

GROUPE DE TRAVAIL

« Développement et sécurisation de l'économie de la fonctionnalité »



©Metamorworks/AdobeStock

AVIS

NOR : ECOC2424799V

Adopté le 18 septembre 2024

Présidence

Ambroise PASCAL

Délégué à la transition écologique

Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF)

Rapporteurs

Au titre du collège des associations de défense des consommateurs

Familles rurales

représentée par **Elsa COHEN**

Au titre du collège des organisations professionnelles et entreprises assurant des missions de service public

Mouvement des Entreprises de France (MEDEF)

représenté par **Pascale BARTHOMEUF-LASSIRE**, de l'Alliance du commerce - UCV (Union du grand commerce de centre-ville)

SOMMAIRE

1.	CONTEXTE	4
2.	MANDAT	4
3.	AVIS DU CONSEIL NATIONAL DE LA CONSOMMATION	5
3.1	RECOMMANDATION N° 1 : GARANTIR L'APPLICATION PLEINE ET ENTIÈRE À L'EFC DU DROIT DE LA CONSOMMATION, NOTAMMENT EN MATIÈRE D'INFORMATION DU CONSOMMATEUR	5
3.2	RECOMMANDATION N° 2 : PRÉCISER LES MODALITÉS PRÉVUES EN CAS DE DYSFONCTIONNEMENT DU BIEN ET DISPOSER D'UN SERVICE CLIENT EFFICIENT ET ADAPTÉ À L'EFC	6
3.3	RECOMMANDATION N° 3 : ASSURER UN NIVEAU ÉLEVÉ DE TRANSPARENCE SUR LA SOUSCRIPTION D'ASSURANCES	6
3.4	RECOMMANDATION N° 4 : S'ASSURER DE LA FINALITÉ ET DU CARACTÈRE PROPORTIONNÉ DE LA COLLECTE DES DONNÉES NÉCESSAIRES AU SERVICE	7
3.5	RECOMMANDATION N°5 : TRAVAILLER À DES MÉTHODOLOGIES ADAPTÉES AUX BESOINS DES ENTREPRISES DE L'EFC POUR L'ÉVALUATION DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIAUX ET LEUR PRISE EN COMPTE DANS LES MODÈLES TARIFAIRES ET DE FINANCEMENT	7
3.6	RECOMMANDATION N° 6 : RENDRE PERCEPTIBLE DANS LES CONTRATS ET LA COMMUNICATION DES ENTREPRISES L'INTÉRÊT POUR LES CONSOMMATEURS ET POUR L'ENVIRONNEMENT DE CHOISIR UNE OFFRE D'EFC	8
3.7	RECOMMANDATION N° 7 : MIEUX FAIRE CONNAÎTRE L'EFC AU GRAND PUBLIC	8
3.8	RECOMMANDATION N° 8 : FACILITER LES SIGNALEMENTS ET ASSURER LE CONTRÔLE DES ACTEURS	9
3.9	RECOMMANDATION N° 9 : FORMER ET ACCOMPAGNER LES ACTEURS/METTRE EN AVANT LES BONNES PRATIQUES	9
3.10	RECOMMANDATION N° 10 : DÉVELOPPER LE FINANCEMENT ET LES INCITATIONS ÉCONOMIQUES PUBLIQUES FAVORABLES À OU COMPATIBLES AVEC L'EFC	9

1. CONTEXTE

La planification écologique pour l'économie circulaire, dont le document de cadrage a été rendu public le 13 juillet 2023, prévoit de soutenir le « *développement des modèles d'affaires qui visent à intensifier l'usage du produit* »¹. L'objectif affiché est de « *sort[ir] de la logique volumique (vendre plus de biens, même écoconçus, pour augmenter le chiffre d'affaires et le bénéfice) pour développer de nouvelles offres répondant au juste besoin, en lien avec le client et l'écosystème associé, en créant de la valeur différemment (dont majoritairement une offre servicielle et de proximité)* ».

Dans ce cadre, il a été demandé à la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) de mener une réflexion sur les modalités de développement et de sécurisation de l'économie de la fonctionnalité, en s'appuyant sur le CNC. Ce modèle économique étant soutenu par les pouvoirs publics depuis une dizaine voire une quinzaine d'années, et ayant déjà fait l'objet de nombreux rapports et recommandations, il s'agissait avant tout de poursuivre une réflexion déjà engagée sur la viabilité, la sécurisation et le développement de ce modèle, et de le faire mieux connaître.

2. MANDAT

Le rôle de ce groupe de travail était de proposer des mesures visant à développer l'économie de la fonctionnalité dans des conditions économiques et juridiques sûres et adaptées. Pour y parvenir, les travaux étaient articulés autour des étapes suivantes :

- ✓ examen des différents aspects pratiques de l'économie de la fonctionnalité et de la coopération (EFC), les situations rencontrées aux plans juridique, économique et technique ;
- ✓ réflexion autour de l'évaluation des avantages de l'EFC ;
- ✓ identification des conditions de succès, des besoins d'engagement des professionnels et de soutien par les pouvoirs publics.

Le mandat complet du groupe de travail est rappelé en annexe 1 du rapport associé.

¹ Voir la présentation du Secrétariat général à la planification écologique (SGPE) au Conseil national de l'économie circulaire du 13 juillet 2023 (diapositive 28) et le point sur l'avancée des travaux de juillet 2024 :
<https://www.info.gouv.fr/upload/media/content/0001/06/6b9d7098fcd567d75a3c71f22a059354b180163.pdf>
<https://www.info.gouv.fr/upload/media/content/0001/10/0f41bea6697253e5d3d90cd10b2caee732f5e16a.pdf>

3. AVIS DU CONSEIL NATIONAL DE LA CONSOMMATION

Compte tenu de la définition et du périmètre de l'économie de la fonctionnalité et de la coopération (EFC), les deux collèges, des consommateurs et des professionnels, ne considèrent **pas nécessaire ni pertinent à ce stade de créer un cadre juridique spécifique dédié**. Compte tenu de la diversité des offres, chercher à qualifier juridiquement l'EFC risquerait d'être source de confusion et d'être difficilement lisible pour le consommateur mais aussi source de complexité pour les professionnels.

Consommateurs et professionnels relèvent néanmoins qu'en fonction du développement de cette offre et des pratiques associées, encore émergentes à ce jour, le présent avis pourra être mis à jour et un groupe de travail activé.

Le collège des consommateurs et le collège des professionnels sont d'accord pour insister sur le fait que **les règles posées par le code de la consommation et le code civil doivent trouver à s'appliquer pleinement**. Il en va notamment ainsi des dispositions en matière d'information précontractuelle et contractuelle (par exemple sur les garanties, les livraisons, la protection des données à caractère personnel) ou encore de l'absence de clauses abusives.

Dans tous les cas, le postulat de base est que le consommateur-usager de l'EFC doit être au moins aussi bien protégé que le consommateur qui achète un bien ou un service classique, et être parfaitement informé des caractéristiques de l'offre qui lui est proposée.

3.1 RECOMMANDATION N° 1 : GARANTIR L'APPLICATION PLEINE ET ENTIÈRE À L'EFC DU DROIT DE LA CONSOMMATION, NOTAMMENT EN MATIÈRE D'INFORMATION DU CONSOMMATEUR

Cf. rapport § 6.1

L'information du consommateur est essentielle, et ce dès le stade précontractuel. Il est nécessaire de bien expliquer au consommateur que les offres d'EFC reposent sur des notions d'allongement de la durée d'usage (ou de partage, pour des usages à faible intensité) et sur la coopération entre entreprises et usagers, pour un modèle soutenable d'un point de vue environnemental et viable économiquement.

Le(s) service(s), le bien et les modalités de mise à disposition doivent être très précisément définis tant au stade de l'offre que dans le contrat. En ce qui concerne l'EFC, cette obligation générale est d'autant plus importante que l'intrication produits-services et l'approche par la performance d'usage peuvent complexifier l'information précontractuelle et contractuelle.

Il en va de même des **obligations mises à la charge du consommateur** pendant la durée de mise à disposition du bien ou du service afin qu'il ait une parfaite connaissance de ses engagements (entretien du bien, conditions de retour, etc.) et des responsabilités incombant à chaque partie.

À cet effet, les deux collèges recommandent que les documents d'information et le contrat indiquent clairement la finalité de l'EFC et les modalités de coopération entre le professionnel et le consommateur.

Le consommateur doit être clairement informé sur le prix et les prestations associées à ce prix. Il doit pouvoir choisir librement les options disponibles sans qu'elles lui soient imposées et être **clairement informé lorsque certains services sont indissociables de la mise à disposition du produit** (ex : offre de suivi et de maintenance intégrée).

Le consommateur doit être informé des modalités d'évolution et d'adaptation du contrat :

- ✓ S'agissant d'EFC, les biens et services doivent pouvoir être adaptés aux besoins et usages, potentiellement évolutifs, des utilisateurs.

- ✓ Les contrats doivent ainsi être adaptés à ce caractère potentiellement évolutif, et **parfaitement informer le consommateur des clauses de révision, automatiques ou non, à l'initiative du fournisseur des services d'usage (par exemple sur l'évolution des franchises, les obligations dans les usages et l'entretien, etc.) de manière apparente et lisible.**
- ✓ Le contrat doit préciser les modalités de résiliation : celle-ci doit pouvoir être exercée sans frais en cas de modification unilatérale de l'offre par le professionnel que le consommateur n'accepterait pas au regard de l'usage initialement défini.
- ✓ Une information est nécessaire et une période de réflexion en cas de modification devrait être prévue et les changements expliqués.

Enfin, il convient d'assurer une information claire et précise sur les **modalités de résiliation**, qui doivent figurer en caractères visibles et lisibles dans les contrats :

- ✓ En permettant, la résiliation en cas de non atteinte du niveau de performance défini dans le contrat quand celui-ci en prévoit un (le degré de précision du contrat étant alors proportionné au niveau de coopération du consommateur s'agissant de la définition de la performance attendue), ou pour d'autres motifs légitimes, en précisant les préavis et frais éventuels et en **excluant le versement de pénalités** associées à ces motifs.
- ✓ En s'inspirant, le cas échéant, du processus de résiliation des contrats à tacite reconduction prévoyant une information obligatoire avant la date d'échéance.

3.2 RECOMMANDATION N° 2 : PRÉCISER LES MODALITÉS PRÉVUES EN CAS DE DYSFONCTIONNEMENT DU BIEN ET DISPOSER D'UN SERVICE CLIENT EFFICIENT ET ADAPTÉ À L'EFC

Cf. rapport § 6.2

L'EFC mettant en avant l'usage du bien ou du service et la coopération des parties, une information et une attention particulières sont attendues sur les **modalités prévues en cas de non-fonctionnement** (défaut, panne). Les modalités pour y remédier doivent être clairement exposées avant tout engagement du consommateur. Afin de rendre l'EFC plus attractive et faciliter l'adhésion du consommateur, il convient d'en faciliter l'accès et de mettre en place des modalités garantissant l'effectivité du service proposé.

Il semble nécessaire de **prévoir un service client efficient et adapté à l'EFC**, pour assurer l'accompagnement et la gestion des réclamations et recours des consommateurs permettant d'obtenir rapidement et facilement des **explications ou des renseignements sur l'EFC** (offre de service spécifique, bénéfiques pour le consommateur et l'environnement...). L'accès à une assistance humaine est important pour permettre d'obtenir des informations techniques adaptées au client (sur le contrat, le produit...).

3.3 RECOMMANDATION N° 3 : ASSURER UN NIVEAU ÉLEVÉ DE TRANSPARENCE SUR LA SOUSCRIPTION D'ASSURANCES

Cf. rapport § 6.3

Lorsque l'entreprise impose la souscription d'une assurance, le consommateur ne doit pas être contraint de le faire en lien avec le contrat conclu pour le bien à couvrir, par exemple s'il bénéficie par ailleurs d'une assurance similaire. Le consommateur peut en effet choisir de **souscrire cette assurance auprès de l'assureur de son choix**, dans la mesure où il apporte la preuve qu'il est bien couvert par une police d'assurance offrant des garanties similaires.

Si une assurance est comprise dans le prix du service d'EFC (ce qui peut notamment être le cas lorsque l'assureur est co-financier du service), le consommateur doit être **informé de son contenu et de son intérêt, des clauses d'exclusion éventuelles**, le cas échéant à l'aide de documents précontractuels normalisés (par exemple, le document d'information sur le produit d'assurance ou IPID pour les contrats d'assurance concernés).

3.4 RECOMMANDATION N° 4 : S'ASSURER DE LA FINALITÉ ET DU CARACTÈRE PROPORTIONNÉ DE LA COLLECTE DES DONNÉES NÉCESSAIRES AU SERVICE

Cf. rapport § 6.4

Parmi les grands principes du règlement général sur la protection des données (RGPD) figurent notamment les principes de finalité et de minimisation de la collecte des données. Le premier limite la manière dont les données pourront être utilisées ou réutilisées dans le futur, et le second limite la collecte aux seules données strictement nécessaires à la réalisation de l'objectif visé. Par ailleurs, le principe de transparence implique que le consommateur soit clairement informé de l'utilisation qui sera faite de ses données, et ce dès la collecte.

Dans le contexte de l'EFC, la collecte de données à caractère personnel est souvent nécessaire pour **mesurer l'usage, la performance ou encore pour faciliter l'adaptation de l'offre** aux besoins spécifique du consommateur.

À la lumière de ces éléments, dans le cadre de la souscription de l'offre et afin d'en faciliter la personnalisation en fonction des besoins spécifiques du consommateur, ce dernier transmet au professionnel les données nécessaires à l'atteinte de cet objectif ; à l'inverse, le professionnel ne sollicite la transmission que des **données strictement nécessaires**, et ne peut les utiliser que pour les objectifs prévus au contrat et dont il **informe préalablement le consommateur** quant à la nature des données collectées et aux finalités poursuivies, dans le respect des règles applicables. L'utilisation des données à caractère personnel collectées dans le cadre des services de l'EFC à des fins de prospection commerciale doit également faire l'objet d'une information explicite du consommateur, qui doit être en mesure de s'y opposer. Dans le respect de la logique de coopération propre à l'EFC, le CNC recommande qu'elle fasse l'objet d'un consentement préalable exprès de ce dernier.

La collecte de données postérieurement à la résiliation du contrat est exclue, sauf accord exprès du consommateur.

3.5 RECOMMANDATION N°5 : TRAVAILLER À DES MÉTHODOLOGIES ADAPTÉES AUX BESOINS DES ENTREPRISES DE L'EFC POUR L'ÉVALUATION DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIAUX ET LEUR PRISE EN COMPTE DANS LES MODÈLES TARIFAIRES ET DE FINANCEMENT

Cf. rapport § 5.2

La **réduction des impacts environnementaux** étant au cœur du modèle de l'EFC, se pose la question des méthodes utilisées et de la fiabilité de ces méthodes pour **mesurer cette réduction d'impact**. Il s'agit d'un sujet complexe compte tenu de la diversité des secteurs et services potentiellement concernés et des milieux environnementaux affectés ou, au contraire, protégés. Ce travail pourra s'appuyer sur les travaux conduits ou à venir sur l'empreinte environnementale des produits. L'indépendance des personnes établissant les référentiels d'évaluation pose aussi question. Il conviendrait donc d'**identifier les acteurs pertinents et un cadre de travail dédié** pour produire ces outils opérationnels d'évaluation des bénéfices sociaux et environnementaux de l'EFC.

Une fois ces méthodologies définies et diffusées, une évaluation économique sera nécessaire pour déterminer la **traduction des éventuels co-bénéfices environnementaux (ou sanitaires) dans les modèles tarifaires, voire dans le financement des offres** (cas de partenaires, notamment publics, co-bénéficiaires des services, comme illustré dans le rapport). Une piste de travail serait d'adapter et **faciliter le rôle des entités publiques**, notamment en charge de politiques de prévention (co-financeurs potentiels), dans l'évaluation et le financement des offres d'EFC.

3.6 RECOMMANDATION N° 6 : RENDRE PERCEPTIBLE DANS LES CONTRATS ET LA COMMUNICATION DES ENTREPRISES L'INTÉRÊT POUR LES CONSOMMATEURS ET POUR L'ENVIRONNEMENT DE CHOISIR UNE OFFRE D'EFC

Cf. rapport § 7.1

Une communication spécifique par les professionnels est nécessaire pour expliquer l'intérêt de l'offre d'EFC, de manière loyale et transparente, à la fois en termes d'impacts environnementaux (climat, ressources...) et en termes économiques.

À titre d'exemples, cela peut prendre la forme, dans le contrat ou les communications commerciales :

- ✓ d'une comparaison des impacts environnementaux d'un produit similaire selon que celui-ci est acheté ou consommé en économie d'usage sur l'ensemble du cycle de vie tenant compte de l'amortissement de l'achat ;
- ✓ d'une appréciation du coût global, intégrant l'entretien et la maintenance sur un bien identique dans les deux modèles sur une période considérée.

3.7 RECOMMANDATION N° 7 : MIEUX FAIRE CONNAÎTRE L'EFC AU GRAND PUBLIC

Cf. rapport § 7.2

Les deux collèges recommandent de mener :

- ✓ Des actions de **sensibilisation des consommateurs** et de **formation des jeunes, dès le secondaire** (notamment en première avec le choix des spécialités type SES) et dans les cursus économiques, technologiques, écologiques, commerciaux. Cela permettrait de sensibiliser en amont les futurs étudiants à ce modèle et inciter les entreprises de l'EFC à contractualiser des conventions de stage avec les établissements proches. Les acteurs de l'EFC pourraient, par exemple, **proposer des supports pédagogiques** aux professeurs du secondaire et des écoles d'enseignement supérieur (cf. recommandation n° 9).
- ✓ Une **campagne de communication nationale** expliquant ce qu'est l'EFC.

Plus largement, des modalités de soutien, par la communication publique et/ou les communications et pratiques commerciales (publicité, promotions, rayons dédiés, programmes de fidélité...), **aux alternatives à l'achat dans leur ensemble** (mutualisation, prêt, réparation...) gagneraient à être définies, permettant de réduire la pression sur les ressources naturelles, tout en évitant l'écueil d'une définition juridique fermée de l'EFC et de mise en avant uniquement de ce modèle, qui écarterait d'autres formes d'alternatives à l'achat et de prolongation de la durée de vie des produits.

3.8 RECOMMANDATION N° 8 : FACILITER LES SIGNALEMENTS ET ASSURER LE CONTRÔLE DES ACTEURS

Cf. rapport § 7.3

SignalConso est un outil permettant au consommateur de signaler les problèmes rencontrés avec les professionnels, notamment lorsqu'il y a un acte d'achat de produit ou de service. Il est proposé d'**adapter le site Internet et l'application SignalConso** mis en place par la DGCCRF pour permettre au consommateur de signaler des **problèmes liés aux offres d'usage** de l'EFC (ex. : existence d'une clause abusive, difficultés pour résilier le contrat, risque d'écoblanchiment...) et faciliter ensuite le contrôle des acteurs.

3.9 RECOMMANDATION N° 9 : FORMER ET ACCOMPAGNER LES ACTEURS/METTRE EN AVANT LES BONNES PRATIQUES

Cf. rapport § 8.1

Une information ou formation des professionnels et futurs professionnels sur des parcours spécifiques d'EFC pourrait être déployée afin de sensibiliser les secteurs concernés (industrie, commerce, communication, services...) et d'œuvrer à son développement ; des modules valorisant l'EFC gagneraient à être intégrés dans les cursus de formation (écoles) de tous les secteurs concernés (via les fédérations professionnelles notamment).

Des journées d'information et de sensibilisation des acteurs intégrant la représentativité et la diversité des producteurs et des distributeurs concernés pourraient aussi être organisées.

Les deux collèges recommandent par ailleurs que **l'administration, notamment la DGCCRF et l'ADEME, et le monde consommériste publient et diffusent des communications destinées à expliquer ce qu'est l'EFC** et sa différence avec des modèles de consommation plus traditionnels, à **clarifier les réglementations applicables** aux locations, aux abonnements, à l'EFC, à l'économie servicielle, et à identifier les points d'attention particuliers à l'EFC.

Afin d'**aider les entreprises à identifier leurs leviers pour aborder l'EFC** ou pour renforcer leur modèle, l'approfondissement d'outils d'autoévaluation destinés aux professionnels pourrait être assuré par les ministères en concertation avec les professionnels.

Enfin, il serait utile de **former les médiateurs de la consommation** aux spécificités de l'EFC.

3.10 RECOMMANDATION N° 10 : DÉVELOPPER LE FINANCEMENT ET LES INCITATIONS ÉCONOMIQUES PUBLIQUES FAVORABLES À OU COMPATIBLES AVEC L'EFC

Plusieurs leviers ont été identifiés, notamment liés à la fiscalité et aux règles comptables, mais aussi aux dispositifs de financement et d'achat publics :

Cf. rapport § 8.5

- ✓ Proposer des **mesures de financement accessibles et efficaces**, et ne pas réserver ces mesures aux modèles d'achat.
- ✓ **Alléger les contraintes** (ex : allègement des charges sur les locaux, sur les investissements liés à la décarbonation) et le coût des stocks pour les entreprises, celles-ci restant propriétaire des biens dans le modèle d'EFC : coût de financement, coûts liés à l'espace de stockage (fiscalité adaptée).

Cf. rapport § 8.6

- ✓ **Adapter les règles fiscales et comptables**, notamment pour les dépenses des collectivités et des administrations (fonds de compensation pour la taxe sur la valeur ajoutée notamment) afin de faciliter le transfert entre des dépenses de fonctionnement et d'investissement.
- ✓ Intégrer les **innovations organisationnelles et contractuelles pour l'éligibilité au Crédit impôt recherche et au Crédit d'impôt innovation** (en complément des innovations sur la conception de produits ensuite mis à disposition par l'EFC).

Cf. rapport § 8.7

- ✓ **Ouvrir de façon systématique les cahiers des charges de la commande publique aux offres alternatives à l'achat, notamment d'EFC** (contrats de performance).
- ✓ Référencer les offres d'EFC auprès des donneurs d'ordre et des acheteurs.
- ✓ **Intégrer les innovations organisationnelles et contractuelles pour l'éligibilité aux appels à projets ou à manifestation d'intérêt pertinents.**