

Comment promouvoir et financer l'économie de la fonctionnalité dans le secteur de la grande consommation ?

Date : 14/11/2014

I. INTRODUCTION	4
1. L'économie linéaire, un modèle non durable	4
2. L'économie de la fonctionnalité et changements comportementaux.....	4
II. LES LEVIERS A LA TRANSITION VERS UN MODELE D'ECONOMIE DE LA FONCTIONNALITE ...	7
1. Les leviers réglementaires	7
• L'usage et la propriété intellectuelle des données privées	7
• La contractualisation des responsabilités entre propriétaire et usager du bien	8
2. Les leviers marketing	9
• Une nécessaire adaptation du marketing opérationnel	9
• Démocratiser l'usage via des services intermédiaires	9
• De nouveaux rôles pour la distribution	10
• Un nouveau rôle pour les éco-organismes.....	10
3. Les leviers financiers.....	11
• Les risques financiers associés à la transition.....	11
• Crédit bail et leasing opérationnel, le rôle des intermédiaires du financement	11
• Une fiscalité incitative pour faciliter la transition	12
• Le financement de l'innovation	12
• La valorisation de l'entreprise via le reporting extra-financier.....	12
• Le rôle du crowdfunding dans le financement de la transition	12
• Des entreprises territoriales dédiées à l'intermédiation de la fonctionnalité	13
Synthèse des sources de financement identifiées.....	14

10 PROPOSITIONS

POUR PROMOUVOIR ET FINANCER L'ÉCONOMIE DE LA FONCTIONNALITÉ DANS LE SECTEUR DE LA GRANDE CONSOMMATION

1. Favoriser l'émergence et la réplication d'entreprises locales dont la vocation est de gérer les équipements mutualisés et les services associés



2. Mettre en place des stations en après-vente rattachées à un ou plusieurs points de vente permettant de réaliser la maintenance, le rachat des produits d'occasion, le reconditionnement et d'organiser l'éventuelle logistique liée aux retours de produits aux industriels.



3. Développer le financement participatif et coopératif pour les structures proposant un modèle économique centré autour de la fonctionnalité



4. Marquer les projets liés à l'économie de la fonctionnalité comme éligibles à un crédit impôt de type recherche ou développement



5. Dans le cadre de livraison à soi-même, mettre en place un système d'amortissement accéléré afin de stimuler la transition des industriels vers un modèle économie de la fonctionnalité (allègement des bilans)



6. Développer des offres de services permettant de mutualiser des équipements et développer des services associés



7. Mettre en place des indicateurs extra-financiers liés à l'économie de la fonctionnalité à destination des parties prenantes de l'entreprise



8. Faciliter le financement en gestion locative des équipements pour les clients particuliers grâce à un modèle innovant de couverture des risques



9. Promouvoir une charte éthique de l'économie de la fonctionnalité garantissant une exploitation transparente des données et leur restitution au client



10. Promouvoir les intermédiaires de confiance pour la collecte de données dépersonnalisées à usage des industriels et de l'Etat



Levier réglementaire



Levier financier



Levier marketing

I. INTRODUCTION

1. L'économie linéaire, un modèle non durable

Dans un contexte de pression démographique et de coût des matières premières croissant, le modèle linéaire «extraire-produire-consommer-jeter» qui prévaut depuis la révolution industrielle, trouve aujourd'hui ses limites face à la raréfaction des ressources, de l'emploi et l'occidentalisation du mode de vie des pays émergents.

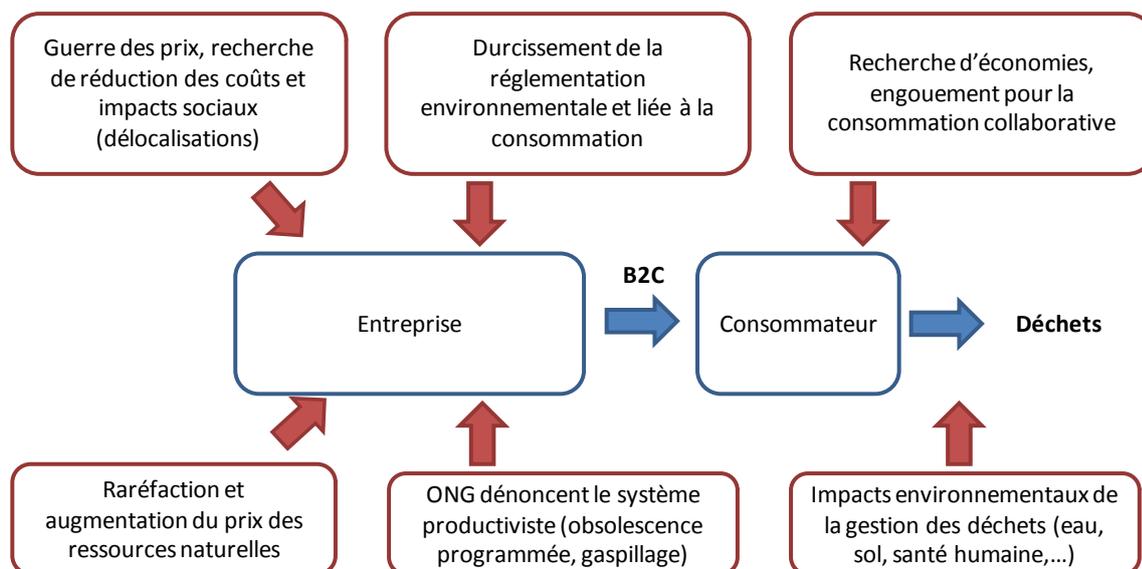


Figure 1 : Principaux facteurs de remise en cause du modèle de production linéaire

La prise de conscience collective et le renforcement de la réglementation environnementale ont permis d'engager des réductions relatives aux impacts environnementaux de l'économie linéaire, dans l'objectif de « faire moins mal ». Il ne peut s'agir cependant que d'une transition vers des modèles économiques totalement circulaires dont **l'objectif final est de découpler totalement croissance économique et épuisement des ressources naturelles, afin d'avoir un impact positif.**

2. L'économie de la fonctionnalité et changements comportementaux

L'économie de la fonctionnalité est un terme dont l'usage s'est largement répandu au sein de différents cercles professionnels et intellectuels. Dans son sens restrictif, **l'économie de la fonctionnalité consiste à substituer à la vente de bien la vente de la « fonction » de ce bien, service qui peut être basé sur une performance d'usage de ce produit.**

Plus largement, certaines entreprises de services considèrent qu'un recentrage de leur business-model sur la « fonction » du bien dont elles assurent le service peut aussi être inclus dans cette démarche globale qualifiée « d'économie de la fonctionnalité ».

L'économie de la fonctionnalité est l'un des moyens qui permettra d'atteindre l'idéal de circularité des ressources, maximisant la valeur du service associé au produit, la durée de vie de l'équipement et l'optimisation de la gestion de sa fin de vie.

Du point de vue du consommateur, ce concept se popularise sous le terme « consommation ou économie collaborative, comme en témoigne le développement de sites de partage et de location de biens traditionnellement réservés à la propriété privée (l'immobilier, l'automobile, l'électroménager, les vêtements de luxe...).

Trois raisons expliquent en grande partie ce phénomène :

1. **La contrainte économique** : l'augmentation du coût de possession des équipements, intégrant leur coût de fabrication, d'usage, et de recyclage, les taxes et les amendes. La stagnation des salaires pousse progressivement le consommateur à se détourner de l'achat pur et simple du bien, afin d'en payer uniquement l'usage.

2. **Le changement culturel** : les consommateurs se focalisent davantage sur l'utilité de certains produits que sur la possession matérielle de ce produit. En effet, à l'affirmation : « l'usage d'un produit est plus important que de le posséder », 35% des français sont « tout à fait d'accord » et 51% « plutôt d'accord »¹.
3. **La révolution numérique** : la démocratisation des plateformes numériques et collaboratives qui facilitent l'échange d'information et démocratisent les services notamment de partage et de suivi des usages à la maille d'un produit.

Valeur du bien	Catégorie de bien de consommation	Biens de consommation	Exemples d'unités fonctionnelles
	Logement	Appartement, maison	Une surface + une durée d'occupation
	Moyens de transport	Voiture, vélo	Un déplacement
	Gros électroménager	Four, lave-linge, lave-vaisselle, réfrigérateur	Tournees de cuisson, de lavage, conservatoire des aliments
	Informatique	Imprimante, Scanner, Ordinateur, tablettes	Une impression, un stockage d'information,....
	Petit électroménager	Aspirateur, fer à repasser, luminaires, micro-ondes	Des m2 de surfaces aspirés, des vêtements non froissés, une surface éclairée, des aliments réchauffés
	Loisir	Jeux pour enfants, instrument de musique	Une durée d'utilisation + une qualité du jeu
	Habillement	Vêtements, chaussures, accessoires	Une identité + une protection + un temps d'utilisation
	Meubles mobiles	Etagères, chaises, table	Des objets rangés
	Communication	Téléphone	Des heures de communication, une connexion
	Energie	Equipement électrique et gazier	Une température ambiante
	Culture	Disques, DVD, livre	Ecoute de la musique, visionnage du film, lecture du livre
	Alimentation	Produits alimentaires	Un goût + un profil nutritionnel
	Alimentation	Contenant alimentaire	Conservation des propriétés du produit alimentaire jusqu'à sa consommation

Figure 2 : Quelques exemples d'unités fonctionnelles relatives à des biens de consommation courants

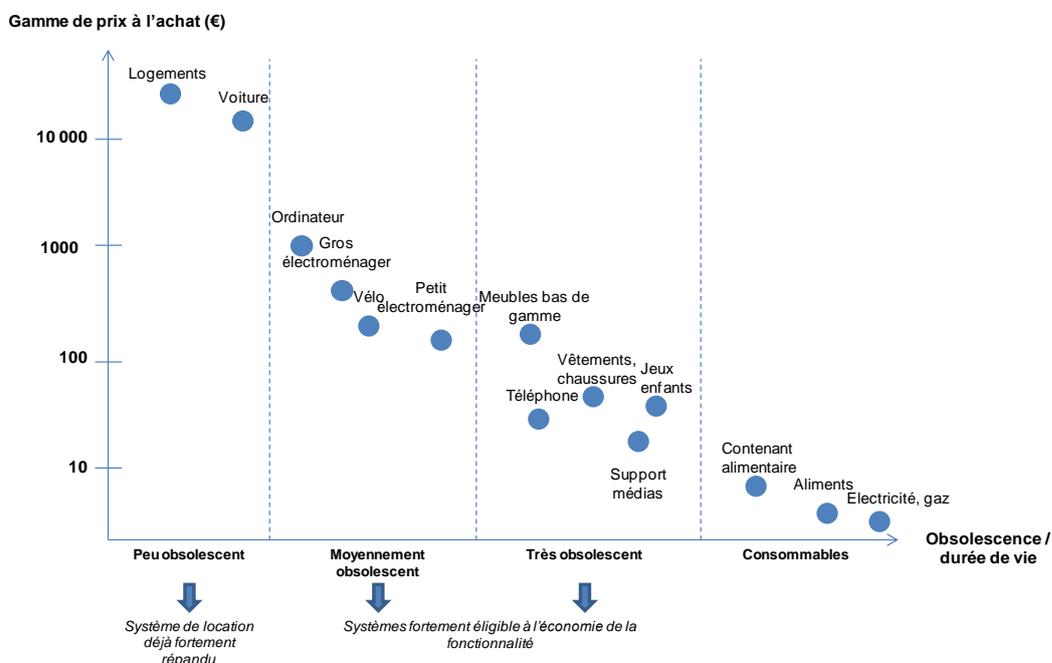


Figure 3 : Répartition des principaux biens de consommation en fonction de leur prix à l'achat et de leur durée de vie

Enfin, les Etats prennent des mesures afin de limiter les effets négatifs du « tous-propriétaires ». Ces mesures contribuent aussi à l'évolution des mentalités en ce qui concerne l'utilité des produits. On peut par exemple

¹ Sondage Ethicity / TNS Soffres pour le rapport « Révolution Durable (2014)

penser aux systèmes d'auto-partage ou de vélo-partage à Paris qui remettent en cause le « tout-automobile » des Trente-Glorieuses.

II. LES LEVIERS A LA TRANSITION VERS UN MODELE D'ECONOMIE DE LA FONCTIONNALITE

L'approche de l'économie de la fonctionnalité dans le secteur du B2B est en partie engagée (photocopieurs, machines industrielles, pneus, etc.). En revanche, sur les produits de grande consommation, les problématiques sont plus complexes : du point de vue de l'entreprise, repenser la conception et le mode de commercialisation des produits, passer de la vente d'un produit à la vente d'un service suppose une remise en cause du modèle économique de l'entreprise, sa production, son approvisionnement et son modèle de financement. **Afin de faciliter l'émergence de modèles centrés sur la fonctionnalité des produits, plusieurs barrières doivent être levées : au niveau réglementaire, marketing et financiers.**

1. Les leviers réglementaires

- **L'usage et la propriété intellectuelle des données privées**

Mettre à disposition la fonction d'un objet, suppose de pouvoir mesurer l'usage de cette fonction. Cette mesure peut être aisée lorsque l'unité fonctionnelle est facilement quantifiable (ex : une durée de temps, une surface) dont l'usage est préalablement convenu entre le particulier et le fournisseur. Elle peut être plus complexe lorsqu'il faut mesurer l'usage du produit (ex : température intérieure, nombre de cycle de lavage, nombre d'impressions, tournées de cuisson, calories consommées ou dépensées, etc.). La mise en place de capteurs et de connexions numériques entre les équipements suppose l'enregistrement massif des données d'utilisation du produit, ce qui soulève la question de la propriété intellectuelle des données enregistrées qui sont personnelles. A qui appartiennent ces données ? Comment sont-elles protégées ?

La diffusion des objets connectés augmente d'autant plus le risque d'atteinte à la vie privée que la sécurité des informations qu'ils collectent n'est pas sans faille. La division sécurité de la société HP a, par exemple, passé au crible une dizaine d'objets connectés, parmi les plus populaires : TV, webcam, thermostat intelligent, hub pour centraliser différents appareils, ou encore verrou connecté. Plus de 250 failles ont été recensées, montrant que les fabricants de ces appareils n'ont pas encore pris la mesure des enjeux de sécurité liés à ces objets connectés. Une sécurisation des données liées à ces objets connectés est une condition sine qua non à leur déploiement.²

Un des freins juridiques au déploiement de l'économie de la fonctionnalité dans le B2C serait à rattacher à celui plus global de **la propriété intellectuelle des informations à caractère personnel collectées**³. Ce frein sera bientôt levé puisqu'un règlement européen visant à modifier la directive 95/46/CE a été voté en mars 2014 et rendra obligatoire l'intégration d'un système de protection des données privées dès la conception du produit (**privacy by design/by default**). Pour anticiper et tirer partie de cette nouvelle réglementation, les industriels pourraient développer de nouveaux services liés à la restitution et l'analyse des données privées collectées, en rendant le consommateur « **acteur** » de sa consommation.

C'est le cas de l'entreprise Vélib, qui a choisi de restituer ses données au site internet Citégreen, qui agrège les déplacements de ses utilisateurs. Avec ses données, Citégreen rend l'utilisateur « acteur » de son utilisation des vélos en libre-service puisqu'il a accès au nombre de calories dépensées et à l'impact CO2 de ses déplacements, tout en générant des incitations sous forme de bons d'achat.

Proposition :

Promouvoir une charte éthique de l'économie de la fonctionnalité garantissant une exploitation transparente des données et leur restitution au client.

² <http://www.01net.com/editorial/624516/etude-80pour-cent-des-objets-connectes-mettent-en-danger-votre-vie-privee/>

³ cf. Directive européenne 95/46/CE sur la protection des données personnelles, loi « Informatique et Libertés » sur l'analyse et l'utilisation de données à caractère personnel.

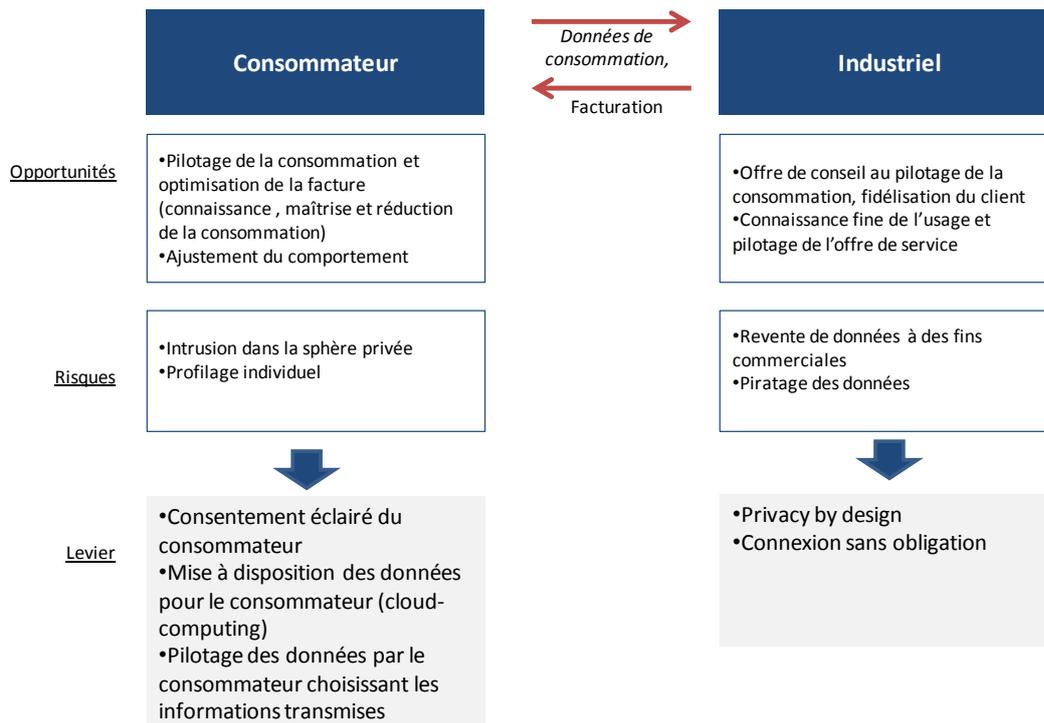


Figure 4 : Leviers pour lever les risques liés à l'usage des données

Une autre manière de lever le frein lié à la propriété intellectuelle des données pourrait être de « **dépersonnaliser** » les données via un intermédiaire entre le consommateur et le fournisseur de service. Les données agglomérées pourraient ainsi être utilisées à des fins statistiques / marketing ou de recherche sans pour autant enfreindre le caractère privé de leur collecte.

Proposition :

Promouvoir les intermédiaires de confiance pour la collecte de données dépersonnalisées à usage des industriels et de l'Etat.

• **La contractualisation des responsabilités entre propriétaire et usager du bien**

Le propriétaire légal du bien dont on « loue » l'usage étant différent de l'utilisateur, des questions de responsabilité vis-à-vis de l'utilisation du produit sont en jeu.

Dans un modèle classique de vente d'un bien, l'offreur s'engage dans un contrat de moyen à très court terme. Dans un modèle d'économie de fonctionnalité, il accepte les clauses d'un contrat de résultat à moyen ou long terme, qui sécurise ainsi la satisfaction des besoins de ses clients. Le contrat doit stipuler l'utilisation normale du produit en location afin de limiter les risques de dégradations. Les objets devenant intelligents, il devient néanmoins possible de repérer les usages non prévus au contrat. La non-possession d'objets non pourvus de systèmes validant les bonnes conditions d'usage peut en effet déresponsabiliser les clients et amenuiser les efforts des prestataires de services pour allonger la durée de vie de leurs biens mutualisés.

En témoignent les dégradations subies par Velib' lors du lancement du service en 2009, représentant un coût de 8,5 millions d'euros.

2. Les leviers marketing

Contrairement aux politiques d'achats des entreprises, les processus décisionnels à l'achat pour les consommateurs sont très complexes et souvent peu rationnels. Les arguments comptables, les calculs de rentabilité long terme ou en TCO (Total Cost of Ownership) ne peuvent pas être appliqués à des biens dont la valeur symbolique dépasse le simple calcul de rentabilité.

- **Une nécessaire adaptation du marketing opérationnel**

Le marketing et les moyens de communication ont permis l'avènement du culte du « tous propriétaires », néanmoins, face aux tendances de fond identifiées dans la première partie, le marketing, qu'il soit stratégique ou opérationnel, se doit de répondre aux nouvelles attentes des consommateurs.

Quels indicateurs rendre visibles ? La pertinence écologique ? Le gain financier sur le long terme ? Les services associés ? La contractualisation de la performance associée ? L'effet de mode ? Quel substitut d'une forme attrayante symbolisant le pouvoir rattaché à un bien ?

Un puissant levier marketing pourrait se construire autour du « **Posséder, c'est dépassé** » cher à la Fondation Internet Nouvelle Génération. Vendre l'usage plutôt que le produit rend accessible au consommateur une certaine gamme de produits rares ou de luxe et lui permet en quelque sorte de « **réaliser ses rêves** ». Le marketing opérationnel ne va plus chercher à vendre un produit, mais va plutôt promouvoir une certaine identité, une manière de vivre.

Le service lié l'usage peut être associé à une « **facilitation** » d'utilisation du bien par exemple. Il peut également **garantir d'être à la pointe de la technologie**, comme c'est souvent le cas, par exemple, dans les contrats de téléphonie mobile.

- **Démocratiser l'usage via des services intermédiaires**

Comment expliquer un recours aux services d'un pressing pour une part de notre linge et autant de réticence dans le partage d'un lave-linge ?

Dans cet exemple, le frein à la démocratisation de l'usage d'une machine à laver commune ne tient donc pas exclusivement dans le caractère « intime » de l'action réalisée (utiliser une machine à laver qui lave également le linge d'autres personnes) mais en l'absence d'un service d'intermédiation pour mutualiser les quantités de linge.

Autre exemple : si la location séparée des éléments d'une cuisine paraît difficile (multiplication des contrats pour chaque appareil), la location de l'ensemble de la cuisine équipée via une société qui proposerait un contrat unique, paraît plus envisageable.

Il existe donc une **véritable opportunité pour l'émergence d'entreprises d'intermédiation permettant de mutualiser des équipements, notamment pour l'électroménager**.

Le développement de services associés à la location est un levier qui peut permettre de raccourcir les cycles de vente longs et ainsi de réduire les risques de perte de clients.

Proposition:

Développer des offres de services permettant de mutualiser des équipements et développer des services associés

- **De nouveaux rôles pour la distribution**

Parallèlement à son offre de vente de produit, la grande distribution tend à développer toute **une gamme de services annexes** pour tirer des revenus complémentaires à son activité : le développement de garanties privées, la mise en location d'espaces pour accueillir d'autres boutiques, la mise en place de crédits à la consommation, etc.

Si la distribution n'a pas vocation à acquérir les multiples expertises ventes et après-vente relatives aux milliers de produits distribués, plusieurs tendances d'organisation se profilent et notamment la « showroomisation » (location des espaces de vente au sein des magasins, animés par la force commerciale du producteur).

Aussi, pourrait-on imaginer en après-vente, la mise en place de stations permettant d'offrir des services de maintenance, réparation, conditionnement pour un cycle de vente d'occasion, permettant de massifier les déchets issus de ces activités et de mutualiser la reverse logistique dans une logique de retour des matériaux à l'industriel (en passant par les éco-organismes).

Pour les industriels, ce réseau post-distribution peut constituer un levier important pour passer à un modèle d'économie de la fonctionnalité. C'est également l'opportunité de donner vie à leurs marques et de bénéficier de retours clients directs sur les produits.

Proposition:

Mettre en place des stations en après-vente rattachées à un ou plusieurs points de vente permettant de réaliser la maintenance, le rachat des produits d'occasion, le reconditionnement ou permettant de mutualiser la logistique inversée dans une logique de retour des matériaux à l'industriel.

- **Un nouveau rôle pour les éco-organismes**

Un acteur intermédiaire entre utilisateur et fabricant reste clé dans un dispositif de location / mise à disposition de la fonction d'un matériel (choix des bons équipements, financement, mutualisation d'équipements pour un usage).

Une structure de type éco-organisme pourrait jouer ce rôle dans la mesure où il s'agit d'une structure à but non lucratif, agréé par l'état (sûreté et garantie) qui fédère un groupe de fabricants en charge de sa gouvernance, et autour d'un intérêt commun : aujourd'hui la fin de vie mais pourquoi pas aussi demain cette volonté de basculer en mode location d'usage...

3. Les leviers financiers

Les changements qu'implique la transition vers l'économie de la fonctionnalité pour un industriel ou un distributeur dépendent de l'échelle du projet. Néanmoins, aucune généralité n'est possible, ce projet dépend de multiples facteurs : trésorerie disponible, santé du modèle ancien, création de filiale dédiée au projet, durée de la transition, coût de la transition, etc.

Les banques et les assureurs sont parfois réticents à financer et/ou à assurer des projets de changement de modèle économique : dans un secteur automobile en crise, **les industriels doivent souvent trouver des solutions à leurs problématiques sans les banques** (par exemple, les crédits à la consommation pour le secteur automobile sont déjà délivrés en majorité par les filiales des constructeurs automobiles eux-mêmes) **ou sans les assurances** (par exemple, le Groupe Bolloré assure lui-même les dommages matériels d'Autolib).

- **Les risques financiers associés à la transition**

Transiter vers un modèle d'économie de la fonctionnalité implique une très forte augmentation des besoins en fonds de roulement si l'entreprise intègre les fonctions logistiques des services associés au bien qu'elle produit. Cela peut se traduire par une trésorerie très sollicitée au cours des premières années.

De plus, dans le secteur des nouvelles technologies, une **gestion de l'obsolescence technologique des parcs d'équipements** s'impose, ce qui alourdit le risque financier sur des marchés innovants caractérisés par un renouvellement important des produits.

Par ailleurs, une transition vers l'économie de la fonctionnalité signifie de nouveaux **risques financiers, liés aux risques de contreparties** (par exemple : impayés de location, vandalisme...), qu'il convient de reporter sur le consommateur (contractualisation plus stricte, assurance...). Le numérique permet de mieux circonscrire le risque de vandalisme en permettant d'enregistrer qui a utilisé le produit et quand, de vérifier l'état du produit lors du changement d'utilisateur, d'alerter en cas d'utilisation anormale via des capteurs, etc.). Le succès d'Autolib repose en partie sur l'intelligence du système qui est derrière. Les utilisateurs se comportent bien car ils savent qu'il est possible de savoir qui a dégradé un véhicule.

Enfin, pour un industriel souhaitant changer de modèle économique, le problème tient non pas au financement de son outil de production (déjà existant) mais au **financement de ses ventes**.

- **Crédit bail et leasing opérationnel, le rôle des intermédiaires du financement**

Les crédit-bailleurs ont un rôle éminent à jouer dans le financement. Leur rôle est de financer des actifs pour les industriels en « location avec option d'achat ». Ils ont un rôle d'intermédiaire au financement d'actifs pour l'industriel, mais aussi pour le financement des produits finaux au consommateur.

Par exemple, Partenea est un outil online qui permet de simuler une demande de financement sur des actifs en « location avec option d'achat ». Ces contrats sont accordés aux entreprises locatrices des actifs, mais ils sont appuyés avec des banques partenaires, les crédits-bailleurs. Peut-on imaginer de tels outils online faisant le lien entre les bailleurs financiers des modèles économiques « économie de la fonctionnalité » et les PME souhaitant se lancer dans ce modèle économique ?

Le leasing opérationnel plus largement répandu dans le B2B induit une trésorerie très différente pour l'entreprise utilisatrice d'un bien, avec un étalement des charges sur toute la durée de vie réelle de l'équipement. Ce modèle de gestion locative (ou leasing opérationnel) pourrait s'envisager sur les équipements destinés à des clients particuliers. L'industriel pourrait ainsi sortir ses immobilisations de son bilan et dégager de la capacité d'investissement pour son outil de production investissements de son bilan. Néanmoins un nouveau d'évaluation et de maîtrise des risques est à construire pour convaincre les partenaires financiers.

Proposition:

Faciliter le financement en gestion locative des équipements pour les clients particuliers grâce à un modèle innovant de couverture des risques

- **Une fiscalité incitative pour faciliter la transition**

Pour un industriel, la transition vers l'économie de la fonctionnalité suppose qu'il devienne propriétaire des biens dont il vendra les services associés. Il pourra éventuellement créer une filiale comme c'est le cas pour les constructeurs automobile.

L'un des enjeux financiers les plus importants est la gestion logistique des stocks pour les entreprises qui vendent traditionnellement des biens. Cette gestion des biens traditionnellement vendus est à contre-courant de la gestion dite « en flux tendus », héritée du toyotisme, dont l'idée est d'augmenter la productivité en arrivant à une production « zéro-stock » et zéro coûts associés.

Si le producteur se convertit en loueur, tout en continuant son activité de production, il est nécessaire de considérer le passage du « stock flottant » à un « stock figé ».

- Les « produits finis » de l'industriel deviennent des « produits livrés à soi-même » : ce passage acte la propriété du bien produit, la charge passe à l'actif. L'activation des charges passe par le compte 722 (« livraison à soi-même – immobilisations corporelles).
- L'année suivante, le bien immobilisé donne lieu à des amortissements. Ces amortissements viennent réduire le bénéfice de chaque année.

Il serait possible de créer un système d'amortissement accéléré, induisant un avantage fiscal lors des premières années de transition vers une économie de la fonctionnalité. L'allocation de cet avantage fiscal pourrait être arbitré sur un certain nombre de critères ou bien être attribué sur une simple déclaration de l'entreprise.

Proposition :

Dans le cadre de livraison à soi-même, mettre en place un système d'amortissement accéléré afin de stimuler la transition des industriels à un modèle économie de la fonctionnalité (allègement des bilans)

- **Le financement de l'innovation**

Actuellement, le CIR (crédit d'impôt recherche) est ouvert à toute entreprise innovante. Il finance l'ensemble des dépenses de R&D et une partie des dépenses d'innovation réalisées par les PME et portant sur des activités de conception de prototype ou d'installations pilotes de nouveaux produits.

Le degré d'innovation est traditionnellement déterminé par le manuel de Frascati. Mais élargir le crédit d'impôt à des activités de recherche ayant vocation à substituer la vente d'un produit par la vente d'un service associé à une logique d'éco-conception pourrait être une aide substantielle à la transition vers une économie de la fonctionnalité.

Proposition :

Marquer les projets liés à l'économie de la fonctionnalité comme éligibles à un crédit impôt de type recherche ou développement.

- **La valorisation de l'entreprise via le reporting extra-financier**

Selon Gilbert Delahaye, directeur du développement durable du groupe Casino « les indicateurs extra-financiers ont un impact direct sur [ses] résultats ». La mise en place d'un étiquetage carbone sur les produits Casino a par exemple fait décoller leurs ventes. Labels et indicateurs chiffrés sont ainsi des arguments pour convaincre des investisseurs ou gagner des appels d'offre.

Aussi, créer des indicateurs spécifiquement liés à l'économie de la fonctionnalité dans les rapports extra-financiers pourrait permettre de mieux valoriser les entreprises qui se tournent vers ces modèles.

Proposition :

Mettre en place des indicateurs extra-financiers liés à l'économie de la fonctionnalité (% de CA correspondant à ces activités) à destination des parties prenantes de l'entreprise (actionnaires, clients, collaborateurs,...)

- **Le rôle du crowdfunding dans le financement de la transition**

Le financement participatif a pour vocation **d'orienter l'épargne des ménages vers l'économie réelle** et plus particulièrement dans les projets innovants, locaux ou correspondants à des choix militants.

Si son développement réglementaire se poursuit, il va devenir possible aux citoyens de s'impliquer dans des projets ou des entreprises proches de chez eux, ou proches d'eux pour des raisons affectives ou culturelles.

Les consommateurs pourront ainsi **transférer leur désir de propriété du bien vers celle de l'entreprise propriétaire du bien**. L'entreprise louant l'usage d'équipements pourrait ouvrir tout ou partie de son capital à ses clients, utilisateurs des biens et offrir des actions/parts en contrepartie de l'investissement du client vers ce nouveau modèle.

Une démarche gagnant/gagnant qui a pour double bénéfice de **vendre de nouveaux services d'usage et d'engager ses clients dans la durée**, ceux-ci devenant actionnaires de l'entreprise par distribution d'actions au prorata des dépenses de loyers d'usage contractés. Ainsi à niveau de prestations égal le consommateur, le futur actionnaire se dirigera naturellement vers l'entreprise apportant le plus de garantie et avec qui il partagera le plus de valeurs.

Le consommateur devient ainsi réellement un consomm'acteur responsable car intéressé par la gouvernance des entreprises dont il bénéficie des services.

- **Des entreprises territoriales dédiées à l'intermédiation de la fonctionnalité**

L'économie de la fonctionnalité répond à une attente nouvelle de nos concitoyens : avoir accès à l'usage de biens et de services, sans pour autant posséder les équipements nécessaires. Ceci implique un mécanisme de mutualisation : achat et gestion de parcs d'équipements, gestion des réservations, recouvrement des incidents et éventuellement formation des utilisateurs (utilisateur final ou prestataire pour autrui).

Ce savoir-faire est différent de ceux que développent habituellement les fabricants de biens matériels. Il est également différent de celui lié à la distribution de produits, bien qu'il s'en rapproche avec la gestion de lieux d'implantation à proximité des utilisateurs.

C'est ainsi que s'impose l'idée de créer des entreprises d'un genre nouveau : liée à un quartier ou une zone homogène de chalandise, dont la vocation est de gérer les équipements mutualisés dont les habitants ont besoin, de lever auprès des habitants les fonds permettant les investissements nécessaires et de remplir toutes les autres fonctions liées à la mise à disposition d'un parc d'équipement et des compétences correspondantes.

Proposition :

Favoriser l'émergence et la réplique d'entreprises locales dont la vocation est de gérer les équipements mutualisés et les services associés

La mise à disposition des compétences peut même s'envisager en monnaie complémentaire puisqu'il s'agit d'une activité localisée où la réputation favorise la qualité des relations et inversement.

Les utilisateurs des biens peuvent, selon leurs moyens et leur souhait s'impliquer en tant que prêteur ou en tant qu'actionnaire. Il y a un équilibre entre les sommes empruntées et celles provenant de l'ouverture du capital. Il est impossible d'être un acteur majeur. L'ouverture du capital et les emprunts s'effectuent au grès de la variation du stock de matériel.

Les actionnaires quittant le territoire doivent céder leurs parts et les actionnaires restant doivent les racheter sauf si de nouveaux entrants ne se manifestent pas.

Dans ce système, il faut pouvoir démontrer son implication dans l'économie locale pour être actionnaire ou prêteur, car la notion de proximité est essentielle dans la cohérence du modèle.

Une société privée traditionnelle fera sans doute bien le travail pour ce qui concerne le renouvellement du parc, mais la formule évoquée ici repose sur le lien social et devrait donc se révéler plus efficace, à condition d'être organisée dans un modèle holocratique.

Les collectivités locales ont la possibilité de susciter leur création et s'impliquer au départ en mettant à disposition quelques équipements ou en favorisant l'accès à l'usage à travers les achats publics.

Proposition :

Développer le financement participatif et coopératif pour les structures, proposant un modèle économique centré autour de la fonctionnalité

Synthèse des sources de financement identifiées

Type de financement	Exemple type transition vers l'économie de la fonctionnalité
Fonds public	L'industriel contracte une dette à taux avantageux auprès d'une institution publique. Par exemple : La région NPDC dispose d'un fonds « 3e révolution industrielle » de 1 milliards d'euros pour financement de projets inscrits dans cette démarche, et l'économie de la fonctionnalité en fait partie. Des projets d'économie de la fonctionnalité pour des entreprises dans le secteur des services et des biens de la consommation sont déjà à l'étude.
Crédit bancaire	L'industriel emprunte auprès d'une banque pour financer sa nouvelle activité, en s'appuyant éventuellement sur des aides publiques.
Crédit fournisseur	L'industriel contracte une dette auprès d'un fournisseur qui lui vend des actifs (usine, machines-outils, véhicules de transport etc.) sous forme de dette.
Crédit bail	L'industriel loue des actifs avec option d'achat.
Emission d'actions	L'industriel cède une partie de son capital en émettant des actions permettant de financer sa nouvelle activité.
Emission d'obligations	L'industriel contracte une dette en émettant des obligations permettant de financer sa nouvelle activité.
Crowdfunding avec dette	L'industriel finance un projet de petite taille (startup ou nouvelle filiale) en crowdfunding et contracte une dette (pas forcément financière) auprès de ses « crowdfunders ».
Crowdequity	L'industriel finance un projet de petite taille (startup ou nouvelle filiale) en crowdequity et fait entrer ses « crowdfunders » à son capital.
Joint-venture	L'industrie s'associe avec une autre entreprise pour créer une filiale commune dédiée à l'activité EF. Les besoins en financement sont ainsi partagés.
Externalisation du poste client	La société tierce assure une grande partie du recouvrement des factures et l'avance de l'argent. Ce type de financement serait très approprié pour une entreprise classique disposant déjà de l'outil de production industriel mais ayant besoin de financer ses ventes.

Coordinateurs :

- Marc-Antoine Franc, Greenflex
- Laurent Georgeault, Institut de l'Economie Circulaire
- Lauriane Lequet, Greenflex

Remerciements au groupe de travail:

- Anne de Béthencourt, Fondation Nicolas Hulot
- Romuald Ribault, Ecologic
- Geneviève Bouché, Futurologue
- Catherine Martial, HP
- Eric Froment, SEFIOR

Remerciements aux personnes interviewées:

- Pierre Bagnon, Bosch
- Bruno Lepitre, Sustineo 2D
- Simon Ledez, Réseau Alliance
- Oliver Touzé, Les Mousquetaires
- Hervé Gbebo, Compta durable