

WEBINAIRE – 28.09.23

ECONOMIE DE LA FONCTIONNALITÉ ET DE LA COOPÉRATION

**POUR UNE COMMANDE PUBLIQUE PLUS EFFICACE,
CIRCULAIRE ET AU SERVICE DU TERRITOIRE**



PROGRAMME DU WEBINAIRE

- Introduction par les partenaires
- L'économie de la fonctionnalité et de la coopération : de quoi parle-t-on ?
- Retour sur l'expérimentation en Auvergne-Rhône-Alpes
- L'EFC en Nouvelle-Aquitaine
- Echanges et présentation des prochaines étapes

INTRODUCTION



Marie-Lise Baraud



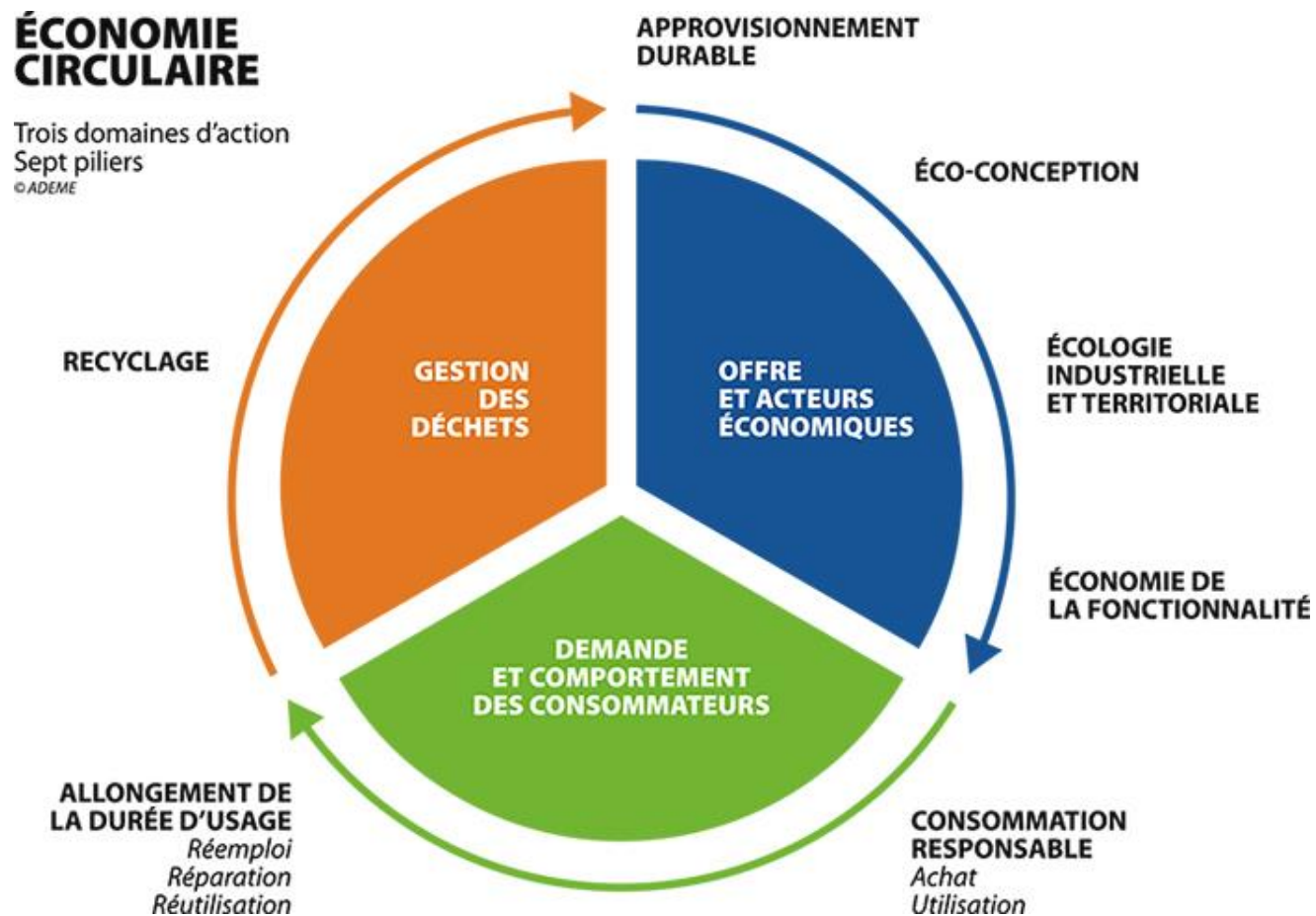
Antoine Bonsch



Anne Bentz



INTRODUCTION



L'EFC, à la croisée des priorités de la Région N-A



FEUILLE DE ROUTE NEOTERRA

Ambition 3 Transition des Entreprises

- Orienter l'offre des acteurs économiques vers l'économie de la fonctionnalité
- Accompagner les entreprises vers les changements de business model et le développement de nouveaux services tournés davantage vers l'usage que vers la production"

Ambition 7 Economie Circulaire

- Développer les modèles d'économie de la fonctionnalité



SRDEII 2022-2028

Chantier 1.2 : Mettre l'Economie Circulaire au service des transitions et la souveraineté des territoires

- Impulser une adoption à large échelle de l'économie circulaire,
 - DIMINUER LE PRELEVEMENT DES RESSOURCES : achats responsables et EFC

volet Déchets du SRADDET

» Objectifs Prévention et Gestion des Déchets

» Feuille de route Economie Circulaire



LA FEUILLE DE ROUTE REGIONALE EFC 2022-2023

ACCOMPAGNEMENT



2 parcours
d'accompagnement au
changement (12 mois)

4 parcours
d'acculturation (4 mois)

9 pré-diagnostics
d'entreprises

15 visites d'entreprises

SENSIBILISATION



Cibles : entreprises,
réseaux & territoires,
enseignement sup,
acheteurs publics

Des ateliers de
sensibilisation

1 évènement régional
dédié à l'EFC

1 rendez-vous mensuel
en live avec des
dirigeant.e.s témoins

COMMUNICATION



Publications et outils de
communication

1 page web dédiée à
l'EFC en N-A

Coopération avec les
instances nationales
(ADEME, IE-EFC)

Préfiguration d'un club
EFC en N-A



Co-pilotée par
Ademe & Région NA

Animée par ADI

Ressources externes :
Atemis, Pikaia, Apesa,
IE-EFC

LA COMMANDE PUBLIQUE NA, ACHATS RESPONSABLES

SPASER
Nouvelle-Aquitaine









Schéma de Promotion des Achats Publics
Socialement et Ecologiquement Responsables

=> *Adopté depuis décembre 2018*

! L'achat public, 670 780 K € à l'échelle de la Région NA en 2022 !

= 7749 marchés et contrats de concession

Les grandes orientations du schéma sont de :

-  • faire de la commande publique un levier de développement économique pour les TPE et PME/PMI ;
-  • soutenir l'économie sociale et solidaire et favoriser l'insertion sociale et professionnelle des publics en difficultés ;
-  • promouvoir l'égalité dans l'emploi et lutter contre toutes les formes de discriminations ;
-  • faire de la commande publique un facteur d'achat responsable sur le plan environnemental ;
-  • renforcer l'efficacité et l'efficience des actes d'achats responsables en professionnalisant les acteurs ;
-  • favoriser l'innovation technologique et sociale.



10 % du PIB

> Un levier économique **conséquent**

COMMANDE PUBLIQUE : POURQUOI S'Y PENCHER ?



La réglementation est **favorable**

CODE DE LA
COMMANDE
PUBLIQUE



De nombreuses modalités d'intervention

Un réseau régional pour ...



Accompagner
la montée
en compétence



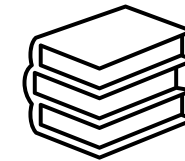
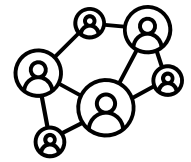
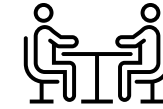
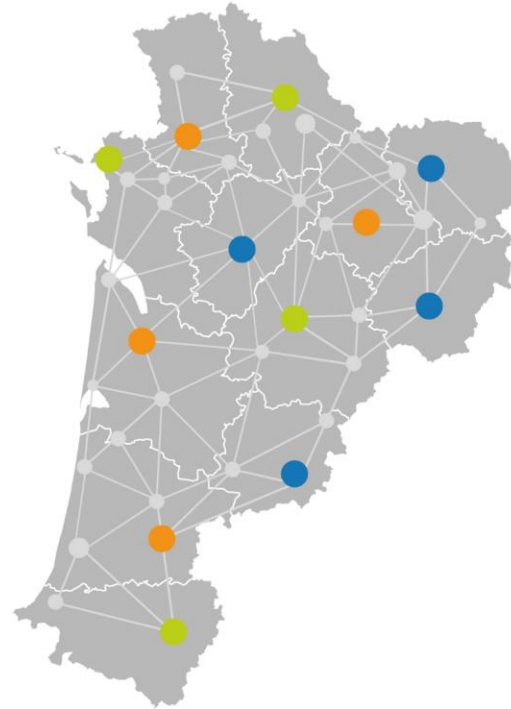
Susciter
l'intérêt



Valoriser
et partager
les expériences



Favoriser les
échanges et
rencontres



PARTIE 1



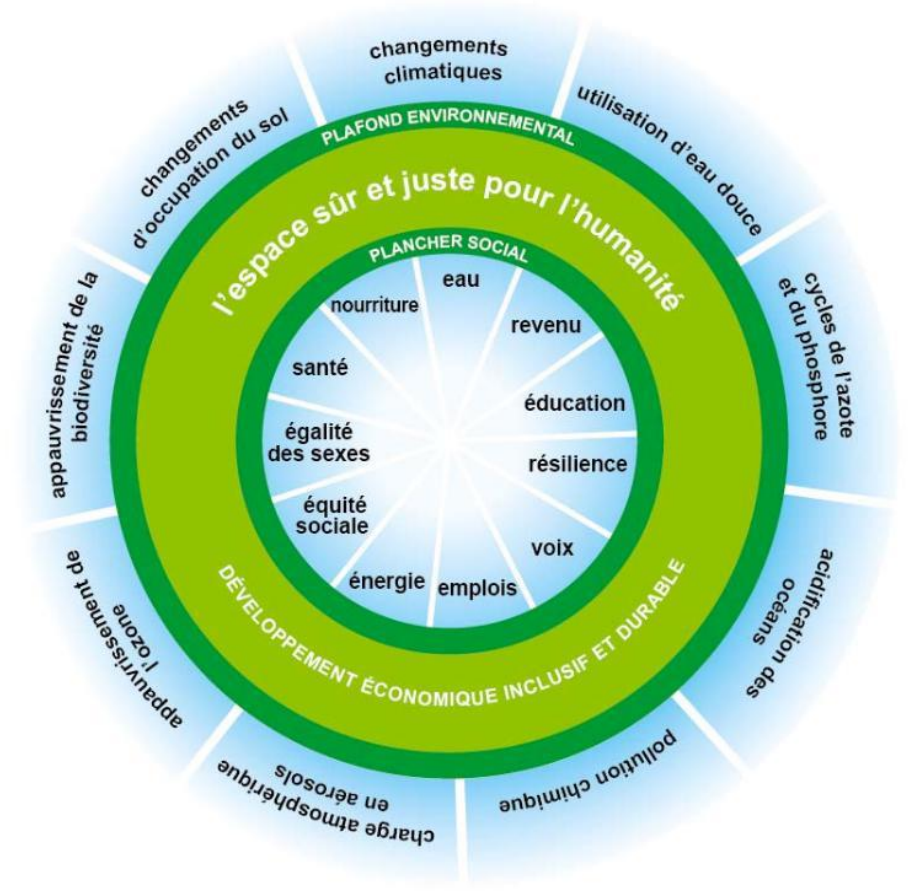
**L'EFC
QU'EST-CE QUE
C'EST ?**

L'économie à l'heure de l'urgence climatique

L'activité économique face à des limites de plus en plus prégnantes

- Les entreprises : des acteurs essentiels du territoire
- Quelles réponses aux impacts ? RSE ? RTE ?
- Quelle place pour les conditions de travail dans la réflexion ?
- Des modèles économiques en question

→ **Pas de transition écologique et sociale sans transition économique**



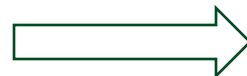
Répondre par l'innovation servicielle et la coopération

Sortir de la logique de volume



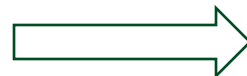
Une proposition de valeur centrée sur la performance d'usage

Prendre conscience de ses effets utiles et de ses externalités



Valoriser son activité pour ce qu'elle est réellement, internaliser ces externalités

Dépasser la croissance pour chercher le développement et la prospérité ailleurs



Valoriser ses ressources immatérielles et investir dans l'innovation servicielle

Sortir d'une logique de concurrence avec ses parties prenantes



**Co-construire son offre avec ses clients
Coopérer avec ses partenaires**

Ancrer son entreprise à un territoire et à son écosystème



Répondre, par son activité, à des enjeux territoriaux

L'économie de la fonctionnalité et de la coopération (EFC)

- Une offre intégrée de biens et de services, fondée sur une **performance d'usage**
- Raisonner en **coût global** → passer d'une logique de quantité à une logique de **qualité** et de **performance globale d'un service**
- Une relation de coopération et de **confiance avec le prestataire** et avec les partenaires → s'engager sur le long terme, porter ensemble la capacité à répondre aux besoins
- Une **approche coopérative et territorialisée** : prendre en charge un enjeu, en coopération avec d'autres acteurs, et révéler les effets utiles de mon activité au service de cet enjeu
- Un pilier de l'économie circulaire

2 exemples pour illustrer



1990 – Avignon (84) – 15 salariés – 3 M € (2022)

Le point de départ – fabricant d’emballages isothermes pour le transport de produits médicaux et alimentaires

Le constat – les clients n’utilisent pas correctement les produits, ceux-ci n’empêchent donc pas les pertes et le gaspillage → besoin non satisfait et gâchis de matériaux

La trajectoire – ISOVATION est devenu « expert du maintien de la chaîne du froid »

L’offre actuelle – des emballages, mais aussi et surtout du conseil, de la formation, de l’analyse de données, des contrats de performance rémunérant la baisse des pertes de produits

Des contrats publics de conseil en maintien de la chaîne du froid



1996 – Libercourt (62) – 80 salariés – 7,5 M € (2021)

Le point de départ – conception, assemblage, vente, installation et maintenance de mobilier urbain non publicitaire

Le constat – concurrence sur les marchés publics uniquement sur le prix, donc pas de marché pour du mobilier écoconçu, de bonne qualité et robustes

La trajectoire – passer de l’écoconception de mobilier urbain à la mobilité durable

L’offre actuelle – des contrats de service global, sans allotissement des activités, avec la mission de garantir un service parfait (quel que soit le nb d’interventions, le nb de vitres cassées, etc.)

PARTIE 2



RETOUR D'EXPÉRIENCE

EFC & ACHATS PUBLICS EN
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

NICOLAS FRANGO - CIRIDD



L'action COEFP – les marchés étudiés



MARCHÉS

- Pneumatiques
- Impressions



MARCHÉS

- Halles des sports Clémenceau



MARCHÉS

- Marché alimentaires



MARCHÉS

- Fourniture de gants
- Ecomobilier évènementiel

Un peu de contexte



Volonté politique



Feuille de route économie circulaire avec un axe « une métropole exemplaire »



2019-2020, réflexion sur la construction d'un SPAR



Une action d'expérimentation, l'action CoEfp





Repérer un marché et embarquer les équipes

- Recensement des marchés en cours et à venir (nouveaux et renouvellement)
- Ecrémage avec 2 critères principaux :
 - Le calendrier
 - L'offre potentiel en EFC
- 7 marchés ciblés, comment choisir :
 - Le portage politique
 - Motivation des équipes : achats, prescripteurs, utilisateurs finaux...
 - Potentiel impacts environnementaux et sociétaux...
- Sensibiliser les équipes : EFC, Eci...

La grille de sélection des marchés

Nom du marché	Note de 1 à 5	Commentaire
Motivation / portage / acceptabilité		
Portage politique		<i>Les élus référents concernés sont sensibilisés / soutiennent le projet.</i>
Motivation de l'équipe achat		<i>L'équipe est disponible, motivée, prête à expérimenter un changement de pratiques.</i>
Motivation des parties prenantes		<i>Les changements d'organisation, d'usages sont acceptables. Des acteurs moteurs sont identifiés.</i>
Offre		
Maturité et proximité de l'offre		<i>Des offres existent dans le domaine / sont presque matures.</i>
Potentiel de l'intégration de l'économie de la fonctionnalité		
Impact environnemental		<i>Le marché est lié à des enjeux environnementaux et de performance forts. L'opérateur bénéficiera de moyens suffisants pour atteindre les objectifs : soutien en interne du changement.</i>
Impact social / pertinence économique		<i>Le couplage bien-services est profitable (pas de compétences en interne type entretien...). Le montant du marché justifie l'investissement en temps et moyens dans la démarche.</i>
Cohérence avec les politiques publiques		
Cohérence avec la stratégie économie circulaire et environnementale		<i>Le projet répond à des objectifs de politique publique en matière de développement durable, d'économie circulaire et de transition énergétique et climatique.</i>
Cohérence avec d'autres politiques publiques		<i>Le projet répond à d'autres objectifs de politique publique.</i>
Essaimage		
Valeur d'enseignement / reproductible		<i>La démarche aura une valeur d'exemple pour les services internes et d'autres collectivités.</i>
Cohérence Budget et calendrier		
Impact sur le budget		<i>Incidence du passage d'un budget d'investissement à un budget de fonctionnement...</i>
Cohérence calendrier		<i>Délais suffisants pour mener une démarche.</i>
Total		



Le marché retenu : fourniture de gants

- **Les enjeux du marché :**

- Une surconsommation due à : mauvaise qualité, mauvaise adaptation aux usages
- Engager contractuellement le fournisseur sur des objectifs : confort, réponse aux besoins, fin de vie des produits, etc.
- Potentiel de répliquabilité intéressant

- **Identifier les personnes à mobiliser :**

- Service écologie - pilotage et expertise environnementale
- Direction des achats – expertise du sujet
- Commande publique – accompagnement à la rédaction
- Direction ressources et moyens généraux - prescripteur du marché
- Préventeurs - partie prenante





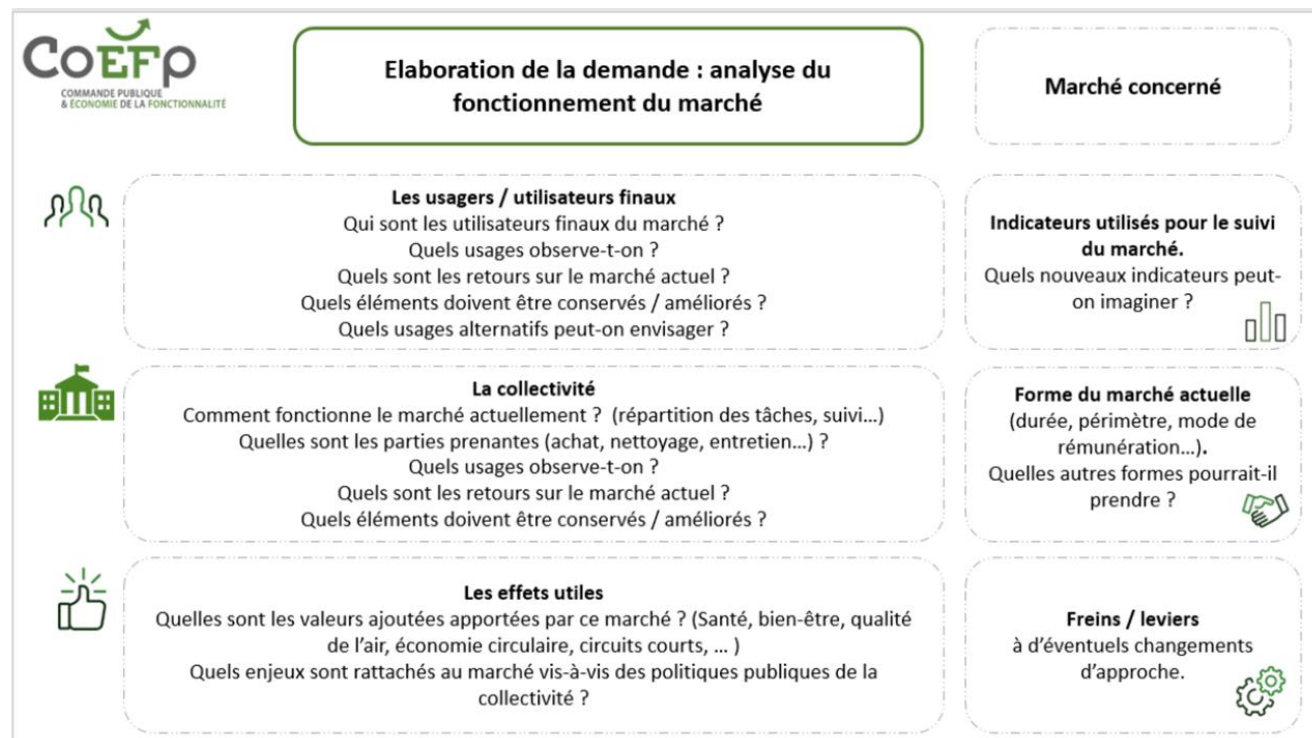
Les étapes

- 1ère étape :
 - Aller plus loin dans la définition de l'EFC
 - Ateliers avec les différentes équipes
 - ...
 - Définir les étapes
 - Définir le rôle de chacun : note d'organisation



Les étapes

- 2ème étape :
 - Atelier analyse fonctionnelle des besoins avec :
 - Services généraux
 - Préventeurs
 - Directions des moyens généraux
 - Chef de projet écoresponsabilité
 - Achats...





Les étapes

- **3ème étape : organiser la phase de sourcing**
 - **Objectifs :**
 - Connaître le marché économique
 - Identifier les acteurs et les innovations sur le marché
 - Déterminer les capacités des opérateurs économiques
 - Faire émerger des synergies entre les acteurs locaux
 - Les amener à étoffer leur offre pour répondre au besoin
 - **Les axes de questionnement**
 - Maîtrise des consommations
 - Accompagnement pendant le marché
 - La logistique
 - La gestion en fin de vie des produits
 - Le modèle économique (prestation globale ?)



Les étapes

- **4ème étape : arbitrages techniques**
 - Quelle place pour les tests utilisateurs
 - Intégration du plan de progrès
 - Formulation des objectifs environnementaux
 - Coordination avec les préventeurs des différents services
- **5ème étape : rédaction des pièces de marché et choix du mode de consultation**
- **6ème étape : publication**

La prise en compte de l'EFC dans le marché



- Ce qui n'a pas été possible

- La place pour une démarche d'amélioration continue
- Le plan de progrès

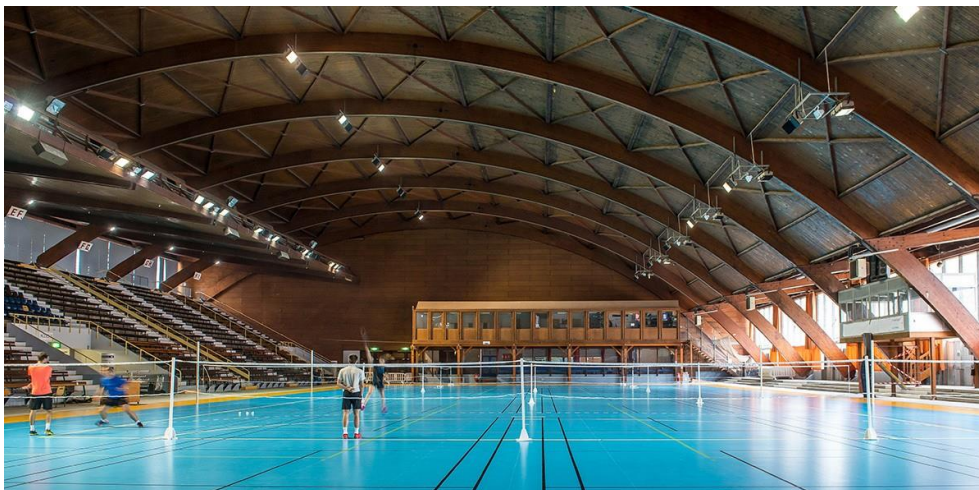


- Ce que la démarche a apporté

- Travail de recensement des marchés et alimentation du SPAR
- Sensibilisation des équipes à l'ECi, l'EFC
- Une méthodologie : benchmark, analyse des besoins, sourcing, plan de progrès
- Meilleure coopération entre services, compréhension du travail de chacun
- Des tests : plan de progrès, critères environnementaux

Vos lectures de chevet !

Un marché public d'éclairage centré sur la performance énergétique Les Halles Clémenceau



Intégrer l'économie de la fonctionnalité dans la commande publique

Recommandations, analyse,
guide méthodologique et fiches
trajectoires des collectivités

PARTIE 3



EFC & ACHATS PUBLICS

**ACTIONS EN NOUVELLE-
AQUITAINE**

Accompagner les acteurs économiques

Parcours d'accompagnement collectifs

Parcours d'accompagnement

- 1 promotion de 10 entreprises
- 15 temps d'accompagnement collectif sur 12 mois + entretiens individuels
 - o Session 1 : mai 2022 – juin 2023
 - o Session : novembre 2022 – septembre 2023

Parcours d'acculturation

- 2 promotions de 8 entreprises ou structures de l'ESS
- 1 promotion au Nord (Poitiers) et 1 promotion au Sud (Bordeaux)
- 4 jours en collectif sur 4 mois
 - o Session 1 : octobre 2022 – mars 2023
 - o Session 2 : Janvier – avril 2024

Communiquer et illustrer

Voies de Pionniers avec

Témoignage EN LIVE d'une entreprise engagée dans une démarche de transformation de son modèle économique

Tous les 1^{er} vendredi de chaque mois de 8h45 à 10h15

L'opportunité pour les participant.e.s de se sensibiliser à la démarche via des exemples concrets

Public : entreprises, écosystèmes, interne ADI, interne Région, interne ADEME

Prochain rendez-vous : **La Tête à Toto, le vendredi 6 octobre**

Replays disponibles [en vidéo](#)



Dates 2023			
6 janvier	Lib&Lou	2 juin	Revisit
3 février	Odyssée Environnement	1^{er} sept.	Reverredire
3 mars	Sofaxis	6 octobre	UNIVEIRA
7 avril	Kataba	3 novembre	Mediaclap
5 mai	AIMA Autonomie	1 ^{er} décembre	à venir

Prochaines étapes

- Journée de formation dans le cadre de l'accompagnement SPASER
- 2024 : binômes expérimentaux acheteur/offreur
 - **Appel à volontaires !** Une première expérimentation en région
 - Des temps d'échanges acheteurs – offreurs/opérateurs économiques pour :
 - Qualifier les besoins et spécificités des structures soumises aux marchés publics
 - Identifier des marchés pour lesquels une offre EFC permettrait de créer de la valeur sociale, environnementale et territoriale
 - Co-construire un scénario de réponse pertinent, basé sur le référentiel EFC
 - Format :
 - 2 à 3 réunions en présentiel - lieu à définir
 - Modération par ADI & 3AR

CONTACTS DES INTERVENANTS

- Marie-Lise Baraud - Région N-A - marie-lise.baraud@nouvelle-aquitaine.fr
- Antoine Bonsch – ADEME – antoine.bonsch@ademe.fr
- Anne Bentz – 3AR - animation@3ar-na.fr
- Sébastien GRALL - ADI N-A – s.grall@adi-na.fr - 06 26 06 42 60
- Nicolas Frango – CIRIDD - nicolas.frango@ciridd.org

Pour plus d'infos sur les actions EFC en région : <https://www.adi-na.fr/economie-de-la-fonctionnalite-et-de-la-cooperation-efc>

MERCI DE VOTRE ATTENTION !

Agence de Développement et d'Innovation de la Nouvelle-Aquitaine

BORDEAUX - BIDART - LA ROCHELLE - LIMOGES - PAU - POITIERS

Tél. + 33 (0)6 26 06 42 60

s.grall@adi-na.fr

www.adi-na.fr

