir le milieu environnant.

4.2. Les contours flous de l'environnement du logement

4.2.1. L'individu s'approprie l'espace signifiant

Vassart écrit (2006, p.14) : « *L'appropriation renvoie au processus par lequel les lieux deviennent signifiants en raison des activités, du travail et des éléments d'attachement qu'ils contiennent* ». Les effets de l'appropriation d'un espace seraient de rendre ce dernier signifiant pour son habitant. Il acquerrait ainsi une signification.

Cet espace deviendrait signifiant par trois moyens indépendants :

- il contient une activité,
- il contient un travail,
- il contient des éléments d'attachement.

L'appropriation se ferait donc en fonction des actions menées dans cet espace. Choay et Meunier ont défini l'appropriation de l'espace comme « *les conduites qui assurent aux humains un maniement affectif et symbolique de leur environnement spatial* » (Merlin, Choay et al., 2009, p.58). L'appropriation d'un espace par son habitant est ici vue comme une action menée par l'individu. Cette action permettrait à l'individu (donc ici, à l'habitant) de manier son environnement (ici son lieu de vie) sur un plan affectif et sur un plan symbolique.

Ainsi, deux aspects interviennent dans la construction d'un rapport entre l'individu et l'espace : l'aspect spatial et l'aspect social.

4.2.2. Le quartier indescriptible

L'appropriation de l'espace étant différente pour chaque individu, délimiter l'environnement du logement par un contour net et précis n'est pas possible tant les appréhensions de l'espace varient d'un individu à l'autre.

Pourtant, pour pouvoir étudier l'impact de l'image sociale sur la construction du rapport affectif à l'environnement du logement, nous avons besoin de nous appuyer sur un terrain physique.

Le terme se rapprochant le plus de l'environnement du logement, au sens où nous l'entendons, est la notion (toute aussi floue) de quartier. Le quartier constitue l'échelon intermédiaire entre la ville et le logement. Toutefois, sa délimitation géographique reste floue. Selon Merlin, « *Le quartier se caractérise par des aspects physiques, morphologiques (position dans la ville, période de construction initiale, typologie des bâtiments, fonctions et groupes sociaux dominants...).* [...] *On attache également souvent à la notion de quartier l'idée d'une vie communautaire.* » (Merlin, Choay et al., 2009, p.653)

Ainsi, le quartier étant lui-même défini par des caractéristiques non quantifiables, il est difficile à délimiter. Authier explique que *« la taille et les contours de cet espace de proximité [le quartier] varient très sensiblement selon les individus. [...] Ces variations ne sont d'ailleurs pas purement individuelles, car elles dépendent dans une certaine mesure des groupes sociaux et des âges de la vie »* :

- *« les retraités ont plutôt tendance à avoir une représentation étroite de leur quartier »*
- *« les étudiants privilégient une définition extensive, englobant tout le centre-ville »*
- *« les cadres et professions intellectuelles supérieures sont les plus enclins à avoir une représentation de leur lieu d'habitation conforme à la configuration des quartiers prédéfinis »*
- *« les employés et les ouvriers sont proportionnellement les plus nombreux à n'avoir aucune représentation de leur quartier »*

(Authier et al., 2001).

Le contour d'un quartier est donc une notion abstraite.

Pourtant, ce qu'il peut contenir est intéressant pour notre recherche puisque selon Pierre Merlin, le quartier se caractérise non pas seulement par des données spatiales mais aussi par des caractéristiques sociales.

Il a d'ailleurs été admis par les chercheurs et les sociologues que le quartier est une bonne échelle d'observation. Chombard de Lauwe par exemple s'est servi de cette échelle pour étudier les pratiques sociales des habitants d'un quartier. En effet, les sociologues ont déterminés trois entrées d'identification du quartier :

- les caractéristiques physiques, c'est à dire des aspects « visibles », particularités architecturales ou encore un positionnement géographique notable
- la fonction dominante du quartier ou les caractéristiques sociales de ses habitants, c'est à dire que l'on va identifier le quartier selon les activités qui s'y font ou la population qui l'occupe
- la circonscription administrative

Ces trois entrées sont intéressantes car elles montrent que le quartier est *« au point de contact entre l'organisation matérielle de l'espace bâti, les pratiques sociales qui s'y déploient et les images qui lui sont associées »* (ibid.).

Le quartier peut donc être un élément de référence pour l'image sociale de ses habitants. Dans le cadre de notre recherche, nous nous servirons de ces aspects du quartier pour définir nos terrains. Le processus de choix de certains quartiers comme terrains d'étude sera plus détaillé dans la partie méthodologie.

Comment prendrons-nous en compte le logement et l'environnement du logement?

Nous venons de voir que l'acquisition d'un logement est aussi un moyen pour l'individu d'acquérir un statut social. Mais, le fait d'aimer son logement provient aussi du fait d'aimer l'environnement dans lequel il s'inscrit. Cela passe notamment par une appropriation de l'espace par l'individu.

Nous avons choisi le quartier comme échelon de référence car il présente des caractéristiques sociales et spatiales qui nous permettront de répondre à notre question concernant l'impact de l'image sociale sur le rapport affectif à son logement.

Qu'avons-nous appris ?

Dans cet état de l'art, nous souhaitons retranscrire notre processus de réflexion ayant mené à notre problématique et à la construction d'une hypothèse.

Nous avons commencé par nous intéresser **au rapport affectif** à l'environnement du logement. Ayant découvert que le rapport affectif à la ville est lié à l'**urbanité** et aux **aménités** offertes par la ville, nous nous sommes demandé ce que deviendraient ces déterminants appliqués à l'**environnement du logement**. Si les aménités sont bel et bien déterminantes du rapport affectif à l'environnement du logement, que devient l'urbanité ?

Nous avons alors vu que l'urbanité, autrement dit les liens sociaux entre individus, contribuent à la production d'une **identité sociale**. Or, obtenir une identité sociale implique l'attribution d'un **rôle social** correspondant, qui fait adopter des comportements spécifiques aux membres d'un même **groupe social**. Ces comportements spécifiques constituent des **signes sociaux**, identifiés par les individus. Nous avons alors vu que les individus associent ces signes sociaux à des éléments spatiaux, créant ainsi un **imaginaire collectif** construit à partir de l'appréhension de la **géographie sociale** par les différents groupes sociaux.

Nous avons choisi de traiter de l'environnement du logement à l'échelle du **quartier**, car il présente des **caractéristiques spatiales et sociales** propres. En effet, le quartier est souvent l'échelon de référence pour un habitant lorsqu'il parle de son lieu de vie. C'est à cet échelon que l'imaginaire collectif se construit une image des habitants. Nous avons vu que cette image se construit suite à un ensemble de signes sociaux, partagés par les habitants du même quartier.

Même si les limites du quartier sont floues, celles-ci n'influeront que peu sur notre problématique, la question des limites spatiales du quartier nous servant uniquement à délimiter des terrains d'étude précis. Ce qui importe ici est l'image du quartier, c'est-à-dire l'image que l'imaginaire collectif attribue à ce quartier.

En effet, nous avons vu que nos choix résidentiels sont fonction de l'image sociale renvoyée par le quartier. Aussi, se peut-il que l'image sociale du quartier soit un élément déterminant dans la constitution du rapport affectif à son environnement ? Notre postulat de départ est donc le suivant : nous supposons que nous aimons notre environnement lorsqu'il améliore notre image sociale. Au contraire nous ne l'aimons pas lorsque celui-ci déprécie notre image sociale.

Notre problématique est alors de déterminer comment les habitants se servent-ils ou se prémunissent-ils de l'image sociale du quartier lors de la vente d'un logement.

Nous avons alors fait l'hypothèse que lorsque l'environnement du logement apporte un bénéfice à l'image sociale de l'individu, alors celui-ci va s'en servir dans la description de son logement, et au contraire, il n'en parlerait pas lorsque l'environnement dévalorise l'image sociale de son habitant.

L'objectif de ce PFE étant aussi d'explorer un nouveau matériau, nous avons choisi de vérifier cette hypothèse avec les petites annonces immobilières, dans lesquelles les vendeurs vont non pas seulement décrire leur logement mais aussi exposer la représentation qu'ils se font de leur logement et de leur environnement.

Pour évaluer l'apport des petites annonces en tant que matériau de recherche, nous avons décidé de mener en parallèle des entretiens semi-directifs. Ces derniers seront donc à la fois une référence permettant de mesurer les apports des petites annonces pour la recherche, mais aussi un moyen d'optimiser nos chances de pouvoir répondre à notre problématique.

Partie II – Le croisement de deux méthodes de recherche

L'objectif de ce PFE est d'utiliser deux méthodes de recherches – les petites annonces et les entretiens – pour vérifier une hypothèse :

On parlerait plus de l'environnement du logement lorsque celui-ci apporte un bénéfice à l'image sociale de ses habitants. On parlerait moins de l'environnement du logement lorsque celui-ci a un impact négatif (ou déprécie) l'image sociale de ses habitants.

Cette partie détaille les moyens mis en œuvre pour valider ou invalider cette hypothèse. Nous expliquerons d'abord la procédure utilisée pour sélectionner nos terrains d'étude, puis détaillerons les caractéristiques de chaque matériau (annonces et entretiens), afin d'en déduire des méthodes d'analyse qui devraient nous permettre à la fois de valider ou invalider notre hypothèse, et d'évaluer et comparer l'apport de chaque matériau pour la recherche dans le domaine du rapport affectif au logement, voire de l'aménagement en général.

1. Une étude basée sur un support physique précisément défini

Comme dans tout projet de recherche, il faut se baser sur un support physique et délimité pour effectuer notre étude. Nous avons choisi le quartier comme périmètre initial d'étude, pour avoir des terrains équivalents en termes d'importance de l'image. Nous pensons en effet qu'un quartier peut avoir un impact important sur l'identité sociale des personnes qui y habitent : si l'on précise où l'on habite, on cite très naturellement le quartier de son logement, ou au moins sa proximité avec un élément fort (une gare, une place, un stade ...). Cependant, comme nous venons de le voir précédemment, les délimitations des quartiers sont très subjectives, notamment lorsqu'on évoque le centre-ville. En effet, quelles sont les limites du centre ? Quel en est l'élément central, autour duquel un certain périmètre délimite la proximité et donc le quartier ?

Nous verrons ici comment nous avons sélectionné nos terrains d'études, puis nous verrons en quoi ces terrains sont intéressants vis-à-vis de notre objet de recherche.

1.1. L'objectivation de la sélection de terrains d'étude

L'enjeu de cet exercice est de sélectionner des terrains qui nous permettront réellement de répondre à notre problématique. De plus, les données issues de ce terrain doivent être suffisamment riches pour pouvoir avoir ensuite un matériau exploitable. Nous ne pouvons nous baser sur des données subjectives pour pouvoir réaliser notre analyse car les contours seraient trop flous et nos interprétations pourraient donc être très discutables, voire invalides. C'est pourquoi il a fallu être rigoureuses sur nos choix de terrains.

1.1.1. Délimiter des contours sans tenir compte de notre rapport à la ville

Pour éviter que notre propre rapport à la ville n'influence notre délimitation de terrains d'étude, nous avons choisi de sélectionner ces derniers selon les contours des IRIS, établis par l'INSEE. Nous avons regroupé les IRIS présentant le même nom mais avec un chiffre différent : par exemple, Febvotte 1 et Febvotte 2 ont été fusionnés en Febvotte. Nous pensons en effet que le nom de l'IRIS est représentatif d'une certaine homogénéité (tant au niveau spatial, dans la continuité du bâti, qu'au niveau des caractéristiques sociales ou économiques) selon l'INSEE.

Cependant, nous avons manqué d'annonces :

- sur le quartier initialement choisi à Saint-Pierre-des-Corps. Nous avons donc étendu le périmètre à l'ensemble de la commune de Saint-Pierre-des-Corps. Les motifs du choix de ce nouveau périmètre seront détaillés plus loin.
- sur le quartier Febvotte. Nous y avons donc ajouté le quartier Rabelais-Tonnellé, qui présente des caractéristiques similaires (selon nos critères de choix d'un terrain d'étude).

1.1.2. Les critères de choix des terrains

Nous avons décidé d'étudier un quartier attractif, un quartier à l'image neutre et un quartier non attractif. Ce choix vise à évaluer l'importance de la description de l'environnement, selon si l'influence du quartier sur l'identité sociale est positive, neutre ou négative. Si l'environnement est beaucoup décrit dans le quartier attractif, et moins dans le quartier non attractif, notre hypothèse pourrait être vérifiée.

Nous avons donc mis en place une grille d'évaluation permettant de définir un quartier attractif, un quartier à image neutre et un quartier non attractif. Pour mettre en place cette grille d'évaluation, nous nous sommes basées sur des données disponibles sur des sites internet spécialisées dans la recherche d'un quartier où habiter, notamment changerdeville.fr et kelquartier.com. Ces sites nous donnent des indicateurs permettant d'évaluer la « cote de popularité » des quartiers d'une ville en mettant à disposition des futurs propriétaires des informations de tout ordre (nombres de commerces, prix du foncier, CSP de la population, ...). Ils sont rédigés par des journalistes, des spécialistes de l'aménagement du territoire, des spécialistes de l'analyse statistique, etc. L'objectif de ces sites est d'aider les futurs habitants d'une ville ou d'un quartier à trouver son logement dans un endroit qui lui convient. Pour mieux vous expliquer l'objectif de ces sites, voici un extrait de présentation de kelquartier.com :

« Nous croyons que les quartiers sont comme les personnes : chacun a son caractère et son tempérament. Que vous déménagiez, voyageiez ou soyez juste de passage, nous savons que vous voulez trouver le quartier qui convient le mieux à vos besoins, mais aussi celui qui colle le mieux à votre personnalité.

Avant Kel Quartier, il fallait passer un temps fou pour essayer de connaître un quartier en passant des heures au téléphone, en recherchant des données précieuses sur Internet et même en se promenant pendant des heures en voiture. Tout cela pour arriver à une vision fragmentée et incomplète d'un quartier.

Kel Quartier a fait le travail pour vous et combine à la fois la connaissance locale des habitants avec des données publiques et objectives complétées par des descriptifs de quartier, des cartes, des photos, des actualités, un forum local, les points clés, les avantages, les inconvénients, des typologies d'habitants, des bons à savoir et bien plus ! »

Pour choisir nos trois terrains d'études nous nous sommes basées sur plusieurs critères d'attractivité:

- La densité de commerces et restaurants : Nous avons pris en compte ce critère car il est révélateur du dynamisme d'un lieu. Cette densité est selon nous proportionnelle à l'attractivité du terrain. Cependant, ce critère a dû être éliminé lorsque nous avons augmenté la taille du terrain d'un quartier à l'ensemble de Saint-Pierre-des-Corps, un quartier et une ville étant difficilement comparables sur ce critère.
- Le revenu médian annuel : Ce critère nous a permis d'estimer le niveau de revenu des populations présentes sur le terrain (le revenu médian étant tel que la moitié de la population gagne moins que ce revenu, tandis que l'autre moitié gagne plus). Il est important, car un terrain présentant des populations aux revenus très faibles sera généralement mal perçu, les personnes à faibles revenus étant contraintes par le coût du logement et donc susceptibles d'habiter dans les lieux les moins prisés. Nous pensons donc que ce revenu est proportionnel à l'attractivité.

- La part de cadres et professions libérales : ces populations bénéficiant généralement de revenus plus importants que la moyenne de la population, elles pourraient se diriger vers les quartiers les plus attractifs. Leur présence pourrait également faire augmenter les prix du logement sur un terrain, notamment lors des processus de gentrification. Nous pensons donc que cette part est proportionnelle à l'attractivité.
- Le taux de vacance : Le taux de vacance pourra nous indiquer si les gens tendent à « fuir » le quartier ou bien à venir l'habiter. Ce chiffre est selon nous inversement proportionnel à l'attractivité.
- La part de vieilles maisons : Ce critère peut à la fois augmenter ou diminuer l'attractivité : une forte part de vieilles maisons couplée à une forte présence de cadres et un fort revenu médian peut indiquer un terrain à forte valeur patrimoniale et architecturale, donc une attractivité importante. Une forte part de vieilles maisons associée à un fort taux de vacance et à un revenu médian faible peut montrer un certain abandon du terrain, allant de pair avec une faible attractivité.
- La part de logements sociaux : Ce critère nous permet d'évaluer la part de logements sociaux dans le quartier concerné et donc la part de ménages à revenus modestes ou moyens. Les logements sociaux souvent mal perçus par les classes moyennes et aisées de la population, notamment à cause de la faible qualité architecturale de certains immeubles ou à cause de préjugés sur la délinquance des habitants de logements sociaux. Cette part est selon nous inversement proportionnelle à l'attractivité.
- La desserte en tramway : La desserte en transports en commun est un critère d'attractivité indéniable, et ce phénomène est encore plus important lorsqu'il s'agit du tramway (qui, lorsqu'il est présent à proximité du logement, est très fréquemment cité dans les annonces). En effet, lorsqu'un quartier est desservi par un transport en commun, cela est signe de connexion au reste de la ville : le quartier est accessible et les habitants du quartier ont accès à un grand nombre de facilités au sein de l'agglomération. La desserte en tramway est selon nous un critère augmentant l'attractivité d'un terrain.

Nous avons recensé ces critères dans le tableau ci-dessous. Les lignes rouges représentent les terrains éliminés à cause d'une part trop importante de logements sociaux. En effet, ces derniers étant souvent gérés par des offices publics de l'habitat, ils ne font que rarement l'objet d'annonces web, et quasiment jamais pour la vente, ceux-ci étant surtout locatifs. Sélectionner un quartier comportant beaucoup de logements sociaux aurait pu nous empêcher de recueillir un nombre d'annonces suffisant.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1		Médiane (€)	Note cadres et professions libérales	Note logements vacants	Note vieilles maisons	Note logements sociaux	Tram	Attractivité	Elimination log. Sociaux
2	LIBIRIS	RFMQ209							
3	CENTRE	21516,1	5	2	1,2	2,8	oui	1	
4	GRAMMONT	29096,125	5	2,25	2,25	1,5	oui	2	
5	LAMARTINE	20804,66667	4	2	1,666666667	4	non		
6	RABELAIS-TONNELLE	23089,75	5	2	2,5	3	non	2	
7	GIRAudeau	17891,75	3	2	1	5	non		
8	LAKANAL-STRASBOURG	28015	4,5	2	3,5	2	non	2	
9	FEBVOTTE-MARAT	26228,25	4	2,5	3	1,5	non	3	
10	RIVES DU CHER	23730	3	2	1	3	oui	3	
11	LA FUYE VELPEAU	25326,75	4,75	2	2,5	3	non	2	
12	SANTAS ROTONDE	13581,2	2	2	1	5	non		
13	BEAUJARDIN	22200,5	2,5	2	3	4,5	non		
14	Rocheperard	18353	2	2	1	5	non		
15	SAINT SYMPHORIEN	23624,2	3,8	1,8	1,4	3,4	oui	3	
16	SAINTE-RADEGONDE	28831,5	3	2	1,5	4,5	oui		
17	EUROPE	21885	2	1	1	4	oui		
18	DOUETS MILLETIERE	29769,75	2,666666667	1	1	2,333333333	non	3	
19	Montjoyeux	22488	4	2	1	4	non		
20	La Bergeonnerie	18863	2	2	1	5	non		
21	FONTAINES	19136,33333	3	1,666666667	1	4,666666667	non		
22	Deux Lions Gloriette	25427	5	2	1	3	oui	1	

Tableau 1 : Tableau de sélection des terrains d'étude (Réalisation O. Robson, C. Schiery, Sources : INSEE, kelquartier.com, changerdeville.fr)

1.2. Quels sont les terrains retenus ?

1.2.1. Tours Centre, l'évidence en matière de quartier attractif

Ce quartier est la quintessence du « proche toutes commodités » : on y trouve de nombreux commerces, restaurants, animations, une desserte par le tram et la proximité de la gare. Le logement y est d'une qualité inégale, mais on y trouve de nombreux bâtiments patrimoniaux. Le taux de vacance et la part de logements sociaux sont dans la moyenne. On constate que le revenu médian n'y est pas très élevé (21.516€), cela étant dû à la forte présence d'étudiants.

1.2.2. Febvotte et Rabelais-Tonnellé, mais qui sont ces quartiers ?

Le quartier Febvotte-Marat (ou plus simplement Febvotte) n'a que peu de particularités : il est majoritairement résidentiel, proche des transports et du centre-ville, mais peu riche en commerces et restaurants. Les logements sont principalement des maisons en bande, individuelles ou divisées en appartements. Il ne présente pas d'élément public renommé (comme la place Plumereau ou le Vinci).

De même le quartier Rabelais-Tonnellé, présente des caractéristiques similaires au quartier Febvotte. Aussi, nous avons étendu notre terrain à image neutre à ce quartier par manque d'annonces immobilières dans le quartier Febvotte. En effet, l'analyse comparative des trois terrains choisis exige d'avoir un nombre suffisant et égal d'annonces.

De plus, les caractéristiques de ces deux quartiers étant proches, nous ne considérerons pas que le fait d'étudier deux quartiers différents par le nom affectera notre analyse de quartier à image neutre.

1.2.3. Cheval-Blanc et Saint-Pierre-des-Corps en général, jouissant d'une image négative

Initialement, nous avons choisi d'étudier le quartier Cheval Blanc à Saint-Pierre-des-Corps. Ce quartier présentait des caractéristiques pouvant clairement freiner de potentiels nouveaux arrivants : des logements assez anciens, une certaine rareté des commerces et restaurants, etc...

Cependant, nous n'avons, en un mois, trouvé aucune annonce concernant un logement situé dans ce quartier. Nous avons donc décidé d'étendre ce périmètre à l'ensemble de la commune de Saint-Pierre-des-Corps.

Il peut paraître brutal de désigner l'ensemble d'une commune comme un territoire non attractif, mais il apparaît cependant que, du point de vue des habitants de l'agglomération tourangelle, Saint-Pierre-des-Corps reste une ville populaire, peu recherchée en matière d'immobilier. En effet, comme l'ont démontré les recherches effectuées dans le cadre du PFE Interterritorialiser, les tourangeaux connaissent peu la ville de Saint-Pierre-des-Corps, mais ont beaucoup de préjugés négatifs à son sujet : ils pensent que la ville n'est pas attirante, notamment du fait d'une population vue comme versée dans la délinquance ou sans emploi. Les autres éléments forts de ce jugement sont la politique communiste, les risques naturels importants ainsi que la longue tradition ferroviaire et ouvrière de la ville.

D'un autre côté, les corpopétrussiens sont eux-mêmes conscients de la mauvaise image de leur ville, notamment du quartier de la Rabaterie.

De plus, la séparation physique et symbolique effectuée par l'autoroute, qui rend plus difficile l'accès à Saint-Pierre-des-Corps, augmente son image négative.

Cette différence d'attractivité est notamment révélée dans le prix moyen du m² à l'achat, qui est de 2232€ à Tours, et de 1818€ à Saint-Pierre-des-Corps. On pourrait imputer cette différence aux statuts respectifs de ville-centre et ville périphérique de ces communes, mais d'autres communes de l'agglomération tourangelle ont des prix moyen du m² plus proches de ceux de Tours que de ceux de Saint-Pierre-des-Corps, notamment Saint-Avertin (2255€/m²), Saint-Cyr-sur-Loire (2195€) ou même La Riche (2137€/m²)⁶.

⁶ Prix moyen de l'immobilier, 2014, <http://www.efficcity.com/prix-immobiliers/centre/indre-et-loire/prefecture-tours/saint-pierre-des-corps_z93780/#11.00/47.3883/0.7369>

Une question de recherche, trois types de terrains

Voici donc nos terrains d'étude :

Terrain attractif	Centre de Tours
Terrain neutre	Febvotte (principale) et Rabelais-Tonnellé
Terrain non attractif	Saint-Pierre-des-Corps

Voici les contours de nos quatre terrains :

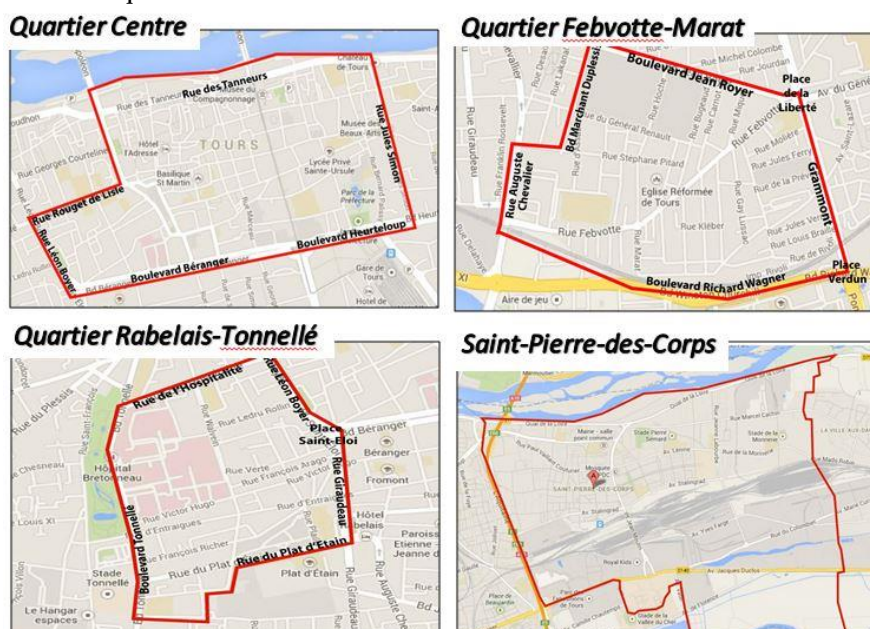


Figure 2 : Délimitation des terrains d'étude (Fonds : Google Maps, Contours : INSEE, Réalisation : O. Robson et C. Schiery)

Le choix d'étudier ces trois terrains à images divergentes nous permettront de comparer les discours des vendeurs et propriétaires entre eux, ceci afin d'évaluer si l'image sociale a effectivement un rôle dans le rapport affectif à l'environnement du logement.

2. Deux matériaux pour une question de recherche

Dans cette partie nous verrons comment se présentent nos deux matériaux et comment nous les avons recueillis.

2.1. Les petites annonces sur leboncoin.fr, un matériau novateur

2.1.1. De quoi est faite une annonce immobilière sur leboncoin.fr ?

Une annonce est constituée de 4 parties : le titre, les photos, la typologie du bien immobilier, et la description. Nous nous intéresserons plus au titre, aux photos et à la description, étant donné que ce sont ces champs qui permettent au vendeur de s'exprimer « librement ». Ces trois composantes d'une annonce ont, indépendamment les unes des autres, un rôle important.

Le titre correspond à la première description que l'on verra du bien. Il est limité en nombre de caractères. On pourrait donc penser que le vendeur va tenter d'y mettre en avant les meilleures caractéristiques du bien, de manière très condensée mais aussi de manière plus générale (pour que le titre de son annonce indique les principales caractéristiques du bien).

Dans le texte, le nombre de mot n'est pas limité. Ainsi, le vendeur pourra s'exprimer et utiliser un nombre de mots quasi illimité pour décrire son bien. C'est cette partie de l'annonce qui nous intéressera le plus, car elle est la plus susceptible de nous fournir les informations dont nous avons besoin pour répondre à notre problématique. C'est ici que le vendeur construit son discours, quel que soit son degré de déformation par le langage de la vente immobilière.

Enfin, les photos (généralement au nombre de trois) permettent de voir quels éléments du bien le vendeur souhaite mettre en avant, sachant qu'il ne peut mettre que trois photos sans payer (en payant, il pourra en mettre jusqu'à sept). Le choix des trois photos rejoint l'idée du titre, dans le sens où le vendeur devrait y mettre en avant les éléments les plus « vendeurs » de son bien. Nous ne les analyserons cependant pas, nos premières recherches ne montrant aucune exploitation possible de ces éléments.

The screenshot shows a real estate listing on the leboncoin.fr website. The title is "Maison 153m² - 7 pièces - centre ville Tours". Below the title, it says "Mise en ligne par carinep le 30 décembre à 12:43". There are three small thumbnail images of the interior of the house. Below the images, it says "3 PHOTOS DISPONIBLES". The price is listed as "440 000 €". Other details include: Ville : Tours, Code postal : 37000, Type de bien : Maison, Pièces : 7, Surface : 153 m², GES : E (de 36 à 55), and Classe énergie : D (de 151 à 230). The description section follows, providing more details about the property. At the bottom, there are three buttons: "SAUVEGARDER L'ANNONCE", "SIGNALER UN CONTENU ABUSIF", and "CONSEILLER L'ANNONCE À UN AMI".

Maison 153m² - 7 pièces - centre ville Tours
Mise en ligne par carinep le 30 décembre à 12:43.

3 PHOTOS DISPONIBLES

Prix : **440 000 €**
Ville : Tours
Code postal : 37000
Type de bien : Maison
Pièces : 7
Surface : 153 m²
GES : E (de 36 à 55)
Classe énergie : D (de 151 à 230)

Description :

TOURS, maison de ville - proche Rabelais - 153 m² en excellent état et offrant de beaux volumes. RDC entrée dans une belle pièce de vie 57m² avec cheminée, cuisine aménagée, buanderie. Au 1er, chambre parentale ouverte sur bureau et salle de bain + chambre grand volume, le tout parqueté. Au 2nd, 2 chambre parquetées et salle d'eau neuve. Cave. Terrasse arborée sud de plain pied

SAUVEGARDER L'ANNONCE | SIGNALER UN CONTENU ABUSIF | CONSEILLER L'ANNONCE À UN AMI

Figure 3 : Un exemple d'annonce publiée sur leboncoin.fr (source : leboncoin.fr)

2.1.2. A vendre/à louer, quelles annonces choisir ?

La question du rapport affectif à son logement peut différer selon que l'on est propriétaire de son logement ou locataire. Dans le cadre de notre recherche, nous avons estimé qu'il était plus pertinent de nous concentrer sur les propriétaires.

En effet, un locataire ne possède pas son propre logement, ainsi l'attachement à son lieu de vie peut être moins important que pour un propriétaire qui a choisi ou non de vivre dans ce lieu, mais qui peut s'approprier les lieux et se créer son chez-soi selon ses envies.

De plus, la location, dans sa définition, suggère un lieu d'habitation temporaire. Le locataire serait donc plus enclin à la mobilité résidentielle qu'un propriétaire habitant et ainsi, l'attachement au lieu serait moins fort que celui du propriétaire. En effet, la durée moyenne d'emprunt immobilier était de 17 ans en 2011 (source : Ipsos France). La contraction d'un prêt sur une telle durée implique un choix plus réfléchi, et des critères plus sélectifs que pour une location.

2.1.3. Comment collecter ces annonces ?

Sur la base de nos trois terrains d'étude, nous avons collecté chaque jour les annonces de ventes immobilières sur le site Leboncoin.fr, du moins pour celles où le quartier est spécifié ou bien dont la description nous permet de dire qu'il se trouve dans le quartier. Pour les annonces dans lesquelles l'emplacement du bien n'est pas spécifié, nous avons essayé de contacter la personne qui a mis en vente son bien. Ce contact vise uniquement à connaître la localisation réelle du bien, car nous ne souhaitons pas « polluer » tout le principe même de l'analyse par les petites annonces.

2.2. Les entretiens avec des propriétaires habitants, une méthode classique parfois difficile

2.2.1. Qui interviewer ?

Pour que notre analyse soit pertinente, la population productrice d'annonces web doit présenter des caractéristiques similaires à la population productrice de discours lors des entretiens. Ainsi, nous avons interrogé des propriétaires habitant dans nos trois terrains d'études, vivant en appartement ou en maison.

Ces critères peuvent sembler peu ciblés, mais nous ne pouvions être plus sélectives pour la population produisant des entretiens que pour la population produisant des annonces. En effet, aucun renseignement sociologique sur les annonces n'est disponible dans une annonce web.

Nous avons considérés que cinq entretiens par terrain d'étude seraient nécessaires pour l'obtention d'un matériau exploitable. Ainsi, pour l'ensemble de nos terrains, nous avons interviewé quinze propriétaires habitants.

Enfin, nous avons fait en sorte de diversifier au maximum le profil des personnes interviewées, en tentant d'interroger des personnes d'âges et de sexe différents. Toutefois, il nous fut difficile de trouver suffisamment de personnes acceptant de nous accorder un entretien pour plusieurs raisons : manque de temps, ne souhaite pas d'intrusion dans la vie personnelle par un inconnu, etc. Quelles qu'en soient les raisons, nous ne pouvions que respecter le choix des personnes, d'autant plus qu'une personne réticente sera moins encline à discuter, produisant ainsi un matériau discursif pauvre en information.

2.2.2. Comment obtenir des entretiens ?

Pour obtenir des entretiens avec nos interviewés nous avons utilisé les trois méthodes suivantes :

Premièrement, nous avons déposé dans des lieux fréquentés (supermarchés, magasins, etc.) et des boîtes aux lettres une annonce expliquant notre démarche et nos intentions pour les entretiens en demandant aux personnes concernées et intéressées par notre étude de nous contacter (voir annexe 2: annonce pour recherche d'entretiens).

Deuxièmement, nous sommes allées faire du porte-à-porte sur nos terrains d'étude, afin de demander directement aux personnes si elles acceptaient de nous accorder un entretien. Si elles étaient d'accord, alors nous faisons l'entretien directement si les personnes étaient disponibles, ou nous prenons rendez-vous pour revenir effectuer l'entretien un autre jour.

Troisièmement, nous avons parlé de notre PFE autour de nous, auprès de nos connaissances, dans nos lieux de vie quotidienne (école ou lieux d'activités externes) afin de diffuser au mieux l'information et trouver éventuellement des personnes concernées par notre projet de recherche.

Ces trois méthodes ont leurs atouts et leurs inconvénients :

- Pour la première méthode, son principal atout est le gain de temps. En effet, le fait que les annonces soient déposées dans des endroits fréquentés permet de faire connaître plus rapidement notre démarche, et un autre travail peut être effectué pendant que l'information se répand. Notre temps de travail est donc optimisé. Cependant, cette méthode nécessite une grande anticipation, car le taux de réponse à ce type d'annonce reste faible. La durée de notre projet de recherche étant limitée, nous avons peu de chance de trouver nos quinze interviewés par cette méthode. Toutefois, nous l'avons tout de même employée afin d'augmenter nos chances de trouver des personnes à interviewer.
- Pour la deuxième méthode, son principal atout est la présentation directe du chercheur et de son projet à la personne en face. En effet, se présenter directement permet de gagner la confiance de la personne par une attitude professionnelle et cordiale, et ainsi obtenir plus facilement des entretiens. Cette méthode demande toutefois un travail sur terrain plus conséquent, car nous avons essuyé de nombreux refus, certaines personnes percevant notre venue comme une intrusion indésirable.
- Enfin, la troisième méthode est sûrement l'une des plus évidentes et des plus systématiques lorsqu'un chercheur est amené à mener une enquête. Toutefois, au vu de nos critères de sélections des interviewés, cette méthode est insuffisante pour trouver suffisamment de témoignages, malgré la mobilisation de l'ensemble de nos contacts. En effet, la majeure partie de notre réseau étant constituée d'étudiants, le critère « propriétaire habitant » fut très limitant.

	Nombre d'entretiens obtenus	Atouts de la méthode	Inconvénients de la méthode
Méthode 1 : contact par annonce déposée dans un lieu fréquenté	1	Implication de l'interviewé (démarche volontaire)	Taux de réponses très faible
Méthode 2 : le porte-à-porte	9	Confiance des interviewés par le contact direct	Nombreux refus entraînant un long temps de travail sur le terrain
Méthode 3 : contact par les proches et des interviewés	5	Diminution du risque de refus d'entretien	Limité par les critères de sélections, brouillage du cadre de la communication par la tierce personne

Tableau 2 : Récapitulatif de l'efficacité des méthodes d'obtention d'entretiens (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)

2.2.3. Que demander aux interviewés ?

Nous avons préparé une trame de questions, recensant tous les thèmes que nous souhaitons aborder, que nous avons suivie dans chacun de nos entretiens (voir annexe 1). Cette trame de question nous a servi de support (ou grille d'entretien). Nous nous sommes basées sur cette trame pour mener l'entretien, de manière à ce que l'interviewé traite de tous les sujets nécessaires.

Cette trame de questions se divise en trois grandes parties :

- Une simulation d'annonce web
- Des questions ouvertes sur le logement et sur le quartier
- Le profil social de l'interviewé

Nous avons réalisé une simulation d'annonce dans le but de voir ce que l'annonce immobilière apporte de plus dans le contenu de la description du logement. La simulation d'annonce étant faite sur le moment, l'interviewé parle de manière spontanée, sans qu'il y ait de profonde réflexion, tandis que dans l'annonce immobilière, le vendeur a le temps de réfléchir au contenu avant publication. Ainsi, nous verrons grâce à cette différence quels sont les apports de l'annonce immobilière, quelle est la part de « réfléchi » et quelle est la part de vocabulaire issu de la vente immobilière.

Nous avons des questions ouvertes où l'interviewé pouvait s'exprimer librement et des questions fermées de l'ordre de l'information sur le profil sociologique. Ainsi, si l'information n'avait pas déjà été donnée dans les questions ouvertes, nous leur demandions depuis combien de temps ils habitaient la ville, le quartier et/ou leur logement dans le but de savoir s'ils avaient « l'expérience » du quartier. Puis, nous avons demandé aux interviewés de se décrire en y incluant trois informations obligatoires : âge, situation familiale, profession ou ancienne profession pour les retraités. Cette question avait pour but d'établir le profil sociologique de la personne. Cette question pourra nous servir lorsqu'il faudra mettre en relation les réponses aux questions ouvertes avec les types de personnes qui les énoncent.

Pour la partie « questions ouvertes sur le logement et sur le quartier », l'intérêt de chaque question sera expliqué plus en détail.

Comment se sont déroulés ces entretiens ?

Nous avons souhaité respecter un certain protocole pour le déroulement des entretiens, afin d'éviter des variations de données liées au contexte de leur collecte.

- Le lieu : nous avons essayé, dans la mesure du possible, d'interviewer les personnes à leur domicile. En effet, ce lieu favorise le discours sur la vie quotidienne (Blanchet et Gotman, 2005)
- Les personnes : nous nous sommes toujours rendues à deux aux entretiens, afin de permettre à l'une d'entre nous de prendre le relais en cas de défaillance de l'autre. En effet, notre inexpérience en matière de conduite d'entretiens pouvait parfois nous amener à être perdues dans le fil du discours, et à ne plus savoir quel thème devait encore être abordé pour que les données soient complètes.
- Le « rituel » : nous commençons par nous présenter et décrire brièvement notre projet de fin d'études et son contexte. Nous tâchions de donner le moins de détails possible sur l'objet de recherche, le terme « rapport affectif » pouvant être mal interprété et engendrer une confusion sur nos objectifs. Nous demandions l'autorisation d'enregistrer l'entretien, puis expliquions sommairement son déroulement (la partie « simulation d'annonces » et la partie « questions libres »). Lorsque l'interviewé ne connaissait pas le fonctionnement d'un entretien de recherche, nous lui rappelions qu'il n'y avait pas de bonne ou de mauvaise réponse, et qu'aucune connaissance en aménagement n'était requise, afin de rassurer les personnes qui pensaient parfois ne pas être en mesure de nous répondre. Après l'entretien, l'enregistrement s'arrêtait, mais l'échange se prolongeait souvent, nous permettant de mieux expliquer le but de notre projet sans avoir pu d'influencer le discours de l'interviewé.

Nous avons, à trois reprises, rencontré le problème du couple : nous avons parfois interviewé un couple au lieu d'une personne seule. Cela s'est produit lorsque, malgré nos tentatives de faire comprendre que nous ne souhaitions interroger qu'une personne, les deux personnes s'installaient pour l'entretien et se mettaient à produire le discours demandé. Cette situation a un impact sur la qualité des données. En effet, le sexe des personnes ne peut alors pas être entré dans les renseignements, et les deux personnes ne parlent pas de la même manière, biaisant ainsi les résultats. Cependant, il s'agit toujours de personnes habitant le terrain et étant propriétaires de leur logement, ce qui étaient nos deux critères de base pour la définition de la population.

Des données indispensables, mais une collecte chronophage

A la suite de cette période d'entretiens et de recueil d'annonces, nous avons pu interviewer quinze propriétaires et relever 150 annonces, toutes ces données étant réparties équitablement dans nos trois terrains d'études. La mise en place d'un matériau valable et exploitable est un travail qui demande de la rigueur. C'est pourquoi nous avons multiplié nos chances de pouvoir recueillir des interviews de propriétaires correspondant à nos critères et des annonces situées dans les limites de nos terrains.

Cette période de recueil des données (entretiens et annonces) fut une étape de « point mort » dans l'avancée de notre projet de fin d'étude puisque sans les données complètes, l'analyse ne peut se faire. Toutefois, elle se révélera par la suite utile, car un bon matériau permet d'obtenir de meilleurs résultats pour l'interprétation qui va suivre.

3. Des données mises en forme puis doublement analysées

L'analyse des entretiens et des annonces ne peut se faire de manière brute. Les données étant « en vrac », elles nécessitaient d'être traitées et triées afin être correctement analysées

Dans cette partie, nous expliquerons les méthodes utilisées pour analyser nos données.

En effet, nous avons choisi de traiter nos données par deux méthodes : l'analyse thématique et l'analyse lexicale. Ces deux méthodes nécessitent une mise en forme spécifique des données, que nous expliquerons également.

Pour les deux types d'analyses, nous détaillerons notre réflexion sur la mise en forme des données et la sélection des outils utiles à la construction d'une réponse à notre problématique.

3.1. L'analyse thématique, stable d'un matériau à un autre

Nous avons choisi d'analyser les entretiens par la méthode d'analyse thématique telle que décrite dans l'ouvrage « L'entretien : l'enquête et ses méthodes » de Blanchet et Gotman (2005). Cette méthode consiste à identifier des thèmes et à les placer dans une grille d'analyse, après avoir été divisés en thèmes principaux et thèmes secondaires.

La définition des thèmes et donc de la grille d'analyse se fait de manière empirique, en utilisant l'hypothèse de recherche émise lors du travail préliminaire à l'enquête.

Cette grille d'analyse ainsi que les thèmes et sous-thèmes la constituant seront détaillés plus loin.

3.1.1. Découpage des corpus et attribution de thèmes

Le verbatim des entretiens

Les entretiens ont été retranscrits dans leur intégralité à partir des enregistrements audio, formant ainsi un corpus. Cette retranscription est toujours effectuée par la même personne, évitant ainsi les différences de style ou de rigueur dans la retranscription. Ce corpus est ensuite divisé en deux, séparant d'un côté nos interventions et de l'autre le discours de l'interviewé. Le discours de l'interviewé forme alors un énoncé : nous disposons donc d'un énoncé par entretien. Chaque énoncé est ensuite découpé selon les thèmes prédéfinis, et classés dans la grille d'analyse.

L'analyse thématique a pour avantages d'offrir un mode de découpage stable d'un entretien à un autre. La production d'une unique grille d'analyse permet également d'effectuer des traitements statistiques sur les données, même si notre nombre d'entretiens aurait dû être plus élevé pour un meilleur échantillonnage.

Les textes produits dans les annonces

Pour les annonces, nous avons collecté les descriptions des logements pour pouvoir ensuite analyser chaque contenu. Nous avons ensuite relevé les extraits de descriptions appartenant au thème de l'environnement, et ceux-ci ont été rangés dans la grille d'analyse que nous avons construite au préalable (voir annexe 3). Sur des catégories et thèmes similaires aux entretiens, nous avons ainsi pu remplir notre grille d'analyse de manière à ce que chaque catégorie et thème soit quantifiable et que l'on puisse effectuer une analyse statistique sur les annonces immobilières.

3.1.2. La nécessité de catégoriser

La référence à l'environnement dans les annonces est bien présente. Toutefois, nous avons pu constater que cet environnement ne fait pas toujours référence au même échelon pour toutes les annonces. Nous avons donc défini des échelons de description de l'environnement, en séparant l'absence de référence à l'environnement et la référence à un échelon donné. Les différents échelons de l'échelle de description de l'environnement du logement sont représentés ci-dessous :

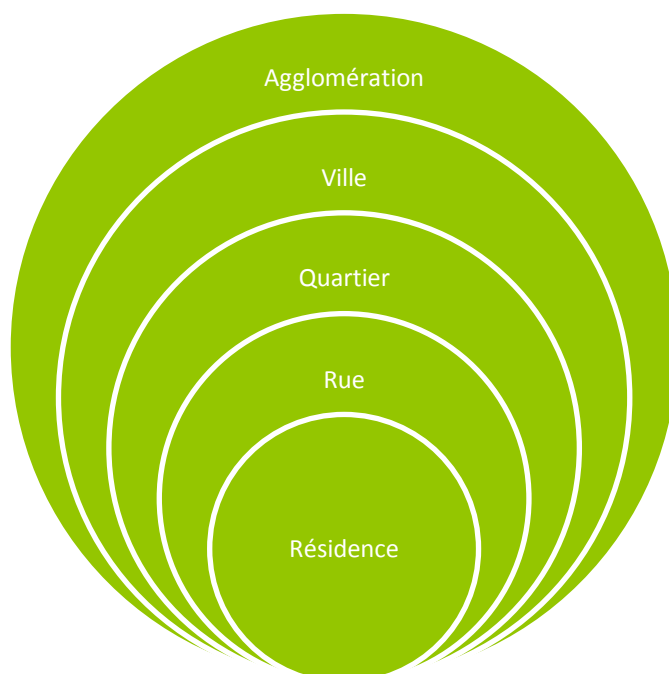


Figure 4 : L'échelle de description de l'environnement du logement (source : réalisation O. Robson, C. Schiery)

De plus, le thème de l'environnement contient plusieurs catégories. En effet, on peut parler de l'environnement du logement sous plusieurs aspects. Aussi, nous avons déterminé plusieurs catégories associées à l'environnement du logement :

Catégorie	Ambiance	Cadre	Localisation	Proximité	Type
Exemples de sujets ou d'expressions	calme, exposition, ensoleillement, agréable, ...	Parc, arbres, fleuve, vue sur....	plein centre, bien situé, ...	Proche gare, proche toutes commodités, prox. bus	Résidentiel, campus, commerçant

Tableau 3 : Catégories de description de l'environnement du logement (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)

Grâce à ces catégories, nous pourrions ainsi mieux comprendre comment est considéré l'environnement du logement par l'habitant, comment ce dernier le qualifie, et plus globalement voir si en fonction du quartier, celui-ci va s'attarder sur l'environnement du logement ou, au contraire, va passer outre la description de l'environnement du logement.

3.1.3. Les thèmes et sous-thèmes de la grille d'analyse

Pour réaliser notre analyse thématique, nous avons construit trois grilles d'analyse, nous permettant de découper les annonces et les entretiens en thèmes, tout en nous concentrant sur ce que nous cherchions à démontrer.

Nous n'avons pu réaliser de grille d'analyse unique, du fait de la présence de deux matériaux différents. Ainsi, les thèmes ont été séparés dans trois grilles : une pour les annonces uniquement, une pour les annonces et les entretiens, et une pour les entretiens uniquement (voir annexe 3). L'absence d'une unique grille d'analyse ne nous empêchera pas d'effectuer une analyse complète des données recueillies afin de répondre à notre problématique, mais permettra en revanche une lecture plus aisée de ces données.

Les thèmes de description sont les suivants :

Theme	Sous-thème	Matériau analysé
Description générale de l'environnement	Part du discours décrivant l'environnement du logement	Annonces + entretiens
	Moment d'intervention de la description de l'environnement	Annonces
	Mention de l'environnement dans le titre	Annonces
	Mention de l'environnement dans le texte	Annonces + entretiens
	Echelon de description de l'environnement dans le titre	Annonces
	Echelon de description de l'environnement dans le texte	Annonces + entretiens
	Catégorie de description de l'environnement	Annonces + entretiens
Choix résidentiel	Connaissance préalable du terrain	Entretiens
	Avis sur le terrain avant d'y habiter	
	Choix du terrain ou contrainte	
	Aspect le plus important pour le choix	
	Mention de l'environnement dans les critères remplis	
	Mention de l'environnement dans les critères abandonnés	
	Catégorie de description de l'environnement dans les critères remplis	
	Catégorie de description de l'environnement dans les critères abandonnés	
Atouts et inconvénients du logement	Mention de l'environnement dans les atouts	Entretiens
	Mention de l'environnement dans les inconvénients	
	Echelon de description de l'environnement dans les atouts	
	Echelon de description de l'environnement dans les inconvénients	
Voisinage	Echelon de description du voisinage	Entretiens
	Description positive ou négative du voisinage social	
	Description positive ou négative du voisinage spatial	

Tableau 4 : Les thèmes et sous-thèmes de la grille d'analyse (source : réalisation O. Robson et C. Schiery)

Premier thème : la description générale de l'environnement

Ce thème nous permettra de voir de quelle manière les individus parlent de leur environnement. Pour cela, nous avons divisé ce thème en six sous-thèmes :

- Part du discours décrivant l'environnement du logement (relevé dans les annonces et les entretiens) : ce sous-thème nous permettra de voir quelle proportion prend l'environnement dans la description du logement. Plus l'annonceur en parle, plus il semblera important. Aussi, si l'annonceur parle beaucoup de l'environnement extérieur, alors nous pourrions conclure que l'environnement du logement est important pour cette personne.
- Moment d'intervention de la description de l'environnement (relevé dans les annonces uniquement) : nous souhaitons voir si l'annonceur parle de l'environnement au début, au milieu ou à la fin de l'annonce. Ainsi, si la description de l'environnement intervient au début, cela peut vouloir dire que dans le processus de réflexion de l'annonceur il semblerait important de spécifier, avant la description du logement en lui-même, la description de l'environnement du logement avant tout.
- Mention de l'environnement dans le titre/texte (relevé dans les annonces uniquement) : nous souhaitons savoir si la description de l'environnement est présente ou pas. Si celle-ci est présente, cela pourrait signifier que de manière spontanée, l'individu considérerait l'environnement comme faisant partie de la description du logement.
- Échelon de description de l'environnement dans le titre/texte (relevé dans les annonces et les entretiens) : ce sous-thème nous permettra de savoir à quelle échelle l'individu se place lorsqu'il parle de l'environnement extérieur. Aussi, cela peut nous donner une idée sur ce qu'il considère comme l'environnement du logement.
- Catégorie de description de l'environnement (relevé dans les annonces et les entretiens) : ce sous-thème vise à aller plus loin dans l'analyse, dans le cas où l'individu décrit son environnement. Avec ce sous-thème, nous pourrions voir comment l'individu parle de son environnement. Pour cela nous avons utilisé les catégories définies précédemment : ambiance, cadre, localisation, proximité et type.

Deuxième thème : le choix résidentiel

Comme nous l'avons vu dans l'état de l'art, le choix résidentiel est à la fois produit et fondateur de l'identité sociale. En retraçant le choix résidentiel des individus dans les entretiens, nous pourrions voir comment s'est fait leur choix vis-à-vis de l'environnement du logement. Nous avons divisé ce thème en huit sous-thèmes, tous relevés dans les entretiens uniquement :

- Connaissance préalable du terrain : ce sous-thème est en relation proche avec le sous-thème « avis sur le terrain avant d'y habiter ». En effet, il nous permet de savoir si l'interviewé avait déjà une certaine image du quartier avant d'y venir. Cette question nous permettra de voir si le quartier possède une image forte auprès de l'interviewé, et dans l'imaginaire collectif en général, nous permettant ainsi de vérifier nos choix de terrains d'étude.

- Avis sur le terrain avant d'y habiter : ce sous-thème fait suite au précédent, car nous voulions savoir si l'interviewé avait une certaine image du quartier/de la ville avant d'y habiter, dans le cas où il le/la connaissait déjà. Cette question nous permettra de voir si l'image du quartier a une importance pour l'interviewé.
- Choix du terrain ou contrainte : savoir si le propriétaire du terrain a choisi ou non de vivre dans ce terrain nous montrera si celui-ci était attaché à vivre dans ce terrain ou non. Dans le cas où il s'agit d'un choix, cela pourrait montrer que ce terrain était attractif pour cet individu, et qu'il était important pour ce dernier d'y résider.
- Aspect le plus important pour le choix résidentiel : nous souhaitons voir si le critère environnement était plus important que le logement, ou le contraire, ou encore si l'environnement était un aspect aussi important que le logement pour le propriétaire.
- Mention de l'environnement dans les critères remplis : nous souhaiterions voir si l'environnement fait partie ou non des critères de recherche d'un logement, et plus précisément si en habitant sur ce terrain, l'interviewé a rempli un critère (et donc réalisé un objectif).
- Catégories de description de l'environnement dans les critères remplis : si l'environnement fait partie des critères remplis, nous souhaitons savoir de quel catégorie de l'environnement le critère rempli fait partie. Ceci nous permettra d'analyser plus en détail quelle catégorie de l'environnement est la plus importante pour l'individu.
- Catégories de description de l'environnement dans les critères abandonnés : Dans le même objectif que pour les critères remplis, nous souhaitons voir quelle catégorie de l'environnement peut être moins importante que les autres critères, ou quels regrets pouvaient avoir les interviewés concernant l'environnement de leur logement.

Troisième thème : le logement, ses atouts et ses inconvénients

Nous souhaitons voir comment l'environnement intervient dans la description du logement. Nous avons donc divisé ce thème en quatre sous-thèmes (le même sous-thème étant divisé en eux selon que l'on parlait des atouts ou des inconvénients), tous ayant été relevés dans les entretiens uniquement :

- Mention de l'environnement dans les atouts/inconvénients : ce sous-thème nous permettra de voir si l'interviewé parle spontanément de l'environnement dans la description de l'environnement, et s'il en parle en tant qu'atout ou en tant qu'inconvénient. Ainsi, cela nous permet de voir l'influence de l'environnement sur la part affective de son logement.
- L'échelon de description de l'environnement dans les atouts/inconvénients : ce sous-thème nous permettra de voir à quelle échelon l'environnement devient un atout ou un inconvénient pour l'interviewé. Ainsi, cela pourrait nous aider à voir jusqu'où s'étend leur rapport affectif à leur environnement.

Quatrième thème : le voisinage

Ce thème vise à évaluer à quelle échelle les individus décrivent leur voisinage, en évaluant s'ils s'y sentent intégrés. Nous l'avons divisé en trois sous-thèmes, les deux derniers sous-thèmes étant divisés en deux (nombre de personnes ayant donné des descriptions positives et nombre de personnes ayant donné des descriptions négatives), et tous ayant été relevés dans les entretiens uniquement :

- Echelon de description du voisinage : ce sous-thème vise à mesurer l'échelon auquel les habitants se placent pour décrire le voisinage. Lors de l'entretien, nous ne parlions que de voisinage, ou d'intégration, sans donner trop d'informations sur l'échelon à utiliser pour le décrire. Ce sous-thème devrait permettre d'évaluer quelle est l'amplitude spatiale de ce que les interviewés décrivent comme l'environnement du logement.
- Description positive ou négative du voisinage social : l'objectif est ici, en parallèle de l'analyse des atouts et inconvénients du logement, de voir si ce qui plaît ou déplaît dans l'environnement du logement vient des personnes vivant dans cet environnement.
- Description positive ou négative du voisinage spatial : l'objectif est le même que pour le voisinage social, en essayant là encore d'évaluer ce qui fait l'appréciation (ou la dépréciation) de l'environnement du logement : le bâti en lui-même, ou les personnes ?

L'ensemble de ces thèmes et sous-thèmes sera mis en relation afin de réaliser une analyse complète.

3.2. L'analyse lexicale, objective et précise

L'analyse lexicale a pour objectif de traiter des textes bruts (issus ici d'entretien et d'annonces) afin d'en faire ressortir des « mondes lexicaux », des ensembles de mots appartenant à des thématiques différentes et qui présentent des caractéristiques propres à chacune.

Ces thématiques pourront être ensuite rapprochées des types de personnes énonçant les propos (habitants du terrain attractif, habitants du terrain neutre, habitants du terrain non attractif).

3.2.1. Prise en main du logiciel Iramuteq

L'analyse lexicale a été réalisée à partir du logiciel Iramuteq. Celui-ci nous a permis d'obtenir des représentations imagées et graphiques des mots employés dans les annonces immobilières. En effet, Iramuteq restitue le lexique du corpus par fréquence d'apparition des mots.

Cette étape va nous permettre de repérer et de comparer la fréquence des mots utilisés selon le thème que l'on souhaite analyser.

Avec les annonces, nous sommes dans un contexte particulier puisque l'annonceur souhaite vendre son logement. Ainsi, le lexique que nous analyserons n'appartiendra pas seulement au lexique associé à l'environnement mais aussi et surtout au lexique de la description du logement proprement dit. De plus, dans le contexte des petites annonces, nous retrouverons une partie du lexique de la promotion immobilière puisque l'objet des annonces est bien de vendre un bien.

« L'étude du lexique associé au corpus est une étape incontournable car elle sert à la fois à supprimer dans le corpus des erreurs ou coquilles inévitablement présentes et à se familiariser avec son contenu avant d'entreprendre des analyses plus approfondies » (CePeD, 2010).

Pour pouvoir analyser ce corpus, certaines opérations ont dû être réalisées au préalable :

Une opération de lemmatisation doit être effectuée avant l'analyse du corpus. Elle vise à réduire le vocabulaire en regroupant sous une forme « racine » les mots employés sous formes diverses (conjuguées, mis au pluriel, féminin/masculin). Toutefois, avant cela il faut être prudent sur les mots ayant la même forme mais de sens différents. Un exemple typique de notre corpus est le mot « pas » : ce mot peut être utilisé pour marquer la négation mais aussi pour exprimer une distance « à deux pas de la gare ».

Nous avons également dû apporter des modifications au corpus afin que les mots ayant des sens multiples ne puissent pas être confondus par le logiciel. Cette étape est un travail long et fastidieux mais utile, car il nous permettra d'obtenir une analyse plus fine et plus proche de la réalité. A la suite, nous nous sommes servies des outils d'analyses disponibles dans le logiciel pour effectuer notre interprétation. Ceux-ci sont décrits ci-dessous.

3.2.3. Les différents outils d'analyse textuelle

Statistiques textuelles

Les statistiques textuelles permettent de faire apparaître les caractéristiques de nos corpus, notamment les occurrences de mots. Nous pourrions voir ainsi quels sont les mots les plus utilisés dans la description du logement. Cet outil sera utilisé comme point de départ pour notre analyse, mais ne nous permet pas de réaliser une analyse aussi approfondie et spécifique que les autres outils, décrits ci-après.

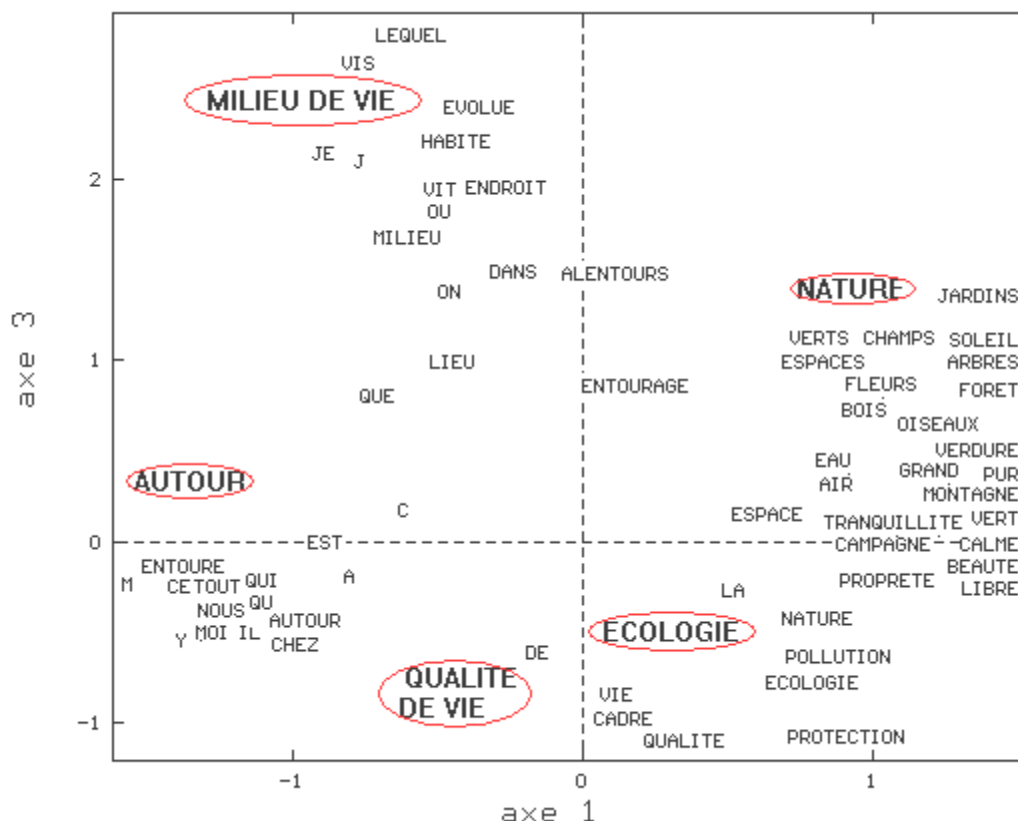
L'analyse de similitude nous permet d'obtenir un graphique sous forme d'arbres à branches. Chaque branche fait le lien entre deux mots ayant une proximité plus ou moins forte. Le degré de proximité est exprimé par la largeur de la branche. Ceci va nous permettre d'obtenir un réseau de mots, et de voir comment les mots sont reliés entre eux.



Figure 5 : Exemple d'arbre de similitudes (Source: Marchand P. et Ratineaud P., « L'analyse de similitude appliquée aux corpus textuels », 2011)

Analyse factorielle

L'analyse factorielle, dit AFC, permet de voir sous forme graphique la répartition des mots selon leur proximité et leur opposition. Ainsi deux mots seront proches lorsqu'ils seront utilisés ensemble plusieurs fois dans un contexte similaire ; au contraire, deux mots seront éloignés lorsqu'ils ne sont jamais utilisés ensemble.

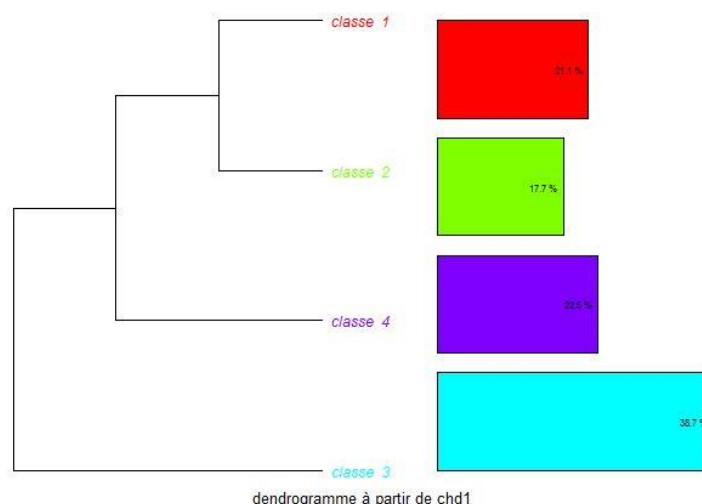


Analyse par classification ou GNEPA

L'analyse par classification hiérarchique, ici appelée GNEPA, permet de faire ressortir des thèmes en regroupant des mots en classes. Ces classes sont plus ou moins proches les unes des autres et sont hiérarchisées en fonctions de leur proximité.

Cette classification est réalisée de manière automatique par un processus d'itération. Tout d'abord, nous avons une classe regroupant l'ensemble du lexique, et, à chaque itération, deux classes dont les thèmes différents sont créés. Le nombre maximum de classes créées est choisi par l'utilisateur, mais le logiciel ne peut créer qu'un nombre donné de classes (selon le corpus). Ainsi, si l'on souhaite ne pas avoir plus de six classes, le logiciel ne pourra pas représenter plus de six classes mais peut ne produire que quatre classes si la richesse du lexique n'est pas suffisante.

Voici un exemple du résultat que l'on va obtenir avec cette méthode :



classe 1 (183/866 - 21.13%) classe 2 (153/866 - 17.67%) classe 3 (335/866 - 38.68%) × classe 4 (195/866 - 22.52%)								
n...	↑	eff. s.t.	eff. total	pourcentage	chi2	Type	forme	p
0		157	165	95.15	274.02	nom	chambre	< 0,0001
1		133	137	97.08	233.98	nom	cuisine	< 0,0001
2		106	108	98.15	183.94	nr	wc	< 0,0001
3		76	78	97.44	124.75	nr	salledebain	< 0,0001
4		69	72	95.83	108.13	ver	aménager	< 0,0001
5		62	66	93.94	91.97	nom	salon	< 0,0001
6		61	66	92.42	86.99	nom	séjour	< 0,0001
7		78	95	82.11	84.82	adj	grand	< 0,0001
8		58	62	93.55	84.75	nom	placard	< 0,0001
9		65	74	87.84	82.42	nom	entrée	< 0,0001
10		52	54	96.3	80.59	ver	équiper	< 0,0001
11		50	51	98.04	80.49	nr	salledeau	< 0,0001
12		38	41	92.68	52.91	ver	séparer	< 0,0001
13		35	41	85.37	39.54	nom	balcon	< 0,0001
14		23	23	100.0	37.45	nom	parquet	< 0,0001

classe 1 (183/866 - 21.13%) classe 2 (153/866 - 17.67%) classe 3 (335/866 - 38.68%) classe 4 (195/866 - 22.52%) ×								
n...	↑	eff. s.t.	eff. total	pourcentage	chi2	Type	forme	p
0		57	58	98.28	204.49	nom	commerce	< 0,0001
1		55	59	93.22	181.41	nr	garetrain	< 0,0001
2		47	49	95.92	160.39	nom	minute	< 0,0001
3		52	62	83.87	144.08	adj	proche	< 0,0001
4		41	43	95.35	137.56	nom	école	< 0,0001
5		41	46	89.13	123.55	nom	pied	< 0,0001
6		35	36	97.22	120.15	nr	tgw	< 0,0001
7		42	52	80.77	107.6	nom	quartier	< 0,0001
8		34	37	91.89	106.62	nom	proximité	< 0,0001
9		30	33	90.91	91.98	nom	bus	< 0,0001
10		42	67	62.69	67.16	nom	tour	< 0,0001
11		24	28	85.71	66.24	nr	centreville	< 0,0001
12		21	27	77.78	48.78	nr	febvotte	< 0,0001
13		15	16	93.75	47.41	nom	tramway	< 0,0001

Figure 7 : Exemple de classification AFC réalisée avec le logiciel Iramuteq (Réalisation : O. Robson et C. Schiery)

Chaque classe contient des mots appartenant au même domaine. Nous pouvons voir ici deux classes différentes, l'une appartenant au thème du logement et l'autre à tout ce qui se réfère à l'environnement extérieur. Ce type de représentation est intéressant pour notre analyse lexicale, car il nous permettra de mettre en valeur différents thèmes et de voir comment sont qualifiés le logement et l'environnement du logement. L'utilisation de ces outils d'analyse lexicale a déjà fait ses preuves dans de nombreux domaines, parmi lesquels le domaine de la sociologie. Utilisés et analysés correctement, ces outils peuvent révéler de nombreuses choses.

Des outils multiples pour une analyse qui se veut exhaustive

Tous ces outils vont nous permettre d'analyser plus en détail les corpus des entretiens et ceux des annonces, de mettre en relation les mots les plus proches en fonction des thématiques et des individus qui les énoncent.

Cela représente une étape clé de notre avancée, car il s'agit de traiter les informations utiles à notre projet. Aucune information ne doit être omise ou substituée, car dans le cas contraire, les données pourraient être perdues et une information clé pourrait nous échapper.

Ainsi, les grilles d'analyse que nous avons construites pour l'analyse thématique vont nous permettre de quantifier des informations qui étaient pour l'instant qualitatives, et ce grâce à une catégorisation des données en thèmes, sous-thèmes, échelons et catégories. Nous pourrions ainsi réaliser une analyse allant du général vers le spécifique. De même, le tri minutieux des corpus des annonces va nous permettre d'obtenir une analyse plus fine des termes employés par rapport à l'environnement. Les outils d'analyses contenus dans le logiciel Iramuteq nous permettront d'obtenir des résultats objectifs sur un ensemble de corpus aux informations qualitatives.

4. Deux méthodes différentes de collecte des données : quel apport ?

4.1. Des données collectées en quantité et qualité variables

Matériau	Nombre	Corpus total (nombre de mots)	Mot par discours (moyenne)	Nombre de mots consacrés à l'environnement	Part du discours consacrée à l'environnement (en moyenne)	Nombre de sous-thèmes dans la grille d'analyse
Annonces	150	8613	57,42	2995	34,77%	7
Entretiens	15	23984	1599	5394	22,5%	16

Tableau 5 : Quantité et qualité des données collectées (source : réalisation O. Robson, C. Schiery)

On constate, au vu de ce tableau, que les annonces, même collectées en grand nombre (dix fois supérieur à celui des entretiens), constituent un matériau assez pauvre en termes de quantité de mots et de thèmes exploitables.

En effet, le nombre de mots produit lors de la rédaction d'une annonce est très faible : 57 mots en moyenne. De plus, seuls sept sous-thèmes de notre grille d'analyse permettaient l'analyse des annonces, en dépit de nos efforts pour tirer le meilleur parti possible de ce matériau.

Malgré un grand nombre de mots par interviewé, l'entretien ne semble pas être le meilleur vecteur du discours traitant de l'environnement du logement : en proportion, la part de l'environnement dans le discours des interviewés en entretien semi-directif est inférieure de 35,29% à la part de l'environnement dans le discours des annonceurs.

Cela peut provenir d'une description plus succincte, et donc allant plus à l'essentiel, sans dispersion, lors de la publication d'une annonce. Cela peut également provenir de notre grille d'entretien, qui visait à faire parler les interviewés de leur logement pour voir s'ils parleraient spontanément de l'environnement de ce dernier.

Les discours obtenus par ces deux méthodes ne semblent donc pas comparables, tant en quantité qu'en qualité. Cependant, ils peuvent être complémentaires, en abordant chacun des thèmes différents, et en offrant soit un discours brut à recueillir en l'état (pour les annonces), soit un discours approfondi et personnel à analyser plus finement (pour les entretiens).

4.2. Que disent les résultats de l'analyse des matériaux utilisés ?

Le but ici est de voir quel a été l'apport des annonces et des entretiens par rapport à notre question de recherche. Nous nous servons du contenu des entretiens et des annonces trié et placé dans la grille d'analyse pour tenter de répondre à notre problématique. Pour cela, nous avons repris notre grille d'analyse et avons évalué l'utilité des résultats par rapport à notre problématique. Nous avons donc mis en place un système de notation :

+ : les résultats de ce matériau ont été utiles à la résolution de notre problématique

++ : les résultats de ce matériau ont été utiles à la résolution de notre problématique et ont été significatifs

- : les résultats ont été peu significatifs

Thème	Sous-thème	Annonces	Entretiens
Description générale de l'environnement	Part du discours décrivant l'environnement du logement	+	++
	Mention de l'environnement dans le texte	-	-
	Échelon de description de l'environnement dans le texte	+	+
	Catégorie de description de l'environnement	++	+
Description générale de l'environnement	Moment d'intervention de la description de l'environnement	-	
	Mention de l'environnement dans le titre	++	
	Échelon de description de l'environnement dans le titre	++	
Choix résidentiel/ atouts et inconvénients du logement, voisinage			++

Tableau 6 : Récapitulatif de l'utilité des matériaux (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)

L'utilisation de ces deux matériaux dans la réponse à notre problématique a été plutôt utile en matière de complémentarité des données. Les résultats des annonces nous ont permis de faire des constats, mais le problème du manque de richesse du discours subsiste avec ce matériau.

Ainsi, les entretiens ont apporté un autre élément de réponse à nos analyses, et se sont donc avérés complémentaires aux annonces. De manière individuelle, les annonces ont globalement montré une bonne capacité à répondre à notre problématique.

Toutefois, certaines données comme le moment d'intervention de la description de l'environnement ne se sont pas révélées significatives, puisque les résultats s'avéraient trop proches les uns des autres. De même, la mention de l'environnement dans le texte n'a pas été significative, puisque les résultats n'ont pas montré de différence notable entre les différents types de terrains. Cela pourrait être dû à un échantillon trop faible.

4.3 Quel est l'impact du discours à visée promotionnelle sur l'analyse ?

Afin de définir l'impact du discours emprunté à la promotion immobilière sur notre analyse, nous avons, lors des entretiens, réalisé une simulation d'annonce. Cette simulation d'annonce avait pour objectif de mettre le propriétaire dans une situation de vente de son logement. L'interrogé n'ayant aucun temps de réflexion quant au contenu de la description du logement, il produit un discours que nous pouvons qualifier de spontané.

La spontanéité du discours pour la vente d'un logement nous montrera les différences d'expressions trouvées dans les annonces (qui produisent un discours réfléchi pour la vente d'un logement) et dans les simulations d'annonces (qui produisent un discours spontané pour la vente d'un logement).

Nous avons considéré qu'il serait plus efficace de constater cette différence en réalisant une analyse lexicale de ces deux types de discours. Nous nous sommes donc appuyées sur les statistiques textuelles pour réaliser cette analyse. Les résultats de cette analyse seront détaillés dans l'analyse lexicale des discours (en troisième partie de ce rapport).

Globalement, nous avons pu constater que la diversité du lexique utilisé dans les annonces est faible. La simulation d'annonce a montré une différence de vocabulaire dans les termes employés ; toutefois, la signification de ces termes reste la même. Ainsi, le discours professionnel issu des annonces ne semble pas influencer de manière significative l'analyse du contenu.

Des méthodes complémentaires ouvrant sur d'autres champs de la recherche

Afin de dresser un bilan synthétique des deux méthodes de collecte de données, nous nous sommes livrées à l'exercice du diagramme AFOM (atouts, faiblesses, opportunités, menaces). Les atouts représentent ici les points forts majeurs de chaque méthode, qui leur sont propres et caractéristiques. Les faiblesses représentent les limites rencontrées dans le discours produit. Les opportunités sont les champs de la recherche pour lesquels ces méthodes nous sembleraient appropriées. Les menaces sont les écueils à éviter au vu des problèmes que nous avons rencontrés.

Ce bilan n'est en aucun cas exhaustif, il se veut plutôt un condensé de ce que nous avons appris sur ces méthodes, en laissant une ouverture sur d'autres champs de la recherche avec les mêmes matériaux.

Méthode	Atouts	Faiblesses	Opportunités	Menaces
Annonce	Matériau brut créé par un individu seul	Vocabulaire imitant celui des professionnels	Analyse des impacts des prix immobiliers	Risque de surinterprétation
	Facilité de collecte : possibilité d'échantillonnage important	Pauvreté du matériau	Etude de la mise en scène du logement	
	L'annonceur se met à la place d'un acheteur potentiel	Pas de contrôle de l'échantillonnage de la population		
Entretien semi-directif	Plus de validité grâce à la grille d'entretien	Biais du chercheur (l'interviewé cherche à impressionner)	Recherche en sociologie, urbanisme, etc...	Tentation de poser des questions, réduisant la fiabilité du discours
	Taille du discours ajustable selon les besoins	Durée de la retranscription « verbatim »	Très adapté au discours intime, à la confession et donc au rapport affectif	Risque d'un manque de réflexion lors de l'élaboration de la grille d'entretiens
	Richesse lexicale permettant une analyse lexicale approfondie	Difficulté d'obtenir des entretiens en nombre suffisant		

Tableau 7 : AFOM de l'annonce et de l'entretien semi-directif (source : réalisation O. Robson, C. Schiery)

Ces éléments d'analyse ouvrent sur les possibilités de traitement des différents matériaux : l'entretien, de par sa richesse et sa cohérence avec la question de recherche, justifie ici sa fréquence d'utilisation dans la recherche en sociologie et urbanisme, notamment pour traiter du rapport affectif. Cependant, les annonces sont intéressantes de par le nouvel aspect du discours qu'ils apportent : en effet, l'annonceur ne produit pas un discours à la demande d'un chercheur, il produit un discours à visée promotionnelle, dans le cadre d'une mise en scène, en se mettant à la place d'un acheteur potentiel.

Une sélection rigoureuse de matériaux et de méthodes d'analyse pour optimiser nos chances de répondre à notre problématique

Nous avons, pour tenter d'évaluer le rapport affectif à l'environnement du logement, choisi d'étudier trois terrains, différenciés selon leur niveau d'attractivité. Ce classement fut réalisé de la manière la plus objective possible, en multipliant les critères pour s'assurer de la fiabilité de la procédure.

Une fois ces terrains sélectionnés, nous avons recueilli à la fois des annonces (50 par terrain, soit un total de 150 annonces) et des discours d'entretien semi-directif (5 par terrain, soit un total de 15 entretiens), afin de collecter des données provenant des deux types de matériaux, augmentant ainsi nos chances de répondre à notre problématique.

L'intérêt de ces matériaux dans le cadre de la recherche a été évalué, montrant des complémentarités mais aussi des incohérences. En effet, les annonces utilisées seules ne peuvent pas être utilisées pour répondre à notre question. Il nous aurait fallu un échantillon plus grand que celui que nous avons choisi.

Malheureusement, au vu du nombre d'annonces apparaissant dans nos terrains d'études et de la taille de nos terrains d'études (quartier) nous ne pouvions recueillir plus d'annonces compte tenu du temps limité que nous avons eu. Nous avons pu voir aussi que le discours issu de la promotion immobilière n'influerait pas *a priori* sur l'analyse des annonces.

Nous avons eu recours à deux types d'analyse : l'analyse thématique, pour évaluer les corpus selon des thèmes liés à notre problématique, et l'analyse lexicale, pour disséquer le plus finement possible ces discours, en se basant sur les termes employés.

Nous allons par la suite exposer les résultats de ces analyses, tentant ainsi de valider ou d'invalider notre hypothèse afin de répondre à notre problématique.

Partie III. Deux analyses pour une question de recherche

Dans cette partie, nous allons analyser les résultats en nous concentrant sur les références à l'environnement extérieur trouvées dans les petites annonces et les discours produits en entretien semi-directif.

Nous rappelons que, notre postulat de base étant que l'on aime son environnement lorsqu'il améliore notre image sociale, et que l'on ne l'aime pas lorsqu'il déprécie notre image sociale, notre problématique est : **Comment les habitants se servent-ils ou se prémunissent-ils de l'image sociale du quartier lors de la vente d'un logement ?**

L'analyse se divisera en deux parties. Tout d'abord, nous utiliserons la grille d'analyse précédemment décrite afin de clarifier la manière dont est décrit l'environnement dans les annonces et dans les entretiens en termes notamment de nombre de mots, de positionnement dans le discours (oral ou écrit), de spontanéité dans l'évocation de l'environnement en parlant du logement, de l'échelon auquel se place le locuteur.

L'analyse sera poussée plus en avant pour les entretiens, grâce aux informations supplémentaires que nous avons pu avoir, notamment sur l'image du quartier, sur la présence de l'environnement dans les critères de choix du logement, sur l'échelon des atouts et des inconvénients, et enfin sur le voisinage et l'intégration dans le quartier.

Dans un second temps, les résultats de l'analyse lexicale effectuée avec Iramuteq seront exploités afin de voir quelles sont les mots les plus représentés dans chaque type de terrain. Cette analyse permettra notamment de confirmer les résultats obtenus par l'analyse statistique.

1. Les résultats de l'analyse statistique

Cette analyse statistique n'est pas exhaustive, bien que nous ayons œuvré à la rendre la plus complète possible, afin de maximiser nos chances de répondre à notre problématique.

Nous allons tout d'abord rappeler les thèmes traités dans les grilles d'analyse, puis allons examiner thème par thème les résultats obtenus, en détaillant lesquels sont significatifs et peuvent donc être utilisés pour valider ou non notre hypothèse. Enfin, nous pourrions conclure sur les résultats obtenus avec cette méthode d'analyse, et ainsi répondre à notre problématique de recherche.

1.1. Rappel des thèmes et sous-thèmes de nos grilles d'analyse

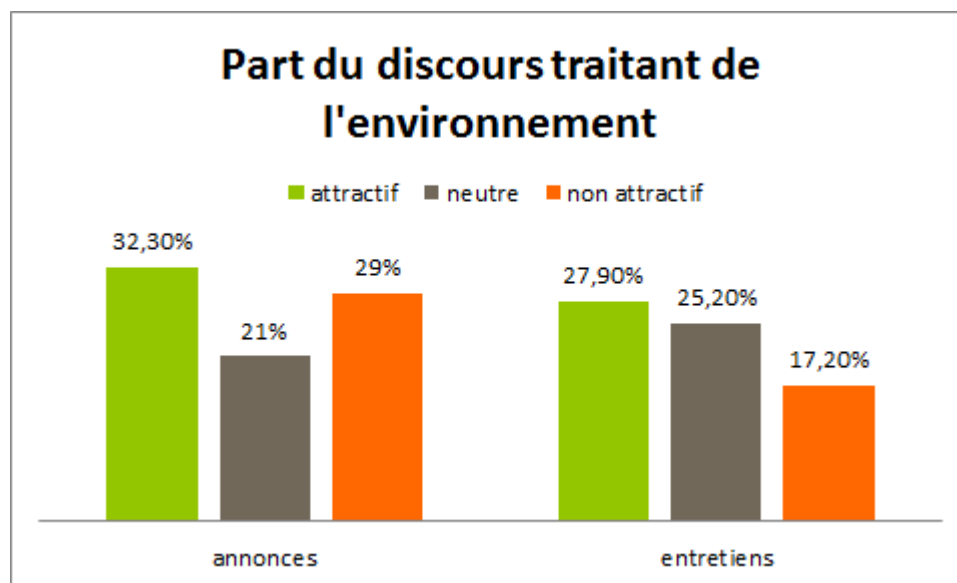
Le corpus obtenu par la collecte d'annonces et la retranscription d'entretiens a été analysé selon quatre thèmes, eux-mêmes divisés en vingt-deux sous-thèmes :

Theme	Sous-thème	Matériau analysé
Description générale de l'environnement	Part du discours décrivant l'environnement du logement	Annonces + entretiens
	Moment d'intervention de la description de l'environnement	Annonces
	Mention de l'environnement dans le titre	Annonces
	Mention de l'environnement dans le texte	Annonces + entretiens
	Echelon de description de l'environnement dans le titre	Annonces
	Echelon de description de l'environnement dans le texte	Annonces + entretiens
	Catégorie de description de l'environnement	Annonces + entretiens
Choix résidentiel	Connaissance préalable du terrain	Entretiens
	Avis sur le terrain avant d'y habiter	
	Choix du terrain ou contrainte	
	Aspect le plus important pour le choix	
	Mention de l'environnement dans les critères remplis	
	Mention de l'environnement dans les critères abandonnés	
	Catégorie de description de l'environnement dans les critères remplis	
Atouts et inconvénients du logement	Catégorie de description de l'environnement dans les critères abandonnés	Entretiens
	Mention de l'environnement dans les atouts	
	Mention de l'environnement dans les inconvénients	
	Echelon de description de l'environnement dans les atouts	
Voisinage	Echelon de description de l'environnement dans les inconvénients	Entretiens
	Description positive ou négative du voisinage social	
	Description positive ou négative du voisinage spatial	

Tableau 8 : Rappel des thèmes et sous-thèmes de nos grilles d'analyse (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)

1.2. Analyse du thème “description générale de l’environnement” à l’aide des annonces et des entretiens

1.2.1. Quelle est la part du discours décrivant l’environnement du logement, dans le discours des annonces et des entretiens ?



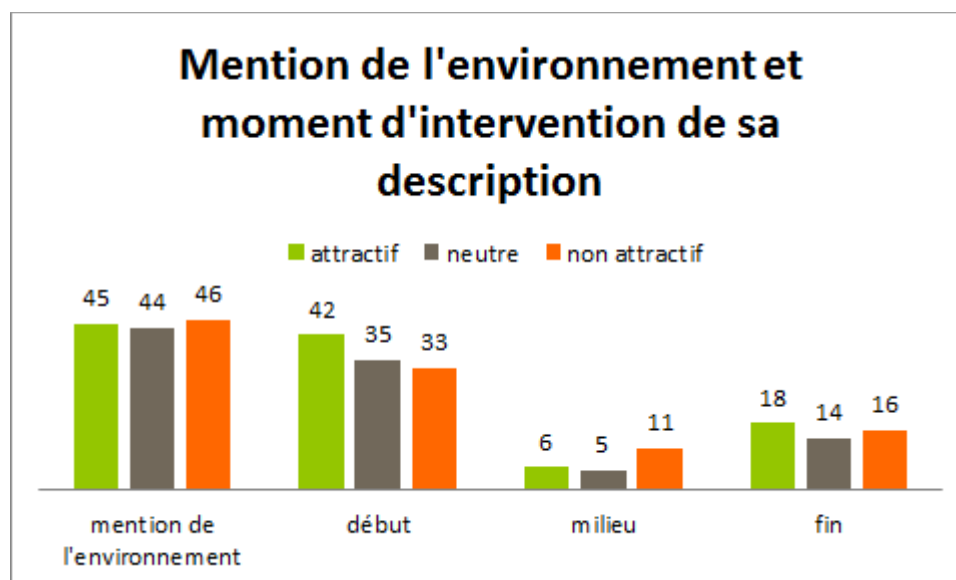
Graphique 1 : Part du discours traitant de l'environnement (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)

Les différences de proportion de description de l’environnement dans le discours sont peu marquées. Cependant, on constate que, quel que soit le support du discours, ce dernier comporte une plus grande part de description de l’environnement lorsqu’on évoque un bien situé sur le terrain attractif.

On constate que si le gradient de description est net et régulier dans le cas des entretiens, ce n’est pas le cas dans les annonces.

Cependant, les entretiens semblent confirmer notre hypothèse : il semblerait que plus le terrain sur lequel se situe le logement est attractif, plus l’environnement prend une place importante dans le discours des interviewés.

1.2.2. Dans les annonces, parle-t-on de l'environnement du logement de manière spontanée ? Si oui, à quelle moment intervient cette description ?

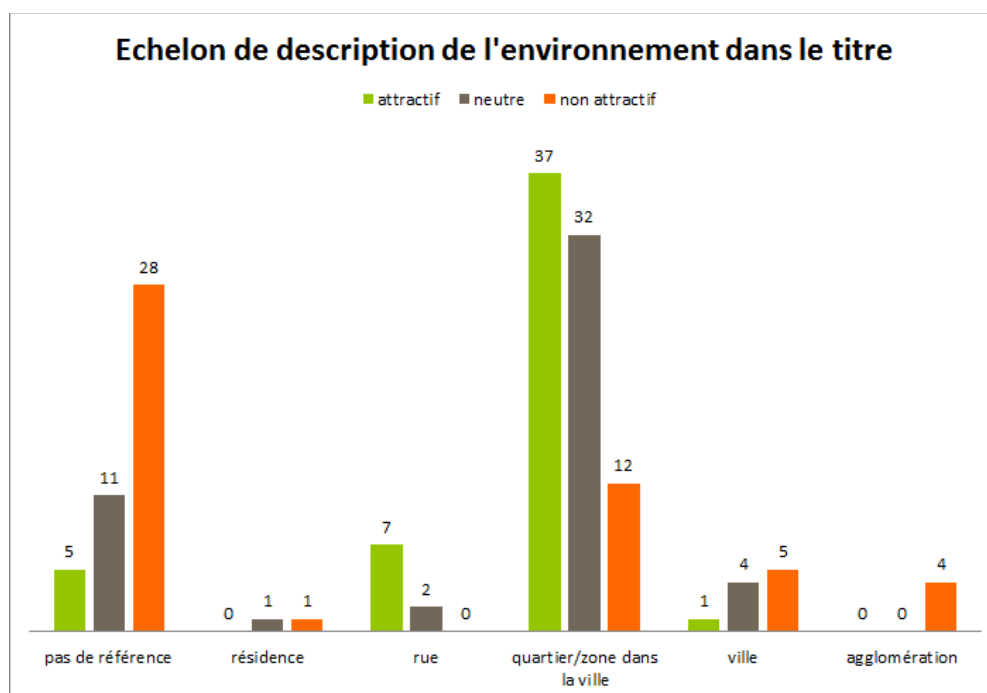


Graphique 2 : Moment de l'environnement et moment d'intervention de sa description ((Réalisation : O. Robson, C. Schiery)

Nous pouvons voir que pour l'ensemble des terrains, l'environnement a été décrit spontanément par les vendeurs. Cela signifierait que l'environnement semble naturellement important à décrire pour les vendeurs et peut être un atout de vente considérable.

De plus, nous pouvons voir que cette description de l'environnement intervient principalement en début de description du logement. Ainsi, on pourrait penser que l'environnement serait un élément important à décrire car il serait un des meilleurs atouts du logement. Toutefois, les écarts de résultats entre chaque terrain n'étant pas assez importants, nous ne pouvons pas conclure sur le fait qu'il y ait un rapport avec l'image du quartier.

1.2.3. L'environnement du logement est-il mentionné dans le titre des annonces ? Si oui, à quel échelon ?



Graphique 3 : Echelon de description de l'environnement dans le titre (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)

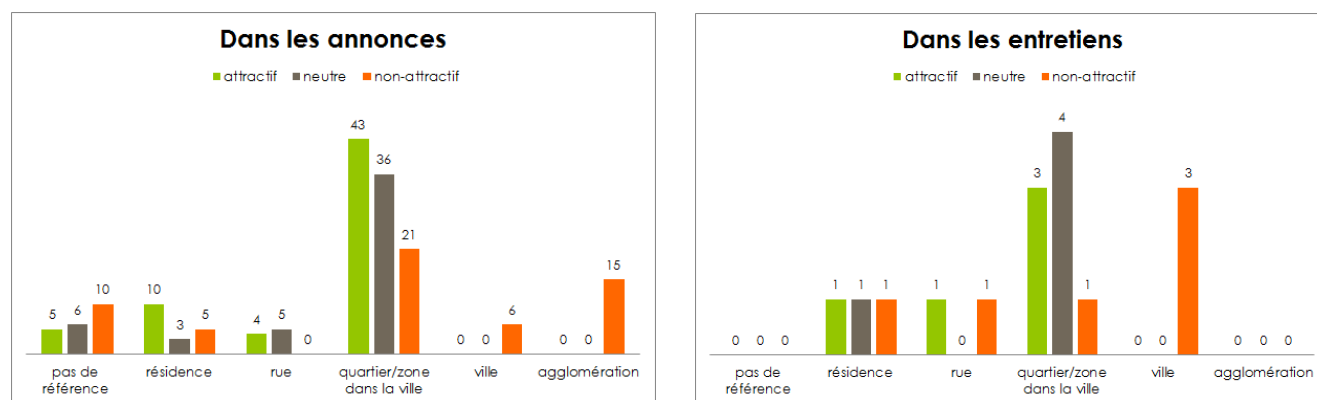
Nous pouvons voir que seuls les vendeurs du quartier non attractif font référence à l'agglomération. Ceci s'expliquerait par le fait que Tours est une ville plus connue que Saint-Pierre-des-Corps, de par son statut de ville-centre. Il serait donc plus avantageux pour un vendeur du terrain non attractif d'annoncer que son logement se situe à proximité de Tours ou bien même à Tours (bien qu'il n'y soit pas réellement).

Pour ce qui est du non référencement de l'échelon de description de l'environnement, nous pouvons voir que les vendeurs du quartier non attractif se démarquent nettement des deux autres terrains. Au contraire, dans le terrain attractif, très peu de vendeurs s'abstiennent de toute référence à l'environnement du logement. Cela pourrait montrer que l'environnement dans le titre de l'annonce, pour le terrain non attractif, ne serait pas un élément vendeur. Ceci expliquerait que l'environnement du logement ne soit présent que dans le titre de moins de la moitié des annonces.

Globalement, lorsqu'il s'agit de parler de l'environnement, c'est à l'échelon du quartier que les vendeurs vont faire référence. Ceci est largement le cas pour les terrains attractif et neutre. Toutefois, pour le terrain non attractif, la référence au quartier est relativement peu utilisée. Cela pourrait se traduire par le fait que le vendeur ne se considère pas comme un habitant du quartier. Celui-ci ne se référerait pas au quartier par manque d'appartenance à celui-ci, car le quartier n'aurait pas de véritable identité propre à lui.

Pour l'ensemble des terrains, l'échelon de la résidence est très peu évoqué.

1.2.4. L'environnement du logement est-il mentionné dans le texte des annonces et dans les discours produits en entretien ? Si oui, à quel échelon ?



Graphique 4 : Echelon de description de l'environnement dans le texte (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)

Quel que soit le support du discours, on observe que l'échelon de la ville et l'échelon de l'agglomération ne sont utilisés pour décrire l'environnement que pour les logements situés sur le terrain non attractif. Cette forte représentation est liée à de nombreuses références à la ville de Tours, fortement attractive de par son statut de ville-centre de l'agglomération

« *C'est pas trop près de l'autoroute, mais c'est quand même **proche de Tours*** »

« *C'est très bien situé parce que la gare est à côté, et on a... place, **vous allez place Jean Jaurès à pied !*** »

Cette situation s'inverse lorsque l'on étudie la description utilisant l'échelon du quartier ou de la zone dans la ville : l'environnement des logements situés dans les terrains attractifs ou neutre est beaucoup plus décrit à cet échelon

« *y a le **marché**, y a les **halles**, y a...bon, on sait pas quoi faire on descend, euh... C'est impeccable* »
 « *moi je **fais tout à pied**, j'ai... j'ai les cinémas là, je vais aux studios, je vais... j'ai choisi mon dentiste, mon machin, j'ai...* » (habitante de Tours Centre)

« *la proximité du centre-ville, donc euh ce que je vous disais, **proximité des restaurants, des commerces**, donc on a rien, on a plus besoin de prendre la voiture* » (habitant de Tours Centre)

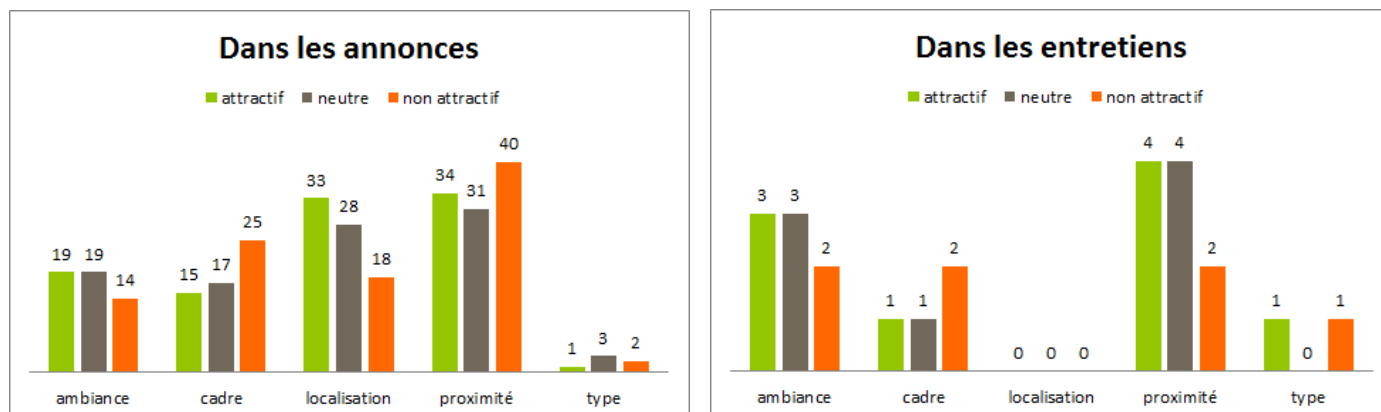
« *c'est un quartier pour moi qui est **calme**, euh... je suis pas loin du centre-ville, je suis pas loin des axes pour sortir* » (habitant de Tours Febvotte)

Les échelons de la résidence et de la rue sont moins présents, mais sont toutefois plus présents dans la description de l'environnement des logements situés dans le terrain attractif.

L'absence d'échelon de description de l'environnement n'intervient que dans les annonces. En effet, nous avons incité les interviewés à s'exprimer sur leur appréciation de l'environnement, les amenant ainsi à en parler, quel que soit l'échelon de description utilisé. Cependant, l'environnement n'a été décrit à aucun échelon dans 21 annonces. Ce cas de figure arrive plus souvent lorsqu'on se situe sur le terrain non attractif que sur les autres.

Malgré des différences peu marquées, nous pouvons tout de même constater que l'environnement est un peu moins décrit sur le terrain non attractif que sur les autres, mais qu'il est plus souvent décrit à un plus grand échelon, allant au-delà du quartier. Cela pourrait s'expliquer par le fait que la ville voisine (Tours, en l'occurrence) ou l'agglomération aient une meilleure image que le quartier ou la ville même de Saint-Pierre-des-Corps.

1.2.5. Quelles sont les catégories de description de l'environnement dans le texte des annonces et dans les discours produits en entretien ?



Graphique 5 : Catégories de description de l'environnement dans le texte (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)

Visiblement, le type d'environnement (résidentiel, campus, ...) n'est que peu utilisé pour décrire l'environnement dans les discours étudiés. Cependant, d'autres critères sont plus révélateurs :

On constate tout d'abord que l'ambiance est moins utilisée pour décrire l'environnement dans le terrain non attractif : cela peut révéler une dévalorisation de l'ambiance dans l'imaginaire collectif, ou bien une absence de caractères d'ambiance remarquables.

Au contraire, le cadre est plus décrit dans le terrain non attractif que dans les terrains non attractifs et neutres. Cela pourrait s'expliquer par le fait que cet aspect de l'environnement soit celui dont il est le plus facile de parler. En effet, le cadre est moins lié à l'image du quartier que la localisation ou l'ambiance par exemple : il s'agit soit de petits aménagements de proximité ou bien d'éléments naturels présents à l'échelon intercommunal (« *On veut se balader, ben y a la Loire qu'est là, on veut se balader, y a le Cher qu'est là* »).

La localisation n'est pas présente dans les entretiens, car ces derniers se sont souvent déroulés au domicile des interviewés, ou bien après avoir demandé aux interviewés la localisation de leur logement (pour s'assurer qu'il se situe dans l'un de nos terrains d'étude). Ainsi, la localisation étant déjà connue, les interviewés semblent ne pas avoir trouvé utile de l'évoquer dans leur discours.

Elle est toutefois exprimée dans les annonces. On y observe un gradient : plus le terrain est attractif, plus la mention de la localisation est fréquente. Ce gradient montre qu'une bonne localisation, synonyme d'attractivité du terrain, est un élément vendeur.

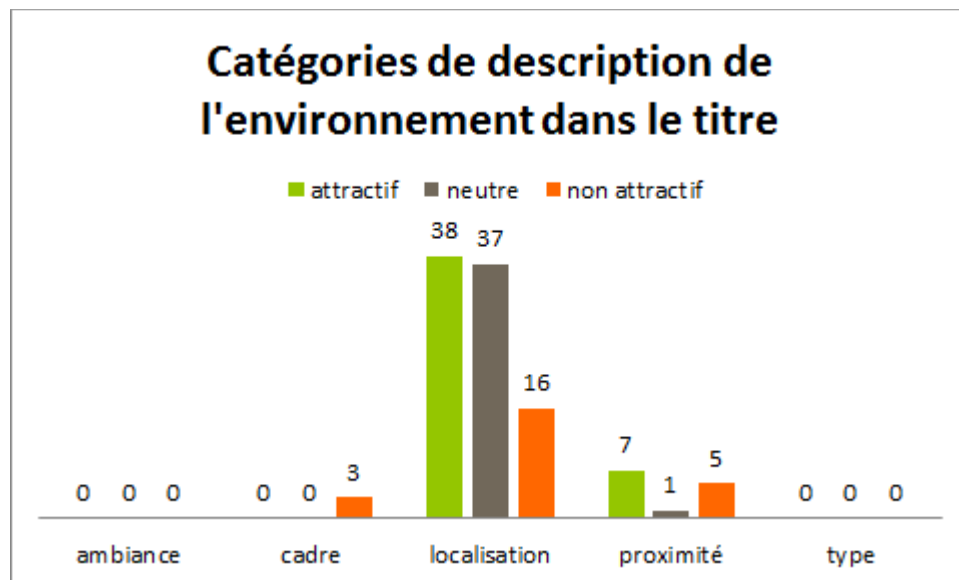
La faible part d'annonces mentionnant la localisation du logement dans le terrain non attractif est à mettre en lien avec la forte proportion de ces mêmes annonces utilisant le vocabulaire de la proximité : il est possible que, ce terrain n'étant pas attractif, l'annonceur ait peur d'effrayer l'acquéreur. Au lieu de donner la localisation du lieu, qu'il considère comme un élément négatif pour la vente, l'annonceur va plutôt évoquer ce qui se trouve à proximité du logement :

« *C'est très bien situé parce que la gare est à côté* »

« *... travaillant à la SNCF et euh... donc euh je suis euh... à proximité de mon travail* »

« *Oh c'est bien desservi, on a des bus là...* »

1.2.6. Quelles sont les catégories de description de l'environnement dans le titre des annonces ?



Graphique 6 : Catégories de description de l'environnement dans le titre (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)

Au vu de ce graphique, nous pouvons voir que, parmi les titres évoquant l'environnement du logement, les vendeurs ont pour objectif de renseigner la localisation du logement ou bien de situer le logement en y précisant sa proximité à un élément notable. Ceci est valable pour l'ensemble des terrains. Ainsi, l'intervention de la description de l'environnement dans le titre intervient uniquement dans le but de renseigner l'acheteur potentiel sur la localisation de l'appartement.

Bien que ce soit le cas pour très peu d'annonces, le cadre de l'environnement a été décrit uniquement dans le terrain non attractif.

Pour ce qui concerne la proximité, nous pouvons observer, pour le terrain non attractif, cinq cas traitant de la proximité à un lieu. Cela est à mettre en parallèle avec l'échelon à laquelle le vendeur se place. En effet, pour plusieurs cas, les vendeurs du terrain non attractif préfèrent mentionner le fait que leur logement se trouve à proximité de Tours plutôt que de dire que le logement se trouve à Saint-Pierre-des-Corps. De la même manière, pour les vendeurs du terrain neutre, plusieurs ont localisé leur logement à Tours Centre sans toutefois y être réellement. Ainsi, on peut voir que le centre de Tours pour les habitants du terrain neutre sera considéré plus grand qu'il ne l'est réellement (par rapport aux véritables contours administratifs).

Ce que le thème "description générale de l'environnement" nous apporte

Notre thème d'analyse "description générale de l'environnement" nous a permis d'évaluer quatre sous-thèmes.

Tout d'abord, nous avons observé qu'en matière de part du discours dédiée à l'environnement du logement, les annonces ne permettaient pas d'obtenir un résultat significatif ; les entretiens révèlent toutefois que l'environnement prend une place plus importante dans le discours lorsqu'un terrain est attractif, et en prend moins lorsqu'il est non attractif.

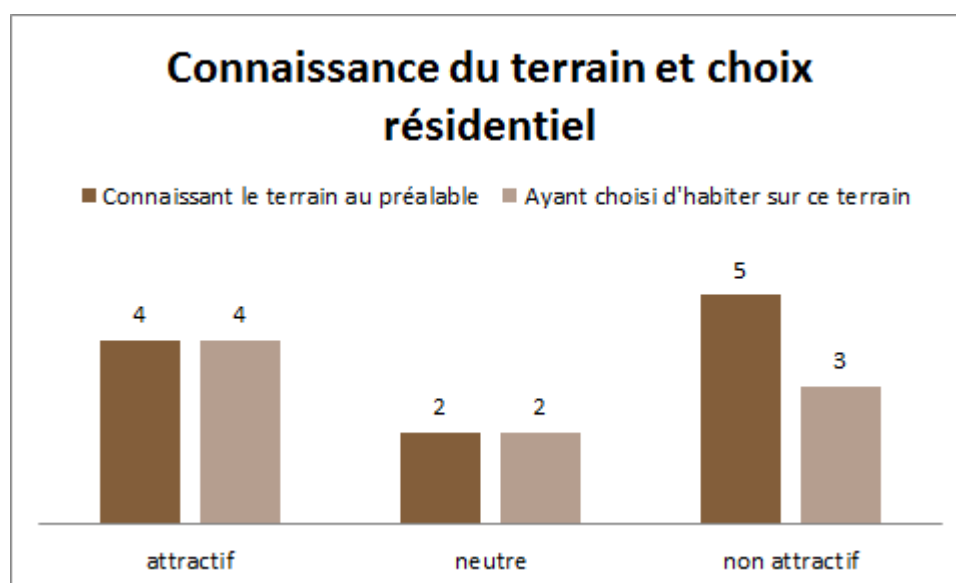
Le moment d'intervention de la description de l'environnement dans les annonces n'est pas significatif, les écarts entre les terrains étant trop faibles pour révéler des tendances.

Concernant l'échelon de description de l'environnement dans le titre des annonces, les vendeurs de logements situés dans le terrain non attractif se placent à un échelon beaucoup plus large que les autres : ils parleront plus de la ville, de l'agglomération, plutôt que du quartier. L'échelon du quartier est en revanche très utilisé pour les titres d'annonces dont les biens sont situés dans le terrain attractif ou le terrain à image neutre. Lorsque cet échelon de description est placé dans le texte de l'annonce ou dans un entretien, le terrain non attractif se démarque encore : les seuls discours utilisant l'échelon de la ville ou de l'agglomération sont produits sur le terrain non attractif, tandis que les vendeurs ou interviewés utilisent majoritairement l'échelon du quartier dans les deux autres types de terrains.

Les catégories de description de l'environnement dans le titre des annonces traitent surtout de la localisation, donnant ainsi une information sur la position géographique du bien, un critère essentiel lors du choix d'un logement. Les autres catégories de description sont plus utilisées dans le texte des annonces ou dans les entretiens : les termes relevant de l'ambiance sont moins utilisés dans le terrain non attractif, les termes traitant du cadre sont en revanche plus présents dans ce dernier. La localisation n'est pas exprimée dans les entretiens (nous nous trouvions souvent au domicile de la personne interviewée), mais l'est dans le texte des annonces : on constate alors un gradient (plus le terrain est attractif, plus la localisation est présente dans le texte des annonces). Ce gradient s'inverse pour la catégorie "proximité", dont les termes sont plus employés dans le terrain non attractif.

1.3. Analyse du thème "choix résidentiel" à l'aide des entretiens

1.3.1. La connaissance préalable du terrain a-t-elle influencé le choix résidentiel ?



Graphique 7 : Connaissance du terrain et choix résidentiel (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)

Ce graphique révèle deux éléments :

Tout d'abord, tout comme le graphique précédent, il montre que les terrains attractif et non attractif sont plus fréquemment connus avant l'emménagement que le terrain à image neutre : on peut extrapoler sur la possibilité que cela soit représentatif de l'imaginaire collectif. Cela montre que les terrains attractif et non attractif ont une image forte, tandis que le terrain à image neutre ne marque pas l'imaginaire collectif.

Ensuite, on constate que le nombre d'interviewés connaissant le terrain avant d'y habiter est égal au nombre d'interviewés ayant choisi d'habiter sur ce terrain. Il s'agit généralement (dans 10 cas sur 15) des mêmes personnes, celles ne connaissant pas le terrain n'ayant pas choisi d'y habiter :

Terrain	Interviewé(s)	Connaissance terrain	Choix terrain
attractif	Mme P.	oui	oui
attractif	Mr C.	non	non
attractif	Mr M.	oui	non
attractif	Mr P.	oui	oui
attractif	Mr R.	oui	oui
neutre	Mr G.	oui	oui
neutre	Mr L.	oui	non
neutre	Mr et Mme B.	non	non
neutre	Mr et Mme V.	non	oui
neutre	Mr Q.	non	non
non attractif	Mme H.	oui	oui
non attractif	Mme P.	oui	non
non attractif	Mr L.	oui	oui
non attractif	Mr et Mme S.	oui	oui
non attractif	Mr N.	oui	non
Corrélations			10
Non-corrélations			5
Total			15

Tableau 9 : Corrélations entre connaissance préalable du terrain et choix du terrain (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)

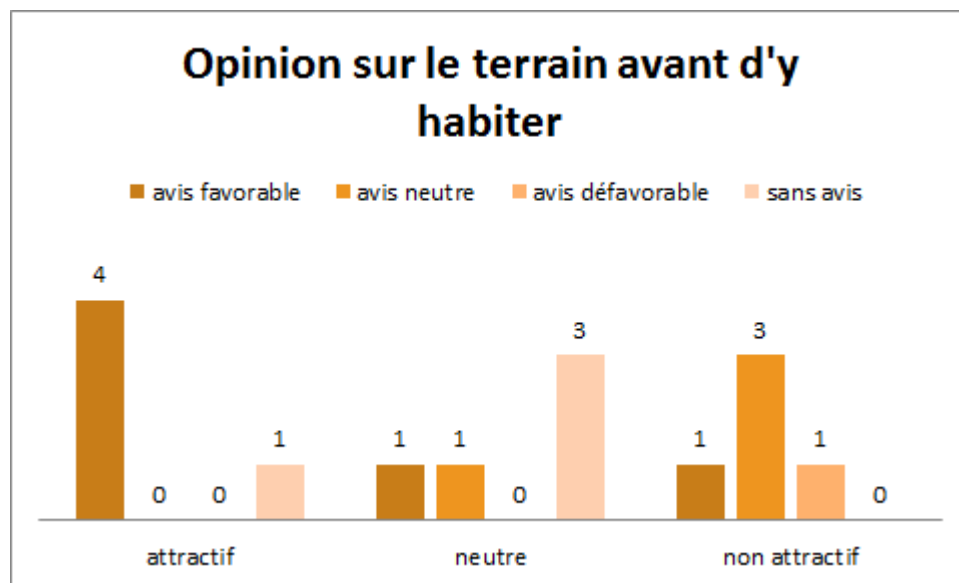
Cependant, le terrain non attractif diffère des autres : tous les interviewés connaissaient la ville de Saint-Pierre-des-Corps avant d'y habiter, mais seulement trois d'entre eux ont choisi d'y habiter. Ainsi, deux interviewés sont venus y habiter en connaissant cette ville, mais ne l'ont pas choisie ; il s'agissait d'une contrainte financière ou bien d'une simple opportunité :

« on a acheté au départ notre premier logement à Saint-Pierre pour des raisons en grande partie économiques, parce que **c'était bon marché** »

« Moi ça me plaisait bien d'être entre les deux rivières, donc au lieu que ça soit La Riche ben ça a été Saint-Pierre-des-Corps, parce que c'est Saint-Pierre qu'est sorti le premier, **sinon ça aurait été la Riche j'aurais été à La Riche** »

Ce graphique révèle donc la corrélation entre la place d'un terrain dans l'imaginaire collectif et le choix résidentiel.

1.3.2. Quels étaient les opinions des interviewés sur le terrain avant d'y habiter ?



Graphique 8 : Opinion sur le terrain avant d'y habiter (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)

Il importe de distinguer l'avis neutre de l'absence d'avis : dans le premier cas, l'interviewé connaissait le terrain mais n'en pensait rien de positif ou de négatif, tandis que dans le second cas l'interviewé n'avait pas d'avis sur le terrain car il ne le connaissait pas.

On constate que les avis favorables sont les plus représentés pour le terrain attractif :

« j'ai vu que y avait quelque chose qui se.. qui se débloquent ici, et puis, et puis comme le quartier me plaisait, ben... j'y suis... bon j'ai déménagé »

« Critère le centre, l'hyper-centre. L'emplacement, l'emplacement, l'emplacement »

« j'étais très attiré par le centre de Tours »

Cela confirme que l'image du terrain attractif est positive : il est bien perçu dans l'imaginaire collectif.

Le terrain ayant une image neutre est celui qui présente le plus d'occurrences pour l'absence d'avis. Cela confirme son statut de terrain à image neutre : il est peu représenté dans l'imaginaire collectif.

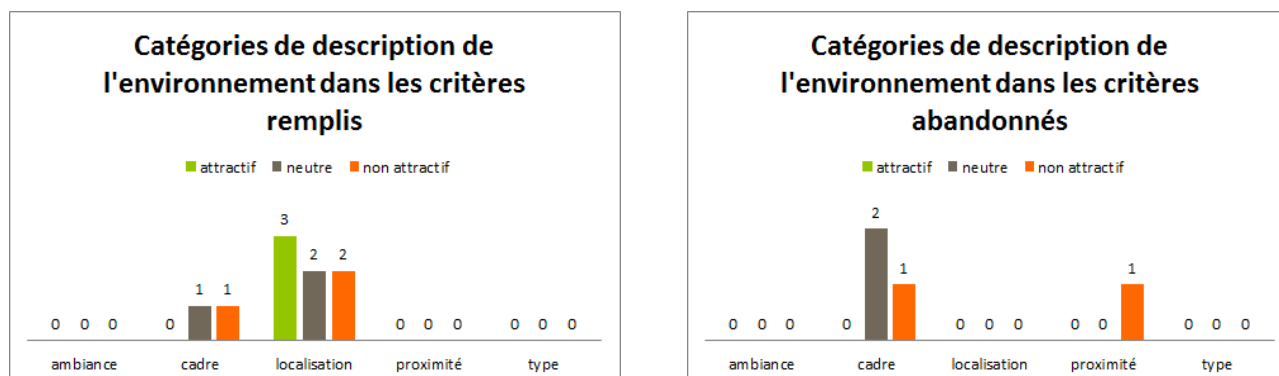
« Euh... moi après non effectivement j'avais aucun a priori », « Je vous dis, c'est l'opportunité du prix, euh voilà, le fait de faire une bonne affaire au prix, au niveau du prix d'achat qui est... qui fait que j'étais là, après ça aurait pu être ailleurs »

« je connaissais pas ce quartier, on y venait pas par ici. C'était le bout du monde »

Les interviewés habitant sur le terrain non attractif en avaient le plus souvent une image neutre avant leur arrivée. Cela peut soit montrer que ce terrain n'est pas entièrement non attractif, mais aussi que les interviewés souhaitaient valoriser leur logement dans les entretiens, en minimisant l'image négative de leur environnement.

« Mais j'ai pas une image négative du tout de Saint-Pierre-des-Corps euh... euh, c'est la banlieue de Tours, y a la gare qui est proche, euh... euh, c'est, c'est... mes parents habitaient aux Rives du Cher, donc c'est tout droit, euh... donc j'ai été attirée par Saint-Pierre-des-Corps sur le plan du travail d'abord, et puis euh, je, non j'en avais pas une image négative, je savais que je... c'est dans de bonnes conditions pour vivre, quand même. »

1.3.3. L'environnement est-il mentionné dans les discours produits en entretien ? Si oui, quelles sont les catégories de description utilisées ?



Graphique 9 : Catégories de description de l'environnement dans les critères (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)

Nous pouvons observer une contradiction dans les discours produits en entretien : sur quinze interviewés, onze connaissaient déjà le terrain, et neuf d'entre eux affirment avoir choisi d'habiter sur ce terrain. Cependant, l'environnement n'apparaît que peu dans les critères de choix résidentiel. Nous pensons que ce paradoxe provient du déroulement des entretiens, où le thème des critères de choix de logement a été difficile à traiter, les interviewés répondant généralement brièvement à nos questions sur ce thème (d'autant plus pour les critères abandonnés).

Cela peut provenir d'un oubli des critères lorsque le logement a été acheté il y a plusieurs décennies (« Je connaissais. Oui oui tout à fait, ben euh... j'ai... depuis l'âge de... j'habite ici depuis l'âge de cinq ans, hein », habitant de Saint-Pierre-des-Corps), ou d'une incompréhension de la question (« je vais vous faire quand même un peu d'histoire » habitant de Tours Centre ou encore « C'est un concours de circonstances », habitant de Tours Febvotte), sûrement due à notre inexpérience dans la conduite d'entretien de recherche.

On peut cependant constater que la localisation est la catégorie la plus représentée dans les critères remplis (neuf occurrences) : ainsi, la position géographique du logement serait un élément clé dans la décision d'acquisition. Aucune conclusion ne peut être tirée de cette analyse au vu de ces résultats.

Ce que le thème "choix résidentiel" nous apporte

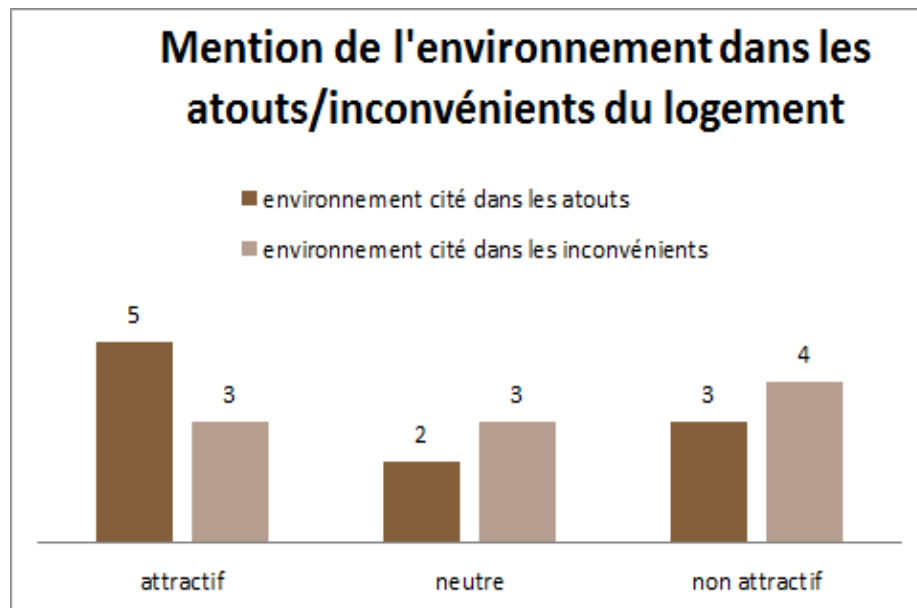
Ce thème a été exclusivement traité avec les entretiens. Les terrains attractif et non attractif sont ceux pour lesquels la connaissance du terrain avant d'y habiter est la plus fréquente, confirmant leur image forte dans l'imaginaire collectif. La majorité des personnes connaissant le terrain avant d'y habiter ont choisi de vivre précisément sur ce terrain. On remarque cependant que le terrain non attractif est le seul dans lequel des habitants n'ont pas choisi d'habiter alors qu'ils le connaissaient. La contrainte financière ou l'opportunité sont alors les motifs du choix résidentiel. On observe donc que le choix du terrain est directement lié à sa connaissance préalable dans la majorité des cas.

Nous avons également recensé les avis qu'avaient les habitants sur le terrain avant d'y habiter. Le terrain attractif comporte le plus d'avis positifs, le terrain neutre est celui où le plus de personnes avaient un avis neutre avant d'y habiter, mais cet avis est également très présent chez les habitants du terrain non attractif, pour lesquels nous avons eu le sentiment qu'ils cherchaient à minimiser l'image négative de ce terrain.

Enfin, les catégories de description de l'environnement dans les critères de choix du logement sont très peu représentatives, n'étant que peu présentes dans les réponses des interviewés, même si la localisation est la catégorie la plus représentée dans les critères remplis, montrant ainsi l'importance de la situation géographique du bien immobilier dans le choix résidentiel.

1.4. Analyse du thème “atouts et inconvénients du logement” à l’aide des entretiens

1.4.1. L'environnement du logement est-il mentionné dans les atouts et inconvénients du logement ?



Graphique 10 : Mention de l'environnement dans les atouts et inconvénients (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)

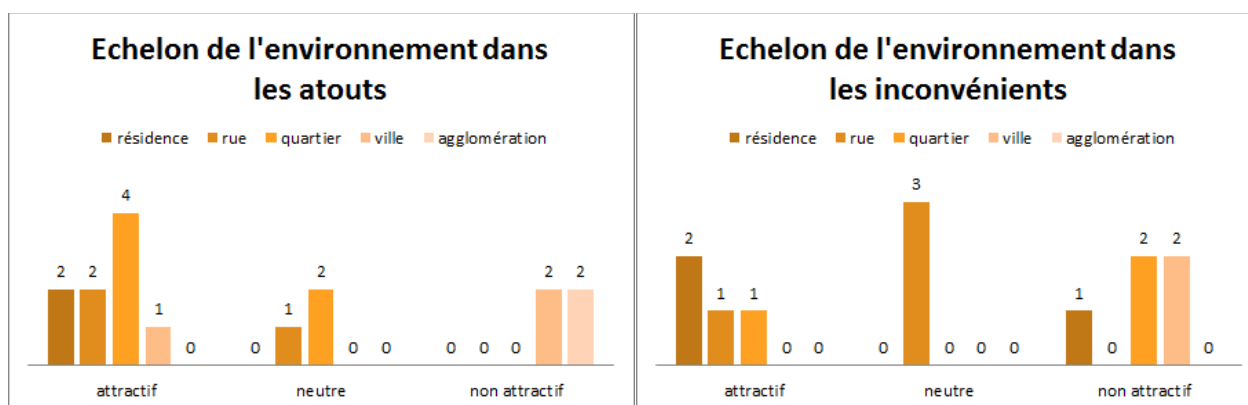
Ce graphique montre le nombre d’entretiens dans lesquels l’environnement est cité dans les atouts et inconvénients du logement.

On observe que l’environnement est toujours mentionné en tant qu’atout dans le terrain attractif. De plus, ce terrain est le seul pour lequel l’environnement est plus souvent cité en tant qu’atout qu’en tant qu’inconvénient.

Concernant les terrains neutre et non attractif, l’environnement est plus souvent cité dans les inconvénients du logement que dans les atouts.

Nous pouvons en déduire que l’environnement est considéré comme un atout du logement (et augmente donc sa valeur dans l’imaginaire collectif) lorsque le terrain est attractif.

1.4.2. A quel échelon est décrit l'environnement du logement lorsqu'on en liste les atouts et inconvénients ?



Graphique 11 : Echelon de l'environnement (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)

Ces graphiques recensent le nombre d'occurrences de l'environnement dans les discours produits lors des entretiens.

Concernant le terrain attractif, on constate que les références à l'environnement sont présentes neuf fois dans les atouts, dont quatre pour l'échelon du quartier. Elles apparaissent quatre fois dans les inconvénients, l'échelon le plus représenté étant la résidence. On peut en déduire que le quartier est un atout important et que la résidence est l'échelon pouvant présenter le plus d'inconvénient. Cependant, la résidence est de l'ordre du privé, elle n'a pas d'image à l'échelon de la ville ou de l'agglomération comme peuvent en avoir les autres échelons. Ainsi, le critère positif est celui ayant un fort impact sur les représentations sociales (comme expliqué dans l'état de l'art, le quartier porte un nom qui le fait connaître à l'échelon de la ville au moins).

Pour ce qui est du terrain neutre, l'environnement est contenu trois fois dans les atouts, dont deux pour l'échelon du quartier. Il est également présent à trois reprises dans les inconvénients, uniquement à l'échelon de la rue. Le quartier est donc l'échelon le plus cité dans les atouts, mais il l'est deux fois moins que pour le terrain attractif (quatre occurrences dans les atouts). La rue comme inconvénient ne semble pas liée à l'image sociale: il s'agit généralement d'inconvénients du domaine du pratique, comme le bruit ou le stationnement :

« L'impasse n'est pas facile. Pour sortir de l'impasse, faut y aller en marche arrière ! »

« La rue Febvotte est très bruyante, c'est pour ça qu'on a mis des... des vitres euh... ah, des vitres, de sécurité là, et qui nous isolent du bruit, mais faut pas ouvrir les fenêtres, parce que c'est très passager »

Le terrain non attractif voit l'environnement cité quatre fois dans les atouts, aux échelons de la ville et de l'agglomération uniquement. Cela montre que les échelons de l'environnement ayant un impact négatif sur l'imaginaire collectif sont peu représentés, tandis que des échelons ayant un impact positif le sont plus. Les seuls atouts de l'environnement d'un logement corpopétrussien seraient donc sa proximité avec Tours.

Les inconvénients du terrain non attractif comptabilisent au total cinq références à l'environnement, dont deux à l'échelon du quartier et deux à l'échelon de la ville. Ainsi, les échelons pouvant avoir une image négative sont réellement perçus comme des inconvénients par les corpopétrussiens. Cela peut venir de leur assimilation des représentations sociales (« on commence à faire limite banlieusards »), ou bien d'un réel désagrément présent à ces échelons (« y a les avions, voilà. C'est un, c'est un... l'ennui principal. Deuxième ennui, c'est... le gaz, à côté là, hein euh, c'est bien connu. »).

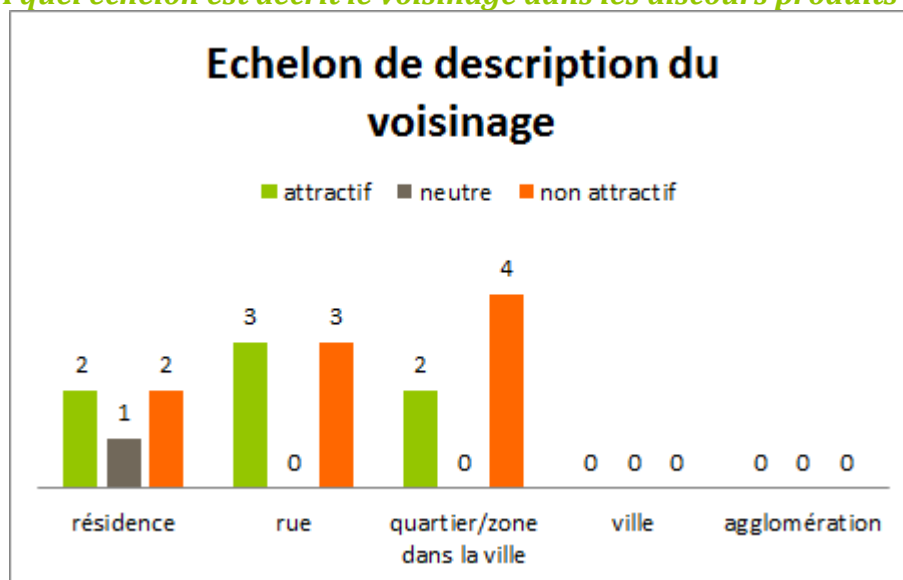
Ce que le thème "atouts et inconvénients" nous apporte

L'environnement est fréquemment cité lorsque l'on demande à une personne de donner les atouts et les inconvénients de son logement. Cependant, sa mention varie selon les terrains : dans le terrain attractif, il est toujours mentionné dans les atouts, moins fréquemment dans les inconvénients. Dans le terrain neutre et le terrain non attractif, il est, à l'inverse, plus souvent présent dans les inconvénients que dans les atouts. Il peut donc uniquement être avancé que l'environnement est considéré comme un atout lorsque le terrain est attractif, améliorant ainsi l'image du logement dans l'imaginaire collectif.

Concernant l'échelon de description du logement, on observe, comme pour la description générale de l'environnement, que les échelons les plus grands (ville et agglomération) sont les plus utilisés pour décrire l'environnement du terrain non attractif. L'échelon du quartier, en revanche, est à la fois le plus cité dans les atouts du terrain attractif et le plus cité dans les inconvénients du terrain non attractif. On remarque également que l'environnement est moins cité dans le terrain à image neutre que dans les autres terrains, mais que l'échelon le plus représenté dans les atouts y est le quartier.

1.5. Analyse du thème "voisinage" à l'aide des entretiens

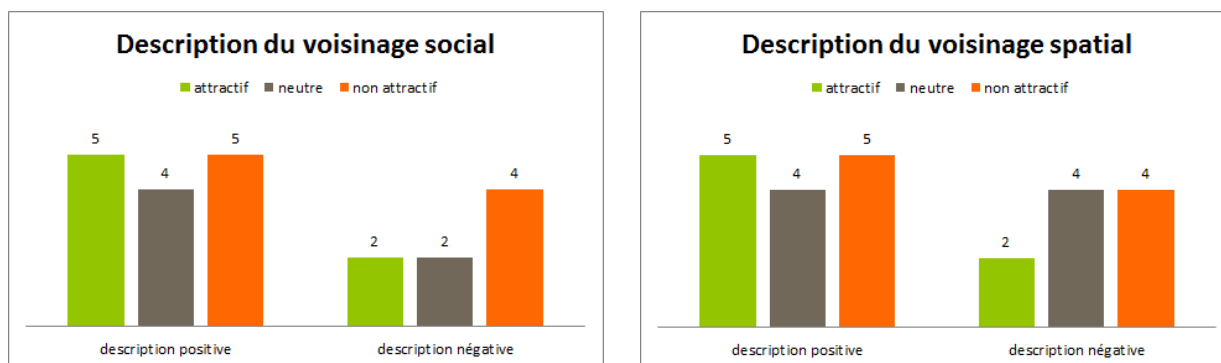
1.5.1. A quel échelon est décrit le voisinage dans les discours produits en entretien ?



Graphique 12 : Echelon de description du voisinage (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)

Lorsque l'on demande aux interviewés de leur parler du voisinage, aucun ne parle de la ville ou de l'agglomération : voisinage est donc entendu au sens "proche du logement". On observe que le voisinage n'est presque pas décrit à un échelon précis par les habitants du terrain à image neutre. Pour les terrains attractif et non attractif, en revanche, les échelons les plus utilisés sont la rue et le quartier, même si la résidence est elle aussi utilisée. On ne note pas de différence dans l'échelon de description entre ces deux terrains.

1.4.2. Le voisinage social et spatial du logement est-il apprécié ?



Graphique 13 : Description du voisinage social et spatial (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)

Le voisinage social (les personnes occupant des espaces à proximité du logement) et le voisinage spatial (les espaces à proximité du logement) apparaissent tous deux fréquemment au cours des entretiens. A une exception près (les descriptions négatives dans le terrain neutre), on constate que les occurrences du positif et du négatif sont les mêmes pour le voisinage social et pour le voisinage spatial.

On constate de manière empirique que l'appréciation positive du voisinage social est toujours liée à une appréciation positive du voisinage spatial (et vice-versa), quelle que soit l'attractivité du terrain. Concernant l'appréciation négative, on constate que l'appréciation négative du voisinage social est liée à une appréciation négative du voisinage spatial, dans les terrains de type « attractif » et « non attractif ».

En comparant les terrains, on constate que les différences entre les terrains sont peu marquées. On observe toutefois deux exceptions :

Les descriptions négatives du voisinage social sont plus présentes dans le terrain non attractif : les habitants de Saint-Pierre-des-Corps ont plus de problèmes leurs voisins que les habitants de Tours Centre ou de Febvotte. Les problèmes de voisinage social à Saint-Pierre-des-Corps sont liés à :

- un manque de communication, de lien social : « *on est intégré mais on, c'est quand même très distant* », Mme H. ; « *on partage pas des... on a pas... d'idéal commun.* », Mme S.
- des incivilités : « *ils frisent pas la délinquance, non, pas du tout, mais ils sont un petit peu... on va dire, entre guillemets, voilà. Les, les... voilà, ils vont... ils vont abîmer, ils vont...* », Mme H. ; « *y a des voisins qui sont des fois un petit peu plus euh... compliqués à vivre* », Mr L.
- un manque d'animation : « *Et pas assez de vie dans le quartier. Trop, trop... que des personnes âgées.* », Mme S.

Les descriptions négatives du voisinage spatial sont moins présentes dans le terrain attractif : les habitants de Tours Centre sont moins critiques envers les espaces à proximité de leur logement que les habitants de Febvotte ou de Saint-Pierre-des-Corps. Cela peut être mis en relation avec le fait que tous les interviewés résidant à Tours Centre ont mentionné l'environnement dans les atouts de leur logement.

Ce que le thème "voisinage" nous apporte

On note tout d'abord l'échelon le plus représenté lors de la description du voisinage : il s'agit le plus souvent du quartier ou de la rue, bien que la résidence soit également un échelon de description du voisinage. Les échelons sont représentés de manière quasi identique dans la description du voisinage en terrain attractif ou non attractif, mais ne sont presque pas évoqués en terrain à image neutre.

Concernant les descriptions du voisinage social et du voisinage spatial, on peut considérer ce sous-thème comme exploitable du fait de la forte présence de description de ces deux aspects du voisinage: sur un total de 15 entretiens, le voisinage social est évoqué dans 11 entretiens, le voisinage spatial dans 12 entretiens.

Les occurrences du positif et du négatif sont généralement les mêmes pour le voisinage social et pour le voisinage spatial. Quelle que soit l'attractivité du terrain, l'appréciation positive du voisinage social est corrélée à une appréciation positive du voisinage spatial. Il en est de même pour l'appréciation négative, sauf dans le terrain à image neutre.

Les différences entre les terrains sont ici peu marquées, la tendance observée est générale et non différenciée selon l'attractivité du terrain. On voit cependant apparaître deux exceptions à ce lissage des résultats entre les terrains : dans le terrain non attractif, les interviewés donnent plus souvent des descriptions négatives du voisinage social, et dans le terrain attractif, les interviewés donnent moins souvent des descriptions négatives du voisinage spatial.

Finalement, l'analyse statistique répond-elle à notre problématique ?

Pour rappel, notre postulat de départ est le suivant :

Nous supposons que nous aimons notre environnement lorsqu'il améliore notre image sociale. Au contraire, nous ne l'aimons pas lorsqu'il déprécie notre image sociale

Nous entendons répondre, en analysant des petites annonces et des entretiens, à la problématique suivante :

Comment les habitants se servent-ils ou se prémunissent-ils de l'image sociale du quartier lors de la vente d'un logement ?

Nous pensons que la réponse à cette problématique pourrait être (hypothèse finale) :

On parlerait plus de l'environnement lorsque celui-ci apporte un bénéfice à l'image sociale de ses habitants. On parlerait moins de l'environnement du logement lorsque celui-ci déprécie (a un impact négatif sur) l'image sociale de ses habitants.

Pour valider ou invalider notre hypothèse à l'aide de l'analyse statistique, nous avons répondu à plusieurs questions intermédiaires :

Quel est le lien entre l'attractivité et l'impact sur l'image sociale ?

Tout d'abord, nous nous sommes demandé si ce que l'on a défini comme l'attractivité du terrain améliore l'image sociale de ses habitants. Ainsi, nos terrains peuvent-ils être classés selon un bénéfice apporté à l'image sociale ?

La première partie de ce rapport (l'état de l'art) nous a appris :

- que le lieu de vie influence le statut social, tout comme le statut social influence le choix du lieu de vie
- que le lieu de vie est l'un des signes sociaux qui définissent le statut social, mais également l'identité sociale.
- que le choix résidentiel est l'un des produits de l'identité sociale, il est influencé par l'image que l'on veut donner de soi.
- que l'appréhension de la géographie sociale (donc du lien entre spatial et social) forme une mémoire collective. il s'agit donc d'un imaginaire collectif, lié à l'image des différents lieux.

Nous pouvons donc en déduire que le lieu de vie a une certaine image, inscrite dans l'imaginaire collectif. Le lieu de vie contribue à la définition de l'image sociale de l'individu y résidant.

De plus, notre analyse d'annonces et d'entretiens nous a montré que le terrain à image neutre avait une image moins forte dans l'imaginaire collectif que les deux autres terrains, tandis que l'environnement est vu comme un atout lorsque le terrain est attractif.

Nous avons également constaté un lien direct entre appréciation du voisinage social et du voisinage spatial, mais également entre dépréciation du voisinage social et du voisinage spatial : on aimerait donc l'environnement du logement lorsque l'on aimerait ses voisins, et vice-versa. Or le voisinage social participe fortement à l'image sociale des habitants. On peut donc déduire que l'appréciation du quartier (voisinage spatial) est liée à un voisinage social apprécié (et donc plus susceptible, s'il est agréable, d'améliorer l'image sociale des habitants du quartier).

Nous pouvons donc en déduire que l'attractivité du lieu de vie (selon les critères d'attractivité utilisés dans le cadre de ce projet) est proportionnelle à la force de son image dans l'imaginaire collectif, et à l'amélioration ou la dégradation de l'image sociale de ses habitants.

L'environnement du logement : à quel échelon se placer ?

Nous avons établi que l'attractivité du lieu de vie (ici, l'environnement du logement) était liée à l'impact sur l'image sociale des habitants. Cependant, il nous faut définir ce lieu de vie : de quel environnement parle-t-on ?

La première partie de ce rapport nous a montré que le quartier est un échelon adapté pour étudier les liens entre social et spatial, mais également qu'il était l'échelon souvent associé à une identité sociale donnée. Cependant, le manque d'annonces nous a conduit à utiliser une ville entière comme terrain non attractif. Nous avons constaté des différences d'un quartier à l'autre de Saint-Pierre-des-Corps, mais avons tout de même considéré l'ensemble de la commune comme un terrain non attractif.

Notre analyse statistique nous a confirmé l'importance de l'échelon du quartier dans l'environnement du logement : cet échelon était en effet le plus cité dans les atouts en terrain attractif, et le plus cité dans les inconvénients en terrain non attractif. De même, pour évaluer ce que les interviewés considéraient comme l'environnement de leur logement, nous leur avons demandé de parler de leur voisinage : les échelons les plus utilisés sont alors la rue et le quartier.

Nous pouvons donc avancer que l'échelon de l'environnement du logement lié au lien entre social et spatial (et donc potentiellement révélateur de l'image sociale des habitants) est le quartier.

Dans quel terrain parle-t-on le plus de l'environnement, et y utilise-t-on l'échelon impactant l'image sociale des habitants?

Une fois établi que parmi nos terrains, l'attractivité est proportionnelle au bénéfice apporté à l'image sociale, et que l'échelon le plus révélateur de l'impact sur l'image sociale des habitants est le quartier, nous nous sommes encore posé deux questions intermédiaires, visant non plus à valider le contexte de notre recherche mais à vérifier notre hypothèse :

A quel échelon est le plus décrit l'environnement dans les différents terrains ?

Dans quel terrain parle-t-on le plus de l'environnement du logement en général, et du quartier en particulier ?

Nous avons établi, au cours de notre analyse statistique, que l'échelon du quartier est plus présent dans la description de l'environnement en terrain attractif qu'ailleurs. A l'inverse, dans le terrain non attractif, les échelons les plus utilisés sont plus larges : la ville ou l'agglomération. Ainsi, les habitants du terrain attractif semblent revendiquer leur appartenance au quartier attractif, et s'en servir pour vanter les mérites de leur logement (que ce soit pour le vendre dans une annonce ou pour en donner une bonne image au cours d'un entretien).

En revanche, les habitants du terrain non attractif semblent se prémunir de l'image du quartier en utilisant une échelle plus grande : ils parlent parfois plus de Tours que de Saint-Pierre-des-Corps, où se situe pourtant leur logement. Cette utilisation ou ce rejet de l'environnement du logement impactant l'image sociale des habitants s'observe également en analysant les catégories de description de l'environnement : les habitants du terrain attractif parlent beaucoup de la localisation de leur logement (donc de sa position dans la ville), tandis que les habitants du terrain non attractif parlent plus de la proximité de leur logement à d'autres éléments.

Ainsi, lorsque le logement se situe dans un quartier améliorant l'image sociale de ses habitants, la localisation du logement est mise en avant, tandis que si le quartier déprécie cette image, la localisation est comme reniée, au profit d'une échelle plus vague, indiquant moins précisément la localisation et donc l'image sociale des habitants.

De manière plus générale, on observe (dans les entretiens) un gradient de description de l'environnement corrélé avec l'attractivité (et donc l'impact sur l'image sociale) du logement. De plus, le nombre de mots utilisés pour décrire l'environnement peut être relativisé, car tous ces mots ne traitent pas du quartier (et donc de l'échelon impactant l'image sociale), surtout dans le terrain non attractif.

Alors, la problématique ?

Nous pouvons donc valider notre hypothèse : en effet, les personnes dont le logement (ou le bien à vendre) se trouve dans un environnement améliorant l'image sociale de ses habitants parlent plus de cet environnement que lorsque ce logement se trouve dans un environnement dépréciant l'image sociale des habitants.

Notre problématique posait la question suivante : comment les habitants se servent-ils ou se prémunissent-ils de l'image sociale du quartier lors de la vente d'un logement ?

Nous avons établi que les habitants et les vendeurs d'un logement se servent de l'image sociale des habitants induite par le quartier lorsqu'elle est améliorée par ce quartier, et qu'ils s'en prémunissent lorsqu'elle est dépréciée par ce quartier.

Concernant les moyens de se servir ou de se prémunir de cette image sociale, deux méthodes sont ressorties :

- Pour se servir de l'image sociale positive donnée par la localisation en terrain attractif, les individus ont tendance à plus parler de l'environnement (en quantité) et à beaucoup décrire l'environnement du logement en utilisant l'échelon ayant le plus d'impact sur l'image sociale (c'est-à-dire le quartier).
- Pour se prémunir de l'image sociale négative donnée par la localisation en terrain non attractif, les individus utilisent des échelons de description de l'environnement plus larges que celui du quartier (la ville, voire l'agglomération), ils évoquent également plus la proximité du logement avec des éléments ayant un impact positif sur l'image sociale que la localisation même du logement.

2. Analyse lexicale : Résultats et interprétations

chambre	197	nom
cuisine	159	nom
appartement	138	nom
étage	124	nom
wc	112	nr
grand	107	adj
salledebain	89	nr
aménager	80	ver
entrée	78	nom
salon	76	nom
cave	76	nom
séjour	73	nom
tour	69	nom
placard	68	nom
chauffage	67	nom
proche	65	adj
équiper	63	ver
garetrain	62	nr
calme	61	adj
quartier	60	nom
vendre	58	ver
commerce	58	nom
ascenseur	58	nom
résidence	56	nom
petit	56	adj
salledeau	55	nr
minute	55	nom
comprendre	48	ver
pied	47	nom
parking	47	nom
copropriété	47	nom
séparer	46	ver
situer	46	ver
maison	45	nom
lumineux	45	adj
beau	45	adj
balcon	45	nom
parquet	44	nom
école	43	nom
jardin	43	nom
garage	43	nom
charge	41	nom
pièce	40	nom
proximité	39	nom
place	39	nom
travail	38	nom
rue	37	nom
refaire	37	ver
tg	36	nr
immeuble	36	nom

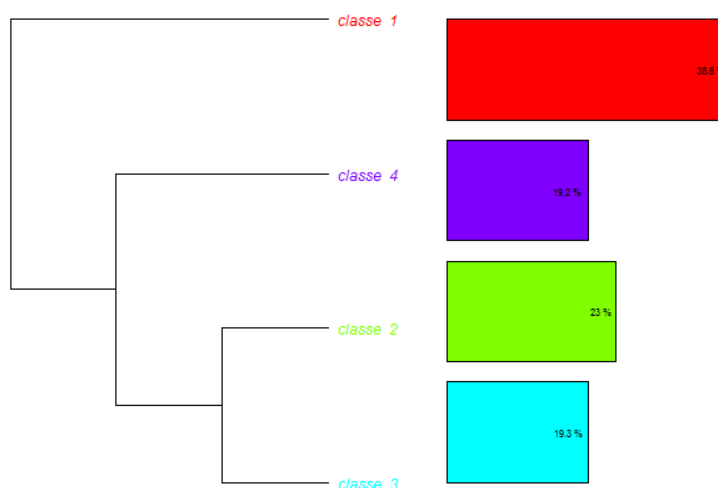
2.1 Analyse lexicale des annonces

2.1.1. Statistique textuelle

Dans un premier temps, nous allons analyser le lexique présent dans les descriptions des logements. La statistique textuelle nous montre que, de manière générale, ce sont les pièces des maisons qui sont décrites en priorité. Cela s'explique par le fait que ce soit une caractéristique essentielle du logement que le vendeur tente de vendre. Toutefois, l'environnement apparaît tout de même à maintes reprises. Parmi les cinquante termes les plus fréquents dans les annonces, nous pouvons voir que les premiers termes appartenant au domaine de l'environnement du logement sont principalement des termes appartenant à l'aspect spatial de l'environnement. On retrouve d'ailleurs les notions de proximité à un lieu, notamment avec les répétitions de « pied » et « minutes » pour évoquer les faibles temps de trajet et les termes « proche » et « proximité ».

On retrouve dans cette liste les éléments rattachés par ces notions de proximité, notamment « gare », « commerce », « place », « école », « jardin »... Ainsi, il semblerait que la proximité à ces éléments soit un élément augmentant les chances de vendre son logement. Il serait donc important aux yeux des individus de choisir un logement situé à proximité directe (puisque l'on est à quelques minutes à pied) d'éléments fréquentés régulièrement (par exemple proche des commerces, du travail, de l'école, etc.).

Grâce à l'outil classification GNEPA, nous avons pu obtenir quatre classes dont les thèmes divergent :



Graphique 14 : Classification GNEPA du corpus des annonces immobilières
(Source : réalisation O.Robson, C.Schiery, support Iramuteq)

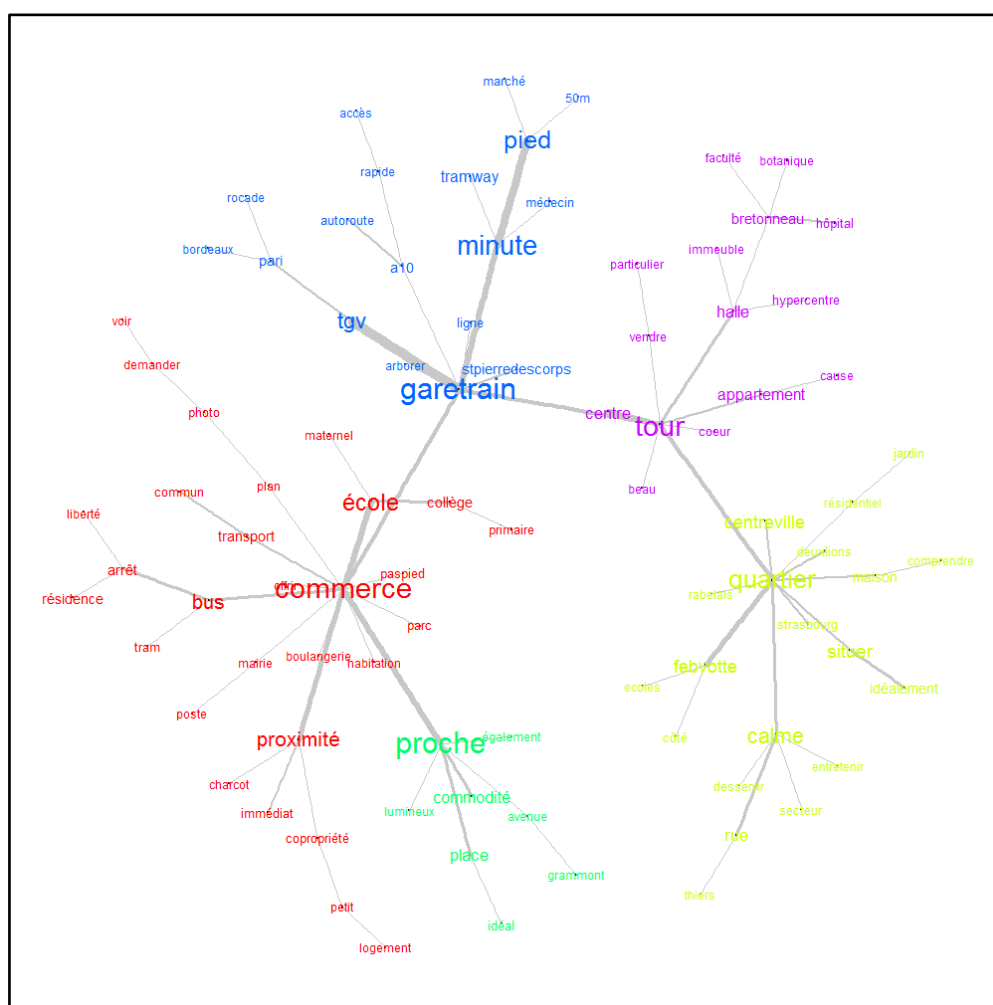
Tableau 10: Statistique textuelle des 50 termes les plus employés dans les annonces immobilières (Source : réalisation O. Robson, C.Schiery, support Iramuteq)

Classe 1 : termes relatifs aux pièces intérieures du logement	Chambre, cuisine, wc, salle de bain, aménagé, salon, séjour, grand, placard...
Classe 2 : termes relatifs au bâtiment	Étage, appartement, vendre, ascenseur, résidence, sécurisé, maison, immeuble...
Classe 3 : termes relatifs aux aménités du logement	chauffage, charges, travail, garage, vélo, eau, gaz, sous-sol, cave, local, parking...
Classe 4 : termes relatifs à l'environnement extérieur	gare, commerce, proche, minute, école, pied, Tours, quartier, TGV, bus, proximité...

Tableau 11: Caractérisation des classes générées par GNEPA (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)

2.1.2. Analyse du corpus lié à l'environnement extérieur, tous terrains confondus

La classification des termes les plus représentés ne présente pas d'intérêt dans la réponse à notre problématique ; toutefois, nous avons pu extraire le corpus lié à l'environnement du logement. A partir de ce corpus, nous allons voir plus précisément comment sont liés les termes de l'environnement en fonction du type de terrain. Ainsi, l'outil d'analyse de similitude, tous types de terrains confondus, nous permet d'obtenir le graphe suivant :



Graphique 15 : Graphe de similitude du corpus environnement des annonces immobilières (Réalisation : O. Robson, C. Schiery, Support : Iramuteq)

On peut remarquer la présence de cinq grands pôles :

- Le pôle bleu recense les termes faisant référence aux déplacements.
- Le pôle rouge recense les termes faisant référence aux services de proximité
- Le pôle vert ne présente pas de concordances logiques entre les termes le composant
- Le pôle jaune recense plusieurs qualificatifs mélioratifs de l'environnement
- Le pôle violet recense les termes faisant référence à la localisation du logement

Tout d'abord, nous pouvons voir que ces pôles ne sont pas tous reliés les uns aux autres : ils sont en effet reliés de manière linéaire. Le graphique nous montre que le pôle vert (localisation) est fortement lié au pôle rouge (proximité). Cela n'est pas surprenant, puisque l'on retrouve dans ces pôles deux termes appartenant à la même famille : « proche » et « proximité ». De plus, le thème des commodités est également un trait commun à ces deux pôles. Enfin, nous pouvons voir par rapport à la taille des mots (proportionnelle à leur fréquence d'apparition dans le texte) que la proximité à un commerce ou une école est un élément important et très employé de manière générale dans les annonces.

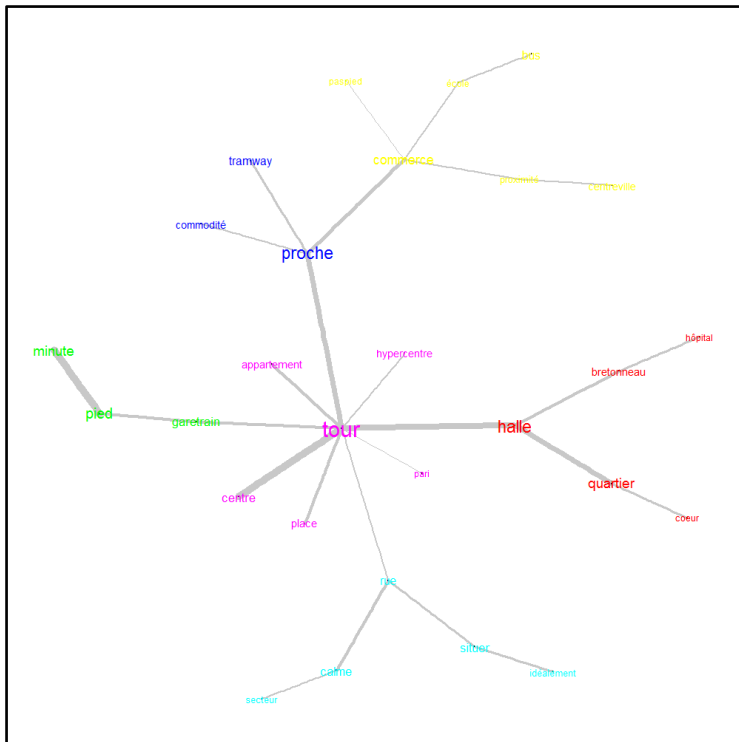
Le pôle rouge (services de proximité) est relié au pôle bleu (déplacements). Les mots contenus dans ce pôle sont relatifs à tout ce qui concerne les déplacements. On voit que les termes « commerce » et « gare » sont souvent utilisés ensemble. Pourtant, aucun lien spécifique ne semble les unir. Il semblerait que ce soit deux éléments souvent répétés ensemble dans les annonces : la proximité d'un commerce et d'une gare serait donc un élément vendeur. Ce pôle fait d'ailleurs référence à la ville de Saint-Pierre-des-Corps. Aussi, on pourrait penser que Saint-Pierre-des-Corps est associée à la gare. Il s'agirait de l'élément repère de la ville (le seul ?).

Le pôle bleu (déplacements) est ensuite relié au pôle violet (localisation). Ce dernier présente de nombreux lieux « emblématique » : la faculté, le jardin botanique, l'hôpital Bretonneau, les halles. Ces termes représenteraient donc des lieux de repères identifiables par l'ensemble de la population. Ces termes font référence pour la majorité au centre de Tours.

Le mot « racine » du pôle jaune (qualificatifs mélioratifs) est « quartier ». Autour de ce terme, nous pouvons retrouver les noms de quartiers : centre-ville, Deux Lions, Febvotte, Strasbourg, Rabelais. Nous pouvons également retrouver des qualificatifs du quartier, des termes le décrivant. Ainsi, un quartier décrit dans une annonce serait souvent un quartier résidentiel, avec des maisons, comprenant des jardins. Il doit être idéalement situé, au calme et dans un secteur bien entretenu. Nous pouvons voir que la proximité à une école semble être un élément important. Ces termes étant relié à « Febvotte » nous pourrions déduire que le quartier Febvotte serait un quartier pour des familles avec enfants.

2.1.3. Analyse du corpus lié à l'environnement extérieur, pour chaque type de terrain

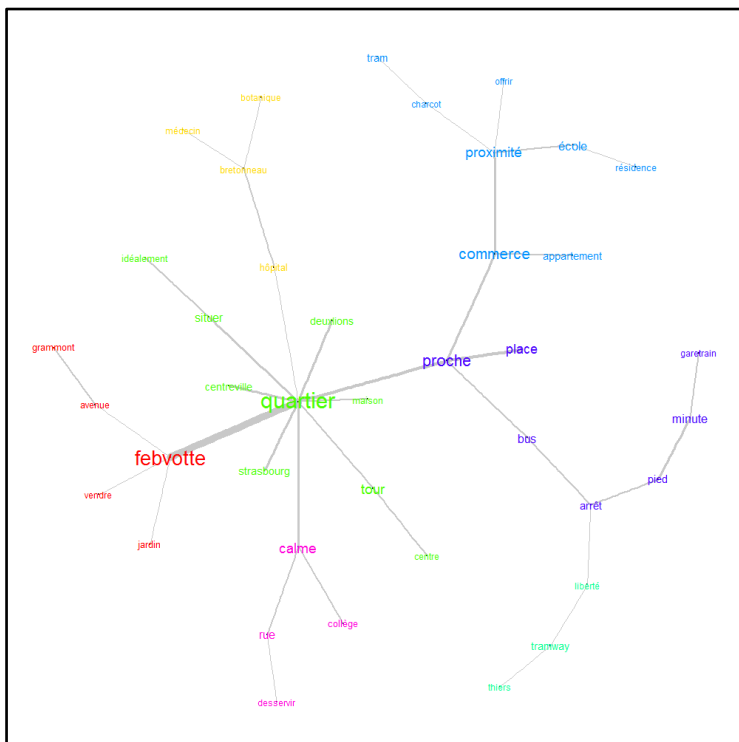
Pour mieux comprendre les relations de termes en fonction de l'image du quartier, nous allons voir les mêmes graphes, mais pour chaque type de terrain :



Pour le terrain attractif, nous pouvons voir que la référence aux Halles est employée à plusieurs reprises. De plus, les vendeurs mettent souvent en avant la proximité du tramway et des commerces. Les termes de description de l'environnement employés pour ce terrain sont principalement d'ordre spatial. Nous retrouvons très peu de termes appartenant à l'aspect social.

Ainsi, les principaux atouts de ce terrain résident dans la proximité de nombreux éléments notables et de la desserte en transports.

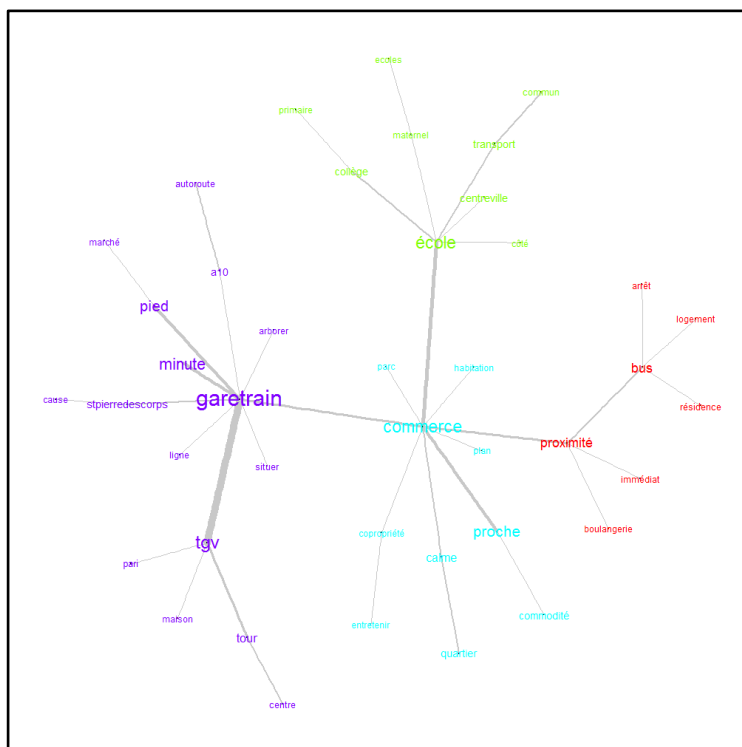
Graphique 16 : Graphe de similitudes du corpus environnement des annonces immobilières pour le terrain attractif (Réalisation : O.Robson, C.Schiery, Support : Iramuteq)



Pour le terrain neutre, nous pouvons voir que les références à l'environnement concernent, pour bien des cas, des éléments extérieurs au terrain. Par exemple, nous pouvons voir qu'il est plusieurs fois mentionné Tours Centre et Deux Lions, mais aussi avenue Grammont, Strasbourg, Liberté et Thiers. Aussi, nous pourrions penser que les atouts de ce quartier ne se situent pas dans celui-ci mais plutôt à l'extérieur.

Toutefois, nous pouvons remarquer que ce quartier est souvent mis en valeur par des termes comme « calme », « idéalement situé ». De plus, on peut voir aussi qu'il comprend des maisons et des jardins notamment. Ainsi, le cadre et l'ambiance semblent être des éléments plus développés.

Graphique 17 : Graphe de similitudes du corpus environnement des annonces immobilières pour le terrain neutre(Réalisation : O.Robson, C.Schiery, Support : Iramuteg)



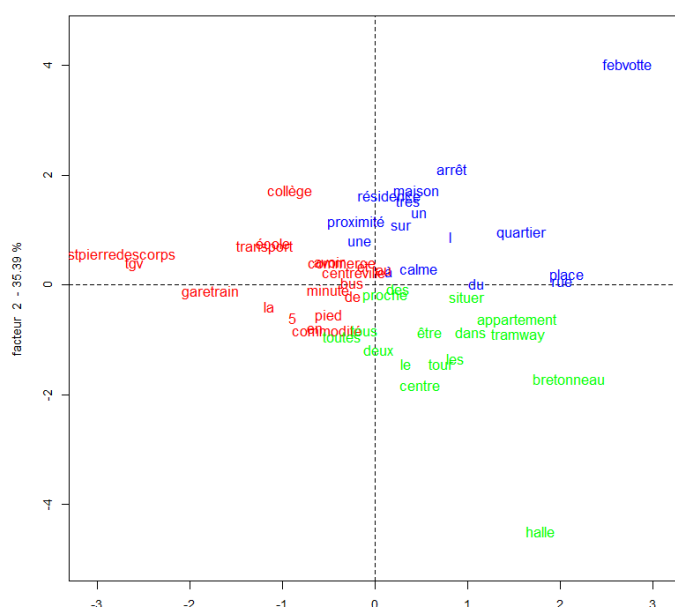
Graphique 18 : Graphe de similitudes du corpus environnement des annonces immobilières pour le terrain non attractif (Réalisation : O.Robson, C.Schiery, Support : Iramuteq)

Pour le terrain non attractif, le terme « gare » est le plus présent. Les vendeurs semblent parler de l'environnement du logement à un plus grand échelon, puisque l'on peut voir apparaître les termes « Paris » et « Tours Centre ». La proximité de l'autoroute A10 semble également être souvent présentée en tant qu'atout. Ainsi, l'avantage principal de Saint-Pierre-des-Corps serait sa capacité de desserte vers d'autres villes.

Tout comme le terrain attractif, nous pouvons voir que les termes les plus représentés appartiennent au domaine du spatial. Le cadre est peu décrit comparé au terrain neutre.

Pour l'ensemble de ces trois terrains, nous pouvons remarquer que les termes de commerces, écoles et proximité sont toujours présents dans les annonces. Il s'agirait donc d'éléments importants, quel que soit le type de terrain. De plus, même si les termes n'apparaissent pas à la même fréquence dans chaque terrain, nous pouvons remarquer que la diversité du vocabulaire varie très peu.

2.1.4. Analyse factorielle



Graphique 19 : Analyse factorielle du corpus environnement des annonces immobilières (Réalisation : O.Robson, C.Schiery, Support : Iramuteq)

L'analyse factorielle produite par Iramuteq sur l'ensemble du corpus de l'environnement des annonces immobilières ne montre pas d'opposition importante entre les termes utilisés pour chaque terrain. En bleu, nous pouvons voir les termes liés au quartier Febvotte, en rouge ceux liés à Saint-Pierre-des-Corps et en vert ceux liés à Tours Centre. Ceux-ci sont relativement proches les uns des autres et ne marquent pas d'opposition fondamentale entre les discours des habitants de chaque terrain. En effet, dans l'ensemble, ce sont des données spatiales qui ressortent de leur discours. Seul le terme « calme » revient en termes de sensations.

Un vocabulaire limité mais des tendances qui se dessinent

Nous avons vu que le vocabulaire utilisé dans les annonces n'est pas très riche. Les mêmes termes sont employés pour chaque terrain, ce qui complexifie l'étude.

Toutefois, des subtilités apparaissent : en effet, nous avons pu voir que des tendances se dégagent en fonction des terrains :

- Pour le terrain attractif, l'aspect social de l'environnement est très peu présent. C'est au contraire l'aspect spatial de l'environnement qui est mis en avant dans la description de l'environnement. En effet, les vendeurs vont tenter de valoriser leur logement en se référant souvent à des lieux « emblématiques » du quartier
- Pour le terrain neutre, ce sont les valeurs liées aux ambiances et au cadre qui sont mises en avant. L'image véhiculée par les vendeurs dans ce quartier est une image de la cité-jardin, où la maison comporte un petit jardin, et est située au calme tout en étant proche de la ville. Si cette partie de la description se fait à l'échelon du quartier, l'échelon de description s'agrandit à la ville lorsqu'il s'agit d'évoquer la proximité à un lieu.
- Pour ce qui est du terrain non attractif, nous avons pu voir que les termes employés sont souvent liés à tout ce qui est extérieur à celui-ci. De plus, l'échelon de description de l'environnement est plus grand, ce qui voudrait dire que les atouts de l'environnement ne se présentent ni à l'échelon du quartier, ni à l'échelon de la ville, mais bien à un échelon supérieur (ce qui est à proximité de la ville, soit l'échelon de l'agglomération).

2.2 Analyse lexicale des simulations d'annonces

voir	11	ver
aller	9	ver
exposition	8	nom
maison	7	nom
logement	7	nom
chambre	7	nom
appartement	7	nom
agréable	7	adj
étage	6	nom
grand	6	adj
situer	5	ver
f3	5	nr
quartier	4	nom
jardin	4	nom
gens	4	nom
décrire	4	ver
cuisine	4	nom
équiper	3	ver
temps	3	nom
sud	3	nom
soussol	3	nr
salon	3	nom
salledebain	3	nr
salle	3	nom
saintpierredescorps	3	nr
refaire	3	ver
près_des	3	nr
petit	3	adj
immeuble	3	nom
halle	3	nom
fonctionnel	3	adj
espace	3	nom
description	3	nom
comporter	3	ver
chose	3	nom
épicentre	2	nom
école	2	nom
venir	2	ver
valoir	2	ver
trouver	2	ver
travailler	2	ver
tour	2	nom
rapport	2	nom
placer	2	ver
pièce	2	nom
pierre	2	nom
paraître	2	ver
mettre	2	ver
internet	2	nom
garage	2	nom

2.2.1. Statistique textuelle (description du logement)

Nous avons ici recensé les cinquantes termes les plus employés (avec leur nombre d'occurrences) lorsqu'il était demandé aux interviewés de décrire leur logement dans la simulation d'annonce.

D'emblée, nous pouvons constater que le nombre d'apparitions des termes sont beaucoup plus faibles que ceux des annonces. Le pourcentage d'hapax (termes employés une seule fois dans l'ensemble du corpus) est de 47% dans les annonces et de 56% dans les entretiens. Ainsi, nous pouvons constater que le discours est plus généralisé dans les annonces que dans les simulations d'annonces au cours d'un entretien.

Au niveau des termes employés dans les simulations d'annonces, nous pouvons voir que la composante environnement apparaît beaucoup moins spontanément dans la description du logement.

Nous pourrions penser que la description de l'environnement n'est finalement pas spontanée lorsqu'il est demandé de décrire son logement. Cela peut être dû à l'influence de l'interviewer. En effet, dans les annonces, il était uniquement demandé une description (il n'est pas précisé de quoi) alors que, dans les interviews, nous demandions de décrire le logement, le but étant aussi de voir si l'environnement était compris spontanément dans la description par l'interrogé.

Toutefois, on peut retrouver les notions de positionnement géographique du logement avec les termes « situer », « Halles », « près de ». Contrairement aux annonces, les termes spécifiques tel que « proche » et « à proximité » n'apparaissent pas. Ainsi, même si « près de » et « à proximité » ont la même signification, nous pouvons voir que la simulation d'annonce met en avant une différence de vocabulaire par rapport aux annonces immobilières. Cela montre bien qu'il y a une part de vocabulaire professionnel issu de la promotion immobilière.

Tableau 12: Statistique textuelle des 50 termes les plus utilisées dans les simulations d'annonce pour le logement (Réalisation : O.Robson, C.Schiery, Support : Iramuteq)

2.2.2. Statistique textuelle (description de l'environnement)

environnement	14	nom
gens	11	nom
quartier	9	nom
rue	8	nom
aller	8	ver
appartement	7	nom
calme	6	nom
voir	5	ver
vivre	5	ver
proximité	5	nom
côté	5	nom
étage	4	nom
vrai	4	adj
tour	4	nom
prendre	4	ver
pied	4	nom
parler	4	ver
important	4	adj
immeuble	4	nom
centre	4	nom
tête	3	nom
trouver	3	ver
tranquille	3	adj
toucher	3	ver
temps	3	nom
saintpierreDESCORPS	3	nr
partir	3	ver
ouvrir	3	ver
haut	3	nom
famille	3	nom
essayer	3	ver
ensemble	3	adv
commerce	3	nom
besoin	3	nom
autrement	3	adv
autoroute	3	nom
arriver	3	ver
voisinage	2	nom
vie	2	nom
troisième	2	adj
terme	2	nom
tellement	2	adv
standing	2	nom
situation	2	nom
secteur	2	nom
sauvegarder	2	ver
rideau	2	nom
rester	2	ver
rapport	2	nom
question	2	nom

Le lexique appartenant au domaine de l'environnement étant trop pauvre dans la partie « description du logement » de la simulation d'annonce pour en faire une analyse cohérente, nous nous baserons plutôt sur le corpus issu de la question de la description de l'environnement lors de la simulation d'annonce.

Nous pouvons voir ici les termes les plus employés dans les simulations d'annonces pour répondre à la question de la description de l'environnement.

On remarque une part notable d'aspect social (ici en orange). En effet, lorsque leur nous demandions de décrire l'environnement pour le vendre, les interviewés parlaient souvent du cadre et du voisinage social du logement. Ainsi, nous pouvons retrouver ici les notions de « famille », de « tête connue » et de « vivre ensemble ».

Pour l'ambiance, les termes de tranquillité et de calme sont revenus plusieurs fois. On constate qu'une part sociale apparaît dans la description de l'environnement de manière spontanée. Ainsi, nous pourrions dire que les personnes qui composent l'environnement d'un logement jouent un rôle important dans le fait d'aimer ou pas son lieu de vie. Pourtant, dans les annonces, cette notion n'apparaît pas, ou du moins, pour très peu d'annonces.

Tableau 13 : Statistique textuelle des 50 termes les plus employés dans les simulations d'annonces pour l'environnement (réalisation : O.Robson, C.Schiery, Support : Iramuteq)

Ce n'est qu'une histoire de vocabulaire

Grâce à cette analyse, nous avons pu voir les différences entre les annonces et les simulations d'annonces en termes de vocabulaire employé. Ainsi, nous avons pu constater qu'il existe bel et bien une part de vocabulaire professionnel dans les annonces : les termes employés dans les annonces se ressemblent tous. Mais, bien que le vocabulaire ait changé de l'annonce à la simulation d'annonce, la signification est la même (pas de bruit = calme, épicerie = hyper-centre, près de = proche/à proximité). Les termes employés ne diffèrent pas dans l'intention, mais diffèrent dans le type de vocabulaire employé. Ainsi, la part de vocabulaire professionnel ne présente pas de réelle incidence dans l'interprétation de l'analyse d'une annonce.

Enfin, lorsque l'interrogé est « pris par surprise » pour vendre l'environnement de son logement, nous avons pu remarquer que l'aspect social du quartier ressort bien plus que dans les annonces.

2.3 Analyse lexicale des entretiens

2.3.1. L'environnement dans les atouts et inconvénients

Le tableau ci-dessous recense les termes appartenant au domaine de l'environnement qui ont été répétés au moins trois fois par les interviewés lorsque nous leur demandions de lister les atouts et inconvénients de leur logement. Même si les occurrences sont peu nombreuses, les termes utilisés par les interviewés sont assez significatifs :

	Atouts	nb	Inconvénients	nb
Attractif	Côté	5	Parking	10
	Situation	4	Gens	8
	Rue	4	Soir	4
	Loire	4	Voiture	3
	Voisin	3		
	Proximité	3		
Neutre	Bruit (calme)	3	Passage	4
	Jardin	3	Rue	4
	Proximité	3	impasse	3
	Calme	2		
Non attractif	Tours	6	Quartier	6
	situé	4	Autoroute	4
	côté	3	Risque commerce	4

Tableau 14 : Termes les plus fréquents des atouts et inconvénients de l'environnement de chaque terrain (réalisation : O.Robson, C.Schiery)

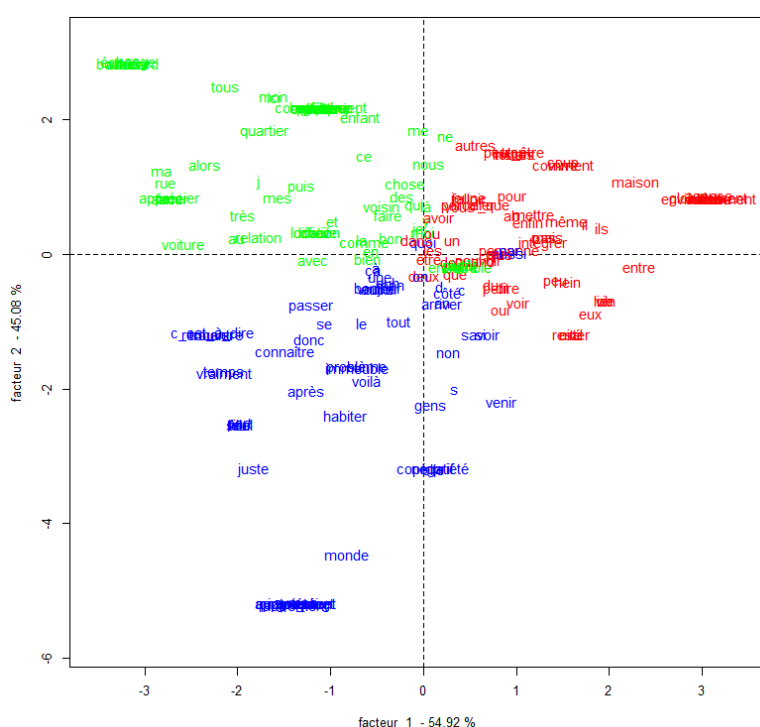
Pour le terrain attractif, nous pouvons voir que les atouts sont principalement liés à la localisation : « à côté des halles », « à côté de la Loire », « sa situation au centre ville », etc. Les inconvénients sont plutôt de l'ordre du privé, avec notamment l'absence d'emplacements de stationnement privatifs : « les voitures tournent parce qu'il n'y a pas de places de parking ». Nous observons une contradiction dans les propos, puisque la notion de « personnes » présente autant d'occurrences dans les atouts que dans les inconvénients. Toutefois, la qualification d'individus en tant que « gens » indique une certaine distance entre les personnes, tandis que les voisins sont plus proches.

Pour le terrain neutre, les atouts sont de l'ordre du cadre et de l'ambiance. Le calme et l'absence de bruit ont été mentionnés plusieurs fois à l'échelon du quartier : « y a pas de bruit ici ». Toutefois, à l'échelon de la rue, cette notion est revenue à travers le mot « passage », qui induit des nuisances sonores à l'échelon de la rue. La notion de proximité à un lieu est elle aussi présente plusieurs fois dans ce terrain : « le calme la proximité de nos lieux de travail », « toute la proximité de l'environnement ».

Pour le terrain non attractif, nous pouvons voir que les atouts mentionnés sont situés à l'échelon de l'agglomération. Ainsi, on pourrait quasiment reconstituer le discours des interviewés avec quelques mots : « situé à côté de Tours ». Au contraire, il apparaît que le quartier appartienne au domaine de l'inconvénient. En effet, celui-ci a été critiqué pour son statut de quartier résidentiel sans commerces : « c'est pas un quartier de commerces » « c'est un quartier résidentiel et du coup moins bien servi en commerces ». De plus, on retrouve des inconvénients caractéristiques de Saint-Pierre-des-Corps, c'est-à-dire les risques d'inondations (« c'est dans une zone qui risque d'être inondée », « le risque majeur c'est l'inondation ») et l'autoroute, qui est perçue comme une césure et une source de nuisances sonores : « cette frontière sociale qu'est l'autoroute », « il y a l'autoroute entre Tours et Saint-Pierre-des-Corps ».

Les termes traitant de l'environnement donnés comme atouts et inconvénients par les interviewés se prêtent bien au reste de nos analyses, en étant en lien avec notre hypothèse. En effet, dans le terrain attractif, les atouts concernant la localisation sont donnés à l'échelon du quartier. Comme lors de l'analyse des annonces, nous pouvons donc voir que la localisation en centre-ville est un réel atout pour les habitants du quartier, la description de celui-ci se faisant en utilisant les éléments emblématiques du quartier. Pour ce qui est du terrain non attractif, l'interviewé se place souvent à l'échelon de l'agglomération pour parler des atouts, et à l'échelon du quartier pour parler des inconvénients. Ce changement d'échelon pour parler des atouts montrent que le quartier et même, dans notre cas, la ville, n'a pas d'image positive à véhiculer. Ainsi, l'habitant préfère se placer à une échelle plus large pour pouvoir énoncer quelques atouts.

2.3.2. Analyse factorielle



Graphique 20 : Analyse factorielle du corpus de l'appréciation de l'environnement (réalisation : O.Robson, C.Schiery, support : Iramuteq)

Dans cette analyse factorielle du corpus appartenant à l'appréciation de l'environnement, nous pouvons remarquer que plusieurs adjectifs possessifs, tels que : ma, mes, mon, nous, s'opposent aux pronoms personnels à la 3^{ème} personne (ou non-personne car elle ne participe pas au discours), tels que ils et eux, autres (les autres). Cela pourrait vouloir dire que les interviewés du terrain attractif s'approprient l'environnement, tandis que les interviewés du terrain non attractif se désolidarisent de leur environnement lorsqu'ils en parlent. Comme nous l'avons vu dans la première partie du rapport, lorsque l'individu s'approprie l'espace, il le manie sur un plan affectif et symbolique. Nous pourrions alors dire que l'habitant, s'étant approprié l'espace, a donc bien un rapport affectif positif à son environnement.

Au contraire, l'habitant du terrain non attractif ne se serait pas approprié l'espace et donc n'aurait pas de rapport affectif (positif ou négatif) à son environnement.

L'analyse des entretiens confirme l'analyse des annonces

L'analyse lexicale des entretiens confirme les résultats de l'analyse lexicale des annonces. En effet, pour le terrain attractif, la description de l'environnement se fait principalement à l'échelon du quartier, en mentionnant la proximité à des éléments identifiables par la plupart des individus. Nous avons vu de même que l'habitant parle de son environnement en utilisant des adjectifs possessifs, ce qui peut montrer que celui-ci s'est approprié l'espace, et peut faire référence à son quartier comme un atout, puisque celui-ci possède une image avantageuse.

Au contraire, pour le quartier non attractif, nous avons vu que l'habitant fait référence à l'environnement extérieur en se plaçant à une échelle plus petite (celle de l'agglomération) afin d'y décrire des éléments qui pourraient améliorer l'image de son lieu de vie.

Enfin, l'analyse lexicale répond-elle à notre problématique ?

L'analyse lexicale est une analyse qualitative basée sur l'interprétation d'un ensemble de mots employés pour un thème précis et par des individus choisis pour leur caractéristique sociale. Les résultats que nous avons obtenus ne nous permettent pas de dire directement si notre hypothèse « On parlerait plus de l'environnement lorsque celui-ci apporte un bénéfice à l'image sociale de ses habitants, on parlerait moins de l'environnement du logement lorsque celui-ci déprécie l'image sociale de ses habitants », est validée ou non.

Contrairement à l'analyse statistique, il ne s'agira pas de voir dans quel terrain parle-t-on le plus de l'environnement mais plutôt de voir comment cet environnement est-il qualifié : qu'est-il dit sur l'environnement ?

Là encore, nous rappelons :

- Notre postulat de départ : Nous supposons que nous aimons notre environnement lorsqu'il améliore notre image sociale. Au contraire, nous ne l'aimons pas lorsqu'il déprécie notre image sociale.
- Notre problématique : Comment les habitants se servent-ils ou se prémunissent-ils de l'image sociale du quartier lors de la vente d'un logement ?
- Notre hypothèse : On parlerait plus de l'environnement lorsque celui-ci apporte un bénéfice à l'image sociale de ses habitants. On parlerait moins de l'environnement du logement lorsque celui-ci déprécie (a un impact négatif sur) l'image sociale de ses habitants.

Nous allons tâcher de répondre aux questions intermédiaires déjà étudiées dans la conclusion de l'analyse statistique, mais en utilisant l'analyse lexicale :

Quel est le lien entre l'attractivité et l'impact sur l'image sociale ?

Nous avons établi précédemment que le lieu de vie avait une image inscrite dans l'imaginaire collectif, et que le choix d'un lieu de vie participait à cette image.

Nous avons vu par l'intermédiaire de l'analyse lexicale des entretiens que les habitants du terrain attractif s'approprièrent leur environnement, et donc partageaient un rapport affectif avec leur environnement. Au contraire, les habitants du terrain non attractif ne semblent pas avoir ce rapport affectif à leur environnement, puisqu'ils se désolidarisent de celui-ci. Le rapport affectif à son environnement serait alors plus fort pour les habitants du terrain attractif.

Dans les annonces spontanées réalisées en entretien, l'effet de surprise de la question de la description de l'environnement a entraîné un discours fournissant des informations supplémentaires liées à l'aspect social de l'environnement du logement. Ainsi, nous avons pu voir que le voisinage social avait un impact sur le rapport affectif à l'environnement du logement de l'individu.

L'analyse lexicale des entretiens ne montre donc pas que l'attractivité du terrain est proportionnelle au bénéfice sur l'image sociale des habitants, mais confirme cependant notre postulat de départ, en montrant que le rapport affectif de l'individu à son environnement est plus fort lorsque celui-ci améliore son image sociale.

L'environnement du logement : à quel échelon se placer ?

Il a été établi dans la conclusion de l'analyse statistique que le quartier est un échelon de l'environnement du logement fortement lié au lien entre social et spatial, qui pourrait donc être l'échelon le plus approprié pour révéler une identité sociale de ses habitants.

L'analyse lexicale ne révélant rien quant au choix du meilleur échelon pour traiter de l'image sociale, nous admettons pour la suite de cette analyse que le quartier est cet échelon.

Dans quel terrain parle-t-on le plus de l'environnement, et y utilise-t-on l'échelon impactant l'image sociale des habitants ?

L'analyse lexicale des entretiens et des annonces a montré que les habitants du terrain attractif faisaient référence à des éléments situés dans le quartier. Les habitants du terrain neutre, eux, faisaient référence à des éléments extérieurs pour l'aspect spatial, et à des éléments internes au quartier pour l'aspect social. Enfin, les habitants du terrain non attractif faisaient référence à des éléments externes à la ville et quartier.

On observe donc un gradient dans l'échelle de description de l'environnement du logement, liée à l'attractivité du terrain.

Alors, la problématique ?

Le gradient dans les échelons de description de l'environnement du logement confirme notre hypothèse, selon laquelle les individus parleraient plus de l'environnement lorsque celui-ci apporte un bénéfice à l'image sociale de ses habitants, et moins lorsque celui-ci déprécie l'image sociale de ses habitants.

L'analyse statistique avait révélé deux stratégies permettant de se servir ou de se prémunir de l'image sociale induite par le quartier :

- La quantité de description de l'environnement augmenterait avec la positivité de l'impact de l'environnement sur l'image sociale des habitants.
- L'échelon du quartier serait plus utilisé lorsque l'environnement améliore l'image sociale des habitants, et d'autres échelons le remplaceraient lorsque l'environnement déprécie l'image sociale.

L'analyse lexicale ne permet d'observer que le deuxième point : la variation de l'échelon de description du logement selon l'image sociale induite par l'environnement du logement.

Nous avons vu que certaines des sous-questions nécessaires à la validation de cette hypothèse ne pouvaient être traitées au seul moyen de l'analyse lexicale. L'analyse lexicale ne permet pas de valider ou invalider l'hypothèse à elle seule, et ne répond que partiellement à notre problématique, mais confirme la réponse obtenue grâce à l'analyse statistique des annonces et entretiens.

Hypothèse validée !

Nous disposons de deux matériaux pour mener à bien notre projet de recherche : les petites annonces, un matériau encore peu utilisé et étudié, et les retranscriptions d'entretiens semi-directifs. Ces matériaux ont été collectés sur trois terrains : un attractif, un à image neutre et un non attractif.

Notre postulat de départ était « Nous supposons que nous aimons notre environnement lorsqu'il améliore notre image sociale. Au contraire, nous ne l'aimons pas lorsqu'il déprécie notre image sociale ».

Nous souhaitions répondre à la problématique : « Comment les habitants se servent-ils ou se prémunissent-ils de l'image sociale du quartier lors de la vente d'un logement ? »

Pour cela, nous avons émis une hypothèse : « On parlerait plus de l'environnement lorsque celui-ci apporte un bénéfice à l'image sociale de ses habitants. On parlerait moins de l'environnement du logement lorsque celui-ci déprécie (a un impact négatif sur) l'image sociale de ses habitants. »

Nous avons divisé notre réflexion en quatre questions, visant la validation ou non de notre hypothèse, et la résolution de notre problématique.

Nous nous sommes d'abord demandées si l'attractivité telle que définie dans ce projet était synonyme d'impact sur l'image sociale. L'état de l'art nous a montré que le lieu de vie contribuait à l'image sociale. L'analyse statistique nous a montré que les terrains attractif et non attractif avaient une image forte dans l'imaginaire collectif, et que l'appréciation du voisinage social (contribuant fortement à l'image sociale des habitants) était corrélée à l'appréciation du voisinage spatial (qualifié selon nos critères d'attractivité). L'analyse lexicale a confirmé l'impact du voisinage social sur le rapport affectif au lieu de vie (confirmant ainsi notre postulat de départ), mais ne permet pas de lier attractivité et impact sur l'image sociale.

Ainsi, grâce à des études bibliographiques et à l'analyse statistique d'annonces et d'entretiens, nous avons donc pu établir que l'attractivité de l'environnement d'un logement est proportionnelle à la positivité de son impact sur l'image sociale de ses habitants.

Dans un deuxième temps, nous avons tâché de voir quel échelon spatial serait le plus pertinent à étudier pour mener à bien notre recherche : la notion d'environnement du logement ou de lieu de vie était en effet trop floue. Il nous est apparu, au travers de l'état de l'art, que le quartier était l'échelon le plus adapté pour traiter de l'image sociale induite par l'environnement du logement. Cependant, le problème méthodologique d'avoir choisi une ville entière comme terrain non attractif subsiste. L'analyse lexicale nous a confirmé ce choix, en montrant que cet échelon était le plus cité dans les atouts/environnements du logement et dans la description du voisinage. En revanche, l'analyse lexicale n'a pas apporté d'élément permettant de confirmer ou d'infirmer le choix de l'échelon du quartier.

C'est ainsi que nous avons répondu à la question de l'échelon ayant le plus d'impact sur l'image sociale par le choix du quartier.

Nous avons ensuite cherché à savoir à quel échelon était le plus décrit l'environnement du logement dans les différents terrains, et de manière générale, dans quel terrain décrivait-on le plus l'environnement. Notre analyse statistique des annonces et des entretiens a montré que les habitants du terrain attractif utilisaient plus l'échelon du quartier (en utilisant des termes de localisation), tandis que les étudiants du terrain non attractif préféraient utiliser l'échelon de la ville, voire de l'agglomération (en utilisant des termes de proximité, évitant ainsi de parler de la localisation). De même, nous avons observé une relation de proportionnalité entre la part du discours dédiée à l'environnement du logement et l'attractivité du terrain. L'analyse lexicale a montré la même utilisation des échelons que l'analyse statistique (on parle plus du quartier en terrain attractif, et plus de la ville ou de l'agglomération en terrain non attractif).

Ces analyses nous ont donc permis d'établir que plus le terrain est attractif, plus les individus parlent de l'environnement du logement, mais aussi que les habitants du terrain attractif mettent en avant l'environnement à l'échelon du quartier, tandis que les habitants du terrain non attractif préfèrent parler de l'environnement à une plus grande échelle.

Enfin, nous avons cherché à combiner tous les éléments établis précédemment pour valider notre hypothèse. Il nous est apparu que celle-ci se vérifiait. Nous avons répondu à notre problématique en dégagant deux stratégies permettant de se servir ou de se prémunir de l'image sociale induite par l'environnement du logement : en terrain attractif, les individus parlent plus de l'environnement en quantité et utilisent plus l'échelon impactant l'image sociale, tandis qu'en terrain non attractif, les individus parlent moins (en quantité) de l'environnement du logement, et utilisent des échelons plus grands que le quartier, évitant ainsi de relier leur logement à l'image sociale du quartier.

Bilan du projet et retour critique

Comme tout projet de recherche, notre PFE a débuté par une analyse de la littérature existante sur de multiples sujets : le rapport affectif bien sûr, mais aussi la géographie sociale, l'identité et le statut social, les marchés immobiliers, les petites annonces, les méthodes d'entretien, le quartier, ou encore les représentations sociales.

Ces lectures nous ont permis d'assimiler la production d'une image sociale par l'environnement du logement, plus précisément à l'échelon du quartier.

Nous avons posé comme postulat de départ « Nous supposons que nous aimons notre environnement lorsqu'il améliore notre image sociale. Au contraire, nous ne l'aimons pas lorsqu'il déprécie notre image sociale ».

Notre problématique était : « Comment les habitants se servent-ils ou se prémunissent-ils de l'image sociale du quartier lors de la vente d'un logement ? »

L'hypothèse de notre recherche était : « On parlerait plus de l'environnement lorsque celui-ci apporte un bénéfice à l'image sociale de ses habitants. On parlerait moins de l'environnement du logement lorsque celui-ci déprécie (a un impact négatif sur) l'image sociale de ses habitants. »

Nous avons sélectionné trois terrains d'étude : un terrain attractif, un terrain à image neutre et un terrain non attractif, afin de vérifier si cette attractivité produisait une identité sociale, et si les habitants de ces terrains s'en servaient ou s'en prémunissaient.

Nous avons collecté des données à partir de deux matériaux : des annonces immobilières web (au nombre de 150, soit 50 par terrain) et des entretiens semi-directifs (au nombre de 15, soit 5 par terrain).

Nous avons évalué l'intérêt pour la recherche de ces deux matériaux, tant dans leurs similitudes que dans leurs différences.

Les données collectées ont été analysées au moyen de deux méthodes d'analyse : une analyse statistique (à l'aide de grilles d'analyse) et une analyse lexicale (à l'aide du logiciel Iramuteq).

Pour valider notre hypothèse, nous avons fractionné notre raisonnement en quatre étapes. Nous avons d'abord montré que l'attractivité d'un lieu de vie était proportionnelle à la positivité de son impact sur l'image sociale. La deuxième étape consistait à définir l'échelon spatial ayant le plus fort impact sur l'image sociale des habitants (et donc le plus pertinent pour notre démarche). Dans un troisième temps, nous avons analysé la part du discours dédiée à l'environnement du logement, ainsi que l'échelon auquel était décrit cet environnement. Enfin, nous avons associé ces résultats afin de répondre à notre problématique.

Nous avons ainsi démontré que notre hypothèse était valide ; de plus, nous avons identifié deux méthodes utilisées par les habitants de nos terrains d'étude visant à se servir ou à se prémunir de l'image sociale engendrée par l'environnement du logement. La première consiste à plus décrire l'environnement du logement lorsque celui-ci améliore l'image sociale de son habitant, la seconde consiste à se placer à l'échelon ayant le meilleur impact sur l'image sociale, à savoir le quartier en terrain attractif et la ville ou l'agglomération en terrain non attractif.

Malgré des résultats concluants, nous ne pouvons affirmer de manière tranchée que ceux-ci soient entièrement significatifs ; en effet, notre échantillon était insuffisant, tant pour les annonces que pour les entretiens. Notre temps de travail fut trop court pour pouvoir recueillir plus de données ; nous avons cependant pu appréhender l'intérêt de l'utilisation de plusieurs matériaux lors d'un travail de recherche. Sur un temps d'étude plus important, il serait possible d'obtenir des résultats moins contestables, en améliorant l'échantillonnage, mais également en choisissant plus de terrains d'étude, afin de vérifier que nos résultats soient applicables en dehors de l'agglomération tourangelles.

Nous avons également rencontré un problème dans le choix de nos terrains d'étude : en effet, la fiabilité des petites annonces reposait sur leur nombre. Le manque d'annonces de ventes immobilières dans le terrain non attractif nous a poussées à étendre celui-ci à l'ensemble de la ville de Saint-Pierre-des-Corps. Ce changement d'échelon a entraîné des complications lors de la réflexion sur les échelons impactant l'image sociale, mais aucun quartier non attractif (selon nos critères) ne présentait suffisamment d'annonces pour nous fournir suffisamment de données. Toutefois, l'utilisation de l'échelon de l'agglomération nous a permis de tout de même valider de notre hypothèse, en montrant le remplacement de la localisation du logement par des notions de proximité avec des lieux plus attractifs, se positionnant donc à un plus grand échelon.

Bibliographie

Ouvrages

- Blanchet, A. et al. (1993). *L'entretien dans les sciences sociales : l'écoute, la parole et le sens*. Paris : Dunod. 289f. (collection Sciences humaines)
- Blanchet, A. et Gotman, A. (2010). *L'entretien : l'enquête et ses méthodes*. Paris : Armand Colin, 127f. (collection Sociologie)
- Collignon, B., Staszak, J.-F. et al. (2002). *Espaces domestiques : construire, habiter, représenter*, Rosny-sous-Bois : Bréal Editions. 447f.
- Fischer, G.N. (1987). *Les concepts fondamentaux de la psychologie sociale*. Montréal : Dunod. 118f.
- Fijalkow, Y. (1998). *Sociologie du logement*. Paris : PUF. 127f.
- Forsé, M. (1998). *Analyses du changement social*. Paris : Editions du seuil. 61f. (collection Mémo)
- Goffman, E. (1973). *La mise en scène de la vie quotidienne : la présentation de soi*. Paris : Les éditions de minuit. 240f. (collection Le sens commun)
- Joly, M. (1993). *Introduction à l'analyse de l'image*. Evreux : Nathan Université. 128f.
- Le Goascoz, M.-H., et Madoré, F.(1993). *Marché du logement et stratégies résidentielles : une approche de géographie sociale*. Paris : Editions l'Harmattan. 176f.
- Mannoni, P. (1998). *Les représentations sociales*. Paris : PUF. 127f. (collection Que sais-je ?)
- Paquot, T., Lussault, M., Younes, C. et al. (2007). *Habiter, le propre de l'humain : Villes, territoires et philosophies*. Paris : La Découverte. 380f. (collection Armillaire)
- Rodriguez, G. et Siret, D (2008). *Les petites annonces de la maison individuelle (1985-2005)*. In J. Fol, Futur de l'habitat. Paris : Editions Jean-Michel Place et PUCA. P.61-72.

Articles

- Adam, M. (2013). Etude croisée des représentations des concepteurs et des usagers de deux éco-quartiers : échafaudage théorique et méthodologique.
- Bensoussan, B. (2011). Qualifier l'habitation. Déterminants socioculturels, propriétés de l'habitat, lexique de l'immobilier. Mots. Les langages du politique [en ligne], n°91 (consulté le 15 octobre 2013). <<http://mots.revues.org/19254> ; DOI : 10.4000/mots.19254>

- Djaoui E. (2011). Approches de la « culture du domicile ». *Gérontologie et société* [en ligne], n°136 (consulté le 15 avril 2014). < <http://www.cairn.info/revue-gerontologie-et-societe-2011-1-page-77.htm>>
- Hazel, C., Smith, S. et Munro, M. (2008). The emotional economy of housing. *Environment and planning* [en ligne], vol. 40, n°10 (consulté le 26 septembre 2013). <http://www.envplan.com/epa/epa_current.html>
- Jodelet, D. (1984). Représentations sociales : phénomènes, concepts et théorie. In : Moscovici, S., *Psychologie sociale*. Paris : PUF. p. 357-378
- Lacaze J.-P. (2004). Urbanisme d'aujourd'hui et prix immobiliers. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine* [en ligne], (consulté le 8 février 2014). < <http://www.cairn.info/revue-d-economie-regionale-et-urbaine-2004-3-page-437.htm>>
- Mugny, G., Souchet, L., Codaccioni, C., et Quiamzade, A. (2008). Représentations sociales et influences sociales. *Psychologie Française* [en ligne], n°53 (consulté le 20 octobre 2013). <<http://france.elsevier.com/direct/PSFR/>>
- De Singly, F. (1984). Les manoeuvres de la séduction : une analyse des annonces matrimoniales. *Revue française de sociologie* [en ligne], n°25 (consulté le 16 janvier 2014). <<http://www.jstor.org/stable/3321822>>
- Descombes, V. (2000). Philosophie des représentations collectives. [en ligne], (consulté le 15 janvier 2014), <http://jeannicod.ccsd.cnrs.fr/docs/00/05/35/66/PDF/ijn_00000511_01.pdf>
- Touboul, P. (2013). Guide méthodologique pour les thèses qualitatives. [en ligne], (consulté le 11 mai 2014), <<http://www.nice.cnge.fr/IMG/pdf/GMTQuali.pdf>>

Dictionnaires

- Larousse, Le petit Larousse 2010. 2009, 1808f.
- Lévy, J., Lussault, M. et al. Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés. 2003, 1033f.
- Merlin, P., Choay, F. et al. Dictionnaire de l'aménagement et de l'urbanisme, 2009, 843f.

Communication ou congrès

- Rodriguez, G. et Siret, D. (2006). What real-estate ads tell about the evolution of the house. *Environment. Health and sustainable development*. IAPS 19 Conference, Alexandrie, 16/09/2006, 8f.
- Valentina Grassi). Image, symbole et sociologie. Groupe de Recherche sur l'Image en Sociologie, CEAQ, Paris, 02/12/2005 <<http://www.ceaq-sorbonne.org/node.php?id=1121&elementid=804>>

PFE, thèses, mémoires

- Audas, N. (2007). Le rapport affectif au lieu. Mémoire de Master 2 : Aménagement et recomposition. Tours : Université François Rabelais, 242f.
- Audas, N. (2011). La dynamique affective envers les lieux urbains. Thèse : Aménagement de l'espace - urbanisme. Tours : Université François Rabelais, 620f.
- Audier, C., Baracand, A., Faug-Porret, F. et Verneau, A. (2013). Evaluation affective des lieux de vie urbains : élaboration et conduite d'une enquête habitante pour évaluer le rôle de l'affectivité dans l'évaluation des lieux de vie urbains. Projet de fin d'études : Aménagement du territoire. Tours : Université François Rabelais, 188f.
- Bochet, B. (2000). Le rapport affectif à la ville. Mémoire de recherche Magistère 3 : Aménagement du territoire. Tours : Université François Rabelais, 100f.
- Bonset, J., Fressard, C., Girard, M., Lepercq, G., Ludwig, J., Odier, H. et Ribes, E. (2014). Interterritorialiser, concevoir et projeter : Dans quelles mesures les interactions entre Tours et Saint-Pierre-des-Corps dimensionnent-elles leur interterritoire ? Projet de fin d'études : Aménagement du territoire. Tours : Université François Rabelais, 214f.
- Daignan, C., et Goulet, B. (2012). Habiter et marché immobilier : La part de l'affectif dans les transactions immobilières. Projet de fin d'études : Aménagement du territoire. Tours : Université François Rabelais, 31f.
- Geismar, A.-C. (2009). Le rapport affectif au logement et aux espaces environnants. Projet de fin d'études : Aménagement du territoire. Tours : Université François Rabelais, 84f.
- Seguin, C. (2009). Le rapport affectif au logement : La perspective de l'apparition de contraintes liées à l'âge amène-t-elle chez l'individu une remise en cause de son rapport au logement ? Projet de fin d'études : Aménagement du territoire. Tours : Université François Rabelais, 176f.

Pages internet

- Bourdieu, P. (1992). Définition de l'espace social [en ligne]. Les règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire, (consulté le 12 avril 2014). <http://www.passerelles-eje.info/glossaire/definition_87_espace+social.html>
- Changerdeville.fr, (2012). Trouvez votre quartier de résidence idéal [en ligne], (consulté le 12 décembre 2013). < <http://carte.changerdeville.fr/>>
- Corcuff, P. (1999). Le constructivisme structuraliste de Pierre Bourdieu. Les nouvelles sociologies [en ligne], (consulté le 5 avril 2014). <http://sociol.chez.com/socio/socionouv/consstru_bourdieu.htm>

- Debarbieux, B. (2004). Représentation [en ligne], (consulté le 26 avril 2014). <<http://www.hypergeo.eu/spip.php?article141>>
- Guillot, F. (2012). Relations espaces-sociétés : une définition de la géographie sociale. [en ligne], (consulté le 25 avril 2014). <<http://www.geographie-sociale.org/definition-geographie-sociale.htm>>
- Kelquartier.com (2014). Trouver le quartier où habiter [en ligne], (consulté le 6 février 2014). <<http://www.kelquartier.com/recherche>>
- Le Point (2014). Tours, la cote quartier par quartier [en ligne] (consulté le 18 février 2014). <http://www.lepoint.fr/villes/tours-la-cote-quartier-par-quartier-04-10-2012-1515864_27.php>
- Rocheblave-Spenlé, A.-M. (2014). Rôles et statuts sociaux. Encyclopédie Universalis [en ligne], (consulté le 1^{er} mars 2014). <<http://www.universalis.fr/encyclopedie/roles-et-statuts-sociaux/1-historique-et-definition/>>

Lexique

Affectif

« Qui relève des affects, de la sensibilité, des sentiments en général. »

Larousse (2009)

Affectivité

« Ensemble de phénomènes affectifs (émotions, sentiments, passions, etc.) »

Larousse (2009)

Appartement

« Logement inclus dans un immeuble qui en comporte plusieurs. »

Michel et Amiot (2009)

Appropriation de l'espace

« L'expression « appropriation de l'espace » désigne les conduites qui assurent aux humains un maniement affectif et symbolique de leur environnement spatial. »

Françoise Choay et Christine Meunier (2009)

Attachement

« Sentiment d'affection ou de sympathie éprouvé pour quelqu'un ou quelque chose. »

Larousse (2009)

Attractivité

« Caractère de ce qui est attractif, attrayant »

Larousse (2009)

Émotion

« Trouble subit, agitation passagère causés par un sentiment vif de peur, de surprise, de joie, de colère, etc. »

Larousse (2009)

Espace public

« On peut considérer l'espace public comme la partie du domaine public non bâti, affectée à des usages publics. L'espace public est donc formé par une propriété et par une affectation d'usage. »

Pierre Montal et Patrice Noisette (2009)

Espace social

« Espace social qui ordonne et hiérarchise un ensemble de positions coexistantes et distinctes, extérieures les unes aux autres, définies les unes par rapport aux autres, par leur extériorité mutuelle et par des relations de proximité, de voisinage ou d'éloignement, mais aussi d'ordre et de hiérarchie »

Pierre Bourdieu (1992)

Espace vécu

« Il consiste en l'espace de vie des hommes (espace physique – objectif) conjugué aux pratiques et perceptions (espaces sensoriel et d'actions – subjectif). »

Florent Herouard (2007)

Géographie sociale

« La géographie sociale est une géographie des questions sociales. [...] La géographie sociale se propose d'étudier les rapports entre le spatial et le social, de comprendre les interactions complexes qui existent entre les deux, et cela, à toutes les échelles d'observation. La complexité allant de l'espace simple support matériel des faits sociaux jusqu'à l'espace des représentations, des symboles et de l'imaginaire en passant par l'espace facteur ou produit social »

Fabien Guillot (2012)

Habitat

« Cadre et conditions de vie d'une population en général, et en particulier mode de groupement des établissements humains. En milieu urbain, part d'un tissu bâti spécialement affecté au logement des habitants, et qui constitue en général la fonction principale des villes, associée ou non avec d'autres fonctions. »

Bernard Rouleau (2009)

Identité

« Rapport que présentent entre eux deux ou plusieurs êtres ou choses qui ont une similitude »

« Caractère permanent et fondamental de quelqu'un, d'un groupe. »

Larousse (2009)

Identité sociale

« Sentiment ressenti par un individu d'appartenir à tel groupe social, et qui le porte à adopter certains comportements spécifiques. »

Larousse (2009)

Image de la ville

« Actuellement, elle [l'image de la ville] désigne des connotations attribuées soit à la réputation d'un quartier ou au prestige d'une ville, soit à la notoriété d'un architecte ou à la renommée d'un équipement ou d'une manifestation culturelle. »

Philippe Genestier (2009)

Imaginaire collectif

« L'imaginaire collectif peut donc être envisagé comme l'ensemble des significations imaginaires mises en place par un groupe, ensemble qui est au fondement même du lien social groupal. »

Valentina Grassi (2005)

Impression

« Sentiment ou sensation résultant de l'effet d'un agent extérieur »

« Sentiment, opinion qui naît d'un premier contact »

Larousse (2009)

Interprétation/interpréter

« Action d'interpréter, de donner du sens à quelque chose »

« Chercher à rendre compréhensible, à traduire, à donner un sens à. »

Larousse (2009)

Logement

« Local ou ensemble de locaux formant un tout, destiné à l'habitation, et où habitent ensemble plusieurs personnes, qu'elles aient ou non des liens de parenté entre elles, qui constituent un ménage. »

Pierre Merlin (2009)

Maison individuelle

« Construction destinée à l'habitation et occupée par un seul ménage. »

Michel Amiot (2009)

Mémoire collective

« On peut parler alors d'un phénomène de mémoire collective, d'un objet immatériel clairement défini et qui fait l'objet d'un large consensus dans l'opinion, d'une référence utile qui permet à chacun de savoir qui est qui et qui habite ici ou là »

Jean-Paul Lacaze (2004)

Non-lieu**Définition 1**

« Un espace à priori dépourvu de caractéristiques historiques, culturelles et relationnelles » Nathalie Audas (2007)

Définition 2

« Aussi bien les installations nécessaires à la circulation accélérée des personnes et des biens (voies rapides, échangeurs, gares, aéroports, réseaux) que les moyens de transports eux-mêmes (voitures, trains, avions ou Internet) »

Marc Augé (1992)

Norme sociale

« La norme sociale détermine ce qu'il faut faire ou ne pas faire (prescription ou proscription) mais aussi ce qu'il est souhaitable de faire et de ne pas faire. En d'autres termes, contrairement à la règle (juridique, par exemple), elle est implicite et intériorisée. Comme la règle, elle régit une conduite individuelle ou collective. En tant que telle, la norme s'appuie sur des valeurs à la différence de simples règles. Les valeurs partagées par un groupe peuvent conduire à l'émergence d'une norme. »

Matthieu Adam (2013)

Perception**Définition 1**

« La perception est un acte de l'esprit permettant d'organiser les sensations provenant de l'extérieur et de les interpréter. Elle est comme « une re-crédation ou un re-constitution du monde à chaque moment ». Le champ perceptif représente une forme de contact entre l'individu et le monde. »

Merleau-Ponty (1944)

Définition 2

« Activité à la fois sensorielle et cognitive par laquelle l'individu constitue sa représentation intérieure (son image mentale) du monde de son expérience ».

Guy di Méo (2003)

Projection

« Fait de situer dans le monde extérieur des pensées, des affects, des désirs, etc, sans les identifier comme tels, et de leur prêter une existence objective. » Larousse

« Fait pour un sujet de situer dans le monde extérieur, en leur attribuant une existence objective, certains de ses affects, de ses pensées ; localisation dans une autre personne de pulsions, de sentiments impossibles à accepter comme les siens. (La projection peut être opposée à l'introjection).»

Larousse (2009)

Quartier

Définition 1

« Le quartier serait donc un territoire urbain, une unité spatiale et sociale, suffisamment restreinte pour que les habitants en cernent les contours, même peu marqués, et s'y reconnaissent chez eux et entre eux : qu'ils se l'approprient, en fassent leur espace, leur propre espace. »

Chombart de Lauwe (1982)

Définition 2

« Fraction du territoire d'une ville, dotée d'une physionomie propre et caractérisée par des traits distinctifs lui conférant une certaine unité et une individualité. »

Maurice Imbert (2009)

Définition 3

« Le quartier se caractérise par des aspects physiques, morphologiques (position dans la ville, période de construction initiale, typologie des bâtiments, fonctions et groupes sociaux dominants...). [...] On attache également souvent à la notion de quartier l'idée d'une vie communautaire.»

Pierre Merlin (2009)

Rapport affectif à la ville

Définition 1

« En bref, le rapport affectif à l'espace est une construction unique et changeante dans l'interaction entre expériences urbaines (actes, pensées, actes manqués, émotions, projections, expériences sensibles) et souvenirs (donc retraitement cognitif) de ces expériences de villes. Conduisant à la fabrication d'images et de représentations mêlant ville(s) idéale(s) et expériences, il peut cristalliser des émotions (peur, curiosité, répulsion, fascination, rejet, attirance, ...). En retour, ces images, représentations et émotions modifient le rapport affectif à l'espace. »

Audas (2009)

Définition 2

« Le rapport affectif à la ville est assimilé à un ou des sentiments, c'est-à-dire à un état affectif complexe d'une personne pour un objet, soit dans notre cas la ville. Celui-ci peut être de différentes formes : sentiment esthétique, sentiment de rejet, sentiment d'appartenance...l'ensemble de ces sentiments contribuant à former un état particulier sur une chose donc sur la ville. Ainsi de manière plus globale, on peut traduire l'ensemble de ces divers sentiments sous plusieurs formes de j'aime, je n'aime un peu, je n'aime pas du tout la ville où j'habite »

Béatrice Bochet (2000)

Représentation

Définition 1

« La représentation, en tant que forme d'appropriation, peut se définir comme un processus permettant de transformer un phénomène, une action ou une idée au moyen d'une image, d'une figure ou encore d'un symbole. [...] elle s'énonce le plus souvent comme une image mentale, matérielle ou immatérielle que se crée l'individu à propos d'une chose. Elle est donc significative d'un mode de vie, de valeurs et de langage qui ne sont autre que le système de référence de l'individu lié à son histoire et à sa confrontation avec le réel. »

Nathalie Audas (2007)

Définition 2

« Perception, image mentale, dont le contenu se rapport à un objet, à une situation, à une scène, etc., du monde dans lequel vit le sujet »

Larousse (2009)

Représentation collective

« Une représentation collective est le produit d'un consensus social relatif à la forme et au contenu à donner à une entité considérée comme pertinente pour le collectif social correspondant »

Bernard Debarbieux (2004)

Représentation sociale

Définition 1

« le produit et le processus d'une activité mentale par laquelle un individu ou un groupe reconstitue le réel auquel il est confronté et lui attribue une signification spécifique »

Jean-Claude Abric (1987)

Définition 2

« La représentation sociale est un processus, un statut cognitif, permettant d'appréhender les aspects de la vie ordinaire par un recadrage de nos propres conduites à l'intérieur des interactions sociales »

Gustave-Nicolas Fischer (1987)

Définition 3

« Le concept de représentation sociale désigne une forme de connaissance spécifique, le savoir de sens commun, dont les contenus manifestent l'opération de processus génératifs et fonctionnels socialement marqués. Plus largement, il désigne une forme de pensée sociale. Les représentations sociales sont des modalités de pensée pratique orientées vers la communication, la compréhension et la maîtrise de l'environnement social, matériel et idéal. En tant que telles, elles présentent des caractères spécifiques sur le plan de l'organisation des contenus, des opérations mentales et de la logique. Le marquage social des contenus ou des processus de représentation est à référer aux conditions et aux contextes dans lesquels émergent les représentations, aux communications par lesquelles elles circulent, aux fonctions qu'elles servent dans l'interaction avec le monde et les autres. »

Denise Jodelet (1984)

Réputation

« Manière dont quelqu'un, quelque chose est considéré. »

« Opinion favorable ou défavorable »

« Seulement d'après ce que l'on dit »

Larousse (2009)

Rôle

Définition 1

« Rendre effectif ce qui est, en fait ou en droit, conforme à un statut consiste à jouer un rôle, puisque cela revient à répondre aux attentes des autres (ce qui est la définition sociologique d'un rôle). Le rôle est l'aspect dynamique du statut. »

Michel Forsé (1998)

Définition 2

« le faisceau des attentes qui règlent le comportement d'un individu dans une position donnée »

Henri Mendras (1979)

Sensation

«État psychologique découlant des impressions reçues et à prédominance affective ou physiologique.»

Larousse (2009)

Sentiment

« État affectif complexe et durable lié à certaines émotions ou représentations ». Larousse

« Connaissance plus ou moins claire, donnée d'une manière immédiate : sensation, impression »

Larousse (2009)

Statut

« La position sur une échelle de stratification sociale correspond à ce que les anglo-saxons nomment *status*, dont l'idée n'est qu'imparfaitement rendue par le terme français de « statut ». »

Michel Forsé (1998)

Statut acquis

Définition 1

« Il est dit « acquis » lorsqu'il est gagné à la faveur de l'exploitation de dispositions naturelles ou du mérite. »

Matthieu Adam (2013)

Définition 2

« le statut acquis (*achieved status*), qui, comme son nom l'indique, est acquis par l'individu au cours de sa vie, comme le niveau d'éducation, la profession, le revenu, etc. »

Michel Forsé (1998)

Statut assigné (ou prescrit)

Définition 1

« Il est « prescrit » (ou encore assigné) lorsque l'individu ne peut agir dessus : c'est le cas quand il dépend de qualités physiologiques telles que le sexe ou l'âge, mais aussi par le hasard des naissances. »

Matthieu Adam (2013)

Définition 2

« le statut assigné (*ascribed status*), qui résulte de caractéristiques dont l'individu hérite à sa naissance comme l'appartenance ethnique ou l'origine sociale »

Michel Forsé (1998)

Statut social

Définition 1

« Le statut social est un ensemble de droits et d'obligations socialement déterminé en vertu des valeurs reconnues par la société. »

Matthieu Adam (2013)

Définition 2

« En fin de compte, le statut social d'un individu synthétise les positions au sein des différentes hiérarchies, c'est une sorte de « position des positions ». On distingue classiquement deux dimensions du statut social : le statut assigné et le statut acquis»

Michel Forsé (1998)

Table des illustrations

Figures

Figure 1 : Le rapport affectif tel que détaillé par Bochet (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)	15
Figure 3 : Délimitation des terrains d'étude (Fonds : Google Maps, Contours : INSEE, Réalisation : O. Robson et C. Schiery)	26
Figure 4 : Un exemple d'annonce publiée sur leboncoin.fr (source : leboncoin.fr).....	27
Figure 4 : L'échelle de description de l'environnement du logement (source : réalisation O. Robson, C. Schiery)	33
Figure 8 : Exemple d'arbre de similitudes (source: Marchand P. et Ratineaud P., « L'analyse de similitude appliquée aux corpus textuels », 2011).....	39
Figure 9 : Exemple de plan factoriel issu d'une AFC sur le tableau lexical entier associé au corpus "environnement", logiciel SPAD (source : CePeD, "Appliquer les méthodes de la statistique textuelle, 2010)	40
Figure 10 : Exemple de classification AFC réalisée avec le logiciel Iramuteq (source : réalisation O. Robson et C. Schiery)	41

Graphiques

Graphique 1 : Part du discours traitant de l'environnement (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)	50
Graphique 2 : Moment de l'environnement et moment d'intervention de sa description ((Réalisation : O. Robson, C. Schiery)	51
Graphique 3 : Echelon de description de l'environnement dans le titre (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)	52
Graphique 4 : Echelon de description de l'environnement dans le texte (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)	53
Graphique 5 : Catégories de description de l'environnement dans le texte (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)	54
Graphique 6 : Catégories de description de l'environnement dans le titre (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)	55
Graphique 7 : Connaissance du terrain et choix résidentiel (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)	56
Graphique 8 : Opinion sur le terrain avant d'y habiter (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)	58
Graphique 9 : Catégories de description de l'environnement dans les critères (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)	59
Graphique 10 : Mention de l'environnement dans les atouts et inconvénients (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)	60
Graphique 11 : Echelon de l'environnement (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)	61
Graphique 12 : Echelon de description du voisinage (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)	62
Graphique 13 : Description du voisinage social et spatial (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)	63
Graphique 14 : Classification GNEPA du corpus des annonces immobilières (Source : réalisation O. Robson, C. Schiery, support Iramuteq).....	68
Graphique 15 : Graphe de similitude du corpus environnement des annonces immobilières (Réalisation : O. Robson, C. Schiery, Support : Iramuteq).....	69
Graphique 16 : Graphe de similitudes du corpus environnement des annonces immobilières pour le terrain attractif (Réalisation : O. Robson, C. Schiery, Support : Iramuteq).....	71
Graphique 17 : Graphe de similitudes du corpus environnement des annonces immobilières pour le terrain neutre (Réalisation : O. Robson, C. Schiery, Support : Iramuteq)	71
Graphique 18 : Graphe de similitudes du corpus environnement des annonces immobilières pour le terrain non attractif (Réalisation : O. Robson, C. Schiery, Support : Iramuteq).....	72

Graphique 19 : Analyse factorielle du corpus environnement des annonces immobilières (Réalisation : O.Robson, C.Schiery, Support : Iramuteq).....	72
Graphique 20 : Analyse factorielle du corpus de l'appréciation de l'environnement (réalisation : O.Robson, C.Schiery, support : Iramuteq).....	77

Tableaux

Tableau 1 : Tableau de sélection des terrains d'étude (Réalisation O. Robson, C. Schiery, Source : kelquartier.com, changerdeville.fr).....	24
Tableau 2 : Récapitulatif de l'efficacité des méthodes d'obtention d'entretiens (Réalisation : O. Robson, C. Schiery).....	30
Tableau 3 : Catégories de description de l'environnement du logement (Réalisation : O. Robson, C. Schiery).....	33
Tableau 4 : Les thèmes et sous-thèmes de la grille d'analyse (source : réalisation O. Robson et C. Schiery).....	34
Tableau 5 : Quantité et qualité des données collectées (source : réalisation O. Robson, C. Schiery).....	43
Tableau 6 : Récapitulatif de l'utilité des matériaux (Réalisation : O. Robson, C. Schiery).....	44
Tableau 7 : AFOM de l'annonce et de l'entretien semi-directif (source : réalisation O. Robson, C. Schiery).....	46
Tableau 8 : Rappel des thèmes et sous-thèmes de nos grilles d'analyse (Réalisation : O. Robson, C. Schiery).....	49
Tableau 9 : Corrélations entre connaissance préalable du terrain et choix du terrain (Réalisation : O. Robson, C. Schiery).....	57
Tableau 10: Statistique textuelle des 50 termes les plus employés dans les annonces immobilières (Source : réalisation O. Robson, C.Schiery, support Iramuteq).....	68
Tableau 11: Caractérisation des classes générées par GNEPA (Réalisation : O. Robson, C. Schiery)	69
Tableau 12: Statistique textuelle des 50 termes les plus utilisées dans les simulations d'annonce pour le logement (Réalisation : O.Robson, C.Schiery, Support : Iramuteq).....	74
Tableau 13 : Statistique textuelle des 50 termes les plus employés dans les simulations d'annonces pour l'environnement (réalisation : O.Robson, C.Schiery, Support : Iramuteq).....	75
Tableau 14 : Termes les plus fréquents des atouts et inconvénients de l'environnement de chaque terrain (réalisation : O.Robson, C.Schiery).....	76

Table des matières

Avertissement.....	3
Formation par la recherche et projet de fin d'études.....	4
EN GENIE DE L'AMENAGEMENT.....	4
Remerciements.....	5
Sommaire.....	6
Introduction générale – Objet de la recherche.....	1
1. Problématique et hypothèse.....	1
2. Les petites annonces sur internet, un matériau récent mais prometteur.....	2
2.1. Une approche non intrusive.....	2
2.2. La question de la projection.....	2
2.3. Un discours influencé par le vocabulaire professionnel.....	2
3. Les entretiens, une approche plus répandue mais à la fiabilité variable.....	3
3.1. Une approche « classique ».....	3
3.2. L'influence du chercheur sur le discours.....	3
Deux méthodes d'analyse pour une problématique.....	4
Partie I – Que nous dit la littérature sur notre sujet ?	5
1. “L’entretien, OK ! Mais les petites annonces...pas convaincu”.....	5
1.1. L’entretien, un classique.....	5
1.1.1. L’adaptation en temps réel.....	5
1.1.2. Equilibre entre fiabilité et validité.....	5
1.2. Les petites annonces immobilière, un matériau révélateur de jugement.....	6
1.2.1. Un matériau utile à la recherche.....	6
1.2.2. Les petites annonces immobilières : une mise en scène de son logement...ou de soi ?	7
Des matériaux utiles à la recherche, mais pas de la même manière.....	8
2. Dis-moi où tu habites, je te dirai qui tu es : la place du lieu de vie dans l’imaginaire collectif et ses conséquences sur l’identité sociale des individus.....	9
2.1. Le lieu de vie, à la fois composante et sous l’influence du statut social.....	9
2.2. Le rôle social au cours d’une transaction immobilière.....	10
2.3. Les signes sociaux, composantes de l’identité sociale.....	10
2.4. Appréhension de l’espace social et choix résidentiels.....	11
Si je te dis où j’habite, je te dis qui je suis.....	12
3. L’image sociale, une autre variable du rapport affectif ?	13
3.1. Pourquoi aime-t-on (ou pas) le lieu où l’on habite?	13
3.2. Alors, de quoi dépend ce rapport affectif (positif ou négatif) que l’individu entretient avec son environnement ?	14

3.3. Peut-on dire que le rapport affectif à l'environnement du logement peut être déterminé par l'urbanité et les aménités offertes par l'environnement du logement ?	14
L'image sociale contribue à l'établissement d'un rapport affectif à son environnement	15
4. Quelles limites pour le logement et l'environnement du logement?	16
4.1. Les multiples facettes du logement	16
4.1.1. Le logement comme bien économique	16
4.1.1. Le logement comme un espace intime	17
4.1.2. La fonction de socialisation du logement.....	17
4.2. Les contours flous de l'environnement du logement.....	18
4.2.1. L'individu s'approprie l'espace signifiant	18
4.2.2. Le quartier indescriptible	18
Comment prendrons-nous en compte le logement et l'environnement du logement?.....	19
Qu'avons-nous appris ?.....	20
Partie II – Le croisement de deux méthodes de recherche.....	21
1. Une étude basée sur un support physique précisément défini	21
1.1. L'objectivation de la sélection de terrains d'étude	21
1.1.1. Délimiter des contours sans tenir compte de notre rapport à la ville.....	21
1.1.2. Les critères de choix des terrains	22
1.2. Quels sont les terrains retenus ?.....	24
1.2.1. Tours Centre, l'évidence en matière de quartier attractif	24
1.2.2. Febvotte et Rabelais-Tonnellé, mais qui sont ces quartiers ?	24
1.2.3. Cheval-Blanc et Saint-Pierre-des-Corps en général, jouissant d'une image négative	25
Une question de recherche, trois types de terrains.....	26
2. Deux matériaux pour une question de recherche	27
2.1. Les petites annonces sur leboncoin.fr, un matériau novateur	27
2.1.1. De quoi est faite une annonce immobilière sur leboncoin.fr ?	27
2.1.2. A vendre/à louer, quelles annonces choisir ?	28
2.1.3. Comment collecter ces annonces ?	28
2.2. Les entretiens avec des propriétaires habitants, une méthode classique parfois difficile	28
2.2.1. Qui interviewer ?	28
2.2.2. Comment obtenir des entretiens ?	29
2.2.3. Que demander aux interviewés ?	30
Comment se sont déroulés ces entretiens ?	31
Des données indispensables, mais une collecte chronophage	31
3. Des données mises en forme puis doublement analysées	32
3.1. L'analyse thématique, stable d'un matériau à un autre.....	32
3.1.1. Découpage des corpus et attribution de thèmes	32

3.1.2. La nécessité de catégoriser	33
3.1.3. Les thèmes et sous-thèmes de la grille d'analyse	34
3.2. L'analyse textuelle, objective et précise	37
3.2.1. Prise en main du logiciel Iramuteq	37
3.2.3. Les différents outils d'analyse textuelle.....	38
Des outils multiples pour une analyse qui se veut exhaustive	42
4. Deux méthodes différentes de collecte des données : quel apport ?.....	43
4.1. Des données collectées en quantité et qualité variables.....	43
4.2. Que disent les résultats de l'analyse des matériaux utilisés ?.....	44
4.3 Quel est l'impact du discours à visée promotionnelle sur l'analyse ?	45
Des méthodes complémentaires ouvrant sur d'autres champs de la recherche	46
Une sélection rigoureuse de matériaux et de méthodes d'analyse pour optimiser nos chances de répondre à notre problématique	47
Partie III. Deux analyses pour une question de recherche.....	48
1. Les résultats de l'analyse statistique	48
1.1. Rappel des thèmes et sous-thèmes de nos grilles d'analyse	49
1.2. Analyse du thème "description générale de l'environnement" à l'aide des annonces et des entretiens	50
1.2.1. Quelle est la part du discours décrivant l'environnement du logement, dans le discours des annonces et des entretiens ?	50
1.2.2. Dans les annonces, parle-t-on de l'environnement du logement de manière spontanée ? Si oui, à quelle moment intervient cette description ?	51
1.2.3. L'environnement du logement est-il mentionné dans le titre des annonces ? Si oui, à quel échelon ?.....	52
1.2.4. L'environnement du logement est-il mentionné dans le texte des annonces et dans les discours produits en entretien ? Si oui, à quel échelon ?	53
1.2.5. Quelles sont les catégories de description de l'environnement dans le texte des annonces et dans les discours produits en entretien ?	54
1.2.6. Quelles sont les catégories de description de l'environnement dans le titre des annonces ?	55
Ce que le thème "description générale de l'environnement" nous apporte	55
1.3. Analyse du thème "choix résidentiel" à l'aide des entretiens	56
1.3.1. La connaissance préalable du terrain a-t-elle influencé le choix résidentiel ?	56
1.3.2. Quels étaient les opinions des interviewés sur le terrain avant d'y habiter ?	58
1.3.3. L'environnement est-il mentionné dans les discours produits en entretien ? Si oui, quelles sont les catégories de description utilisées ?	59
Ce que le thème "choix résidentiel" nous apporte	59
1.4. Analyse du thème "atouts et inconvénients du logement" à l'aide des entretiens.....	60
1.4.1. L'environnement du logement est-il mentionné dans les atouts et inconvénients du logement ?	60

1.4.2. A quel échelon est décrit l'environnement du logement lorsqu'on en liste les atouts et inconvénients ?	61
Ce que le thème "atouts et inconvénients" nous apporte	62
1.5. Analyse du thème "voisinage" à l'aide des entretiens	62
1.5.1. A quel échelon est décrit le voisinage dans les discours produits en entretien ?	62
1.4.2. Le voisinage social et spatial du logement est-il apprécié ?	63
Ce que le thème "voisinage" nous apporte	64
Enfin, l'analyse statistique répond-elle à notre problématique ?	64
Quel est le lien entre l'attractivité et l'impact sur l'image sociale ?	65
L'environnement du logement : à quel échelon se placer ?	65
Dans quel terrain parle-t-on le plus de l'environnement, et y utilise-t-on l'échelon impactant l'image sociale des habitants ?	66
Alors, la problématique ?	67
2. Analyse lexicale : Résultats et interprétations	68
2.1 Analyse lexicale des annonces	68
2.1.1. Statistique textuelle	68
2.1.2. Analyse du corpus lié à l'environnement extérieur, tous terrains confondus	69
2.1.3. Analyse du corpus lié à l'environnement extérieur, pour chaque type de terrain	71
2.1.4. Analyse factorielle	72
Un vocabulaire limité mais des tendances qui se dessinent	73
2.2 Analyse lexicale des simulations d'annonces	74
2.2.1. Statistique textuelle (description du logement)	74
2.2.2. Statistique textuelle (description de l'environnement)	75
Ce n'est qu'une histoire de vocabulaire	75
2.3 Analyse lexicale des entretiens	76
2.3.1. L'environnement dans les atouts et inconvénients	76
2.3.2. Analyse factorielle	77
L'analyse des entretiens confirme l'analyse des annonces	77
Enfin, l'analyse lexicale répond-elle à notre problématique ?	78
Quel est le lien entre l'attractivité et l'impact sur l'image sociale ?	78
L'environnement du logement : à quel échelon se placer ?	79
Dans quel terrain parle-t-on le plus de l'environnement, et y utilise-t-on l'échelon impactant l'image sociale des habitants ?	79
Alors, la problématique ?	79
Hypothèse validée !	80
Bilan du projet et retour critique	82
Bibliographie	84

Ouvrages	84
Articles.....	84
Dictionnaires	85
Communication ou congrès	85
PFE, thèses, mémoires	86
Pages internet	86
Lexique.....	88
Affectif.....	88
Affectivité	88
Appartement.....	88
Appropriation de l'espace	88
Attachement	88
Attractivité	88
Émotion.....	88
Espace public	88
Espace social.....	88
Espace vécu.....	88
Géographie sociale.....	89
Habitat.....	89
Identité	89
Identité sociale	89
Image de la ville.....	89
Imaginaire collectif	89
Impression.....	89
Interprétation/interpréter	89
Logement	90
Maison individuelle	90
Mémoire collective	90
Non-lieu	90
Définition 1	90
Définition 2	90
Norme sociale	90
Perception	90
Définition 1	90
Définition 2	90
Projection.....	91
Quartier	91

Définition 1	91
Définition 2	91
Définition 3	91
Rapport affectif à la ville	91
Définition 1	91
Définition 2	91
Représentation.....	92
Définition 1	92
Définition 2	92
Représentation collective	92
Représentation sociale	92
Définition 1	92
Définition 2	92
Définition 3	92
Réputation.....	92
Rôle	93
Définition 1	93
Définition 2	93
Sensation	93
Sentiment	93
Statut	93
Statut acquis.....	93
Définition 1	93
Définition 2	93
Statut assigné (ou prescrit).....	93
Définition 1	93
Définition 2	93
Statut social.....	94
Définition 1	94
Définition 2	94
Table des illustrations.....	95
Figures.....	95
Graphiques	95
Tableaux.....	96
Table des matières.....	97

Annexes

Annexe 1 : Grille de questions

Présentation de l'entretien

Notre objectif ici est d'étudier votre rapport affectif à votre lieu de vie. Nous allons passer l'entretien en 2 parties. La première partie est la simulation d'une annonce de vente de votre logement, tandis que la seconde est constituée de questions plus ouvertes sur votre lieu de vie, auxquelles vous aurez droit de répondre librement. Nous souhaitons que vous y répondiez spontanément, ne réfléchissez pas trop, ne vous posez pas trop de questions, dites ce qui vous passe par la tête. Vous n'êtes pas obligé d'avoir un discours parfaitement organisé, à moins que ça ne soit votre manière de vous exprimer en général. Essayez juste d'aller le plus loin possible dans votre propos, de développer. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse. Il n'y aura aucun jugement à la fin, ni de note donc vous êtes libre de vous exprimer comme vous le voulez.

Partie I : Simulation d'une annonce

Vous êtes propriétaire de la maison et vous décidez de vendre votre logement via une annonce sur internet.

- Quel serait le titre de votre annonce ? (sachant que le titre est limité à une dizaine de mots)
- Comment décririez-vous votre logement afin d'augmenter vos chances de le vendre ?
- Si cette annonce pouvait être complétée par trois photos, que choisiriez-vous de prendre en photo ?
- si vous deviez décrire l'environnement de votre logement (alentours), que diriez-vous?

Partie II : Questions

Thème 1 : Le logement

- Êtes-vous susceptible de rester là encore longtemps? avez-vous prévu de la vendre? Pourquoi? est-ce pour une raison stratégique foncière/immobilière ou bien pour d'autres raisons? lesquels?
- Avez-vous choisi d'être propriétaire? Est-ce un choix de vivre ici ou bien avez-vous été contraint(e) ?
- comment en êtes-vous arrivé là? quel a été votre raisonnement pour choisir ce logement? Comment avez-vous choisi votre logement (quels critères) ? Quels étaient vos critères pour choisir un logement ?
- Votre logement les remplit-il tous ? Si non, quels critères avez-vous du sacrifier ?
- Quels sont selon vous les atouts de votre logement ?
- Quels sont ses inconvénients ?

Thème 2 : le quartier et le style de vie induit

- Avant de venir ici, connaissiez-vous ce quartier ? Si oui, quelle image en aviez-vous ?
- Habitez-vous ce quartier par choix ou par contrainte ?
- Appréciez-vous l'environnement de votre logement ? Pourquoi ?
- Quelles sont les différences avec le dernier quartier ou la dernière ville dans lequel (laquelle) vous avez habité ?
- Avez-vous senti un changement dans votre style de vie (transports, consommation, loisirs, relations sociales, écologie) ? Si oui, selon vous à quoi est-ce dû ?
- Entretenez-vous des relations proches avec votre voisinage? vous sentez-vous bien intégré dans le quartier?

Partie III : Renseignements sociologiques

- Depuis combien de temps habitez-vous ici ?
- Depuis combien de temps habitez-vous cette ville ? Ce quartier ?
- Pourriez-vous vous décrire ? quelles sont vos passions, votre quotidien ? qui êtes-vous? comment vous décririez-vous ?
- Quel est votre âge, votre statut marital, votre travail ?

Annexe 2 : Affiche/Annonce pour obtenir des entretiens



Bonjour,

Nous sommes deux étudiantes de Polytech Tours en aménagement du territoire et nous sommes actuellement en projet de fin d'études. Celui-ci a pour but d'évaluer le rapport affectif des habitants à leur lieu de vie. Nous avons choisi de travailler sur quatre terrains de l'agglomération tourangelle : les quartiers Centre, Febvotte-Marat, Rabelais-Tonnellé, et la ville de Saint-Pierre-des-Corps. Pour mener à bien notre recherche, nous avons besoin d'interviewer des habitants de ces lieux sous forme d'un entretien de maximum 15 minutes. Cet entretien consistera à répondre à des questions très simples et très générales sur le rapport que vous entretenez avec votre lieu de vie. Aucune compétence en urbanisme, aménagement ou autre discipline n'est requise, il s'agit simplement d'exprimer votre ressenti par rapport à l'endroit où vous vivez.

Donc, si vous êtes propriétaire d'un logement situé dans l'un de ces lieux et que vous voulez bien nous accorder quelques minutes, vous pouvez nous contacter par mail ou par téléphone aux coordonnées ci-dessous ou bien nous laisser vos coordonnées, nous vous recontacterons par la suite pour fixer un rendez-vous ! Merci d'avance pour votre participation !



Chloé Schiery
06.82.03.94.11
chloe.schiery@etu.univ-tours.fr



Oly Robson
06.79.76.98.24
oly.robson@gmail.com

[illegible]

Quartier Centre



Quartier Febvotte-Marat



Quartier Rabelais-Tonnellé



Saint-Pierre-des-Corps



Annexe 3 : Grilles d'analyse

ID	terrain	type de bien	Extrait annonce	Env_d ans_tit re	éche lon_ pas de réf érence	éche lon_ résiden ce	éche lon_ rue	éche lon_ quar tier/zone dans la ville	éche lon_ vill le	éche lon_ aggl omé rat ion	Catégo rie_am bian ce	catégo rie_ca dre	catégo rie_lo calisa tion	catégo rie_pr oximit é	catég orie_t ype
1.1.1.12.2013.DAN	attractif	appt	Appartement centre ville idéal 1ère Acquisition	oui	0	0	0	1	0	0			1		
2.1.1.12.2013.DEL	attractif	appt		non	1										
3.1.1.12.2013.COM	attractif	maison	HYPER CENTRE PARTICULIER RENOVE 10 Pièces 210 M2	oui				1					1		
4.1.2.12.2013.LIG	attractif	appt	Appartement 72m² courteline	oui			1						1		
5.1.2.09.2014.NOM	attractif	appt	Appartement 3 pièces Tours hyper centre	oui				1					1		
6.1.2.12.2013.OIA	attractif	appt	Appartement proche Place Plumereau	oui				1						1	
7.1.2.12.2013.MEL	attractif	NR	Appartement T2 rez de chaussee rue emile zola	oui			1						1		
8.1.2.12.2013.OIA	attractif	appt	Appartement T3 de charme en hyper centre de TOURS	oui				1					1		
9.1.2.12.2013.OIE	attractif	appt	F2 49m² R.COURTELINE	oui			1						1		
10.1.2.12.2013.GRO	attractif	appt	T2 lumineux & calme + pkg TOURS Centre Résidence	oui				1					1		
11.1.2.12.2013.ANS	attractif	appt	TOURS mirabeau/cathédrale T5 de 104 m2	oui				1					1		
12.1.15.02.2014.CIA	attractif	appt	Appartement t5 tres lumineux tours centre	oui				1					1		
13.1.4.12.2013.PIE	attractif	appt	Appartement T3 Tours centre 62m²	oui				1					1		
14.1.22.02.2014.FAR	attractif	appt	Superbe appartement duplex Tours Halles	oui				1						1	
15.1.5.12.2013.LIU	attractif	appt	F1 bis hyper centre pour investisseur	oui				1					1		
16.1.7.12.2013.AAT	attractif	appt	Appartement 3 pièces plein centre ville	oui				1					1		
17.1.7.12.2013.OIE	attractif	appt	F2 49m² TOURS CENTRE (R.COURTELINE)	oui			1						1		
18.1.8.12.2013.DEL	attractif	appt		non	1										
19.1.8.12.2013.GER	attractif	appt	Tout pres des halles a tours	oui				1						1	
20.1.9.12.2013.OIA	attractif	appt	Appartement T3 de charme en hyper centre de TOURS	oui				1					1		
21.1.28.02.2014.ANG	attractif	appt		non	1										
22.1.9.12.2013.MAT	attractif	appt	Studio - Tours centre	oui				1					1		
23.1.10.12.2013.AOL	attractif	appt		non	1										
24.1.10.12.2013.BER	attractif	appt	Studio meublé à Tours	oui					1				1		
25.1.11.12.2013.COV	attractif	appt	Se loger T2 Tours hyper centre	oui				1						1	
26.1.11.12.2013.AUA	attractif	appt	Les Halles -parking Appartement T4 100 m² Tours hyper centre	oui				1					1		
27.1.2.08.2014.STO	attractif	appt	Type 2 Hyper-centre historique	oui				1					1		
28.1.13.12.2013.ABN	attractif	appt	Appartement Courteline	oui			1						1		
29.1.13.12.2013.ABN	attractif	appt	Appartement quartier Colbert	oui				1					1		
30.1.15.12.2013.OUI	attractif	appt	Appartement T2 Tours centre Les Halles	oui				1					1	1	
31.1.15.12.2013.VAL	attractif	appt	Studio pour investisseur TOURS CENTRE	oui				1					1		
32.1.19.12.2013.I.R.	attractif	appt	Appartement centre ville	oui				1					1		
33.1.22.12.2013.DAN	attractif	appt	Appartement de caractère hypercentre	oui				1					1		
34.1.22.12.2013.CAR	attractif	appt	T3 avec garage Halles de Tours	oui				1						1	
35.1.24.12.2013.ORI	attractif	appt	F3 vieux tours	oui				1					1		
36.1.25.12.2013.SDA	attractif	appt	Appartement 8 pièces, centre Tours	oui				1					1		
37.1.25.12.2013.OIG	attractif	appt	Appartement de caractère T2 Vieux Tours	oui				1					1		
38.1.28.12.2013.CIA	attractif	appt	Centre tours 37 appartement type 5	oui				1					1		
39.1.29.12.2013.FOU	attractif	appt	Appartement T2 Tours Centre	oui				1					1		
40.1.29.12.2013.PIE	attractif	appt	Studio 23 m2 quartier Halles / Bretonneau	oui				1					1		
41.1.30.12.2013.JES	attractif	appt	T3 centre ville avec parking ascenseur	oui				1					1		
42.1.2.01.2014.IEB	attractif	maison	Particulier Tourangeau - 7 pièces -- Heurteloup	oui			1						1		
43.1.4.01.2014.GEN	attractif	maison	Maison atypique plein coeur de Tours	oui				1					1		
44.1.7.01.2014.JAL	attractif	appt	Appartement de caractère hypercentre halles	oui				1					1	1	
45.1.10.01.2014.BER	attractif	maison	Particulier tourangeau Quartier St Eloi	oui				1					1		
46.1.15.01.2014.TM	attractif	appt		oui	1										
47.1.14.01.2014.MTH	attractif	appt	Appartement 3 pièces Tours rue Colbert	oui			1						1		
48.1.23.01.2014.OIE	attractif	appt	F2 38m2 tours centre zola cathedrale	oui				1					1		
49.1.24.01.2014.ORI	attractif	appt	F3 vieux tours	oui				1							
50.1.18.02.2014.BOS	attractif	appt	Appartement 45 m2 Place des Halles Tours	oui				1							
TOTAL				46	5	0	7	37	1	0	0	0	38	7	0

ID	terrain	type de bien	Extrait annonce	Env_d ans_tit re	éche lon pas de référé nce	éche lon résid ence	éche lon rue	éche lon quar tier/zone dans la ville	éche lon ville	éche lon aggl omé ratio n	Catég orie_a mbian ce	catég orie_ca dre	catég orie_lo cal isation	catég orie_p roxim ité	catég orie_t ype
1.2.2.12.2013.MAN	neutre	appt	Appartement F4 résidence Febvotte à Tours	oui		1							1		
2.2.8.12.2013.ALD	neutre	maison	Maison Tours centre avec 3 chambres et jardin	oui				1					1		
3.2.12.12.2013.CLO	neutre	appt	T2 quartier Febvotte - Strasbourg	oui				1					1		
4.2.14.12.2013.AMB	neutre	appt		non	1										
5.2.16.12.2013.AMB	neutre	appt		non	1										
6.2.24.12.2013.HOU	neutre	maison	Maison F3 centre ville avec jardin	oui				1					1		
7.2.3.01.2014.ABC	neutre	appt	Appartement T3 balcon Febvotte	non				1					1		
8.2.5.01.2014.DAD	neutre	maison	Quartier Febvotte maison des années 30	oui				1					1		
9.2.11.01.2014.T3	neutre	appt		non	1										
10.2.12.01.2014.OB	neutre	maison	Maison réhabilitée écologique quartier Febvotte	oui				1					1		
11.2.12.01.2014.FRA	neutre	maison	Maison avec Jardin Tours Centre	oui				1					1		
12.2.14.01.2014.HOU	neutre	maison	Maison F3 quartier résidentiel avec jardin	oui				1					1		
13.2.20.01.2014.IB	neutre	maison	Maison tours centre	oui				1					1		
14.2.24.01.2014.IEM	neutre	appt	Appartement T2 44m2 Febvotte	oui				1					1		
15.2.26.01.2014.ANT	neutre	appt	Appartement T2 de 50m² - Febvotte	oui				1					1		
16.2.28.01.2014.LINE	neutre	maison	Maison quartier febvotte refaite a neuf	oui				1					1		
17.2.4.04.2014.ADA	neutre	appt		non	1										
18.2.12.03.2014.GIO	neutre	appt		non	1										
19.2.11.04.2014.MAC	neutre	appt		non	1										
20.2.23.03.2014.BEA	neutre	appt		non	1										
21.2.26.02.2014.JAN	neutre	appt		non	1										
22.2.31.01.2014.SLB	neutre	appt	Appartement rue leon boyer	oui			1						1		
23.2.30.02.2014.DUR	neutre	appt	Appartement T2 - 42m² Tours	oui					1				1		
24.2.08.03.2014.ANT	neutre	appt	Appartement T2 de 50m² - Febvotte	oui				1							
25.2.25.02.2014.IEM	neutre	appt	Appartement T2 Febvotte	oui				1					1		
26.2.2.04.2014.OI	neutre	appt	Appartement T2 Quartier Febvotte/Strasbourg	oui				1							
27.2.6.02.2014.ABC	neutre	appt	Appartement T3 FEBVOTTE STRASBOURG Balcon	oui				1					1		
28.2.13.03.2014.ISA	neutre	appt	Appartement T3 Febvotte	oui				1					1		
29.2.7.02.2014.MAZ	neutre	maison	Maison Tours Centre quartier Thiers	oui				1					1		
30.2.20.02.2014.BAD	neutre	appt	T4 quartier STRASBOURG/FEBVOTTE	oui				1							
31.2.1.04.2014.FM	neutre	appt	T2 à Tonnellé	oui				1					1		
32.2.13.03.2014.AUR	neutre	appt	T2 48m2 Tours centre quartier Strasbourg Febvotte	oui				1					1		
33.2.29.01.2014.GOB	neutre	appt	T1 bis de 23m2 environ 62000e centre tours febvott	oui				1					1		
34.2.10.04.2014.RUB	neutre	appt	Superbe petit studio entièrement rénové à Tours	oui					1				1		
35.2.23.03.2014.JOH	neutre	maison	Quartier rabelais	oui				1					1		
36.2.2.12.2013.BON	neutre	appt	Quartier Rabelais - Appartement 35m2	oui				1					1		
37.2.3.08.2014.DSC	neutre	maison	Quartier Febvotte maison des années 30	oui				1					1		
38.2.14.03.2014.SOF	neutre	maison	Particulier Tourangeau	non	1								1		
39.2.2.04.2014.LUN	neutre	maison	Maison tours centre	oui				1					1		
40.2.13.04.2014.FAN	neutre	maison	Maison Tours Centre avec Jardin	oui				1					1		
41.2.7.03.2014.RIC	neutre	maison	Maison quartier febvotte	oui				1					1		
42.2.20.01.2014.MOU	neutre	maison	Maison de ville Tours centre - quartier Rabelais	oui				1					1		
43.2.6.04.2014.IAU	neutre	maison	Maison 5 pièces 96 m2 Tours Rabelais	oui				1					1		
44.2.24.01.2014.DAN	neutre	appt	Grand T2 Tours Béranger- Rabelais	oui				1					1		
45.2.26.02.2014.VBAU	neutre	appt		non	1										
46.2.15.02.2014.FIT	neutre	appt	F1Tours centre place rabelais	oui				1					1		
47.2.12.03.2014.PIC	neutre	appt	Appartement3 rue d'Entraigues proximité Bretonneau	oui			1						1	1	
48.2.30.03.2014.RBB	neutre	appt		non	1										
49.2.19.02.2014.HUR	neutre	appt	Appartement type 4 a tours	oui					1				1		
50.2.12.02.2014.NIN	neutre	appt	Appartement Tours	oui					1				1		
TOTAL				38	11	1	2	32	4	0	0	0	37	1	0

ID	terrain	type de bien	Extrait annonce	Env_dans_titre	échelon_pos de référence	échelon_résidence	échelon_rue	échelon_quartier/zone dans la ville	échelon_ville	échelon_agglomération	Catégorie_ambi	catégorie_cadre	catégorie_localisation	catégorie_proximité	catégorie_type
1.3.4.12.2013.1M	non attractif	appt		non	1										
2.3.3.12.2013.1AU	non attractif	appt		non	1										
3.3.29.12.2013.GAR	non attractif	appt	Très bel appartement Est de tours	oui						1				1	
4.3.14.12.2013.DOM	non attractif	appt	Appartement saint pierre des corps	oui					1					1	
5.3.12.12.2013.DOM	non attractif	appt	Appartement T2 Centre ville	oui				1						1	
6.3.4.12.2013.JOU	non attractif	appt		non	1										
7.3.7.12.2013.MAN	non attractif	appt		non	1										
8.3.5.12.2013.COL	non attractif	appt		non	1										
9.3.7.12.2013.PE	non attractif	appt	APPARTEMENT T4 72 m² avec SUPERBE VUE sur LA LOIRE	oui				1				1			
10.3.19.12.2013.MAR	non attractif	appt		non	1										
11.3.15.12.2013.MAR	non attractif	appt		non	1										
12.3.3.12.2013.BER	non attractif	maison		non	1										
13.3.20.12.2013.DAN	non attractif	maison		non	1										
14.3.7.12.2013.SJO	non attractif	maison		non	1										
15.3.13.12.2013.LAG	non attractif	maison		non	1										
16.3.3.01.2014.TDX	non attractif	maison		non	1										
17.3.10.12.2013.PIR	non attractif	maison	Maison récente coeur de ville de St Pierre 37700	oui				1						1	
18.3.6.12.2013.SAN	non attractif	maison	Saint pierre des corps	oui					1					1	
19.3.19.12.2013.MAR	non attractif	appt		non	1										
20.3.21.01.2014.OLU	non attractif	appt		non	1										
21.3.3.08.2014.APP	non attractif	appt	Appartement 3 pièces 73 m², Saint Pierre Centre	oui				1						1	
22.3.12.02.2014.SN	non attractif	appt		non	1										
23.3.22.01.2014.PER	non attractif	appt		non	1										
24.3.29.12.2013.GAR	non attractif	appt	Appartement Est de Tours	oui						1				1	
25.3.31.01.2014.COC	non attractif	appt		non	1										
26.3.24.02.2014.JOU	non attractif	appt		non	1										
27.3.16.01.2014.SAN	non attractif	appt	Appartement résidence des Bords de Loire	non			1					1			
28.3.21.01.2014.FLA	non attractif	appt	Appartement St Pierre des Corps	oui					1					1	
29.3.28.01.2014.MAT	non attractif	appt		non	1										
30.3.1.02.2014.OLE	non attractif	appt	Appartement T3 (Situé Eglise Assomption)	oui				1						1	
31.3.27.01.2014.IDL	non attractif	appt	Appartement T3 61m² (Quartier Eglise Assomption)	oui				1						1	
32.3.26.02.2014.JOU	non attractif	appt		non	1										
33.3.1.03.2014.STE	non attractif	appt	Appartement T3 au Grand Mail St Pierre des Corps	oui				1						1	
34.3.26.03.2014.BAC	non attractif	appt	Appartement T3 grand mail Saint Pierre des Corps	oui				1						1	
35.3.16.02.2014.OTY	non attractif	appt	Appartement T3 lumineux, centre de saint pierre	oui				1						1	

36.3.22.01.2014.CIA	non attractif	appt	Appartement T3- St Pierre des Corps - centre ville	oui		1							1				
37.3.20.02.2014.AFP	non attractif	appt	Appartement t3 st pierre des corps	oui			1							1			
38.3.6.01.2014.PAC	non attractif	appt		non	1												
39.3.28.02.2014.JAC	non attractif	appt		non	1												
40.3.8.01.2014.POI	non attractif	appt	Appartement t4 75m² bus tgv école collège	oui	1											1	
41.3.25.01.2014.DRO	non attractif	appt	Appartement t4 a saisir - toutes commodites	oui	1											1	
42.3.22.02.2014.PE	non attractif	appt	APPARTEMEN T T4 avec SUPERBE VUE sur LA LOIRE	oui		1					1						
43.3.23.02.2014.M8	non attractif	appt		non	1												
44.3.23.01.2014.RDS	non attractif	appt	Appartement T5 a St pierre des corps	oui			1							1			
45.3.7.01.2014.TYP	non attractif	appt		non	1												
46.3.21.01.2014.ML	non attractif	appt		non	1												
47.3.30.01.2014.MAR	non attractif	appt	F4 petit prix à rafraichir / Proche gare snct	oui		1										1	
48.3.14.01.2014.FER	non attractif	appt	Immeuble aux portes de Tours, 11 logements à créer	oui						1						1	
49.3.27.02.2014.LP	non attractif	appt		non	1												
50.32.01.2014.CRO	non attractif	maison	Maison 5 chambres à 5' de Tours et Gare TGV	oui						1						1	
TOTAL					23	28	1	0	12	5	4	0	3	16	5	0	

			Avis_										Atouts_						
			Connais	Avis_f		Avis_		Avis_a	Choix_t	Env>M	Env=M	Maiso	Atouts_ec	Atouts_	Atouts_	Atouts_e	_echel	Atouts_	
ID	terrain	type de bien	sance_t	avora	Avis_ne	orabl	Avis_a	Choix_t	Env>M	Env=M	Maiso	Citations_env_avis	dereferen	chelon_r	echelon	chelon_	on_vill	echelon	
			errain	ble	utre	e	ucun	errain	aison	aison	n>Env		ce	esidence	_rue	quartier	e	_agglo	Citations_env_atouts
1_F_P	attractif	appt	1	1	0	0	0	1	1	0	0	le quartier me plaisait / c'est un quartier très agréable / jusqu'à la fin de mes études j'étais, j'étais à Tours / j'ai rien voulu construire à Dreux, parce que je me disais c'est... j'appartiens à Tours et caetera	0	0	0	1	1	0	Les atouts de mon logement, ben c'est, sa situation /c'est à côté des halles, euh c'est euh... euh, à côté de la Loire aussi / situation euh... au centre-ville. Oui. Le fait d'être proche de... proche de tout
1_M_C	attractif	maison	0	0	0	0	1	0	0	1	0	quand j'ai voulu habiter à Tours, j'ai cherché pendant deux ans un endroit où je pourrais y vivre. J'ai vu des maisons dans tous les quartiers de Tours ! / Je connaissais peu Tours / ce n'est pas un quartier où y avait des commerces, donc que je fréquentais.	0	1	0	1	0	0	Et puis vous êtes en pleine ville et je vous dis, j'ai pas de voisin direct !
1_M_M	attractif	appt	1	1	0	0	0	1	0	1	0	lorsqu'on est en plein centre il est plus facile de vivre, de faire ses courses, d'aller prendre le train, c'est encore plus facile d'être au centre qu'être en périphérie. C'est là la raison principale, ce n'est que ça.	0	1	1	0	0	0	C'est calme, une vue magnifique sur le marché aux fleurs / des voisins adorables, un parking où on peut mettre trois voitures, euh... des fleurs, sur le balcon.
1_M_P	attractif	maison	1	1	0	0	0	1	1	0	0	Ce qui m'a amené à acheter ce logement, c'est la situation. / On habitait Tours avant, on avait aussi une autre maison avant, qu'on a vendue et c'est pour ça que... on a préféré se rapprocher du centre-ville / si un jour on vend, on restera dans le quartier	0	0	1	1	0	0	la proximité du centre-ville, donc euh ce que je vous disais, proximité des restaurants, des commerces / malgré que j'aie quand même un garage, de quoi stationner devant la maison. Puis à proximité justement de l'hôpital
1_M_R	attractif	maison	1	1	0	0	0	1	1	0	0	j'étais très attiré par le centre de Tours	0	0	0	1	0	0	c'est la localisation tout à fait positive
Total			4	4	0	0	1	4	3	2	0		0	2	2	4	1	0	

Inconv_ echelon _pasder Inconv_e Inconv echelon _echel _echel eferenc chelon_r _echel _quartie on_vill on_agg e esidence on_rue r e lo Citations_env_inconv						Criteres Criteres Criteres_r Criteres Criteres_r _remplis Criteres _rempli emplis_a _remplis emplis_lo _proximi _rempli Citations_env_criteres s_env mbiance _cadre calisation te s_type _remplis						Criteres_ Criteres_ abandon_ abandon_ Criteres Citations_env_ _aband bandon_a abandon localisati _proximi _abando criteres_aband on_env mbiance _cadre on te n_type on							
y a des gens qui ont l'appartement au-dessus là, qui ont des petits gamins, alors ça piétine le soir / Parce que sinon euh, tous les gens dans le coin, euh... ils tournent, et les voitures tournent partout parce qu'il y a pas de places de parking. Ca c'est, ça c'est l'horreur						0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1						0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C'est... les charges de copropriété sont importantes						0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
seul inconvénients c'est les, voilà, les quelques désagréments dus aux tags, bon c'est, c'est... puis bon, à une époque y avait le bar en fac qui faisait énormément de bruit, là ça s'est bien calmé						0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
1						0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	
2						2	2	1	1	0	0	3	0	0	0	0	0	0	

Voisinage_Voisinage_Voisina_Voisin _echelon_ _echelon_Voisinag_ge_ech_age_ec_Voisinag pasderefe _residenc_e_echel_elon_qu_helon_e_echelo rence_e_on_rue_artier_ville_n_agglo_Citations_voisinage_echelon							Voisinag_Voisinag_Voisina e_social_e_social_ge_spat_Voisinag _positif _negatif_ial_posi_e_spatia Citations_voisinage_socialtif_l_negatif_Citations_voisinage_spatial					
c'est un quartier très agréable parce que il est... il est très très diversifié, c'est-à-dire y a tout, tous les genres de populations / Donc euh, tout le monde se retrouve, ça parle beaucoup portugais dans le coin, ça parle euh... ben oui, autrement, ça parle français, mais c'est vrai qu'il y a un peu de... y a sûrement pas que des portugais, puis on a nos... on a nos SDF, là, euh... qui se promènent, on... on connaît bien les têtes /							1	0	c'est un quartier très agréable parce que il est... il est très très diversifié, c'est-à-dire y a tout, tous les genres de populations / je connais mes voisins, euh... on se rencontre dans le... on se dit bonjour, bon, on se rencontre dans le hall, euh... on échange / Donc euh, tout le monde se retrouve, ça parle beaucoup portugais dans le coin, ça parle euh... ben oui, autrement, ça parle français, mais c'est vrai qu'il y a un peu de... y a sûrement pas que des portugais, puis on a nos... on a nos SDF, là, euh... qui se promènent, on... on connaît bien les têtes	1	0	... y a le marché, y a les halles / ... j'ai les cinémas là, je vais aux studios, je vais... j'ai choisi mon dentiste, mon machin, j'ai... Ben y a Moving, qui est à côté aussi / Y a le shopping, y a.. Bon, et puis euh... bon y a les halles, y a les trucs euh.... C'est vrai que je... je prends rarement ma voiture / , j'adore marcher donc euh, je vais, enfin... je vais euh... je vais jusqu'avenue de Grammont ou avenue Thiers, boulevard Thiers / j'ai le parking à côté
. Toutes les autres personnes étaient en général des... grands-parents, ou des parents qui n'avaient plus leurs enfants. Mes enfants n'avaient pas de copains dans la rue, ici ! Fallait aller à, presque à côté de l'école pour avoir des copains ! Voilà. Maintenant c'est le contraire !							1	0	Donc c'est comme ça que ça s'est fait. On était très bien intégrés. / Dès qu'il y avait un petit dépannage à faire elle m'appelait	1	1	Parce qu'il y avait tous les services à proximité, j'avais deux enfants en bas âge, j'avais l'hôpital pour enfants à côté, y avait l'école maternelle au bout de la rue, y avait le collège et le lycée à cinq minutes. Voilà, j'avais absolument tout ce qu'il me fallait aux portes de la maison. / ce n'est pas un quartier où y avait des commerces
Sauf une ou deux exceptions, mais les autres sont des gens de qualité de ma génération, et avec qui j'entretiens, nous entretenons, ma femme et moi, des relations amicales. Ce ne sont pas des amis, nous entretenons des relations amicales, ce qui est un petit peu différent.							1	1	Ah oui, j'ai oublié de vous dire que le revers de la médaille, c'est que dans notre immeuble y a pas d'enfant. Et c'est triste, quand y a pas d'enfant, c'est très triste, c'est pour ça que ça m'a.../ des gens de qualité de ma génération / nous entretenons des relations amicales	1	0	au centre il est plus facile de vivre, de faire ses courses, d'aller prendre le train / c'est plus facile pour moi d'être à 5 minutes à pied de mon domicile que d'être à 20 minutes en voiture / nous avons un marché aux fleurs deux jours par semaine
On connaît, je connais tous les voisins du quartier, tous les commerçants, euh, quasiment les principales personnes qui habitent là depuis quinze-vingt ans, on les connaît tous. On fait de temps en temps des réunions de quartier, ou des apéros chez l'un chez l'autre, et donc ça se passe très très bien, voilà. Le gros problème ce sont les tags. Y a plein de tags dans la rue, et donc ça c'est vraiment pénible. Donc nous on est pas trop touchés, mais la rue en face là, les voisins ils en ont marre.							1	0	On fait de temps en temps des réunions de quartier, ou des apéros chez l'un chez l'autre, et donc ça se passe très très bien / Y a plein de tags dans la rue, et donc ça c'est vraiment pénible. Donc nous on est pas trop touchés, mais la rue en face là, les voisins ils en ont marre.	1	1	on a préféré se rapprocher du centre-ville / il nous a fallu deux-trois ans pour s'habituer au quartier, puis maintenant bon on est très bien / Donc là on est juste à côté donc c'est l'idéal. / la proximité du centre-ville, donc euh ce que je vous disais, proximité des restaurants, des commerces / voilà, les quelques désagréments dus aux tags, bon c'est, c'est... puis bon, à une époque y avait le bar en fac qui faisait énormément de bruit, là ça s'est bien calmé, mais euh.. puis quelques poubelles de renversées, quelques voitures abîmées
Euh... les relations sont dans l'ensemble tout à fait excellentes. Euh... y a vraiment euh, une convivialité de quartier qui est agréable, voilà. J'ai parfois eu des voisins euh, un peu difficiles à supporter, mais ils ont déménagé fort heureusement.							1	1	les relations sont dans l'ensemble tout à fait excellentes / une convivialité de quartier qui est agréable / . J'ai parfois eu des voisins euh, un peu difficiles à supporter	1	0	j'étais très attiré par le centre de Tours parce que à l'époque la faculté de droit se trouvait euh, en plein centre-ville / c'est à la fois le centre et le calme /
001000							11	1		10		
023200							52			52		

ID	terrain	type de bien	Connaiss ance_terr ain	Avis_fav orable	Avis_ne utre	Avis_de favorabl e	Avis_au cun	Choix_te rrain	Env>M aison	Env=Ma ison	Maison>E nv	Citations_env_avis	Atouts_e chelon_ pasderef erence	Atouts_ec helon_resi dence	Atouts_e chelon_r ue	Atouts_ec helon_qu artier	Atouts_e chelon_v ille	Atouts_e chelon_a gglo	Citations_env_atouts
2_M_G	neutre	appt	1	1	0	0	0	1	0	1	0	Oui, puisque ma mère habitait juste à côté. / J'avais une image puisque je travaillais ici, et puis le quartier forcément c'est à peu près le même.	1	0	0	0	0	0	
2_M_L	neutre	appt	1	0	1	0	0	0	0	1	0	c'est pas forcément le quartier préféré des tourangeaux, je... enfin voilà, il a quand même pas forcément une super réputation, enfin super réputation... / j'avais aucun a priori, au contraire je trouve ça très très pratique euh, c'est un quartier pour moi qui est calme, euh...	1	0	0	0	0	0	
2_MF_B	neutre	maison	0	0	0	0	1	0	0	0	1	Avant de venir ici ? Ah non pas du tout	1	0	0	0	0	0	On a tout...
2_MF_V	neutre	maison	0	0	0	0	1	1	0	1	0	Moi j'étais excentrée, j'étais à 30 kilomètres à peu près de Tours, j'étais à la campagne. / Voilà, moi j'étais à 200 donc... Moi j'étais à la Riche mais avant ça j'étais sur Paris. / Oui, de rester dans le quartier.	0	0	0	1	0	0	Les atouts ? Le calme, la proximité de nos lieux de travail. / cette proximité avec tout, tout en restant éloigné justement de tout ce, cet hyper-centre
2_M_Q	neutre	maison	0	0	0	0	1	0	0	0	1	je connaissais pas ce quartier, on y venait pas par ici. C'était le bout du monde. / On n'a pas choisi le quartier / on aurait bien pu être ailleurs, [...], si on avait trouvé une maison qui, qui répondait aux critères que l'on avait	0	0	1	1	0	0	c'est pas central par rapport au centre de Tours mais on en est pas loin, et que le tram passe au bout de la rue Febvotte là, ce qui permet d'aller nord sud. / En plus on à nous là, une vingtaine ou une trentaine de parkings derrière / toute la proximité de l'environnement
Total			2	1	1	0	3	2	0	3	2		3	0	1	2	0	0	

Inconv_ec helon_pa sderefer nce						Criteres_r emplis_e nv						Criteres _abando n_env					
Inconv_	Inconv_	Inconv_	Inconv_	Inconv_	Inconv_	Criteres_r	Criteres_r	Criteres_r	Criteres_r	Criteres_r	Criteres	Criteres	Criteres	Criteres	Criteres	Criteres	Criteres
echelon	echelon	Inconv_	echelon	echelon	Inconv_	emplis_e	emplis_a	emplis_ca	emplis_lo	emplis_pr	_rempli	Citations_env_criteres_r	_abando	n_ambia	on_cad	on_loca	n_proxi
_reside	_rue	artier	on_qu	on_vill	helon_agg	emplis_e	emplis_a	emplis_ca	emplis_lo	emplis_pr	_rempli	Citations_env_criteres_r	_abando	n_ambia	on_cad	on_loca	n_proxi
nce	nce	_rue	artier	e	lo	Citations_env_inconv	mbiance	dre	calisation	oximite	s_type	emplis	n_env	nce	re	lisation	mite
1	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0		0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0		0	0	0	0	0
0	0	1	0	0	0	on a le chemin de fer qui passe à proximité	0	0	0	0	0		1	0	1	0	0
						L'impasse, le fait que se garer ce soit pas facile, voilà, ça.						Localisation et prix.					et puis on avait pas pensé habiter dans une impasse.
0	0	1	0	0	0		1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0
0	0	1	0	0	0	y a obligatoirement du bruit, c'est vrai qu'il y a beaucoup de passage / ce sont des services administratifs qui vont arriver là, et... là dans la journée euh... il va peut- être y avoir du passage de ce côté-là.	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
2	0	3	0	0	0		2	0	1	2	0	0	2	0	2	0	0

Voisinage _echelon_ Voisinage Voisinag Voisinage_ Voisinag Voisinage pasderefe _echelon_ e_echelo echelon_q e_echelo _echelon_ rence residence n_rue uartier n_ville agglo Citations_voisinage_echelon						Voisinage _social_p ositif	Voisinage _social_n egatif	Citations_voisinage_social	Voisinag e_spatia l_positif	Voisinage _spatial_ negatif	Citations_voisinage_spatial
0	1	0	0	0	0			ben tout le monde se connaît / c'est assez sympa			y a un petit peu de tout, on est à côté du centre-ville, à côté de la fac, et caetera. / y a une boulangerie à côté, euh, y a euh... y a une laverie, y a le restaurant asiatique... / C'est vraiment sympa, y a les Deux-Lions à proximité, euh, c'est vraiment très très sympa. Après ouais le seul point négatif que je pourrais dire ouais c'est, c'est le vis-à-vis avec le grand immeuble d'en face.
0	1	0	0	0	0			j'ai plutôt de bonnes relations / mais la propriétaire au-dessus a une fille qui hurle sur sa fille, si vous voulez tout savoir, donc effectivement de temps en temps je l'entends quoi / on essaye effectivement d'être euh... d'être euh... enfin, intelligents et de respecter l'intimité de chacun			c'est un quartier pour moi qui est calme, euh... je suis pas loin du centre-ville, je suis pas loin des axes pour sortir, euh bon pour moi c'est une situation qui est plutôt bien oui.
0	0	1	0	0	0			C'est pas comme à la campagne, on a pas le même lien, tout le monde se connaît, tandis que là bon... / Ben en fait on est les plus vieux maintenant			on a le chemin de fer qui passe à proximité
0	0	1	1	0	0			c'est assez convivial / Voilà, c'est l'avantage des impasses, c'est que vraiment euh, tout le monde se connaît, entre propriétaires. Quand on vient d'arriver, et qu'on en tire pour 25 ans, minimum, ben il faut se faire une place, donc euh, on s'efforce d'être sympas avec les voisins.			ce qui nous a plu, c'est justement, le fait que ce soit un peu excentré du vrai centre de Tours / Y a tout, sans être près du centre avec le monde, on est un peu plus tranquilles quoi. Puis y a des jardins, surtout. / cette proximité avec tout, tout en restant éloigné justement de tout ce, cet hyper-centre, et surtout d'être tranquille, d'avoir un jardin sans vis-à-vis, c'est plutôt rare plutôt vers le centre. / L'impasse n'est pas facile. Pour sortir de l'impasse, faut y aller en marche arrière !
0	0	1	1	0	0			qu'il y a des gens ou des personnes âgées là, qui s'en vont faire leurs courses, chercher leur pain ou autre chose, donc on se rencontre souvent, euh... ben on discute ensemble / des gens de la cité qui viennent chercher leur voiture dans le garage,			c'est pas central par rapport au centre de Tours mais on en est pas loin, et que le tram passe au bout de la rue Febvotte là / la rue Febvotte est très bruyante [...] faut pas ouvrir les fenêtres, parce que c'est très passager / , la proximité de.. du sport, la proximité des... de la bretelle, des autoroutes pas loin, euh... tout est assez rapide, quand on doit aller de Tours à Tours Sud, euh... ou les grands magasins
0	1	0	0	0	0						
0	1	0	0	0	0	4	2		4	4	

ID	terrain	type de bien	Connais sance_t errain	Avis_f avora ble	Avis_d Avis_n eutre	Choix_ efavora ble	Env>M Avis_a ucun	Env=M terrai n	Maiso n>Env	Citations_env_avis	Atouts_ec helon_pas dereferen ce	Atouts_ echelon _residen ce	Atouts_ Atouts _echel _echel on_rue	Atout s_ech _quartie r	Atouts elon_ ville	Atouts _echel on_ag glo	Citations_env_atouts
3_F_H	non attractif	appt	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	
3_F_P	non attractif	maison	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	Tout à fait bien situé, c'est tout à fait bien situé, c'est vraiment euh, très près de tout, pas trop près parce qu'il y a l'autoroute entre Tours et Saint-Pierre, encore. C'est pas trop près de l'autoroute, mais c'est quand même proche de Tours, dans la partie euh... c'est entre la mairie et l'autoroute, donc c'est dans la partie ouest, de, de Saint-Pierre, euh... voilà.
3_M_L	non attractif	appt	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	la proximité de mon travail / c'est tout quoi, c'est surtout la proximité de mon boulot
3_MF_S	non attractif	maison	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	
3_M_N	non attractif	maison	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	C'est très bien situé parce que la gare est à côté, et on a... place, vous allez place Jean Jaurès à pied ! / y a le transport, je veux dire, y a le bus qu'est juste là, enfin bon je veux dire y a les transports / ... On veut se balader, ben y a la Loire qu'est là, on veut se balader, y a le Cher qu'est là
Total			5	1	3	1	0	3	1	2	2	2	0	0	0	2	2

Inconv_ech elon_pasd ereference	Inconv_ec helon_res idence	Inconv_ echelon _rue	Inconv_ echelon _quartie r	Inconv_ echelon _vill on_vill e	Inconv_ echelon _agg on_agg lo	Citations_env_inconv	Critere s_rem plis_e nv	Criteres_ remplis_ ambianc e	Criteres_ Criteres _rempli s_cadre	Criteres_ Criteres_r emplis_lo calisation	Criteres_ remplis_ proximit e	Criteres _rempli s_type	Citations_env_criteres s_remplis	Criteres_ abandon _aband on_env	Criteres_ _aband _ambianc e	Criteres_ abandon_ on_cadr e	Criteres_ abandon_ localisati on	Criteres_ _proximit e	Criteres_ abandon _type	Citations_env_criteres_abandon
0	1	0	0	0	0	C'est vrai, y a des gens qui se plaignent un peu du bruit / l'inconvénient quand même c'est de vivre un petit peu en collectivité dans une tour où les mentalités un petit peu ont changé depuis que j'y habite, voilà. / je parle pas de chez moi, je parle de l'immeuble	0	0	0	0	0	0	J'aime beaucoup la vie en appartement, euh, donc euh... pff, les critères... d'être en collectivité, aussi. / D'être entourée aussi, pas être seule euh, isolée.	0	0	0	0	0	0	
0	0	0	1	0	0	Mais c'est un quartier qui n'est pas un quartier de services, c'est pas un quartier de commerces. / C'est un quartier plus résidentiel et du coup, moins, moins servi en commerces.	1	0	0	1	0	0	. On voulait qu'il soit dans le même quartier	0	0	0	0	0	0	
1	0	0	0	0	0	y a les avions, voilà. C'est un, c'est un... l'ennui principal. Deuxième ennui, c'est... le gaz, à côté là, hein euh, c'est bien connu. / Et pas assez de vie dans le quartier.	1	0	1	1	0	0	je connaissais un peu la résidence, c'est pour ça que bon, euh... j'ai pas cherché non plus à acheter ailleurs ou quoi que ce soit	0	0	0	0	0	0	
0	0	0	1	1	0	l'inconvénient, c'est on est dans une zone qui risque, qui risque euh... les inondations, ça c'est le... ça fait partie un plus de ce que je vous ai dit, y a les avions, y a euh... Primagaz, y a tout ça mais...	0	0	0	0	0	0		1	0	1	0	1	0	là, si on veut faire une petite marche, ben faut tout de suite prendre presque la voiture / c'est toujours un peu la même chose, finalement. Y a pas beaucoup de découvertes !
0	0	0	0	1	0		0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0	0	
1	1	0	2	2	0		2	0	1	2	0	0		1	0	1	0	1	0	

Voisinage_e chelon_pas dereference	Voisinage_ echelon_r esidence	Voisinage_ echelon_ru e	Voisinage_ echelon_ quartier	Voisinag e_echelo n_ville	Voisinage _echelon _agglo	Citations_voisinage_echelon	Voisinag e_social _positif	Voisinag e_social_ negatif	Citations_voisinage_social	Voisinag e_spatia l_positif	Voisinag e_spatial _negatif	Citations_voisinage_spatial
0	1	1	1	0	0	Avoir une salle, par exemple, où on puisse euh descendre et se retrouver peut-être, euh, bavarder, jouer, euh, boire un coup / là ils respectent mieux les espaces verts en bas, mais l'année dernière, quand c'était tout frais ça a été un petit peu saccagé par eux. / . J'en dirais peut-être pas autant d'un autre secteur, qui est par là, où y a quand même un petit peu de... de délinquants	1	1	faire un peu une mixité sociale, c'est-à-dire que ici c'était une accession à la propriété, au coeur d'un quartier qui est HLM. / on est intégré mais on, c'est quand même très distant / pas de... de vie, enfin qu'on puisse s'organiser, faire des petites choses ensembles, les voisins ensemble / y a quand même le côté des jeunes adolescents qui risque de, d'être un petit peu, ils frisent pas la délinquance, non, pas du tout, mais ils sont un petit peu...	1	1	donc j'ai été attirée par Saint-Pierre-des-Corps sur le plan du travail d'abord / j'étais contente de venir en ville / Maintenant, je reprendrais pas une tour. / , j'ai peut-être le regret un petit peu de l'espace euh... intime, euh... au bas de chez moi.
0	0	0	1	0	0	en termes de lien social, on a beaucoup plus de liens avec nos voisins, qui sont devenus des amis, que ce qui se passait avant à Tours... / ça a été facile de nouer des relations avec eux / à travers la crèche et après l'école maternelle on a connu des gens, c'est pas seulement nos voisins, c'est aussi, ça a été des parents de...	1	0	l'idée de, de réseau social, de type de lien avec les voisins, les amis, l'école des enfants, les parents d'amis des enfants, que finalement notre milieu social était enraciné dans ce quartier-là / on a beaucoup plus de liens avec nos voisins, qui sont devenus des amis	1	1	les espaces publics ne sont pas très agréables, la... la marche à pied n'est pas forcément euh, géniale / on commence à faire limite banlieusards / C'est pas trop près de l'autoroute, mais c'est quand même proche de Tours / Mais c'est un quartier qui n'est pas un quartier de services, c'est pas un quartier de commerces.
0	1	0	0	0	0	Bon après y a des voisins qui sont des fois un petit peu plus euh... compliqués à vivre, quoi, on va dire, qui font un petit peu plus de bruit que d'autres ou euh... qu'ont du mal à... à intégrer la vie en copropriété quoi	1	1	Oui oui tout à fait / y a des voisins qui sont des fois un petit peu plus euh... compliqués à vivre	1	0	travaillant à la SNCF et euh... donc euh je suis euh... à proximité de mon travail / c'est surtout la proximité de mon boulot
0	0	1	1	0	0	là dans, dans le voisinage, euh, immédiat, d'ailleurs bon y a, à côté y a une maison qu'est vide, y a plus personne dedans. Enfin, c'est pareil, la maison je sais pas si elle va être vendue ou je sais pas quoi. Enfin, c'est... on sent un quartier qui va, je pense, rajeunir	1	1	Et pas assez de vie dans le quartier. Trop, trop... que des personnes âgées. / Le voisinage est agréable. / ce manque de... d'enfants, dans le voisinage / les voisins, s'ils ont besoin de nous ils savent qu'ils peuvent compter sur nous, et nous pareil vice-versa. Mais euh... on partage pas des... on a pas... d'idéal commun.	1	1	pour le ravitaillement, [...] y a pas beaucoup, enfin à part le Netto qu'est là à côté, mais autrement... / On est plus loin de la gare ici qu'on était euh... / Oh c'est bien desservi, on a des bus là... / Les pistes cyclables sont pas terribles. / On avait pas prévu le bruit des avions. / si on veut être un petit peu à l'air, à la campagne, ben faut prendre la voiture
0	0	1	1	0	0	Je vois à deux maisons c'est bon, hein... / là ici on a vécu quarante ans, y avait pas de clôtures, les uns les autres on s'est donné des coups de main	1	1	Ah c'est pas intégré, c'est famille ! C'est plus qu'intégré... / les arrivants, c'est difficile pour eux / Et puis on va pas d'instinct, on va se dire bonjour, machin, mais on a, on a rien à se dire /	1	1	Y a les avions qui passent au-dessus, et y a le train. / y a autres chose, y a une qualité de vie qu'il n'y a, qu'il n'y a pas... / C'est très bien situé parce que la gare est à côté
0	0	1	1	0	0		1	1		1	1	
0	2	3	4	0	0		5	4		5	4	

ID	terrain	type de bien	% mot environnem ent	Extrait	env_d ans_te xte	échelon_pa s de référence	échelon _réside nce	échelon _rue	échelon_quart ier/zone dans la ville	échel on_vil le	échelon_a gglomérat ion	catégorie _ambianc e	catégori e_cadre	catégorie_l ocalisation	catégorie_pr oximité	catégorie _type
1.1.1.12.2013.DAN	attractif	appt	15,1	Bel appartement au 1er étage, d'un petit immeuble de 2 étages. Centre ville de Tours, proche gare, commerces, transports.	oui				1					1		1
2.1.1.12.2013.DEL	attractif	appt	3,8	HYPER CENTRE	oui				1					1		
3.1.1.12.2013.COM	attractif	maison	26,0	Particulier Tourangeaux entièrement rénové dans hyper centre ,a de pas de toutes les commodités , (Tramway , Commerces & écoles , Autoroute , Gare TGV ...)	oui				1							1
4.1.2.12.2013.LIG	attractif	appt	42,3	A vendre appartement 1 s entre les halles et bretonneau/Idealement placé : à 5 min à pied des halles et du vieux tours. Accès très rapide à la rocade.	oui				1				1			1
5.1.2.03.2014.ROM	attractif	appt	36,7	Idealement placé entre les halles et bd Béranger, accès tram et fil bleu à moins de 300 mètres	oui				1				1			1
6.1.2.12.2013.CHA	attractif	appt			non	1										
7.1.2.12.2013.MEL	attractif	NR	21,8	VENDS APPARTEMENT T2 55 M2 rez de chaussée RUE EMILE ZOLA dans Hotel Bacot de Roman donnant sur jardin, calme.	oui			1				1	1			1
8.1.2.12.2013.CHA	attractif	appt	58,0	Appartement T3 de charme avec terrasse à vendre situé en hyper centre de TOURS proche de la place Jean JAURES (place de l'Hôtel de ville desservie par le tramway)	oui				1					1		1
9.1.2.12.2013.CHE	attractif	appt	37,0	Appartement 49m² de caractère proche tous commerces, qqes minutes à pied de la place des halles, bus à 50m. Situé au premier étage d'un immeuble historique, accès par escalier privé.	oui			1	1				1			1
10.1.2.12.2013.GRO	attractif	appt	100,0	Superbe T2 libre & refait à neuf dans Résidence neuve récente & sécurisée à deux minutes à pieds de la gare de TOURS (PARIS à 54' par TGV).Très calme et toujours lumineux./construite en retrait de la rue en hypercentre avec parking privatif en sous-sol. Idéalement situé (proximité commerces, administrations, préfecture poste & mairie)/Emplacement idéal pour entrée et sortie rapide du centre ville vers axe autoroutier A 10 (PARIS/BORDEAUX) et A 85 (ANGERS/VIERZON) à proximité immédiate.	oui			1	1			1	1	1		1
11.1.2.12.2013.ANG	attractif	appt	43,8	TOURS Centre, 10mn à pied de la gare de TOURS, entre Bd. Heurteloup et quai de la Loire, appartement de caractère dans petite copropriété "ART DECO" rénovée en 2012, avec ascenseur, cave et parking privatif	oui			1	1					1		1
12.1.15.02.2014.CLA	attractif	appt	19,7	VENDS APPARTEMENT TYPE 5 TRES LUMINEUX CENTRE TOURS 123.53M² LOI CARREZPROCHE TOUS COMMERCES.DES HALLES DE TOURS. DU VIEUX TOURS. SITUE PROCHE DES BORDS DE LA LOIRE (ballades) AU 1ER ETAGE AVEC ASCENCEUR LOCAL A VELO. 1 CAVE . 1 PARKING EN SOUS-SOL ATTRIBUE A L'APPARTEMENT GARDIENVOISINAGE TRES AGREABLE	oui			1	1			1	1	1		1
13.1.4.12.2013.FRE	attractif	appt	51,7	Appartement t3 lumineux au 1er étage(sans ascenseur) au centre de tours/Proches tout commerces, gares et à deux pas du tramway....	oui				1					1		1
14.1.22.02.2014.PAR	attractif	appt	25,0	Superbe appartement duplex Tours centre Quartier Halles, à 100m de la Loire,parfaitement calme. Appartement 2ème et 3ème étage dans un petit immeuble plein de cachet, bien entretenu./avec vue sur petite place typique	oui			1	1			1	1	1		1
15.1.5.12.2013.LAU	attractif	appt	14,8	Hyper centre de Tours, F1 bis dans immeuble de caractère	oui			1	1					1		
16.1.7.12.2013.KAT	attractif	appt	29,3	Tours - centre ville, dans un quartier calme, appartement de 69m2 Loi Carrez, avec balcon (loggia) donnant sur jardin privé. Ascenseur Vendu avec 2 parkings, un couvert en sous-sol et l'autre à l'extérieur./à 5 minutes à pied de la gare et de tous commerces, écoles et bus	oui			1	1			1	1	1		1

ID	terrain	type de bien	% mot environnement	Extrait	env_dans_texte	échelon_pas de référence	échelon_résidence	échelon_rue	échelon_quartier/zone dans la ville	échelon_ville	échelon_agglomération	catégorie_ambiance	catégorie_cadre	catégorie_localisation	catégorie_proximité	catégorie_type
17.1.7.12.2013.CHE	attractif	appt	37,0	Appartement 49m² de caractère proche tous commerces, qqes minutes à pied de la place des halles, bus à 50m. Situé au premier étage d'un immeuble historique, accès par escalier privé	oui		1		1						1	
18.1.8.12.2013.DEL	attractif	appt	21,1	Proche place des victoire	oui				1						1	
19.1.8.12.2013.GER	attractif	appt	27,4	Aucune pièce ne donne sur rue /Proximité de commerces , écoles et bus	non	1			1			1			1	
20.1.9.12.2013.CHA	attractif	appt	62,0	Appartement T3 de charme avec terrasse à vendre situé en hyper centre de TOURS proche de la place Jean JAURES (place de l'Hôtel de ville desservie par le tramway)	oui				1				1		1	
21.1.28.02.2014.ANG	attractif	appt	64,7	PROPRE PAVILLON VILLE VIEUX TOURS , qui est le plus touristique des quartiers de Tours. Situé dans l'hyper centre de la ville sur un axe est-ouest autour de la rue du commerce, de la rue Colbert et de la rue du grand marché. Il est connu pour ses très nombreuses maisons médiévales, à colombages. Très proche de l'université François-Rabelais, le quartier, ayant une activité sociale et économique importante, est très fréquenté par les étudiants. Proche toutes commodités.	oui				1			1	1	1	1	1
22.1.9.12.2013.MAT	attractif	appt	18,8	le Café Le Vieux Château est fermé le soir et le dimanche - proximité centre ville, commerces, bus et tramway	oui				1			1			1	
23.1.10.12.2013.ROL	attractif	appt	30,8	Résidence plein centre de Tours, accueil et surveillance 24h/24, entrée sécurisée, service restauration, service d'aide médicale.	oui		1		1			1		1		
24.1.10.12.2013.BER	attractif	appt	24,0	Vends studio meublé hyper centre	oui				1					1		
25.1.11.12.2013.COV	attractif	appt	50,0	Se loger à Tours , hyper centre, quartier des Halles.F2 au 2eme étage d'une petite co propriété de 12 appartements, très calme. PARKING	oui				1			1		1	1	
26.1.11.12.2013.ALA	attractif	appt	15,0	Appartement de 100 m² environ, en plein centre de Tours (proche place de la Résistance)	oui				1					1	1	
27.1.2.03.2014.STO	attractif	appt	8,2	Appartement T2 au 1er étage d'une petite copropriété situé dans le quartier historique de Tours./Toutes commodités à proximités.	oui				1					1	1	
28.1.13.12.2013.ARN	attractif	appt			non	1										
29.1.13.12.2013.ARN	attractif	appt			non	1										
30.1.15.12.2013.OUI	attractif	appt	19,0	Tours centre quartier des halles. Appartement T2 d'environ 40m2 au 1er étage d'une petite copropriété, plein de charme, avec poutres et pierres apparentes.	oui				1			1		1		
31.1.15.12.2013.VAL	attractif	appt	11,4	INVESTISSEUR TOURS boulevard Béranger immeuble standing,	oui				1					1		
32.1.19.12.2013.LEL	attractif	appt	28,2	Entre hôpital Bretonneau et faculté des Tanneurs, proche de toutes commodités-	oui				1						1	
33.1.22.12.2013.DAN	attractif	appt	36,2	Bel appartement au coeur du quartier historique de Tours (quartier des Halles), idéalement situé dans une rue calme. Au premier étage d'un bâtiment ancien (en pierres de taille) avec du cachet et joliment restauré	oui				1			1	1	1		
34.1.22.12.2013.CAR	attractif	appt	38,1	Appartement T3 proche des Halles de Tours, situé dans une rue calme, au 1 er étage sans ascenseur.	oui				1			1			1	
35.1.24.12.2013.ERI	attractif	appt	40,9	F3 Vieux Tours , à 100m de l'université . Très bel appartement dans un immeuble en pierre de taille	oui				1					1	1	
36.1.25.12.2013.BEA	attractif	appt	31,7	Tours-Halles, triplex de 183m2 dans imm. 17ème, calme, proche de toutes les commodités :	oui				1			1			1	
37.1.25.12.2013.CHG	attractif	appt			non	1			1							
38.1.28.12.2013.CLA	attractif	appt	21,6	VENDS APPARTEMENT TYPE 5 CENTRE TOURS TRES LUMINEUX/PROCHE DES COMMERCES. 5 MM A PIED DES HALLES . SITUE PROCHE "FRONT DE LOIRE" . BUS. TRAMWAY 5 MM A PIED.	oui				1					1	1	

ID	terrain	type de bien	% mot environnem ent	Extrait	env_d ans_te xte	échelon_pa s de référence	échelon _réside nce	échelon _rue	échelon_quart ier/zone dans la ville	échel on_vil le	échelon_a gglomérat ion	catégorie _ambianc e	catégori e_cadre	catégorie_l ocalisation	catégorie_pr oximité	catégorie _type
39.1.29.12.2013.FOU	attractif	appt	29,3	I Appartement traversant de type T2 de 43 m² de surface habitable, très lumineux, situé dans le quartier des Halles de Tours./Exposition Est-Ouest, vue dégagée, 3e étage sans ascenseur Proche des hôpitaux (Clocheville et Bretonneau) et des Halles de Tours.	oui				1				1	1	1	
40.1.29.12.2013.PIE	attractif	appt	28,1	Quartier Halles Bretonneau.	oui				1					1		
41.1.30.12.2013.JES	attractif	appt	32,0	proche hyper centre au calme, entre bretonneau et les halles; au 1er étage avec place de parking au pied et ascenseur aussi ! petit immeuble de 4 étages avec des voisins cools; /je suis à mm pas 10 à pied du parc de bretonneau et des bords de loire donc j'invite à la ballade...je sais que je plais et que je suis plus beau qu'en photo (ne pas s'y arrêter), et avec de la vie en moi (meublé, habité), alors je vous attends impatiemment ! je vous assure qu'on vit bien ici !!	oui				1			1	1	1	1	
42.1.2.01.2014.LEB	attractif	maison	15,6	Tours centre - proche bd Heurteloup, dans rue calme, maison particulière des année 30/900 mètres de la gare sncf	oui				1			1		1	1	
43.1.4.01.2014.GEN	attractif	maison	49,5	Particulier vend maison atypique en plein coeur de Tours quartier Théâtre/Colbert/Scellerie, dans rue calme semi-piétonne./rès peu de vis-à-vis, vues superbes sur jardins, cour paysagée, toits et flèches de la cathédrale de Tours. Pas de copropriété. Surface totale environ 70m2 sur deux niveaux. Tous commerces et écoles à proximité, tramway rue Nationale à 3 minutes à pied.	oui		1		1			1	1	1	1	
44.1.7.01.2014.HAL	attractif	appt	21,7	Bel appartement au coeur du quartier historique de Tours (quartier des Halles), idéalement situé dans une rue calme. Au premier étage d'un bâtiment ancien (en pierres de taille) avec du cachet et joliment restauré.	oui				1			1	1	1		
45.1.10.01.2014.BER	attractif	maison	37,1	hyper centre de TOURS dans résidence service l'ORANGERIE	oui				1					1		
46.1.15.01.2014.TIM	attractif	appt	24,1	Agréable maison de 4 à 5 pièces à 10 min à pied des Halles Particulier tourangeau 90 m² sur sous-sol complet dans le quartier Saint-Eloi (entre les halles et la place Rabelais)/Rue calme, à 2 pas de Bretonneau et du jardin botanique	oui				1			1			1	
47.1.14.01.2014.MTH	attractif	appt	21,9	Vends appartement 3 pièces situé rue Colbert au centre de Tours,	oui			1						1		
48.1.23.01.2014.CHE	attractif	appt	32,3	F2 38M2 rue Emile ZOLA DANS PETIT IMMEUBLE DE STANDING	oui			1						1		
49.1.24.01.2014.ERI	attractif	appt	38,1	F3 vieux Tours, à 100m de l'université Très bel appartement dans immeuble en pierre de taille. 1er étage sur 3	oui				1					1	1	
50.1.18.02.2014.BOS	attractif	appt	44,4	Vends appartement-studio rue Rabelais (rue calme) près de la place des Halles. Appartement en rez de chaussée dans petite copropriété.	oui			1				1		1	1	
			32,3		45	5	10	4	43	0	0	19	15	33	34	1
1.2.2.12.2013.MAN	neutre	appt	27,3	Situé Résidence Febvotte Ecole primaire et Collège situés à proximité Résidence très calme avec gardien	oui		1					1			1	
2.2.8.12.2013.ALD	neutre	maison	18,1	Tours centre -- Quartier Febvottes très calme Arrêt bus et tramway à proximité	oui				1			1			1	
3.2.12.12.2013.CLO	neutre	appt	4,8	Stationnement gratuit dans la rue. Proximité quartier militaire (400m)	non				1						1	
4.2.14.12.2013.ABB	neutre	appt	13,0	ue Jacques cartier, appartement de 74m² dans petite copropriété. Proche ligne bus C-botanique et commerces	oui			1						1	1	
5.2.16.12.2013.ABB	neutre	appt	13,0	rue Jacques cartier, appartement de 74m² dans petite copropriété. Proche ligne bus C-botanique et commerces.	oui			1						1	1	

ID	terrain	type de bien	% mot environnem ent	Extrait	env_d ans_te xte	échelon_pa s de référence	échelon _réside nce	échelon _rue	échelon_quart ier/zone dans la ville	échel on_vil le	échelon_a gglomérat ion	catégorie _ambianc e	catégori e_cadre	catégorie_l ocalisation	catégorie_pr oximité	catégorie _type
7.2.3.01.2014.ABC	neutre	appt	4,8	Quartier STRASBOURG - FEBVOTTE	oui				1					1		
8.2.5.01.2014.DAD	neutre	maison	20,0	Située au calme	oui	1						1				
9.2.11.01.2014.T3	neutre	appt	13,2	Proche 2 lions / febvotte	oui				1						1	
10.2.12.01.2014.CIB	neutre	maison	9,0	Terrasse et jardin sans vis-à-vis, très calme. Proche tramway, avenue de Grammont, Thiers Maison quartier Febvotte proche avenue grammont	oui				1			1	1		1	
11.2.12.01.2014.FRA	neutre	maison	25,3	Ecole, commerces, tram et bus a proximité 100 m à pieds (arrêt charcot 4min gare SNCF)	oui				1					1	1	
12.2.14.01.2014.HOU	neutre	maison	18,3	Particulier vend maison avec jardin dans le centre ville de Tours (quartier résidentiel Febvotte). Dans une rue très calme	oui				1			1	1	1		1
13.2.20.01.2014.LIN	neutre	maison	8,3	QUARTIER FEBVOTTE	oui				1					1		
14.2.24.01.2014.LEM	neutre	appt	13,0	T2, quartier Febvotte, proche place de Strasbourg.	oui				1					1	1	
15.2.26.01.2014.ANT	neutre	appt	29,2	Vends appartement T2 de 50m² au coeur du quartier Febvotte dans petite résidence en copropriété. Idéalement situé à proximité du centre-ville, du quartier des deux lions. L'arrêt de tramway est à 10 minutes à pieds (liberté)	oui				1					1	1	
16.2.28.01.2014.UNE	neutre	maison	15,6	Quartier Febvotte au calme	oui				1			1		1		
17.2.4.04.2014.ADA	neutre	appt	19,6	dans un quatier chic RABELAIS en plein centre ville/Calme et près de tous: poste, la banque, université, commerce	oui				1			1		1	1	
18.2.12.03.2014.GIO	neutre	appt	30,8	Quartier Liberté-Febvotte, proximité tram,dans une résidence calme et agréable de trois étages,	oui				1			1	1	1	1	
19.2.11.04.2014.MAC	neutre	appt	16,2	Quartier Febvotte, secteur calme,/A proximité des écoles et des transports en commun.	oui				1			1		1	1	
20.2.23.03.2014.BEA	neutre	appt	41,0	propose dans quartier Febvotte/Vue dégagée, très clair et ensoleillé, quartier calme, proche crèche, école et collège.	oui				1			1	1	1	1	
21.2.26.02.2014.JAN	neutre	appt	26,0	Quartier Febvotte (entre les 2 lions et l'hôpital Bretonneau)	oui				1					1	1	
22.2.31.01.2014.SUB	neutre	appt	40,0	Vends appartement a tours avec petite cours de 20metre carré , situé a proximité de tous commerce et a 5mns de la faculté de medecine .	oui				1				1	1	1	
23.2.10.02.2014.DUR	neutre	appt	20,8	Idéalement situé quartier FEBVOTTE, proche quartier des 2 Lions / place de Strasbourg	oui				1				1	1	1	
24.2.03.03.2014.ANT	neutre	appt	29,2	Quartier calme, commerces et école à proximité Vends appartement T2 de 50m² au coeur du quartier Febvotte dans petite résidence en copropriété. Idéalement situé à proximité du centre-ville, du quartier des deux lions. L'arrêt de tramway est à 10 minutes à pieds (liberté).	oui				1					1	1	
25.2.25.02.2014.LEM	neutre	appt	15,2	T2, quartier Febvotte, proche place de Strasbourg. 3ème étage	oui				1					1	1	
26.2.3.04.2014.JOJ	neutre	appt	6,7	Quartier Febvotte/Strasbourg. Appartement T2 de 41m², situé dans une résidence fermée, lumineux (exposition plein sud) et sans vis à vis proche.	oui				1							
27.2.6.02.2014.ABC	neutre	appt	13,7	Vends Type 3 sur le secteur de FEBVOTTE - STRASBOURG.	oui				1					1		
28.2.13.03.2014.ISA	neutre	appt	30,4	Tours (37000), secteur calme et arboré (febvotte)/ balcon avec vue sur le centre de Tours/Résidence à 2 pas des commerces et écoles	oui				1			1	1		1	
29.2.7.02.2014.MAZ	neutre	maison	6,3	Le tout sur sous-sol et garage double donnant dans impasse privative.	non	1							1			
30.2.20.02.2014.BAD	neutre	appt			non	1										
31.2.1.04.2014.PM	neutre	appt			non	1										
32.2.13.03.2014.AUR	neutre	appt	28,4	situé proche de la place de Strasbourg.: rue jacques cartier rue a cote rue rebvotte procne piace thiers/Résidence calme et sécurisée. Local à vélo.	oui				1						1	
33.2.29.01.2014.GER	neutre	appt	18,6	Appartement très lumineux, avec un balcon sans vis à vis, proche bus, tram et commerces.	oui			1				1	1	1	1	
34.2.10.04.2014.RUB	neutre	appt	34,2	Il bénéficie d'une vue dégagée et d'une grande luminosité. A 150 m de l'avenue de grammont côté Febvotte, entre Thiers et Verdun, accès direct au tram dans une petite rue très calme.	oui				1			1	1		1	

ID	terrain	type de bien	% mot environnem ent	Extrait	env_d ans_te xte	échelon_pa s de référence	échelon _réside nce	échelon _rue	échelon_quart ier/zone dans la ville	échel on_vil le	échelon_a gglomérat ion	catégorie _ambianc e	catégori e_cadre	catégorie_l ocalisation	catégorie_pr oximité	catégorie _type
36.2.2.12.2013.BON	neutre	appt	5,7	Quartier Rabelais	oui				1						1	
37.2.2.03.2014.DSC	neutre	maison	12,3	Maison située au calme (impasse)	non	1						1				
38.2.14.03.2014.SOF	neutre	maison	35,4	A 13 minutes de la gare de Tours, à 8 minutes des halles et à 2 minutes des prébendes, à proximité des commerces, des écoles, des collèges et des marchés, dans une rue calme particulier tourangeau de 110 m2 à vendre.	oui				1			1				1
39.2.2.04.2014.LIN	neutre	maison	6,7	jardin privatif de plus de 30 m2 (QUARTIER FEBVOTTE)	oui				1				1	1		
40.2.12.04.2014.FRAN	neutre	maison	25,7	Maison avec grand jardin au coeur de Tours	oui				1				1			1
41.2.7.03.2014.RIC	neutre	maison	13,0	Maison Quartier Febvotte à proximité Tram (arrêt Charcot) et Commerces & Ecoles	oui				1				1			1
42.2.20.01.2014.MOU	neutre	maison	6,5	Febvotte, Tours, à 400m du tram.	oui				1				1			1
42.2.20.01.2014.MOU	neutre	maison	6,5	Sur rue calme et jardin arboré. Double exposition nord / nord-ouest (jardin) et sud / sud-est (rue)	oui		1					1	1			
43.2.6.04.2014.LAU	neutre	maison	6,7	Vend Maison type particulier 5 pièces 96 m2 Quartier Rabelais	oui				1					1		
44.2.24.01.2014.DAN	neutre	appt	22,1	Dans résidence récente (10 ans) de standing bien entretenue , Proche de toutes commodités (commerces, bus, écoles...)	oui		1						1			1
45.2.26.02.2014.VEAU	neutre	appt	15,2	Tours, 54 rue Léon Boyer, 3ème étage	oui			1						1		
46.2.15.02.2014.F1T	neutre	appt	59,3	Tours Centre Place Rabelais/Situation idéale proche commerce,transport,faculté de médecine,hopital Bretonneau.	oui				1					1		1
47.2.12.03.2014.PIC	neutre	appt		Situé dans une résidence sécurisé	non	1										
48.2.30.03.2014.REG	neutre	appt	67,4	Vend bel appartement excellent état au 1er étage de la résidence à 10 minutes des prébendes. Quartier avec plusieurs commerces à proximités, desservi par les bus, non loin des hôpitaux. Quartier calme avec non loin un square pour les enfants	oui				1			1	1			1
49.2.19.02.2014.HUR	neutre	appt	11,1	Tours quartier Febvotte	oui				1					1		
50.2.12.02.2014.NIN	neutre	appt	27,1	appartement plein centre de Tours, rue d'Entraigues	oui			1						1		
			21,0		44	6	3	5	34	0	0	17	16	27	29	2
1.3.4.12.2013.LM	non attractif	appt	46,3	Belle vue Sud-Ouest sur Tours depuis le 5ème étage./Gardien, interphone. Proche de toutes commodités, bus au pied du logement , TGV à 7mns à pieds, crèche, école, collège, médecins ... à 2 kms du centre de TOURS	oui						1		1			1
2.3.3.12.2013.LAU	non attractif	appt	19,4	très belle vue sur Tours	oui	1							1			
3.3.29.12.2013.GAR	non attractif	appt	40,4	Dans une très belle résidence de standing avec gardien. Sécurisé, close et arboré situé sur les bords de Loire à 2 km de la gare de Tours et 1,4km de la gare de Saint Pierre des Corps. Vous trouverez dès la sortie de la résidence deux arrêts de bus fil bleu, une crèche, une maternelle, une école primaire et un collège.	oui		1		1		1		1			1
4.3.14.12.2013.DEM	non attractif	appt	25,6	A vendre en centre ville Saint Pierre des Corps proche gare TGV un appt T4 traversant de 2008 sans vis a vis et situé au dernier étage d'une petite résidence de standing sécurisée	oui				1				1	1		1
5.3.12.12.2013.DOM	non attractif	appt	27,7	Vends appartement cause retraite, t2 46 m2 en centre ville à 5 mn de la gare./Le quartier est calme.	oui				1			1		1		1
6.3.4.12.2013.JOU	non attractif	appt	25,4	dans petite et calme résidence de 6 logements, sur 2 étages. Proche toutes commodités. A 5 minutes à pieds de la gare TGV de St pierre des Corps et 3kms de la gare de Tours.	oui				1		1	1				1
7.3.7.12.2013.MAN	non attractif	appt	12,6	St Pierre des Corps - Proche autoroute a10- gare TGV- écoles-commerces etc..	oui					1						1
8.3.5.12.2013.COL	non attractif	appt	25,7	Vue sur la vallée de la Loire Ecoles à 2 pas (maternelle et primaire) ainsi que parc pour les enfants et collège a proximité Commerces a proximité	oui				1				1			1

ID	terrain	type de bien	% mot environnement	Extrait	env_d ans_t xte	échelon_p s de référence	échelon _réside nce	échelon _rue	échelon_quart ier/zone dans la ville	échel on_vil le	échelon_a gglomérat ion	catégorie _ambianc e	catégori e_cadre	catégorie_l ocalisation	catégorie_pr oximité	catégorie _type
10.3.19.12.2013.MAR	non attractif	appt	26,9	à600m de la gare tgv ,touts commodités1.	oui				1						1	
11.3.15.12.2013.MAR	non attractif	appt	16,1	A 1 min de Tours Centre et autoroute A10	oui						1				1	
12.3.3.12.2013.BER	non attractif	maison	13,2	Maison St Pierre des Corps proche de la Loire 3 chambres, parfait état.	oui					1				1	1	
13.3.20.12.2013.DAN	non attractif	maison	40,2	Vends maison de 1955 située à St Pierre-des-corps, proche du centre ville, à 5 mn de la gare TGV et du centre de TOURS. Quartier calme (pas d'immeuble) avec toutes commodités : école, bus, commerces...	oui						1	1	1	1	1	
14.3.7.12.2013.SJO	non attractif	maison	37,2	A 55 mn de Paris, 5mn à pied de la gare, commerces et écoles. Quartier calme. Maison en centre-ville, non mitoyenne de 170 m2. Marché avec producteurs locaux à 2 mn à pied, mercredi et samedi matin.	oui				1			1		1	1	
15.3.13.12.2013.LAG	non attractif	maison	16,9		oui											
16.3.3.01.2014.TEX	non attractif	maison	27,3	Vieux St Pierre des Corps, proximité des accès autoroutiers et du centre ville de Tours,	oui						1			1		
17.30.12.2013.PIR	non attractif	maison	17,0	Maison de ville individuelle T5 de 120m² environ, construction de 2004 en coeur de ville de SAINT PIERRE DES CORPS. Située à 3min à pied de la gare TGV, 55min de la gare MONTPARNASSE, proche de tous commerces, toutes commodités, dans un quartier calme d'habitations individuelles.	oui				1			1	1	1	1	1
18.3.6.12.2013.SAN	non attractif	maison	16,7	Calme. Proximité commerces et gare TGV	oui				1			1			1	
19.3.19.12.2013.MAR	non attractif	appt	37,1	parking,gare tgv a 500m ,docteur, pharmacie ,ecole ,garderie colege a cote, tout commerce	oui	1									1	
20.3.21.01.2014.OLI	non attractif	appt	5,6	sans vis-à-vis	non	1							1			
21.3.2.03.2014.APP	non attractif	appt	16,7	En plein centre ville de Saint Pierre des Corps, à proximité immédiate des transports, commerces, écoles et de la gare TGV.	oui					1				1	1	
22.3.12.02.2014.SAI	non attractif	appt	35,6	Espace vert dans la copropriété, Proximité toutes commodités (marché, boulangerie, école). à 50 min de Paris par TGV	oui						1	1	1		1	
23.3.22.01.2014.PER	non attractif	appt			non	1										
24.3.29.12.2013.GAR	non attractif	appt	24,8	très bel appartement à 2km de la gare de Tours et 1km4 de la gare de Saint Pierre des Corps sur les bords de Loire dans une très belle résidence de standing clos et arboré	oui						1		1		1	
25.3.31.01.2014.COC	non attractif	appt	40,0	APPARTEMENT F4 . 76M2 . 11E ETAGE A 10MN A PIEDS DE LA GARE TGV . PROCHE DES ECOLES- CRECHE- MATERNELLE - C.E.S - CENTRE COMMERCIAL	oui				1						1	
26.3.24.02.2014.JOI	non attractif	appt	54,7	Vends Appartement F4 de 74 m2 en bon état, avec cave, à résidence Bords de Loire à Saint Pierre des Corps. 6ème étage avec grand balcon et vue sur Loire. Parking clôturé et espaces verts. Arrêt BUS, écoles et collège à proximité immédiate. Commerces et gare TGV proches. Copropriété calme et bien entretenue	oui				1	1		1	1	1	1	
27.3.16.01.2014.SAN	non attractif	appt	37,7	Grand balcon offrant une jolie vue sur Loire. Proximité bus et tous commerces. Co-propriété très calme et très bien entretenue.	oui	1						1	1		1	
28.3.21.01.2014.FLA	non attractif	appt	47,4	Vends appartement Type 4 dans petit immeuble à Saint Pierre des Corps 4ème étage sans ascenseur/Vue imprenable sur Tours, 10 mn à pieds de la gare TGV et de Tours Libre de suite école à 50 m	oui					1	1		1	1	1	

ID	terrain	type de bien	% mot environnement	Extrait	env_dans_texte	échelon_pas de référence	échelon_résidence	échelon_rue	échelon_quartier/zone dans la ville	échelon_ville	échelon_agglomération	catégorie_ambiance	catégorie_cadre	catégorie_localisation	catégorie_proximité	catégorie_type
29.3.28.01.2014.MAT	non attractif	appt	33,0	APPARTEMENT RECENT DE 64m² CENTRE-VILLE de st pierre des corps dans résidence récente de 2006 sécurisée. AU PIED des commerces, mairie, école, parc public, marché, bibliothèque. A 700m de la gare TGV-TER ST PIERRE/DESCRIPTIF GENERAL : - Résidence sécurisée avec contrôle d'accès - pièces exposées EST (+ SUD sur le salon) - 2 loggias (terrasses couvertes) de 9 m² chacune, avec possibilité espace repas - 1 place de stationnement dans garage collectif sécurisé - garage à vélos dans résidence et espaces extérieurs - AUCUN VIS-A-VIS sur toutes les pièces - Vue sur parc arboré et équipements/ 2 loggias de 9m² chacune : dalles sur plots, protégées, sans aucun vis-à-vis, exposées EST, vue sur le parc public paysager	oui		1		1				1	1	1	
30.3.3.02.2014.OLE	non attractif	appt	16,9	Proche commerces, centre ville et à 10 minutes à pied de la gare ce T3 est situé au 3ème et dernier étage sans ascenseur d'une petite copropriété	oui				1						1	
31.3.27.01.2014.LOL	non attractif	appt	36,2	Proche commerces, centre ville et à 10 minutes à pied de la gare ce T3 est situé dans une petite copropriété	oui				1						1	
32.3.26.02.2014.JOU	non attractif	appt	16,7	A 5 minutes à pieds de la gare TGV de St pierre des Corps et 3kms de la gare de Tours.	oui						1				1	
33.3.1.03.2014.STE	non attractif	appt	28,2	Particulier vend appartement T3 "Grand Mail " St Pierre des Corps, 14ème étage avec ascenseur et gardien, sécurisé par interphone, proche de la gare TGV, des écoles , des commerces, des transports en commun. Appartement agréable très lumineux , exposition Nord Est, avec vue sur la Loire, chauffage collectif.	oui		1		1				1	1	1	
34.3.26.01.2014.BAC	non attractif	appt	9,0	Appartement T3 "grand Mail " St Pierre des Corps,14ème et dernier étage avec ascenseur et gardien, sécurisé par interphone, proche de la gare TGV, des écoles , des commerces, des transports en commun. Appartement agréable très lumineux , exposition ouest	oui				1				1	1	1	
35.3.16.02.2014.GEY	non attractif	appt	29,0	En centre ville de Saint pierre des corps, au pied des transport en commun, commerces, et écoles. Appartement clair et lumineux orienté sud-est en parfait état, dans une résidence récente et sécurisée /sans AUCUN VIS à VIS avec vue dégagé sur un parc	oui				1				1	1	1	
36.3.22.01.2014.CLA	non attractif	appt	41,0	dans résidence de 2006, très calme, 2e étage, exposé plein sud en centre ville, proche Mairie, poste, écoles et tous commerces. 800 m de la gare TGV	oui				1			1			1	
37.3.20.02.2014.APP	non attractif	appt	19,0	Secteur recherché, proche tout commerces et toutes commodités... Gare à deux minutes à pied! Vue sur la vallée de la Loire	oui	1							1		1	
38.3.6.01.2014.PAC	non attractif	appt	13,3	Ecoles à 2 pas (maternelle et primaire) ainsi que parc pour les enfants et collège a proximité	oui	1							1		1	
39.3.28.02.2014.JAC	non attractif	appt		Commerces a proximité	non	1										
40.3.8.01.2014.POI	non attractif	appt	37,6	A vendre cet appartement avec balcon et cave (7ème étage avec 2 ascenseurs) situé à Saint Pierre/Les ouvertures se font vers le nord (marmoutier) et l'est (la ville aux dames). La résidence sécurisée (interphone, gardien) dispose de nombreux commerces de proximité : pharmacie, boulangerie, café, boucherie, poissonnerie. Elle est également desservie par une ligne de bus et est accessible en moins de 10 minutes par la gare TGV.	oui		1		1				1	1	1	

ID	terrain	type de bien	% mot environnement	Extrait	env_dans_texte	échelon_pas de référence	échelon_résidence	échelon_rue	échelon_quartier/zone dans la ville	échelon_ville	échelon_agglomération	catégorie_ambiance	catégorie_cadre	catégorie_localisation	catégorie_proximité	catégorie_type
41.3.25.01.2014.DRO	non attractif	appt	38,6	Vends appartement Type 4 très agréable à Saint-Pierre-des-Corps à 5 min de Tours. Situé au 3ème étage d'une petite résidence privée, calme avec espaces verts, exposition Est-Ouest. A proximité des commerces, bus, écoles, médecins et à 15 min à pied de la gare TGV	oui						1	1	1	1	1	
42.3.22.02.2014.PIE	non attractif	appt	29,7	Proche écoles ; Gare TGV (Paris - Bordeaux) ; Autoroute A10 et casernes militaires. Proximité immédiate centre de Tours/Arrêt de bus au pied de la résidence.	oui						1					1
43.3.23.02.2014.MB	non attractif	appt	51,9	BEAU T4 SANS VIS A VIS. VUE DEGAGEE SUR LA LOIRE	oui	1							1			
44.3.23.01.2014.ROS	non attractif	appt	44,4	Bonjour, vends appartement sur St Pierre des Corps a 5 minutes de Tours, 50 mins en TGV de PARIS. Idealement situe, 15 minutes a pied de la gare mais aussi acces tres rapide a l'A10 /Les plus: ecole 5 mins a pieds, college, bus et commerces a proximite.	oui					1				1	1	
45.3.7.01.2014.TYP	non attractif	appt	17,6	Stationnement aisé, espaces verts, gardien. Professions médicales (dentiste, kiné, généraliste..) écoles, commerces (pharmacie, boulangerie...) au pied de la résidence. GARE TGV à 5 min a pied.	oui				1				1			1
46.3.21.01.2014.MIL	non attractif	appt	40,7	situé dans une résidence propre et calme, résidence Bord de Loire.	oui		1					1				
47.3.30.01.2014.MAR	non attractif	appt			non	1										
48.3.14.01.2014.FER	non attractif	appt	55,7	Les 2 intérêts essentiels de cet immeuble sont qu'il présente d'une part une excellente situation géographique aux portes de Tours, face à la Loire il est de plus proche de toutes commodités et des transports en commun; d'autre part celui-ci permet une distribution de 11 logements sans difficulté. /L'intégralité des réseaux EDF, Gaz, téléphone, vont être enterrés prochainement, les études sont en cours et les travaux entièrement pris en charges par la commune de Saint Pierre des Corps, ce qui donnera un aspect nouveau à ce quartier. Le projet de la seconde ligne de Tramway, prévu dans le Plan de Déplacement Urbain de l'Agglomération depuis 2003, bien que pas encore décidé, prévoit un passage par St Pierre des Corps pour rejoindre notamment la Gare TGV, le Parc des expositions. L'immeuble est situé en bord de Loire avec des aménagements prévus des berges en continuité de "La Loire à Vélo"	oui						1	1	1	1	1	
49.3.27.02.2014.LEP	non attractif	appt	34,6	Aux portes de TOURS, il est a proximité de l'autoroute A 10 et de la gare SNCF. Quartier agréable et à proximité des écoles et du centre ville.	oui						1	1			1	
50.22.01.2014.CRD	non attractif	maison	3,8	Quartier résidentiel.	oui				1							1
			29,1		46	10	5	0	21	6	14	14	24	18	39	2

CITERES

UMR 6173
*Cités, Territoires,
Environnement et
Sociétés*

Equipe IPA-PE
Ingénierie du Projet
d'Aménagement,
Paysage,
Environnement



Département Aménagement
35 allée Ferdinand de Lesseps
BP 30553
37205 TOURS cedex 3

Directeurs de recherche :
Adam Matthieu
Martouzet Denis

Robsomaniandrasana Oly
Schiery Chloé

Projet de Fin d'Etudes
DA5 2013-2014

L'environnement du logement dans le rapport affectif : analyse comparée d'entretiens et de petites annonces

Résumé :

Les précédents travaux de recherche portant sur le rapport affectif ont démontré que celui-ci dépend des variables « individu », « aménités » et « urbanité ». Nous nous sommes intéressées au rapport entre l'individu et l'urbanité, en essayant de comprendre le lien unissant l'image sociale induite par l'environnement du logement à l'affectivité de l'individu avec son logement, en tâchant de répondre à la problématique suivante :

« Comment les habitants se servent-ils ou se prémunissent-ils de l'image sociale du quartier lors de la vente d'un logement ? »

Notre hypothèse était que les individus décriraient plus l'environnement lorsque celui-ci améliore l'image sociale de ses habitants, et le décriraient moins lorsque celui-ci déprécie l'image sociale de ses habitants.

Nous avons, pour valider cette hypothèse, utilisé à la fois les petites annonces entre particuliers et des entretiens semi-directifs, en travaillant sur trois terrains d'étude, un terrain attractif, un terrain à image neutre et un terrain non attractif

En plus de la réponse à une question de recherche, nous avons réalisé un travail de comparaison méthodologique, visant à évaluer l'apport des petites annonces en tant que matériau de recherche dans le domaine du rapport affectif au logement, mais également à vérifier leur compatibilité, voire leur complémentarité, avec l'entretien de recherche semi-directif.

Mots Clés : analyse lexicale, entretien, image sociale, lieu de vie, méthodologie, petites annonces, quartier, rapport affectif, représentations sociales, ville