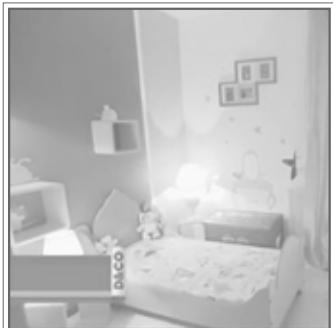




Mémoire

Hugo Crespy
M2 - ENSAPM



**R7 - R8 - R9
2013 - 2014**

*La généalogie
du projet
contemporain*



**Séminaire
dirigé par**

*Dominique
Rouillard*



“Vu à la télé”

*De la création d'une culture architecturale populaire
par les émissions télévisées de vulgarisation.*

**Sous la
direction de**

*Virginie Picon-
Lefebvre et
Joanna Właszyń*



“Vu à la télé”

*De la création d'une culture architecturale populaire
par les émissions télévisées de vulgarisation.*

*Mémoire sous la direction de Virginie Picon-Lefebvre et Joanna Właszcyn, Séminaire dirigé par Dominique Rouillard.
Mémoire finaliste du prix de la fondation Rémy Butler pour la recherche en architecture.
Hugo Crespy - ENSAPM - Janvier 2014*

Remerciements

Je tiens à remercier tout d'abord Mme Dominique Rouillard d'avoir accepté au sein de son groupe un étudiant dont le projet de recherche ne correspondait pas au premier abord à la problématique générale du séminaire « Généalogie du projet contemporain » qu'elle dirige à l'Ecole Nationale Supérieure de Paris Malaquais. Et pourtant, c'est bien de la généalogie d'un certain type de projets dont il est ici question. Je la remercie une nouvelle fois pour son suivi et la compréhension dont elle a fait preuve quant aux aménagements d'emplois du temps liés à mon double cursus en urbanisme. Je remercie également Mme Nathalie Chabiland et Mme Joanna Wlaszyn pour leur suivi, pour leurs conseils bibliographiques et leurs remarques méthodologiques qui m'ont permis d'avancer tout au long de cette année. Je remercie bien évidemment Mme Virginie Picon-Lefebvre qui a encadré dans un premier temps ce travail et a continué à me faire des retours, malgré sa nomination à l'Ecole Nationale Supérieure d'architecture de Paris Belleville. Pour le temps, l'intérêt et la confiance qu'elle a accordés à ce travail, je la remercie donc sincèrement.

Ce projet de recherche est la continuité d'un premier mémoire réalisé à Paris I, sous la direction de M. Georges Prévélakis, intitulé *La notion d'identité urbaine dans la conception de la ville d'Almere*. Sans son enthousiasme et ses conseils, de même que sans les remarques avisées d'une membre de mon jury, Mme Sylvie Fol, je n'aurais sans doute pas entrepris ce deuxième temps d'une réflexion personnelle sur l'impact des images et des signes dans la production du cadre bâti contemporain et sur l'évolution des relations entre maîtrise d'ouvrage et maîtrise d'œuvre. Je les remercie donc tous deux pour leurs encouragements et leurs conseils avisés.

Je remercie enfin Mme Sophie Peltier, ancienne étudiante de L'Ecole des Hautes Etudes en Sciences de l'Information et de la Communication, dont les travaux de recherche sur l'émission de *La Boîte à musique de Jean-François Zygel* et sur les *book-trailers*, ainsi que les conseils bibliographiques et méthodologiques m'ont permis de m'attaquer à l'analyse de ces émissions avec plus d'assurance et d'expertise.

Je remercie également M. Jean-François Duchemin et Mme Mathilde Vansteenkiste pour leur oreille attentive et leurs relectures. Ils seront soulagés de savoir que c'est maintenant au lecteur de prendre la relève et de se plonger dans les projets de Valérie Damidot, Marc-Emmanuel ou Karine et Gaëlle....

« Vu à la télé »

De la création d'une culture architecturale populaire par les émissions télévisées de vulgarisation

Remerciements	<i>p.5</i>
Sommaire	<i>p.7</i>
Introduction	<i>p.9</i>
Chapitre I	<i>p.27</i>
L'invention d'une nouvelle rhétorique audiovisuelle ou comment représente-t-on aujourd'hui l'architecture à la télévision ?	
I - Représenter l'architecture à la télévision : une rhétorique universelle?	<i>p.29</i>
II - L'aventure de la construction : une trame narrative constante ?	<i>p.41</i>
III – Monsieur Loyal, un personnage clé du dispositif	<i>p.55</i>
Chapitre II	<i>p.65</i>
Les nouveaux modèles d'une architecture populaire ou quels partis pris sont véhiculés par les émissions de notre corpus ?	
I – Des caisses de résonance ou initiatrices de modèles?	<i>p.67</i>
II – Une vision de la société, de l'architecture et de l'urbanisme	<i>p.75</i>
III - Redonner au peuple les « moyens » de l'architecture	<i>p.95</i>
Chapitre III	
Vers de nouvelles relations entre maîtrise d'ouvrage et maîtrise d'œuvre	
	<i>p.105</i>
I – Réinventer des jeux d'acteurs	<i>p.106</i>
II - Construire la ville, vue à la TV	<i>p.117</i>
III – L'architecte et l'habitant	<i>p.128</i>
Conclusion	<i>p.136</i>
Bibliographie	<i>p.138</i>

Introduction

Il suffit d'allumer sa télévision, par un dimanche de pluie, ou un soir, après le 20h, pour établir un constat simple : les émissions de télévision consacrées à l'architecture, à l'aménagement intérieur, à la décoration... sont de plus en plus présentes sur nos écrans.

Qu'il s'agisse de renforcer les fondations d'une maison qui menace de s'écrouler, de vanter les prouesses en matière de développement durable de telle ou telle habitation, ou encore de proposer une nouvelle distribution des pièces à partir d'un salon, ces thématiques, auxquelles mes études d'architecture m'ont confronté, sont de plus en plus discutées, parfois vulgarisées, et offertes au plus grand nombre, via le prisme de la télévision. Aucune étude, pourtant, ne se propose d'en analyser les contenus, les acteurs concernés, la rhétorique mise en scène, ou encore l'influence sur les représentations que de telles émissions peuvent avoir sur une « filière » architecturale. Si les revues spécialisées ont donné lieu à quelques études, mémoires ou thèses¹, nous l'objet d'étude reste une littérature réservée à un public concerné, composé de « sachants ». La question de la vulgarisation et de la transmission de thématiques architecturales à des novices demeure boudée par la recherche. Pourtant, pour bon nombre de non-spécialistes, ces médias sont devenus un référent essentiel dans la représentation du rôle de la maîtrise d'œuvre. Les chiffres de l'audimat de certaines de ces émissions permettent de se faire une idée de l'influence potentielle qu'elles peuvent avoir : en Grande-Bretagne, une émission comme *Grand Designs*, attire près de 5 millions de spectateurs par épisode depuis sept ans² ; en France, D&CO intrigue, par épisode, entre 2 et 4,5 millions de spectateurs en moyenne.

Aussi, quand, étudiant en urbanisme en parallèle de mon cursus d'architecte, je relève l'énième petite pique lancée en ma présence par mes camarades (« Les architectes? Vous servez à repeindre les murs, comme Valérie Damidot ! ³»), ou que sont publiés des sondages montrant la compréhension que se font les citoyens du rôle de l'architecte (un sondage, conduit au Royaume-Uni en juillet 2012 pour *Inbuiding.org*, précisait que 15% des gens interrogés ignoraient que l'architecte concevait le bâtiment, et 22% ignoraient qu'il en dessinait les plans), le rôle que pourraient jouer ces émissions dans la dissipation (ou le confort) de ces clichés et préjugés me paraît mériter une étude approfondie.

I - Comment représenter l'architecture à la télévision ?

a) Le documentaire : un modèle de représentation longtemps dominant

Cette étude trouve une pertinence d'autant plus affirmée qu'elle intervient après une transformation significative des processus de diffusion de l'architecture à la télévision. Si notre terrain d'étude consistera essentiellement dans des émissions françaises, il convient de rappeler que cette évolution des programmes architecturaux a été sensiblement la même dans plusieurs pays européens (France, Royaume-Uni, Allemagne) et américains (USA, Canada). Nous ne dresserons de cette histoire des programmes architecturaux que les grandes lignes permettant de recontextualiser notre étude, recontextualisation d'autant plus nécessaire que cette histoire n'a pour l'instant pas encore fait l'objet de travaux de recherche.

Jusqu'à la fin des années 1990, la majorité des émissions télévisées traitant de thématiques architecturales possédait plusieurs caractéristiques communes : s'inscrivant dans la filiation des documentaires historiques ou sur l'histoire de l'art, ces émissions

¹ Présentatrice depuis 2006 de l'émission *D&CO* diffusée sur M6

¹ On citera à ce titre, par exemple, le mémoire de SAINT-GENIS Agathe, *Le logement et sa publication*, sous la direction de P.Bourlier,I.Chesneau, S.Nivet et JL.Violleau, Paris, ENSAPM, 2012

² Ce mémoire a été écrit en 2014.



Images historiques, plans contemporains et entretiens témoignent de la richesse en sources du documentaire d'architecture.

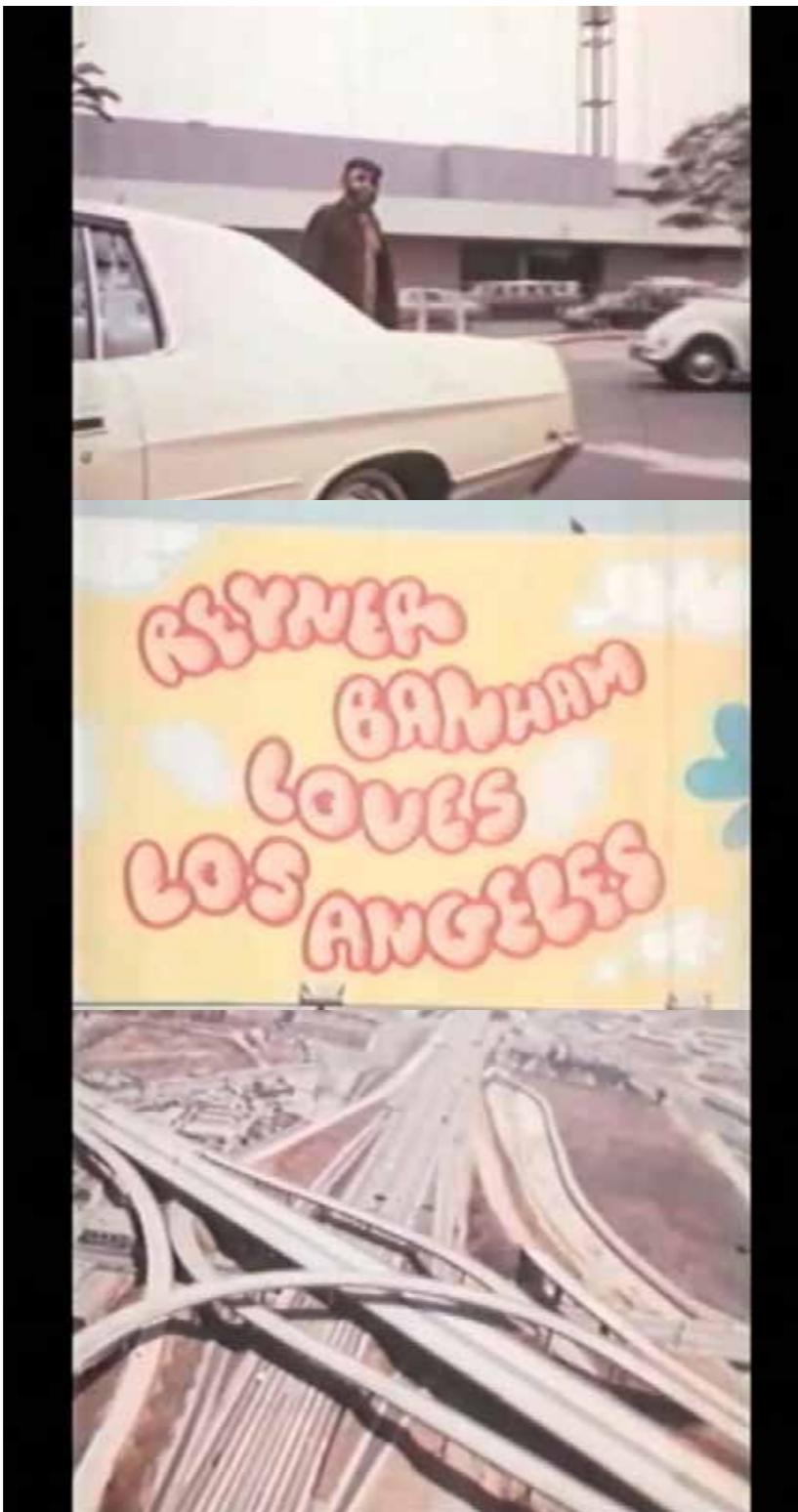
(plans tirés de COPANS R. et NEUMAN S.(producteurs), GAILLARD V. (réalisateur), « L'aéroport de Roissy », extrait de la série Architectures, Arte, France, rediffusion du 09/06/2013)

proposaient un exposé didactique présentant les caractéristiques d'un courant, d'un architecte ou d'un bâtiment célèbre. Cherchant à diffuser un savoir scientifique, la trame de l'émission s'articulait donc autour des thématiques abordées. Dans une démarche inductive, les bâtiments présentés se devaient d'être exemplaires : à ce titre il s'agit souvent de bâtiments publics (le logement, et plus particulièrement le logement individuel, étant plus souvent abordé dans le cadre d'un exposé plus large sur le travail d'un architecte particulier). La série de documentaires *Architectures*, diffusée depuis 1996 sur ARTE, reprend d'ailleurs ce principe : comme l'énonçaient les concepteurs de l'émission, Richard Copans et Stan Neumann⁴, « *chaque film traite d'un seul bâtiment choisi pour son aspect exemplaire, pour le rôle de jalon qu'il a joué ou qu'il joue dans l'évolution de l'architecture. Le bâtiment est exploré de fond en comble, décortiqué depuis les fondations jusqu'aux couvertures. Un travail sur le terrain fait apparaître des questions pratiques et simples et la façon dont l'architecte y a répondu.* »

En terme de contexte de diffusion et de rhétorique audiovisuelle, il est à noter que la longévité, la régularité et le format court d'*Architectures* (41 émissions de 26minutes à ce jour) font figure d'exception. Bien souvent, les documentaires sur l'architecture relevaient du *one shot*, non renouvelé, dans un format de moyen voire de long métrage.

S'inspirant de leurs équivalents historique ou artistique, les documentaires d'architecture tendent à minimiser la présence humaine : pas de présentateurs « en chair et en os » mais une voix-off qui rend difficile toute identification ; une tendance à ne pas représenter les usages des habitants mais à montrer un bâtiment vide ; une insistence sur le bâtiment comme « objet fini » qui rend invisible les processus de conception, de construction, de promotion...

⁴ In COPANS Richardet NEUMANN Stan, *Architectures*, Paris, Chêne et Arte, 2007



Mise en scène de Reyner Banham, plans de nature diverses pour tenter d'exprimer l'expérience de la traversée de Los Angeles.

(plans tirés de BANHAM R. (réisateur), *Reyner Banham loves Los Angeles*, BBC, 1972)

Lorsqu'une parole extérieure intervient, il s'agit enfin souvent de celle de l'expert qui propose du bâtiment une lecture rétroactive : le documentaire d'architecture s'inscrit dès lors dans une temporalité de l'analyse, du retour – critique - en arrière, et est très rarement présenté au présent.

b) *Des initiatives ponctuelles de remise en cause de ce modèle*

Certains architectes ont pourtant assez tôt mis en avant les enjeux du passage au média audiovisuel : la capacité de ce dernier à restituer la dimension tridimensionnelle de l'architecture, forcément subjective car évoluant en fonction du point de vue, à recréer la perception sensorielle de l'usager, à mettre en scène ses pratiques, son histoire. Certains ont proposé des manières alternatives au sempiternel documentaire pour représenter l'architecture à la télévision. L'architecte américain Robert A. M. Stern, concepteur, réalisateur mais également présentateur de l'émission *Pride of Place*, diffusée en mai 1986 sur la chaîne américaine Public Broadcasting Service, écrivait à ce titre⁵: « *en concevant Pride of Place, nous étions bien conscients de l'influence que le média peut avoir sur la manière dont on perçoit l'architecture, et dont, à terme, il influence le dessin du projet architectural lui-même.[...]* Que nous ayons réussi ou échoué, ce que nous avons essayé de faire, à l'aide d'images d'archives, de musique, d'entretiens, de n'importe quoi... a été d'imprégner ces versions télévisées de l'architecture avec un peu de l'excitation que les bâtiments et les lieux procurent lorsqu'on a d'eux une expérience directe.»

Cette volonté de bouleverser la rhétorique des émissions architecturales se retrouvait déjà dans l'aventure télévisée de Reyner Banham, *Reyner Banham Loves Los Angeles*, diffusée sur la BBC en 1972. Tout comme Stern à sa suite, Banham devient l'acteur de son show,

⁵ In STERN Robert, *Tradition and Invention in Architecture, Conversations and Essays*, New Haven, Yale University Press, 2011, p.99

renonçant à la pseudo-objectivité du documentaire pour assumer son regard : « *C'est moi, je suis Reyner Banham, professeur d'histoire de l'architecture à University College à Londres* » introduit-il ainsi son documentaire, tandis qu'il traverse une rue de Los Angeles au son d'une fanfare de jazz, n'hésitant pas, par la suite, à justifier ses opinions et goûts en mettant en scène son histoire personnelle (son enfance à Norwich, sa maison, ses sorties à L.A. avec des amis artistes...). Il use également de procédés peu conventionnels à l'époque pour tenter d'exprimer des ambiances, des sensations : un montage d'images de la ville et d'extraits de films noirs, par exemple, mis en exergue par une musique de film évoquant menace et suspens.

Les deux initiatives que nous avons énumérées ici sont les plus célèbres exemples de tentative de réinvention du programme architectural, et sont restés assez isolés à l'époque. Ils mettaient déjà en avant une tension entre le documentaire architectural, forme noble de la représentation télévisée de l'architecture, et un nouveau programme hybride, jouant sur une approche sensible, narrativisée et subjective de l'architecture. A ce titre, une critique de *Pride of Place* par Roger Kimball⁶ énonce clairement la réception mitigée face à ce détournement traditionnel du média : « *Personnelle* », cette série l'est sûrement – parfois au point de l'idiosyncrasie. [...] Mais est-ce que *Pride of Place* compte également comme un « documentaire » dans tous les sens reconnus du mot ? Est-ce qu'il nous présente quelque chose comme un analyse directe et historiquement justifiée de l'héritage particulier et des réussites de l'architecture américaine ? Est-ce que, au fond, l'émission aborde principalement des sujets d'intérêt architectural ? ».

c) Une révolution contemporaine du modèle de représentation de l'architecture à la télévision

La rhétorique des émissions que nous connaissons aujourd'hui, nous le verrons, n'est pas sans rappeler l'approche de Banham et Stern. Cependant, nous pouvons créer une filiation directe de ces programmes contemporains avec deux phénomènes dont l'essor a été concomitant : celui de la téléréalité et des émissions de conseils pratiques (*Do it yourself shows*).

Surgissant dès les années 60/70, c'est surtout dans les années 80 que les émissions de cuisine envahissent la télévision (*La cuisine des Mousquetaires*, présenté à partir de 1983 sur France 3 par Maïté et Micheline Banzet Lawton, est un succès en terme d'audimat). Mettant en scène le processus de fabrication du plat, et animé par des présentateurs charismatiques auxquels les spectateurs peuvent s'identifier, ce nouveau format est, on le comprend bien, intrinsèquement lié, pour des raisons pratiques, à la discipline culinaire : il s'agit de permettre aux spectateurs de reproduire, chez eux, les plats mis en scène. S'il n'est pas question, dans un premier temps, d'expliquer aux spectateurs comment fabriquer leur maison (il s'agit encore de l'apanage des promoteurs et architectes), ce format s'exporte rapidement auprès d'autres disciplines que sont le jardinage, le bricolage puis la décoration, au fur et à mesure que se développent ce que J. Dumazedier décrit comme les « semi-loisirs »⁷.

Dans le courant des années 1990s, le monde de l'audiovisuel est soumis à une seconde révolution : les premières émissions de télé-réalité surgissent à la télévision américaine, puis s'exportent en Europe. Les spectateurs suivent le quotidien, non exemplaire, de personnes qui appartiennent aux mêmes catégories socioprofessionnelles qu'eux. Que l'appréciation de quinze personnes enfermées dans un loft relève du

⁶ KIMBALL Roger, « Making a Spectacle of Architecture on PBS » in *The New Criterion* (New York), Volume 4, 1986, pp.25-35

⁷ DUMAZEDIER Jacques, *Vers une civilisation du loisir ?*, Paris, Seuil, 1962

premier degré, ou, avec un recul critique, du visionnage ironique (qui relève du plaisir coupable), il convient avant tout de retenir quelques dispositifs audiovisuels qui vont influencer grandement les programmes ultérieurs : une narration apparemment non prévue *a priori*, qui se construit au fur et à mesure de l'émission ; la mort de l'exemplaire et la redécouverte du commun ; la mise en avant des parcours personnels ; la compétition entre les candidats et la possible interaction avec le public ; le détournement possible des images permettant au spectateur de se moquer des différents protagonistes.

II - Terrain de recherche : un panorama des émissions sur l'architecture

Le croisement de ces deux révolutions audiovisuelles va entraîner une évolution du traditionnel « documentaire » architectural et l'apparition de plusieurs nouveaux types de programmes architecturaux.

- Le documentaire architectural reste un pilier important du paysage audiovisuel et devient un élément de programmation de chaînes culturelles spécialisées (chaînes sur le voyage, sur l'histoire...), mais dont le visionnage, par opposition à de nouveaux programmes plus « faciles d'accès », peut rebuter un plus grand nombre de spectateurs. On citera à ce titre *Architectures* diffusé sur ARTE depuis 2006 ou encore l'émission *Megastructures*.
- L'émission d'architecture – téléréalité, encore peu développée, commence à apparaître, essentiellement aux Etats-Unis et au Royaume-Uni. On citera par exemple *Architecture School*, diffusée et clairement estampillée *Reality Show* par Sundance Channel depuis 2008. S'ils ne sont pas (encore) en direct, les différents épisodes de ce programme reposent sur le principe du suivi au quotidien de douze étudiants en architecture à la Tulane University

School of Architecture se lançant dans l'aventure de la conception et de la construction d'une maison bon marché pour une famille de la Nouvelle Orléans, se relevant alors de la tornade Katrina. Les projets des différents participants sont mis en compétition et les candidats sont tour à tour éliminés par différents jurys.

- Le format très court, mettant en avant, en 2 à 5 minutes, une maison ou un procédé technique remarquable. Servant souvent de programme de transition entre le journal télévisé et le *prime-time*, ces programmes ont ainsi un fort succès en France. On citera à ce titre *Du côté de chez vous*, depuis 2001, sur TF1 et *Ma maison pour l'avenir*, présentée par Sophie Brafman en 2008 et 2009 à la place de *Du côté de chez vous*.
- L'émission de conseils et références en décoration et en architecture, au contenu fragmenté, s'inspirant plus clairement des émissions de jardinage ou de cuisine. On citera à ce titre *TEVA DECO*, première émission entièrement consacrée à l'architecture et la décoration en France, apparue en 1997, ou encore *Question Maison* (2003- 2010), renommée *La Maison France 5*, diffusée sur France 5 mais également sur TV5.
- L'émission de « suivi de projet » représente le gros du bataillon. Ces programmes suivent une famille tentant, avec ou sans l'aide directe de l'émission et de son présentateur, de mener à bien un projet architectural ou de décoration de la conception à sa réalisation. On citera à ce titre l'émission britannique *Grand Designs* (depuis 2002 sur Channel 4), américains *Les maçons du cœur*, ou encore, en France, *D&CO* (depuis 2006, sur M6), *D&CO une semaine pour tout changer* (depuis 2008 sur M6), *Maison à vendre* (sur M6 (cette émission de *home staging*, consiste en la réhabilitation d'une maison dans l'optique d'en tirer le meilleur prix à la vente), *Tous*

ensemble (avec Marc Emmanuel) (diffusée sur TF1, consiste en la réhabilitation voire la construction de la maison d'un foyer pauvre par la communauté de leurs voisins et amis).

- Le concours d'architecture. Nouveauté dans le paysage audiovisuel français, ces émissions mettent en compétition, lors d'une ou plusieurs soirées, plusieurs maisons remarquables, invitant les spectateurs à voter pour le projet qu'ils préfèrent. On citera à ce titre *La maison préférée des Français*, présentée sur France 3 depuis 2012 par Stéphane Bern, et *Ma maison est la plus originale*, présentée depuis la même année sur sa concurrente, M6.

A cette typologie des nouveaux programmes architecturaux, il convient de signaler également l'émergence de chaînes du câble entièrement dédiées à ces contenus éditoriaux, rediffusant des émissions tant françaises qu'étrangères. En France, on citera par exemple, la chaîne *Maison Plus*, autrefois, *Du côté de chez vous TELE* puis *Télé maison*.

Ne pouvant traiter, dans le cadre de cette étude, de toutes ces typologies de manière exhaustive, nous exclurons de notre corpus les programmes ne traitant purement que de décoration. Il convient de les distinguer de manière plus précise de ce que nous entendons par « émission à thématique architecturale », d'autant qu'à l'évocation du nom de la célèbre l'émission de Valérie Damidot, ses concurrents ont tendance à se positionner rapidement (« *Tous ensemble* n'est pas une émission de déco : nous écartons ceux qui nous contactent en espérant faire refaire leur intérieur. »⁸ confiait Marc-Emmanuel Dufour de l'émission *Tous Ensemble* à Public, « on fait pas le même métier (...) c'est pas du tout la même chose» précisait Philippe Demougeot de *Questions Maison à Côtémaison.fr*⁹).

⁸ Voir <http://www.public.fr/Toutes-les-interviews/Exclu-Public-Marc-Emmanuel-Dufour-Je-vis-avec-ma-valise-sous-le-bras-160719>, page consultée le 09/11/2012

⁹ Voir interview de Philippe Demougeot: http://youtu.be/Sw_jDjDz9w, page consultée le 09/11/2012

Comme l'écrivait Daniel Pennac dans *La petite marchande de prose*¹⁰, « Quand on ne peut changer le monde, il faut changer de décor », l'émission de décoration se propose d'installer un ensemble de signes représentatifs d'une identité dans un espace étant-là, qui ne peut être remodelé et qui fait figure ainsi de donnée *a priori*. Suite logique de ces émissions (qui furent les premières à apparaître dans le paysage audiovisuel), les émissions que nous nommons « à thématique architecturale », s'inscrivent dans un double prolongement de ce postulat .

Changement d'échelle tout d'abord, puisque c'est tout le bâtiment qui devient toile d'écriture des signes représentatifs de l'identité du propriétaire (*Du côté de chez-vous, D&CO – une semaine pour tout changer, Ma Maison est la plus originale*). Mais ces émissions élargissent également leur champ d'expertise : en conférant au bâtiment des qualités absolues (abriter, protéger, héberger, être objet de fierté, etc.), elles invitent à interroger des concepts architecturaux. L'émission doit alors s'assurer que ces qualités soient respectées dans le bâtiment, quitte à repenser sa structure, sa distribution ou sa matérialité (*Tous ensemble avec Marc-Emmanuel, Questions Maisons*).

Se réservant le droit d'analyser de manière plus approfondie telle ou telle émission, notre corpus d'étude précis comportera ainsi les émissions suivantes :

- Sur TF1 : *Du côté de chez vous* : épisodes *La Roseraie* et *La Maison dans la Forêt* ;
Tous ensemble (avec Marc-Emmanuel) : épisodes du 14/09/2013 et du 21/09/2013
- Sur France 3 : *La maison préférée des Français* 2013
- Sur France 5 : *La maison France 5* et plus particulièrement le segment *Changer* des émissions du 12 et du 18 juillet 2012

¹⁰ PENNAC D., *La petite marchande de prose*, Paris, Gallimard collection Folio, publié en 1997.

- Sur M6 : *D&CO une semaine pour tout changer* : épisodes n°40 du 02/04/2013, « Valère et Céline » et n° 43 du 24/09/2013, « Bertrand et Marion » ; *Ma maison est la plus originale 2013*

Si pour la rédaction de ce mémoire a été vue une grande partie des numéros diffusés jusqu'alors de ces émissions, nous concentrerons essentiellement notre analyse sur des épisodes des deux dernières années, période de multiplication de ces émissions spécialisées. Nous tâcherons de mettre en avant les différences et convergences de ces émissions dans le tableau qu'elles dressent de la production architecturale contemporaine mais nous nous réservons néanmoins le droit de faire référence à des épisodes antérieurs à ceux de notre corpus, dont la liste figure en annexe.

III - Culture d'élite, culture populaire ?

Ces émissions n'ont pas peur, nous le verrons, de se revendiquer comme architecturales, de faire appel à des architectes... revendication nouvelle depuis le début des années 2000, comme le rappelle le présentateur de *Grand Designs*, Kevin McCloud. Aujourd'hui, il dit de son émission « *nous parlons d'ingénierie et d'architecture, et les gens comprennent !* »¹¹ Ce rôle pédagogique était déjà assumé dès les années 80. Stern précisait d'ailleurs « *J'espérais que Pride of Place encouragerait les gens à oser dire le mot interdit, architecture, qu'ils se sentirait à l'aise avec leurs sensations et qu'ils arrêteraient de croire que l'architecture est la prérogative des architectes et des professionnels affiliés.* »¹² Ces deux présentateurs mettent bien en avant la contradiction entre une culture « élitaire » et une culture « populaire », et le rôle crucial de médiateur entre l'un et l'autre que le programme architectural peut jouer (à condition qu'il se distingue de sa forme alors traditionnelle du documentaire).

11 BLANCHARD Tasmin, « Building Sight » in *The Observer*, 2 novembre 2003

12 STERN Robert, *op.cité*, p.96

Cette opposition a suscité de nombreux écrits dans les domaines de la philosophie, de l'anthropologie et de la sociologie de la culture et des médias. Notre travail d'analyse des programmes de télévision se positionne de fait dans des problématiques déjà formulées que l'on pourrait inscrire dans un questionnement général posé par Philippe Coulangeon¹³ : le média de masse que représente la télévision peut-il démocratiser la culture d'élite ou au contraire l'homogénéise-t'il vers le bas?

a) *Culture populaire contre « haute culture »*

Selon Pierre Bourdieu¹⁴, les pratiques culturelles sont déterminées socialement, et ce que l'on croit être un choix souverain est en réalité influencé par ce que le sociologue nomme *habitus*. Milieu socio-culturel d'origine de l'individu, dynamique car incorporé dans les processus de socialisation, l'*habitus* est une notion qui permet à Bourdieu d'expliquer une vision très marxiste de la culture. Selon lui, il existe « *une lutte de classe pour le classement* », au nom de laquelle les catégories dominantes cherchent à garder leur position par l'affirmation d'une culture d'élite qui les distingue d'une classe plus populaire. Philippe Coulangeon¹⁵ s'inscrit dans cette lignée puisque, si la massification scolaire et la désinstitutionnalisation ont permis un plus grand accès du peuple à la culture, rendant dès lors plus floues les limites entre « *haute culture* » et « *culture populaire* », il conclut néanmoins son ouvrage en rappelant que les inégalités socio-culturelles existent encore et interviennent peut-être dorénavant plus de manière qualitative (Vivaldi appartiendra à une culture populaire alors que Boulez sera l'apanage d'une culture d'élite?) que quantitative. Il précise ainsi que « *l'emprise de l'industrie de la culture de masse s'est sensiblement accrue [et] l'inégalité d'accès à la culture savante (aux œuvres comme aux équipements de diffusion) n'a guère*

13 COULANGEON Philippe, *Sociologie des pratiques culturelles*, Paris, La découverte, collection «Repères Sociologie », 2010

14 BOURDIEU Pierre, *Sur la télévision*, Paris, Raisons d'agir, 1996

15 COULANGEON Philippe, *opus cité*

reculé, quand elle ne s'est pas accentuée ».

Les travaux de Theodor Adorno¹⁶ permettent néanmoins de nuancer notre définition de culture populaire avec le concept de culture de masse. Si la culture populaire est une culture partagée, la culture de masse est une culture diffusée. Avec la notion d'*industrie culturelle*, Adorno met en avant le fait que les acteurs de cette culture de masse ne sont pas forcément le peuple lui-même (bien que celui-ci légitime par l'audimat les productions de cette culture de masse), mais un réseau d'acteurs économiques qui considère les spectateurs, lecteurs... comme des clients. La culture de masse, pour plaire et divertir le plus grand nombre, aurait donc tendance à s'orienter vers une simplification à outrance, pour permettre au plus grand nombre d'y adhérer. Par ce processus d'homogénéisation, empêchant ainsi une interprétation individuelle de cette culture offerte, la culture de masse serait ainsi un moyen pour les catégories dominantes de maintenir leur place dans la hiérarchie sociale.

Lorsque nous parlons des programmes de télévision architecturaux, il conviendrait donc de parler de culture de masse (culture diffusée) plus que de culture populaire (culture partagée). Etudier cette dernière reviendrait à évaluer la question de la réception de ces émissions (entreprise qui serait celle de l'anthropologue et du sociologue). Notre démarche consiste donc plutôt, en partant de la distinction d'Adorno, à identifier les messages véhiculés par cette culture de masse.

b) Réhabiliter la culture populaire

Pourtant, il serait réducteur de penser la culture populaire comme l'absorption bête et méchante de cette culture de masse. Michel de Certeau¹⁷ dans *L'invention du quotidien* propose, p.240, de dépasser la

16 ADORNO Theodor et HORKHEIMER Max, *La dialectique de la raison, fragments philosophiques*, Paris, Gallimard, 1974

17 DE CERTEAU Michel, *L'invention du quotidien, tome 1 : Arts de faire*, Paris, Gallimard 2010

traditionnelle opposition entre haute culture et culture populaire : « *la consommation, organisée par ce quadrillage expansionniste [les réseaux des médias], ferait figure d'activité moutonnière, progressivement immobilisée et « traitée » grâce à la mobilité croissante des conquérants de l'espace que sont les médias. Fixation des consommateurs et circulation des médias. Aux foules, il resterait seulement la liberté de brouter la ration de simulacres que le système distribue à chacun. Voilà précisément l'idée contre laquelle je m'élève : pareille représentation des consommateurs n'est pas recevable* ». S'il adhère à la thèse de la culture de masse comme moyen d'assujettissement des masses, il propose néanmoins de la dépasser de manière dialectique : la culture populaire est *la manière de faire des gens ordinaires* qui découle d'un « braconnage », acte d'appropriation par lequel le spectateur/lecteur/auditeur et interprète fait bien un bien culturel. « *Ainsi du lecteur : son lieu n'est pas ici ou là, l'un ou l'autre, mais ni l'un ni l'autre, à la fois dedans et dehors, perdant l'un et l'autre en les mêlant, associant des textes gisants dont il est l'éveilleur et l'hôte, mais jamais le propriétaire. Par là, il esquive aussi la loi de chaque texte en particulier, comme celle du milieu social.* » (p.252)

En définissant la culture populaire comme le processus d'intégration et d'appropriation de la culture de masse, comme de la culture d'élite, De Certeau propose de reconsidérer le statut du spectateur, non plus comme quelqu'un de passif mais comme acteur de ce processus. Etant donné que les nouveaux programmes architecturaux invitent, pour un grand nombre, le spectateur à réaliser lui aussi ce qu'il voit à la télévision, en lui proposant de devenir acteur de la création (conception, construction) de son cadre bâti, on pourrait se demander si cette culture de masse ne participerait pas ainsi de la constitution d'une culture architecturale populaire.

Mais à une époque où la télévision nous parle constamment de questions architecturales, on ne peut que constater une diminution importante du rôle social et politique de la figure de l'architecte. La multiplication de ces nouveaux programmes culturels de masse ne contribuerait-elle pas, paradoxalement, à travers l'éloge de la figure nouvelle de l'habitant-bâtsisseur, à mettre à mal la figure traditionnelle du maître d'œuvre, architecte et constructeur ?

IV - Plan et méthodologie

Pour répondre à cette question, nous émettrons trois hypothèses de recherche. Dans un premier temps, nous tenterons de comprendre comment l'invention d'une nouvelle rhétorique audiovisuelle a permis de renouveler l'intérêt et l'appropriation populaire des questions architecturales. Cette partie consistera essentiellement en une analyse filmique de certaines des émissions de notre corpus, afin de mettre en avant les différents procédés de traduction audiovisuelle de l'architecture.

Notre analyse démontrera néanmoins que le passage d'une objectivité scientifique souhaitée par le documentaire, à la subjectivité assumée de ces nouveaux programmes nécessite une analyse des partis pris sur l'architecture véhiculés par ces émissions. Cette deuxième partie analysera ainsi l'ambition performative de ces émissions, qui cherchent à changer les pratiques et les formes architecturales.

Un troisième axe de recherche tentera de dépasser ce conflit manichéen entre les figures de l'habitant-bâtsisseur et de l'architecte, pour analyser en quoi ces programmes de télévision peuvent permettre de réinventer les relations entre maîtrise d'ouvrage et maîtrise d'œuvre.

Chapitre I

L'invention d'une nouvelle rhétorique télévisuelle ou comment représente-t-on aujourd'hui l'architecture à la télévision ?

La multiplication de nouvelles formes d'émissions consacrées à l'architecture invite à s'interroger sur la manière contemporaine dont on présente cette dernière à la télévision. Peut-on expliquer leur succès récent par une nouvelle rhétorique et stratégie commune ? Quelles convergences et divergences présentent-elles ?

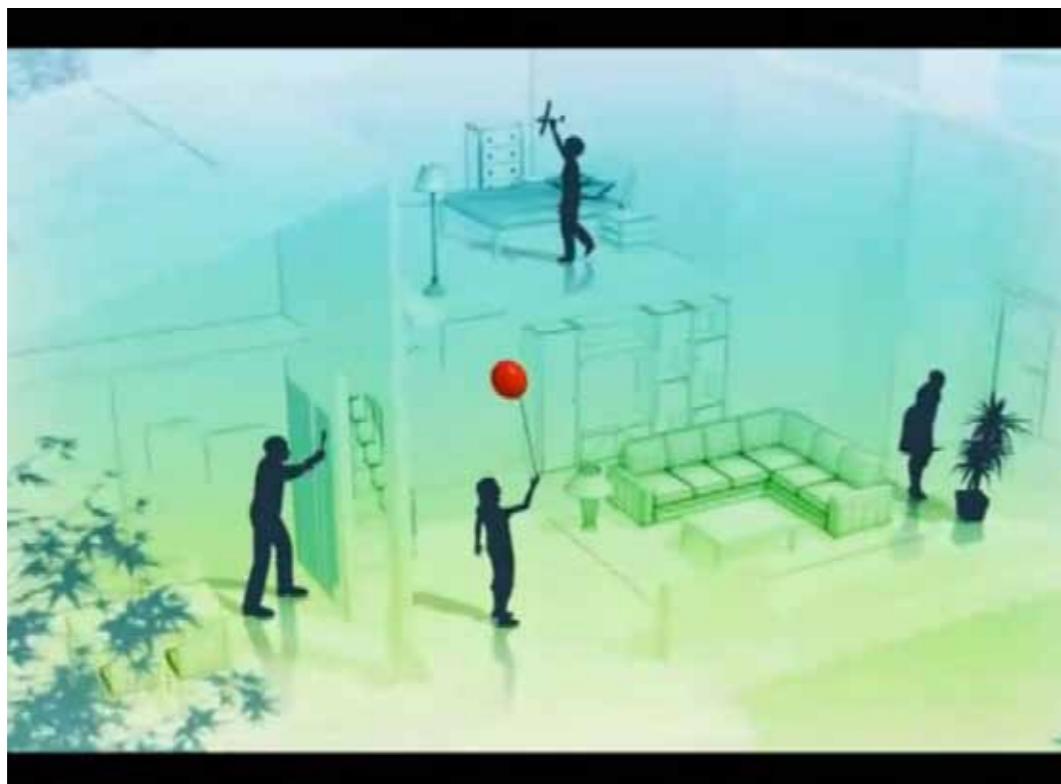
Nous verrons tout d'abord en quoi ces émissions ne présentent pas d'unité générique (il n'existe pas UNE émission sur l'architecture) mais proposent différentes approches de la question en puisant dans d'autres modèles : sport, télécrochet, émission de décoration. (I)

Nous verrons pourtant que malgré ces différences génériques, le médium télévisuel permet, par une narration de l'architecture, d'opérer un déplacement de l'objet de ces émissions : c'est dorénavant les acteurs de la construction et leurs motivations identitaire, sociale ou économique qui prennent le dessus sur l'étude du bâtiment lui-même . (II) .

Cette stratégie de discours qui a pour objectif de favoriser l'investissement émotionnel du spectateur joue sur une personnification à outrance des objets architecturaux renforcée par la toute-puissance et l'omniprésence du présentateur-narrateur-bâtsisseur (III)

L'analyse de cette stratégie discursive commune nous permettra d'analyser lors du chapitre II l'imaginaire implicite auquel elle renvoie, ainsi que les valeurs architecturales et sociales qu'elle véhicule.

I - Représenter l'architecture à la télévision : une rhétorique universelle?



Extrait du générique de Du côté de chez vous, dont les silhouettes dans une maison à demi effacée annoncent bien l'importance accordée à la description des usages.

Émettre l'hypothèse de travail que ces différentes émissions présentent une stratégie discursive commune et contribuerait à la diffusion d'un message commun, celui de la célébration de l'habitant-bâtsisseur au détriment de la figure de l'architecte, peut dans un premier temps paraître surprenante. En effet, force est de constater que, malgré des thématiques communes, chacune de ces émissions tend à se spécialiser, se démarquer de ses concurrentes et met en avant ses différences. Le tableau général que l'on peut faire de ce paysage « audiovisuel » serait donc d'abord celui d'un paysage morcelé : participe-t'il dès lors à l'élaboration d'une ou de multiples cultures architecturales populaires ?

a) Un paysage audiovisuel morcelé

Nous avons déjà eu l'occasion d'évoquer le morcellement récent de ces émissions d'architecture. Il ne semble se distinguer aucun genre spécifique à ces programmes. Bien au contraire, la manière de représenter l'architecture est soumise aux impératifs des genres qui servent de modèles à ces émissions. Ces modèles de construction de programmes conditionnent ainsi les représentations de la discipline architecturale que s'en font les spectateurs.

En l'occurrence, la forme de l'émission de concours (*Ma maison est la plus originale, La maison préférée des Français 2013*) aborde la question de l'architecture sous le mode de la prouesse sportive. Elle confère ainsi à l'architecture une dimension objective qui lui permet de mettre en concurrence différents bâtiments. Le témoignage des habitants est en cela intéressant : loin du tire-larmes caractéristique d'autres genres d'émissions, loin d'évoquer qui la mucoviscidose de sa grand-mère, qui la

mort de ses triplés qui a empêché la poursuite du chantier, les habitants présentent leur projet à la manière d'un sportif qui présenterait un exploit. Les phrases font la part belle aux tournures positives qui témoignent de postures assumées (« *Nous avons décidé que...* », « *Nous avons choisi de...* »), voire d'une certaine fierté. A la manière des grands télé-crochets, ces émissions mettent en scène une validation *a posteriori* par des pairs, selon des critères variables (fonctionnalité, originalité et durabilité pour *Ma maison est la plus originale*, par exemple)¹⁸ dont nous analyserons plus tard les implications. Elles en reprennent même parfois la macro-structure générale : tour de France à la recherche des talents / présentation des candidats / prestation des candidats face au jury (ici, visite de la maison) / délibération du jury et avis / vote du public / éviction des perdants et sélection du vainqueur.

Le format court *Du côté de chez vous*, met lui l'accent sur la valeur d'usage. Son générique est en cela très explicite : on y voit des silhouettes sombres et distinctes effectuant des actions dans un décor de maison transparent, qui se noie dans l'arrière-plan. S'attardant ainsi moins sur l'objet architectural, ce format tente d'évoquer en une minute la vie d'un lieu : les plans qui s'y succèdent présentent systématiquement des usagers en situation (des enfants en train de se brosser les dents, la famille en train de manger, deux frères entamant une bataille de polochon), ce qui dénote des autres types d'émission qui ne mettent que rarement en scène les habitants.

Dans les émissions de suivi de chantier (*D&CO une semaine pour tout changer*, *Tous ensemble avec Marc-Emmanuel*), l'architecture est présentée sous la forme d'un processus. Contrairement aux émissions de concours ou aux formats courts qui portent un regard rétroactif, *a posteriori*, sur l'objet architectural, ces émissions mettent en scène le passage d'un état avant à un état après, en maintenant par de nombreux

effets un sentiment prolongé de suspens. Dépourvue de l'évidence que confère la présentation en amont de l'objet architectural fini, la discipline architecturale apparaît ici dans toute sa contingence : la construction est la somme d'accidents, d'heureux hasards ainsi que des passions de ses habitants. Ainsi, l'un des épisodes de *Tous ensemble avec Marc-Emmanuel* insiste-t'il sur les contingences économiques (perte de l'emploi), météorologiques (tornade) et sanitaires (maladie de la mère) qui ont arrêté le projet, les contingences humaines et matérielles qui orientent la reprise du chantier dans telle ou telle direction (présence de bénévoles qualifiés, récupération de matériaux) voire qui conditionnent le projet (la disposition de la cuisine, la décoration interne sont purement fonction du bon vouloir des donateurs et sponsors de l'émission).

Les émissions de conseil (*Maison France 5*) sont à cheval entre ces différentes conceptions. Hyperfragmentées, leur permettant grâce à une macrostructure composée de plusieurs segments clairement identifiables, d'intéresser le plus large public possible, elles alternent séquences de conseils pratiques, de visites de bâtiments remarquables ou mise en scène de processus de projet. Chacun de ces segments intervient comme des digressions ou des approfondissements sur des points précis inscrits dans une trame générale (le présentateur visite un lieu qui sera le fil conducteur de l'émission et servira de prétexte aux multiples sujets). En faisant du bâtiment la justification des segments de l'émission, le programme induit un postulat différent de celui de ses concurrents : l'architecture n'y apparaît pas comme un exploit, comme un lieu de vie ou une aventure mais comme un imbriquement complexe façonné de détails ou de configurations spécifiques, que les narrations linéaires de visite, de construction du bâtiment ou de présentation de ses usages ne pourraient restituer. L'émission apparaît alors comme un programme pédagogique qui, en expliquant ces différents éléments, ces différents détails, donne des clés d'analyse et des pistes de projet au spectateur.

18 Voir chapitre II – I - b)



Extraits du sommaire de La Maison France 5

(HL Productions (producteur) et Pierre QUATREFAGES (réalisateur), La Maison France 5, émission du 12/07/2012)

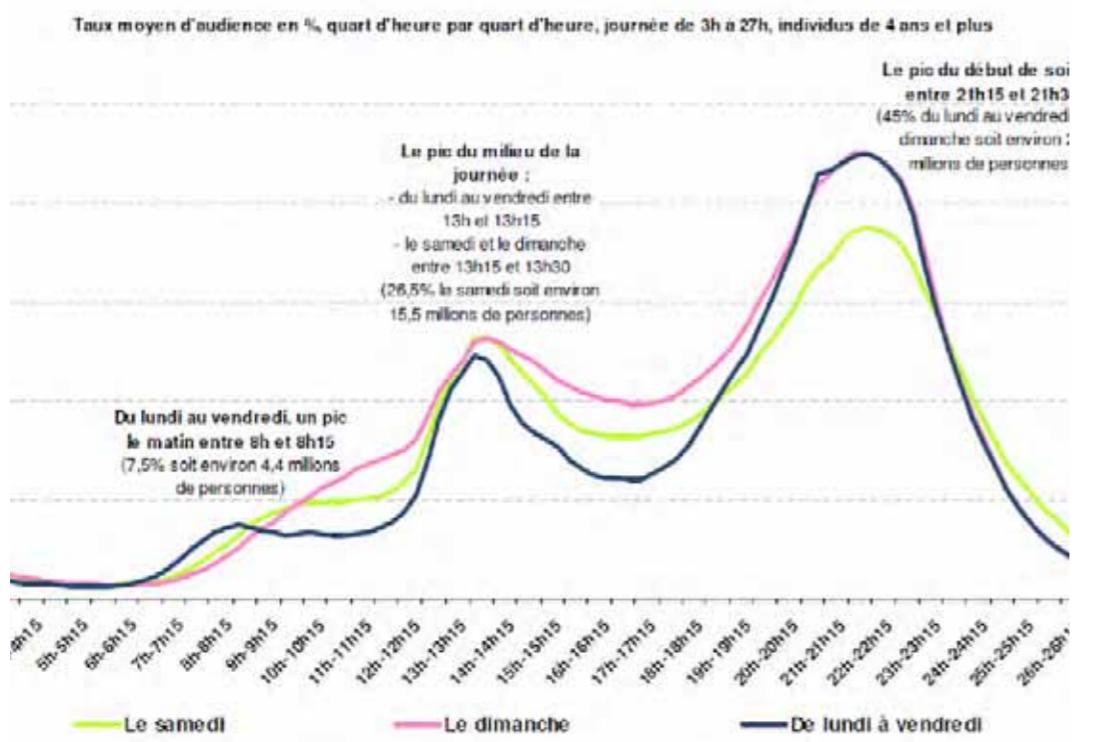
Ces différences structurelles liées aux choix génériques des concepteurs induisent donc des représentations différentes de ce que peut être la discipline architecturale en hiérarchisant systématiquement certaines de ses dimensions.

b) Culture ou de cultures architecturales populaires ?

Cette différenciation opère également dans les destinataires de ces émissions qui ne sont pas les mêmes à chaque fois. Une piste d'explication peut se trouver dans des raisons marketing. Le marché audiovisuel se sectorisant de plus en plus, les programmes architecturaux ont suivi cette tendance et sont devenus des programmes de niche. En effet, afin d'assurer son monopole sur une partie du public, ces émissions s'adressent à des catégories socio-professionnelles clairement identifiables. L'insertion de ces programmes au sein des grilles des chaînes qui les diffusent doit nous permettre de mieux cerner ces niches d'audience.

En reprenant l'analyse d'un rapport du CEVIPOF, de l'IFOP et du Ministère de l'intérieur en date de 2007¹⁹, on peut distinguer grossièrement les liens entre programmation télévisuelle et catégories socio-professionnelles des spectateurs, repris par la suite par de nombreux rapports. En particulier, a été démontré le nombre important de parts de marché cumulées sur les ménagères de moins de 50 ans (44% en 2011) de TF1 et M6, qui dépasse de 10% les scores du service public pour cette catégorie de population. Apparue dans les années 1960, lors des trente glorieuses, cette catégorie statistique qui représentait en 2011 11 millions de personnes (moins de 20% de la population) est toujours un indicateur significatif pour les médias. Il repose sur un fantasme que commencent à remettre en cause les évolutions sociétales récentes : celui de la maîtresse de maison, en charge des achats, de la maintenance et des finances du

¹⁹ « Les électeurs français et l'information télévisée », Thierry Vedel, in *Baromètre Politique Français (2006-2007)* CEVIPOF-Ministère de l'Intérieur ;



Taux moyen d'audience en %, quart d'heure par quart d'heure, journée de 3h à 27h, individus de 4 ans et plus

(Source Médiamétrie, Médiamat, in Les chiffres clés de l'audiovisuel français , CSA, 2ème semestre 2012)

foyer. A ce titre on imagine bien pourquoi les régies de TF1 et M6, estimant que la majeure partie des émissions à thématiques architecturales, avec leurs modèles d'aménagement et de décoration, sont à même d'intéresser cette catégorie de la population, concentrent quatre des six émissions de notre corpus. Si *D&CO – une semaine pour tout changer* (5 300 000 spectateurs pour la première, le 17 octobre 2006, 2 478 000 spectateurs pour celle du 27 août 2013) et *Tous ensemble avec Marc Emmanuel* (2,3 millions de spectateurs, 28% des ménagères de moins de 50 ans pour l'émission du 14 septembre) enregistrent souvent des records d'audience dans leur case horaire, il convient de distinguer l'influence importante du court *Du côté de chez vous*, situé immédiatement après le journal télévisé de TF1 de 20h, le plus vu et au public le plus représentatif de la population en termes statistiques²⁰, à une heure de très grande écoute où TF1 facture normalement le spot publicitaire 105 000€.

En terme de discours encore, on perçoit une différence de destinataire entre les deux émissions du service public et les quatre autres. Alors que les premières encouragent un discours plutôt soutenu de la part de leur présentateur (vouvoiement, registre soutenu, réserve, importance des formules de politesse), les autres encouragent au contraire une certaine familiarité, une démonstration de sentiments et un humour parfois quelque peu troupier (« Une fille, tu lui donnes une barre, et elle fait du lapdance! » confiait Valérie Damidot lors de l'une des émissions de notre corpus). Alors que la présence de Stéphane Bern aux commandes de *La maison préférée des français* est un gage de sérieux (il présente un certain nombre d'émissions historiques, il interviewe des personnalités couronnées, etc.), la mise en scène dans les bandes-annonce de l'émission *Ma maison est la plus originale* des relations entre les trois présentateurs Mac Lesgy, Aurélie Hémar et Paulo Calia insiste plus sur les sous-entendus salaces et le sans-gène du trio qui n'hésite pas à tester les lits ou fouiller dans les tiroirs des maisons qu'il visite.

20 Ibidem

La sélection des projets dans les émissions de suivi de chantier contribue également à la construction de ces niches d'audimat. Alors que *Tous ensemble avec Marc-Emmanuel* s'adresse aux plus nécessiteux (personne sans emploi, famille nombreuse avec de très faibles revenus), *D&Co une semaine pour tout changer* intervient plutôt sur les projets de classes moyennes (un ou deux membres de la famille travaillent, n'ont plus le temps ou sont dépassés par leur chantier). L'équipe de *Changer* dans *La Maison France 5* ne quittant jamais la capitale, pour des raisons financières et logistiques, travaille surtout dans les appartements de riches propriétaires parisiens. Les idées architecturales et de décoration qui y sont développées peuvent ainsi trouver un écho moindre dans les classes moyennes.



Les jurys de Ma maison est la plus originale, allongés sur le lit des propriétaires

La politique éditoriale de la chaîne, la manière de vendre l'émission, sa filiation générique, ainsi que le choix même des projets mis en avant contribuent ainsi à la constitution de « pactes de lecture ». En choisissant son émission, le spectateur sait à l'avance ce qu'il trouvera et ce qu'il ne trouvera pas, quelle en sera la trame ainsi que l'ambiance. Il ne peut être surpris : il choisit l'émission en fonction de son profil et celle-ci ne s'en éloignera pas tout le long de ses saisons. Quitte à éveiller chez certains un sentiment de lassitude, facteur d'explication probable de la chute d'audience récente de l'émission *D&CO*.

c) *Le récit commun d'une architecture qui n'en tient pas le rôle principal*

Les différences au sein de notre corpus sont donc multiples et semblent intervenir à deux niveaux tellement essentiels - la manière d'aborder les thématiques architecturales et la spécialisation des émissions en fonction de niches d'audimat - qu'il peut paraître difficile de justifier notre hypothèse de travail. Peut-il exister une stratégie discursive commune à ces six émissions qui permette de distinguer les fondements

d'une culture architecturale cohérente? Ces émissions véhiculent-elles de mêmes modèles architecturaux ?

On peut en effet distinguer des stratégies communes au sein de notre corpus. Ces programmes inscrivent l'architecture dans une logique inédite de récit, à savoir une succession cohérente d'événements racontés. Les documentaires célèbres sur l'architecture (*Architectures sur Arte*, par exemple), au contenu problématisé, décrivent, eux, leur bâtiment en convoquant des sources et des types de discours différents (témoignages, photos d'archives, commentaires, etc.) qui déconstruisent et complexifient la linéarité du récit « Avant/Après » auquel se consacrent les émissions de notre corpus. Que cela soit dans l'optique de raconter les choix de projet, le quotidien d'un chantier ou la manière de vivre dans le bâtiment, les thématiques architecturales sont intégrées dans une narration plus ou moins linéaire dont nous préciserons par la suite les éléments : mise en scène d'un narrateur, d'un récepteur, temporalisation du discours...



Les caméras de Tous ensemble avec Marc Emmanuel captent la détresse des habitants.

(COURBET J. et MATTHIEU N. (producteur) et MUGLER A., (réalisateur) (2013). *Tous ensemble avec Marc-Emmanuel*, émission du 14/09/2013. Diffusée sur TF1.)

De plus, ces trames narratives prennent systématiquement comme référent non plus le bâtiment mais l'habitant lui-même. Ainsi, on reconstruit une maison « pour que la famille puisse se retrouver »²¹, « pour avoir un chez-soi qui nous ressemble », « pour refaire vivre un patrimoine »²²... L'architecture n'est pas présentée comme une *fin en soi* mais comme un moyen par lequel un sujet va résoudre une crise. Réponse à une crise économique et sociale dans *D&CO une semaine pour tout changer* ou *Tous ensemble avec Marc-Emmanuel*, sanitaire (*Tous ensemble avec Marc-Emmanuel*), culturelle et identitaire (*La maison préférée des Français*, *Ma maison est la plus originale*), le recours à la discipline architecturale fait figure d'un *Deus Ex Machina* et intervient au moment où font faillite les systèmes et réseaux sociaux, économiques, culturels... déjà

²¹ COURBET J. et MATTHIEU N. (producteur) et MUGLER A., (réalisateur) (2013). « *Tous ensemble avec Marc-Emmanuel* », émission du 14/09/2013. Diffusée sur TF1.

²² MORGANE PRODUCTION(producteur) et FABRICE M., (réalisateur) (2013). « *La maison préférée des français 2013* ». Diffusée sur France 2.

en place. Si l'architecture cristallise particulièrement bien ces enjeux, plus d'ailleurs que ne le ferait un autre artefact comme une nouvelle voiture, il conviendra d'en analyser les raisons, liées en partie à l'importance de la figure de la maison individuelle dans le modèle social hérité des Trente Glorieuses.

En inscrivant l'architecture comme adjuvant dans un récit centré sur un habitant en crise, ces émissions inféodent ainsi complètement cette discipline à des logiques externes. Le bâtiment ne peut être vu et compris qu'au travers de l'histoire de son propriétaire dont il devient l'avatar (« cette maison, c'est ma mère », confie ainsi Freddy à Marc-Emmanuel). Aucune distanciation ne s'opère et aucun regard critique n'est ainsi porté sur la qualité architecturale du bâti, tant l'histoire personnelle reste le prisme de lecture de ces programmes. D'une certaine manière, la vision de l'architecture véhiculée ici renouvelle les problématiques développées par Marcel Proust dans *Contre Sainte Beuve*²³ à propos de la littérature: doit-on juger de la qualité d'une œuvre architecturale à partir de la biographie de son auteur ou de son commanditaire ?

Cette présentation de la discipline sous forme de récits de vie dans lesquels l'architecture interviendrait de manière quasi miraculeuse, est-elle liée au médium de la télévision ? La focalisation de certains documentaires sur un bâtiment particulier, ou les tentatives de retranscription des sensations éprouvées lors de la pratique d'un espace architecturé (cf les expériences de Rayner Banham) démontrent que la relégation des problématiques architecturales au rang secondaire d'avatar de l'histoire personnelle de l'un de ses habitants n'est pas intrinsèquement liée au médium. On tâchera, dans les chapitres 2 et 3, d'expliquer en quoi cette dévalorisation de l'architecture est une piste d'explication du succès des émissions de notre corpus, et en quoi elle correspond à une double stratégie économique et politique néo-libérale.

²³ PROUST M., *Contre Sainte Beuve*, Paris, Gallimard collections Folio Essais, édition de 1987

II - L'aventure de la construction : une trame narrative constante ?

Les émissions à thématiques architecturales de notre corpus répondent donc à une stratégie narrative commune : elles célèbrent le passage de l'échelle du bâtiment à celle de l'habitant qui l'occupe. Cette stratégie procède de plusieurs manières : par une focalisation croissante sur des personnages, par l'inscription de la narration du projet dans des temporalités spécifiques et par l'importance des procédés persuasifs et du *pathos* qui encouragent l'investissement émotionnel du spectateur.

a) Du bâtiment aux personnages : une mise en scène qui fait passer l'architecture au second plan

Ce passage dans la rhétorique télévisuelle d'une focalisation centrée sur un bâtiment à celle des émissions de notre corpus, centrée sur les acteurs de son édification, se retrouve dans les procédés filmiques utilisés par les productions. Contrairement aux documentaires de la série *Architectures* sur Arte qui nous servent méthodologiquement « d'expérience témoin », un premier constat frappe l'œil lorsqu'on observe un épisode des programmes de notre corpus : les plans larges sur le bâtiment sont quasiment inexistant. Dans *La Maison préférée des Français*, un seul point de vue large, deux au grand maximum, sont sélectionnés et permettent d'introduire et de conclure les segments sur chacune des maisons en lice. On ne distingue souvent qu'une seule façade, la plupart du temps sur jardin, et très rarement sur rue, qui positionne le bâtiment dans une nature souvent verdoyante. Témoignant d'un faible souci d'intégration du bâtiment dans son contexte, comme pour célébrer son caractère utopique (au sens étymologique, *sans lieu*), ce plan est d'ailleurs très souvent accompagné d'un mouvement ascendant à l'aide d'une grue se terminant par un point de vue impossible à adopter pour un être humain (la présentation de la maison alsacienne, grande



Plan d'ensemble, réalisé avec grue pour La maison préférée des Français 2012.

(Extrait de MORGANE PRODUCTION(producteur) et FABRICE M., (réalisateur) (2012). « La maison préférée des français 2013 ». Diffusée sur France 2.)

gagnante de l'émission fait figure d'exemple). L'image qui en découle, si elle permet d'obtenir un cliché facilement reconnaissable, ne traduit donc en rien une quelconque expérience spatiale. Le reste des plans des segments de cette émission se concentre d'ailleurs sur des détails remarquables qui viennent appuyer le récit de sa construction par l'habitant : on apprend ainsi que les lambris de la salle de bains sont le fruit des dimanches après-midis passés dans les brocantes ou que c'est de manière complètement fortuite que Frédéric et son compagnon Frédéric ont mis à nu les parements du Stube. A défaut d'une transcription télévisuelle qui permette de se faire une lecture globale du projet, le bâtiment semble ainsi trouver une cohérence à travers l'histoire et l'expérience de son propriétaire.

Moins bien lotis, les autres formats ne disposent que très rarement de plans permettant une compréhension d'ensemble du projet. Bien au contraire, le vocabulaire cinématographique employé pour transcrire l'architecture des bâtiments dans les autres programmes fait la part belle à l'hyperfragmentation et aux zooms intempestifs. On voit ainsi dans *D&CO une semaine pour tout changer* des gros plans sur les différents ateliers de travaux : on voit les mains du plaquiste installer les rails de ses futures cloisons, le peintre appliquer une résine spéciale sur le plan de travail. Et ce, sans aucune transition si ce n'est la nécessité de montrer tous les types d'ateliers. De même dans *Tous ensemble avec Marc-Emmanuel*, les scènes se succèdent et donnent là encore à voir des plans centrés sur les artisans en train de travailler à telle ou telle tâche. Paradoxalement, et alors que la phase de chantier a insisté de manière continue sur la façon de réaliser certains détails, les plans d'intérieurs montrant l'espace transformé sont à une échelle qui ne permet pas d'appréhender de telles finitions. Une telle mise en scène confirme que dans ce genre de programmes, c'est bien le processus de construction, plus que le projet lui-même qui a de l'importance.

Cette hyperfragmentation de l'espace architectural perçue par le spectateur est renforcée par l'absence de documents (plans, coupes) voire de travellings permettant de comprendre la distribution de l'espace et de se faire une vision d'ensemble du projet. Si *D&Co une semaine pour tout changer* propose depuis peu un plan rudimentaire lors des phases de visite du bâtiment et de présentation des intentions de projet, les autres émissions en font l'impasse. *Tous ensemble* se contente ainsi en guise de document récapitulatif de la visite de site d'une liste énumérant, sous forme de *bullet points*, les éléments à arranger pour « sauver » le bâtiment, sans prendre la peine de les repérer ou de les hiérarchiser.



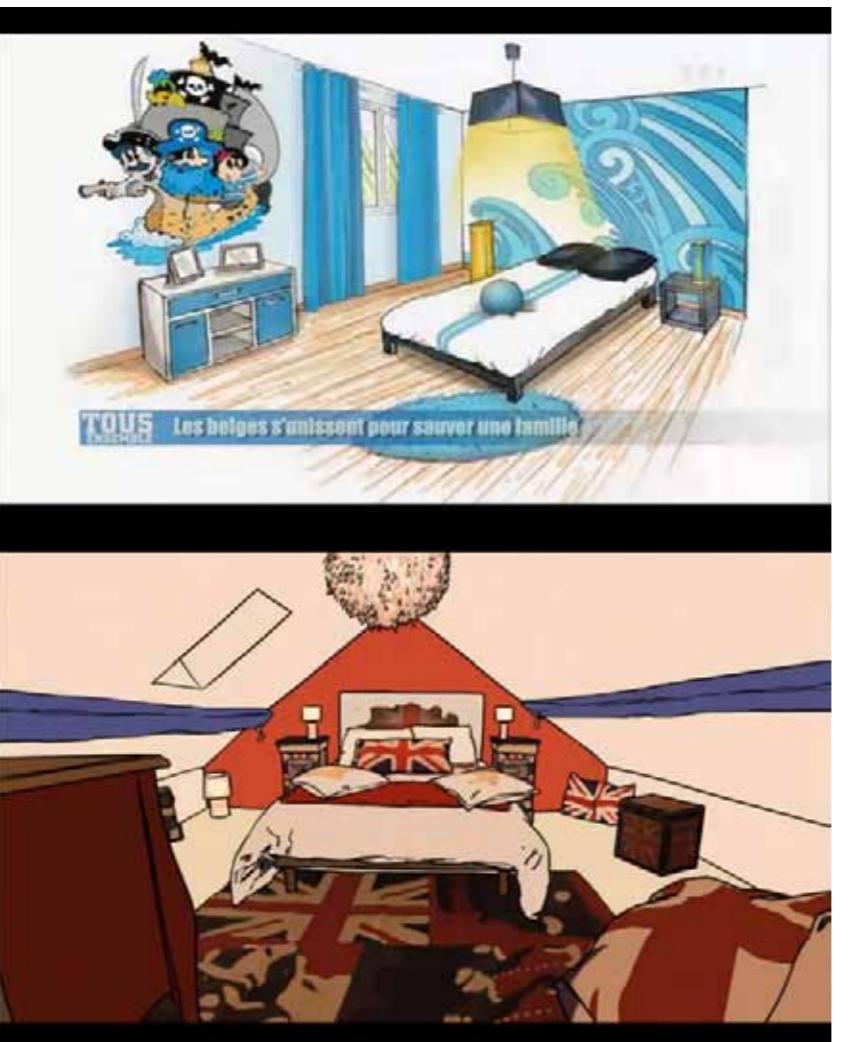
Seuls documents de synthèse du projet présentés dans les émissions de TF1 et de M6.

(Extraits de *Tous Ensemble avec Marc-Emmanuel* (haut) et *D&Co - une semaine pour tout chaner* (bas))

Ces zooms constants sur telle ou telle activité ont un double objectif. Le premier est justement d'empêcher le spectateur de se faire une idée générale précise de l'espace en cours de transformation afin de maintenir un certain suspens pour la révélation finale. Le second est de maintenir la focalisation sur les artisans et les bénévoles qui participent au chantier et dont le suivi contribue à humaniser l'entreprise. En effet, l'organisation des phases de chantiers, sous forme d'ateliers auxquels participent un bénévole accompagné d'un artisan (*D&Co*) ou le présentateur lui-même (*Tous ensemble*) facilite l'identification du spectateur au quidam sans grande connaissance en la matière. Ces travailleurs deviennent ainsi de véritables personnages identifiables du récit. En les associant à la réalisation d'un élément de ces chantiers hyperfragmentés, on assiste ainsi à une personnalisation du bâtiment. Marc-Emmanuel précise ainsi systématiquement lors de la découverte de la maison transformée les noms des artisans et bénévoles qui ont contribué aux travaux : « Tous ces meubles, c'est grâce à Séverine, la décoratrice (...) Jean-Marie avait à cœur de vous offrir quelque chose de moderne (...) »²⁴. Au fil des quatre saisons, le discours de Marc-Emmanuel quitte parfois la comparaison pour entrer dans la métaphore pure : « la charpente, c'est Bruno ». Dans *La maison préférée des Français*, le grand gagnant, Frédéric, ne justifie

²⁴ COURBET J. et MATTHIEU N. (producteur) et MUGLER A., (réalisateur) (2013). « *Tous ensemble avec Marc-Emmanuel* », émission du 21/09/2013. Diffusée sur TF1.

d'ailleurs pas sa victoire par les quelconques qualités architecturales de sa maison, mais l'explique par sa portée allégorique : à peine Stéphane Béرن lui a-t'il annoncé la bonne nouvelle qu'il déclare « Ce qui a plu aux gens, c'est l'histoire de la réhabilitation de cette maison. On entame la 14e année de travaux. » Allégorie des forces déployées pour la réalisation du projet, l'architecture est dès lors traitée comme un décor, un prétexte pour mettre en scène, sous forme d'un petit théâtre, la vie et les acteurs de la conception, du chantier et les futurs habitants.



Une absence de documents techniques mais une abondance de perspectives qui mettent en scène la décoration à venir, avant l'espace créé.

(Extraits de *Tous Ensemble* avec Marc-Emmanuel (haut) et *D&Co - une semaine pour tout changer* (bas)).

Si le tournage et le montage ne retranscrivent jamais une expérience architecturale ou ne permettent jamais de se rendre compte de la matérialité d'un bâtiment, ils permettent néanmoins de retenir les événements « dramatiques » (au sens grec de l'action) de ce microcosme, et mettent en valeur les succès des uns et les gaffes des autres. Dans *Tous ensemble*, on suit par exemple un bénévole chômeur qui finit par trouver un emploi en travaillant sur le chantier ; on suit également des bénévoles français, anciens bénéficiaires de l'émission, qui sont venus donner un coup de main ; on prend place aux repas de l'équipe.

b) Intégrer l'architecture dans une narration : le tout présent

Cette soumission de l'objet architectural au *drama* influe sur la construction temporelle et le rythme des émissions de notre corpus. Alors que bon nombre de documentaires s'inscrivent dans une démarche non linéaire, relevant d'un discours argumenté et non d'un récit, et composée d'allers et retours entre différentes ressources, périodes, exemples, etc., en fonction de leur pertinence par rapport à une problématique, les émissions de notre corpus mettent en scène le temps réel de l'action des acteurs. Cette narration se fait ainsi au présent, et non à l'imparfait, au futur ou au futur antérieur.



Hyperfragmentation et zooms intempestifs lors des phases de chantier.

(Extraits de *Tous Ensemble* avec Marc-Emmanuel (haut) et *D&Co - une semaine pour tout chaner* (bas))

A l'exception notable d'un programme de notre corpus²⁵, les autres font ainsi correspondre à la temporalité de l'émission celle de la conception du projet (*La Maison France 5*), de la vie du chantier (*D&CO*, *Tous ensemble*) ou de la visite d'un bâtiment (*Ma maison est la plus original, La maison préférée des français*). Dramatiquement, une telle organisation, excluant les analepses, permet de ménager un effet de surprise et un suspens qui peuvent expliquer en partie l'engouement des spectateurs pour ces programmes presque construits comme des thrillers. Paradoxalement, cependant, les « pactes de lecture » implicites pris entre la production et le spectateur (disposition dans la grille de programme, référence générique) permettent à ce suspens de se déployer au sein d'une macrostructure rassurante : on sait en effet à l'avance que tout le monde s'en sortira, que le chantier sortira de terre, etc.

Certaines émissions ont également mis en place des dispositifs filmiques exploitant cette unité temporelle. En effet, *D&CO* utilise ainsi le timelapse (accéléré) comme alternative au tournage en direct. Ne pouvant montrer la réussite de l'opération en temps réel (le tournage dure ainsi entre sept et huit jours), les prises de vue en accéléré montrant l'élévation complète d'un mur, l'installation intégrale d'une cuisine ou la pose d'une chape de béton, sont un gage de vraisemblance de la part de la production et une démonstration des prouesses des équipes techniques. A l'inverse, *Tous ensemble* reconstruit *a posteriori* cette narration au présent lors du montage. Alors que Marc-Emmanuel n'est présent réellement sur le chantier que quelques jours par semaine²⁶, et que celui-ci dure en réalité près de trois semaines en moyenne, le montage donne l'impression d'une temporalité beaucoup plus resserrée : Marc-Emmanuel est présent sur presque tous les plans, à toutes les phases, lors de tous les types d'ateliers... La vitesse d'enchaînement des plans (chaque plan de l'épisode ne dure pas plus de trois secondes) contribue là encore à créer ce

²⁵ *Du côté de chez vous*

²⁶ CHIRON E., « Télévision : *Tous ensemble* ... mais pas trop » publié dans *Sud Ouest*, 03/10/2012

<http://www.sudouest.fr/2012/03/10/tous-ensemble-mais-pas-trop-654790-1639.php>



Caméra enregistrant le travail des artisans en timelapse sur l'émission D&Co - une semaine pour tout changer.

(Extrait de ADLTV (producteur) et Nicolas SERVENT (réalisateur), « Bertrand et Marion », épisode n°43 diffusé le 24/09/2013.)

sentiment d'urgence et d'excitation chez le spectateur.

Cherchant à restituer pour le mieux ces différentes temporalités (conception, construction, visite), la structure de ces émissions tente donc de faire correspondre le temps de l'émission à celui de l'action. Cette volonté contribue également à cette désacralisation de l'architecture dont nous parlions précédemment. En effet, en se présentant sous forme d'un récit, et en restituant les événements selon un ordre purement chronologique, ces émissions n'opèrent aucune hiérarchisation des éléments qui participent à la réalisation du projet architectural. Ainsi, les interrogations structurelles suivent et sont traitées sur le même plan que les blagues de Valérie Damidot. De même, le concert caritatif d'Annie Cordy pour *Tous ensemble* a la même importance que la livraison des fausses pierres ou le constat de l'absence d'une fosse sceptique dans la maison du couple belge. C'est ainsi, également, que les visites de *Ma maison est la plus originale* suivent le parcours aléatoire du jury dispersé au sein de la maison et ne permettent de se constituer une lecture hiérarchisée des bâtiments : on découvre ainsi le salon, puis une chambre, pour s'attarder sur des essais de déguisement de Paolo Caloa avant de revenir par la cuisine, de repérer un nouveau dressing, une salle de bains, une autre chambre...

Cette inscription du projet architectural dans une narration au présent ne joue pas ainsi exclusivement le rôle de ressort dramatique ou de garantie de respect des engagements de la production : elle renvoie également à une dimension métatextuelle. En effet, par la mise en scène de ce présent absolu, les productions font oublier les procédés de scénarisation ou de montage et semblent répéter au spectateur qu'ils n'ont rien à leur cacher et que l'émission est un reflet fidèle et exhaustif de la réalité. La présence de bêtisiers à la fin de certaines émissions de *D&CO* participe à ce sentiment de transparence et de vraisemblance que peut dégager le programme.

c) *Terreur et pitié : encourager l'investissement émotionnel du spectateur*

Malgré le fait qu'elles évoquent et revendentiquent le fait de s'attaquer à des projets d'envergure architecturale, les émissions de notre corpus s'inscrivent donc dans des logiques de distanciation par rapport à l'architecture en tant que discipline autonome. Bien au contraire, elles la conditionnent à l'histoire et aux expériences subjectives des habitants et des constructeurs. L'analyse du vocabulaire filmique et de la structure temporelle de l'émission soulignent ce changement de focalisation des émissions architecturales contemporaines. L'étude des discours et tout particulièrement l'omniprésence de stratégies persuasives et la mise en scène d'un *pathos* y contribuent également.



Mise en scène du pathos dans Tous Ensemble avec Marc-Emmanuel.

(Extraits de COURBET J. et MATTHIEU N. (producteur) et MUGLER A., (réalisateur) (2013). *Tous ensemble avec Marc-Emmanuel*, émission du 14/09/2013. Diffusée sur TF1.)

La microstructure de *D&CO* et *Tous ensemble* commence ainsi systématiquement par l'énoncé des difficultés de la famille de la semaine. Les voix-off de ces deux émissions ont alors systématiquement recours aux mêmes procédés : présentation d'une famille heureuse, des aléas qu'elle a rencontrés, de la détresse dans laquelle elle est, de ce que peut faire l'émission pour elle. Si le message se termine par une note d'espérance avec l'arrivée du présentateur, les productions lésinent rarement sur les procédés qui peuvent souligner l'urgence de la situation. En terme de discours, les textes des voix-off sont des cas d'école d'une stratégie persuasive par l'exploitation d'un registre pathétique et tragique. Les références à une fatalité inexorable (« L'avenir ne leur réserve aucun espoir. »²⁷), aux déictiques (voici, voilà que, etc.), aux voix passives, aux expressions du type « hélas » ou aux références au cœur (« une famille avec le cœur sur la main ») s'enchaînent à rythme soutenu. En termes de procédés filmiques, la production a également l'habitude de souligner de manière ostentatoire le pathos de certaines scènes. Le recours au noir et blanc, souvent utilisé pour des scènes évoquant une certaine nostalgie,

²⁷ COURBET J. et MATTHIEU N. (producteur) et MUGLER A., (réalisateur) (2013). « *Tous ensemble avec Marc-Emmanuel* », émission du 14/09/2013. Diffusée sur TF1.

insiste sur un âge d'or perdu de la famille. Le recours à de la musique hollywoodienne en mode tantôt mineur, tantôt épique, extraite des compositions symphoniques de John Williams ou de Hans Zimmer participe également à établir chez le spectateur un sentiment d'attachement aux héros du jour.

Dans une logique voyeuriste héritée de la télé-réalité, les émissions de notre corpus créent également cet investissement émotionnel du spectateur en le faisant entrer dans l'intimité des commanditaires du projet comme des travailleurs. Nous assistons ainsi à plusieurs reprises aux flots de larmes de Freddy dans *Tous ensemble* et les plans de découverte du bâtiment transformé mettent systématiquement en scène le regard inquisiteur du présentateur qui attend la réaction des propriétaires, tandis que la découverte en elle-même se déroule hors champ. On peut se demander si ce recours exagéré au pathos, si cette volonté de créer coûte que coûte un investissement émotionnel du spectateur pour des personnages, ne trahit pas une faillite de ces émissions à rendre sensible l'architecture elle-même. Contrairement aux tentatives de Rayner Banham, les émissions de notre corpus chercheraient, par le détour du personnage et de son histoire, à palier une apparente froideur de l'architecture.

Exception notable à ce système, le segment *Changer* de *La Maison France 5*, reste au contraire dans une grande sobriété. Loin de vouloir faire pleurer les chaumières, le rapport entre les présentatrices – professionnelles de l'architecture - et l'habitant sont d'ordre presque commercial (l'habitant énonce sa commande) ou parfois pédagogique : dans une position de sachantes, les architectes lui expliquent en quoi certains des dispositifs spatiaux qu'il a mis en œuvre ne correspondent pas à son intérieur. En règle général, *Changer* conserve toujours une distance par rapport à l'histoire personnelle des personnes qui la contactent. D'ailleurs, les critères de sélection de projet l'illustrent parfaitement : alors que pour les autres émissions, les « cobayes » sont

recrutés sur critères sociaux, *Changer* recrute les candidats en fonction de la problématique soulevée par l'aménagement. Leur classement sur le site internet de l'émission²⁸ le traduit : *Intervertir une chambre et un salon, Créer une séparation entre le séjour et la chambre, créer un bureau dans le séjour et libérer une chambre d'enfants...* Dans une démarche inductive, presque encyclopédique, *Changer* n'insiste pas non plus sur la phase de chantier qui est ici résumée par quelques photos. La surprise de la découverte du projet réalisé est également annulée par la présentation en amont de montages photoréalistes (perspectives 3D) : les plans larges et de détails de l'aménagement réalisé, d'une longueur raisonnable, permettent ainsi de se concentrer sur les qualités plastiques, les effets de lumière, les vues aménagées.

III – Monsieur Loyal, un personnage clé du dispositif

Cette stratégie rhétorique de déplacement de focalisation de l'architecture au personnage dans une grande partie des émissions de notre corpus s'appuie, nous l'avons évoqué, sur la présence d'une figure clé : le présentateur.²⁹

a) La mise en scène d'un présentateur

Parfois plus connus que le nom même de l'émission qu'ils animent, ces présentateurs incarnent le programme. Si c'est évident dans le titre de l'émission *Tous ensemble avec Marc-Emmanuel*, le nom même de *D&Co, une semaine pour tout changer* repose sur un clin d'oeil au nom de la célèbre décoratrice. En effet, *D&CO* se veut l'acronyme de Damidot & Company. De même, Stéphane Bern incarne d'autant plus *La maison préférée des Français*, qu'il a franchisé le concept et présente dorénavant *Le village préféré des Français* et *Le jardin préféré des Français*.

28 <http://www.france5.fr/emissions/la-maison-france-5/changer>, consulté le 12/09/2013

29 Du côté de chez vous fait ici figure d'exception. La narration du projet est juste assurée par le propriétaire, sans intervention d'une personne extérieure. Le format très court (1 minute 10) peut l'expliquer.



L'arrivée des présentateurs: Paulo Calia, Aurélie Hémar et Mac Legsgy (*Ma maison est la plus originale*); Valérie Damidot (D&Co - une semaine pour tout changer); Marc-Emmanuel (*Tous Ensemble avec Marc-Emmanuel*).

Contrairement aux documentaires ou reportages spécialisés, dont les voix off brillent la plupart du temps par leur anonymat, la présentation de ces nouvelles émissions architecturales est hyperpersonnalisée.

Cette emphase sur l'identité du présentateur confère à son statut d'expert et de maître de la situation une certaine évidence et une autorité en la matière. Qui pourrait remettre en question l'expertise du personnage éponyme? Et pourtant, force est de constater que les parcours professionnels des animateurs des émissions de notre corpus sont souvent loin d'en faire des experts des questions architecturales. Ainsi, Mac Legsgy (de son vrai nom, Olivier Lesgourges) est ingénieur-agronome de formation et justifie sa présence au jury de *Ma maison est la plus originale* par... sa famille : seulement fils et petit-fils d'architectes, il s'empare « donc » du statut de juge de la grande messe architecturale de M6. Loueuse de motoneiges, de jet-ski, gérante d'un bar à salade, attachée de presse et consacrée par son rôle de « nounou » dans l'émission de télé-réalité *Loft Story 2*, rien dans le parcours de Valérie Damidot ne laissait présager son ascension au rôle de papesse de la décoration de la chaîne privée. De même, le parcours de Marc-Emmanuel est plus un gage de son rôle de « coach » que de ses connaissances dans le bâtiment : avant de devenir présentateur, ce dernier était avant tout chauffeur de salle sur les plateaux de télévision. Majoritairement autodidactes, ils sont souvent secondés dans leur tâche par des experts, le plus souvent des décorateurs (Aurélie Hémar, de *Ma maison est la plus originale*, est ainsi diplômée de l'enseignement supérieur des arts appliqués où « elle a étudié l'architecture (...) » ou des architectes d'intérieur.

Quelques véritables architectes participent aux projets, mais ne sont en général que mentionnés dans le générique ou interviennent hors champ, comme dans le cas de Thierry Monsimier qui signe tous les projets de *D&Co une semaine pour tout changer* mais ne s'exprime pas une



Les architectes de Changer dans La Maison France 5 : expertes et pédagogues.

(Extraits de HL Productions (producteur) et Pierre QUATREFAGES (réalisateur), La Maison France 5, émission du 18/07/2012.)

seule fois dans les émissions de notre corpus. *Changer* dans *La Maison France 5* fait la encore figure d'exception puisque les deux architectes qui interviennent dans ce segment sont toutes deux diplômées (DPLG) de l'école de Versailles. Cependant, on ne peut que très difficilement leur conférer le titre d'animatrices, dans la mesure où elles ne brisent jamais le quatrième mur, ne s'adressent jamais aux spectateurs et n'articulent pas les différents segments de l'émission.

Le rôle de Monsieur Loyal est ainsi un rôle dévolu au présentateur. Omniprésent, il établit un lien spatial entre les différents ateliers du chantier, un lien temporel en lançant et en arrêtant les différentes phases de chantier et de l'émission, et crée un rapport de connivence avec le spectateur en s'adressant directement à lui par des *a parte* (ou par des voix off comme Valérie Damidot). Il est également le maître de la parole, choisissant quand et sur quels thèmes les différents personnages de l'émission doivent s'exprimer.

b) Une figure d'expert et de pédagogue ?

Autodidacte, le présentateur assume pourtant une position d'expert et de pédagogue. Expert, il est mis en scène par l'émission comme le gardien d'un savoir architectural. Dans les émissions de suivi de projet, il est compétent pour le diagnostic, s'offusque des malfaçons du bâtiment, voire panique, montrant que lui seul a conscience des travaux nécessaires. En véritable maître d'oeuvre, il préside les réunions de chantier et maîtrise la lecture (et parfois le dessin) des outils de la représentation architecturale. Il est également le maître des temps du futur (futur simple, futur proche et conditionnel) qui sont les temps par excellence du projet : les architectes de *La maison France 5* précisent ainsi lors de la visite que des meubles « vont disparaître », que l'on « trouverait des rangements » dans un projet de cloison d'une mezzanine.



Stéphane Bern, à l'écart de la foule, attendant les grands gagnants de La Maison Préférée des Français 2012

Conférer le statut d'expert au présentateur permet, malgré son statut d'autodidacte, d'inspirer une confiance et une certaine révérence, tant de la part du spectateur que des autres personnages présents dans l'émission. En effet, les personnages obéissent à ses ordres, s'arrêtent de parler quand il entre dans une pièce. Marc-Emmanuel occupe ainsi dans l'espace, systématiquement et de manière théâtrale, une position maîtresse. Premier de cordée lors des chaînes de déchargement des camions de livraison, debout alors que l'architecte d'intérieur dessine assise, debout encore devant la table du repas... Il affiche sa singularité dans tous les plans et fait en sorte qu'on le distingue bien comme le responsable de l'émission, du projet architectural et de sauvetage de la famille. Stéphane Bern, dans les scènes de groupe, établit également une zone tampon entre lui et le reste de la foule. L'opportunité de pouvoir le rejoindre au centre du cercle pour les gagnants de *La maison préférée des français* est ainsi déjà un signe de reconnaissance par l'expert. Dans *La maison France 5*, la distinction entre l'expert et l'habitant s'effectue également dans les lieux de tournage : le temps de la présentation du projet, apanage de la figure de l'architecte sur France 5, n'a ainsi pas lieu au domicile du client mais à l'agence des deux architectes. L'habitant y est alors entouré des deux experts qui ont, qui plus est, la maîtrise de l'outil informatique.

Son statut d'expert confère au présentateur un regard et une parole sensés être *a priori* cultivés sur sa discipline. Le statut d'expert et la confiance accordés au présentateur créent une situation d'énonciation faussée : le spectateur n'a pas de raison de ne pas croire et prendre pour argent comptant la vision véhiculée par le présentateur, et pourtant ce dernier n'est justement pas un expert de la question. Ainsi, alors que Mac Lesgy, Paulo Calia et Aurélie Hémar énoncent comme des critères « objectifs » de jugement des architectures présentées dans *Ma maison est la plus originale* : originalité, fonctionnalité et durabilité (entendue de manière économique comme permettant des économies en terme de

consommation d'énergie), que doit en penser le spectateur ? L'analyse du texte de la voix off de Kevin McCloud (designer de formation) dans un extrait d'un épisode de *Grand Designs*³⁰ met bien en avant l'emploi important de présent de vérité générale, de termes génériques... qui donnent une définition, nous le verrons, orientée de l'architecture sous l'apparence d'une fausse objectivité : « *Bien sûr que [leur maison] n'est pas de la magnifique architecture. Elle est de facture modeste.* », « *quel dommage que les urbanistes aient eu leur mot à dire dans le dessin !* », « *la lumière et l'espace sont les ressources principales de l'architecte* »....

c) Un personnage de comédie ?

Si le présentateur est institué comme figure d'autorité en terme d'architecture, il n'hésite pas à sacrifier parfois le sérieux de circonstance pour devenir un personnage d'*entertainment*, dont l'humour est une nouvelle stratégie qui permet d'inspirer et d'investir émotionnellement le spectateur. Suivant la logique classique du « Placere et Docere », plaire et instruire, le présentateur est ainsi un personnage de comédie .

Démontrant qu'il peut être un personnage simple auquel peut s'identifier le spectateur, il fait des blagues (« Moi, sportive ? Je suis petite, grosse et gourmande ! Je peux pas tout faire» clame Mme Damidot), ou se fait porte-parole de bons sentiments comme Marc-Emmanuel. Exploitant tous les registres de la comédie, qu'il soit langagier, de situation ou burlesque, les présentateurs n'hésitent pas à s'adresser quelques piques. Pascale, l'assistante décoratrice de Valérie Damidot, est ainsi stigmatisée comme la « flemarde » du groupe, provoquant même de son plein gré les moqueries en abandonnant les tâches les plus longues au bout de quelques secondes. De même, Stéphane Bern ou Mac Lesgy n'hésitent pas à se mettre en scène en testant des gadgets : le contraste entre le sérieux affiché par le maintien de ces présentateurs et le saugrenu

des positions auxquelles ils se soumettent permet en partie de désacraliser la figure de l'expert. Sa désacralisation va de pair avec une certaine démocratisation de cette même figure. En effet, de même que le présentateur autodidacte peut se revendiquer décorateur, le spectateur peut également y prétendre, d'autant que l'émission les montre sous un jour moins intimidant.

Ainsi, alors que ces nouvelles émissions architecturales donnent l'illusion d'un paysage audiovisuel fragmenté, par la spécialisation des programmes pour telle ou telle catégorie socio-professionnelle, ou par la manière qu'ils ont d'aborder ces problématiques, l'analyse de notre corpus a mis à jour une stratégie rhétorique commune. Les productions déplacent les questions architecturales au second plan, et les inféodent à la narration des parcours de vie des personnages qui participent au projet (habitants, artisans, présentateurs...). Cette narration, qui fragmente l'espace architectural et en associe les éléments à des personnages, et dont le souci de correspondance avec le temps de l'action et l'emphase sur le pathos des situations, contribue à faire de ces programmes des pièces de théâtre où l'architecture joue le double rôle de décor et de *deus ex machina*, permettant de régler les crises des différents personnages. Cette relégation de l'architecture d'une discipline *en soi* à un moyen est soulignée par le message véhiculé par la figure du présentateur, amateur et expert à la fois. A l'image de Valérie Damidot, tout le monde peut s'emparer de l'architecture et faire en sorte que, comme le souligne le slogan de *Du côté de chez vous*, « vos envies prennent vie ».

Quels sont les tenants et aboutissants de cette nouvelle manière de présenter l'architecture ? Nous verrons dans le second chapitre à quelles représentations, nouvelles pratiques et figures architecturales renvoient de manière plus ou moins implicite les émissions de notre corpus.

³⁰ Episode 12 de la saison 9, « The Loch House (revisited) » de *Grand Designs*

Chapitre II

Les nouveaux modèles de l'architecture ou quels partis pris sont véhiculés par les émissions de notre corpus

Si nous avons réussi à démontrer la présence de stratégies communes de représentation de l'architecture à la télévision, il convient de se demander si la question de la représentation est l'unique enjeu de ces programmes. La permanence d'une manière commune de mettre en scène l'architecture, d'une rhétorique audiovisuelle spécifique que nous avons explicitée dans la première partie, invite à s'interroger sur la correspondance des objets architecturaux véhiculés par chacune des émissions de notre corpus. Si nos émissions illustrent l'architecture, peu ou prou, de la même manière, présentent-elles néanmoins des objets différents ? Dans le cas contraire, pourrait-on déceler dans cette sélection homogène de bâtiments des qualités et particularités (formelles, d'usage, constructives, d'intégration urbaine, de jeux d'acteurs etc.) constitutives d'un modèle architectural dominant que diffuseraient les émissions de notre corpus ?

Nous verrons dans un premier temps comment ces émissions qui se présentent parfois comme des « caisses de résonance » pseudo-objectives des pratiques architecturales contemporaines, définissent en réalité des partis pris et de nouvelles normes pour juger d'une « bonne architecture ». (I)

Nous analyserons dans un second temps les caractéristiques de ces modèles architecturaux, à travers l'analyse des bâtiments qui nous sont donnés à voir dans les émissions de notre corpus. (II)

Nous tâcherons enfin de voir en quoi ces modèles architecturaux induisent des modèles de fabrication du bâti spécifiques qui remettent en cause les rapports traditionnels entre maîtrise d'œuvre et maîtrise d'ouvrage. (III)

I – Des caisses de résonance ou initiatrices de modèles?



Construction de logement en masse: le quartier de Muziekwijk, Almere, Pays-Bas

(Source: collection personnelle)

a) Une réponse populiste face aux « démons » du modernisme

Caisses de résonance, ces émissions le sont toutes sur un point clé : la critique d'une certaine forme de production du logement, parfois fantasmée, héritée du modernisme.

« Les gens se concentrent plus sur leur maison, ils ont compris que leur habitation pouvait leur ressembler, être différente des autres..Et qu'ils pouvaient mettre la main à la pâte (le "home déco"). La télé a suivi ce phénomène. Et puis il y a eu l'effet Valérie Damidot sur M6 : l'univers de la déco a alors rejoint celui du divertissement. » confiait la présentatrice Cendrine Dominguez³¹, présentatrice de Teva Déco au site web *L'internaute.com*. Cette analyse est signifiante à plus d'un titre : outre l'affirmation du rôle de la télévision comme « suiveuse » et non initiatrice de « ce phénomène », outre l'affirmation du lien étroit qu'entretiennent ces émissions avec l'*entertainment*³², Cendrine Dominguez fait du souhait de différenciation et d'individualisation des spectateurs-habitants l'une des raisons du succès des émissions de notre corpus. Ce constat s'oppose implicitement à un état antérieur suggéré, où domineraient une ressemblance des logements, une « déshumanisation » de l'habitation.

A la suite de Cendrine Dominguez, Valérie Damidot et Kevin McCloud, présentateurs respectifs de *D&Co* et *Grand Designs* au

31 Site de *L'internaute.com*, <http://www.linternaute.com/television/dossier/07/tv-deco/9.shtml> , page consultée le 25/10/13

32 Voir chapitre I – II et III

Royaume-Uni, font de cette réaction aux « dérives » architecturales passées un élément fondateur de leur émission. Ce dernier écrit à ce titre sur le site de l'agence HAB³³ qu'il a créée suite au succès phénoménal de l'émission :

« Pourquoi prend-on la peine de faire cela ?

Parce que la majorité de la production du logement moderne n'est tout simplement pas assez satisfaisante. Parce que l'on s'est énervé de voir à quel point les gros constructeurs ne tenaient aucun compte de nos villes et de nos campagnes : ils effacent les traces du passés, ignorent les communautés établies et vomissent des Noddy houses³⁴ identikit au plus faible coût possible.³⁵ »

Cette analyse généralise néanmoins une certaine réalité historique : celle d'une période de massification de la production du logement (public et privé) en Europe. Comme nous l'avons démontré dans un précédent mémoire³⁶, ce phénomène de massification du logement individuel privé (lié à des logiques de financiarisation du secteur de la construction : préfabrication, économie d'échelle et limitation des prises de risque financier) a effectivement pu être mal vécu par certains habitants³⁷ de la ville que nous étudions alors, Almere, aux Pays-Bas, poussant dès la fin des années 80 les promoteurs à procéder à une différenciation architecturale systématique des quartiers les uns des autres, puis des

33 *Happiness Architecture Beauty*, à savoir Bonheur, Architecture, Beauté

34 Les Noddy Houses, terme anglais difficilement traduisible fait référence aux petites maisons en bande construites à faible coût dans les années 90, pastiches des maisons victoriennes, et suscitant au Royaume-Uni une contestation de plus en plus importante.

35 « Why do we bother? / Because most modern housing just isn't good enough. Because we got angry about the way volume housebuilders were riding roughshod over great tracts of our towns and countryside: erasing traces of the past; ignoring established communities and chucking up identikit Noddy houses at the lowest possible cost. » extrait du site <http://www.habhousing.co.uk/>, consulté le 02/11/13

36 Hugo Crespy, *La notion d'identité urbaine dans la construction de la ville d'Almere*, sous la direction de G. Prévélakis, Paris I, 2012

37 Notre étude mettait néanmoins en avant une différence entre nouveaux habitants plus sensibles à la mauvaise image véhiculée par cette homogénéisation du paysage urbain, et habitants – pionniers, ayant suivi la construction de leur maison et étant ainsi très attachés à leur foyer.

îlots, des rues et enfin des maisons elles-mêmes³⁸. Parmi les critiques soulevées revenait de manière continue la question de l'anonymat, du caractère impersonnel et reproductible à l'infini des logements. Il est d'ailleurs important de souligner, comme nous le verrons dans la troisième partie, qu'Almere est pour Kevin McCloud une référence importante dans son travail.

En France également, la « polémique Télérama » illustre bien le sentiment de gêne éprouvé par certaines personnes face à une certaine homogénéisation du paysage, décriée par David Mangin, par exemple³⁹. Dans leur article publié en février 2010, Xavier de Jarcy et Vincent Rémy dénonçaient :

« Conçue par un promoteur-constructeur, la maison est un « produit », à commander sur catalogue. Où que l'on aille, le marché ne sait fournir que des lotissements avec des rues « en raquette », des parcelles de même taille, des maisons posées sur leur sous-sol de béton ; tant pis pour le raccord visuel avec la ville ancienne. Les plantes des jardins sont achetées en promotion à la jardinerie du coin ; tant pis pour la flore locale et le paysage. »⁴⁰

Si cette critique sourde existe et pourrait être un facteur d'explication du succès des émissions à thématiques architecturales et de décoration qui visent à personnaliser, humaniser ces « produits », il convient de la nuancer, à la suite de l'ouvrage d'Eric Chauvier⁴¹, écrit en réaction à l'article de Télérama, et reconnaître un certain attachement d'une partie de la population à ces formes particulières du tissu pavillonnaire⁴².

38 Voir chapitre III – II - c)

39 David Mangin, *La ville franchisée : formes et structures de la ville contemporaine*, Paris, Les éditions de la Villette, 2004

40 Xavier de Jarcy et Vincent Rémy, « Comment la France est devenue moche » in *Télérama*, article du 13/02/10, consulté sur <http://www.telerama.fr/monde/comment-la-france-est-devenue-moche.52457.php> le 02/11/13

41 Eric Chauvier, *Contre Télérama*, Paris, Allia, 2011

42 Voir à ce titre le mémoire de Hugo Crespy, Coralie Hyafil, Frédéric Larose et Elise Sampoux, *Lieux et Hauts Lieux des densités intermédiaires*, sous la direction de



Photographies accompagnant l'article de Télérama, "Comment la France est devenue moche".

(De JARCY Xavuer et REMY Vincent, « Comment la France est devenue moche » in Télérama, article du 13/02/10)

L'intention de ces émissions pourrait être interprétée dans un premier temps comme une réaction populaire à la constitution des « non-lieux » dont parlait Marc Augé. Cette notion, subjective pour Augé, qui définit un espace interchangeable où l'être humain reste anonyme, a été associée aux figures de l'urbanisme moderne : l'hypermarché, la rocade, l'aéroport, le parc à thèmes, la station service, le pavillon... En associant intrinsèquement le projet architectural à une aventure humaine⁴³, les programmes de notre corpus se font ainsi l'écho d'une volonté de plus en plus partagée de réintroduire l'humain dans nos villes.

Mais toutes les émissions de notre corpus ne reprennent pourtant pas à leur compte cette critique de la production architecturale et urbaine récente. *Tous ensemble* avec *Marc-Emmanuel*, insistant peut-être plus que les autres programmes de notre corpus sur la dimension humaine et sociale, relègue la « crise » identitaire et esthétique des habitants⁴⁴ au second plan et privilégie les « crises » sanitaires et économiques. *Ma maison est la plus originale* figure de l'autre côté du spectre : les habitants se battent pour démontrer que leur maison est « originale », critère essentiel pour gagner ce concours. Tout est fait pour se démarquer de la moyenne, en personnalisant à outrance parfois les bâtiments⁴⁵ : avoir sa maison « personnalisée » devient un nouveau moyen de se démarquer socialement. Pour la classe moyenne et moyenne supérieure, qui a déjà atteint le stade de la « France propriétaire » de Valéry Giscard d'Estaing, la personnalisation du logement deviendrait un nouvel avatar de la réussite sociale.

Xavier Desjardins et Antoine Fleury, Paris I, 2013

43 Voir chapitre I - II

44 Voir Chapitre I – I - c)

45 Kevin McCloud expliquait d'ailleurs au Daily Mail : « Cela m'amuse que ces maisons se vendent [rires] Je me dis « qui veut de cette maison? Qui voudrait de ce morceau bizarre au bout, et qu'est-ce-que c'est que cette tour? » [It bemuses me that these homes sell,' he giggles. 'I think, "Who wants that house? Who would want that weird lump at the end, and what's that tower about?"], in

<http://www.dailymail.co.uk/property/article-1164963/he-hates-telly-house-tip-so-girls-designs-kevin.html>, consulté le 02/11/13

Ces programmes reprennent ainsi à leur compte, plus ou moins implicitement, le fantasme d'un mécontentement général contre une architecture « anonyme ». L'attention portée par les émissions de notre corpus sur l'habitat individuel semblerait donc correspondre à une attente du public.



La chambre "New York" de Wendy: énoncé de la demande (haut), et résultat après le passage de l'équipe de Valérie Damidot (bas).

b) Une instrumentalisation de la culture architecturale de masse

Les programmes de notre corpus suivraient ainsi les dynamiques populaires, et n'en seraient pas les initiatrices. La critique d'une homogénéisation du cadre bâti ne justifie pourtant en rien la célébration inverse d'un habitat individuel sur-personnalisé.

Si nous avons démontré que les programmes de notre corpus se plaçaient en effet sous le signe des experts⁴⁶ et assimilaient leur méthode de travail (en tant que jury ou chef de chantier) à une science objective (et ce malgré l'absence de connaissance des présentateurs autodidactes), les choix et les critères retenus trahissent bon nombre d'*a priori* non justifiés. Ainsi, lorsque Valérie Damidot demande à Wendy comment elle veut sa chambre et se positionne comme l'interprète des goûts de la jeune fille, lorsqu'elle annonce ses solutions comme des évidences, comme le soulignent la récurrence du coordinateur « donc » et l'utilisation d'un présent de vérité générale, on remarque rapidement des syllogismes et des raccourcis trahissant la volonté d'imposer tel ou tel dispositif de décoration.

Valérie Damidot : -T'as envie d'une vraie chambre ? (...) Donc tu aimes New York ? Donc tu aimes le noir, le gris, le rouge, un peu de bleu ? Hum.... une chambre de fille quoi, pas trop fifille, mais clean, quoi.

Wendy : - Ouais.

⁴⁶ Voir chapitre I - III

VD : - OK.

Le syllogisme est clair: Wendy aime New York, New York serait noir, gris, rouge et un peu bleu ; Wendy aime « donc » le noir, le gris, le rouge et le bleu. La production de M6 les renouvelle d'ailleurs fréquemment : un jeune adolescent aime Gollum, il aura donc droit à une fresque murale à l'effigie de son héros ; à l'inverse, deux enfants proposent des couleurs et c'est Valérie Damidot qui leur dira ce qu'ils aiment :

Valérie Damidot : Qu'est ce qui vous ferait plaisir, les garçons ?

Comme déco ? Me dites pas l'équipe de Marseille, hein...

Les deux enfants (en chœur) : - Bleu et vert!

VD (après un silence) : - Bleu et vert ?

Le petit : - Toute la chambre

VD : - Toute la chambre en bleu et vert ? L'équipe de la forêt, quoi. »

Dans le cadre du concours *Ma maison est la plus originale*, les trois critères de sélection que sont l'originalité, la fonctionnalité et la durabilité sont présentés comme les trois conditions *sine qua non* pour juger de l'architecture. A aucun moment pourtant ne sont expliqués les partis pris évidents de la production : pourquoi n'est jamais justifiée l'absence d'autres critères tout aussi pertinents de jugement (quid de critères économiques ? Programmatiques ? Constructifs?) ? Pourquoi cette étrange réinterprétation de la trilogie vitruvienne⁴⁷ ne précise-t-elle que le critère d' « originalité » dans son titre, le faisant primer de fait sur les deux autres et encourageant ainsi subtilement un jugement exclusivement esthétique de la part du public ? De plus si la volonté de juger de la « durabilité » d'un bâtiment intervient souvent dans les intentions des membres du jury, pourquoi les qualités thermiques, acoustiques, énergétiques, ou même les questions de recyclage et d'empreinte carbone ne sont mentionnées que pour deux maisons clairement estampillées

⁴⁷ Où Firmatas (solidité) deviendrait durabilité (au sens « économie de charges »), Utilitas (commodité) deviendrait fonctionnalité et Venustas (beauté), originalité

comme durables⁴⁸ et ne paraissent pas nécessaires lors de l'évaluation des autres?

Ces programmes jouent donc sur l'ambiguïté de leur genre hybride : derrière une objectivité pseudo-scientifique mise en scène, on peut deviner des prises de position subjectives de la part des productions, qu'il conviendra de préciser. Présentées comme des évidences, ces dernières sont perçues comme telles par un public confiant et crédule, qui estime avoir passé avec la chaîne un pacte de lecture et de confiance⁴⁹, et ne dispose pas d'un recul critique suffisant. Cette ambiguïté du discours, liée également au statut du présentateur, entre expert et personnage de comédie⁵⁰, fait de ces émissions des outils de persuasion majeurs et de puissants vecteurs de diffusion de représentation et de modèles architecturaux.

II – Une vision de la société, de l'architecture et de l'urbanisme

Quelles sont les caractéristiques des modèles architecturaux véhiculés par ces émissions ? Dans l'optique d'évaluer l'influence de ces émissions sur une culture architecturale populaire, l'identification des modèles formels, d'usages et de production du bâti développés dans les émissions de notre corpus nous semblent nécessaires.

a) « *J'habite donc je suis* »

A l'exception des documentaires qui s'intéressent encore à la *res publica*, au bâtiment et à la commande publics⁵¹, les émissions de notre corpus ont jeté leur dévolu sur l'habitat individuel.

⁴⁸ Dont le « Lodge écolo », voir http://www.m6.fr/emission-ma_maison_est_la_plus_originale/videos/11278576-le_lodge_ecolo_selectionne_pour_la_finale.html, page consultée le 5/12/13

⁴⁹ Voir chapitre I – I – b)

⁵⁰ Voir chapitre I – III

⁵¹ Voir à ce titre la série *Architectures*, opus cité



Les chambres de princesse d'Ella, Farah et Lina.

(Extraits des émissions *D&Co - une semaine pour tout changer* respectivement des 06/11/2011, 24/12/2012 et 18/03/2012)

Dans un contexte fluctuant, le regard porté sur ce dernier, en réaction à l'anonymat fantasmé du logement collectif et face à la désagrégation apparente de certains réseaux sociaux traditionnels, lie étroitement le domicile, l'*immobilier*, le pérenne et l'identité. François Ascher propose⁵² une grille d'analyse explicative de ce phénomène. Développant le concept de société «hypertexte», en référence aux liens URLs des pages internet, il esquisse les contours d'une société composée d'individus autonomes appartenant non pas à un groupe ou deux, mais à des dizaines, en fonction de leurs centres d'intérêt, de leurs passe-temps ou de leur parcours universitaire. C'est la fin des échelles familiales ou villageoises, caractéristiques des débuts de la modernité. Autre spécificité de cette nouvelle société, la célébration de sa dimension éphémère : les intérêts évoluant, les appartenances à tel ou tel groupe sont en perpétuel renouvellement, facilité par le développement des nouveaux moyens de télécommunication. Face à cette hégémonie du virtuel, d'un besoin paradoxal de lieux de rencontres et d'échanges. Néanmoins, dans ce contexte mouvant qui compte, comme le souligne le géographe, parmi ses maîtres mots incertitude, adaptabilité, stratégie, dynamisme, Asher souligne le besoin croissant, et paradoxal, de repères stables, de lieux d'échanges physiques, de lieux de cristallisation de l'identité⁵³. L'investissement dans l'*immobilier* dépasse ainsi le traditionnel « investissement dans la pierre » purement financier, et redevient un lieu d'investissement personnel et d'ancre de l'individu.

Cette association du domicile et de l'identité est loin d'être nouvelle, car pour Homère, déjà, quatre critères étaient constitutifs de cette dernière: le nom, le domicile, la filiation et les faits d'armes (« Qui est-tu ? D'où viens-tu ? Quels sont tes parents et ta ville ? » demandait ainsi Circé à Ulysse⁵⁴) ; mais nos programmes réinventent cette relation en proposant

⁵² Dans François Ascher, *Les nouveaux principes de l'urbanisme suivi de Lexique de la ville plurielle*, éditions L'aube, Paris, 2010

⁵³ On peut à ce titre expliquer de la sorte le succès des Flagships Stores type Apple store, qui sont plus des lieux de rencontre de la communauté des aficionados de la marque que lieu de vente réel.

⁵⁴ Homère, *L'Odyssée*, v.320, chant X, traduction de Philippe Jaccottet, éditions La

au spectateur des solutions architecturales spécifiques, liées aux concepts d'identité marketing et de thématisation. Ainsi un jeune adolescent aimant l'Angleterre se retrouve avec une fausse cabine téléphonique rouge, des taies d'oreiller arborant fièrement l'Union Jack après que sa chambre ait été refaite par D&Co ; les living rooms alternent quant à eux un thème dit « moderne » (blanc, noir, mobilier bas, minimal) et le thème « brocante » (boiseries, mobilier lourd en bois massif). Les solutions de décoration exploitent donc tout un foisonnement d'images regroupées en thèmes, tels des champs lexicaux : dans la majorité des cas, cela peut aller de bibelots, à des meubles, des jeux sur des couleurs dominantes ou des fresques murales (unie ou représentant un motif particulier). Parfois les émissions mettent en scène des espaces thématiqués spécifiquement conçus pour correspondre à un thème : une niche pour aller dans le thème « cocooning », une yourte au centre du salon pour aller dans le thème « voyage »⁵⁵. Il convient de noter que l'on retrouve ce recours à la thématisation de la décoration et des dispositifs architecturaux majoritairement dans trois émissions de notre corpus: *Tous ensemble avec Marc-Emmanuel, D&CO – une semaine pour tout changer* ainsi que *Ma Maison est la plus originale*.

La diffusion de ce modèle d'aménagement intérieur fondé sur la thématisation pourrait trouver son explication dans l'importance croissante des images dans notre société contemporaine, mise en avant par de nombreux auteurs. Si nous reprenons la définition du sémanticien américain Paul Wendt, les images sont « *des représentations abstractives de la réalité* », dont le rôle a, comme le montre Régis Debray⁵⁶, considérablement évolué au fur et à mesure de l'évolution des techniques. Selon ce dernier, après une phase dite de logosphère, où la modalité d'existence de l'image était l'idole, voyante, vivante, avec pour mission de

découverte, Paris, 2004

55 Voir à ce titre « la maison nomade », extrait de *Ma Maison est la plus originale*, http://www.m6.fr/emission-ma_maison_est_la_plus_originale/videos/11277536-la_maison_nomade.html, page consulté le 5/12/13

56 Régis DEBRAY, *Vie et mort de l'image*, Gallimard, Paris, 1992

capturer le surnaturel, l'humanité est entrée avec l'invention de l'imprimerie dans la graphosphère, où la modalité d'existence de l'image est artistique : elle devient physique plutôt que vivante, renvoie au réel, à sa matérialité, ainsi qu'à des considérations esthétiques et non plus religieuses. Avec l'invention de la télévision en couleur, l'image devient virtuelle : elle n'est plus que perception, elle est captée, multiple, devient une célébration du nouveau constamment réactualisée, qui par la rupture de son lien avec l'éternité de l'icône, ou avec l'immortalité de l'art ne renvoie plus qu'à l'actualité.

Cette contamination du quotidien, et tout particulièrement du paysage architectural et urbain, par les images, a été tout particulièrement étudié dès les années 1960/1970 par bon nombre de sémiologues (nous citerons ici tout particulièrement Roland Barthes ou Umberto Eco), mais également d'architectes : l'ouvrage de Robert Venturi et Denise Scott-Brown, *Learning From Las Vegas*⁵⁷ analyse justement les rapports entre la forme du bâtiment, leurs usages, et les représentations qu'ils engendrent. Deux modes de rapport de l'architecture à l'image sont alors mis en avant : le hangar décoré, où l'architecture se résume à une boîte et où toute la portée signifiante est déportée sur des pancartes au bord de l'autoroute, et le *duck*, où l'architecture devient une image des divers usages du bâtiment. Ces deux typologies analysées par Venturi et Scott-Brown témoignent d'une transformation du réel en spectacle qui serait une réaction, selon ces auteurs, aux excès d'un modernisme ayant sacrifié les spécificités de l'environnement et des usages à un fonctionnalisme tout puissant. Une autre hypothèse, qui n'est pas incompatible avec celle de Venturi et Scott-Brown, est développée par Marc Augé et Françoise Choay : l'entrée dans une ère du tourisme de masse a assigné à notre cadre bâti la nécessité d'être photogéniques. Pour Marc Augé⁵⁸, le

57 Robert Venturi, Denise Scott Brown, Steven Izenour, *Learning From Las Vegas, The Forgotten Symbolism of Architectural Form*, The MIT Press, 1972

58 Marc Augé, *L'impossible voyage, le tourisme et ses images*, Collection Petite bibliothèque, Payot Rivages, Paris, 1997, collection d'articles publiés entre 1992 et 1996



Les chambres Spiderman et Cars de Hervé et Clément (haut) et de Jean-Sébastien (bas).

(Extraits des émissions *D&Co - une semaine pour tout changer* respectivement des 21/03/2012 et du 02/01/2014)

tourisme devient une « visite au futur antérieur qui trouve son sens plus tard, lorsqu'on montre aux parents, aux amis, les photos que le petit a fait de son père en train de filmer, puis le film du père pour vérifier. ». La prise de vue « assigne pour fin dernière à l'espace et à l'histoire qui s'y déroule le spectacle dont ils auront fourni la matière première : elle leur impose un changement de nature, de lieu et de temporalité. »

Les programmes de notre corpus abondent dans le même sens : notre intérieur doit être photogénique. Plus encore, la thématisation et le recours aux images font de la photogénie la matrice de l'aménagement de l'espace intérieur. Cependant, force est de constater que le choix de ces thèmes et de leurs images associées correspondent à des logiques différentes des questions d'affirmation d'une identité individuelle. En effet, les questions que posent Valérie Damidot ou Marc Emmanuel aux habitants le montrent : il ne s'agit pas tant de connaître véritablement les goûts de la personne que de les classer dans une catégorie marketing, associée à leur classe d'âge, socio-professionnelle, etc. Une fille de 6 ans aimera les princesses, son frère de 7 ans sera forcément fan de a) Spiderman et Cars, b) foot. Les parents voudront du « cocooning » orientalisant, souhaiteront du « voyage » « pour échapper au quotidien ».... Cette thématisation n'est pas ainsi intrinsèquement liée à notre identité mais à notre appartenance à des groupes aux habitudes d'achat préalablement étudiées. La quasi-totalité des objets de décoration offerts aux habitants faisant appel à Valérie Damidot ou Marc-Emmanuel sont ainsi des objets vendus en masse dans des grandes surfaces. La thématisation ne peut donc répondre à cette problématique d'affirmation de l'identité : elle déplace l'anonymat à une autre échelle, celle de l'appartenance à une catégorie marketing.

Une autre limite enfin à ce modèle d'aménagement intérieur : son caractère figé. L'habitant n'est effectivement pas à l'abri d'un changement d'allégeance marketing. Le jeune fan de Gollum ne le restera peut-être pas



La salle à manger et la suite parentale.

(Extraits des émissions *D&Co - une semaine pour tout changer* respectivement des 02/01/2014 et du 24/09/2013)

après sa puberté, et dormira pourtant longtemps sous le regard terrifiant du hobbit défiguré⁵⁹. Certes l'émission lui aura appris à repeindre un mur si le cœur lui en dit, mais il convient de rappeler cependant que les habitants sélectionnés pour les émissions de *D&Co* et *Tous ensemble avec Marc-Emmanuel* ont en général des revenus modestes et ne peuvent souvent s'offrir le luxe de repeindre périodiquement leur intérieur ; quant à changer le mobilier⁶⁰...

Les systèmes d'ornementation proposés répondent ainsi à cette quête de sens mise en lumière par Venturi et Scott-Brown : la surcharge en signes d'appartenance à telle ou telle communauté marketing doit permettre à l'habitant, par métonymie, d'assurer via son logement la pérennité de son identité.

b) La diffusion de deux modèles architecturaux prédominants

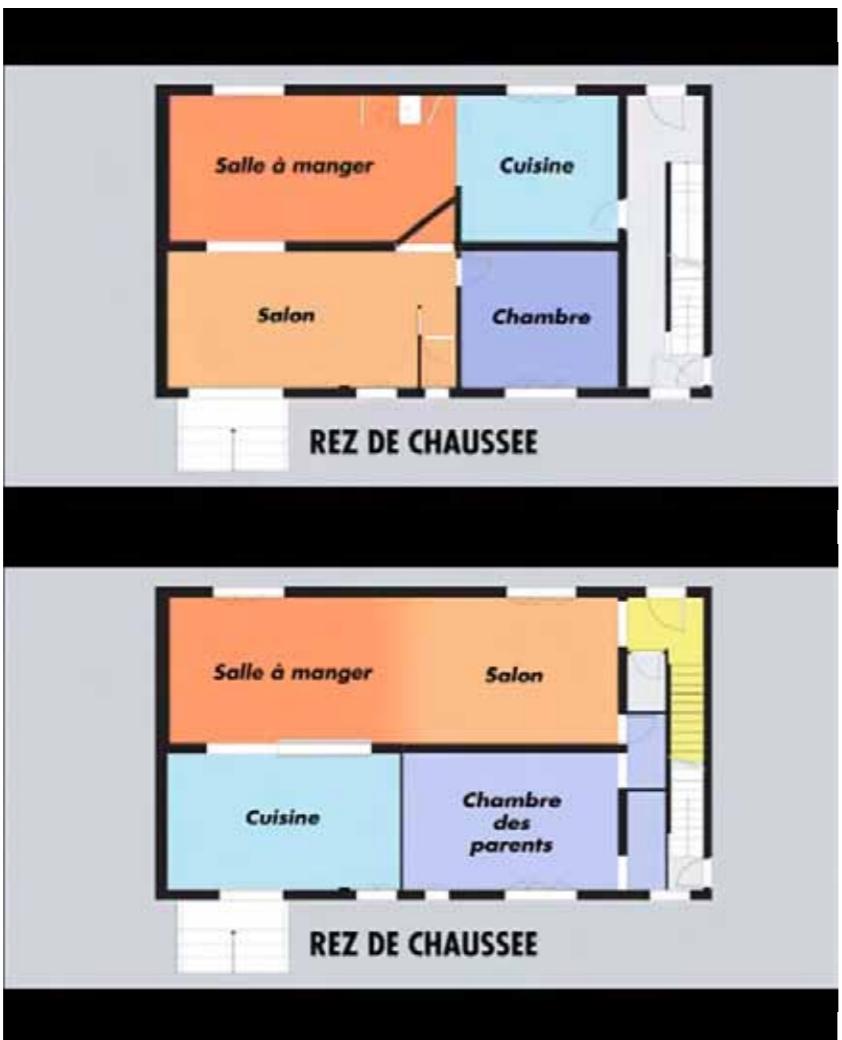
Les architectures décrites dans les émissions de notre corpus célèbrent ainsi apparemment l'individualité de leurs occupants par la mise en scène d'un vocabulaire visuel ostentatoire, et dépendant, nous l'avons vu, de leur appartenance à tel ou tel groupe « marketing ». Paradoxalement pourtant, dès que l'on quitte le spectre du visible (et du criard), on constate des constantes dans le traitement des espaces. Deux modèles architecturaux transparaissent implicitement dans les émissions qui composent notre corpus : « l'esprit loft », défendu par le segment *Changer de La Maison France 5*, ou bon nombre de maisons proposées dans *Du Côté de chez vous* et *Ma maison est la plus originale*, et celui plus bourgeois, cloisonné et foisonnant véhiculé par *D&Co* et *Tous ensemble avec Marc-Emmanuel*.

59 J.R.R. Tolkien, *The Lord of The Rings*, Harper Collins Publishers, Londres, 2001

60 Valérie Damidot a choisi à l'adolescent en question un lit en bois flotté, qui s'intègre parfaitement (un peu trop?) dans l'esprit d'Heroïc Fantasy qui l'anime alors...

Dans le cadre de ce dernier modèle, les épisodes des émissions étudiées dans le cadre de notre corpus permettent d'en énumérer certaines caractéristiques. Du point de vue de la distribution et de la circulation, tout d'abord, les projets présentent de nombreux points communs. La pièce de vie prend la forme d'un living-room, combinant salon ET salle à manger (tout en dissociant nettement les espaces pour ces deux usages), associée les trois-quarts du temps à une cuisine américaine, avec un îlot central, permettant de « recevoir des amis », comme le rappellent souvent les présentateurs. Ces derniers imposent de plus une répartition « adultes/enfants », où deux blocs de chambres s'articulent autour d'une salle de bains. Élément essentiel de la « suite parentale », autre figure obligée des projets, très américaine et figure de « la modernité », le dressing constitue souvent une pièce à part⁶¹, à l'articulation de la chambre des « maîtres » et de la salle de bains. Le fait de s'habiller dans le dressing est d'ailleurs l'un des très rares usages spécifiques pris en compte dans le projet. La programmation des autres pièces reste très basique : on dort et travaille dans les chambres et l'on reçoit ses amis ou « on se retrouve en famille » dans le living-room.

La circulation elle-même, très présente pourtant dans les projets, offre très rarement d'autres qualités d'usage que la simple desserte. Installés souvent dans des espaces résiduels, éclairés artificiellement, les longs corridors, dont n'ont pas peur les émissions, sont assez peu valorisés (absence de rangements, étroitesse fréquente). Au risque d'être cynique, une hypothèse à cette sous-exploitation des espaces de circulation ne pourrait-elle pas résider dans leur incapacité à accueillir une équipe de tournage. N'apparaissant jamais dans le champ, ces espaces non-photogéniques et non valorisables à la télévision ne présentent ainsi pas d'intérêt à être détaillés dans le projet. Dans l'épisode 40, les modifications apportées à la maison de Valère et Céline privent également



La nouvelle distribution du rez-de-chaussée de la maison de Valère et Céline dans D&Co- une semaine pour tout changer: avant (haut), après (bas)

(Extraits de ADLTV (producteur) et Nicolas SERVENT (réalisateur), « Valère et Céline », épisode n°40 diffusé le 02/04/2013)

⁶¹ Faute de place, il peut être remplacé par un meuble imposant, agrémenté parfois d'une « coiffeuse » afin de le distinguer comme un espace de vie, le démarquant du mobilier pur.

l'accès depuis l'intérieur aux espaces servants dans la maison, et en particulier la réserve de mazout, nécessaire au chauffage de cette maison et dont les vapeurs indisposaient la famille et l'équipe lors de leur visite initiale.



La nouvelle distribution du premier étage de la maison de Valère et Céline dans D&Co- une semaine pour tout changer: avant (haut), après (bas)

(Extraits de ADLTV (producteur) et Nicolas SERVENT (réalisateur), « Valère et Céline », épisode n°40 diffusé le 02/04/2013)

Le chantier d'une maison type de *D&Co* ou *Tous Ensemble* est un chantier où l'on apprend rapidement à poser des cloisons sur rail. En effet, de par le système de distribution adopté, les plans intérieurs, comparativement à ceux du second modèle, sont plutôt cloisonnés. Les matériaux, enfin, ne sont pas mis en valeur : le blanc et les couleurs thématisées font disparaître certains matériaux pourtant nobles. Ceux qui subsistent le sont souvent pour leur capacité à susciter une certaine nostalgie, renvoyant souvent à un passé fantasmé, à un âge d'or sublimé. Valérie Damidot nomme à ce titre ce procédé « d'esprit brocante »

Le second modèle architectural que véhicule majoritairement France 5 repose quant à lui sur les caractéristiques du loft. Contrairement au précédent modèle, la production a tendance à abattre des cloisons plutôt que d'en monter. Les projets jouent ainsi sur les vues d'un espace à l'autre qui permettent de créer une cohérence d'ensemble au logement, *a contrario* de l'univers de parc à thèmes juxtaposés. Cette redécouverte des volumes des logements se fait de pair avec un travail sur la lumière : il s'agit de recréer des chemins lumineux, de faire en sorte de profiter du plus possible de la lumière naturelle, etc. Karine et Gaëlle propose ainsi dans l'un de leur projet de réaménagement de salon de détruire les cloisons de plusieurs pièces en enfilade pour mettre en avant la succession de fenêtres.

Leurs interventions jouent sur le couple de notions « mobilier/immobilier » : les architectes travaillent sur des murs « habités », truffés de rangements divers et variés, sur des « blocs », véritables meubles multi-usages à partir desquels est réarticulée la distribution des



L'intervention de Karine et Gaëlle dans La Maison France 5: avant (haut), après (bas).

(Extraits de HL Productions (producteur) et Pierre QUATREFAGES (réalisateur),
La Maison France 5, émission du 12/07/2012)

pièces. Tout ceci renforce d'autant plus cet « esprit loft » : on vient meubler ponctuellement un plus grand volume. Le travail sur ce mobilier intégré, qui apporte une certaine légèreté dans la répartition des espaces, pousse également à une réflexion plus fine sur les usages spécifiques des habitants : les architectes posent des questions sur les repas de la famille et proposent ainsi un espace salle à manger distinct du salon mais ouvert sur la cuisine ; elles proposent un bureau d'appoint et une cave à vin après avoir analysé les besoins d'une autre famille...

Les projets de Karine et Gaëlle de *La Maison France 5* ont recours à une gamme de matériaux très peu étendue (métal, contreplaqué, verre), aux couleurs peu marquées (dominance du blanc) qui fondent les interventions dans le reste du logement et mettent en valeur les objets de décoration que possèdent déjà les habitants. Une différence d'échelle dans les chantiers inscrit enfin ce modèle dans un certain perfectionnisme et une temporalité différente du premier. Pour refaire une cuisine, le chantier durera « plusieurs semaines », mais assurera une finition supérieure aux travaux de *D&Co* ou *Tous Ensemble avec Marc-Emmanuel* qui réhabilitent en une semaine une maison entière.

Si l'on rapporte ces deux modèles aux conditions de leur diffusion on peut faire plusieurs remarques. Le modèle du « loft », tout d'abord, largement diffusé par *La Maison France 5* s'adresse ainsi à un public moins populaire que *D&Co* par exemple⁶². Son adoption, dont les techniques de réalisation ne sont pas diffusées (la phase chantier est résumée à quelques photos), apparaît moins facile d'accès, plus subtile. Le côté globalisant de *Tous Ensemble avec Marc-Emmanuel* ou de *D&Co* qui travaillent sur l'ensemble d'un logement et non sur une problématique, ou une pièce précise, facilite également l'identification de familles nombreuses. Le côté « sur mesure » des aménagements de *La Maison France 5*, le temps nécessaire pour les mettre en œuvre, font de ce

⁶² Voir Chapitre I – I -b)

modèle un type d'aménagement luxueux, d'autant plus qu'il s'oppose à l'efficacité, la facilité et la rapidité de mise en œuvre du sacro-saint module de la cloison sur rail. La concomitance - voire la concurrence, de ces deux modèles à la télévision qui incite à une comparaison aurait donc tendance à renforcer la spécialisation sociale de ces modèles architecturaux.

c) *L'architecture solipsiste, ou la méfiance de la ville*

En terme de formes et d'usage, nous l'avons vu, la majorité des émissions de notre corpus se répartissent en deux grands modèles architecturaux. Ces bâtiments brillent pourtant tous par leur déconnexion de leur contexte immédiat, ainsi que de leur territoire à grande échelle. Entités utopiques au sens étymologique du terme, ils font figure d'objets solipsistes⁶³ et traduisent ainsi une double dynamique : une méfiance envers la « ville » et le fantasme d'un retour à une nature idéalisée.

A l'exception là encore de *La Maison France 5*⁶⁴ et de *Tous ensemble avec Marc-Emmanuel*⁶⁵, où l'on quitte parfois la sphère du logement, toutes les autres émissions de notre corpus ont la particularité d'être tournées en huis-clos. Contrairement au format du reportage qui place la caméra *in situ*, qui peut changer de lieux, etc., la majorité des programmes utilise le logement comme un plateau clos, coupé du reste du monde. C'est particulièrement évident lors de la phase de découverte du projet : tous les rideaux sont tirés, aucune lumière naturelle n'est présente⁶⁶. Les plans sont ainsi centrés sur l'intériorité. Si le contexte urbain est parfois montré (*La maison France 5*, *Tous ensemble*), il n'apparaît du moins jamais comme une donnée constitutive du projet, ou

63 Du latin *solus*, seul et *ipse*, soi-même

64 On peut effectivement assister à quelques plans des architectes dans la rue, ou encore la fameuse séquence de présentation des deux projets concurrents à l'agence.

65 On peut y voir Marc-Emmanuel recrutant des bénévoles lors de concerts, Marc-Emmanuel mangeant avec les bénévoles dans une salle polyvalente ou Marc-Emmanuel rendant visite aux fournisseurs pour négocier auprès d'eux

66 Là encore, *La Maison France 5* et *Du côté de chez vous* se démarquent de leurs collègues : les projets nous sont présentés de jour, rideaux tirés, et nous font bénéficier de la lumière du jour.

alors sous l'ordre de la contrainte à pallier. Ainsi dans l'épisode *Valère et Céline*, les équipes de *D&Co* présentent-elles les contraintes d'isolation phonique comme essentielles dans une maison située en bordure d'une quatre voies. Dans *La Maison préférée des français* ou *Ma maison est la plus originale*, le contexte urbain est d'autant plus évincé que la quasi-totalité des projets présentés sont des maisons isolées sur leur parcelle. Totalement absente, voire perçue comme nocive, la ville implicitement mise en scène dans les émissions de notre corpus serait ainsi un espace hostile, à fuir, ou *a minima*, peu propice à l'expression de son identité. Le modèle de la maison individuelle apparaît ainsi comme un refuge, un lieu que l'on peut, pour une fois, investir et transformer. Cette célébration de ce modèle évoque ainsi l'éloge d'un repli sur soi face à des dynamiques urbaines qui seraient de plus en plus difficiles à maîtriser.⁶⁷ D'utopie, le logement devient ainsi hétérotopie, contre-espace au sein de notre culture urbaine contemporaine, une notion développée par Michel Foucault dans *Des Espaces Autres*⁶⁸, avec laquelle les projets présentés partagent plusieurs de leurs caractéristiques.

L'environnement direct, quand il est présenté, est toujours « naturel », et consiste en un jardin qui n'apparaît pas tant comme une ouverture vers un monde extérieur, mais bien au contraire comme une extension de l'intériorité du logement. Ainsi la production de *Tous Ensemble avec Marc-Emmanuel* aménage-t'elle souvent des « salons d'extérieur » au bout du jardin, thématisés sur l'art du cirque dans tel épisode ou sur l'orientalisme dans un autre. *D&Co* quant à elle s'aventure souvent moins loin dans la parcelle et se cantonne à la construction de petites terrasses en tek, dans le prolongement de la salle de vie, et meublées de canapés d'extérieur et de flambeaux. Cette vision du jardin renvoie à une nature appropriée, pittoresque et totalement artificialisée. Si l'on souhaite un jardin, c'est pour le voir et pas pour y développer des pratiques associées (jardinage, culture potagère) jugées trop

67 Voir à ce titre F. Ascher, *opus cité*

68 Michel Foucault, *Les Hétérotopies - Le Corps Utopique*, Paris, Éditions Lignes, 2009



La relation à l'extérieur: les rideaux et le jardin qui met en scène la maison.

(Extraits de *D&Co - une semaine pour tout changer* (haut) et de *Tous ensemble avec Marc-Emmanuel* (bas))

contraignantes par 51% des Français.⁶⁹ La diffusion de ce modèle de maison indépendante, associée à son jardin, cette méfiance envers un contexte urbain, contribuent également à propager les valeurs et un certain « art de vivre » périurbain. Le rapport ambigu à la nature, acceptée comme paysage mais refusée comme un territoire d'usages, n'est d'ailleurs pas sans rappeler l'analyse que faisait Eric Charmes⁷⁰ de la représentation du « rural » chez les habitants périurbains : « *Si, sur le plan domestique, les périurbains recherchent les saines stimulations de la campagne et le repos visuel procuré par les paysages naturels et agricoles, leur vie quotidienne reste avant tout urbaine. De ce point de vue, le périurbain se situe dans un entre-deux, entre ville et campagne. Le rapport au monde rural et à la nature y est donc ambivalent : la figure de la campagne est au moins autant une ressource pour la justification du choix résidentiel qu'une figure d'opposition. La campagne incarne ce qui manque à la ville, mais elle n'est pas la ville. Si les périurbains se disent volontiers campagnards, ils sont aussi des urbains.* »

Dans *Ma Maison est la plus originale*, certaines maisons de *La Maison préférée des Français* et certains numéros de *Du côté de chez vous*, il est fait pourtant allusion à un « ailleurs », un « au-delà » de la parcelle à travers la seule notion de vue. Pour avoir le droit d'exister (et ne pas se retrouver cachée par des rideaux), cette vue doit forcément « être spectaculaire », à « couper le souffle », etc. En parlant du château d'eau réhabilité, Aurélie Hémar, l'un des trois membres du jury de *Ma maison est la plus originale*, annonce ainsi à ses collègues : « Là-haut à mon avis il doit y avoir une vue magnifique, t'as vu comme c'est haut? ». Si la maison devient alors un point de vue sur le grand paysage, le rapport à l'extérieur reste néanmoins de l'ordre de l'image, et non de l'usage : en poussant

69 Voir les résultats de l'enquête d'Harris International pour le compte de Jardiland, réalisée en mars 2013, *Les Français et le jardin comme espace de loisir*. Dans celle-ci, 63% des Français ne disposant pas de jardin ou de balcon souhaiteraient avoir un jardin et 51% d'entre eux lui reprochent d'avoir un entretien trop contraignant....
<http://www.harrisinteractive.fr/news/2013/06052013.asp> , page consultée le 5/12/13

70 CHARMES E., « *La vie périurbaine face à la menace des gated communities* », L'Harmattan. Ville et Entreprises, 2005

cette logique à l'extrême, la *Loch House* de *Grand Designs*⁷¹ nous est ainsi présentée comme façonnée par les images qu'elle mettait en scène, au détriment parfois des usages du logement, en particulier pour le positionnement de l'entrée.



L'importance de la vue dans la maison lauréate de Ma Maison est la plus originale: le jury s'enthousiasmant d'avance sur la vue qu'est susceptible de générer la maison (haut), un plan sur la rue (bas)

Jamais ces émissions ne mettent en scène le rapport des projets à l'espace public, au collectif, au reste de la société. L'idéal architectural véhiculé reste celui de l'enclave, plus ou moins ouverte sur un jardin tout autant coupé du monde. Ce modèle reprend les caractéristiques urbaines du tissu pavillonnaire de cette « France moche » dénoncée par Télérama, de ce territoire morcelé dénoncé par David Mangin. Alors que les émissions de notre corpus s'inscrivaient pourtant officiellement dans une démarche de contestation de ce modèle, force est de constater que les formes architecturales qu'elles véhiculent contribuent à ces dynamiques d'homogénéisation du cadre bâti en ne montrant que des maisons isolées sur leurs parcelles, en consacrant l'absence d'espaces publics ou collectifs, en célébrant certains types d'usages par des modèles figés de distribution des pièces, et en créant des dispositifs de décoration normés fondés sur des identités marketing.

III - Redonner au peuple les « moyens » de l'architecture

a) « Yes, I can ! » ou l'éloge du Do-It-Yourself

Ces modèles architecturaux véhiculés par les programmes de notre corpus, articulant le paradoxe de la célébration ostentatoire et apparemment constamment réactualisée d'une individualité à un lexique architectural *a priori*, convenu et fixe, induisent également des modalités spécifiques de production du bâtiment. Parce que, architecturalement, le bâtiment doit refléter l'individu, parce qu'il apparaît intrinsèquement lié à l'aventure de sa construction et donc à l'histoire de son habitant⁷², nos

71 Saison 9, épisode 12

72 Voir Chapitre I – I – c)

programmes encouragent les habitants à participer eux-mêmes à la construction de leur habitation. Ces habitants sont ainsi érigés à un nouveau statut grâce à ces émissions de télévision : de consommateurs passifs, subissant une offre en logement sur laquelle ils n'avaient aucun pouvoir, ils sont devenus des consommateurs actifs. La majorité des programmes de notre corpus présente ainsi un catalogue des différentes pratiques du *Do-It-Yourself*, « Faîtes le vous-mêmes ! ».

Avant de pouvoir présenter une typologie exhaustive de ces nouvelles figures, il convient de préciser que les émissions de notre corpus ne renvoient pas toutes aux mêmes catégories de public. Comme le précise Michaela Benson, qui étudie actuellement les processus d'autoconstruction au Royaume-Uni à l'université de Goldsmiths à Londres⁷³, l'autoconstruction est une catégorie très large qui englobe des personnes qui investissent du temps et de l'énergie dans la construction de leur maison de manière différente. Cela inclut les gens qui choisissent d'employer un chef de projet pour superviser et organiser le chantier ; des foyers qui se chargent du projet mais engagent des entreprises pour réaliser la construction physique, jusqu'à ceux qui se chargent eux-mêmes de la partie manuelle.

Le *Do-It-Yourself* « pur et dur » où les habitants se chargent eux-mêmes de la construction est tout d'abord assez rare dans les représentations télévisées françaises. Alors que les anglais disposent de certains épisodes de *Grand Designs* où l'on peut suivre certains habitants bâtir de leurs propres mains leur logement, le public français doit se contenter d'admirer le résultat déjà fini dans certains épisodes de *Ma maison est la plus originale*, ou *la maison préférée des Français*. On doit alors prendre pour argent comptant les dires des propriétaires et on ne peut réellement juger des difficultés qu'ils ont rencontrées lors du chantier.

73 Voir à ce titre la page web du projet de recherche, ainsi que le blog réalisé à cet effet : <http://www.gold.ac.uk/sociology/research/researchprojects/self-building/>, page consultée le 19/11/13

Certains documentaires, sous forme de *one-shot*, comme *Je construis ma maison moi-même*, sur France 4, en juin 2012, permettent de pallier à la sous-représentation de cette pratique en France.

Le gros du bataillon réside dans la catégorie de l'habitant-maître d'oeuvre. Celui-ci supprime les intermédiaires traditionnels : promoteur, architecte, chef de projet... Il prend en charge le dessin du projet, l'organisation de son chantier, entre en contact avec les entreprises, etc. Il peut même prendre part à certaines opérations, mais confiera les tâches les plus lourdes à des experts du bâtiment. C'est à ce modèle que renvoient les émissions *D&Co, Tous ensemble avec Marc-Emmanuel*. En effet, en mettant en scène l'un des membres de la familles dans les divers ateliers, en faisant preuve de pédagogie et en expliquant comment le spectateur pourrait à son tour entreprendre certaines opérations, comment il pourrait reprendre à son compte certains thèmes, certains agencements de pièces... les émissions rendent accessibles toute une dimension du chantier au public. Cependant, comme le souligne la question récurrente de Marc-Emmanuel en début de chantier (« Y'a t'il des pros du bâtiment dans la salle ? »), certaines opérations, trop techniques sont supervisées, voire intégralement réalisées par des artisans du bâtiment.

La maison France 5, émission très fragmentée⁷⁴, propose certains segments qui s'adressent à de potentiels « habitants-maîtres d'oeuvre ». Le segment *Changer, lui*, pourtant ne s'inscrit pas dans une logique de *Do-it-Yourself* mais présente un autre type de rapport de l'habitant au projet. Si celui-ci se trouve dans une situation plus « traditionnelle » de recours à une maîtrise d'oeuvre (les deux architectes, Karine et Gaëlle), et une entreprise générale associée, si l'habitant ne réalise aucun travaux lui-même, il est néanmoins placé dans une situation de choisir entre deux projets concurrents. En effet, depuis le départ de l'ancien architecte chargé de la séquence *SOS Maison*, Philippe Demougeot, cette nouvelle formule

74 Voir chapitre I - II



L'habitant a le choix entre deux projets différents réalisés par Karine et Gaëlle.

(Extraits de HL Productions (producteur) et Pierre QUATREFAGES (réalisateur), La Maison France 5, émission du 18/07/2012)

met en compétition deux architectes : après la visite de l'appartement, Karine et Gaëlle proposent deux projets différents, une alternative entre deux scénario possibles, construits à partir de démarches différentes (doit-on abattre tous les murs ou au contraire proposer un nouveau cloisonnement ? Doit-on cloisonner la mezzanine dès le bas de l'escalier, ou au contraire la cloisonner en haut et donner à voir l'escalier?). L'habitant est alors institué d'un rôle inédit dans les programmes de notre corpus... celui de maître d'ouvrage ! Il doit trancher, de manière raisonnée, entre deux projets viables. Le fait de devoir justifier son choix lui donne d'ailleurs l'occasion d'énoncer clairement ses priorités, ses goûts et ses attentes.

Karine : Voilà Sarah, maintenant c'est à vous de nous dire si on ferme la chambre en bas ou si on la ferme en haut ?

L'habitante : Ben oui, en effet, deux projets bien différents et très bien tous les deux. Mais je pense, en effet, que le projet n°1 correspond peut-être plus à l'esprit de notre espace à vivre qu'on veut garder : le fait de pouvoir encore voir l'escalier, que le placard nous crée un vrai passage avec un couloir qui permet d'arriver dans la chambre. Je pense que le projet n°1 est très bien.

Gaëlle : Bon tout ça c'est très bien, la première chose qu'on va faire c'est casser cet enclos.

L'habitante : Oui tout de suite !

b) L'omnipotence de l'habitant bâisseur et l'inquiétante absence des architectes

A l'exception notable de *La Maison France 5* qu'on pourrait presque lire comme une entreprise d'éducation de la maîtrise d'ouvrage, cette mise en scène du *Do-It-Yourself*, qui correspond idéologiquement à cette éloge de l'individu tout puissant, rebat les cartes dans la distinction traditionnelle des rôles entre maîtrise d'oeuvre et maîtrise d'ouvrage. La figure de



La présence des architectes:

- l'architecte cité dans les crédits (*Du côté de chez vous*)
 - Thierry, l'architecte "muet" de D&Co
- Bruno Decaris, architecte, cité en tant que "Bruno, l'heureux propriétaire" (*Ma Maison est la plus originale*)

l'habitant-bâtsisseur, autodidacte omnipotent, brille par sa mise en avant tout le long des programmes de notre corpus. L'architecte, quant à lui, brille par son absence.

Et pourtant, il y a bien des architectes présents, mais leur rôle est étonnamment rabaisé. Dans *Ma Maison est la plus originale* ou *La Maison Préférée des Français*, certains propriétaires sont justement des architectes, bien que cela soit rarement souligné. C'est ainsi le cas des constructeurs et propriétaires de la « longère contemporaine » présentée sur M6, dans *Ma Maison est la plus originale*, Bruno Decaris et Agnès Pontremoli, associés de l'agence Opus 5 architectes⁷⁵, à Paris. Pourtant, lors de la présentation de la maison, il n'est jamais fait mention de leur profession. Ils sont ainsi mis à égalité des autres concurrents : leur expertise n'est jamais reconnue en tant que telle.

Dans *Du côté de chez vous*, l'architecte est certes mentionné, mais à la fin du générique, qui passe très rapidement à l'écran. La narration du bâtiment étant assurée par l'habitant, celui-ci s'approprie tous les éléments du projet. « On a attribué à tous les frères une responsabilité dans la rénovation » confie l'un des habitants de la Roseraie. Et pourtant, l'analyse du générique final montre bien que deux architectes (le français François Privat⁷⁶, le suisse David Macullo⁷⁷) et une architecte d'intérieur, Marie-José Tavares⁷⁸, ont travaillé sur le projet. La narration fait l'ellipse de leur intervention et présente l'habitant-commanditaire comme seul maître à bord. Sur *D&Co*, également, on aurait tort de penser que Valérie Damidot tient à elle seule toutes les rennes du projet. Présent lors de la visite de site, l'architecte Thierry Monsimier, de l'agence AER, ne dit pas un mot et disparaît avant la présentation du projet. Pourtant, lorsque l'on visite le site internet de son agence⁷⁹, celui-ci précise ses missions pour le

75 Site de leur agence: <http://www.opus5.fr/>

76 Site de son agence: <http://www.fprivat.com/>

77 Site de son agence : <http://www.macullo.com/>

78 Site de son agence : <http://www.mj-tavares.com/>

79 <http://www.aer-sa.fr/>, page consultée le 12/12/13

programme : « visite de repérage, relevé, conception, négociation avec les mairies, coordination avec les partenaires et suivi des travaux ». L'agence ajoute : « Architecte de l'émission depuis 2008, AER apporte sa caution technique aux projets imaginés par l'animatrice Valérie Damidot en validant ses choix et en réalisant les dossiers de plans directeurs nécessaires à l'exécution des travaux et à l'obtention des autorisations administratives ». Pourtant, alors qu'il réalise une part importante du rôle de maîtrise d'oeuvre, l'architecte disparaît complètement aux dépens de la relation animatrice/habitant. Le traitement de la figure de l'architecte dans ces émissions fait ainsi figure d'un mensonge par omission : l'architecte absent serait inutile, alors que ces émissions font justement appel à lui pour mener les projets à terme.

Dans *Tous ensemble avec Marc-Emmanuel*, les architectes sont associés à l'émission au même titre que d'autres professionnels du bâtiment. Leur rôle est très précis. Ils ne se chargent pas du dessin du projet (c'est l'architecte d'intérieur de l'équipe qui s'en charge), mais interviennent lors de problèmes structurels majeurs. Lors de la visite de la maison de la famille belge, les architectes insistent sur la nécessité d'abattre toute une partie de la maison tant les dégâts structurels sont importants. Leur rôle quitte ainsi le domaine de la conception ou de la maîtrise d'oeuvre : ils deviennent, à la suite d'ingénieurs organisés en bureau d'étude, des conseillers techniques.

Ainsi, dans toutes les émissions de notre corpus, le rôle des architectes, pourtant présents à un stade ou un autre du programme, n'est pas mis en avant. Cette dynamique se fait au profit de la construction de la figure des habitants-bâtisseurs. L'architecte n'est plus forcément nécessaire : l'habitant, plus ou moins seul, peut, à l'instar des présentateurs autodidactes, et encouragé par les émissions qu'il regarde, reproduire les modèles architecturaux qu'il a vus à la télévision.

Mais peut-on évaluer l'impact de ces modèles architecturaux que véhiculent les émissions de notre corpus et que nous avons décrits plus haut, sur la production du bâti contemporain ? Ne créeraient-ils pas de nouvelles relations entre maîtrise d'ouvrage et maîtrise d'oeuvre ?

Chapitre III

Vers de nouvelles relations entre maîtrise d'ouvrage et maîtrise d'œuvre

Dans cette partie, nous étayerons l'hypothèse selon laquelle la diffusion de ces modèles architecturaux par des médias de masse s'inscrit dans des logiques économiques et politiques qui poussent à réinventer la place de l'architecte dans la société.

Nous verrons dans un premier temps que cette évolution est avant tout subie. La nécessité de relancer un marché économique et de pallier à une crise de l'Etat Providence dans la politique de construction de l'habitat encourage une dérégulation générale de la construction du cadre bâti, une « facilitation » du système et la suppression d'intermédiaires qui seraient devenus redondants. (I)

Nous verrons dans un second temps comment les programmes à thématiques architecturales, ainsi que leurs présentateurs, sont amenés à jouer un rôle de plus en plus concret dans la production de la ville, quitte à devenir pour les décideurs de véritables assistants à maîtrise d'ouvrage. (II)

Nous tenterons enfin d'évaluer l'influence de ces émissions sur la commande architecturale en tant que telle : les modèles véhiculés par les programmes de notre corpus ont-ils une influence sur l'énoncé de la commande par la maîtrise d'ouvrage ? La maîtrise d'œuvre est-elle amenée à changer ses méthodes de projet ? (III)

I – Réinventer des jeux d'acteurs

Ou de la nécessité économique et politique de faire évoluer les rapports entre maîtrise d'œuvre et maîtrise d'ouvrage

a) Un contenu éditorial lié au contexte économique

Le développement de ces émissions qui célèbrent l'essor du *Do-It-Yourself* correspond et répond à une demande motivée par la crise économique récente. Un récent sondage⁸⁰ précise effectivement en quoi ces pratiques peuvent être liées au contexte économique. Pour neuf pratiquants sur 10, le *Do-It-Yourself* est considéré comme un moyen de rester autonome et pour les personnes en recherche d'emploi, ces pratiques permettraient de conserver une certaine estime et confiance en soi. D'autre part, les pratiquants du *Do-It-Yourself* seraient des personnes touchées de plein fouet par la crise économique, gagnant moins de 999€ en moyenne. Selon le sociologue Ronan Chastellier, ces pratiques seraient « à la fois une affirmation de la vie et une zone refuge en période de sinistrose économique »⁸¹. Si il précise que, selon lui, ce retour à ces pratiques « faites maison » ne relèverait pas que de la crise économique mais d'un besoin de « retrouvailles avec la matière », on constate que le « souci de payer moins cher » fait néanmoins partie des deux raisons les plus souvent avancées par les pratiquants pour justifier le *Do-It-Yourself* avec le « plaisir de créer plutôt que d'acheter du neuf » (respectivement 60% et 68%) .

Aux raisons que nous avons déjà avancées pour expliquer le succès des émissions de notre corpus⁸², on peut donc ajouter un facteur économique. L'évolution du contenu éditorial de nos programmes tend

80 Voir l'*Etude opinion way septembre 2013*, réalisée sur un échantillon de 1507 personnes, sondage pour le Salon Créations & savoir-faire, commenté par le sociologue Ronan Chastellier

81 Dans une interview accordée à Ghislain Fournier de Violet, « Le fait maison, c'est bon pour le moral », [lepoint.fr](http://www.lepoint.fr/art-de-vivre/le-fait-maison-c-est-bon-pour-le-moral-05-07-2013-1700359_4.php), article du 5/07/13, http://www.lepoint.fr/art-de-vivre/le-fait-maison-c-est-bon-pour-le-moral-05-07-2013-1700359_4.php, consulté le 10/12/2013

82 Voir chapitres I et II

également à corroborer cette hypothèse. Ainsi, *Tous Ensemble avec Marc-Emmanuel* s'est-il positionné dans le Paysage Audiovisuel Français en 2009 non pas comme un magazine de décoration, mais un magazine de solidarité. Dans son interview en 2009 pour *l'internaute.com*⁸³, Cendrine Dominguez confiait d'ailleurs : « (...) Nous souhaiterions également évoluer de plus en plus vers la déco sociale, en s'occupant de réaménager des lieux publics. On a déjà commencé en s'occupant d'une école, d'une salle d'attente à l'hôpital Necker...et bientôt d'une cantine dans une usine. Il s'agit vraiment d'améliorer le quotidien. ». Le positionnement de ces deux émissions traduit bien la prise en compte des enjeux économiques dans les contenus éditoriaux.

Ce *Do-It-Yourself* qui correspond à ce contexte de crise bouleverse les habitudes de consommation jusqu'alors établies. Le schéma traditionnel client – artisan – grossiste – client ou client – architecte – artisan – grossiste – client est rompu. Dorénavant, l'expertise de l'artisan ou de l'architecte, passage jusqu'alors obligé dès que l'on s'attelait à une opération un peu complexe, devient superflue. Court-circuités sur ce nouveau marché, les grossistes se retournent vers une activité de détaillant, tandis que les détaillants spécialisés augmentent leurs domaines de prédilection. Ainsi, la maison Espinosa, basée à Montpellier depuis 1965, ancien grossiste qui faisait la totalité de son chiffre d'affaires en fournissant les plombiers, les climatiseurs, les électriciens, etc. de la région a depuis 5 ans ouvert son activité au grand public qui compose aujourd'hui la majorité de son chiffre d'affaires. Il dispose aujourd'hui d'un site internet⁸⁴ et livre dans toute la France des pièces au détail. Ses propriétaires, Pierre et Marc Espinosa qui ont bien voulu répondre à nos questions, imaginent même avoir à fermer un jour leur boutique pour « se consacrer à internet », tant « le Fait-maison marche bien aujourd'hui. Les artisans viennent moins : on les dépanne dans l'urgence. Ce sont plus eux

83 Site de *l'internaute.com*, <http://www.linternaute.com/television/dossier/07-tv-deco/9.shtml> , page consultée le 25/10/13

84 <http://www.espinosa.fr/content/4-a-propos> , page consultée le 25/10/13



Du côté de chez vous et Leroy Merlin

- Générique de Du côté de chez vous
- Programme cité dans un document de présentation de l'entreprise
- Un slogan évocateur pour les adeptes du Do-It-Yourself

mais les particuliers maintenant qui représentent l'avenir de notre affaire : on vend des planches dans toute la France. Quand il manque à quelqu'un la petite pièce pour réparer son électroménager, plutôt que de faire appel à un artisan qui lui facturera une fortune, il tente de la réparer seul et nous commande la pièce qui manque. C'est parfois un petit joint, ou un boulon. On est déficitaire sur ce marché, mais les gens reviennent et achètent plus gros... »⁸⁵

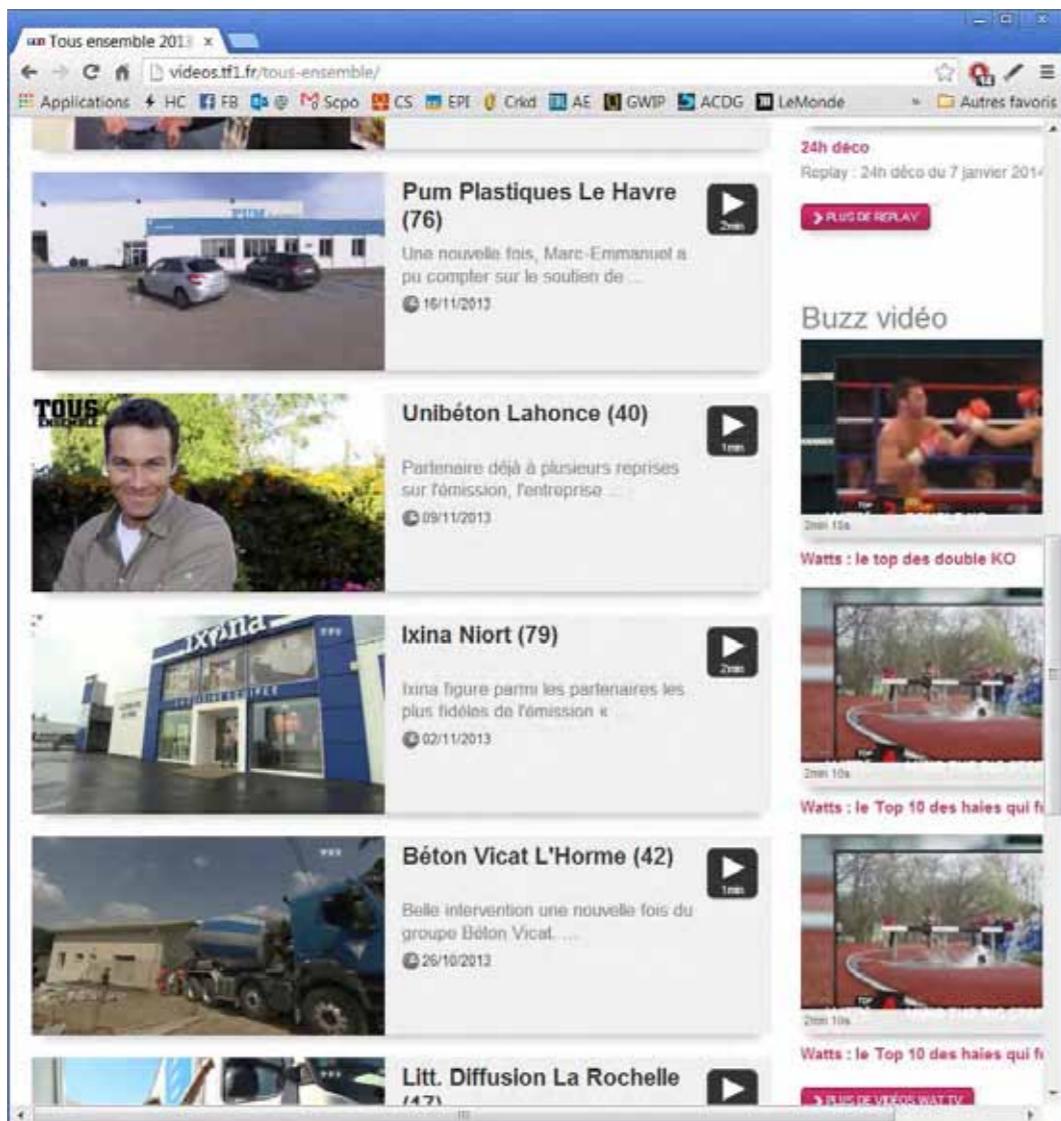
Le foisonnement récent des programmes à thématiques architecturales pourrait donc trouver une autre source d'explication dans la crise économique récente. Les programmes, en célébrant la figure de l'habitant-bâtisseur, en encourageant ses pratiques du *Do-It-Yourself*, promouvriraient donc un modèle économique alternatif, en phase avec les usages du moment, et libéré de certains intermédiaires, dont, dans le cas du bâtiment, du promoteur, de l'architecte, voire de l'artisan.

b) Des programmes juges et parties prenantes

On aurait tort de croire pourtant que cette promotion du *Do-It-Yourself* est complètement gratuite. En effet, nous l'avons vu avec la maison Espinosa, ces programmes, faisant évoluer certaines pratiques, ont des répercussions financières importantes. Certains sont même intrinsèquement liés à des acteurs économiques dont ils sont, depuis, devenus les ambassadeurs. *Du côté de chez vous* est peut-être pour cela l'exemple le plus emblématique : ce format court est sponsorisé par l'enseigne de bricolage et de décoration *Leroy Merlin* depuis bien des années. La compagnie en fait même une fierté et rappelle cette association dans ses documents d'entreprise⁸⁶. Le programme est tellement associé à la marque, que son slogan « *et vos envies prennent vie* » en est presque devenu un sous-titre. Le même document d'entreprise propose d'ailleurs en page de garde un nouveau slogan : « Aider chaque

⁸⁵ Entretien informel mené le 04/09/2013, à leur boutique, à Montpellier

⁸⁶ Présentation de l'entreprise Leroy Merlin France, février 2011



Publicité des sponsors de l'émission Tous ensemble avec Marc-Emmanuel

(Extrait du site internet de TF1: <http://videos.tf1.fr/tous-ensemble/>, consulté 05/01/2014)

habitant à rêver sa maison et à la réaliser », qui reprend cette mise en valeur de l'habitant-bâtisseur commune aux programmes de notre corpus.⁸⁷ La chaîne de boutiques ne se positionne ainsi plus comme une entreprise commerciale mais comme un expert, un conseiller pour ce nouveau marché des habitants-bâtisseurs. A ce titre, l'étude plus approfondie de la stratégie de communication de *Leroy Merlin* est assez subtile : la marque possède un site internet <http://leroymerlinsource.fr/> qui est un *think tank* de la marque et produit des savoirs sur le bâti (entretiens, séminaires, colloques⁸⁸) ; *Leroy Merlin* dispose également d'une chaîne youtube⁸⁹ sur laquelle elle diffuse des courtes vidéos explicatives à destination de ces habitants-bâtisseurs. On trouvera parmi les titres des vidéos disponibles : *Comment récupérer l'eau de pluie ? Comment poser du carrelage sur le sol ? Comment isoler des murs périphériques ? Etc.*

D&Co et *Tous Ensemble avec Marc-Emmanuel* ne sont pas en reste et ouvrent leurs émissions à différents annonceurs. Ainsi, Eric de Legge, dans un article publié en décembre 2008 pour *journaldunet.com*⁹⁰, précisait que des stickers muraux dont raffole Valérie Damidot, « édités par MFG Education, ceux labellisés *D&Co* se seraient vendus à 200 000 exemplaires depuis septembre 2007 ». Le site internet www.deco.fr, appartenant au groupe M6 et disposant d'un forum rassemblant des décorateurs amateurs, présente ainsi une longue page pour chaque épisode de Valérie Damidot, énumérant les entreprises et revendeurs dont les produits figurent dans l'émission⁹¹. C'est au même travail que se livre également Marc-Emmanuel : un rapide coup d'œil à la page de son

87 A l'exception notable de *La Maison France 5*

88 Dont les Assises de l'habitat Leroy Merlin pour inventer la maison de demain qui ont eu lieu les 16 et 17 mars 2013 à Paris

89 <http://www.youtube.com/user/leroymerlinfr> , page consultée le 09/11/2013

90 Eric de Legge, « Valérie Damidot : nouvelle star du business », in www.journaldunet.com, publiée le 03/12/2008, [http://www.journaldunet.com/economie/communication/enquete/valerie-damidot-la-nouvelle-star-des-produits-derives.shtml](http://www.journaldunet.com/economie/communication/enquete/valerie-damidot-la-nouvelle-star-des-produits-derives/valerie-damidot-la-nouvelle-star-des-produits-derives.shtml) , page consulté le 20/12/2013

91 Voir, par exemple, <http://www.deco.fr/emission-deco/deco/emission-d-co-une-semaine-pour-tout-changer-du-24-septembre-2013-sur-m6-766.html> , page consulté le 09/11/2013



Extraits de spots publicitaires mettant en scène les présentateurs de Tous Ensemble et D&Co

émission sur le site *Tf1 Replay*⁹² ne montre que les extraits de l'émission où il rend visite à ses fournisseurs locaux. On peut ainsi voir de petits extraits d'une minute tout au plus, intitulés de manière très poétique : *Jysk Bourges* (18) ; *Pum Plastiques Le Havre* (76) ou *Béton Vicat L'Horme* (42). Réciproquement, il est intéressant de constater que Valérie Damidot et Marc-Emmanuel prêtent également leur visage à des publicités pour des entreprises liées au bâtiment : la première pour GiFi, un magasin d'ameublement, de décoration et de petit bricolage ; le second pour Le groupe solaire de France.

Les émissions de notre corpus apparaissent ainsi comme des chevaux de Troie pour de nombreuses entreprises. En plus de la publicité presque subliminale dont elles bénéficient dans le cadre de l'émission, les pauses de réclam' leur assurent encore un temps d'exposition supplémentaire, dont les tarifs rapportent beaucoup à la chaîne. L'investissement est intéressant, car autant prêcher un convaincu : en effet, le public assidu, composé de personnes qui reproduiraient volontiers les astuces de Valérie Damidot ou Marc-Emmanuel sont à l'affût des produits qui pourraient les aider à y parvenir.

Ce rôle d'ambassadeur des marques de décoration et de bricolage dont est investi un certain nombre des programmes de notre corpus ne conditionnerait-il pas également la mise en scène de l'architecture elle-même ? A partir du moment où le logement devient le support de présentation des produits de différentes marques, ne doit-il pas être filmé de telle sorte à mettre en valeur les sponsors ? Un tel postulat pourrait peut-être alors expliquer certains éléments de la rhétorique audiovisuelle mise en place. Ainsi, l'absence d'habitant à l'écran lors de la phase Avant/après évite de disperser l'attention du spectateur qui a tout le loisir d'observer cette image figée, et d'assimiler les produits à l'écran. Un tel procédé renvoie également à une pratique à laquelle le spectateur est

⁹² <http://videos.tf1.fr/tous-ensemble/>, consulté le 09/11/2013

rompu : la lecture d'image fixe, la publicité de papier glacé. De même, l'absence de lumière naturelle et le recours à une lumière artificielle, judicieusement placée contribue à cette mise en valeur des produits utilisés.

c) Vers la ville néo-libérale

Si ces émissions répondent à des enjeux économiques importants en créant un nouveau marché, on pourrait également y déceler des enjeux politiques, qui se confirmeront, comme nous le verrons dans une partie suivante tout particulièrement chez nos voisins britanniques et néerlandais.

La lecture de quelques « posts » de forums spécialisés en témoignent : Marc-Emmanuel, Valérie Damidot et même Julien Courbet, présentateur de *Sans aucun doute*⁹³ et producteur de *Tous Ensemble avec Marc-Emmanuel*, sont plébiscités et reconnus d'intérêt public. Qui d'autre pourrait aider ces personnes en détresse, qui semblent toutes avoir touché le fond ? La présence de ces émissions à la télévision révèle une forme d'échec de l'Etat providence dont la une des canards français se fait souvent le relais : pénurie de logements, et tout particulièrement de logements sociaux ; hausse du nombre de chômeurs ; faillite dénoncée du système éducatif ; dettes de la sécurité sociale ; soupçons d'arnaques aux allocations familiales ; initiatives de discrimination positive pour tenter de rétablir une égalité des chances... Les structures de l'Etat providence, omniprésentes dans le social et l'économique, sont de plus en plus décriées et ces programmes peuvent alors être perçus comme salutaires. : ils pallient aux faillites des structures étatiques.

Cette critique négative est contre-balancée par un discours positif et inspirant : c'est à l'individu de reprendre en main certains aspects de sa

⁹³ Emission qui apporte un soutien juridique à des personnes en litige face à des arnaqueurs professionnels, des voisins hargneux, etc.

vie dont il n'était plus maître. Ces émissions ne contribuent-elles pas là à un changement de paradigme majeur ?: l'avenir du citoyen ne semble plus relever de la chose publique, d'un pacte social, mais de l'initiative personnelle⁹⁴ ou de l'association ponctuelle et limitée d'individus, motivés par de la bonne volonté, un peu de publicité à moindre coût, ou inspirés de charité chrétienne⁹⁵. En mettant en scène sa toute puissance, tant dans la représentation de son histoire personnelle⁹⁶, dans les modèles architecturaux véhiculés⁹⁷, que dans sa capacité à entreprendre et à les réaliser⁹⁸ , les programmes de notre corpus font de l'individu le nouveau référent d'une action qui relevait jusqu'alors de l'action publique (construction de logement social, solidarité) ou de quelques grands acteurs clés privés.

Ces enjeux politiques majeurs renvoient à une vision néo-libérale de la société : une promotion de l'économie de marché au nom des libertés individuelles et un désengagement progressif de l'Etat qui prend plus un rôle de médiateur que d'acteur. On comprend alors l'intérêt pour les états, d'autant plus important en ce temps de crise des dettes souveraines et de pénurie de logements, d'encourager une reprise de la construction de l'habitat par l'initiative privée, une politique de construction qu'il éprouve de plus en plus de mal à assurer lui-même. Si la France commence à se poser ces questions, certains pays comme le Royaume-Uni ou les Pays-Bas prennent des mesures radicales allant dans ce sens : les municipalités, comme Almere ou certains quartiers d'Amsterdam, proposent des plans de dérégulation urbaine pour encourager l'autoconstruction. Comme nous allons le voir dans une partie suivante, les programmes de télévision à thématiques architecturales ne sont d'ailleurs pas étrangers dans l'instauration et la diffusion de ces nouveaux principes.

⁹⁴ *Du Côté de chez vous, Ma Maison est la Plus originale, La Maison préférée des Français*

⁹⁵ *D&Co, Tous ensemble avec Marc-Emmanuel*

⁹⁶ Voir chapitre I - II

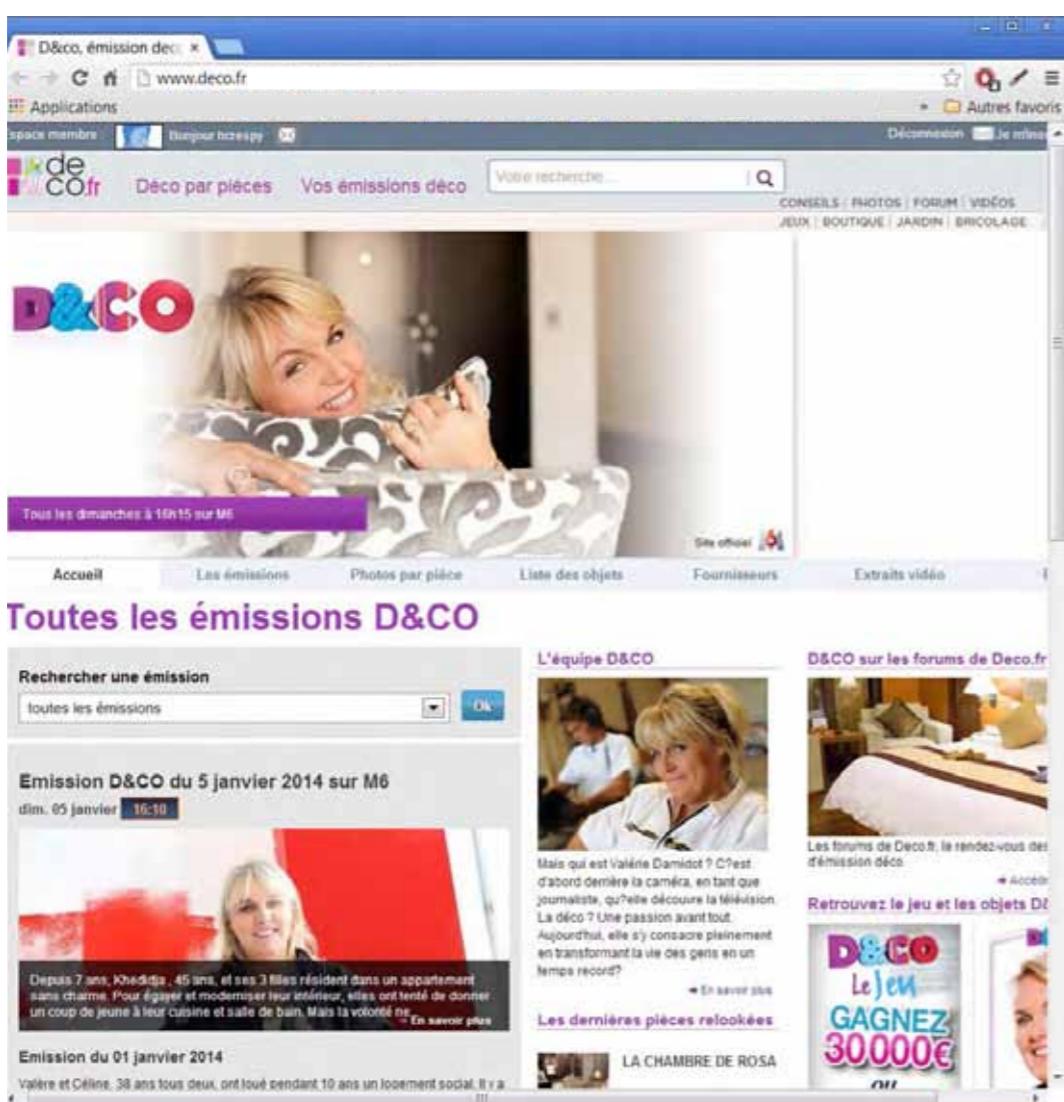
⁹⁷ Voir chapitre II - II

⁹⁸ Voir chapitre II - III

II - Construire la ville, vue à la TV

Ou du rôle d'arbitre du débat public que remplissent les programmes à thématiques architecturales

a) Un dispositif de communication omniprésent



Le site deco.fr, un élément essentiel du dispositif de communication, très Damidot-centré (quatre occurrences en une page)

(Extrait du site internet de D&CO: <http://deco.fr>)

Si nous avons jusqu'à présent étudié ces émissions à travers leur contexte de diffusion originel, à savoir la télévision, afin de mieux comprendre le double enjeu de la représentation à travers un medium audiovisuel dynamique de la discipline architecturale, et l'image de l'architecture véhiculée à plusieurs millions de français à des heures de grande écoute, nous avons volontairement omis toute une dimension de leur portée. En effet, ces émissions, si elles ont souvent commencé comme de simples programmes télévisés, sont aujourd'hui au cœur d'un système de communication très complexe alliant livres, site internet, salons...

Ainsi, si toutes les émissions de notre corpus disposent de pages dédiées sur les sites de leur chaînes, certaines d'entre elles sont mieux équipées. Ainsi le groupe M6 (M6, W9, 6ter et Téva) a acheté le nom de domaine www.deco.fr pour en faire un site de conseils de décoration et d'aménagement intérieur. Le site comprend également des forums qui fédèrent toute une communauté d'adeptes du *Do It Yourself*, où les spectateurs échangent leurs coups de cœur, leurs questions techniques, etc. Mais le dispositif de communication de *D&Co* est bien plus important. Les internautes ont la possibilité de revoir sur www.deco.fr ou sur le site www.6play.fr les anciens épisodes ainsi que des extraits, classés pièce par pièce, ou atelier par atelier. Un tel dispositif tire profit de la dimension fragmentée de la narration de ces émissions et exploite le chapitrage implicite déjà perceptible dans l'émission. Eric de Legge⁹⁹ rappelle

⁹⁹ Eric de Legge, « Valérie Damidot : nouvelle star du business », in www.journaldunet.com, publiée le 03/12/2008, <http://www.journaldunet.com/economie/communication/enquete/valerie-damidot-la-nouvelle-star-des-produits-derives/valerie-damidot-la-nouvelle-star-des-produits->



Le ministre du logement britannique, Grant Shapps (gauche), et Kevin McCloud, présentateur de l'émission *Grand Designs* (droite).

(Photo extraite de l'article "Shapps' self-build cash to part fund land and development costs", publié sur le site internet www.24dash.com, le 14/05/2012, <http://www.24dash.com/news/housing/2012-05-14-shapps-self-build-cash-to-part-fund-land-and-development-costs>, consulté le 05/01/2014)

également que d'autres média véhiculent « l'esprit *D&Co* » : Hachette diffuse ainsi une douzaine d'ouvrages depuis novembre 2007 avec Valérie Damidot en couverture, dont le nombre d'exemplaires vendus s'élevait deux ans plus tard à 713 000 ouvrages ; l'éditeur de logiciel, Anuman, commercialise également une dizaine de logiciels, déclinés pièce par pièce, pour aider les spectateurs à réaliser leur projet. L'équipe enfin est présente sur les salons consacrés.

Présente sur plusieurs plateformes, l'émission est ainsi capable de fédérer une véritable communauté grâce à son site internet. Cette dernière n'est pourtant pas en France aussi développée qu'au Royaume-Uni, où il n'en a pas fallu vraiment plus pour que le présentateur de *Grand Designs*, Kevin McCloud, s'engage dans le débat public sur la production du logement et se fasse le porte-parole des auto-constructeurs. Lors du salon *Grand Designs Live*, en mai 2011, il interviewait ainsi le ministre du logement britannique, Grant Shapps, avec lequel il développa une véritable relation de travail.

b) Du petit écran au poste d'AMO

Le lecteur nous pardonnera ici un détour européen et une mise en parenthèse – momentanée – de notre corpus, mais nécessaire pour étudier l'influence que peuvent avoir ces médias de masse sur la culture populaire et les modalités de création du bâti. L'émission *Grand Designs* nous paraît être ainsi assez symptomatique de cette importance croissante accordée aux modèles véhiculés par les émissions de télévision dans les projets -architecturaux ou urbains. Nous tenons à souligner qu'il ne s'agit en aucun cas de jouer ici les voyants et de prédire une évolution similaire à celle de nos voisins britanniques (qui prennent, cela dit, eux-mêmes modèle sur l'Allemagne et les Pays-Bas), mais dans une approche comparative, d'analyser les nouveaux processus de projet à l'œuvre en

Welcome



For decades the British have bought new houses like we buy cars or baked beans; as standard products from a manufacturer's catalogue. Thanks to the high value of land in the UK and developers' obligations to their shareholders, the consumer has been on the receiving end of a pretty poor deal. We build some of the poorest performing, most expensive and smallest homes in Europe. That's not something to celebrate.

But there is another way. What if we became a nation of self builders (like the Germans)? What if each household in the UK had the option to build their own place, with support from agencies and government, within flexible and resilient design codes? What if large scale developers provided finished-slab, fully-serviced sites for homebuilders? We'd see more customised homes that reflect where

they are, to higher space standards and to a better quality. We'd see people sharing skills and saving money. We'd see neighbours working together on community self build schemes and local construction economies thriving. And we'd certainly see more energy efficient buildings and a wider embracing of green technologies.

Self build is seen as a long, difficult and self-sacrificing process. But with the right planning, help and support it can be enjoyable and – on collective schemes – empowering. Builders and Housing Associations across Britain are now looking at self build (or self develop as it should often be called) as a way of building both visually and socially richer places. If industry and Government action were to make the process more comfortable and less tangled we could see a revolution in the way we build housing in Britain. This Action Plan could be a big step towards making this happen.

Kevin McCloud

Foreword



Grant Shapps MP
Minister for Housing
and Local Government

In January this year I asked the self build industry to look at what needs to be done to help more ordinary people build their own home. As part of my plans to increase the number of homes built in this country I told them I wanted to start a self build revolution.

For too long self build has only been an easy option for the rich and privileged. If you have the right contacts and can buy the land, afford the best architects and consultants, and employ an expert project manager you can quite easily get what you want.

Others have to spend years struggling to find a site, to arrange the finance, and to get the necessary consents to be able to build. They have to be incredibly single minded to build their dream home. Some take the plunge and I salute their zeal. Many more take one look at what is entailed and give up before they even start.

In other countries building your own house is an

Contents

• The key challenges	4
• Lessons from international self build housing practices	6
• Insights into alternative procurement models	8
• Land and procurement models	10
• Land and Finance	12

Préface et avant-propos du plan de promotion de l'autoconstruction.

(Pages extraits de The Self-Buid Government-Industry Working Group, *An Action Plan to Promote the Growth of Self Build Housing*, juillet 2011)

Europe. L'émission britannique *Grand Designs* partage un bon nombre de particularités avec les émissions de notre corpus : tant dans la forme (narrativisation de l'architecture, mise en scène de l'individu, présentateur charismatique etc.) que dans l'emphase portée sur le *Do-It-Yourself* ou le schéma sociétal véhiculé (une famille, une maison, une parcelle). Si cette émission a un succès au Royaume-Uni comparable à celui des émissions de notre corpus, s'il véhicule les mêmes idéaux néo-libéraux que nos émissions françaises, la production de ce programme a réussi, elle, à entrer en relation avec la sphère politique.

Après avoir eu l'occasion, eu égard à sa popularité, de présenter la conférence de remise des prix du RIBA Stirling Prize 2010¹⁰⁰, au cours de laquelle¹⁰¹ il rappelait la nécessité pour les architectes de renouer contact avec les habitants, après être entré en relation avec Grant Shapps lors du *Grand Designs Live* en 2011, Kevin McCloud, une personnalité publique bien intégrée, donc, est nommé représentant du secteur de l'autoconstruction par la *National Self Build Association* en mai 2012. Cette nouvelle, annoncée par Grant Shapps lui-même, fait du présentateur un véritable assistant à la maîtrise d'oeuvre : « (...) Je suis ravi que Kevin McCloud ait accepté de représenter le secteur – en embrassant la cause de auto-constructeurs à travers le pays, qu'ils existent déjà ou aspirent à le devenir, et en faisant remonter les sujets et les inquiétudes qui les inquiètent le plus (...) L'auto-construction est bonne pour l'économie »¹⁰². Le versant politique de l'émission *Grand Designs* est ainsi dorénavant assumé : Kevin McCloud, dans un document¹⁰³ rédigé par le groupe de

100 Royal Institute of British Architects. Le Stirling Prize est l'équivalent britannique de l'Equerre d'argent

101 On pourra trouver cette conférence en annexe, ou sur <http://vimeo.com/11900226> (partie 1) et <http://vimeo.com/11900799> (partie 2). Pages consultées le 03/01/2014

102 « (...) I'm delighted Kevin McCloud has agreed to represent the industry – championing the cause of existing and aspiring self-builders across the country, and raising the issues and concerns that matter most to them. (...) Self-build is good for the economy (...) » in Alexia DREW, Grant Shapps Launches £30m Fund Following Surge in Self-build Market, issu du site internet [Todaysconveyancer.co.uk/grant-shapps-launches-30m-fund-following-surge-in-self-build-maker](http://www.todaysconveyancer.co.uk/grant-shapps-launches-30m-fund-following-surge-in-self-build-maker), page consultée le 09/01/2013

103 « What if we became a nation of self builders (like the Germans)? What if each household in the UK had the option to build their own place, with support from

travail collectif des représentants de l'auto-construction et du gouvernement et co-signé par Grant Shapps, écrira : « Et si l'on devenait une nation d'auto-constructeurs (comme les allemands) ? Et si chaque foyer du Royaume-Uni avait l'opportunité de construire son propre domicile, avec le soutien des administrations et du gouvernement, dans un cadre réglementaire flexible mais pérenne ? Si l'action de l'industrie et du gouvernement devait rendre ce processus plus facile et moins complexe, on pourrait assister à une révolution dans la manière dont on construit du logement au Royaume-Uni. Ce plan d'action est un grand pas en avant pour voir cela se réaliser. »

En lien avec McCloud, Grant Shapps facilitera des prêts, attribuera des primes aux municipalités qui mettront des terrains à bâtir sur le marché, créera un fonds de 30 millions de livres sterlings à destination des auto-constructeurs et encouragera une dérégulation générale. Dans le même document *Action Plan to Promote the Growth of Self Build Housing*, Grant Shapps écrira : « Pour soutenir cette révolution, je m'engage à continuer à militer afin que passent les actions nécessaires pour faire de l'auto-construction un choix plus facile pour tout le monde ». De son côté, Kevin McCloud organisera un voyage d'études avec le ministre à Almere en mai 2011, afin de lui montrer l'exemple d'une ville complètement dérégulée, et devenue depuis une dizaine d'années le paradis des habitants-bâtisseurs.

agencies and government, within flexible and resilient design codes? If industry and Government action were to make the process more comfortable and less tangled we could see a revolution in the way we build housing in Britain. This Action Plan could be a big step towards making this happen. » *in* The Self-Buid Government-Industry Working Group, *An Action Plan to Promote the Growth of Self Build Housing*, juillet 2011

c) Construire la ville D&Co

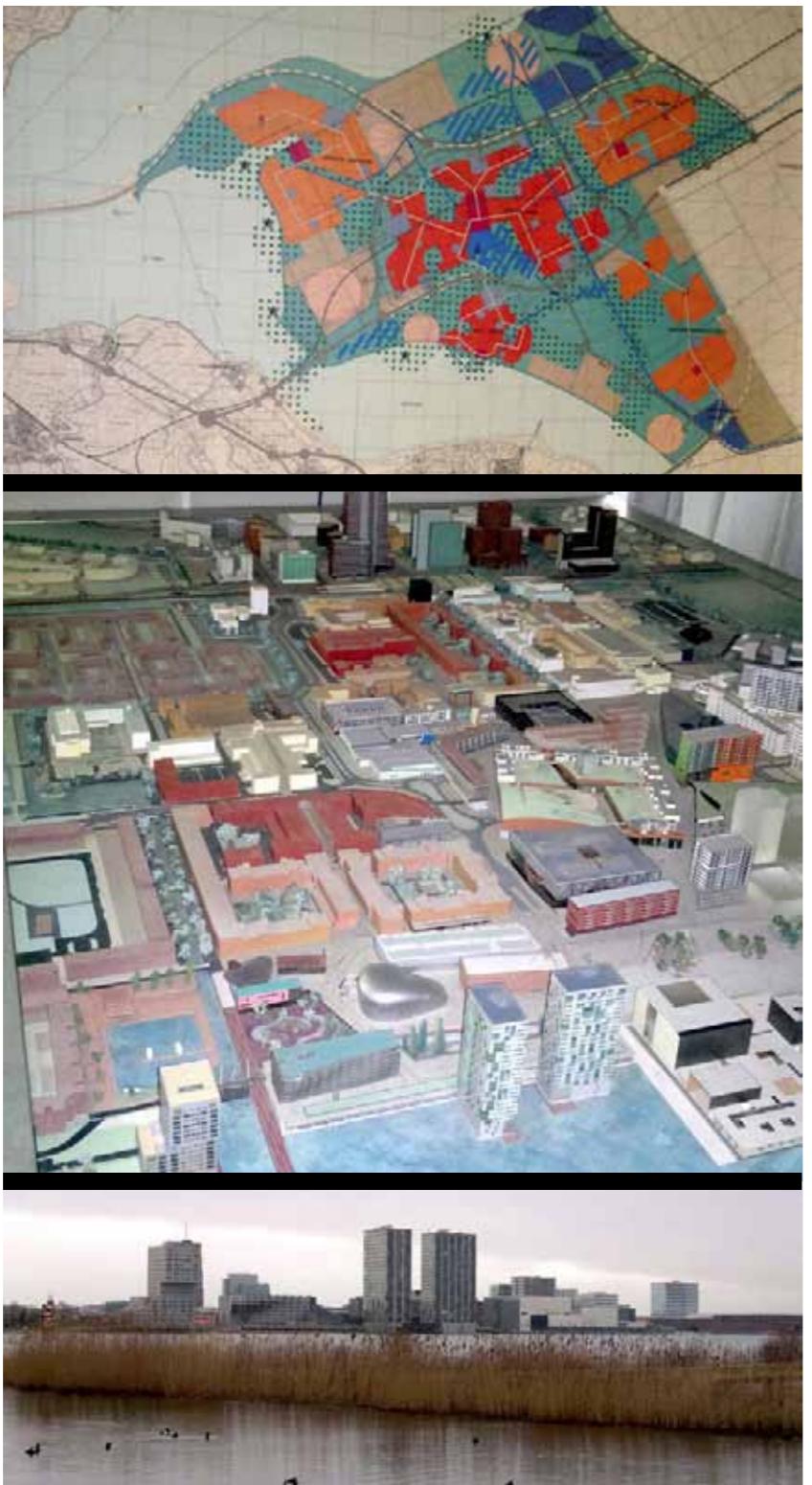
Nous avons développé dans un précédent mémoire¹⁰⁴ l'histoire de cette ville nouvelle construite sur un polder, face à Amsterdam, dans les années 1970s. Construite à partir du modèle de la maison individuelle en bande, elle a travaillé sur son image et a développé un projet flagship majeur : un centre-ville dessiné par l'agence Office for Metropolitan Architecture de Rem Koolhaas, et aux bâtiments dessinés, entre autres, par SANAA, MVRDV, Christian de Portzamparc...

Pourtant, depuis maintenant une petite dizaine d'années, la municipalité a réorienté son action vers une nouvelle forme d'urbanisme. Prenant comme référence la dimension « organique » des bidonvilles des pays du Sud, celle-ci a travaillé sur une importante politique de dérégulation urbaine, une politique de vente directe des parcelles aux habitants et un travail sur la mise en relation (quand faire -et vouloir – se pouvait) entre habitants et architecte ou constructeur. Le principe, là encore, était de limiter le nombre d'intermédiaires, et d'investir, dans le cas précis, les habitants de la construction de leur ville, qui avait longtemps été décriée pour son homogénéité et sa froideur.

On comprend pourquoi cette ville est devenue un modèle pour un membre de gouvernement néo-libéral et pour un présentateur de télévision convaincu de l'intérêt qu'il y a à laisser s'exprimer architecturalement l'individualité de tous les habitants. La ville est en quelque sorte la concrétisation d'une partie des messages véhiculés par les émissions de notre corpus et que nous avons développés dans le second chapitre : une maison individuelle, thématisée, ostentatoire, décontextualisée et qui n'a rien à faire de son voisin. Le résultat, dont le quartier *Homeruskwartier*¹⁰⁵

104 Hugo Crespy, *La notion d'identité urbaine dans la conception de la ville d'Almere*, Mémoire sous la direction de Georges Prévélakis, Paris I, 2012. On trouvera en annexe un exemplaire de ce travail.

105 Un quartier, encore en construction, dont le plan masse et les grands principes urbains sont dessinés par une agence d'architecture néerlandaise... OMA !



- Le schéma polynucléaire d'Almere, schéma de 1983,

(Source : Projektburo Almere)

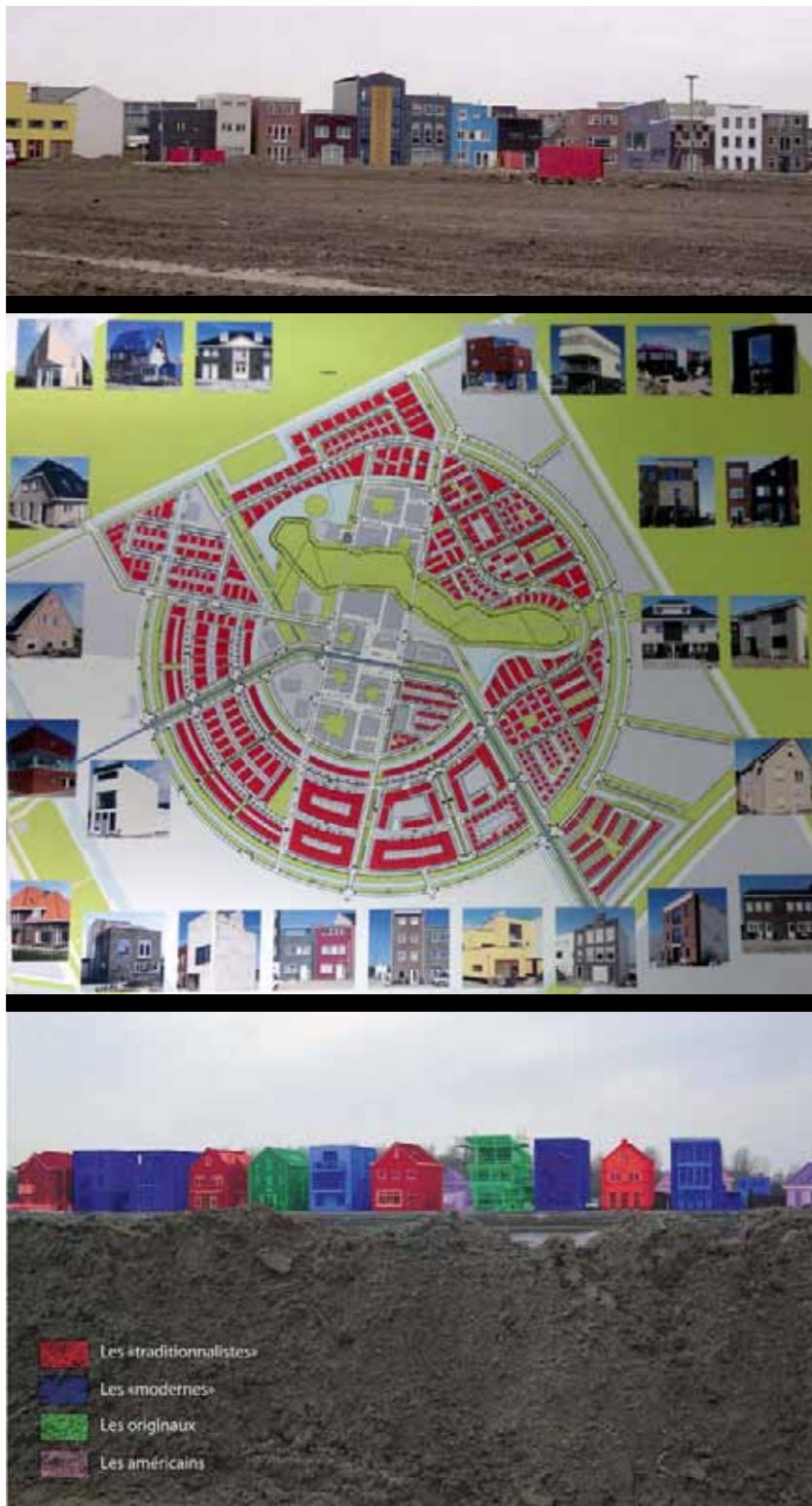
- Maquette du centre-ville, exposée au Centre d'architecture de la ville, (Source : collection personnelle)

- Skyline du Centre-ville, vue depuis l'autre rive du Weerwater, (Source : collection personnelle)

est l'exemple le plus parlant, est un patchwork apparemment sans cohérence intrinsèque, si ce n'est le gabarit général des logements. Formellement, et malgré la liberté architecturale remarquable dont les habitants ont bénéficié, leurs réalisations reprennent pourtant les principes de thématisation défendus par la majorité des émissions de notre corpus.

Ainsi, on peut commencer à dresser une typologie de ces thèmes :

- les traditionnalistes : qui reconstruisent l'image d'Epinal de la ferme néerlandaise avec son toit de chaume, lorsqu'ils doivent construire une maison isolée sur sa parcelle, ou ceux qui, lorsqu'ils sont en milieu urbain, reproduisent le cliché de la maison de ville néerlandais : pignon en façade, maison élancée, brique rouge.
- les pseudos « modernes » : qui veulent sans doute trancher avec leur précédent voisin et témoigner d'une volonté d'aller de l'avant et de refuser toute nostalgie face à une histoire fantasmée. Ces derniers s'inspirent ainsi de l'esthétique moderne comme pour leur faire un pied de nez et reproduisent tous en masse la maison de Jacques Tati, la villa Arpel dans *Mon Oncle*, en 1958. Toits terrasses, fenêtres en bandeaux, cour en gravier, béton blanc apparent, gabarit monolithique... se succèdent ainsi, sans prendre en considération l'implantation dans l'environnement : quelle est par exemple la pertinence d'un toit terrasse dans un pays avec des précipitations annuelles moyennes de 750mm ?
- les « américains » : qui reproduisent quant à eux des grandes villas de la suburbia étatsunienne, telle que mises en scène dans les films hollywoodiens. On y retrouve de grands porches avec des stucs néo-classiques, de grands garages, une pelouse bien tondu...



Construire la ville “rue à la télé”

- *Elévarions d'Homeruskwartier, Masterplan OMA,*
(Source : collection personnelle)
- *Plan d'Homeruskwartier,* (Source : Exposition Making Almere, mai 2012)
 - *Essai de typologie,* (Source : collection personnelle)

- les « originaux » : catégorie résiduelle qui fait souvent appel à des architectes (mais nous retrouvons souvent des réalisations d'architectes dans les catégories précédentes, en particulier chez les « modernes » !) et dont l'esthétique détonne par sa non filiation aux trois autres catégories, et son caractère unique dans le paysage. Cette catégorie n'a pas vraiment de cohérence intrinsèque, si ce n'est son refus d'appartenir à un style particulier : par opposition aux trois autres catégories, les habitants ont en commun ces mêmes valeurs anticonformistes.

A l'exception de la dernière catégorie, le paysage urbain trahit un conditionnement plus ou moins conscient des goûts des habitants. Mais ces catégories ne sont pas sans rappeler les thèmes eux-mêmes véhiculés par les émissions de notre corpus : les thèmes « traditionnalistes » et « modernes » ne rappellent-ils pas le choix cornélien qui s'impose à tout habitant voulant faire refaire son salon par D&Co : « Toi tu es plutôt « brocante » ou « moderne » ? Contrairement aux intentions de départ, la ville ne réussit que moyennement à se créer une image de ville en constante mutation et en devient assez prévisible.

Ainsi, les émissions à thématiques architecturales, porte-parole d'enjeux économiques et politiques majeurs encouragent-elles à une redéfinition des rôles de maîtrise d'œuvre et de maîtrise d'ouvrage, quitte à suppléer, comme c'est le cas au Royaume-Uni, à l'assistance à la maîtrise d'ouvrage et conseiller les politiques à venir. Mais cette redistribution des rôles ne se fait-elle pas également à l'échelle du projet architectural ?

III – L'architecte et l'habitant

Ou de l'influence des émissions de notre corpus sur la pratique architecturale

a) « L'architecte... qui ? »

Alors que ces émissions à thématiques architecturales prennent en Europe de plus en plus de place dans le débat public, que se développent de plus en plus d'initiatives encourageant le *Do-it-yourself* dans la construction du bâti¹⁰⁶, sous quelles modalités se déroulent aujourd'hui les relations entre la maîtrise d'ouvrage et l'architecte ? La diffusion de modèles architecturaux et de production du bâti à travers les émissions de télévision influe-t-elle sur les rapports entre architecte et maîtrise d'ouvrage ? Il semblerait que ceux-ci se déroulent avant tout sous le signe d'un désintérêt réciproque.

Selon le sondage « Les Français et l'architecture »¹⁰⁷, ces derniers, qui pensent à 45% (65% des personnes sans diplôme) que la discipline est une discipline artistique avant d'être technique voire les deux (respectivement 33% et 21%), estiment que l'architecture est un luxe onéreux à 82%. D'après cette étude, on constate également que si les missions de l'architecte liées à la conception du projet sont largement connues, il est une figure moins bien associée à la construction : seuls 67% et 68% de la population savent par exemple que l'architecte maître d'œuvre s'occupe du choix et de la coordination des entreprises intervenantes ou doit respecter les coûts et délais de construction. Quant à la question de savoir si le recours à l'architecte devrait systématisé, quelque soit la taille de la construction, les opinions sont très mitigées : 48 sont contre ou plutôt contre, 50% sont pour ou plutôt pour. Ces quelques

¹⁰⁶Nous pouvons également citer, en plus des programmes britanniques de Grant Shapps et Kevin McCloud et d'Almere, la construction de l'éco-quartier de Tübingen, en Allemagne, qui est diffusé comme un exemple du genre dans toute l'Europe.

¹⁰⁷Sondage réalisé en août 2011 par le cabinet IPSOS, pour le compte d'AMC et du Moniteur, dont les résultats sont consultables en détail dans les annexes.

chiffres témoignent bien d'un sentiment général selon lequel l'architecte n'est pas une figure associée dans l'imaginaire collectif à la construction du logement individuel et ne correspond pas aux attentes d'un marché qui se dirige vers le *Do-It-Yourself*. De plus 55% des personnes interrogées s'estiment également mal informées « sur le métier d'architecte et les prestations qu'il propose à un particulier souhaitant construire une maison ». Au Royaume-Uni, les résultats d'une étude similaire conduite en 2012 par YouGov pour le site *inbuilding.org*¹⁰⁸ indiquent des résultats peu encourageants : 15% ignorent que l'architecte dessine le projet et 22% qu'il s'occupe des dessins techniques.

Si les amateurs du *Do-It-Yourself* n'auraient ainsi pas de raison, selon eux, de se tourner vers un architecte dont la pratique ne correspond pas, dans l'imaginaire, à leurs attentes, il est intéressant de souligner, à la suite de l'architecte Charles Holland, associé de l'agence FAT architecture, que ce sentiment est réciproque. Selon lui¹⁰⁹, en effet, « le *Do-It-Yourself* est souvent dénigré car il est la manifestation d'une classe de propriétaires essentiellement conservatrice. Tandis que les activités d'autoconstruction *ad hoc* de la contre culture et de groupe sociaux marginaux peut de temps en temps intéresser des architectes, la pratique des habitants qui rénovent leur logement avec les techniques du *Do-It-Yourself* est considérée comme un art de vivre irrémédiablement petit-bourgeois. » Selon l'architecte, un tel mépris et désintérêt de la profession est regrettable, spécialise l'action de l'architecte pour la grosse commande (FAT Architecture est à ce titre célèbre pour avoir très tôt fustigé la modalité d'évaluation du concours) et creuse le fossé entre la maîtrise d'œuvre et une maîtrise d'ouvrage potentielle.

¹⁰⁸Les résultats de cette étude sont repris dans l'article de Elizabeth HOPKIRK, « Architects face uphill struggle for public recognition », in www.bdonline.co.uk/architects-face-uphill-struggle-for-public-recognition/5040038.article, page consultée le 17/01/2013

¹⁰⁹« *Do-It-Yourself* is often denigrated because it is the manifestation of an essentially conservative, home-owning class. Whilst the ad-hoc, self-build activities of the counter culture and marginal social groups may occasionally interest architects, the activities of *Do-It-Yourself* home improvers are regarded as irredeemably petit-bourgeois. » in Charles HOLLAND, *Disko 21 – A Secret History of Architecture*, Herausgeber, Nuremberg, 2011



Analyse des termes les plus récurrents dans les posts d'un forum de décoration, sur un mois et demi

(Posts du 01/11/2013 au 15/12/2013,
extraits de http://forum.doctissimo.fr/viepratique/decoration/liste_sujet-1.htm)

b) De nouvelles demandes de la maîtrise d'ouvrage ?

Si l'association entre partisans du *Do-It-Yourself* et architectes ne semble pas être des plus fructueuses, peut-on évaluer l'impact des émissions de télévision à thématique architecturale sur le grand public et plus particulièrement dans l'évolution supposée de l'énoncé de la demande faite aux architectes ? Les émissions de notre corpus contribuent-elles à informer et constituer une maîtrise d'ouvrage plus compétente ?

Notre axe de recherche, exhaustif, n'a pas fait de la réception de ces émissions son angle d'attaque : en effet, rien n'ayant été écrit jusqu'alors sur ces émissions, il nous paraissait intéressant d'analyser avant tout le message de ces programmes et les stratégies persuasives qui y sont attachées. Si il nous paraît évident que la réception devrait faire l'office d'une étude rigoureuse dédiée, nous pouvons néanmoins dans le cadre de ce mémoire émettre quelques hypothèses : méthodologique tout d'abord puisque, à défaut d'un recours onéreux au sondage, l'analyse des forums et des entretiens avec des architectes nous paraît être une méthode de recherche intéressante qui peut porter ses fruits ; sur le fond enfin, nous présenterons des pistes d'analyse de cette réception.

Nous avons ainsi procédé à l'analyse systématique de tous les messages postés dans la partie généraliste du forum du site doctissimo.fr¹¹⁰, entre le 1er novembre et le 15 décembre 2013. Le choix de ce site s'explique pour deux raisons : sa fréquentation et sa non-filiation à une chaîne particulière. Il est donc neutre, et on peut donc espérer une répartition équilibrée entre les spectateurs de chaque émission de notre corpus. Une analyse de la récurrence des termes utilisés permet de se faire une idée générale, à un moment précis, des interrogations du grand public autour des questions d'aménagement intérieur et d'architecture. Les

¹¹⁰Voir http://forum.doctissimo.fr/yiepratique/decoration/liste_sujet-1.htm

résultats de cette étude figurent dans le « nuage de mots » ci-contre. On peut en tirer quelques enseignements :

- Une évidence, mais à rappeler néanmoins : les formules de politesse, voire cordiales, qui sortent ces échanges d'un contexte mercantile et les intègrent dans un esprit communautaire (bonjour, merci, comment...)
- l'importance des verbes d'action (faire, mettre, trouver) et des modalisateurs (pouvoir, vouloir), souvent conjugués à la première personne, qui rappelle la réappropriation personnelle du public des conseils des émissions, la volonté d'être actif dans le projet et l'énoncé d'un projet personnel.
- Les verbes et termes liés à la création et qui indiquent bien la volonté des internautes d'être partie prenante des processus de conception : sais, pense, idée...
- La récurrence de termes liés à la dimension économique des travaux : moins, plus, euros, prix, cher, acheté, magasins, temps... qui rappelle les enjeux financiers des pratiques amatrices du « fait maison »
- L'importance des questions esthétiques (style, couleurs, gris, noir, blanc, prune, figue, bois...) : les internautes se demandent des conseils les uns les autres. La seule présence des couleurs blanc, noir, gris, prune et figue n'est pas sans rappeler les grands principes de décoration de *D&Co*, d'Aurélie Hémar et de *Tous ensemble avec Marc-Emmanuel* (un mur coloré, tandis que le reste est soit blanc, beige, gris ou noir) et leur gamme chromatique (prune et figue.. il manque le rouge et le taupe).
- En terme techniques, certains termes renvoyant à des outils de représentation de l'architecte sont mentionnés (plan, « simu » [pour simulation 3D]), d'autres renvoient à la matérialité du projet (bois, mur/murs, carrelage, angle)
- Sur les projets en eux-mêmes la récurrence de certaines pièces spécifiques tend à confirmer la même hiérarchie que celle introduite

dans les modèles de distribution mis en avant par *D&Co* ou *Tous ensemble avec Marc-Emmanuel*¹¹¹ : cuisine, dressing, « choix moderne »...

Cette ébauche d'étude quantitative permet ainsi de vérifier la réappropriation des modèles architecturaux véhiculés par les émissions de notre corpus. Cette dynamique de construction d'une demande par la référence au modèle vu à la télévision, qui débouchera sur les productions architecturales d'Almere, peut également être vérifié par des entretiens. Ainsi, à la suite d'un entretien avec un commercial du constructeur de maisons individuelles, les *Maisons du Soleil*, à Pau, en avril 2010, il nous avait été expliqué peu ou prou : « Ce qu'ils veulent les gens aujourd'hui ? Oh faut pas chercher bien loin : ils veulent ce qu'ils ont vu à la télé. Avec Damidot. Ils demandent la suite parentale, bien isolée, avec le dressing ; un grand séjour avec une cuisine américaine ; être un peu séparé des enfants, etc. » Certains architectes commencent également à s'exprimer sur l'influence que peuvent avoir ces programmes sur leur rapport à la maîtrise d'ouvrage. Ainsi l'agence britannique Devlin Architects publiait sur son blog le 28 octobre 2012¹¹² une mésaventure : un client qui avait pris la décision d'arrêter son contrat pour faire cavalier seul, « grandement influencé par *Grand Designs* ». Selon l'agence « Le portrait que dresse de la profession *Grand Designs* est une simplification du rôle de l'architecte qui se cantonne à faire des dessins, de temps à autre, une maquette, ou un choix de tuile. Parfois, il se contente juste de porter du noir. »

c) Repenser les méthodologies de projet ?

Pour certains architectes encore, il serait manichéen que d'opposer aussi simplement la figure de l'habitant-bâtisseur, promue par les programmes de notre corpus, à celle de l'architecte, mystérieusement

¹¹¹Voir chapitre II – II - b)

¹¹²<http://devlinarchitects.blogspot.co.uk/> , page consultée le 20/11/2012

absente de la télévision. Pour Charles Knevit¹¹³, la télévision remplit un rôle pédagogique et peu, malgré tout permettre de sensibiliser le grand public aux problématiques architecturales.

Pour Charles Holland¹¹⁴, l'importance croissante du *Do-It-Yourself*, liée à l'augmentation d'émissions qui leur sont consacrées, doit faire réfléchir la profession sur son rapport à sa méthodologie de projet, son rapport au temps et à la question de la paternité d'un bâtiment. Selon lui, « l'amateur de *Do-It-Yourself* change constamment le bâtiment original, modifiant la vision de l'architecte et devient une sorte de co-auteur. Sur le long terme, d'autres propriétaires vont faire plus de changements, modifiant les modifications déjà réalisées de telle sorte que le bâtiment deviendra un morceau de bricolage collectif. » A la suite de Barthes, il prédit ici la Mort de l'architecte, dont il fait une véritable méthode de projet personnelle¹¹⁵. Le projet qu'il a réalisé, la destruction/reconstruction de 23 logements à Islington Square à Manchester, s'inspire de ce travail et a motivé et orienté son processus de concertation avec les habitants. Après une rencontre à leur ancien domicile, FAT a consigné et analysé les altérations successives auxquelles avaient été soumis les logements. « Cependant, FAT a approché cette matière non pas comme un problème qui devait être résorbé mais comme une source d'inspiration. En évitant des jugements de valeur moraux/esthétiques, l'agence a essayé de comprendre leurs rôles fonctionnel, symbolique et décoratif dans la maison. Le projet final fait ainsi des goûts personnels et des adaptations des propriétaires des éléments vitaux des nouveaux logements. (...) Les goûts *Do-it-yourself* des résidents sont devenus une partie du dessin du

113Cité dans « Does architecture need television ? » sur bdonline.co.uk, article du 13/07/2012, <http://www.bdonline.co.uk/does-architecture-need-television/?/5039676.article> , consulté le 25/09/2013

114Opus cité

115 « However, FAT approached this material not as a problem that needed clearing up, but as a source of inspiration. By avoiding moral/aesthetic value judgements, the office attempted to understand their functional, symbolic and decorative roles within the house. The subsequent design positions personal taste and owner adaptation as vital components of new housing. (...) The Do-It-Yourself taste of the residents became part of the design (...). » in Charles HOLLAND, « Questions of Taste », in *Architectural Design*, N°81, pp.90-97, article présenté dans les annexes

projet. » Selon lui, les préférences des résidents pour un modèle de logement pavillonnaire ont été prises en compte et combinées avec les objectifs de densité de la municipalité, conduisant à une nouvelle typologie.

Face à une maîtrise d'ouvrage potentielle qui exprime de plus en plus ses souhaits et ses goûts, largement inspirés des modèles véhiculés par les programmes de notre corpus, l'architecte doit faire face à de nouveaux enjeux. Enjeu de légitimité, il est aujourd'hui contraint de justifier de sa plus-value dans un contexte où tout le monde pourrait tout réaliser soi-même ; enjeux de projet : comment concilier la démarche réflexive du projet architectural avec les images d'Epinal figées qui conditionnent la culture et la demande architecturale populaire ? Si ce mémoire s'est donné pour objectif de soulever cette interrogation, selon nous, cruciale pour l'avenir de la profession, il ne donnera pas lieu à un énoncé prescriptif, convaincus que nous sommes que la réponse à ses questions découle d'une démarche empirique et personnelle de projet, au contact de la maîtrise d'ouvrage.

Conclusion

L'explosion du nombre d'émissions de vulgarisation des thématiques architecturales est ainsi susceptible d'influencer durablement une culture architecturale populaire. En présentant l'architecture non pas comme une discipline en soi, mais comme l'avatar d'un habitant individualisé en crise, en encourageant ces habitants à s'emparer de la création de leur logement « à eux », dans un contexte de crise identitaire et économique, les programmes de notre corpus réinventent les jeux d'acteurs traditionnels à l'œuvre dans la construction du logement.

Les intermédiaires, dont l'architecte, deviennent ainsi superflus face à cette nouvelle figure de l'habitant-bâtisseur, adepte du *Do-It-Yourself*. Acteurs d'un réseau économique voire ambassadeurs d'un projet politique et sociétal, ces programmes deviennent de nouveaux assistants à la maîtrise d'ouvrage, diffusant des conseils, techniques, bonnes adresses... jusqu'à des modèles architecturaux, aussi facilement reproductibles qu'un patron de tricot. Si des villes commencent à se constituer sur ce modèle (on pense notamment à Almere aux Pays-Bas), elles permettent d'illustrer les faillites de ce système : au lieu d'encourager l'expression de l'identité propre aux habitants, il les enferme dans des catégories marketing et contribue à une homogénéisation de fait du paysage urbain.

A l'aune de cette prise de conscience populaire, grâce aux émissions de notre corpus, des enjeux de la personnalisation de l'architecture et de sa décoration par les habitants eux-mêmes, la figure de l'architecte se réinvente et réinvente ses méthodes de projet.

Ce mémoire s'est attaché à un objet d'étude peu étudié qu'il a tâché de rendre plus lisible en y distinguant des logiques de représentation, des modèles véhiculés, des jeux d'acteurs spécifiques... Pour reprendre notre distinction originelle, nous avons plus analysé les éléments constitutifs

d'une culture architecturale de masse, que la réappropriation populaire de ces éléments que nous n'avons pu qu'effleurer dans le troisième chapitre. Face à l'ampleur de la tâche, nous regrettions ainsi de n'avoir pu analyser de manière plus exhaustive les questions de la réception de ces émissions qui pourrait faire l'objet d'un travail de recherche en tant que tel.

Bibliographie

Emissions de télévision consultables sur internet :

- Reyner BANHAM, *Reyner Banham Loves Los Angeles*, Londres, BBC, 1972

Consultable à <http://www.youtube.com/watch?v=WIZ0NbC-YDo> , page consultée le 05/01/2014

- *Du Côté de chez vous* :

TF1 Productions (producteur) et Agathe PICHARD (réalisateur), *La Roseraie*, TF1 Production 2012; Episode visible sur internet :

<http://videos.tf1.fr/du-cote-de-chez-vous/la-roseraie-7805753.html> , page consultée le 05/01/2014

TF1 Productions (producteur) et Antoine VOITURIEZ (réalisateur), *La Maison dans la Forêt*, 2012 ; Episode visible sur internet :

<http://videos.tf1.fr/du-cote-de-chez-vous/maison-dans-la-foret-7865840.html> , page consultée le 05/01/2014

- *La Maison préférée des Français* :

MORGANE PRODUCTION(producteur) et FABRICE M., (réalisateur) (2013). « La maison préférée des français 2013 ». Diffusée sur France 2.

- *La Maison France 5* :

HL Productions (producteur) et Pierre QUATREFAGES (réalisateur), *La Maison France 5*, émission du 12/07/2012; Episode visible sur internet :

http://www.youtube.com/watch?v=v7_Ei5Fp9Ls, page consultée le 05/01/2014

HL Productions (producteur) et Pierre QUATREFAGES (réalisateur), *La Maison France 5*, émission du 18/07/2012, ;Episode visible sur internet :

<http://www.youtube.com/watch?v=njxsrUOoTno> , page consultée le 05/01/2014

- *Tous ensemble avec Marc-Emmanuel* :

COURBET J. et MATTHIEU N. (producteur) et MUGLER A., (réalisateur) (2013). Tous ensemble avec Marc-Emmanuel , émission du 14/09/2013. Diffusée sur TF1.

COURBET J. et MATTHIEU N. (producteur) et MUGLER A., (réalisateur) (2013). « Tous ensemble avec Marc-Emmanuel », émission du 21/09/2013. Diffusée sur TF1.

- *D&Co – une semaine pour tout changer*

ADLTV (producteur) et Nicolas SERVENT (réalisateur), « Valère et Céline », épisode n°40 diffusé le 02/04/2013; Page de l'émission consultable sur internet : <http://www.deco.fr/emission-deco/deco/emission-d-co-une-semaine-pour-tout-changer-du-2-avril-2013-sur-m6-720.html>, page consultée le 05/01/2014

ADLTV (producteur) et Nicolas SERVENT (réalisateur), « Bertrand et Marion », épisode n°43 diffusé le 24/09/2013; Page de l'émission consultable sur internet : <http://www.deco.fr/emission-deco/deco/emission-d-co-une-semaine-pour-tout-changer-du-24-septembre-2013-sur-m6-766.html> , page consultée le 05/01/2014

Sur les émissions de notre corpus

- CHIRON E., « Télévision : *Tous ensemble* ... mais pas trop » publié dans Sud Ouest, 03/10/2012; <http://www.sudouest.fr/2012/03/10/tous-ensemble-mais-pas-trop-654790-1639.php>, page consultée le 05/01/2014

- DE LEGGE Eric, « Valérie Damidot : nouvelle star du business », in

www.journaldunet.com, publiée le 03/12/2008,
<http://www.journaldunet.com/economie/communication/enquete/valerie-damidot-la-nouvelle-star-des-produits-derives/valerie-damidot-la-nouvelle-star-des-produits-derives.shtml> , page consulté le 20/12/2013

- PELTIER – LE DINH Sophie, *Un Book Trailer, des Books Trailers : bande-annonce littéraire de mauvais genre ?*, mémoire sous la direction de Véronique Richard, Paris, CELSA, 2012

Sur la représentation de l'architecture à la télévision

Sur la distinction entre culture d'élite et culture populaire

- ADORNO Theodor et HORKHEIMER Max, *La dialectique de la raison, fragments philosophiques*, Paris, Gallimard, 1974

- BOURDIEU Pierre, *Sur la télévision*, Paris, Raisons d'agir, 1996

- DE CERTEAU Michel, *L'invention du quotidien, tome 1 : Arts de faire*, Paris, Gallimard, 1990

- COULANGEON Philippe, *Sociologie des pratiques culturelles*, Paris, La découverte, collection « Repères Sociologie », 2010

- DUMAZEDIER Jacques, *Vers une civilisation du loisir ?*, Paris, Seuil, 1962

- MORIN Edgar, *L'esprit du temps, essai sur la culture de masse*, Paris, Grasset, 1962

- VEDEL Thierry, in *Baromètre Politique Français (2006-2007)* CEVIPOF-Ministère de l'Intérieur

- PELTIER – LE DINH Sophie, *La musique classique télévisée : frontières entre l'art et la médiation. Le cas de La Boîte à Musique*, mémoire sous la direction de Véronique Richard, Paris, CELSA, 2011

- KIMBALL Roger, « Making a Spectacle of Architecture on PBS » in *The New Criterion*(New York), Volume 4, 1986

- SAINT-GENIS Agathe, *Le logement et sa publication*, mémoire sous la direction de P.Bourlier, I.Chesneau, S.Nivet et JL.Volleau, Paris, ENSAPM, 2012

- STERN Robert, *Tradition and Invention in Architecture, Conversations and Essays*, New Haven, Yale University Press, 2011

Sur la question de l'identité

- ASCHER François, *Les nouveaux principes de l'urbanisme suivi de Lexique de la ville plurielle*, éditions L'aube, Paris, 2010

- FOUCAULT Michel, *Les Hétérotopies - Le Corps Utopique*, Paris, Éditions Lignes, 2009

- HOMERE, *L'Odyssée*, v.320, chant X, traduction de Philippe Jaccottet, éditions La découverte, Paris, 2004

Sur la question du rapport entre architecture et images

- AUGE Marc, *L'impossible voyage, le tourisme et ses images*, Paris, Payot, collection Rivages, articles publiés entre 1992 et 1996, publié en 1997

Sur la ville d'Almere

- BARTHES Roland, "Sémiologie et urbanisme", conférence, 1963, et "Le message publicitaire" in *L'aventure sémiologique*, Paris, Seuil, 1985
- CRESPY Hugo, *La notion d'identité urbaine dans la construction de la ville d'Almere*, Mémoire sous la direction de G. Prévélakis, Paris I, 2012

- CHOAY Françoise, *Pour une anthropologie de l'espace*, Paris, Le Seuil, collection La couleur des idées, articles publiés entre 1966 et 1980, publié en 2006

- COLOMINA Beatriz, « Media as Modern Architecture », in *EXIT* #37, article consultable à : <http://www.exitmedia.net/prueba/eng/articulo.php?id=294> , page consultée le 05/01/2014

- DEBRAY Régis, *Vie et mort de l'image*, Gallimard, Paris, 1992

- MONDZAIN Marie-José, « Aborder l'image », in *Esthétique & Société*, ouvrage coordonné par Colette TRON, Paris, L'Harmattan, 2009

- VENTURI Robert, SCOTT BROWN Denise et IZENOUR Steven, *Learning from Las Vegas, the forgotten symbolism of Architectural form*, Oxford, MIT Press, 1972

Sur la question de l'émergence des figures amatrices dans les filières professionnelles

- BENJAMIN Walter, *L'auteur comme producteur*, conférence de 1934, Paris, La Fabrique, 2003

- COHEN Jean-Louis, "le producteur comme auteur", in *AMC*, n°1, 1983

- DEBARRE Anne, *Professionnels de la conception: analyse des pratiques et de leur rapport à la qualité architecturale et à l'innovation dans quatre sociétés de promotion privée*, Paris, ACS, 1988

Sur la question de l'homogénéisation du cadre bâti

- MANGIN David, *La ville franchisée : formes et structures de la ville contemporaine*, Paris, Les éditions de la Villette, 2004

- CHAUVIER Eric, *Contre Télérama*, Paris, Allia, 2011

- CHARMES E., « La vie périurbaine face à la menace des gated communities », L'Harmattan. Ville et Entreprises, 2005

- CRESPY Hugo, HYAFIL Coralie, LAROSE Frédéric et SAMPOUX Elise, *Lieux et Hauts Lieux des densités intermédiaires*, mémoire sous la direction de Xavier Desjardins et Antoine Fleury, Paris I, 2013

- De JARCY Xavuer et REMY Vincent, « Comment la France est devenue moche » in *Télérama*, article du 13/02/10, consulté sur http://www.telerama.fr/monde/comment-la-france-est-devenue-moche_52457.php le 02/11/13