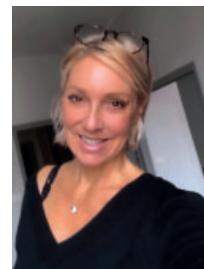


L'AGENT IMMOBILIER : TISSEUR D'HISTOIRES, PROFESSIONNEL DE LA TRANSITION HUMAINE



Quand le logement devient langage, l'agent en devient l'interprète, entre mémoire et projection.

NATHALIE GARDES
Maître de conférences HDR
Responsable pédagogique des licences métiers de l'immobilier



Si, comme le soutient Paul Ricoeur, l'identité se tricote au fil des récits que nous composons de nous-mêmes, alors vendre ou acheter un bien immobilier ne relève pas simplement de l'action marchande : c'est une scène de réécriture existentielle. Le vendeur détisse une part de lui-même en quittant un lieu hanté de souvenirs, tandis que l'acheteur, projette un avenir sur des murs encore inconnus. Vendre ou acheter une maison devient ainsi un rite de passage, un entre-deux dans lequel le passé et le futur dialoguent silencieusement. Sur un même lieu, deux récits qui se croisent puis s'éloignent. L'agent immobilier y intervient comme un modeste narrateur secondaire, un "tisseur d'histoires" qui aide à déplacer les frontières du soi.

Un médiateur de la séparation pour le vendeur

Certes, le vendeur attend du concret : un prix qui ne blesse pas, des visites sans chaos, des contrats sans piège. Il espère aussi, souvent sans le dire, une réactivité sans faille, des retours rapides, une présence presque vigilante - comme si l'agent devait à la fois être partout et maintenant, au rythme fiévreux d'une attente qui ne supporte ni le vide, ni le délaï. Vendre vite, oui, mais sans précipiter le cœur. Mais ce qu'il n'ose formuler, c'est son besoin de douceur : Que l'on respecte les fantômes du lieu ; que l'on ne brusque

pas la rupture. Ce sont là les signes d'un contrat psychologique implicite¹, tissé en filigrane : l'agent n'est pas simplement un prestataire, il est le garant de la valeur affective conservée. Il devient alors tisseur – non pas de mensonges, mais d'élégance narrative. Il écoute les souvenirs comme on écoute une vieille chanson qui serre la gorge. Il habille les pièces d'un *home staging* non pas pour dissimuler, mais pour apaiser. Il facilite le lâcher-prise sans brutalité, en faisant de l'acte de vendre un acte de soin.

Un médiateur de désir pour l'acheteur

Avec l'acheteur l'agent joue ici un autre rôle. Entre budget, fantasmes et pressions conjugales, l'acheteur cherche une maison, dit-il, mais il cherche en vérité une scène pour son avenir. Derrière les critères apparents (trois chambres, un jardin, pas trop loin du tram), il devine : le besoin d'un renouveau après un divorce ; la quête d'un ancrage pour une famille éparse ; le rêve d'un silence que seule une terrasse en pente sud peut offrir. Il propose, il rassure, il oriente. Il est traducteur d'intentions diffuses, révélateur de futurs latents, gardien d'une vision encore informe mais vibrante. Mais surtout, il articule – entre les hésitations de l'acheteur et la cohérence possible de sa vie. Il transforme la recherche en quête, l'habitat en promesse.

A La croisée des récits – L'agent comme médiateur de transformation

Moins qu'un simple exécutant contractuel, l'agent immobilier est un médiateur de destinées, un facilitateur de transitions existentielles. Il est rarement « choisi » pour ses seules compétences techniques – il est, plus profondément, « embauché » pour accompagner un progrès dans la vie de ses clients : sécuriser, recommencer, rêver à nouveau. Le cadre théorique du Job to Be Done, tel que proposé par Clayton Christensen (2016)², offre une lecture éclairante de cette dynamique. Le client ne cherche pas tant à acquérir pu vendre

un bien qu'à résoudre un problème. Le « job » à accomplir est dans ce cadre multidimensionnel. Fonctionnel : trouver un bien conforme au budget, à l'emplacement, aux critères rationnels, offrir un cadre d'achat / vente rassurant. Mais aussi émotionnel : être entendu dans ses hésitations, avancer sans pression...

Dans cette symétrie de désirs et d'ambivalences, l'agent immobilier joue une partition subtile. Il n'offre pas, il déchiffre. Il ne vend pas, il traduit. Il capte les attentes implicites comme on perçoit, dans un regard, une hésitation ; dans un silence, un espoir enfoui.

Son art réside dans une écoute sensible, attentive non seulement aux mots, mais surtout à ce qui les borde : les silences, les contradictions, les gestes inquiets ; une posture d'interprète, presque d'analyste, qui décèle ce que l'autre ne sait pas encore formuler ; une capacité à relier un besoin latent – fonctionnel, émotionnel, narratif – à un espace réel, à une maison, un quartier, une lumière.

Conclusion

Ainsi, l'agent devient géographe des désirs invisibles, cartographe des territoires affectifs. Il ne se contente pas de conclure une transaction : il oriente une reconfiguration narrative du chez-soi. Il réduit l'incertitude, non par de simples assurances, mais par une présence rassurante, solide dans la technique, souple dans l'écoute.

Et dans cette croisée des récits – entre l'attachement du vendeur et la projection de l'acheteur, l'agent incarne, de manière discrète mais essentielle, le professionnel de la transition humaine. Sa mission n'est pas seulement d'assurer une bonne fin : c'est de donner forme au passage, en respectant la logique du service tout en honorant la logique identitaire. ■

Nathalie Gardes

¹ Guo, L., Gruen, T. W., & Tang, C. (2016). Seeing relationships through the lens of psychological contracts: The structure of consumer service relationships. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 44(6), 646–665.

² Christensen, C. M., Hall, T., Dillon, K., & Duncan, D. S. (2016). *Competing Against Luck: The Story of Innovation and Customer Choice*. HarperBusiness.

