

SOMMAIRE

6	PREFACE
10	INTRODUCTION
13	PARTIE 1 DEFINITION ET INTERETS DE L'AUTOPROMOTION
14	HABITAT GROUPE ET AUTOPROMOTION
14	Découverte de l'habitat groupé
19	L'habitat groupé urbain et rural
21	Les formes de l'habitat groupé
32	INTERET POUR L'INDIVIDU
34	Vivre en ville
35	Personnaliser son logement
36	Construire de manière économe
39	Vivre différemment avec son/ses voisin/s
42	INTERET POUR LA COLLECTIVITE
44	Etalement urbain et transport
48	De la nature en ville (problématique de la biodiversité)
50	Une approche architecturale originale
54	Une démarche citoyenne engagée
55	Une réponse sociale
60	Un outil d'aménagement
80	LA VIE DU GROUPE
80	Les attitudes en groupe
87	L'organisation interne
97	L'accompagnement professionnel

105 PARTIE 2 REALISER UN PROJET EN AUTOPROMOTION**106 LE COLLECTIF ET LE TERRAIN**

- 106 Constituer un collectif de projet
- 121 Trouver un terrain !
- 126 La question des structures juridiques

142 LES ETUDES TECHNIQUES ET ARCHITECTURALES

- 142 Quelques repères...
- 151 La conception architecturale appliquée à l'autopromotion
- 155 Les finances en phase d'études
- 165 Les arbitrages de projet en phase d'études

170 LE CHANTIER

- 170 Les marchés de travaux
- 174 Une maîtrise d'ouvrage atypique
- 179 Les finances et la répartition des coûts par lot en phase de construction
- 184 L'évolution des travaux, du démarrage du chantier à la réception de l'ouvrage
- 197 La question des visites du bâtiment et des médias

204 LA VIE DE VOISINAGE

- 204 Approche sensible
- 211 Les règles de fonctionnement
- 212 La gestion administrative et financière
- 215 La gestion des espaces communs
- 219 La vie entre voisins
- 223 Les travaux collectifs
- 224 La revente d'un bien en habitat groupé

228 PROSPECTIVE**230 INDEX****236 BIBLIOGRAPHIE****238 GLOSSAIRE**