

## **GROUPE DE TRAVAIL**

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



*©Metamorworks/AdobeStock*

## **RAPPORT**

NOR : ECOC2424800P

**Du 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

<b>1.</b>	<b>SYNTHÈSE DU GROUPE DE TRAVAIL DU CNC.....</b>	<b>5</b>
<b>2.</b>	<b>CONTEXTE, RAPPEL DU MANDAT ET FONCTIONNEMENT DU GT .....</b>	<b>6</b>
<b>3.</b>	<b>DÉFINITIONS ET PLURALITÉ DES MODÈLES.....</b>	<b>7</b>
3.1	QU'ENTEND-ON PAR ÉCONOMIE DE LA FONCTIONNALITÉ (ET DE LA COOPÉRATION) ? .....	7
3.2	DISTINCTION AVEC LES CONCEPTS D'ÉCOCONCEPTION, DE LOCATION, DE SERVICIALISATION.....	8
3.3	PANORAMA DES DIFFÉRENTS MODÈLES PRÉSENTÉS AU GT.....	10
3.4	TRAVAUX ET RECOMMANDATIONS ANTÉRIEURS.....	13
<b>4.</b>	<b>IMPACTS.....</b>	<b>14</b>
4.1	IMPACTS SUR L'ENVIRONNEMENT.....	14
4.2	IMPACTS SUR LES ENTREPRISES.....	14
4.3	IMPACTS SOCIAUX ET SUR L'EMPLOI.....	16
4.4	IMPACTS SUR LES CONSOMMATEURS.....	17
<b>5.</b>	<b>FREINS ET DIFFICULTÉS .....</b>	<b>18</b>
5.1	DIFFICULTÉS À CHANGER DE MODÈLE ÉCONOMIQUE.....	18
5.2	QUI POUR ÉVALUER ET FINANCER LES EXTERNALITÉS POSITIVES ? .....	19
5.3	CARACTÉRISATION FINE DE LA DEMANDE ET ENGAGEMENT DES BÉNÉFICIAIRES.....	22
5.4	CADRE JURIDIQUE ET CONTRACTUEL, « COMPLICATION MARCHANDE ».....	24
5.5	NÉCESSITÉ D'UN ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ET D'UNE GOUVERNANCE ADAPTÉS .....	25
5.6	INVESTISSEMENT .....	25
<b>6.</b>	<b>PROTECTION DES CONSOMMATEURS.....</b>	<b>26</b>
6.1	INFORMATION PRÉCONTRACTUELLE : CARACTÉRISTIQUES ESSENTIELLES ET PRIX.....	26
6.2	CONTRACTUALISATION ET SUIVI DE LA RELATION CLIENT .....	27
6.3	RISQUES LIÉS AUX FORMATS D'ABONNEMENT ET AUX ASSURANCES .....	28
6.4	RISQUES LIÉS À L'UTILISATION DES DONNÉES PERSONNELLES .....	29
6.5	PRISE EN COMPTE DES EXIGENCES DE SÉCURITÉ.....	30
<b>7.</b>	<b>LEVIERS DE DÉVELOPPEMENT AUPRÈS DES CONSOMMATEURS .....</b>	<b>31</b>
7.1	COMMENT PRÉSENTER LE CONCEPT AUX CONSOMMATEURS ET LE NOMMER ? .....	31
7.2	VISIBILITÉ ET MARKETING DE L'ÉCONOMIE DE LA FONCTIONNALITÉ.....	33
7.3	COMMENT ÉVITER L'ÉCOBLANCHIMENT ? .....	35
7.4	ACCESSIBILITÉ DES SERVICES D'EFC.....	36
7.5	ATTRACTIVITÉ ÉCONOMIQUE POUR LES CONSOMMATEURS.....	36
<b>8.</b>	<b>LEVIERS D'ACCOMPAGNEMENT ET D'INCITATION DES ENTREPRISES .....</b>	<b>37</b>
8.1	MISE EN RÉSEAU, ANIMATION TERRITORIALE, FORMATION ET CONSEIL .....	37
8.2	ENVIRONNEMENT LÉGISLATIF ET RÉGLEMENTAIRE .....	39
8.3	GRILLE D'APPRÉCIATION DES MODÈLES D'EFC.....	40
8.4	SECTEURS ÉCONOMIQUES ET PRODUITS LES PLUS PROPICES AU DÉVELOPPEMENT DE L'EFC .....	40
8.5	ACCOMPAGNEMENT FINANCIER ET VIABILITÉ ÉCONOMIQUE .....	41
8.6	COMPTABILITÉ ET FISCALITÉ .....	42
8.7	COMMANDE PUBLIQUE .....	44

<b>9. ANNEXES</b> .....	<b>45</b>
ANNEXE 1 – MANDAT DU GROUPE DE TRAVAIL .....	45
ANNEXE 2 - MEMBRES DU GROUPE DE TRAVAIL .....	47
ANNEXE 3 – PROGRAMME DE TRAVAIL .....	50
ANNEXE 4 – PROPOSITION DE GRILLE DE CRITÈRES D'ÉVALUATION DES DÉMARCHES D'EFC (CGDD) .....	52
ANNEXE 5 – BIBLIOGRAPHIE .....	55

## 1. SYNTHÈSE DU GROUPE DE TRAVAIL DU CNC

---

Mis en place dans le cadre de la planification écologique pour l'économie circulaire, ce groupe de travail avait pour mandat de proposer des mesures visant à développer l'économie de la fonctionnalité dans des conditions économiques et juridiques sûres et adaptées. Compte tenu des missions du Conseil national de la consommation (CNC), les travaux ont prioritairement recherché des recommandations pour y parvenir en protégeant au mieux les intérêts des consommateurs. Le rappel du mandat et le fonctionnement du GT sont présentés en partie 2.

L'économie de la fonctionnalité est un modèle économique construit autour de la mise à disposition d'un usage ou d'une *fonctionnalité*. Elle peut prendre des formes très diverses, et la définir n'est pas chose aisée. C'est pourquoi la partie 3 est entièrement dédiée à la **définition** du concept et à la description de la **pluralité des modèles**. On parle plus couramment d'« EFC », pour « économie de la fonctionnalité *et de la coopération* (cf. partie 3.1 pour l'analyse de ces termes).

L'économie de la fonctionnalité a pour objectif une réduction de l'impact sur les ressources, ainsi qu'une augmentation de la valeur créée par l'usage ou la performance. Le GT a approfondi ces questions autour des **impacts (sur l'environnement, les entreprises, la société et les consommateurs)**, qui font l'objet de la partie 4.

Avant de proposer des mesures favorables à son développement, il était essentiel d'identifier, en s'appuyant sur les travaux antérieurs disponibles et sur les nombreuses auditions menées par le GT, les **freins et les difficultés**, tant pour les entreprises que pour les consommateurs, et plus largement, pour l'ensemble des parties prenantes. C'est l'objet de la partie 5.

La suite du rapport développe les propositions du GT pour **garantir que le consommateur de services d'EFC soit aussi bien protégé que le consommateur qui achète un bien ou un service classique**, et parfaitement informé des caractéristiques de l'offre qui lui est proposée – objectifs que les collègues ont également mis en exergue de l'avis (partie 6, ayant conduit aux recommandations n<sup>os</sup> 1 à 4 sur **l'information du consommateur** et sur la **prévention de certains risques spécifiques liés au service client, aux assurances ou à l'utilisation de données personnelles**), puis les propositions de **leviers de développement auprès des consommateurs** (partie 7, ayant conduit aux recommandations n<sup>os</sup> 6 à 8 sur différents types de communication et sur le contrôle) et les **leviers d'accompagnement et d'incitation des entreprises** (partie 8, ayant conduit aux recommandations n<sup>os</sup> 9 et 10 sur la formation, l'accompagnement et les dispositifs de soutien).

Une recommandation (n<sup>o</sup> 5) apparaît comme une condition de réussite de plusieurs autres, et est introduite dès la partie 5 : elle porte sur la mise en place de **méthodologies d'évaluation des impacts environnementaux et sociaux des offres d'EFC**. Ceci apparaît en effet fondamental pour s'assurer de la qualité de ces offres, être en capacité d'informer les consommateurs et de communiquer en évitant les risques d'écoblanchiment. C'est aussi un prérequis dans certains cas pour justifier des modèles tarifaires et de financement, voire l'accès à des dispositifs incitatifs.

Le présent rapport explicite l'ensemble de ces recommandations, signalées par un encadré. L'avis renvoie quant à lui aux parties du rapport justifiant chaque recommandation<sup>1</sup>. Aucun point n'a fait l'objet de désaccords d'organisations professionnelles ou d'associations de consommateurs.

---

<sup>1</sup> Conformément à l'article 7 de l'arrêté du 31 mars 2021 relatif à la constitution, aux attributions et au fonctionnement du bureau du Conseil national de la consommation et au règlement intérieur du Conseil national de la consommation, « *le rapport est destiné à présenter la position de chaque collègue, de manière plus exhaustive que ce qui est fait dans l'avis et à en expliciter les recommandations* ». Le guide des groupes de travail du CNC précise qu'il « *comprend une présentation détaillée du sujet traité dans l'avis, un rappel de l'historique, une description précise de "l'état des lieux" ainsi qu'une présentation détaillée et une justification de chacun des points de l'avis. Traditionnellement, le rapport a pour objet de démontrer le bien-fondé des orientations de l'avis, tout en signalant les désaccords d'organisations professionnelles ou d'associations de consommateurs avec des points de l'avis.* »

## 2. CONTEXTE, RAPPEL DU MANDAT ET FONCTIONNEMENT DU GT

---

La planification écologique pour l'économie circulaire, dont le document de cadrage a été rendu public le 13 juillet 2023, prévoit notamment de soutenir le « *développement des modèles d'affaires qui visent à intensifier l'usage du produit* »<sup>2</sup>. 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 plus de dix ans, et ayant déjà fait l'objet de nombreux rapports et recommandations (cf. partie 3.4), 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.

Le rôle de ce GT 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'EFC, les situations rencontrées aux plans juridique, économique et technique ;
- réflexion autour de l'évaluation des avantages de l'EFC ;
- identification des besoins de développement de l'offre, d'engagement de la part des professionnels et des conditions de succès, notamment de soutien par les pouvoirs publics.

Le mandat complet du GT est rappelé en Annexe 1 – Mandat du groupe de travail.

Compte tenu des missions du CNC<sup>3</sup>, les travaux se sont pour l'essentiel limités aux problématiques liées à la consommation, notamment afin d'aboutir à des recommandations pour assurer le bon fonctionnement et le développement de l'EFC en protégeant les intérêts des consommateurs. Ne sont donc pas abordés dans le présent rapport les aspects internes à l'entreprise (ex : statut, formation et rôle des salariés...). C'est d'ailleurs l'une des originalités du travail réalisé, par rapport aux travaux antérieurs, que d'adopter davantage l'angle des consommateurs, et donc des activités « BtoC ». Le GT s'est toutefois ponctuellement penché sur des exemples en « BtoB », susceptibles d'apporter des enseignements généralisables ou au contraire d'identifier, par contraste, des difficultés spécifiques au « BtoC ».

Outre les membres issus du CNC, deux membres associés issus du Conseil national de l'économie circulaire (CNEC) ont participé aux travaux. La composition détaillée du GT figure en Annexe 2 - Membres du groupe de travail.

Le GT s'est réuni à 12 reprises entre le 13 novembre 2023 et le 10 juillet 2024 : 2 réunions exclusivement en présentiel (la réunion d'installation et un atelier collaboratif), 6 réunions en format hybride et 4 réunions exclusivement en visioconférence pour préparer le présent rapport et l'avis. 29 auditions ont été menées, dont 19 d'entreprises, 5 d'administrations et 5 de la sphère académique. Le programme de travail détaillé figure en Annexe 3 – Programme de travail.

---

<sup>2</sup> 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>

<sup>3</sup> Article D. 511-1 du code de la consommation.

### 3. DÉFINITIONS ET PLURALITÉ DES MODÈLES

#### 3.1 QU'ENTEND-ON PAR ÉCONOMIE DE LA FONCTIONNALITÉ (ET DE LA COOPÉRATION) ?

L'économie de la fonctionnalité est un modèle économique construit autour de la mise à disposition d'un usage ou d'une *fonctionnalité*. Le consommateur paye un service rendu, le plus souvent à l'aide d'un bien dont il a l'*usage* mais qui reste propriété de l'entreprise proposant le service utile au consommateur. La centralité de la *performance d'usage* et le fait de ne pas passer par la possession d'un bien pour répondre à un besoin du client sont des moyens pour sortir d'une logique économique centrée au contraire sur la vente et donc sur les volumes, en partant des besoins des clients. Dans l'économie de la fonctionnalité, la *valeur* du service est directement évaluée en fonction des *effets utiles*, pour le consommateur mais aussi pour l'environnement.

L'économie de la fonctionnalité a en effet pour objectif une réduction de l'impact sur les ressources, ainsi qu'une augmentation de la valeur créée par l'usage ou la performance : c'est ce que l'on appelle un effet « ciseaux ». Elle s'inscrit dans le cadre de l'économie circulaire, ainsi que de l'économie servicielle. Elle peut reposer sur des innovations, que ce soit en termes de conception des produits (voir 3.2.1) ou des services (voir 3.2.3). Souvent, elle est associée à des services complémentaires, notamment facilités par le numérique, et à une dimension territoriale et de coopération.

On parle d'économie de la fonctionnalité *et de la coopération* lorsque la mise en place de la solution centrée sur l'usage repose sur une coopération entre acteurs. Le terme de coopération traduit des interactions (un niveau minimum de transparence et de dialogue) entre plusieurs parties prenantes, plusieurs activités, afin de définir et satisfaire l'offre de services, le plus souvent sur un même territoire. Cette coopération peut s'envisager au moins avec les consommateurs (pour le périmètre d'intervention du CNC), mais aussi plus largement entre partenaires économiques et avec les collectivités publiques. Une démarche coopérative avec les différentes parties prenantes est d'ailleurs en pratique nécessaire pour prendre en compte et gérer les externalités et les interdépendances (voir partie 5.2), d'où le rôle désormais central de la coopération dans les travaux académiques sur l'économie de la fonctionnalité, et le fait que le présent rapport retienne les termes d'économie de la fonctionnalité et de la coopération.

On le voit, il n'est pas aisé de proposer une définition simple de l'EFC. La question n'est pas consensuelle dans la sphère académique, ni dans les travaux administratifs. Le rapport du chantier 31 du Grenelle de l'environnement suggérait d'ailleurs de parler d'économies de la fonctionnalité au pluriel. Définir ces modèles serait toutefois une nécessité si des dispositifs juridiques spécifiques devaient être envisagés (cf. partie 8.2), mais cela devrait en tout état de cause être fait de manière assez large pour permettre l'inclusion de formes très variées de modèles économiques, tout en n'offrant pas de possibilités indues à des modèles ne présentant pas de bénéfices environnementaux (voir notamment les parties 5.2 et 8.3).

Lors du GT, l'Ademe a cité 3 grands principes directeurs :

- agir de façon systémique en **prenant en charge les externalités** environnementales et sociales (limitation de la production de biens matériels, qualité de vie, création d'emplois, allongement de la durée de vie des biens, réduction, réemploi et recyclage des déchets, reconditionnement...);
- **développer les services aux usagers** et coupler la création de richesse au développement des ressources immatérielles (compétences, santé, connaissances, relations...);
- développer la **coopération avec les consommateurs** – utilisateurs finaux même en BtoB – pour répondre aux réels usages et besoins, mais aussi entre les acteurs d'un territoire pour générer un impact positif sur leurs modes d'organisation et permettre l'émancipation des personnes.

La norme française XP X30-901 Système de management de projet d'économie circulaire désigne quant à elle l'économie de la fonctionnalité comme « intégration insécable de produits et services en réponse à un besoin/enjeu fonctionnel », permettant de « réduire globalement (effet rebond neutralisé) la pression sur le stock et le flux de ressources naturelles, de matières et d'énergie ».

Cette complexité inhérente à la définition et au périmètre de l'EFC a conduit les deux collèges, des consommateurs et des professionnels, à indiquer en liminaire de l'avis du CNC qu'ils ne considéraient **pas nécessaire ni pertinent à ce stade de créer un cadre juridique spécifique dédié**. Les efforts de pédagogie autour de ce que recouvre ou non ce modèle en sont d'autant plus utiles.

### 3.2 DISTINCTION AVEC LES CONCEPTS D'ÉCOCONCEPTION, DE LOCATION, DE SERVICIALISATION

On cherche ici à situer la notion d'économie de la fonctionnalité au carrefour de ces notions connexes. Comme dans toute entreprise de définition, ces éléments visent aussi à *distinguer* l'économie de la fonctionnalité d'autres modèles. Pour autant, les exclusions qui en résultent ne préjugent pas nécessairement des bénéfices environnementaux possibles de ces autres modèles, ce qui n'était pas dans les objectifs du GT.

#### 3.2.1 Distinction par rapport à l'écoconception

L'écoconception est « l'intégration de considérations relatives à la durabilité environnementale dans les caractéristiques d'un produit et dans les processus mis en œuvre tout au long de la chaîne de valeur du produit » (article 2 du règlement européen éponyme<sup>4</sup>). Elle s'impose dans les modèles d'économie de la fonctionnalité, comme nécessaire à la rentabilité économique : en effet, dès lors que l'entreprise qui propose le service reste propriétaire des biens utilisés, elle a intérêt à l'allongement de la durée de vie et à l'intensification de l'usage de ces biens<sup>5</sup>, et, partant, à la réduction des impacts environnementaux. Mais la seule écoconception d'un produit ne suffit pas à parler d'économie de la fonctionnalité : en effet le travail sur la fonctionnalité, donc sur les usages, conduit à aller au-delà du produit, à « questionner l'alignement offre-besoin-usage », ce que ne fait pas l'écoconception. Le produit devient simple support d'un service, voire devient accessoire au sein d'une offre servicielle. Les principes de l'écoconception trouvent alors à s'appliquer à l'échelle du service<sup>6</sup>. Comme le note l'Ademe, « l'écoconception d'un service nécessite de la créativité et de la coopération avec les parties prenantes ». Ainsi les logiques les plus poussées d'écoconception comme les logiques les plus abouties d'économie de la fonctionnalité conduisent naturellement à la dynamique de coopération entre acteurs, qui peut porter tant sur l'amont de l'offre que sur la phase d'utilisation.

Surtout, l'écoconception, si elle peut requérir des entreprises un effort d'adaptation très important et souvent coûteux, n'implique pas de changement de modèle économique en lui-même. Dans l'économie de la fonctionnalité, *« l'écoconception est un outil parmi d'autres (renoncement, réduction/relocalisation des volumes, réutilisation, recyclage...) pour accompagner la transition écologique de l'entreprise »*.

---

<sup>4</sup> [Règlement \(UE\) 2024/1781](#) du Parlement européen et du Conseil du 13 juin 2024 établissant un cadre pour la fixation d'exigences en matière d'écoconception pour des produits durables, modifiant la directive (UE) 2020/1828 et le règlement (UE) 2023/1542 et abrogeant la directive 2009/125/CE.

<sup>5</sup> L'exemple a été donné par l'APESA d'un appareil à crêpes conçu pour 40 cycles qui ne se prêtait évidemment pas à une intégration dans un service d'EFC, alors qu'il pouvait présenter des qualités suffisantes pour un usage individuel. Mob-Ion a quant à lui insisté sur le caractère « démontable », parmi les critères d'écoconception, à même de permettre une réutilisation ou un réemploi des pièces détachées de ses scooters (cf. partie 3.3).

<sup>6</sup> L'Ademe distingue trois niveaux d'écoconception dans sa feuille de route sur ce thème : l'éco-conception en autonomie, l'éco-conception « sur mesure » d'un produit ou d'un service, enfin l'écoconception ambitieuse de tous les produits et services de l'entreprise alliée à une démarche de sobriété.



L'Ademe a souligné que la durabilité<sup>7</sup> isolément pouvait simplement créer un effet retard sur l'achat d'un produit neuf. Par essence, elle est nécessaire à l'économie de la fonctionnalité, mais celle-ci va plus loin qu'une simple exigence de durabilité, puisque la durabilité n'y est pas une fin en soi, mais seulement un intérêt évident pour l'entreprise qui reste propriétaire des biens.

### 3.2.2 Distinction par rapport à la location (simple)

Selon le Secrétariat générale à la planification écologique (SGPE), « *l'économie de la fonctionnalité se distingue du concept de location, car elle s'inscrit dans une perspective d'engagement à long terme avec une dimension environnementale et sociale* »<sup>8</sup>. L'EFC est notamment orientée vers des bénéfices environnementaux, notamment pour réduire la consommation de biens et de ressources. Elle implique de prendre en compte la performance y compris sous l'angle environnemental et d'éviter l'annulation de certains gains environnementaux, obtenus par une gestion des ressources plus efficace ou des évolutions techniques, par une augmentation de la consommation ou une modification des usages (effets « rebonds »). Cela implique aussi une perspective d'engagement à plus long terme que la plupart des offres de location. En revanche, certaines offres d'EFC peuvent prendre la forme de locations enrichies d'autres services. Il conviendrait donc de distinguer la location simple de la location avec des services associés et visant une réduction des impacts environnementaux, qui relève de l'économie de la fonctionnalité. Le rapport au Parlement sur le développement de l'économie de la fonctionnalité et de la coopération d'avril 2022 comprenait une orientation sur la location de biens « dans une perspective d'allongement de leur durée d'utilisation afin de lutter contre l'obsolescence programmée de ces biens ».

L'exemple classique est celui de la distinction entre des offres de location « simple » de voiture ou de vélos, et des services plus complets qui visent à accompagner l'utilisateur dans ses mobilités, au moins par une adaptation et une souplesse de l'offre en fonction de ses usages (ex : possibilité de changer de type de véhicule), par des services facilitant l'utilisation (ex : maintenance, réparation, conseil), voire à une prise en charge plus complète (ex : analyse du déplacement, solutions de mutualisation de déplacement pour réduire l'impact environnemental des transports, couplage avec des titres de transport, voir ci-dessous l'exemple de BlaBlaCar).

Les locations avec option d'achat ne s'inscrivent *a priori* pas dans l'économie de la fonctionnalité, d'une part parce qu'elles peuvent conduire à l'achat des biens, et donc s'inscrire dans la logique de maximisation des volumes propre à l'économie de la propriété, d'autre part parce qu'elles peuvent conduire à une limitation dans le temps de l'offre servicielle (les entreprises pouvant avoir intérêt à transférer la propriété au consommateur avant la survenue des premières pannes).

### 3.2.3 Distinction par rapport à d'autres modèles d'économie servicielle

Si l'EFC appartient à l'économie servicielle, il est clair que toute offre servicielle ne relève pas de l'EFC, pour des arguments similaires à ceux exposés sur la location. La principale distinction repose sur l'effet de sortie des logiques de volume : l'économie de la fonctionnalité, par la servicialisation, permet la personnalisation de l'offre (à l'encontre de la standardisation des biens), mais permet aussi de réduire la vente de produits neufs et la pression sur les ressources naturelles. On pourrait la qualifier d'économie servicielle finalisée.

<sup>7</sup> La durabilité est définie dans le code de la consommation (article liminaire) comme « *la capacité d'un bien à maintenir les fonctions et performances requises dans le cadre d'un usage normal* ». Le règlement « écoconception » contient (article 2) une définition proche : « *capacité d'un produit à conserver dans le temps sa fonction et sa performance dans des conditions déterminées d'utilisation, d'entretien et de réparation* », mais emploie par ailleurs une autre notion plus large de « durabilité environnementale ». Enfin, dans une acception plus large, la durabilité renvoie au concept de « développement durable » et intègre les aspects économiques, sociaux et environnementaux.

<sup>8</sup> Voir la présentation du SGPE au CNEC du 13 juillet 2023, citée en note de bas de page 2.

Lors de son audition par le GT, l'APESA, structure de conseil en transition écologique, a quant à elle évoqué les « systèmes produit-service », en les définissant comme « *constitué[s] de produits tangibles et de services intangibles conçus et combinés de sorte qu'ils soient conjointement capables de répondre aux besoins spécifiques des clients* ».

Pour une approche plus complète des différents modèles d'économie servicielle et de la place du produit dans ces modèles, voir la revue de littérature proposée par Jean-Noël Ouraga Breka et Monyédo Régis Kpoussa dans leur article *Les obstacles à la mise en place de l'économie de fonctionnalité : le cas du secteur de l'électroménager* (2019).

En résumé, sortir du modèle de la propriété ne suffit pas, écoconcevoir les produits non plus, élaborer une offre servicielle non plus, c'est l'approche fonctionnelle qui apparaît, logiquement d'un point de vue étymologique, centrale. La typologie suivante inspirée des travaux de Nicolas Buclet, directeur du laboratoire PACTE (Politiques publiques, Action politique, Territoires) à l'Université de Grenoble, est éclairante :

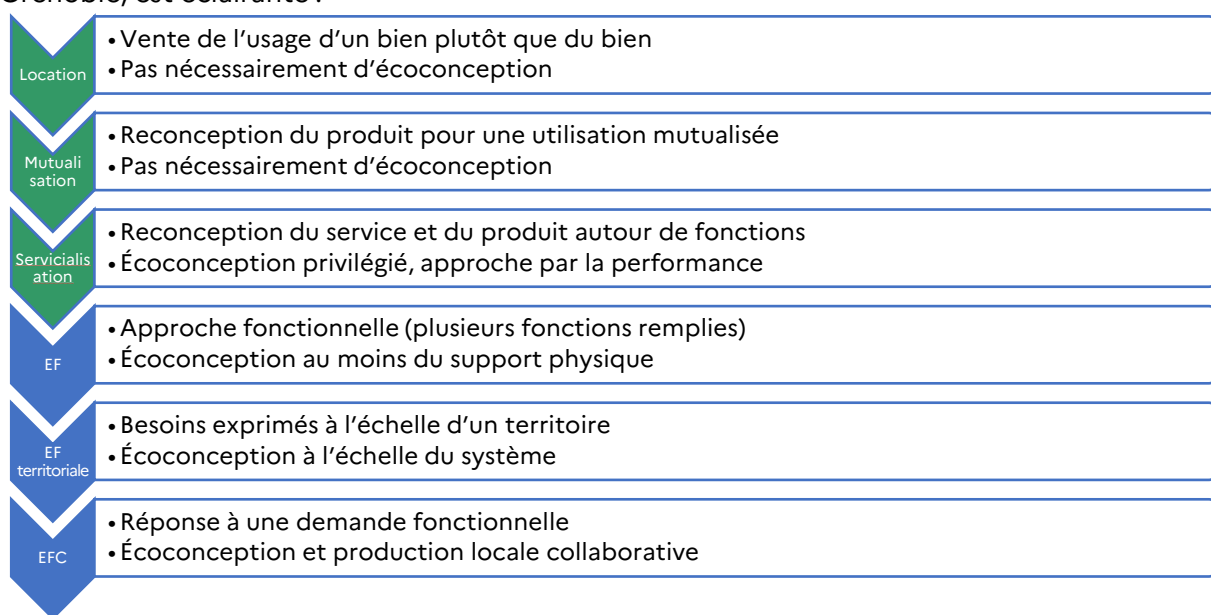


Figure 1 Ce qu'est l'EFC... et ce qu'elle n'est pas (d'après Nicolas Buclet)

Selon Nicolas Buclet, « *Un autre aspect commun aux quatre premiers types d'EF est l'absence de nécessité d'un ancrage territorial. [...] L'EF peut se satisfaire d'une organisation à l'échelle d'un continent, voire de la planète, des activités concernées. Cet aspect, couplé à la priorité accordée à la rentabilité financière, pose un certain nombre de limites de la mise en œuvre de l'EF face aux enjeux du développement durable.* »

Ainsi, « *seuls les types 5 et 6 [N.B. : deux dernières lignes du schéma ci-dessus] seraient à même de participer à une refonte des relations entre l'entreprise et son environnement, car ils présentent le potentiel d'innovation organisationnelle et technologique permettant une transition vers un régime conventionnel davantage compatible avec les objectifs du développement durable* » quand d'autres modèles « *peuvent seulement conduire à une modification de la stratégie de vente et de consommation* ».

### 3.3 PANORAMA DES DIFFÉRENTS MODÈLES PRÉSENTÉS AU GT

La vocation première du CNC étant de s'intéresser aux relations consommateurs/professionnels, et donc aux activités en BtoC, les auditions ont majoritairement porté sur ces activités. Néanmoins certaines expériences en BtoB peuvent être instructives (trois raisons : l'innovation vient souvent du BtoB, portée générale de certains retours d'expérience, et présence *in fine* de consommateurs finaux à intégrer dans certains modèles BtoB). Des approches par des entreprises (de toutes tailles et tous

statuts : coopératives, locales, multinationales...) ont été recueillies. Toutes ne relèvent pas nécessairement de l'EFC. Le tableau ci-après présente les initiatives présentées au GT lors des auditions, en reprenant des éléments objectifs sur les modèles présentés, sans avoir de prétention à la représentativité ni à l'exemplarité en matière d'EFC.

Entreprise	Résumé
Déathlon	Déathlon propose différents formats (location ponctuelle, souscriptions mensuelles mono-offre ou multi-offres) dans les univers du vélo enfant, de la mobilité, du fitness, de la montagne et des sports d'eau, et est considéré comme l'un des pionniers de l'EFC en France. Le programme We Play Circular lancé en février 2021 en Belgique a été présenté indépendamment au GT. Il permet aux consommateurs de louer du matériel écoconçu moyennant un forfait mensuel adapté à un plafond donné de valeur totale des produits empruntés. immaTerra (cf. <i>infra</i> ) a enfin présenté l'accompagnement d'un projet entre la métropole européenne de Lille et Déathlon destiné aux habitants souhaitant faire évoluer leur mobilité vers une mobilité plus douce, en leur garantissant des temps de trajet, des économies financières et des gains sur leur santé.
Intersport	Intersport, entreprise coopérative, a développé une activité servicielle (réparation, entretien, location de vélos et de skis), des packs « produits-services », et mené des expérimentations en lien avec la réparation des textiles... Ces démarches, ne relevant en général pas de l'EFC, ont conduit Intersport à réfléchir à développer ce modèle, avec l'accompagnement de l'Ademe.
Eram	Eram a présenté sa vision de l'économie circulaire, qui intègre une partie d'EFC (atelier Bocage qui propose de la location de chaussures, suivie soit d'un achat à 60 % du prix – dans ce cas il ne s'agit pas d'EFC mais d'une forme de location avec option d'achat –, soit d'un reconditionnement avec retour en seconde main en magasin). Gémo propose des abonnements pour 4 ou 8 vêtements par mois à destination des femmes enceintes, et plus récemment pour les vêtements de bébé, intégrant un service de blanchisserie.
Commown	Commown, entreprise coopérative, sélectionne des produits (smartphones, ordinateurs portables, casques...) pour leur adéquation avec le modèle d'économie de la fonctionnalité (facilité de réparation, engagement à maintenir les systèmes d'exploitation dans la durée, capacité d'installer des systèmes libres...). Elle propose ensuite ces produits aux consommateurs dans des formats d'abonnements incitant à prolonger l'utilisation des appareils.
Mob-Ion	Mob-Ion propose une offre intégrée centrée sur une performance d'usage grâce à la location longue durée de scooters aisément démontables fabriqués en France, couplée à des services de maintenance, d'assurance et d'assistance. Comme chez Commown, « la flotte d'appareils constitue un réservoir de pièces détachées » et facilite le reconditionnement. Christian Bruère, le fondateur de Mob-Ion, met en avant la notion de « pérennité programmée », conjuguant « écoconception démontable », vente à l'usage et industrie circulaire.
BlaBlaCar	Jusqu'en 2015, BlaBlaCar ne proposait que du covoiturage longue distance, puis a étendu son offre avec BlablaCar Bus puis en 2018 avec le covoiturage quotidien domicile/travail dénommée BlaBlaCar Daily. D'ici 2025, BlablaCar souhaite se lancer dans la distribution de billets de train et proposer des offres combinatoires, qui rapprocheraient son modèle économique de l'EFC.
Engie	Engie a donné l'exemple de la pose de thermostats connectés permettant d'assurer un confort thermique donné tout en assurant des économies d'énergie : les thermostats sont mis gratuitement à disposition et Engie offre la possibilité de participer à des « effacements » temporaires pour réduire la consommation d'énergie pendant des périodes de pic de consommation sur le système électrique, tout en préservant le confort thermique : c'est alors RTE ou les mécanismes de marché qui viennent financer le service (étant les « bénéficiaires » de ces effacements) et non les consommateurs. Le matériel reste la propriété d'Engie.
L'Imprimerie partagée (BtoB)	Le « Projet d'impression » consiste à ne pas imprimer la totalité d'un projet en une fois, pour éviter le gâchis. Il est donc proposé au client, en échange d'une adhésion mensuelle sans engagement de durée, d'imprimer sans obligation de quantité, à un prix unitaire fixe. Le client, quant à lui, s'engage à ne pas tout imprimer en une fois et prendre le temps d'échanger sur la manière dont il va utiliser le document (est-ce que les effets de l'usage du document correspondent à ce qu'il recherche). Cet accompagnement nécessite la mobilisation d'un écosystème coopératif.

<b>HP (BtoB)</b>	HP a présenté un modèle d'évolution d'un modèle de vente de nouveaux ordinateurs vers un modèle serviciel qui consiste à vendre moins d'équipements neufs et à remettre en état les équipements utilisés au sein de l'entreprise. Pour autant, ses représentants ont fait état de la difficulté à faire coexister deux modèles <sup>9</sup> .
<b>Odyssée Environnement (BtoB)</b>	Odyssée Environnement vend des solutions de « <i>non-entartrage, non-corrosion et non-prolifération bactériologique en installant, notamment, des systèmes de monitoring qui permettent le suivi des installations et de garantir les promesses de performances et les bénéfices des solutions</i> ».
<b>Isovation (BtoB)</b>	Isovation propose une solution innovante permettant le maintien de la chaîne du froid, en s'adaptant au cahier des charges de ses clients et en adoptant une approche centrée sur la performance (énergie et ressources).
<b>Kataba (BtoB)</b>	Cette entreprise de mobilier facture des services de « performance carbone » et de valorisation des déchets de ses clients, mais n'a à ce jour pas les moyens de rester détentrice de ses produits, qu'elle continue de vendre dans un schéma classique (et donc pas d'EFC).
<b>ERB (BtoB)</b>	ERB est une entreprise du bâtiment qui a réfléchi à recentrer son offre sur les performances et les services, à partir d'une co-conception de services adaptés aux besoins des villes et des usagers. Elle a présenté sa vision d'une « construction orientée usage », mais le GT a eu des difficultés à appréhender les liens avec l'EFC.

Le GT a également auditionné plusieurs structures d'accompagnement ou « partenaires » des entreprises cherchant à développer des offres d'EFC :

<b>Entreprise</b>	<b>Résumé</b>
<b>Lizee (partenaire)</b>	Lizee est un partenaire des acteurs de la location notamment sur les aspects logistiques et de gestion des données.
<b>APESA (partenaire)</b>	L'APESA se présente comme un centre technologique, au statut associatif, au service des transitions. Il a présenté plusieurs études de cas, notamment celui d'AIMA Autonomie qui propose de faire évoluer le modèle de mise à disposition des aides techniques, via un dispositif de réemploi des aides techniques, une meilleure personnalisation, un accompagnement ergonomique et une prise en charge partielle par la collectivité.
<b>immaTerra (partenaire)</b>	immaTerra est une structure coopérative d'accompagnement des entreprises notamment vers de nouveaux business models et en matière de RSE et de coopération. Elle a notamment accompagné ERB et Décathlon (cf. <i>supra</i> )
<b>AFNOR (partenaire)</b>	L'AFNOR a notamment présenté au GT la norme française XP X30-901 sur les systèmes de management de projet d'économie circulaire, qui aborde l'EFC.

Les témoignages et expériences présentés montrent l'assez large éventail de ce que peut recouvrir l'EFC, avec des dimensions plus ou moins exigeantes. Pascal Ughetto, professeur de sociologie à l'Université Gustave Eiffel, a identifié des points clés :

- « – *invention : modèle d'offre où il faut inventer, à partir des usages, les effets utiles que l'on va chercher à créer ;*
- *temporalités longues : apprentissage de chaque organisation et du changement institutionnel, transition très lente vers un nouveau modèle ;*
- *formation (qui est presque de l'ordre de la « reprogrammation » des acteurs) : pour réussir à fonctionner dans le cadre d'un nouveau modèle, les versions les plus exigeantes de l'EFC semblent avoir besoin que les partenaires passent préalablement par des actions de formation ;*
- *dynamique d'apprentissage voire de co-apprentissage et gestion dans le temps : partenariats avec la question de savoir comment ceux-ci vont évoluer dans le temps ;*
- *basculement comptable dans un autre système de gestion : reprogrammer les financiers et toute une série de directions fonctionnelles (par exemple les directions des achats) ;*
- *marketing : les acteurs du marketing, parce qu'ils sont influents dans la définition des systèmes d'offre, ont à comprendre ce qu'implique l'EFC pour ne pas se limiter à en faire une traduction superficielle ;*
- *travail sur les filières/formations/référentiels ;*
- *dimension systémique importante. »*

<sup>9</sup> Un membre du GT a en revanche rendu compte du fait que dans d'autres secteurs comme le machinisme agricole, des modèles commerciaux basés sur la vente d'un nombre d'heures de service pouvaient coexister avec des modèles de vente de matériel sans poser de difficultés avec les banques.

### 3.4 TRAVAUX ET RECOMMANDATIONS ANTÉRIEURS

Le GT a cherché autant que possible à ne pas reproduire des réflexions déjà présentées par ailleurs, notamment dans les rapports publics s'étant penchés sur l'économie de la fonctionnalité. Les principaux sont rappelés ci-dessous.

Source	Date	Résumé
Rapport du chantier 31 du Grenelle de l'environnement (groupe d'étude « économie de la fonctionnalité »)	2008	Ce travail met notamment en avant l'efficacité de l'économie de la fonctionnalité pour réduire les flux de matière et/ou d'énergie. Le rapport s'appuie uniquement sur des exemples en BtoB et retient une approche encore très centrée « produit ». Il met en avant trois principes communs : la modification des caractéristiques techniques du bien, la rationalisation de l'utilisation et la professionnalisation de la maintenance et identifie des pistes d'études et d'évaluations sectorielles, de travaux sur la gouvernance d'entreprise (ingénierie, écoconception, logistique, TIC) et sur la prise en compte des contraintes psychologiques et sociales.
Feuille de route « économie circulaire »	2018	La mesure 8 de la FREC proposait de « Renforcer l'offre des acteurs du réemploi, de la réparation et de l'économie de la fonctionnalité », « tout en amplifiant la place de l'économie sociale et solidaire au sein de ces activités », sans toutefois identifier d'action précise spécifique à l'EFC (contrairement au réemploi et à la réparation) hormis de confier aux éco-organismes « la réalisation de cartographies des services de réparation, de réemploi et de l'économie de la fonctionnalité ». La mesure 44 plaidait pour « Proposer d'ici 2019 via l'UGAP (union des groupements d'achat public) une offre relevant de l'économie circulaire (achat de produits d'occasion, de services relevant de l'économie de la fonctionnalité, etc.) ».
Ademe, Panorama national et pistes d'action sur l'économie de la fonctionnalité	2020, mise à jour en juin 2024	Cette étude : <ul style="list-style-type: none"> <li>- dresse une typologie des acteurs engagés en France dans l'accompagnement vers ce nouveau modèle ;</li> <li>- recense les actions conduites avec le soutien de l'Ademe ;</li> <li>- identifie les dispositifs et facteurs facilitant ou freinant le développement de l'EFC, au travers de revues documentaires, d'interviews d'acteurs et de réunions ;</li> <li>- donne des pistes d'action.</li> </ul>
Rapport au Parlement sur le développement de l'économie de la fonctionnalité et de la coopération	2022	Ce rapport dresse un état des lieux des actions mises en œuvre pour favoriser le développement de l'économie de l'usage et de la fonctionnalité, en analysant les leviers mobilisés et les difficultés que rencontrent les acteurs qui s'engagent. Il est donc essentiellement descriptif.
CESE	2023	Le Conseil économique, social et environnemental a adopté le 28 juin 2023 un avis <i>Pour une économie servicielle sociale et soutenable : de la propriété à l'usage – conjuguer performance et confiance au service de l'environnement et de l'humain</i> . Sa préconisation 5 portait sur le fait de « Veiller à la prise en compte de l'intérêt des consommateurs et en particulier à l'adéquation du droit de la consommation, à la nécessité de garantie de qualité des services, à la transparence et au droit au désengagement. » Le CESE identifiait en particulier que « L'économie servicielle peut présenter des risques pour le consommateur : multiplication des abonnements indolores sur quelques mois mais pouvant se révéler exorbitants à long terme et générer du surendettement ; risque de captation ; exploitation des données numériques et recours potentiel à l'intelligence artificielle à l'insu du consommateur ; participation du consommateur à des expérimentations visant à mieux cerner le besoin sans contrepartie [...] » (p.48). Ces considérations ont contribué à orienter le travail du CNC afin de traiter ces risques.

## 4. IMPACTS

---

L'approche par la fonctionnalité adossée sur une évaluation des impacts du modèle permet de réduire les coûts cachés, allégeant leur poids pour la collectivité, et de révéler des bénéfices (par rapport au modèle de l'économie de la propriété), à la fois pour l'environnement, pour les entreprises et leurs salariés et pour les consommateurs, mais aussi éventuellement pour des tiers.

### 4.1 IMPACTS SUR L'ENVIRONNEMENT

Luc Teerlinck, porteur jusqu'à récemment de l'expérimentation WePlayCircular pour Décathlon, a indiqué que pour une même marge nette, cette expérimentation avait montré que l'on pouvait diviser les émissions de CO<sub>2</sub> jusqu'à 32. Même en constatant une forme d'effet « rebond » avec la location d'un grand nombre de produits par les clients WePlayCircular ce dernier a cité un bilan en émissions de gaz à effet de serre de « *presque 180 kg CO<sub>2</sub> éq. pour l'achat de deux produits contre 130 kg pour la location de 24 produits* ». Mob-Ion annonce une réduction d'impact écologique de 80 %. Ces deux exemples illustrent bien la rupture que pourrait apporter l'EFC dans la recherche de transition écologique des activités économiques. L'Ademe a lancé une étude sur l'évaluation fine des impacts environnementaux de l'EFC, dont les résultats ne sont pas encore connus.

L'AFNOR a distingué les cas où « *les réductions de pression sur l'environnement concernent les phases amont (conception et fabrication des biens et services)* » et les cas où elles concernent « *les phases aval (lors de l'usage de la solution)* ». Le rapport du chantier 31 du Grenelle de l'environnement suivait aussi cette logique mais distinguait les réductions d'impact permises par différents facteurs :

- la professionnalisation de la maintenance (notamment pour les produits dont les impacts les plus importants sont liés à la phase d'utilisation) ;
- l'allongement de la durée de vie (notamment pour les produits dont les impacts les plus importants sont liés à la phase de fabrication) ;
- l'optimisation des choix des consommateurs (notamment liée à une identification et à des choix fondés sur des coûts globaux) ;
- l'optimisation des taux d'usage des produits (mutualisation, diminution du parc en service et déploiement plus rapide des innovations permettant de réduire les impacts).

La direction générale des entreprises (DGE) a proposé quant à elle de distinguer les modèles économiques dont la réduction de l'empreinte environnementale était liée à l'intégration de l'utilisation de matière supplémentaire comme surcoût du service, ceux pour lesquels elle était liée à l'utilisation de produits de réemploi ou remanufacturés (cas de Kataba ou d'HP qui propose un service d'allongement de la durée de vie des produits), et ceux où elle était au cœur de la solution (approche par la performance environnementale, comme dans le cas d'Odyssée Environnement ou d'Engie).

Un consensus semble exister sur l'impératif d'évaluer correctement et largement les impacts environnementaux d'un modèle d'EFC, positifs comme négatifs (ex : impacts sur les transports, impacts liés aux procédés industriels – reconditionnement, lavage des produits..., externalités négatives réduites...), incluant l'examen des effets rebonds potentiels (ex : risques que le client ne « profite » de la solution plus performante qui lui est offerte pour augmenter sa consommation – ainsi l'entreprise Signify, présente sur le secteur de l'éclairage, ne cible pas les hôtels pour cette raison) et le bilan comparatif avec des modèles « concurrents » de l'économie classique.

### 4.2 IMPACTS SUR LES ENTREPRISES

Pour les entreprises, les impacts de l'adoption d'un modèle d'économie de la fonctionnalité peuvent être directement liés aux bénéfices environnementaux (économies financières liées aux économies de ressources et d'énergie) ou à l'adoption d'un modèle centré sur les besoins des consommateurs

voire sur la performance d'usage (différenciation concurrentielle, attractivité, augmentation des marges liée à l'intensification des usages...). L'économiste spécialiste de l'EFC Christian du Tertre note qu'elle « s'inscrit dans une volonté des entreprises de trouver de nouveaux espaces de développement face à la stagnation de certains marchés » (ouvrage cité en Annexe 5 – Bibliographie).

L'étude de la Driat d'Île-de-France « [L'évaluation des nouveaux modèles économiques en faveur de l'économie circulaire](#) » résume ainsi les bénéfices de l'EFC pour les entreprises et pour l'environnement :

Économie de la Fonctionnalité et de la Coopération		
Pour les entreprises productrices	Pour les entreprises consommatrices	Pour l'environnement
<p>① <b>Proposer une offre différenciée et développer de nouvelles opportunités</b></p> <p>② <b>Renforcer son aisance financière</b></p> <p>③ <b>Pérenniser la relation client et accroître la résilience de l'entreprise</b></p> <p>④ <b>Optimiser le management et redonner du sens au travail</b></p> <p>⑤ <b>Valoriser l'image de l'entreprise</b></p>	<p>① Réaliser des économies financières</p> <p>② Améliorer la qualité des prestations et des relations avec les fournisseurs</p>	<p>① Diminuer la consommation de produits</p> <p>② Passer à une gestion plus durable des ressources</p> <p>③ Réduire les externalités négatives</p>

Figure 2 S. Mahé, « L'évaluation des nouveaux modèles économiques en faveur de l'économie circulaire », Driat Île-de-France, 2021, p.14.

La DGE a présenté des avantages similaires, ainsi que ceux de prévisibilité des revenus et de valorisation des externalités immatérielles pour les entreprises. L'une des entreprises auditionnées a confirmé que « c'est avant tout une recherche de récurrence de revenu qui est en jeu, pour lisser le risque sur le temps, une manière de « dérisquer » le modèle économique ».

Il convient de distinguer l'évaluation des bénéfices de l'attribution de la valeur (en cas d'effet induit, intérêt d'un tiers qui peut être aussi financeur, cf. 5.1 et 5.2).

Plusieurs exemples concrets ont été recueillis lors des auditions par le GT.

À chiffre d'affaires constant, L'Imprimerie partagée a déclaré consommer 52 % de matière première en moins en moyenne par rapport à d'autres imprimeries (ces chiffres seront précisés dans une étude à mener notamment avec l'Ademe) et produire 209 % de marge brute en plus. En effet, sa solution d'impression est, d'une part, moins onéreuse pour le client et, d'autre part, du fait qu'il imprime en plus faible quantité, la marge de l'entreprise augmente.

L'expérimentation WePlayCircular a mis en évidence que le modèle d'économie de la fonctionnalité « permet de baisser l'impact environnemental tout en augmentant la performance, avec deux éléments à prendre en considération :

- le stock : baisse des besoins d'investissement en stock en améliorant la qualité des produits et en allongeant leur durée de vie (amélioration de la réparabilité et de la facilité d'entretien) ;
- les coûts de logistique (entretien, nettoyage, réparation), qui doivent être impérativement payés par les clients pour que le modèle soit soutenable et rentable. »

L'APESA a signalé que dans certains cas « les impacts de la logistique et les effets rebonds de la location étaient très importants », ce qui invite à réduire au maximum ces coûts de logistique, non seulement en termes économiques mais aussi en termes environnementaux. Décathlon a cité les

« flux reverses » comme exemple des outils et processus à réinventer. À l'inverse le fait qu'un acteur reste le propriétaire du matériel et dispose d'outils de suivi permet une optimisation économique de la gestion d'un « parc » de matériels.

Mob-Ion revendique quant à lui un avantage prix supérieur à 30 % par rapport à ses concurrents, tout en ayant créé des emplois en France. Ces résultats sont rendus possible par l'allongement au maximum de la durée de vie des pièces (62 % des composants des scooters sont réutilisés, les batteries sont réemployées à d'autres fins une fois qu'elles ne peuvent plus être utilisées sur des scooters...) qui permet de baisser les prix de vente à l'usage tout en augmentant la marge. Malgré des dépenses d'investissement de capital plus élevées, la durée de vie beaucoup plus longue des composants de ses scooters (3 à 12 fois supérieure selon les cas) permet une diminution du coût total de la possession.

Sur la possibilité de se démarquer concurrentiellement, le cas d'une entreprise spécialisée dans l'outillage à main adapté aux contraintes des utilisateurs a été recueilli (sans faire l'objet d'audition par le GT), qui a renforcé sa visibilité et sa reconnaissance sur le marché par l'identification des bénéfices de ses outils pour la santé et la sécurité au travail, et non seulement du service rendu aux utilisateurs (qui auparavant « bricolaient » eux-mêmes leurs outils, mais sans garanties de sécurité et de conformité). On peut aussi citer des possibilités de synergies industrielles ouvertes par l'EFC : par exemple, Mob-Ion travaille aujourd'hui avec le CNRS afin de développer des armoires solaires pour la recharge des batteries ne pouvant plus servir dans les scooters, afin de développer un autre service autour d'armoires de batteries.

Les potentiels impacts négatifs pour les entreprises sont présentés dans la partie 5 relative aux freins et aux difficultés.

### **4.3 IMPACTS SOCIAUX ET SUR L'EMPLOI**

Pascal Ughetto a noté que les systèmes d'offre d'EFC, impliquant davantage de prise en compte des besoins exprimés par les clients et des enjeux environnementaux et de développement territorial, permettaient de revaloriser les situations de travail comme des situations d'innovation et de co-construction de la stratégie.

Jean-Noël Ouraga Breka et Monyédo Régis Kpoussa notent dans l'article déjà cité que *« l'adoption de l'économie de la fonctionnalité suppose le passage d'une activité centrée sur la vente de produits à une servicialisation poussée et nécessite bien souvent de profondes adaptations des capacités et des processus de l'organisation »*. De nouveaux rôles et de nouvelles formations doivent être développés. Il ne s'agit pas forcément de nouveaux métiers mais il convient de les adapter et les réinventer (ex : diagnostiqueur, évaluateur des bénéfices environnementaux, vendeur/conseiller...).

Un membre du GT a souligné le chemin à faire pour que les conseillers de vente puissent tenir un discours étayé par rapport à la transition écologique, donc évoquer les impacts environnementaux des choix, ce qui passe nécessairement par de la formation. Le rapport du chantier 31 du Grenelle notait que l'organisation des entreprises devait évoluer pour rapprocher les entités différentes qui gèrent habituellement les différents coûts (investissement, installation, fonctionnement, maintenance, fin de vie des produits), afin de pouvoir rendre compte au client des coûts globaux. Les besoins en termes de compétences rejoignent aussi en partie ceux des activités liées à l'économie circulaire (autour de l'écoconception et de la réparation notamment). En outre, ces nouveaux rôles sont souvent non délocalisables, donc gages du développement d'emplois locaux. Mob-Ion fait ainsi état de *« 76,5 % du prix de revient acquis en France »*.

L'Ameublement français a souligné que l'EFC serait ainsi une opportunité pour la fabrication française d'ameublement, la logique d'intégration servicielle constituant un enjeu de relocalisation.



Plusieurs entreprises auditionnées ont mentionné cet atout de l'EFC, sans pour autant développer l'aspect quantitatif (nombre d'emplois créés localement).

Plusieurs entreprises impliquées dans l'EFC ont noué des liens avec des entreprises de l'ESS. Le GT n'a pas approfondi ces aspects, malgré un contact pris avec l'Union des entreprises de l'ESS, qui est resté sans suites.

Selon Muriel Maillefert, la création de la valeur prend différentes formes (monétaire mais aussi en termes de bien-être ou d'externalités positives sur les territoires...) difficiles à évaluer. Considérer l'ensemble des services rendus à l'échelle de la société oblige à la co-construction avec le client (entreprise ou particulier) et éventuellement avec d'autres bénéficiaires, pour identifier tous les effets utiles du service. Ceci a été illustré par plusieurs cas présentés au GT où différents bénéficiaires indirects sont impliqués dans le modèle économique :

- Engie trouve un équilibre grâce notamment à la rémunération par le Réseau de transport de l'électricité (RTE) du service d'effacement qui lui est rendu grâce aux thermostats connectés mis à disposition des usagers ;
- des organismes de prévention comme l'Assurance maladie, les assurances complémentaires privées (Harmonie Mutuelle pour Décathlon à Lille), la Caisse nationale de solidarité pour l'autonomie (pour Autonomia 64 accompagnée par l'APESA), peuvent être intéressés par des co-bénéfices sanitaires de certains services d'EFC, et contribuer à leur financement ;
- les autorités organisatrices de la mobilité subventionnent le covoiturage domicile/travail permis par BlaBlaCar, comme la métropole lilloise est intéressée par l'offre de Décathlon pour réduire l'engorgement et répondre à sa politique de mobilité<sup>10</sup>.

#### 4.4 IMPACTS SUR LES CONSOMMATEURS

Le premier impact positif attendu de l'EFC pour les consommateurs est l'adaptation de l'offre à ses besoins : cela découle de la définition même de l'EFC qui repose sur l'usage et part de l'expression des besoins des bénéficiaires. Les exemples de la croissance des enfants ou du changement de niveau ou de pratique sportive l'illustrent bien, tout comme les effets de saisonnalité.

D'autres bénéfices pour les consommateurs peuvent être liés aux bénéfices environnementaux (satisfaire des attentes en matière de durabilité de certains consommateurs, éviter les coûts cachés des externalités négatives, co-bénéfices sanitaires éventuels des bénéfices environnementaux, comme cela a été évoqué à propos des mobilités douces ou des activités sportives) ou aux modalités de coopération, dans les modèles les plus élaborés (lien social lié au partage de biens ou à l'implication dans la conception de l'offre). L'opportunité de bénéficier de produits de meilleure qualité à un prix abordable est également importante.

L'expérimentation menée par Décathlon à Lille a permis d'évaluer des impacts sur la maîtrise de l'agenda, les économies réalisées et la santé, tant au niveau individuel que de la santé publique : « *les impacts mesurés ont été les suivants :*

- *les utilisateurs passaient de 0 km/mois à 137 km/mois en moyenne ;*
- *la maîtrise du temps de trajet s'élevait à 97 % ;*
- *les gains en santé atteignaient 80 % des apports en santé recommandés par l'OMS (30 min d'activité physique par jour). Harmonie mutuelle a ainsi été intégrée au modèle économique ;*
- *les économies réalisées allaient jusqu'à 84 €/mois en moyenne ;*
- *moins de pollution et d'embouteillage dans la métropole européenne de Lille ».*

<sup>10</sup> Une autre entreprise, rencontrée par le président du GT en marge des travaux, Ecocean, propose des solutions d'EFC (et d'économie circulaire) pour rétablir une partie des services écosystémiques des zones de nurserie de poissons le long des littoraux artificialisés. Les ports sont les principaux clients de cette entreprise, mais d'autres acteurs comme le conservatoire du littoral, voire les pêcheurs ou les clubs de plongée, pourraient être considérés comme co-bénéficiaires de cette aide au maintien de populations de poissons dans des zones artificialisées (Ecocean n'a pas exploré de financements reposant sur ces co-bénéfices).

Un autre aspect plus ambivalent est la simplicité. Les consommateurs pourraient trouver un intérêt en termes de « commodité », voire de liberté (par exemple pour laisser son produit en cas de déménagement) ou de soulagement de certaines démarches, liées aux aspects « produits-services » (ex : inclusion de l'assistance et de la maintenance, qui est optimisée, ainsi que ses coûts – on parle de « gains d'intégration »). Mais cela peut être contrecarré par la complexité inhérente à l'EFC (définition des besoins, modalités de suivi, cf. 5.3).

La caractérisation des bénéfices pour les consommateurs a été abordée au travers de l'application des méthodes du marketing (cf. 7.2) : d'abord les bénéfices fonctionnels (qualité, durabilité, résistance, fonction servicielle), puis les bénéfices émotionnels (déculpabilisation, partage, choix, variété)<sup>11</sup>, enfin les valeurs et la « pertinence culturelle » (les tendances, le « cool », la mode, etc.). Un débat a eu lieu au sein du GT pour nuancer les bénéfices en termes de « mode » puisque si l'EFC est utilisée pour « coller à la mode », elle peut alors conduire à des effets « rebond » (les consommateurs renouvelant plus facilement leurs produits dans un cadre d'offre servicielle, surtout si celle-ci met en avant la possibilité de changer de modèles). Changer excessivement peut contrecarrer la réduction des impacts environnementaux attendue des offres d'EFC par rapport aux offres d'économie de la propriété. La logique « *upgrader plutôt que remplacer* » (et donc, en évitant de sortir de nouveaux produits, sauf si ceux-ci présentent un intérêt environnemental par exemple pour réduire la consommation d'énergie) a été proposée pour résoudre cette tension. Au-delà, il semble que le fait de rendre les solutions d'EFC en tant que telles à *la mode* puisse être une piste.

## 5. FREINS ET DIFFICULTÉS

---

### 5.1 DIFFICULTÉS À CHANGER DE MODÈLE ÉCONOMIQUE

Juliette Sénéchal, professeure de droit privé à l'Université de Lille, a cité l'ouvrage de Jeremy Rifkin, prospectiviste américain, *L'âge de l'accès* qui, au-delà de l'aspect environnemental, traduit un certain nombre de brouillages des frontières entre des concepts traditionnels. L'EFC pose la question de comment faire disparaître la centralité du produit en le transformant en service.

Le bureau de la veille économique de la DGCCRF a présenté au GT une liste de freins pour les entreprises dans laquelle la résistance au changement de modèle économique (*business as usual*) et la méconnaissance du modèle d'EFC apparaissaient en tête. Sont également citées la vision à court terme, la difficulté de financement de la transition, la difficile coexistence de modèles économiques pendant une période transitoire – sur ce point les avis ne sont pas partagés par tous les acteurs auditionnés –, l'internalisation de nouvelles compétences, la remise en cause des relations commerciales établies avec des partenaires (sous-traitants, fournisseurs, distributeurs) et donc du cadre contractuel préexistant, enfin la territorialisation. Des nouveaux types de coûts peuvent par exemple être liés à la gestion du reconditionnement et aux outils nécessaires pour assurer la « continuité de service » des biens d'occasion utilisés dans les services d'EFC.

---

<sup>11</sup> Benoît Heilbrunn a cité à ce propos l'ouvrage de Douglas Holt, *How brands become icons*, HBP, 2002.

Lizee s'est penché plus largement sur la bascule d'une économie de la vente à une économie de la location (qui ne s'inscrit donc pas toujours dans l'économie de la fonctionnalité, cf. partie 3.2.2) :



Figure 3 Freins au développement de l'économie de la location identifiés par Lizee

Les paragraphes qui suivent approfondissent certains de ces freins, en commençant par ceux liés à l'évaluation des gains (ou bénéfices, afin de définir le modèle de tarification et donc de financement des services) et aux relations avec les clients.

## 5.2 QUI POUR ÉVALUER ET FINANCER LES EXTERNALITÉS POSITIVES ?

La norme française XP X30-901 *Système de management de projet d'économie circulaire* pose des questions centrales autour de la rémunération de l'offre envisagée : « *dépend-elle de la performance d'usage et non des volumes de produits et prestations de services mobilisés (découplage) ? Comment cette rémunération est-elle partagée entre le porteur et les partenaires ? Dans quelle mesure la mise en œuvre de la solution de performance d'usage [...] permet-elle de développer les ressources immatérielles déjà présentes et permet-elle d'en faire émerger de nouvelles (effet ciseau) ?* »

Des outils et méthodes relevant le plus souvent de l'évaluation des politiques publiques se trouvent ici nécessaires à des entreprises. Il serait intéressant d'approfondir la recherche d'utilisation conjointe des méthodes d'analyse marketing et d'évaluation environnementale. L'APESA note que « *Les nouveaux modèles d'affaires demandent une évaluation de la valeur créée, détruite, et oubliée (outil type Value Mapping Tool, Bocken et al., 2013)* », non seulement pour déterminer si un modèle est bénéfique (viabilité), mais aussi « *pour la mise en place d'une tarification afin de monétariser les différentes valeurs créées (consentement à payer, coûts évités, etc.)* » et d'allouer la valeur. Une telle analyse économique repose sur plusieurs étapes :

- identification des parties prenantes ;
- identification des effets ;
- coût complet sur la base des valeurs en marché ;
- coût complet avec méthodes de valorisation ;
- mécanismes juridiques et économiques de privatisation des coûts pour stabiliser le modèle d'affaires.

Suez a par exemple expérimenté à Montauban une rémunération fondée sur la réduction des déchets, par un système de bonus-malus, au lieu d'une rémunération fondée sur les volumes de

déchets traités<sup>12</sup>. L'Ademe a signalé avoir contribué à des fiches pratiques issues d'expérimentations avec des collectivités, dans le cadre d'un programme « COEFP ».

Ce sont notamment des outils issus de l'évaluation des politiques publiques et des impacts environnementaux, qui doivent être appliqués à l'analyse des modèles d'affaires, mais la recherche en faveur de cette application est encore embryonnaire. Le GT a proposé la définition d'indicateurs spécifiques à la fois environnementaux et économiques, qui pourraient faire l'objet de la création d'observatoires. Christian du Tertre relève que la « *co-conception des solutions crée un espace de coopération autorisant la prise en compte des préoccupations environnementales et sociales des clients, comme des pouvoirs publics. [...] Le domaine et l'évaluation de la performance sont amenés ainsi à s'étendre à ce registre de la valeur qui, dans une logique industrielle, n'était pas pris en charge par l'entreprise, mais rejeté vers le domaine public relevant de la responsabilité de l'État national ou des collectivités locales. Si la dynamique industrielle a tendance à ne retenir que trois registres de performance (la qualité, la productivité et la rentabilité), celle de l'économie de la fonctionnalité en retient quatre : les trois précédents et celui que constituent les externalités.* »

L'étude de la Driat d'Île-de-France « [L'évaluation des nouveaux modèles économiques en faveur de l'économie circulaire](#) » laisse à penser qu'il ne serait pas pertinent d'établir une méthodologie universelle d'évaluation des gains économiques et environnementaux de l'économie de la fonctionnalité, tant il est complexe de mesurer les gains économiques et environnementaux pour l'intégralité de l'écosystème (envisager l'intégralité des impacts environnementaux générés par chaque entreprise, selon son activité). Pour autant, le besoin de disposer de méthodologies adaptées a été partagé par plusieurs entreprises auditionnées. Le GT a également constaté que c'était un prérequis pour pouvoir se prononcer sur l'appartenance d'un service au modèle de l'EFC, dès lors que cela implique une recherche de réduction des impacts environnementaux.

Cela a conduit à l'adoption de la recommandation suivante (voir détail dans l'avis) :

**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**

Dans l'attente, les entreprises ont la possibilité de se référer à des outils généraux comme la norme ISO 14001 ou à des outils d'évaluation comme les standards de la « *Global Reporting Initiative* » (GRI). L'AFNOR a aussi souligné que, à l'échelle de l'économie circulaire, plusieurs normes internationales devraient être bientôt publiées qui poseraient des principes et recommandations sur la transition des modèles d'affaire (ISO 59004 et 59010) mais aussi sur la mesure et l'évaluation de la performance circulaire (ISO 59020). Certains aspects enfin demeureront très difficiles à évaluer et donc à valoriser, comme l'intérêt des collectivités pour les relocalisations ou l'emploi local.

Cela pose ensuite la question des financements publics (une fois les bénéficiaires évalués et les bénéficiaires identifiés (cf. 4.3), mais il convient de distinguer les contributions économiques de ces bénéficiaires tiers, qui peuvent être souvent des entités publiques, des éventuelles subventions/aide de financement pérenne (cf. partie 8.5).

Jean-Sébastien Tronchon (immaTerra) a souligné que les contributions par des entités publiques donnent des droits aux donneurs d'ordre (par exemple, dans le cas de l'organisation de l'offre de transports, pour le développement de la pratique du vélo à Lille, dans celui d'Autonomia 64 dont le modèle permet une économie pour les payeurs : les personnes dépendantes ne paient pas, mais les dépenses sont prises en charge par l'aide publique).

<sup>12</sup> <https://www.suez.fr/fr-fr/actualites/communiqués-de-presse/le-grand-montauban-communaute-d-agglomeration-et-suez-signent-le-premier-contrat-de-performance-en-france>

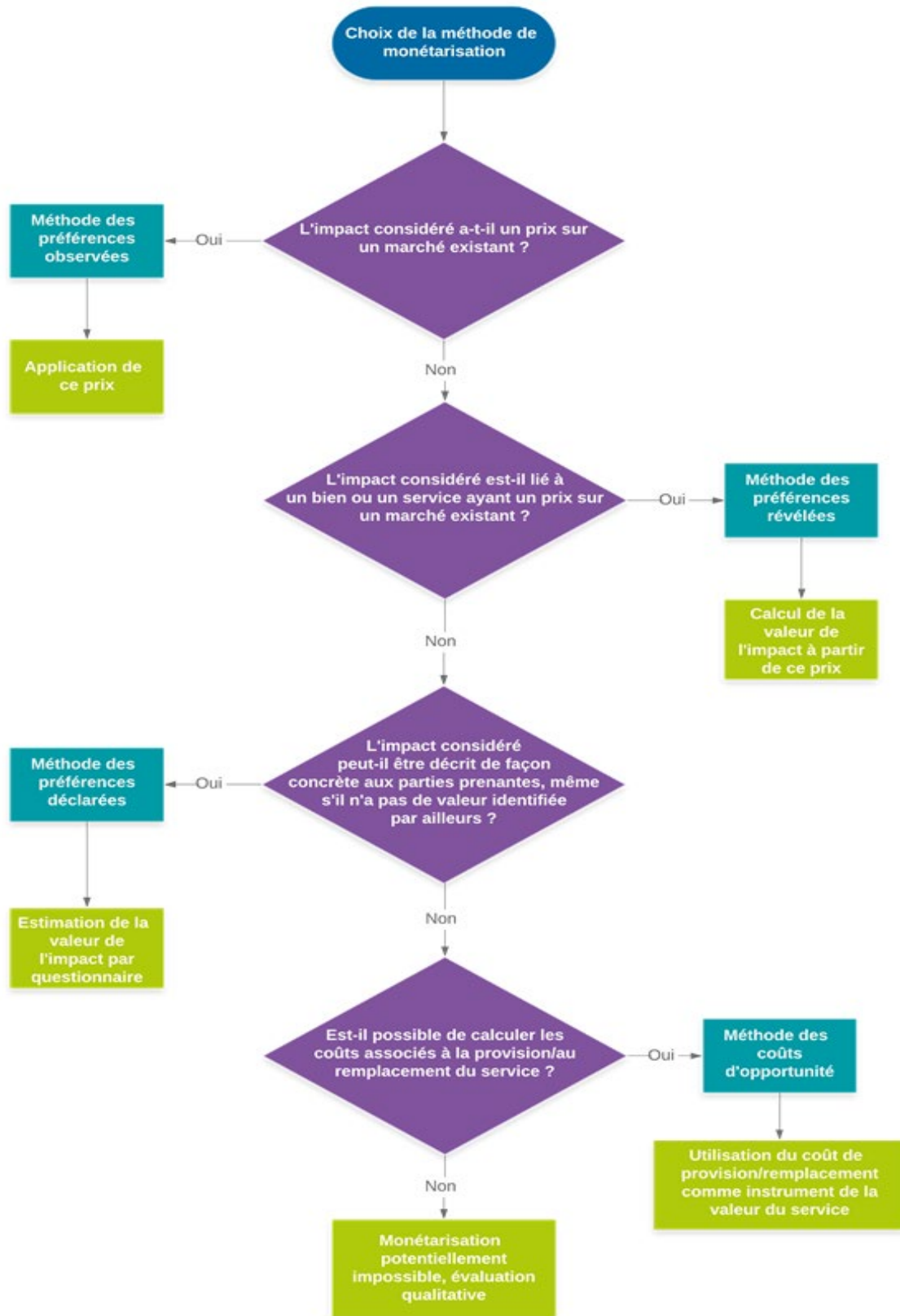


Figure 4 La valorisation des effets dans l'EF (source : APESA)

Emmanuel Dupont (ANCT) a partagé la question suivante : « et si l'économie de la fonctionnalité, plutôt que d'être un modèle de transformation d'abord économique (centré originellement sur les entreprises) n'était pas, plus encore, un modèle pour penser une transformation profonde de l'acteur public ? Juridiquement, on est au début de la réflexion sur la déconnexion entre propriété et usage (voir les travaux de juristes français sur les communs autour de Judith Rochfeld). L'EFC contribue à

*donner des pistes de réponse à ces questions. Derrière la question de l'usage, il y a celle de la représentation des usagers dans les gouvernances collectives à l'échelle des territoires. Les collectivités ne sont pas le territoire et ont une capacité de mobilisation et entraînement d'acteurs assez faible prise isolément. L'EFC permet peut-être de commencer à envisager une autre façon de légitimer une capacité d'intervention des collectivités en matière économique, et des critères pour penser les aides aux entreprises et les partenariats public-privé. »*

### **5.3 CARACTÉRISATION FINE DE LA DEMANDE ET ENGAGEMENT DES BÉNÉFICIAIRES**

L'APESA a listé parmi les difficultés de l'expérimentation d'EurêCook (service de location de matériel culinaire) la forte dépendance au territoire, mais aussi la difficulté à « *connaître et comprendre les attentes de clients* ». Dans l'économie de la fonctionnalité, la satisfaction des besoins du client est un processus continu qui « *se traduit par l'enchaînement de plusieurs situations transactionnelles [...] : la virtualisation (conception, R&D), la recherche de compétences (formation, recrutement), la recherche de performance (production, distribution, usage) et enfin la sanction (contreparties monétaires ou symboliques)* ». Pour Manuel Zacklad, l'économie de la fonctionnalité permet des « *engagements gagnant-gagnant entre offreurs et demandeurs dans la durée* ». Les stratégies d'EFC doivent s'insérer dans le cadre de la « *fidélisation soutenable* », qui résulte de tels engagements et permet d'amortir les coûts liés à l'élaboration de solutions personnalisées.

L'Imprimerie partagée a relevé que les enjeux sont très similaires entre BtoB et BtoC, mais que la question des habitudes d'achat, qui sont mobilisées dans les rapports de force entre consommateurs et acheteurs, est encore plus cruciale avec des particuliers.

Les considérations psychologiques relatives à l'acte d'achat sont aussi identifiées comme frein important pour les consommateurs, avec les risques de complexification des relations marchandes, et d'une diminution des capacités d'arbitrages économiques entre biens et services. 80 % des entreprises interrogées par la DGE ont mentionné le besoin d'avoir une offre co-construite avec le client afin de pouvoir répondre à ses besoins. 75 % ont besoin d'observer directement sur le terrain les conditions d'usage.

Si le risque de dégradations lié au fait que les consommateurs ne sont pas propriétaires des produits est parfois évoqué, les professionnels auditionnés ne l'ont pas constaté. Par exemple, sur les 794 produits proposés dans l'expérimentation WePlayCircular, Décathlon n'a dû intervenir que sur 2 à la suite de dégradations. L'assurance, comprise dans l'abonnement, couvrant la casse et le vol, est peu sollicitée. Néanmoins cet aspect reste un point d'attention notamment lorsque le projet sera déployé à plus grande échelle. Commown fournit d'office à ses clients un film protecteur sur les téléphones, qu'il renouvelle gratuitement.

Luc Teerlinck constate à propos de l'expérimentation WePlayCircular que « *de manière rationnelle, ce modèle est plus avantageux et plus désirable pour le client. Néanmoins, il convient d'investiguer sur sa désirabilité afin de le rendre encore attractif.* »

Commown a établi un panorama des freins et leviers pour les consommateurs :

Freins	Grand public	Public engagé
<b>Freins financiers</b>	<b>Fort</b>	<b>Fort</b>
Incompréhension du modèle	Fort	Faible
Méfiance greenwashing	Moyen	Fort
Méfiance modèle locatif	Fort	Moyen-Fort
Rapport à la propriété	Fort	Faible-moyen

Leviers	Grand public	Public engagé
Qualité de service	Fort	Moyen
Tranquillité d'esprit	Moyen	Moyen
Valeurs écologiques	Faible-moyen	Fort
Lutte contre l'obsolescence	Moyen-Fort	Fort
Transparence / sincérité	Moyen	Fort
Accessibilité financière	Moyen	Moyen
<b>Souplesse des offres</b>	<b>Fort</b>	<b>Moyen</b>
<b>Pointe de l'innovation</b>	<b>Fort</b>	<b>Faible</b>

Figure 5 Freins et leviers d'engagement des consommateurs selon Commown

Un membre du collège des consommateurs a cependant émis l'hypothèse que « *la jeune génération semble, d'une part, moins attachée à la propriété et, d'autre part, engagée écologiquement. Il sera donc peut-être plus facile de la convaincre sur les effets bénéfiques de l'EFC.* » L'Ademe a invité à nuancer ce propos, les constats de ses études sur les aspects générationnels n'étant pas si tranchés.

Par ailleurs, lorsque l'on parle d'effet utile, on parle non pas de consommateur mais de bénéficiaire final. La coopération est nécessaire non seulement avec les consommateurs mais aussi avec les autres bénéficiaires (collectivités, organismes publics, autres entreprises...).

« *La gestion des externalités multiplie les interdépendances entre les acteurs autour d'un bien partagé* », ce qui accroît les occasions de coopération. Manuel Zacklad va jusqu'à définir l'économie de la fonctionnalité comme « *une offre de produit, de service ou de produit service, inscrite dans une dynamique servicielle et fournie par un groupement de parties prenantes sur la base de la gestion coopérative d'un bien partagé indivisible résultant des externalités positives associées à la mise en œuvre de cette offre dans la durée* ».

Jean-Sébastien Tronchon (immaTerra) a insisté sur le fait que le caractère multi-acteurs et la coopération sont intrinsèquement liés au besoin de résoudre des problèmes, de répondre à des besoins identifiés grâce à la prise en compte des usages, tandis que dans un modèle de propriété, peu importe l'usage (ex : combien de km font les vélos vendus chez Décathlon). Mais il en découle aussi une difficulté liée au temps nécessaire à la coopération : celle-ci est à mettre en balance avec les gains serviciels (qui visent à décharger le consommateur) ; des solutions de suivi par exemple via

des applications mobiles (ex : Lizee, Mob-Ion) peuvent être mobilisées pour réduire la charge des consommateurs et faciliter la coopération (cf. 4.4).

L'outil de gestion informatique de Commown est quant à lui développé dans un environnement *open source* mis à disposition de tous. La coopération peut donc aussi porter sur l'amélioration de l'outil (même si elle est réservée à des profils initiés). Dans son modèle économique (société coopérative d'intérêt collectif), le client, s'il le souhaite, peut aussi être directement impliqué dans la coopérative puisqu'il peut en être sociétaire. Cette forme d'association des consommateurs illustre d'ailleurs que les consommateurs peuvent substituer la propriété des biens utilisés par celle d'une partie de l'entreprise qui les met à leur disposition.

#### **5.4 CADRE JURIDIQUE ET CONTRACTUEL, « COMPLICATION MARCHANDE »**

L'évaluation des externalités et la monétarisation des services (cf. 5.2) puis la caractérisation fine de la demande et des modalités d'engagement des bénéficiaires (cf. 5.3) peuvent ensuite être traduites de manière plus ou moins détaillée dans les contrats. Cela doit conduire à une vigilance particulière en matière d'information des consommateurs, qui est développée plus loin (cf. 6.1 et 6.2). En amont, cela peut constituer un frein à part entière pour les entreprises, en particulier dans les cas où des bénéficiaires tiers prennent part au contrat.

Pour Louis Dupuy (APESA), « *les "systèmes produits services" appellent des contrats les plus complets possible, tandis que dans l'économie de la fonctionnalité plus tournée vers la coopération, ce n'est pas nécessairement le cas* » : les premiers impliquent peut-être des contrats plus détaillés, par exemple sur les risques de dégradation et le partage des responsabilités, que des coopérations de long terme voire reposant sur un co-investissement (risque partagé). C'est l'approche qu'envisageait le rapport du chantier 31 du Grenelle de l'environnement. À l'inverse, les approches plus coopératives pourraient être rapprochées des « méthodes agiles » dans lesquelles les parties prenantes s'impliquent tout au cours d'un projet (en l'espèce, d'une relation commerciale), de la définition (le cas échéant évolutive) des besoins à l'exécution sans figer des contrats de manière trop détaillée. Le phénomène de « complication marchande » pourrait alors être réduit, notamment dans les modèles d'entreprises coopératives impliquant les bénéficiaires, ou de manière plus large dans les modèles où une certaine intensité d'échange avec eux est possible. Eram a cependant noté que l'incarnation d'un modèle de transformation d'entreprise par un siège ou un dirigeant pouvait être un atout, par rapport aux entreprises coopératives dont l'organisation implique aussi plus de travail pour embarquer tous les magasins.

Contrairement au cadre contractuel, le cadre *juridique* (législatif ou réglementaire) a peu été cité comme un frein au développement de l'EFC, à l'exception de certaines questions fiscales et comptables (cf. 8.6).

Décathlon et HP ont posé la question de l'usage du terme « reconditionné » (article 37 de la loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire) et de son intérêt en termes de communication auprès des consommateurs. Décathlon considérait notamment que les exigences en termes de traçabilité unité par unité des tests et opérations réalisées pour reconditionner du matériel sportif ou textile avant sa remise en circulation (en l'espèce, dans le cadre des offres d'EFC) présentaient un risque juridique important, et que les produits devaient alors être considérés simplement comme « d'occasion ». La DGCCRF a confirmé que chaque produit de seconde vie étant un cas particulier, la définition du reconditionné imposait en effet une communication au consommateur individualisée quant aux opérations de test<sup>13</sup> et de remise en l'état réalisées s'il y a lieu. Le professionnel peut prévoir des règles génériques de tests et

<sup>13</sup> Ces tests sont réalisés « *afin d'établir qu'il [le produit] répond aux obligations légales de sécurité et à l'usage auquel le consommateur peut légitimement s'attendre* » (article R.122-4 du code de la consommation).



de remise en état sur certains points, mais doit pouvoir justifier de la restauration de toutes les fonctionnalités attendues du produit (*a fortiori* dans un modèle d'EFC).

## 5.5 NÉCESSITÉ D'UN ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ET D'UNE GOUVERNANCE ADAPTÉS

Des difficultés ont été mentionnées liées à l'organisation et à la gouvernance des entreprises. Par exemple, un cloisonnement interne excessif des décisions (ex : arbitrages entre les achats et la maintenance) peut être rédhibitoire (cf. aussi 4.3). La réussite dans une démarche d'économie de la fonctionnalité implique un engagement au niveau de la direction, une vision stratégique, une sortie des logiques de silos, l'implication des ressources humaines...

Les difficultés de gouvernance peuvent aussi se poser en externe à l'entreprise, entre professionnels, avec des fournisseurs par exemple. Des chartes de coopération, contrats de partenariat ou autres modalités de travail coopératif entre entreprises s'inscrivent dans des dynamiques longues pour mettre en place des solutions d'EFC. Intersport a fait état de la nécessité d'« *entraîner l'écosystème dans une transformation de modèle et en particulier nos bailleurs : investissements à venir avec des partages de responsabilité pas clarifiées entre bailleur et preneur (PV, ombrières, bornes IRVE, GTB, isolation, etc.)* ».

Le rapport du chantier n° 31 du Grenelle de l'environnement relevait que lorsque ce ne sont pas les producteurs de biens qui proposent les offres d'EFC, ils n'ont pas d'intérêt direct à allonger la durée de vie des biens (citant l'exemple de l'autopartage). Pour tenter de remédier à cette difficulté, Commown incite les constructeurs à migrer vers l'économie de la fonctionnalité notamment en les intéressant financièrement à la pérennité des équipements dans les offres.

L'APESA a quant à elle cité la reconception des systèmes de distribution (typologie de distribution, approvisionnement, points relais...) et le fait de passer d'une logique de sous-traitance à une logique de partenariat comme un écueil pour les entreprises insuffisamment préparées. Le collège des professionnels a souligné l'enjeu de partenariats de longue durée, nécessitant flexibilité et adaptation, et un partage des retours d'expérience et des solutions trouvées en local.

## 5.6 INVESTISSEMENT

Dans un rapport de l'INEC et de GreenFlex sur l'EFC (2014), le rôle éminent des crédits-bailleurs était identifié pour le financement des actifs que les TPE/PME souhaiteraient proposer dans des modèles de l'EFC. Pour les TPE/PME, l'un des premiers freins à l'EFC auquel elles se heurtent réside effectivement dans l'investissement conséquent du stock qui requiert de la trésorerie. Dès lors, les crédits-bailleurs (en général des filiales d'institutions financières) peuvent proposer des offres de *leasing* avec ou sans option d'achat aux entreprises. Ce schéma est assez récurrent dans les domaines de la mobilité et de l'électronique du fait de ruptures technologiques importantes qui encouragent au renouvellement des équipements, mais l'est semble-t-il moins pour les produits de grande consommation. Un acteur du crédit-bail interrogé par la DGCCRF et la DGE en marge du GT a souligné, pour les produits grand public, comme du petit électroménager, les freins importants liés à la logistique, au coût des retours, à l'éparpillement des produits. Ce contexte peut expliquer une difficulté pour les entreprises en BtoC à trouver des financeurs.

L'Imprimerie partagée a indiqué avoir rencontré de nombreuses difficultés avec les banques dans la mesure où « *les investissements faits, même s'ils produisent de la valeur, ne sont pas directement matériels, or ce sont les matériels sur lesquels les banques peuvent prendre une garantie. Ce nouveau modèle n'entre dans aucune case. Les indicateurs des banques ne sont pas ceux d'une trajectoire EFC.* »

Ce phénomène semble au moins en partie lié au manque de connaissance de l'EFC. En effet la FIM a relevé que « *pour certains matériels (engins agricoles, BTP, machines-outils, etc.) ont été développés, depuis plusieurs années, des modèles commerciaux basés sur la vente d'un nombre d'heures de service* », et que « *les relations avec les banques ne posent pas de problème particulier ; la coexistence de plusieurs modèles économiques (location, vente de produits d'occasion, vente d'un nombre d'heure, etc.) fonctionne de manière relativement efficace.* »

Intersport a quant à lui souligné qu'adapter des magasins faits pour vendre des produits dans l'économie linéaire et non pour proposer des services nécessite des changements potentiellement coûteux, et propose de réfléchir à l'implication ou au soutien des bailleurs.

## 6. PROTECTION DES CONSOMMATEURS

---

Afin d'assurer pleinement la protection économique des consommateurs de services d'économie de la fonctionnalité, il convient de s'intéresser aux risques inhérents à ces services. Il en va de leur attractivité pour les consommateurs comme pour les professionnels. Deux besoins essentiels ont été mis en exergue en matière de protection économique des consommateurs : l'information sur les caractéristiques essentielles d'une offre d'économie de la fonctionnalité, et l'information sur les prix en lien avec les notions d'usage et de performance. D'autres besoins ont été abordés (protection contre les clauses abusives, pratiques commerciales trompeuses, risques liés aux abonnements...). Ces questions ont fait l'objet d'un travail original du GT sous forme d'ateliers coopératifs en sous-groupes « tournants » lors de l'une des séances de travail. Les restitutions ont fait l'objet d'une validation collective.

### 6.1 INFORMATION PRÉCONTRACTUELLE : CARACTÉRISTIQUES ESSENTIELLES ET PRIX

Le prix d'une offre d'EFC est défini en prenant en compte une vision élargie de la valeur ajoutée (économique, sociale, environnementale, cf. 4 et 5.2). Il peut donc être plus complexe d'assurer une présentation transparente et lisible du prix et de ce qu'il recouvre précisément pour le consommateur, puisque plusieurs effets utiles peuvent être mis en avant comme sources de la valeur du service.

Le GT a mis en évidence les caractéristiques essentielles suivantes des offres d'EFC :

- la fonction et l'usage d'un bien impliqué dans l'offre ;
- l'attractivité et l'effectivité de l'offre qui doit garantir, d'une part, la facilité d'accès et, d'autre part, la disponibilité des biens ;
- la réduction des impacts environnementaux ;
- la temporalité du service (réflexion à plus ou moins long terme en fonction des besoins) ;
- le niveau de fiabilité, de performance, d'efficacité de l'offre ; en particulier, une attention particulière est attendue sur les modalités prévues en cas de non-fonctionnement (défaut, panne...);
- l'accès aux produits haut de gamme : l'offre doit permettre aux consommateurs d'accéder, par exemple grâce à un abonnement et un engagement éventuellement plus long, à des biens haut de gamme ou innovants, de meilleure qualité et plus durables ;
- la prise en compte de l'ensemble de la chaîne de valeur et des externalités positives ou négatives dans la fixation des prix.

La transparence sur ces caractéristiques permettrait d'appliquer la notion d'information précontractuelle à l'échelle du modèle économique qu'est l'EFC, alors qu'elle se rapporte aujourd'hui

plus classiquement (articles L. 111-1 et 221-5 du code de la consommation) aux biens ou aux services et aux droits des consommateurs qui s'y rattachent directement<sup>14</sup>.

Des risques pour les consommateurs ont aussi été identifiés à ce stade de l'information précontractuelle :

- le défaut de transparence sur les prix et sur ce qu'ils recouvrent précisément ;
- les pratiques commerciales trompeuses (allégations environnementales, sociales, ou sur les économies réalisées).

Cela a conduit à l'adoption de la recommandation suivante (voir détail dans l'avis) :

**Recommandation n° 1 : garantir l'application pleine et entière à l'EFC du droit de la consommation, notamment en matière d'information du consommateur**

## 6.2 CONTRACTUALISATION ET SUIVI DE LA RELATION CLIENT

Le GT a précisé ce qui selon lui devrait être généralement précisé contractuellement entre les acteurs (professionnels et consommateurs) :

- l'importance de l'action du consommateur : s'il n'est pas impliqué, des effets rebonds, non prévus par le professionnel, peuvent survenir. La collaboration (par exemple sous forme de suivi des usages réels par le professionnel, voire d'échanges en vue d'adapter l'offre aux besoins spécifiques du consommateur) est donc indispensable et doit être abordée dans les contrats (même si cela peut être de manière plus ou moins succincte pour faciliter les ajustements liés à la personnalisation ou aux évolutions de l'offre, cf. 5.4) ;
- la transparence de l'offre pour qu'elle soit bien comprise par le consommateur, notamment les offres de services associées, par exemple la maintenance d'un bien intégrée à l'offre globale ;
- les obligations des consommateurs, notamment les restrictions d'usage et règles applicables en cas de dégradation du bien. Ceci peut s'accompagner de formations ou de tutoriels, et pourrait être pris en compte plus largement dans l'éducation<sup>15</sup> ;
- la responsabilité du professionnel en cas de dommages sur les produits lors des livraisons (potentiellement régulières, dans certains modèles d'EFC) ou de dysfonctionnement du bien.

L'Imprimerie partagée a souligné que son modèle économique nécessite d'échanger avec le client sur la manière dont il va utiliser le document qu'il fait imprimer (est-ce que les effets de l'usage du document correspondent à ce qu'il recherche). Ecodéfi+ (Engie) prévoit une adhésion renouvelée à chaque campagne et une approche positive d'encouragement : une bonne action pour sa consommation se traduit par une récompense.

Cela a conduit à l'adoption de la recommandation suivante (voir détail dans l'avis) :

**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.**

À propos des garanties, le GT a évoqué plusieurs pistes pour définir un régime qui couvre les services de l'EFC et protège les consommateurs dans le temps :

- la possibilité de s'appuyer sur le droit des contrats classiques du code civil : contrat de bail qui peut s'appliquer à certaines offres d'EFC (garantie des vices cachés, garantie d'éviction) ou contrat d'entreprise (contrat de prestations de service qui permet une certaine souplesse avec la possibilité d'enclencher assez facilement la responsabilité contractuelle) ;

<sup>14</sup> Le collège des professionnels a relevé que cette obligation d'information précontractuelle était néanmoins couverte, de manière générale, par l'article 1112-1 du code civil.

<sup>15</sup> Le GT a noté que la responsabilisation des consommateurs pouvait varier beaucoup d'un type de produit à un autre : par exemple le fait que les manuels scolaires soient prêtés aux élèves et transmis à de nouveaux élèves d'une année sur l'autre peut apprendre aux jeunes le respect de l'objet qui ne leur appartient pas.

- la garantie légale de conformité et la garantie sur les vices cachés, qui s’appliquent au contrat de vente, pourraient être étendues et adaptées à l’EFC, dans un souci de simplification<sup>16</sup> ;
- la création ou l’expérimentation d’un univers juridique spécifique à l’EFC, discutée mais finalement écartée compte tenu des risques en termes de lisibilité pour les consommateurs et de complexification pour les entreprises ;
- la mise en œuvre des critères d’écoconception afin que les biens puissent répondre aux exigences de sécurité, de performance et de conformité à l’usage attendu, même dans des cas d’utilisations successives ou mutualisées liées à des services d’EFC ;
- Juliette Sénéchal a indiqué que les [directives \(UE\) 2019-771](#) et [2019-770](#) du 20 mai 2019 qui ont modifié et introduit, dans le code de la consommation, des garanties légales de conformité en matière de vente de biens et de fournitures de services à l’ère numérique (lorsque les services d’EFC intègrent des services numériques), allaient potentiellement atteindre l’EFC.

Le GT a aussi craint que la complexité de certaines offres ne rende plus facile à contourner le cadre légal, notamment pour ce qui concerne les clauses abusives dans les contrats (décharges en responsabilité, restrictions d’usage disproportionnées). Cela a contribué à proposer la recommandation n° 8 introduite *infra* au 7.3.

Les besoins de réparabilité effective et de disponibilité des pièces détachées ont enfin été rappelés afin que le service puisse s’inscrire dans la durée.

### 6.3 RISQUES LIÉS AUX FORMATS D’ABONNEMENT ET AUX ASSURANCES

Les contrats d’abonnement sont courants dans les modèles d’EFC, car ils permettent d’inscrire dans la durée les relations avec les bénéficiaires, et sont une manière assez aisée de lisser les coûts dans le cas d’usages prolongés de biens. Ils peuvent aussi, on l’a vu, représenter une facilité pour les consommateurs. Cependant, ils ne sont pas sans risques.

Common a rappelé les positions (transposables) de la Cour des comptes sur les locations de longue durée<sup>17</sup> : « *Le consommateur est souvent aveuglé par la faible mensualité qui lui est proposée, par exemple 8,38 € par mois pour le téléviseur, tout comme par les garanties et le service après-vente avancés. [...] Second point soulevé : alors que la loi prévoit qu’un crédit à la consommation peut être soldé par anticipation, le plus souvent sans indemnité, il n’en est pas de même avec une LLD. Car mettre un terme à pareil engagement, généralement souscrit pour une durée de 24 à 48 mois, est assorti d’une condition ruineuse : « Le paiement de l’intégralité des mensualités dues jusqu’au terme du contrat initial. » »*

Le collège des consommateurs a rappelé que toute surconsommation, même d’offres d’EFC, auquel des abonnements accumulés pouvaient contribuer, pouvait entraîner un risque de surendettement.

Le GT a abordé d’autres risques liés à des formes de captivité ou de ventes liées<sup>18</sup> :

- le risque de confusion entre l’offre principale et des éventuels contrats d’assurance qui lui seraient rattachés : afin d’éviter toute confusion, la diffusion d’une information spécifique est indispensable. Le comité consultatif du secteur financier (CCSF) a précisé que les assureurs s’étaient engagés à mettre cela en œuvre au plus tard le 1<sup>er</sup> janvier 2024, conformément à l’avis du CCSF du 17 janvier 2023) ;
- le risque de franchises disproportionnées ou mises à jour en cours de contrat ;
- le risque de prix variables non anticipés par le consommateur, comme cela a pu être constaté dans le secteur du *streaming* vidéo.

<sup>16</sup> À noter que la garantie légale de conformité s’applique déjà aux contrats de fourniture de services numériques.

<sup>17</sup> Voir [www.quechoisir.org/actualite-electromenager-et-high-tech-la-cour-des-comptes-epingle-la-location-longue-duree-n89770](http://www.quechoisir.org/actualite-electromenager-et-high-tech-la-cour-des-comptes-epingle-la-location-longue-duree-n89770)

<sup>18</sup> Étant rappelé que l’article L. 121-11 du code de la consommation interdit de « *subordonner la prestation d’un service à celle d’un autre service ou à l’achat d’un produit dès lors que cette subordination constitue une pratique commerciale déloyale* ».

Une partie de ces risques ont été pris en compte dans la recommandation n°1. Les risques spécifiques liés aux contrats d'assurance ont conduit à l'adoption de la recommandation suivante (voir détail dans l'avis) :

**Recommandation n° 3 : assurer un niveau élevé de transparence sur la souscription d'assurances.**

La DGCCRF a par ailleurs mentionné le risque que le professionnel mette fin au service de manière non anticipée par le consommateur (privant ce dernier de l'usage du bien intégré au service, à la différence d'un consommateur propriétaire du bien<sup>19</sup>).

Un premier niveau de prévention de ce type de risque réside dans l'information du consommateur sur les prestations annexes (assurances notamment, clairement distinguées de celles éventuellement intégrées à l'offre) et sur les durées d'engagement. Pour que l'offre d'EFC soit efficace, sans effet rebond, le consommateur doit être informé des caractéristiques essentielles de ladite offre et des évolutions possibles en cours d'abonnement, afin de ne pas recourir à une résiliation anticipée. Par ailleurs, la limitation des frais de résiliation pourrait être envisagée dans certains cas. Ceci a également été pris en compte dans la recommandation n°1.

Face à des risques plus aigus liés à une forme de captivité des consommateurs, par exemple en cas de besoin fort de continuité de service (équipement ménager du foyer par exemple), associé à une offre peu concurrentielle sur un territoire donné (et donc à peu d'alternatives pour le consommateur), il pourrait être pertinent de s'inspirer du droit de l'immobilier, dont Juliette Sénéchal a souligné qu'il était intimement lié au droit de la consommation. Ainsi le système de baux « 3-6-9 » des logements locatifs (engagement sur une durée donnée ménageant des plages de rupture du contrat ou de hausse des prix) ou des mécanismes de préavis pourraient être transposés à certaines offres d'EFC dont les consommateurs seraient particulièrement captifs.

**6.4 RISQUES LIÉS À L'UTILISATION DES DONNÉES PERSONNELLES**

À propos de ces risques, déjà mis en avant par le CESE, le GT a eu une approche nuancée.

Face aux craintes de transmission des données personnelles à des partenaires qui ne seraient pas identifiés (potentiellement nombreux dans le cadre de l'EFC) avec un risque de non transparence vis-à-vis du consommateur, ou d'utilisation des données pour influencer le consommateur sans son consentement, et non pour optimiser le service, il a été rappelé que les textes en vigueur (RGPD, *Data Act*, *Data Governance Act*, lignes directrices de la CNIL), très généraux, apportent *a priori* une protection suffisante. Deux spécificités de l'EFC ont cependant été identifiées :

- le caractère coopératif du modèle, qui pourrait justifier d'aller au-delà de ces exigences applicables à tous secteurs, notamment à propos de l'utilisation des données à des fins de prospection commerciale (qui fait l'objet en règle général d'un droit d'opposition, mais pas d'une demande de consentement exprès) ;
- le risque de collecte de données postérieurement à la résiliation du contrat, du fait par exemple d'applications mobiles qui ne seraient pas désinstallées, ou par prise de contact directe.

<sup>19</sup> Sans que cela n'appartienne à l'EFC, le cas a été observé dans le secteur du jeu vidéo : lorsqu'un consommateur paie le droit de jouer mais n'est pas réellement propriétaire des biens, ceux-ci peuvent être supprimés par les fournisseurs de contenu numérique.

Cela a conduit à l'adoption de la recommandation suivante (voir détail dans l'avis) :

**Recommandation n° 4 : s'assurer de la finalité et du caractère proportionné de la collecte des données nécessaires au service.**

Les préoccupations liées à la cybersécurité, mais aussi la crainte de suppression de données, y compris accidentelle, conduisant à dégrader voire interrompre le service, ont aussi été mentionnées.

Mais le GT a aussi relevé que la collecte d'informations pouvait être nécessaire pour l'atteinte ou la mesure de performance et de l'usage. La collaboration du consommateur et du professionnel dans le cadre des contrats d'EFC va considérablement passer par le numérique (applications, collecte de données, par exemple par l'application de suivi des consommations électriques dans l'offre Ecodéfi+d'Engie), ou simplement faciliter la personnalisation de l'offre en fonction des besoins spécifiques du consommateur. Ainsi, un refus de transmission de données à des partenaires pourrait-il empêcher la mise en œuvre de la coopération ou de l'évaluation nécessaires. Une parade pourrait être de dissocier les risques/avantages de la collecte des données *pendant l'usage* et postérieurement à la restitution du bien.

Mob-Ion a mis en avant sa pratique de suivi des numéros de série des pièces de ses scooters, et le fait qu'elle ne disposait pas de table clients dans sa base de données de gestion de la flotte. Elle ne récupère que des données qui sont liées à la maintenance. Suivre les données liées au matériel, voire à l'usage, mais pas celles portant sur les clients, à moins d'un consentement explicite de leur part, apparaît comme une mesure de prévention pertinente. Il est toutefois possible qu'elle limite les possibilités de personnalisation ou d'adaptation des offres, voire de sécurisation. Ainsi Commown demande-t-il à ses clients avant tout envoi de matériel, de fournir un certain nombre de documents (justificatif de domicile, pièce d'identité, etc.) afin de prouver leur réelle existence (compte tenu du risque de fraudes).

## 6.5 PRISE EN COMPTE DES EXIGENCES DE SÉCURITÉ

Le développement de l'EFC ne doit pas se faire au détriment de la sécurité physique (santé, prévention des accidents) ni des intérêts « économiques » du consommateur, qui incluent des éléments tels que la conformité du produit. La question qui se pose est donc de savoir si l'EFC peut se déployer dans le cadre des règles protectrices qui existent aujourd'hui, ou s'il y a une nécessité de prévoir des adaptations ou précautions particulières.

Pour les produits dont le cadre juridique est harmonisé au niveau européen (ex : jouets, équipements de protection...), la réglementation en matière de sécurité est applicable aux produits au moment de leur mise sur le marché, mais pas aux produits d'occasion. C'est alors l'obligation générale de sécurité prévue par le code de la consommation qui s'applique. Un produit mis à disposition d'un consommateur doit rester sûr au regard des conditions d'usage raisonnablement prévisible et sur sa durée de vie. Le professionnel de l'économie de la fonctionnalité doit donc anticiper ces conditions d'usage, ce qui lui est normalement accessible étant donné que son offre est construite pour répondre à des usages bien identifiés.

Cette exigence n'est pas incompatible avec un haut niveau de sécurité. Ainsi les prestataires de santé à domicile ont-ils développé un modèle d'usage (ex : lits médicalisés, matériel de perfusion, dont les patients équipés à domicile ne sont pas propriétaires), dans un cadre normatif et de sécurité très strict.

Les bonnes pratiques suivantes ont été proposées par le GT :

- s'inspirer des modèles existants pour la location, par exemple des dispositions du code du travail applicables aux machines louées ;
- s'assurer d'une bonne information du consommateur :
  - sur les conditions strictes d'utilisation pour éviter le mésusage ;

- sur les services de proximité de maintenance et de réparation ;
- sur les risques spécifiques pour les populations fragiles ;
- renforcer la responsabilité des professionnels :
  - pour proposer ou garantir des services de proximité de maintenance, éventuellement inclus ;
  - pour assurer un maillage territorial sur les zones de services pour assurer les reprises ou changements d'équipements lorsque c'est nécessaire, ou prendre en charge des frais de retour ;
  - pour assurer le maintien de la sécurité produit par une maintenance régulière, par exemple en demandant au consommateur de ramener périodiquement le produit, ou en mettant en place un numéro spécial du SAV.
- distinguer dans le contrat les charges de maintenance/réparation et celles liées aux éventuels achats de consommables (éventuellement avec des obligations réparties entre entreprises et consommateurs, comme dans une location immobilière entre propriétaire et locataire) et, dans les conditions générales, les conditions d'usage accompagnées de la documentation appropriée ;
- mettre à disposition un forum ou une communauté d'utilisateurs ;
- utiliser le cadre du futur « passeport numérique » prévu par le nouveau règlement européen « écoconception » pour faciliter l'intégration de produits à des offres d'EFC.

L'AFNOR a relevé que les normes de sécurité étaient en général développées pour produits neufs, donnant l'exemple de normes de sécurité sur le vélo qui nécessitent des tests destructifs, donc incompatibles avec l'EFC. Elle suggère ainsi de prévoir des formes de « contrôle technique » pour les produits de seconde main, différentes des normes pour la première mise sur le marché. Cela rejoint des propos du crédit-bailleur interrogé par la DGCCRF et la DGE en marge du GT sur le contrôle technique des véhicules, qui aujourd'hui doit être réalisé tous les 2 ans sur des véhicules reconditionnés, ce qui est jugé incompatible avec la gestion d'une flotte de location dont l'utilisation a vocation à être prolongée.

## 7. LEVIERS DE DÉVELOPPEMENT AUPRÈS DES CONSOMMATEURS

---

### 7.1 COMMENT PRÉSENTER LE CONCEPT AUX CONSOMMATEURS ET LE NOMMER ?

La valeur d'usage est difficile à aborder. Benoît Heilbrunn a rappelé qu'on ne pouvait développer une nouvelle culture de consommation que si l'on apportait un gain ou un bénéfice aux individus supérieur aux pertes. Le discours des entreprises doit donc s'appuyer sur les « points de différence » par rapport aux modèles classiques de vente de biens, notamment une meilleure prise en compte des attentes des clients, une capacité de choix, en mettant l'accent sur la liberté et l'émancipation, ces « valeurs fondatrices de l'ordre consumériste » selon Benoît Heilbrunn.

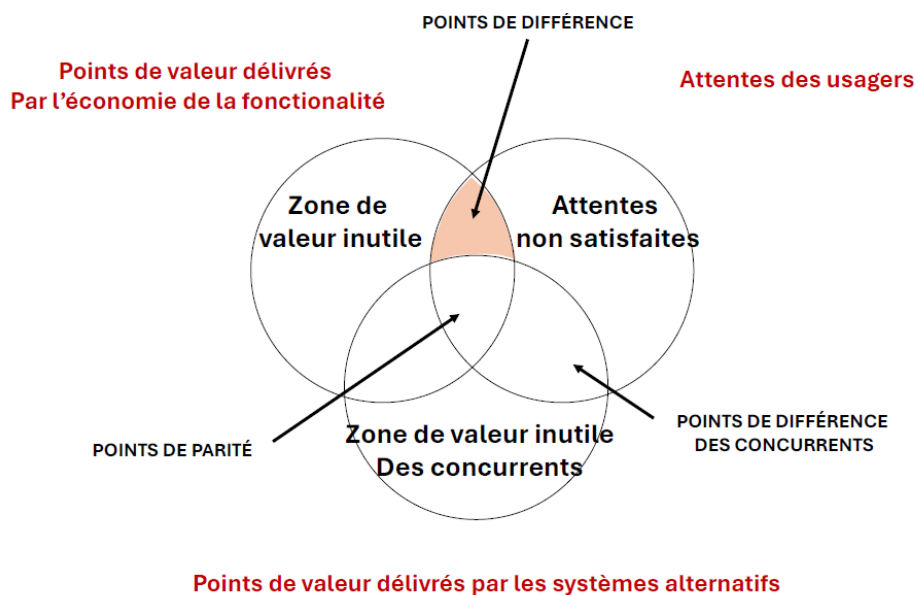


Figure 6 Différenciation concurrentielle de l'économie de la fonctionnalité (source : présentation de B. Heilbrunn)

Le GT a proposé les repères suivants :

- faciliter la comparaison entre les offres pour que le consommateur puisse se repérer facilement, y compris par rapport à des offres d'achat de produits (même si celles-ci ne sont pas directement comparables, il semble certain que le consommateur cherchera à faire l'exercice de comparaison, qui doit donc être anticipé et facilité, pas uniquement sur les prix mais sur l'ensemble des caractéristiques de l'offre<sup>20</sup>);
- expliquer les différents prix/tarifs, par exemple liés à la maintenance et à l'entretien. Une certaine transparence sur la chaîne de valeur peut aussi être un atout en termes de marketing (dans la logique « *Des prix qui n'ont rien à cacher* » du service d'abonnement à des paniers de poisson Poiscaille, citée par Benoît Heilbrunn lors de son audition), mais n'est pas sans risque en termes de lisibilité des prix pour les consommateurs (voir partie 6.1);
- convaincre de la qualité des produits (quand bien même ils ne sont pas neufs), par exemple en mettant en avant leur écoconception, leur durabilité, l'amélioration du service lié au suivi ou à la personnalisation, ou encore permise par le retour d'expérience de l'opérateur proposant le service (sur les pannes, la réparation...).

Commown a par exemple mis en avant ses efforts de communication auprès de sa clientèle pour limiter les facteurs de renouvellement des produits. Pour tendre vers le « sevrage » de la propriété individuelle, son fondateur préconise d'acculturer les consommateurs sur le « capitalisme attentionnel et de surveillance », les externalités négatives psychosociales des smartphones, et de présenter la location comme le premier pas, imparfait, vers un questionnement plus large des besoins et des possibilités de sobriété.

Cet effort en matière de communication est aussi valable envers les entreprises et les collectivités.

Cela a conduit à l'adoption de la recommandation suivante (voir détail dans l'avis) :

**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.**

Des compléments au sujet de l'attractivité économique des offres d'EFC sont apportés au 7.5.

<sup>20</sup> Ce n'est pas l'approche présentée par Décathlon qui, tout en exposant que ses forfaits de location en EFC représentaient 5 à 9 % du prix du produit neuf selon les offres, a souligné que l'EFC permettait, outre la location, toute la partie servicielle (assurance, maintenance, réparation, etc.), et que la comparaison du prix neuf avec un nombre de mensualités n'était donc pas le moyen le plus pertinent d'apprécier l'offre.



## 7.2 VISIBILITÉ ET MARKETING DE L'ÉCONOMIE DE LA FONCTIONNALITÉ

Certains professionnels préfèrent ne pas « nommer » l'EFC en tant que telle, préférant un vocabulaire plus connu autour de la location.

Le collège des consommateurs a exprimé son souhait d'un engagement fort de toutes les parties prenantes pour informer, éduquer, sensibiliser le grand public à l'EFC. Réussir cette sensibilisation nécessite de la part des professionnels à la fois une grande transparence sur les prix et leur explication au regard des différentes composantes de l'offre, et une réflexion sur la notion de rapport « qualité/prix » afin de renforcer la confiance des consommateurs, comme évoqué *supra*, mais aussi des actions plus générales pour toucher le grand public.

Cela a conduit à l'adoption de la recommandation suivante (voir détail dans l'avis) :

**Recommandation n° 7 : mieux faire connaître l'EFC au grand public.**

L'Ademe a présenté une étude visant à « *Simplifier la communication autour de l'EFC pour susciter l'intérêt / donner envie de passer à l'action, connaître les biais et les freins qui bloquent la diffusion du message en fonction des cibles, et mieux communiquer pour faciliter les actions de l'écosystème qui cherche à déployer l'EFC* ». Sur la base d'une analyse de 24 documents issus principalement des clubs et acteurs clefs de l'EFC, elle a constaté que la moitié ne contiennent pas le terme EFC dans le titre, que peu de documents cherchent à définir explicitement l'EFC, mais qu'au contraire beaucoup choisissaient de parler aux personnes sensibilisées en présentant des exemples. Les deux « accroches » les plus courantes sont la valeur économique (en premier lieu) et l'impact positif sur la société. Les présentations par opposition au modèle économique de la propriété sont aussi courantes.

La feuille de route de l'Ademe prévoit de vulgariser les concepts et se faire comprendre / donner envie, et de mettre en valeur les entreprises qui changent. Ces communications peuvent mettre plus ou moins l'accent, en fonction des cas précis, sur les aspects économiques, sur la prise en compte des usages, ou sur la dimension coopérative.

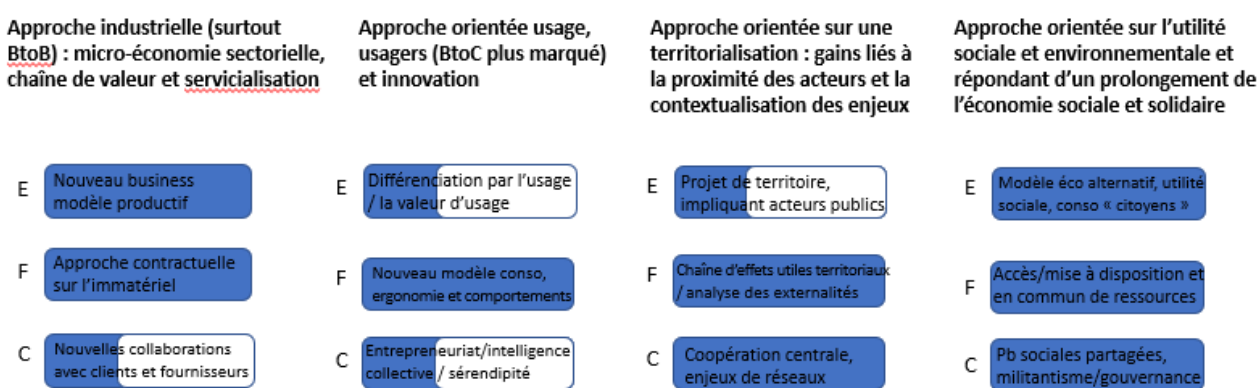


Figure 7 Du concept de l'EFC aux concepts de l'EFC : des mêmes mots pour exprimer des sens différents (source : Ademe)

Le sociologue Adam Arvidsson, spécialiste des marques, constate que la participation du consommateur est, de manière générale (dans l'économie de la propriété), « *devenue un aspect essentiel de la valeur d'une marque* », différents outils s'étant développés progressivement depuis les années 1960, de plus en plus élaborés, pour mettre en place cette participation (enquêtes de marché, prospection de tendances, sponsoring événementiel, analyse des contenus sur les réseaux sociaux, clients experts et logique de cocréation)<sup>21</sup>. L'EFC, notamment en BtoC, peut s'appuyer sur ces outils,

<sup>21</sup> Adam Arvidsson, *Les marques sont des reliques modernes*, dans *Peut-on consommer autrement ?* sous la direction de Benoît Heilbrunn, éditions Sciences humaines, 2023.

notamment les plus élaborés, et pourrait à ce titre être vue comme un aboutissement de ce raffinement progressif du management des marques.

Le collège des consommateurs a plaidé dès le début des travaux pour un renforcement de la régulation de la publicité afin d'inciter à valoriser des biens et services issus de l'EFC, plutôt que de promouvoir des biens et services peu cohérents avec les objectifs environnementaux, et plus généralement afin de promouvoir la sobriété, de sensibiliser à la mutualisation et à l'échange plutôt que l'achat, en mettant en avant l'ensemble des impacts pour l'environnement et les avantages pour le budget. Cela est pris en compte dans la recommandation n° 7. Le collège des professionnels a souligné que le développement de l'EFC n'était pas à opposer au déploiement par ailleurs d'efforts pour réduire les impacts environnementaux de la consommation dans le modèle « classique » d'économie de la propriété. L'Ademe a précisé qu'écoconcevoir les biens n'était en revanche pas suffisant et ne devait pas dispenser d'une réflexion sur les usages.

Le GT a considéré différentes pistes pour promouvoir l'EFC :

- la publicité avec trois axes mis en avant :
  - les bénéfices environnementaux ;
  - le coût d'usage, réduit par rapport au coût d'un achat, et donc l'amélioration du pouvoir d'achat ;
  - l'agilité et la souplesse de l'offre de services ;
- la promotion des avantages de l'implication du consommateur dans la réflexion sur les usages puis la conception des produits et de l'offre en général (système produit-services), dans une démarche de co-construction et de coopération (consommateur acteur en capacité de collaborer avec le fournisseur) ;
- la mise en avant par l'exemple d'images positives de l'usage, et d'acteurs proposant déjà des offres d'EFC ;
- la diffusion des pratiques de l'EFC par des influenceurs locaux.

Benoît Heilbrunn a suggéré de ne pas considérer que l'EFC représente une rupture radicale : elle est aussi la réactivation de pratiques ancestrales de mutualisation. Cela donne un autre angle à la propagande (au sens sociologique d'imprégnation d'une culture, d'infusion dans l'espace social et économique des valeurs), qui peut s'appuyer sur la résurgence de choses existantes, de savoirs historiques. L'EFC n'est peut-être que le redéploiement de l'utilitarisme du XVIII<sup>e</sup> siècle, qui recherche des effets utiles pour apporter plus de bonheur ou de bien-être à une population vaste.

Il est utile de raisonner par types de scénario : fonctionnel (facile, rapide), critique (ça coûte moins cher), utopique (reconnaissance sociale), hédonique (expérience, plaisirs). Benoît Heilbrunn suggère de développer une idéologie par les scénarii plus idéalistes comme l'utopique et l'hédonique. Les éléments fonctionnels seuls sont jugés trop « ennuyeux ». Pour remettre en question le sens de la possession, créer des imaginaires de la possession partagée, il est nécessaire de mettre également en avant des éléments émotionnels ou culturels (cf. 4.4)... Un membre du collège des consommateurs a souligné le rôle des familles dans le déploiement des nouveaux modèles « vertueux » de consommation. Selon Benoît Heilbrunn il serait même envisageable de promouvoir l'EFC comme un « nouveau luxe à la française », mais partagé et intégrant de l'immatériel, un sens de la durée (l'exemple de produits réparables à vie a été donné, qui montre que la notion de « luxe » ne remet pas nécessairement en cause l'objectif de sobriété).

Un autre angle, certes non exploitable pour toutes les entreprises, pourrait être celui du retour de la propriété, au travers de la propriété d'une part de l'entreprise, dans les modèles de coopératives (SCIC) incarnés, parmi les entreprises auditionnées, par Commown. Le client peut dans cette situation retrouver un attachement affectif similaire à celui qu'il connaît en étant propriétaire d'un bien. Le même type d'identification est également à l'œuvre dans les schémas de financements participatifs ou de « dons avec contrepartie » auxquels ont recours certaines entreprises.

### 7.3 COMMENT ÉVITER L'ÉCOBLANCHIMENT ?

À propos du travail sur les imaginaires, Jean-Sébastien Tronchon a expliqué que « Decathlon a été pragmatique sur les effets produits : pour éviter le greenwashing il n'ont pas communiqué sur la baisse de 70 % de l'empreinte carbone, l'offre a simplement été orientée vers une problématique réelle et un vécu et sur les effets produits : économie financière, gain en santé, maîtrise du temps de trajet ». Cette vision est partagée par BlaBlaCar, qui considère que les convaincus sont déjà clients, et qu'il n'y a pas besoin d'allégations environnementales pour eux, et que pour les autres il faut un message économique doublé d'autres arguments pour fidéliser (ex : décompression sociale, rencontres...).

L'EFC nécessite un processus construit de réduction des impacts environnementaux des produits et une réflexion sur le modèle économique. Ce processus doit être documenté et les allégations sur l'offre d'EFC s'appuyer sur des éléments concrets. Le collège des consommateurs a exprimé son attente d'engagement, de responsabilité et de transparence des professionnels dès l'amont sur toute la durée de vie des produits : écoconception, interopérabilité, réparabilité (avec une exigence de disponibilité étendue des pièces détachées), prévision de la fin de vie des produits mis sur le marché et de leur devenir. Le collège des professionnels a noté que les textes du Pacte vert européen allaient dans ce sens (règlement « écoconception », directive « droit à la réparation »). Le collège des consommateurs a rappelé l'objectif *in fine* de réduction de la production et de l'offre de nouveaux produits. Corollaire, un besoin d'évaluation de ces différents paramètres, puis de contrôle et de sanctions le cas échéant pour encadrer l'EFC et donner des garanties solides au consommateur. La DGCCRF note que la question pourrait être assimilée à : « *quelles preuves de réussite du modèle (en termes de réduction des impacts environnementaux) doivent-elles être attendues pour pouvoir se réclamer de l'EFC ?* » et constate que la recommandation n° 5 sur la recherche de méthodologies d'évaluation adaptées en est d'autant plus importante.

Le besoin de contrôle à mesure que l'EFC se développerait dans l'économie, et l'intérêt de faciliter les signalements des consommateurs sur SignalConso, en particulier sur les risques liés au greenwashing mais aussi à d'éventuelles clauses abusives (cf. 6.2), ont fait l'objet de la recommandation n° 8 (voir détail dans l'avis) :

<p><b>Recommandation n° 8 : faciliter les signalements et assurer le contrôle des acteurs.</b></p>
--

L'idée d'une « commission paritaire » de suivi ou d'agrément a même été évoquée par le collège des consommateurs sur le modèle de la « plateforme RSE ». Le *Guide pratique des allégations environnementales* du CNC a été lui aussi mentionné : bien qu'il ne mentionne pas pour le moment d'allégations liées à l'EFC, il apporte aux entreprises un document de référence pour se montrer prudentes en la matière.

La création d'un label EFC a été évoquée lors de l'atelier collaboratif du GT puis de nouveau par l'Ademe à propos de la stratégie de communication autour de l'EFC. Elle viserait à cautionner auprès des consommateurs les démarches des organisations, voire ensuite à donner accès à un droit simplifié ou à des encouragements à l'achat. Le collège des professionnels a cependant appelé à être vigilant sur la multiplication des signes de distinction (labels/marques/visuels...), alors que la tendance est plutôt de chercher à les diminuer, et ce au niveau européen. La mise en place d'un outil de référencement a été évoquée, comme cela existe pour d'autres alternatives à l'achat (réparation, location<sup>22</sup>).

<sup>22</sup> Voir notamment le site <https://longuevieauxobjets.ademe.fr/decouvrir-nos-outils>

## 7.4 ACCESSIBILITÉ DES SERVICES D'EFC

Luc Teerlinck constate que les partenariats qui aident à rendre l'offre plus accessible géographiquement (par exemple des clubs de sport dans le cas des produits de Décathlon) peuvent être déterminants pour rendre l'offre à la fois plus désirable et plus efficace. Cet exemple a également été donné par Intersport dont les adhérents sont proches de beaucoup de clubs, collectivités, du monde associatif en général, porteur d'initiatives locales, utiles pour faire vivre des coopérations.

Le rapport de GreenFlex et de l'INEC déjà cité recommandait de mettre en place des stations en après-vente rattachées à un ou plusieurs points de vente permettant d'assurer une desserte territoriale, de disposer de points de collecte/relais pour assurer la maintenance, la récupération des produits, voire leur reconditionnement et d'organiser la logistique liée aux retours (vers l'opérateur ou les consommateurs). Décathlon a mis en place un maillage différent en fonction de la typologie des produits. Ainsi certains produits ne voyagent pas facilement, ce qui implique une desserte locale. L'aspect « communautaire » ou le lien affectif que peuvent développer les consommateurs à l'égard du service peut aussi entrer en jeu.

S'agissant des stocks, Décathlon a opté pour la saisonnalité et la mensualité, importante pour les utilisateurs. L'entreprise a une capacité à disposer d'une rotation importante des produits. Enfin, certaines offres n'ont pas été mises sur le marché du fait de leurs coûts trop importants. Intersport a insisté sur le fait qu'une majorité de magasins sont situés dans des zones d'activité et donc en dehors des villes, d'où une question des infrastructures pour que les services continuent à se développer. Bocage a fait part de sa surprise que 88 % des locations se fassent en boutique et non en ligne, signe que l'ancrage territorial est essentiel pour l'EFC (et donc le fait de disposer d'un réseau physique un atout clé, ce qui n'exclut pas une articulation entre offre numérique et offre physique).

Le GT a remarqué que l'importance de la dimension locale (à l'échelle des collectivités territoriales, des quartiers...) pouvait être un facteur de visibilité, voire de confiance (complicité, connivence sur les valeurs), et que cette dimension n'interdisait pas aux grandes entreprises, de par leur maillage territorial, de proposer des offres d'EFC. À une échelle encore plus locale, le cas d'ERB (bien que son appartenance à l'EFC n'ait pas semblé évidente pour les membres du GT) a permis d'évoquer les activités de conciergerie adossées à un immeuble, ce qui est apparu comme une piste sérieuse, le logement étant un vecteur pour apporter d'autres services.

La mutualisation des usages des produits loués peut elle-même être organisée par un intermédiaire, éventuellement une collectivité intéressée, à l'image d'une location de véhicules par une commune (par exemple à un crédit-bailleur), que les habitants peuvent ensuite sous-louer. Dans ce cas, les employés communaux peuvent par exemple participer à l'entretien et éviter des risques de dégradation (démarche servicielle plus complète que dans le cas d'AutoLib). De même, des intermédiaires comme des déchetteries ou des ressourceries pourraient intervenir dans certains cas.

## 7.5 ATTRACTIVITÉ ÉCONOMIQUE POUR LES CONSOMMATEURS

Le SGPE identifiait parmi les conditions de développement de l'économie de la fonctionnalité, la nécessité de « rendre l'économie de la fonctionnalité financièrement plus attractive que l'achat pour les ménages »<sup>23</sup>.

Dans le modèle d'économie d'usage, comme le WePlayCircular de Décathlon, il a été constaté que si les clients achetaient les produits à la place de leur souscription (ce qui n'est pas acquis – cf. la possibilité d'un « effet rebond »), cela leur coûterait 3 à 6 fois plus cher. Selon BlaBlaCar, il ne faut pas s'attendre à ce que les gens convoitent par souci écologique, c'est très majoritairement par

<sup>23</sup> Voir la présentation du SGPE au CNEC du 13 juillet 2023, citée en note de bas de page 2.

intérêt économique (ex : +30 % des inscriptions lorsque le prix du carburant a dépassé 2€/L). Ces données sont confortées par le Credoc, selon lequel « pour plus de 6 covoitureurs sur 10, le covoiturage s'explique par la raison économique » (l'amélioration de l'environnement n'étant citée que par 26 % des répondants à l'enquête « Tendances de consommation » de 2023). Rendre visibles les vrais coûts d'usage d'un véhicule en propriété (assurances, réparations, dépréciation, et pas seulement essence) aiderait à intéresser réellement les consommateurs.

Lorsqu'un même produit est utilisé pendant plusieurs cycles d'usage, cela permet de répartir le coût de produits plus chers entre un plus grand nombre de bénéficiaires, et donc de réduire le coût pour le consommateur.

Pourtant, plusieurs entreprises ont souligné la concurrence par les prix, notamment par des acteurs du commerce en ligne, qui restera très préjudiciable aux modèles d'EFC tant que des produits pourront être proposés à très bas prix.

La « fidélisation soutenable » théorisée par Manuel Zacklad, liée à l'engagement contractuel « gagnant-gagnant » adapté aux besoins du client tout au long du contrat, prend par exemple pour Commown la forme de tarifs dégressifs dans le temps et des services orientés vers la sobriété. Le GT a aussi envisagé que des bonus/malus puissent être appliqués en fonction de critères contractuels associés au respect des biens par les consommateurs, notamment lorsque le risque de dégradation est avéré, ou que la durée d'utilisation est prolongée.

## 8. LEVIERS D'ACCOMPAGNEMENT ET D'INCITATION DES ENTREPRISES

---

### 8.1 MISE EN RÉSEAU, ANIMATION TERRITORIALE, FORMATION ET CONSEIL

L'Ademe a insisté sur la nécessité que l'EFC « s'appuie sur la coopération entre les acteurs du territoire pour les accompagner vers une transition écologique et sociale ambitieuse ». Cela passe notamment par la mise en relation au niveau local, puis en réseau au niveau national, des parties prenantes de l'EFC. L'accompagnement des entreprises par celles qui ont déjà adopté le modèle a été présenté comme un facteur de succès.

Muriel Maillefert a également abordé le besoin d'adaptation de la gouvernance et des relations entre les parties prenantes du système d'acteurs à l'échelle d'un territoire, d'autant plus lorsque le modèle dépasse les catégories économiques habituelles pour se rapprocher, par exemple, d'enjeux de bien-être, de santé, *etc.* Le rôle des politiques publiques à l'échelle du territoire servant à promouvoir, soutenir et orienter les initiatives est donc primordial.

De nombreux clubs existent qui peuvent apporter une première réponse à ce besoin, au moins pour permettre du partage d'expérience, des formations ou du conseil, voire pour mettre en réseau les acteurs de l'EFC et des partenaires publics ou privés intéressés.

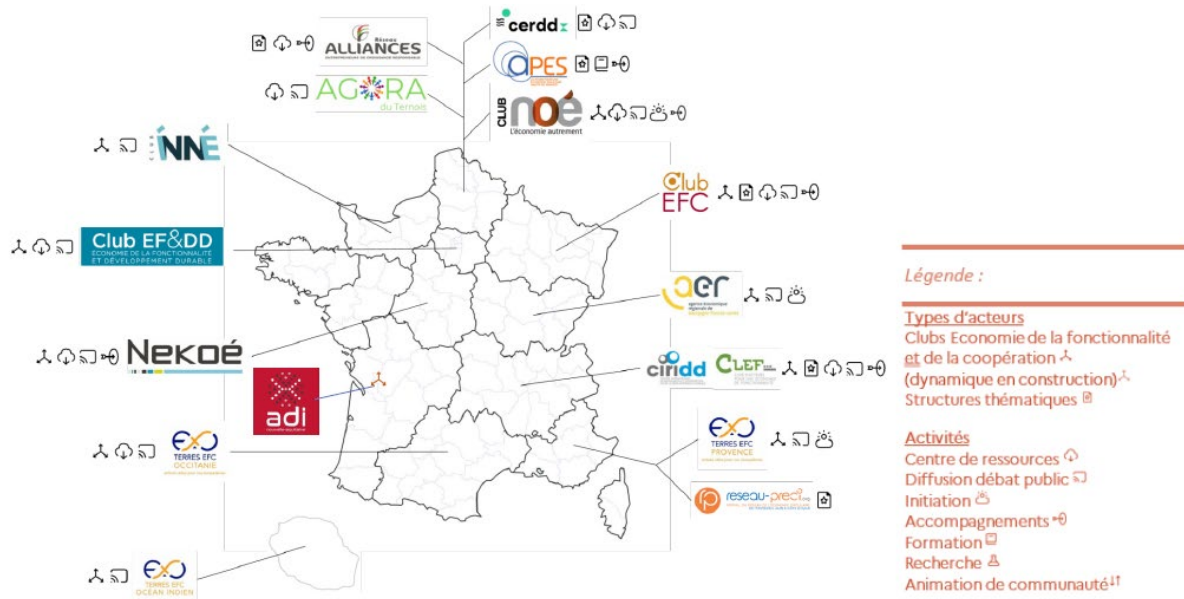


Figure 8 Structures d'animation et d'accompagnement dans les territoires (Ademe)

L'Ademe a établi une convention avec le Centre des jeunes dirigeants (CJD) pour la création d'un parcours d'accompagnement à l'EFC de 24 mois pour les adhérents (6 000 entreprises) et une autre convention avec la CCI pour former à l'EFC (3 jours de formation), qui mobilise 30 conseillers partout en France.

L'Imprimerie partagée a par exemple souligné le rôle de l'association « Club Noé » dans la construction progressive de son modèle de « Projet d'impression ». Les structures d'accompagnement APESA et immaTerra ont été auditionnées par le GT, leur rôle a été illustré au fil du présent rapport.

L'opportunité d'une initiative de type « coalition d'entreprises » pourrait être étudiée, inspirée par le consortium hollandais « *coalition circular accounting* ».

La formation professionnelle est un domaine à part entière, qui n'a pas été approfondi par le GT mais a été abordé à plusieurs reprises et finalement fait l'objet d'une recommandation (voir détail dans l'avis) :

**Recommandation n° 9 : former et accompagner les acteurs/mettre en avant les bonnes pratiques.**

Décathlon a par exemple cité ses besoins de développement des compétences en écoconception, réparation, gestion de la fin de vie des produits, besoins communs avec toutes les activités de l'économie circulaire. Les formations professionnelles dans l'industrie et le commerce, voire dans le circuit pédagogique scolaire, les écoles de commerce et d'ingénieurs, pourraient être concernées par un besoin d'acculturation à l'économie de la fonctionnalité, dans le cadre de leurs évolutions plus larges en faveur de la transition écologique.

Au-delà de la formation, cette recommandation met également en avant le rôle de l'administration, notamment la DGCCRF et l'ADEME, et du monde consommériste, pour expliquer ce qu'est l'EFC et sa différence avec des modèles de consommation plus traditionnels, 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.

Un besoin plus spécifique à l'EFC est celui de disposer de structures d'appui susceptibles de répondre aux difficultés d'évaluation. Si les structures de type « clubs », collectifs professionnels ou bureaux

d'étude et de conseil comme l'APESA ou encore Cap'Immatériel<sup>24</sup> peuvent jouer ce rôle, cela ne doit pas occulter les évolutions possibles des acteurs publics (cf. 5.2, notamment les propos d'Emmanuel Dupont et de Christian du Tertre). On peut y lire une perspective d'évolution du rôle des entités publiques : à un rôle de facilitation, d'appui financier et méthodologique à l'amorçage et de mise en réseau comme celui que joue notamment l'Ademe aujourd'hui, vient s'ajouter un rôle possible, multiforme, moins exploré ou de manière plus dispersée, d'appui à l'évaluation des impacts, ou de facilitation de l'évaluation collective des impacts (par un cadre approprié d'échanges entre l'entreprise et les bénéficiaires), voire de cofinancement pérenne (la question de l'indépendance de l'évaluation, non seulement de l'entreprise, mais aussi du financeur tiers éventuel, se posant alors). Cela est pris en compte dans la recommandation n° 5.

## 8.2 ENVIRONNEMENT LÉGISLATIF ET RÉGLEMENTAIRE

L'Ademe a présenté le point 5.5 de l'annexe II du règlement délégué (UE) 2023/2486 de la Commission du 27 juin 2023 relatif à la « taxonomie européenne »<sup>25</sup>, qui ouvre une belle porte aux modèles économiques « contribuant substantiellement à la transition vers une économie circulaire », dont les « produits en tant que services et autres modèles de services circulaires axés sur l'utilisation et les résultats », ce qui inclut par conséquent l'EFC. Ce document évoque notamment :

- la possession du bien par l'entreprise qui fournit le service et non par le client qui y a accès ;
- la prolongation de la durée de vie ou l'intensité d'usage plus forte ;
- le paiement pour l'accès au produit et son utilisation, ou pour le résultat de l'accès à ce produit et de son utilisation ;
- des conditions sur les emballages lorsque l'activité implique la livraison de produits à des clients.

Un autre cadre qui pourrait bénéficier au développement de l'EFC est celui du *reporting* extra-financier encadré par la directive dite « CSRD »<sup>26</sup> : les comptabilités intégrées devraient aider au développement de l'EFC puisqu'elles permettront de révéler certains impacts positifs d'un point de vue économique et environnemental<sup>27</sup>. L'Ademe prévoit de lancer en 2025 une étude sur l'opportunité de l'EFC dans le cadre « CSRD ».

Une réflexion devrait également être menée pour prendre en compte l'EFC dans certaines déclinaisons sectorielles du règlement européen « écoconception », au moins au travers de certaines dispositions relatives aux produits (par exemples favorables à l'entretien, à la réparation, au caractère démontable, à l'évaluation des impacts environnementaux), le règlement ne prenant à ce stade pas en compte l'écoconception des services. Cela n'impliquerait pas nécessairement de définir l'EFC, mais simplement de s'assurer que les dispositions d'écoconception puissent s'appliquer de manière appropriée aux modèles d'EFC. La directive européenne sur les « véhicules propres » transposée en droit français (article L. 224-7 du code de l'environnement notamment) illustre déjà une manière de prendre en compte l'EFC sans la nommer, en couvrant acquisition, location et « *service complet de transport* ».

Intersport a fait part d'un intérêt pour la simplification administrative lors de travaux d'aménagement des magasins liés au développement de services (changement sur les surfaces de vente : lourdeur et lenteur sur les autorisations, les commissions, les organismes certificateurs) et pour l'encadrement ou la réduction des loyers pour les activités de services, notamment de

<sup>24</sup> <https://www.cap-immateriel.fr/referentiel/actionnaire>

<sup>25</sup> [https://eur-lex.europa.eu/eli/reg\\_del/2023/2486/oj](https://eur-lex.europa.eu/eli/reg_del/2023/2486/oj)

<sup>26</sup> Directive (UE) 2022/2464 du Parlement européen et du Conseil du 14 décembre 2022 modifiant le règlement (UE) no 537/2014 et les directives 2004/109/CE, 2006/43/CE et 2013/34/UE en ce qui concerne la publication d'informations en matière de durabilité par les entreprises (en anglais : *Corporate Sustainability Reporting Directive*).

<sup>27</sup> En particulier, la norme ESRs (*European Sustainability Reporting Standards*) E5 porte sur la gestion des ressources et l'économie circulaire.

réparation. Le collège des professionnels a plus largement proposé une défiscalisation des bailleurs sur surface dédiée à l'EFC, ou plus largement à l'économie circulaire.

Le GT a cependant noté que les politiques publiques basées sur autre chose que la loi, par exemple, des stratégies nationales, un texte directeur, de référence, qui puisse inspirer des politiques européennes, voire reposant sur des engagements d'entreprises ou de secteurs, les conventions, mais surtout la dimension expérimentale (expérimentation bornée dans le temps, suivie d'un retour d'expérience et d'une évaluation), pouvaient être des moyens aussi efficaces pour diffuser un nouveau modèle encore expérimental pour la plupart des acteurs auditionnés. Le dispositif « France Expérimentation » pourrait si besoin être mobilisé. Engie a apporté l'exemple d'un dispositif de soutien à l'achat et à la pose de thermostats pièce par pièce, sous forme de certificats d'économie d'énergie, qui exclut de fait (par une fiche d'opération standardisée adoptée par arrêté ministériel) les modèles d'EFC. La DGCCRF a fait part de ces difficultés à la direction générale de l'énergie et du climat, en charge de ce dispositif.

La recherche de modalités pertinentes de soutien aux alternatives à l'achat dans leur ensemble (mutualisation, prêt...) permettant de réduire la pression sur les ressources naturelles, notamment dans les pratiques commerciales (publicité, promotions, rayons dédiés, programmes de fidélité...), plutôt qu'à l'EFC en tant que telle a été intégrée à la recommandation n° 7 sous l'angle de la communication, mais peut également poser la question de l'articulation avec des dispositifs réglementaires existants, comme les « contrats climat » qui offrent un cadre aux engagements des professionnels en matière de publicité.

### **8.3 GRILLE D'APPRÉCIATION DES MODÈLES D'EFC**

Pour mieux repérer et caractériser les pratiques et activités des entreprises qui semblent relever de l'EFC, les représentants du Commissariat général au développement durable au sein du GT ont pris l'initiative de développer, en lien avec l'Ademe, la DGE et la DGCCRF, une méthode opérationnelle permettant de qualifier quatre degrés de modèles d'affaires d'économie de la fonctionnalité, selon les combinaisons observables de critères « essentiels » (dits de rang 1) et de critères facultatifs (dits de rang 2). Cette catégorisation se veut adaptée aux diverses approches adoptées par les entreprises intégrant l'EFC, ainsi qu'à la variété des contextes et process industriels. L'objectif est double :

- fournir un cadre d'action et une aide à la décision aux politiques publiques pour aboutir à une classification à la fois objective, robuste, et flexible ;
- encourager les entreprises à progresser vers des niveaux d'engagement de plus en plus élevés, en identifiant les domaines où des améliorations sont possibles ou nécessaires, tout en valorisant les efforts dans les domaines où elles excellent déjà.

Le projet de grille d'évaluation a été présenté au GT et testé par cinq entreprises volontaires parmi celles qui avaient été auditionnées. Il est repris en Annexe 4 – Proposition de grille de critères d'évaluation des démarches d'EFC à titre informatif et non comme document de référence. En effet, en raison de sa présentation tardive dans l'avancement des travaux du GT, les membres n'ont pas eu le temps de l'analyser et de la tester de manière suffisamment représentative et pertinente. Toutefois, la grille devra faire l'objet d'améliorations notamment pour rendre les critères davantage objectivables et différenciants. Son déploiement auprès des professionnels pourrait constituer une première action en application de la recommandation n° 9, qui mentionne le fait d'aider les entreprises à identifier leurs leviers pour aborder l'EFC ou pour renforcer leur modèle.

### **8.4 SECTEURS ÉCONOMIQUES ET PRODUITS LES PLUS PROPICES AU DÉVELOPPEMENT DE L'EFC**

Décathlon note que « *Tous les produits ne représentent pas la même opportunité et nous créons le marché* » et que « *Chaque business model dans l'économie de la fonctionnalité répond à des attentes et publics différents* ». HP a par exemple cartographié les profils des employés selon leurs



usages : certains profils d'utilisateurs auront des équipements neufs plus performants répondant à un usage plus intensif. Bocage a logiquement relevé l'appétence des clients pour des produits « similaires » à des produits neufs. En revanche, ils pensaient que la location allait servir des produits moins classiques, plus « modes », mais ce sont finalement les mêmes produits qu'à l'achat qui sont consommés.

Selon Pierre Galio de l'Ademe, « *l'économie du partage est intéressante dans le cas des équipements ayant une faible intensité d'usage, et dont la durée de vie n'est pas une question de premier ordre pour intensifier l'usage, par exemple, une perceuse. En revanche, elle est moins pertinente dans le cas d'un lave-linge. En effet, l'appareil risquant d'atteindre sa fin de vie au bout d'un certain nombre de cycles, son intensité d'usage sera plus importante mais sa durée de vie moindre, sans bénéfice réel en termes de réduction d'impact sur les ressources.* »

Le récent rapport remis au ministre de la transition écologique et de la cohésion des territoires sur la TVA circulaire<sup>28</sup> évoque des perspectives de développement de l'EFC :

- dans le secteur de l'ameublement, pour « les personnes en déménagement régulier qui souhaitent aménager leur intérieur sans avoir à investir dans l'achat et à s'occuper du transport du mobilier de logement en logement » et « pour les meubles pour les enfants, qui ne sont utilisés qu'une durée limitée comme des berceaux ou des tables à langer » ;
- l'électroménager ;
- le textile.

L'étude Greenflex-INEC déjà citée suggère quant à lui que les biens de consommation les plus éligibles à l'économie de la fonctionnalité seraient les biens « moyennement obsolètes » et « très obsolètes », par opposition notamment aux consommables. Il est exact que dans le cas des consommables, qu'il s'agisse de denrées alimentaires ou de fluides (eau, énergie), il n'y a pas substitution de la vente par une offre d'usage, mais une approche différente de la vente qui permet de sortir des logiques de volume grâce une valeur centrée sur l'usage. Les expériences d'Engie et de l'Imprimerie partagée l'illustrent bien. Dans le secteur alimentaire, on pourrait imaginer une AMAP ou un système de « boxes repas » (nonobstant les questions environnementales que posent les emballages et livraisons) qui au lieu de vendre des paniers ou des repas « au volume » vendrait l'accès à un nombre donné de repas équilibrés, avec des cours ou conseils de cuisine, le cas échéant en partenariat avec un groupe de syndic immobilier et une entreprise de jardinage, un service de formation et d'aide au compostage à domicile, le syndic et l'entreprise de jardinage payant une partie de la prestation – ou l'entreprise de jardinage pouvant réduire sa facture grâce à l'accès à un compost sur place).

On peut noter que le relevé de conclusions du Grenelle de l'environnement retenait une définition probablement trop restrictive, évoquant le « *remplacement de la vente de biens par la vente de leur usage* ». Or il n'y a pas nécessairement « remplacement », notamment pour les marchés de consommables, ce qui n'empêche pas un changement radical d'approche et une logique d'EFC ambitieuse, comme l'illustrent les exemples ci-dessus.

## **8.5 ACCOMPAGNEMENT FINANCIER ET VIABILITÉ ÉCONOMIQUE**

Jean-Sébastien Tronchon (immaTerra) a indiqué que, « *dans la durée, si c'est d'un point de vue des subventions et des soutiens financiers cela n'est évidemment pas souhaitable de s'appuyer durablement sur des financements de tiers. En revanche, s'il s'agit du partage de la valeur et de la rétribution des effets réels, c'est extrêmement souhaitable et nécessaire et c'est justement ce qui continuera à donner du lien à la coopération entre les acteurs* ».

<sup>28</sup> [https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/documents/rapport%20TVA%20Jacquillat%20Ledoux%20131023%20\(1\).pdf](https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/documents/rapport%20TVA%20Jacquillat%20Ledoux%20131023%20(1).pdf)

Lors de son audition par le GT, la DGE a évoqué « *un changement de modèle avantageux sur le long terme créant un risque de solvabilité à court terme* ». Toutefois, 8 entreprises sur 10 auditionnées par la DGE (en BtoB) ont déclaré avoir amélioré leur rentabilité ou leurs marges par le modèle de l'EFC.

Les financements sous forme d'aide publique ne sauraient être les moyens d'une viabilité économique qui permettrait à l'EFC de se développer face à des modèles d'économie « de la propriété ». Comme cela a déjà été illustré, les offres d'EFC peuvent et doivent trouver leur rentabilité propre (cf. 4.2), en tirant notamment parti des bénéfices de l'écoconception et de la durabilité des biens, mais aussi des éventuels partenariats avec des bénéficiaires tiers (cf. 4.3 et 5.3).

Cela n'exclut pas des dispositifs d'aide publique pour accompagner les entreprises dans leur phase d'amorçage et de définition de l'offre. Le développement de la digitalisation des entreprises a été cité par la DGE comme pouvant faciliter la coopération, un accompagnement financier étant possible par FranceNum pour les TPE et par l'appel à projets Econum pour les plus grandes entreprises (avec une cible plus large que EFC : écoconception des biens et services numérique, réemploi, réparation et reconditionnement et modèles de production responsables). Ont également été mentionnés les « prêts verts » de la BPI, et le fonds de soutien de transition des entreprises proposé par l'ADEME.

Le besoin d'aides publiques, éventuellement sous forme d'accès à des prestations de conseil, de diagnostic, d'accompagnement pour l'évaluation des possibilités de développement d'offres d'EFC, en complément du rôle joué par l'Ademe, a été identifié. Plusieurs membres du GT ont suggéré de favoriser l'accès des porteurs de projets d'EFC à des fonds d'innovation sociale comme il en existe dans certaines régions.

Enfin, d'autres formes de soutien économique sont les mesures de nature fiscale et les incitations comptables.

L'ensemble des propositions relatives au soutien des entreprises de l'EFC a été regroupé dans la recommandation suivante (voir détail dans l'avis) :

**Recommandation n° 10 : développer le financement et les incitations économiques publiques favorables à ou compatibles avec l'EFC.**

## 8.6 COMPTABILITÉ ET FISCALITÉ

Compte tenu des missions du CNC, il n'a pas été procédé à l'examen des règles comptables et fiscales sous l'angle de leurs conséquences pour les modèles d'EFC. Cependant, le SGPE ayant annoncé, parmi les travaux à mener au titre du soutien au développement des modèles d'affaires qui visent à intensifier l'usage du produit, « *une revue des règles fiscales et comptables appropriées* »<sup>29</sup>, les considérations relatives à ces domaines ont été rassemblées ici afin de servir à cette revue.

Dans les modèles d'EFC, l'une des premières étapes rapportées par les entreprises consiste en l'immobilisation du stock. Précédemment dans le rapport, il a ainsi été fait mention du potentiel levier du crédit-bail pour accompagner cette immobilisation. Des leviers fiscaux en la matière n'ont pas été identifiés.

Par ailleurs, l'allongement des périodes d'amortissement en cohérence avec la durée de vie des produits écoconçus et utilisés dans la durée a été identifié comme élément clé pour rentabiliser les modèles économiques, tant par Luc Teerlinck que par Christian Bruère. Chez Décathlon, a été mise en place une application digitale et, lorsque le client sélectionne les produits *via* celle-ci, l'entreprise l'achète. Une fois qu'un produit est entré dans le stock, il est en charge d'amortissement dans la

<sup>29</sup> Voir la présentation du SGPE au CNEC du 13 juillet 2023, citée en note de bas de page 2.

comptabilité. Mob-Ion parvient quant à lui à gérer ses amortissements comptables à l'échelle des pièces détachées, qui sont encore plus durables que les produits eux-mêmes puisqu'elles peuvent être réutilisées plusieurs fois.

Dans son audition, Intersport a évoqué la mise en place d'une incitation comptable auetrofit<sup>30</sup>, une proposition également formulée par le Grand défi des entreprises pour la planète<sup>31</sup>, dont la mise en œuvre dépasse largement le champ de compétences du GT.

Intersport a par ailleurs évoqué l'enjeu de bénéficier d'une imposition favorable pour les surfaces commerciales allouées à l'EFC et aux services associés. Effectivement, l'entreprise signale que dans le cas des entreprises coopératives, ce serait un levier pertinent pour convaincre chaque adhérent / franchisé de la pertinence de se lancer en EFC. En la matière, la DGE signale que ne sont justement pas intégrées dans le calcul de la surface comprise pour la taxe sur les surfaces commerciales les zones de stockage, de production ou de prestation de services fermées au public qui peuvent être mobilisées pour l'offre EFC.

La mobilisation des crédits d'impôts recherche (CIR) et innovation (CII) pour l'EFC a fait l'objet d'une présentation par la DGE au GT. À cadre constant, le CIR s'applique aux dépenses de recherche et développement qui visent à faire progresser l'état de la connaissance scientifique. Or, l'EFC porte sur des produits « matures » sur le marché et non sur des projets au stade expérimental. Le CIR n'est donc pas adapté à l'EFC. Le CII, de son côté, est réservé aux PME et vise à favoriser la création de « nouveaux produits » étant entendus comme des produits se distinguant par des performances supérieures sur le plan technique, de l'écoconception, de l'ergonomie, etc. Plusieurs des entreprises auditées par le GT mettent à disposition dans leurs modèles d'EFC des biens répondant à certaines de ces caractéristiques. Ainsi, le CII pourrait être mobilisé dans les modèles d'EFC pour la conception des produits innovants techniquement ensuite mis à disposition mais non pour l'innovation organisationnelle et de commercialisation que l'EFC représente.

S'agissant de la TVA réduite, évoquée notamment par Décathlon, la DGFIP a indiqué à la DGCCRF que la directive européenne sur la TVA ne permettait l'application du taux réduit de la TVA que sur un périmètre très limité (services de réparation d'appareils ménagers, chaussures et articles en cuir, vêtements et linge de maison), et pas à la réparation d'autres produits, ni à des opérations qui ne se présentent pas comme un service réparation (notamment la location ou vente avec remplacement ou réparation inclus). Elle a par ailleurs rappelé qu'il n'y avait aucune assurance qu'une baisse de TVA soit répercutée sur les prix aux consommateurs ou sur l'activité et que, d'autre part, une TVA réduite sur certains services de réparation serait source de distorsion entre les différents modèles économiques de l'économie circulaire, selon qu'ils s'appuient ou non sur des services indépendants de réparation (les vendeurs classiques qui ont une activité de réparation à côté en bénéficieraient, mais pas les opérateurs d'EFC qui proposent des forfaits intégrant la réparation).

Un « livre blanc » d'une coalition néerlandaise de l'économie circulaire ayant approfondi les freins fiscaux au développement de l'EFC (voir référence en Annexe 5 – Bibliographie) déplore que les entreprises offrant des solutions d'EFC paient plus la TVA que leurs concurrents vendant simplement des produits : en effet, la TVA est payée à chaque transaction de « location » ou mise à disposition de l'usage, auprès des clients successifs qui utilisent un produit donné, ce qui peut représenter plus que lors d'une unique vente de produit. On peut même dire que plus le modèle d'EFC est bénéfique pour l'environnement (intensification de l'usage du produit bien écoconçus), plus il va faire payer de TVA : en effet, une entreprise qui parviendrait à tirer un chiffre d'affaire supérieur à une autre de la commercialisation d'un même produit (par exemple, car elle l'intègre à une offre d'EFC) sera redevable d'un montant de TVA supérieur. La DGFIP a confirmé que la TVA étant conçue pour être exactement proportionnelle aux prix réalisés auprès des consommateurs finaux par les entreprises, une entreprise de l'EFC qui parviendrait à tirer un chiffre d'affaire supérieur à une autre

<sup>30</sup> Opération consistant à remplacer des composants anciens ou obsolètes par des composants plus récents, généralement en changeant la technologie, sans modifier la fonction (source : Wiktionnaire).

<sup>31</sup> [Le Grand Défi](#), 100 propositions pour accélérer la transition écologique de l'économie et des entreprises, proposition 18.

commercialisant un même produit selon un modèle classique, serait effectivement redevable d'un montant de TVA supérieur, et qu'il n'existait aucune possibilité juridique de déroger à ce principe.

La mise en place d'écochèques (comme cela se fait en Belgique) destinés à l'achat de produits et services à caractère écologique et bénéficiant d'avantages fiscaux a été suggérée par Luc Teerlinck.

L'adaptation des règles comptables a également été évoquée, pour les dépenses des collectivités et des administrations (fonds de compensation pour la taxe sur la valeur ajoutée – FCTVA – notamment) afin de faciliter le transfert entre des dépenses de fonctionnement et d'investissement. En effet, la transaction dans un modèle d'EFC est assimilée à une location et les dépenses correspondantes s'imputent aux comptes de locations mobilières et immobilières, qui ne figurent pas dans l'assiette d'éligibilité au FCTVA, conçu comme un soutien à l'investissement<sup>32</sup>. La DGFIP a considéré qu'une évolution de l'assiette éligible serait en contradiction avec le critère principal d'attribution du FCTVA, qui est le critère de patrimonialité (en application de ce critère, une collectivité ne peut percevoir de FCTVA que sur les biens dont elle est propriétaire). Toutefois, le Conseil de normalisation des comptes publics envisage de créer en son sein une commission « durabilité », dans laquelle pourrait être envisagée une évolution des normes comptables pour tenir compte des enjeux de durabilité.

Le CGDD a enfin recommandé d'interroger la Haute autorité de l'audit, en charge du contrôle de second niveau du *reporting* extra-financier des entreprises (rapports de durabilité prévus par la directive « CSRD »), sur les possibilités de valorisation de l'EFC par la comptabilité extra-financière. Il conviendrait cependant d'attendre les résultats de l'étude annoncée par l'Ademe sur l'articulation de l'EFC avec ce nouveau cadre juridique (cf. 8.2).

## 8.7 COMMANDE PUBLIQUE

Le code de la commande publique incite d'ores et déjà à recourir aux clauses sociales et environnementales (elles-mêmes prévues dans les directives UE). Ainsi, son article L. 111.3 portant sur les marchés de « fournitures » prévoit-il « *l'achat, la prise en crédit-bail, la location ou la location-vente de produits* ». Par exemple, pour les marchés publics de véhicules, l'obligation de véhicules « propres » concerne aussi bien l'acquisition que la location ou, potentiellement, le recours à des offres d'EFC.

En revanche l'obligation pour certaines catégories d'acheteurs de prévoir une part de véhicules intégrant dans leur conception l'économie circulaire ne porte que sur des véhicules « acquis » (article 58 de la loi AGECE et son décret d'application).

L'Ademe a élaboré un guide *Intégrer l'économie de la fonctionnalité dans la commande publique*. Elle a également mentionné le programme Coefp mené avec le CIRIDD et plusieurs collectivités, qui a permis de tester l'intégration de l'EFC dans la commande publique.

Le GT n'a pas approfondi cet aspect, mais la difficulté des collectivités pour passer d'un budget d'investissement à un budget de fonctionnement (là où pour des acheteurs privés un tel passage permettant une réduction des budgets d'investissement peut au contraire être un atout) a été soulignée. Le GT a recommandé d'ouvrir de façon systématique les cahiers des charges aux offres alternatives à l'achat, de référencer les offres d'EFC auprès des donneurs d'ordre et des acheteurs et d'intégrer les innovations organisationnelles et contractuelles pour l'éligibilité aux appels à projets ou à manifestation d'intérêt pertinents (idem CIR, cf. ci-dessus).

<sup>32</sup> Il en va de même d'autres dispositifs fiscaux, comme l'a récemment souligné la fédération nationale des coopératives d'utilisation de matériel agricole, qui propose de réorienter une partie des exonérations fiscales qui encouragent aujourd'hui le remplacement à neuf régulier de matériel vers « *un dispositif fiscal qui incite les agricultrices et agriculteurs à mutualiser les investissements* », afin de « *changer les pratiques par la coopération* » (<https://www.cuma.fr/app/uploads/sites/3/2024/08/fncuma-plaidoyer2024-hd.pdf>).

## 9. ANNEXES

## ANNEXE 1 – MANDAT DU GROUPE DE TRAVAIL

Conseil national  
de la consommation

## MANDAT

## Groupe de travail

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

Adopté le 6 octobre 2023

## Contexte

Dans le cadre de la planification écologique, 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 Conseil national de la consommation (CNC)<sup>1</sup>.

L'économie de la fonctionnalité et de la coopération (EFC) est un **nouveau modèle économique** qui s'inscrit dans le cadre de l'économie circulaire. Il repose sur la **mise à disposition d'un usage plutôt que la possession d'un bien**. Il ne s'agit plus d'acheter un bien ni d'en être propriétaire, mais de payer un service rendu à l'aide du bien, qui reste propriété de l'entreprise proposant le service<sup>2</sup>. Cela implique notamment un mode de contractualisation alternatif à l'acquisition, et, dans les modèles les plus complets, une offre intégrée de services. À la différence d'un simple modèle de location, l'EFC est orientée vers des **bénéfices en matière de transition écologique**, notamment pour réduire la consommation de biens et de ressources et éviter les « effets rebonds »<sup>3</sup>, en cherchant au contraire des « effets ciseaux » (réduction de l'impact sur les ressources, augmentation de la valeur créée par l'usage ou la performance).

L'EFC est soutenue par les pouvoirs publics, notamment l'Ademe, depuis une dizaine d'années, mais aussi dans le cadre de France 2030<sup>4</sup>. Cependant, elle reste encore peu développée. Il apparaît d'autant plus utile de poursuivre la réflexion sur la viabilité, la sécurisation et le développement de ce modèle, et de le faire mieux connaître. Le Conseil économique, social et environnemental a quant à lui adopté le 28 juin 2023 un avis « *Pour une économie servicielle sociale et soutenable : de la propriété à l'usage – conjuguer performance et confiance au service de l'environnement et de l'humain* »<sup>5</sup>, dont les préconisations ont été prises en compte pour l'établissement du présent mandat.

Par ailleurs, le Conseil national de l'économie circulaire (CNEC), avait inscrit l'économie de la fonctionnalité à son programme de travail : il a été convenu d'une participation de plusieurs membres du CNEC au groupe de travail du CNC, en tant que membres associés.

<sup>1</sup> [www.gouvernement.fr/upload/media/content/0001/06/6b9d7098fcd567d75a3c71f22a059354b180163.pdf#page=28](http://www.gouvernement.fr/upload/media/content/0001/06/6b9d7098fcd567d75a3c71f22a059354b180163.pdf#page=28)

<sup>2</sup> [www.notre-environnement.gouv.fr/themes/economie/article/l-economie-de-la-fonctionnalite-et-de-la-cooperation](http://www.notre-environnement.gouv.fr/themes/economie/article/l-economie-de-la-fonctionnalite-et-de-la-cooperation)

<sup>3</sup> Fait que certains gains environnementaux dus à une gestion des ressources plus efficace ou à des évolutions techniques sont sensiblement diminués ou annulés par une augmentation de la consommation ou une modification des usages (Commission d'enrichissement de la langue française).

<sup>4</sup> Les Clubs EFC et le programme Coop'ter sont les deux dispositifs d'accompagnement respectivement mis en œuvre au sein des TPME et des collectivités par l'Ademe pour accélérer leurs transitions vers ce modèle économique et écologique. Par ailleurs, le MTECT et la DGE se saisissent de cette thématique au travers de la stratégie d'accélération numérique écoresponsable : [www.gouvernement.fr/verdissement-du-numerique](http://www.gouvernement.fr/verdissement-du-numerique). Celle-ci prévoit 12 mesures, dont 3 soutiennent l'EFC. En particulier, un appel à projet lancé le 4 juillet 2023, doté de 50 M€, finance l'innovation et soutient le développement d'une économie numérique innovante, circulaire et à moindre impact environnemental. Son 3<sup>e</sup> axe propose de soutenir les projets en EFC qui pourront être proposés par des entreprises, des associations ou des acteurs de l'économie sociale et solidaire.

<sup>5</sup> [www.lecese.fr/travaux-publies/pour-une-economie-servicielle-sociale-et-soutenable-de-la-propriete-lusage-conjuguer-performance-et-confiance](http://www.lecese.fr/travaux-publies/pour-une-economie-servicielle-sociale-et-soutenable-de-la-propriete-lusage-conjuguer-performance-et-confiance)

## CONSEIL NATIONAL DE LA CONSOMMATION

### Mission

Le groupe de travail constitué dans le cadre du présent mandat aura pour mission de proposer des mesures destinées à faciliter le développement de l'économie de la fonctionnalité dans des conditions juridiques et économiques sûres.

L'Ademe contribuera au lancement des travaux en présentant un panorama introductif des concepts clé, des secteurs les plus pertinents et prometteurs pour le développement de l'EFC, des principaux freins identifiés et de ses travaux sur ce modèle, lors de la première séance du groupe de travail.

Dans le respect de la mission du CNC centrée sur « *ce qui a trait aux problèmes de la consommation* »<sup>6</sup>, ne seront pas abordés les aspects internes à l'entreprise (ex : statut, formation professionnelle, rôle des salariés...). Ceux-ci pourront être abordés dans le cadre du Conseil national du commerce et de son GT « Commerce du futur, développement du commerce *as a service* et synergies commerce-industrie »<sup>7</sup>.

Sur la base des travaux de l'Ademe et du CESE, avec l'appui des autres administrations concernées, la DGCCRF a identifié les premières pistes de travail ci-dessous :

- exemples d'initiatives « BtoC », comportements, freins et attentes pour les consommateurs (facteurs de succès des expérimentations, question de l'attachement et de la confiance aux marques, articulation avec la question du pouvoir d'achat, rôle du crédit à la consommation, communication et information des consommateurs...);
- exemples d'initiatives « BtoB » et enjeux spécifiques (comptabilité, assurances...), comportements, difficultés et attentes des clients professionnels, facteurs de succès, retombées pour les consommateurs finaux...;
- enjeux spécifiques aux produits (ex : articulation avec l'écoconception, protection contre les dégradations, logistique des retours, évolution du rôle des distributeurs, des assurances...);
- modalités et bonnes pratiques d'évaluation des bénéfices du modèle (mesure des impacts pour sortir des logiques de volume, potentiel serviciel, valorisation des effets indirects, immatériels...) et de contractualisation (engagements sur la performance, tarification...);
- adéquation du droit de la consommation (information claire, loyale et transparente, risques de pratiques commerciales trompeuses, risques liés aux abonnements, au démarchage, à l'utilisation des données personnelles, non applicabilité du régime de garantie légale...);
- articulation avec le droit européen (application des règlements *Digital Market Act (DMA)*, *Digital Services Act (DSA)* et du règlement relatif à la sécurité générale des produits (RSGP)) et lutte contre les pratiques anticoncurrentielles;
- enjeux de fiscalité et d'accompagnement (institutionnel, formation, financement...);
- accès à la commande publique ;
- extension de la réflexion aux autres modèles de l'économie collaborative et du partage<sup>8</sup>.

Si le GT le juge utile, des appels à contributions ciblés pourront être envisagés, soit *via* les associations et fédérations représentées, soit directement par la DGCCRF auprès de parties prenantes, afin d'alimenter les travaux. Le GT est, par ailleurs, invité à formuler toutes les recommandations qui lui paraîtront utiles au sujet de la régulation des pratiques des opérateurs économiques, en termes de contrôles et de pistes de réflexion pour améliorer le cadre juridique applicable.

La présidence du groupe de travail est assurée par le délégué à la transition écologique de la DGCCRF.

### Calendrier

Les travaux du groupe de travail devront être achevés au plus tard le 30 avril 2024.

<sup>6</sup> Article D. 511-1 du code de la consommation : « *Il a pour objet de permettre la confrontation et la concertation entre les représentants des intérêts collectifs des consommateurs et usagers et les représentants des professionnels, des services publics et des pouvoirs publics, pour tout ce qui a trait aux problèmes de la consommation* ».

<sup>7</sup> [www.entreprises.gouv.fr/fr/actualites/commerce-et-artisanat/lancement-du-conseil-national-du-commerce-cnc](http://www.entreprises.gouv.fr/fr/actualites/commerce-et-artisanat/lancement-du-conseil-national-du-commerce-cnc)

<sup>8</sup> [www.vie-publique.fr/eclairage/19381-leconomie-collaborative-un-nouveau-modele-socio-economique](http://www.vie-publique.fr/eclairage/19381-leconomie-collaborative-un-nouveau-modele-socio-economique)

**Au titre du collège des associations de défense des consommateurs**

Associations	Représentant(e)s
<b>AFOC</b> (Association Force Ouvrière consommateurs)	Jessica KESHLAF
<b>CLCV</b> (Confédération de la consommation, du logement et du cadre de vie)	Marie-Claude FOURRIER
<b>CNAFC</b> (Confédération nationale des associations familiales catholiques)	Nicolas REVENU
<b>CSF</b> (Confédération syndicale des familles)	Antoine TIROT
<b>Familles de France</b>	Clémentine BECKER
<b>Familles Rurales</b>	<b>Elsa COHEN, Rapporteuse</b>
<b>INDECOSA-CGT</b> (Association pour l'information et la défense des consommateurs salariés - Confédération générale du travail)	Arnaud FAUCON
<b>ULCC</b> (Union laïque et citoyenne des consommateurs)	Ludivine COLY-DUFOURT Olivier ROYER

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

Organisations	Représentant(e)s
<b>ANIA</b> (Association nationale des industries alimentaires)	Cristina DURLESTEANU
<b>CPME</b> (Confédération des petites et moyennes entreprises)	Zoé LAGARDE Clara MARIANI
✓ <b>FCA</b> (Fédération du commerce coopératif et associé)	Samia M'HAMDI
✓ <b>USC</b> (Union sport et cycle)	Anne CHATEAU
<b>ENGIE</b>	Pierre-François CHENU Eve HANOUNE
<b>MEDEF</b> (Mouvement des entreprises de France)	Christine BARATELLI Robert NEAGU
✓ <b>AFNUM</b> (Alliance française des industries du numérique)	Clara GROJEAN
✓ <b>Alliance du commerce - UCV</b> (Union du grand commerce de centre-ville)	<b>Pascale BARTHOMEUF-LASSIRE, rapporteuse</b>
✓ <b>CdCF</b> (Conseil du commerce de France)	Émilie RÉGNIER-VIGOUROUX
✓ <b>CGF</b> (Confédération des grossistes de France)	Nathalie FUSSLER
✓ <b>FCD</b> (Fédération du commerce et de la distribution)	Philippe JOGUET
✓ <b>FEVAD</b> (Fédération e-commerce et vente à distance)	Pauline FIQUEMONT Marc LOLIVIER

## CONSEIL NATIONAL DE LA CONSOMMATION

Organisations	Représentant(e)s
✓ <b>FICIME</b> (Fédération des entreprises internationales de la mécanique et de l'électronique)	Rachel DETHIER
✓ <b>FIEEC</b> (Fédération des industries électriques électroniques et de communication)	Margaux DE DINECHIN
✓ <b>FIM</b> (Fédération des industries mécaniques)	Arthur VANDENBERGHE
✓ <b>FJP</b> (Fédération française des industries jouets et puériculture)	Martial DOUMERC
✓ <b>FMLB</b> (Fédération de la maille, de la lingerie et du balnéaire)	Sterenn LEREDE
✓ <b>FVD</b> (Fédération de la vente directe)	Julie MACAIRE
✓ <b>Galeries Lafayette Management</b>	Victoire BURNAT
✓ <b>L'Ameublement français</b>	Cathy DUFOUR
✓ <b>MACIF</b>	Alice SOREL
✓ <b>Mobilians</b>	Anne de BEAUMONT
✓ <b>UBH</b> (Union de la bijouterie horlogerie)	Sandrine MARCOT

### Membres de droit

Organismes	Représentant(e)s
<b>CCSF</b> (Comité consultatif du secteur financier)	Nathalie PAILLOT-MUHLHEIM Philippe RAUX
<b>INC</b> (Institut national de la consommation)	Françoise HEBERT-WIMART Sophie REMOND

### Membres associés du CNEC (Conseil national de l'économie circulaire)

Organismes	Représentant(e)s
<b>Association ORÉE</b>	Nathalie BOYER
<b>FNE</b> (France nature environnement)	Johann LECONTE



# CONSEIL NATIONAL DE LA CONSOMMATION

## Administrations

Organismes	Représentant(e)s
<b>Ademe</b> (Agence de la transition écologique)	Vincent DARGENNE Pierre GALIO
<b>CGDD</b> (Commissariat général au développement durable) - Ministère de la transition écologique et de la cohésion des territoires	Claire DORVILLE Stephane HOCQUET
<b>DGCCRF</b> (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes) - Ministère de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique	
✓ <b>Délégué à la transition écologique</b>	<b>Ambroise PASCAL, Président</b> Basile COTTE, chef de projet auprès du délégué à la transition écologique
✓ <b>Bureau 1B</b> (Analyse économique et veille stratégique)	Gautier DUFLOS Olivier MASSENA
✓ <b>Bureau 1D</b> (Mouvement consommériste et médiation de la consommation - Secrétariat du CNC)	Florence FIETTE-MANDOULA
✓ <b>Bureau 3A</b> (Droit de la consommation)	Alice CHONIK Pauline LIMARE Sarah SALAH
✓ <b>Bureau 5A</b> (Produits industriels)	Thomas BERBACH Myriam FRAEYE BENALI
<b>DGE</b> (Direction générale des entreprises) - Ministère de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique	Léna POIRIER Jémilie JAFFART

Dates	Ordre du jour des réunions
13/11/2023	Réunion d'installation du groupe de travail
04/12/2023	<p>Économie de la fonctionnalité du point de vue des consommateurs</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Présentation de l'entreprise Décathlon</b> : Julie DELIGNON, leader développement durable et économie circulaire</li> <li>✓ <b>Présentation de la coopérative Commown</b> : Adrien MONTAGUT-ROMANS, co-fondateur</li> <li>✓ <b>Présentation de l'entreprise ENGIE</b> : Aude FERRÉ, direction des relations institutionnelles</li> <li>✓ <b>Présentation de l'entreprise Kataba</b> : Luc MONVOISIN, président fondateur</li> </ul>
21/12/2023	<p>Enseignements de plusieurs expériences en BtoB</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Présentation de l'entreprise HP</b> : Aurelie GUILLEMETTE, directrice générale adjointe, et Catherine MARTIAL, responsable développement durable</li> <li>✓ <b>Présentation de L'imprimerie partagée</b> : Julien DA COSTA, fondateur, et Marion DUWAT, co-fondatrice</li> <li>✓ <b>Présentation de l'entreprise ERB</b> : Thomas GRENOUILLEAU, dirigeant, accompagné de Magali COURTIAL, immaTerra, accompagnatrice et formatrice</li> <li>✓ <b>Présentation de l'entreprise Lizee</b> : Anna BALEZ, co-fondatrice, et Geoffrey MARIANY, spécialiste de l'économie circulaire</li> <li>✓ <b>Présentation de l'entreprise Isovation</b> : Philippe CARLES, président</li> <li>✓ <b>Présentation de l'entreprise Odyssee Environnement</b> : Jérôme MOUGEL, directeur général</li> <li>✓ <b>Intervention de Pascal UGHETTO</b>, professeur de sociologie, Université Gustave Eiffel</li> <li>✓ <b>Intervention de Muriel MAILLEFERT</b>, professeur en aménagement du territoire, Université Lyon 3</li> </ul>
25/01/2024	<p>Enjeux spécifiques liés aux produits et à la logistique</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Présentation du projet We Play Circular</b> : Luc Teerlinck, fondateur</li> <li>✓ <b>Présentation de l'entreprise Mob-ion</b> : Christian BRUÈRE, président</li> <li>✓ <b>Présentation de la coopérative Commown</b> : Adrien MONTAGUT-ROMANS, co-fondateur</li> <li>✓ <b>Intervention de Erwan AUTRET</b>, de l'Ademe</li> <li>✓ <b>Intervention de Myriam FRAEYE-BENALI</b>, Bureau 5A « Produits industriels », DGCCRF</li> </ul>
08/02/2024	<p>Mesure des bénéfices et contractualisation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Présentation de l'APESA</b> : Louis DUPUY, chef de projet économie de la soutenabilité et Romain ALLAIS, ingénieur de recherche</li> <li>✓ <b>Présentation de l'entreprise BlaBlaCar</b> : Sviatoslav BEYSENS, directeur des relations institutionnelles</li> <li>✓ <b>Intervention de Jean-Sébastien TRONCHON</b>, référent Hauts-de-France, immaTerra</li> <li>✓ <b>Intervention d'Olivier MASSÉNA</b>, Bureau 1B « Analyse économique et veille stratégique », DGCCRF</li> </ul>
12/03/2024	<p>Cadre juridique et réglementaire</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Protection économique des consommateurs</b> : expertes : Alice CHONIK et Sarah SALAH ; porte-paroles : Ludivine COLY-DUFOUR et Julie MACAIRE</li> <li>✓ <b>Sécurité et conformité</b> : experts : Thomas BERBACH, Myriam FRAEYE BENALI, Pauline LIMARE et Juliette SÉNÉCHAL ; porte-paroles : Nathalie BOYER et Margaux de DINECHIN</li> <li>✓ <b>Encouragement de l'économie de la fonctionnalité</b> : experts : Claire DORVILLE et Stephane HOCQUET ; porte-paroles : Mélissa FAUR et Philippe JOGUET</li> <li>✓ <b>Intervention de Juliette SÉNÉCHAL</b>, Professeure de droit privé, Université de Lille</li> </ul>

## CONSEIL NATIONAL DE LA CONSOMMATION

04/04/2024	<p>Cadre institutionnel et politiques d'accompagnement</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Présentation de l'entreprise Intersport</b>: Claire GAUTIER-LE BOULCH, responsable RSE, et Gilles BOUQUET, directeur Finance &amp; RSE</li> <li>✓ <b>Présentation de l'entreprise Éram</b>: Isabelle DESFONTAINES, directrice du développement durable</li> <li>✓ <b>Intervention de Mélanie RAIMBAULT, responsable stratégie et développement environnement et responsabilité sociétale et Grégory BERTHOU, responsable programmes, développement et stratégie, d'AFNOR Normalisation</b></li> <li>✓ <b>Intervention de Jémilie JAFFART, Séverine FRANCASTEL et Shanna LEDUC-MORIN, de la DGE</b></li> <li>✓ <b>Intervention de Vincent DARGENNE, de l'Ademe</b></li> <li>✓ <b>Intervention de Benoît HEILBRUNN, professeur de marketing à l'ESCP Europe</b></li> <li>✓ <b>Intervention de Emmanuel DUPONT, de l'Agence national de la cohésion des territoires</b></li> </ul>
06/05/2024	Séance de travail sur le projet de rapport (parties 2, 3, 4, 5)
23/05/2024	Séance de travail sur le projet de rapport (parties 6, 7 et 8)
27/05/2024 19/06/2024 10/07/2024	Séances de travail sur les projets de recommandations

# CONSEIL NATIONAL DE LA CONSOMMATION

## ANNEXE 4 – PROPOSITION DE GRILLE DE CRITÈRES D'ÉVALUATION DES DÉMARCHES D'EFC (CGDD)

#	Critère	Je remplis ce critère	Rang de priorité	Explications	Liaison des cases aux cellules
1	Offre d'un usage	<input checked="" type="checkbox"/>	1	Il s'agit de <b>centrer le système "produit-service" sur de l'usage</b> . Contrairement aux modèles classiques dans lesquels le système produit service et la promotion de valeur sont orientés "produit" reposent sur la vente de biens. Selon ce critère, le système produit service est orienté vers les usages: le produit peut continuer à jouer un rôle dans la promotion de valeur, mais le modèle économique n'est plus centré sur la vente de produit : le produit reste généralement (lorsqu'il ne s'agit pas d'un consommable) la propriété du fournisseur/distributeur, qui met à disposition du ou des clients/utilisateurs, cette mise à disposition pouvant prendre des formes différentes (location longue-durée, location courte-durée ou utilisation partagée, mutualisation).	VRAI
2	Réduction avérée des impacts environnementaux à l'échelle du produit	<input checked="" type="checkbox"/>	1	Ce critère évalue dans quelle mesure les <b>produits d'une entreprise génèrent des bénéfices concrets pour l'environnement comparativement à un modèle classique</b> . Autrement dit, le produit associé au système "produit-service" doit contribuer à la réduction des impacts environnementaux à l'aide de mesure comme l'écoconception*et l'interopérabilité* des produits. Cela inclut la réduction des émissions de gaz à effet de serre, la diminution de la consommation d'énergie et de ressources naturelles, l'amélioration de la gestion des déchets et la maximisation de la durabilité des produits à travers leur cycle de vie complet. Les réductions d'impacts environnementaux doivent être mesurables et vérifiables, s'appuyant sur des méthodes reconnues telles que l'Analyse du Cycle de Vie (ACV) simplifiée ou complète, pour assurer que les pratiques adoptées ne se limitent pas à des actions qui ont peu d'impact. [*voir onglet définition].	VRAI
3	Réduction avérée des impacts environnementaux à l'échelle du système "produit-service"	<input checked="" type="checkbox"/>	1	Dans l'économie de la fonctionnalité, l'écoconception va au-delà du produit lui-même pour inclure le service associé. En plus de concevoir un produit durable, <b>il s'agit de concevoir un modèle de service prenant en compte les contraintes et opportunités associées à des produits écoconçus, et qui puisse contribuer à réduire les impacts environnementaux</b> . Pour mettre en oeuvre ce critère, une ACV simplifiée, ou toute autre méthodologie robuste d'évaluation environnementale, à l'échelle du système signifie évaluer et minimiser l'impact environnemental d'une offre dans son contexte global, incluant les interactions avec d'autres produits, services, et les infrastructures existantes. Cela permet notamment d'intégrer les externalités environnementales. Par exemple, il peut s'agir d'évaluer les impacts de la mise en oeuvre d'un système de logistique inversée, le niveau de décarbonation des modèles de transports mobilisés, les impacts évités en termes de déchets quant à la gestion du gaspillage des consommables, etc.	VRAI
4	Approche fonctionnelle : reconception du service sur sa fonction ou sur plusieurs fonctions	<input checked="" type="checkbox"/>	1	<b>Reconception sur une fonction unique</b> : Cette approche se concentre sur l'amélioration ou l'optimisation d'une fonction spécifique d'un produit ou service. Par exemple, dans le cas d'une voiture partagée, l'accent peut être mis uniquement sur la fonction de « mobilité », en cherchant à rendre le service de partage de voiture aussi efficace et accessible que possible. <b>Reconception sur plusieurs fonctions</b> : Cette approche élargit le spectre pour inclure plusieurs fonctions liées à un bien ou service. Cela se traduit en intégrant des services adossés notamment assurances, entretien, réparation, maintenance.	VRAI
5	Coopération avec les utilisatrices/teurs finales	<input checked="" type="checkbox"/>	1	<b>Il s'agit d'identifier dans quelle mesure une collaboration est établie avec les utilisateurs finaux du produit</b> . Ces utilisateurs peuvent être des entreprises (cas du B2B), des collectivités, et/ou consommateurs. La collaboration peut donner lieu à de la co-construction de la prestation avec le client et/ou les parties prenantes (partenaire, fournisseurs, etc.). Il s'agit de créer un engagement avec les clients, fournisseurs, et communautés locales pour créer une valeur partagée.	VRAI
6	Optimisation des volumes de production par allongement de la durée des stocks	<input type="checkbox"/>	1	<b>Ce critère évalue comment l'entreprise optimise les volumes de production tout en enrichissant ses offres via des services qui maximisent l'utilisation des produits</b> . Cela inclut des stratégies de "mieux produire" qui visent à améliorer l'efficacité et la durabilité de la production, et de "mieux allouer" qui assurent une distribution et une utilisation plus intelligentes et plus ciblées des ressources. La mise en oeuvre d'un modèle d'économie de la fonctionnalité doit permettre in fine de réduire les volumes de production en rallongeant la durée de vie des produits et/ou en les mutualisant. Lorsque cette logique n'est pas mise en oeuvre, des effets rebonds significatifs peuvent avoir lieu qui mènent à la surconsommation.	FAUX

CONSEIL NATIONAL DE LA CONSOMMATION

7	Un marketing et une communication valorisant les produits de l'EFC et la consommation responsable	<input checked="" type="checkbox"/>	2	Les supports de communication et de marketing promeuvent une réflexion en amont de l'usage et pas uniquement sur l'usage en lui-même, permettant de limiter l'effet rebond de la surconsommation. Par exemple, il peut s'agir aussi dans une publicité de mettre en avant les bénéfices environnementaux et économiques de la location de produits, ou de montrer le cycle de vie d'un produit, depuis sa fabrication jusqu'à ses options de recyclage pour expliquer la robustesse des produits issus de l'EFC.	VRAI
8	Reconception à l'échelle du produit pour une utilisation mutualisée	<input checked="" type="checkbox"/>	2	Il s'agit d'une offre avec un système produits-service dont le produit est conçu spécialement pour être utilisé par plusieurs personnes, donc plus robuste notamment ou connectée. Par exemple, il peut s'agir d'avoir une offre de produit avec un indice de durabilité ou de réparabilité supérieur à 7/10.	VRAI
9	Vente d'une performance et d'un résultat	<input type="checkbox"/>	2	Le système produit-service est orienté non seulement vers l'usage (cf. critère 1) mais vers le résultat. Il s'agit d'offrir une meilleure qualité du produit par rapport à l'offre standard. Cela signifie que la proposition de valeur change de manière plus radicale encore : le client et le fournisseur s'accordent sur un résultat, une performance à atteindre, et la prestation n'implique pas un produit prédéterminé. L'évaluation de la performance doit être un élément inclus dans la proposition de valeur : il s'agit notamment d'évaluer l'adoption du prix payé pour l'utilisateur final par rapport au résultat proposé.	FAUX
10	Bénéfices sociaux et sociétaux avérés	<input type="checkbox"/>	2	Il s'agit de proposer une offre intégrant des critères d'équité sociale (promotion de rémunérations / prix et pratiques équitables envers les employés et les partenaires commerciaux), de formation et développement des compétences (investissement dans la formation du personnel pour fournir un service de haute qualité), et d'évaluation de l'impact du service sur la société et contribution au bien-être sociétal.	FAUX
11	Contractualisation pérenne en adéquation avec le besoin d'usage client	<input type="checkbox"/>	2	Le système produit-service est adapté au juste besoin du client tout au long de la prestation ou du contrat (production, distribution et usage). La « fidélisation soutenable » repose sur la capacité de l'offreur de s'adapter aux évolutions de la relation client. Elle induit la définition des besoins au plus près de son client, et sa capacité à suivre la performance d'usage du produit qu'elle propose à son client. L'offreur doit être en capacité d'adapter le service aux besoins spécifiques des clients dans le temps. Cette contractualisation pérenne permet d'amortir les coûts liés à l'élaboration de solutions personnalisées. Plus particulièrement, dans un contexte concurrentiel, il faudrait éviter les stratégies « visant à exploiter de manière opportuniste les avantages liés à la relation client » afin de permettre l'émergence d'innovations.	FAUX
12	Création de valeur à l'échelle locale et de proximité	<input type="checkbox"/>	2	Besoins exprimés et projet mis en oeuvre à l'échelle d'un territoire. Ce critère évalue la création de valeur territoriale et l'exploitation du maillage territorial des entreprises à bon escient. Ce critère évalue dans quelle mesure l'écosystème local est sollicité dans le cadre d'un modèle EFC, combien de point relais dans les territoires sont mobilisés (prestataire de maintenance, etc.) Il fait aussi référence à la promotion et au soutien de la production de biens et de services au sein de régions géographiquement proches. Ce critère vise à encourager le développement économique au niveau local, en mettant l'accent sur les circuits courts, la réduction des distances de transport, et le renforcement des liens entre producteurs, distributeurs et consommateurs locaux. Par exemple, il peut s'agir d'avoir recours à des entreprises à impacts du secteur de l'économie sociale et solidaire.	FAUX
13	Reconception à l'échelle du service pour une utilisation mutualisée	<input type="checkbox"/>	2	Ce critère évalue si la conception d'une offre de service donne la possibilité au client d'utiliser plusieurs fois un équipement de même nature. En revanche, l'équipement en question ne sera pas nécessairement celui spécifiquement utilisé lors de l'usage précédent.	FAUX
14	Gouvernance d'entreprise responsable	<input type="checkbox"/>	2	Formation du dirigeant et de personnel au modèle économique de l'économie de la fonctionnalité et aux avantages environnementaux associés. Intégration des services de diagnostic des besoins du client pour configurer l'offre au plus juste de ses besoins réels. Intégration des services de maintenance et de logistique. Intégration des services de suivi de la performance de l'offre, notamment grâce à des outils numériques. Produit/service fourni par un groupement de parties prenantes sur la base de la gestion coopérative. Transparence et responsabilité : clarté dans la communication des pratiques et responsabilité envers les clients et la société.	FAUX
<b>Résultat</b>		Calculer le niveau d'intensité			
<b>Niveau d'intensité : Niveau</b>					
<b>A ARBITRER</b>					
	Profitabilité du modèle de l'EFC		Rang 2 ou suppression du critère	.	FAUX
DGE	Nombre réduit d'intermédiaires / intégration de la chaîne de valeur		1 (ou 2 à arbitrer)	L'entreprise a suffisamment intégré la chaîne de valeur afin de réduire le nombre d'intermédiaires à un au maximum entre le producteur du bien et l'utilisateur final. Les objectifs sont de pouvoir : adapter la conception et les volumes au besoin réel du client de façon itérative et rapidement ; permettre une relation de proximité entre le producteur du bien et l'utilisateur pour faciliter la gestion après-vente ; aligner les bénéfices d'écoconception et le prix de façon plus transparente (partage des gains générés entre le producteur et le client).	

## Méthodologie - Proposition de grille de critères d'évaluation des démarches d'EFC (CGDD)

**Principe et objectifs de la méthode: Positionner les modèles d'affaire sur une échelle à 4 niveaux de progression, selon leur maturité en matière d'économie de la fonctionnalité.**

Pour mieux repérer et caractériser/catégoriser les pratiques et activités des entreprises qui nous semblent relever de « modèles d'affaire d'économie de la fonctionnalité » (appellation générique), **nous avons développé une méthode non scientifique, mais à vocation opérationnelle, permettant de qualifier quatre degrés - à géométrie variable - de modèles d'affaires d'économie de la fonctionnalité, selon les combinaisons observables de critères « essentiels » (dits de rang 1) et/ou facultatifs (dits de rang 2).**

L'objectif est de fournir un **cadre d'action et une aide à la décision aux politique publique pour aboutir à une classification à la fois objective, robuste, et flexible. Cette catégorisation a pour objet d'être adapté aux diverses approches adoptées par les entreprises** intégrant l'économie de la fonctionnalité dans leurs modèles d'affaires, ainsi qu'à la **variété des contextes et process industriels.**

**Au final, cette méthodologie a pour vocation et pour but d'encourager les entreprises à progresser vers des niveaux d'engagement de plus en plus élevés**, tout en valorisant les efforts dans les domaines où elles excellent déjà et en identifiant les domaines où des améliorations sont possibles ou nécessaires.

La validité de cette méthode repose avant tout sur son pragmatisme, sur son adaptation aux réalités concrètes observables et objectivables sur le terrain, et également au fait qu'elle soit utilisée par tous, de la même manière, comme référence méthodologique.

### **Présentation de l'échelle d'analyse à 4 niveaux et mode d'emploi.**

La grille détaille les critères de rang 1 (« essentiels ») et de rang 2 (« facultatifs ») et la manière de les prendre en compte. Le mode d'emploi de l'échelle explique comment combiner les (types de) critères pour refléter fidèlement les réalisations et les modèles d'affaires de chaque entreprise, et fournit ainsi un cadrage précis et partagé de l'interprétation des résultats de cette catégorisation qui est aussi une évaluation des modèles d'affaire à l'aune de l'EFC.

#### **1 - Excellence du modèle d'affaire en EFC (niveau 1)**

- Condition spécifique : **le critère 1 « vente d'un usage » est obligatoire.**
- Critères requis : **au moins 8 critères, dont au moins 5 de rang 1 (dont le n° 1).**

Le modèle d'affaires étudié démontre un engagement robuste envers l'économie de la fonctionnalité, intégrant de manière approfondie les principes fondamentaux et adoptant activement des pratiques avancées.

#### **2 - Niveau d'intégration poussé (niveau 2)**

- Condition spécifique : **le critère « vente d'un usage » est obligatoire.**
- Critères requis : **au moins 7 critères au total, dont au moins 4 de rang 1. (Dont le n° 1).**

Le modèle d'affaires montre un engagement solide, avec une adoption significative des critères essentiels et une bonne intégration des pratiques supplémentaires.

#### **3 - Niveau d'intégration moyen (niveau 3)**

- Condition spécifique : **le critère « vente d'un usage » est obligatoire.**
- Critères requis : **au moins 6 critères au total, dont 3 de rang 1. (Dont le n° 1).**

L'entreprise manifeste un engagement modéré, mettant en œuvre les principes de base de l'économie de la fonctionnalité tout en explorant des pratiques facultatives.

#### **4 - Démarche de Progrès vers l'EFC — niveau d'intégration faible du modèle EFC (niveau 4)**

- Condition spécifique : **le critère « vente d'un usage » est obligatoire.**
- Critères requis : **au moins 5 critères dont 2 critères de rang 1. (Dont le n° 1).**

L'entreprise a commencé à intégrer des aspects de l'économie de la fonctionnalité, mais l'adoption reste limitée. Cette phase marque le début de son parcours vers une transformation plus profonde.

Cette échelle permet une certaine flexibilité dans l'évaluation, **reconnaissant les entreprises qui adoptent une approche plus complète et celles qui sont encore en phase de transition.** À noter que les critères de **rang 2 jouent un rôle complémentaire important dans l'évaluation**, permettant aux entreprises de **démontrer des efforts supplémentaires** au-delà des exigences de base et étant adaptés pour certains à des modèles d'affaires plus qu'à d'autres.

Ademe, *Panorama national et pistes d'action sur l'économie de la fonctionnalité*  
<https://www.ademe.fr/panorama-national-pistes-daction-leconomie-fonctionnalite>

Ademe, sélection de ressources sur l'économie de la fonctionnalité  
<https://librairie.ademe.fr/dechets-economie-circulaire/275-selection-de-ressources-sur-l-economie-de-la-fonctionnalite.html>

Ademe, avis sur l'économie de la fonctionnalité  
<https://www.ademe.fr/avis-lademe-leconomie-fonctionnalite>

Ademe, Atemis, Vuidel P. et Pasquelin B., 2017. *Vers une économie de la fonctionnalité à haute valeur environnementale et sociale en 2050*  
<http://www.ademe.fr/vers-economie-fonctionnalite-a-haute-valeur-environnementale-sociale-2050>

Coalition Circular Accounting, *Making cycling circular: the case of Swapfiets. Ensuring long-term financial viability for circular Product-as-a-service businesses*, février 2023  
<http://www.circle-economy.com/programmes/finance/coalition-circular-accounting>

GreenFlex-INEC, « *Comment promouvoir et financer l'économie de la fonctionnalité dans le secteur de la grande consommation ?* », 2014

Grenelle de l'environnement, rapport du chantier 31 (groupe d'étude « économie de la fonctionnalité »), 2008. Y sont annexés une étude menée par le cabinet E&Y sur l'évaluation des bénéfices environnementaux et une étude prospective réalisée par des étudiants du mastère spécialisé « Management du développement durable » de HEC.

Ledoux E. et Jacquillat E., *Proposition pour la mise en place d'une TVA circulaire*, rapport de la mission réalisée à la demande de Christophe Béchu, Ministre en charge de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires, septembre 2023

Mahé S., étude de la Driat d'Île-de-France « *L'évaluation des nouveaux modèles économiques en faveur de l'économie circulaire* », juillet 2021

Ouraga Breka J.-N. et Régis Kpoussa M., « *Les obstacles à la mise en place de l'économie de fonctionnalité : le cas du secteur de l'électroménager* », *Question(s) de management* 24, no 2, 2019  
(<https://shs.cairn.info/revue-questions-de-management-2019-2-page-27?lang=fr>)

Rapport au Parlement sur le développement de l'économie de la fonctionnalité et de la coopération, avril 2022 (publié sur <https://www.ieefc.eu/ressource/rapport-au-parlement-sur-le-developpement-de-leconomie-de-la-fonctionnalite-et-de-la-cooperation>)

Serra B. (2018), *Perspectives durables et territoriales des économies de fonctionnalité légitimes : une interprétation en termes conventionnalistes* (<https://theses.hal.science/tel-01935780>)

Zacklad M. (2007), « *L'économie de la fonctionnalité encastrée dans la socio-économie des transactions coopératives : dynamique servicielle et filiation soutenable* », in E. Heurgon et J. Landrieu (coord, 2007), *L'économie des services pour un développement durable*, L'Harmattan.

Du Tertre C. (2022), *Économie de la fonctionnalité, développement durable et innovations institutionnelles*, in *Du développement durable aux transitions*, Hermann

Longue vie aux objets  
<https://longuevieauxobjets.gouv.fr/entreprise/vous-engager-dans-leconomie-de-la-fonctionnalite>

IE-EFC : <https://www.ieefc.eu> (notamment les exemples d'entreprises et territoires engagés : <http://crepe.ieefc.eu/fr>)