

# Des partenariats vertueux, créateurs de valeur

Conscients de basculer vers un modèle de plus en plus serviciel, les opérateurs du FM déploient aujourd'hui une offre répondant à la fois aux enjeux de performance des entreprises et au bien-être des occupants. Innover vers une proposition créatrice de valeur nécessite toutefois de redéfinir les mécanismes relationnels tels qu'appliqués par les organisations, en remettant pilotes et prestataires au cœur des réflexions, le plus en amont possible des projets visant l'utilisateur final.

CONTENU PROPOSÉ PAR ENGIE COFELY ET RÉDIGÉ PAR STÉPHANIE SANTERRE

Emblématique des grandes mutations de l'économie en cours de servicialisation, le FM fait aujourd'hui partie des premiers marchés concernés par des enjeux de performance et de productivité des entreprises. Basé hier sur un modèle essentiellement industriel, le secteur active de nouveaux critères de compétitivité pour créer de la valeur. À la variable « prix » s'ajoute désormais la démonstration d'un FM qualitatif, relatif à un ensemble de prestations

et services porteurs de valeur et d'amélioration du bien-être des occupants. Nouvelles organisations, nouveaux modes de management, transformation digitale... le secteur casse les codes des mécanismes de fonctionnement traditionnels, en envisageant autrement les relations entre les métiers impliqués, ainsi qu'entre clients et prestataires. Une vision partagée par Engie Cofely, spécialiste de la transition énergétique, pour qui le FM de demain devra non

seulement passer par l'excellence en matière de prestation, mais surtout par sa capacité d'innovation servicielle dans un contexte de marché, de positionnement et de culture d'entreprise chaque fois différents. « *Au-delà de notre expertise sur la performance énergétique, notre ambition est de mettre en place une véritable stratégie d'accompagnement de nos clients sur leurs enjeux business, tout en considérant plus en amont les préoccupations et besoins serviciels des salariés et occupants* », souligne Pierre Germain, Directeur commercial IDF chez Engie Cofely. « *Cette valeur ajoutée est aujourd'hui un élément clé de différenciation sur le marché du FM, dès lors qu'une relation client/prestataire vertueuse et durable s'opère pour toutes les parties prenantes* ».

## Co-construire pour mieux servir

Pour façonner une offre servicielle à la hauteur des attentes utilisateurs, la



« Il s'agit de mettre en œuvre, avec toutes les parties prenantes, une réflexion commune tant sur le partage des bonnes pratiques, les services aux bâtiments, les lieux de vie en entreprise que sur l'optimisation des coûts »

Pierre Germain,  
Directeur commercial IDF  
chez ENGIE Cofely



mise en place d'un processus d'écoute et d'échange avec tous les interlocuteurs d'un projet est essentielle, et ce, dès le premier stade de consultation, note Pierre Germain. « La première personne impactée par l'offre FM est l'utilisateur final. Or, les FMers restent encore insuffisamment impliqués dans les stratégies des donneurs d'ordres pour pouvoir accéder aux attentes formulées, à partir desquelles ils pourront concevoir une proposition adaptée et pertinente. Même si le dialogue s'établit dans le cadre de la démarche et des différentes phases de consultation, celui-ci est encore très contraint par l'expression du besoin définie dans le cahier des charges, un carcan standardisé qui réduit encore aujourd'hui considérablement la marge de manœuvre servicielle ». Pour la filiale d'Engie, la résolution de cette problématique réside dans la mise en place de partenariats actifs avec les clients, fondés sur une concertation et une co-construction de l'offre FM le plus en amont possible du projet. « Il s'agit de mettre en œuvre, avec toutes les parties prenantes, une réflexion commune tant sur le partage des



bonnes pratiques, les services aux bâtiments, les lieux de vie en entreprise que sur l'optimisation des coûts, affirme Pierre Germain. Ce n'est qu'au prix d'une meilleure collaboration que nous pourrons faire évoluer notre offre vers des services à forte valeur ajoutée ». Désireux d'aller plus loin dans cette démarche, le groupe explique avoir également mis en place en interne une direction entièrement dédiée à l'expérience client, afin de comprendre l'impact des prestations sur site. « Déclinés sur l'ensemble de nos contrats, ces indicateurs sont un élément de mesure essentiel de la satisfaction client, qui nous permettent de coller au plus près des attentes ».

### Anticiper sur les enjeux business

Pour ENGIE Cofely, l'expertise énergétique et servicielle réside également dans le fait d'accompagner les entreprises sur une vision globale des évolutions du marché. La manière d'opérer la prestation, au travers d'expériences menées en laboratoire sur les innovations techniques et servicielles (robotisation, mesure des flux dans la gestion d'espace, ...) font partie des priorités, tout comme les problématiques de responsabilité environnementale. Un aspect qui concerne tout autant la gestion des déchets que le bruit, le choix des produits, la qualité de l'air ou les espaces extérieurs, soit tout ce qui intègre un

écosystème, structuré autour de certifications spécifiques. Selon Pierre Germain, la performance digitale et l'harmonisation des flux de données entre clients, pilotes et prestataires terrain est également un terreau d'innovation servicielle, de manière à suivre, piloter, ajuster la performance des usages, des espaces, des énergies d'un ou plusieurs sites, in fine améliorer le confort des usagers et optimiser les coûts. « En tant que FMer et pilote de marché, notre mission consiste à faire converger tous les éléments liés à la gestion de prestation autour d'un seul et unique outil, afin d'encourager une organisation adaptée, une plus grande réactivité sur l'environnement des utilisateurs et une juste consommation, essentielles dans le management et la relation client ». Dans un contexte de gestion multisites, la mise en pratique de fonctionnements communs, en plus de la maîtrise des systèmes d'information, sera décisive dans la gestion des besoins rencontrés à tout moment sur le parcours des usagers. Car c'est bien sur cet enjeu que les FMers se positionnent et s'approprient à opérer ces prochaines années, conclut Pierre Germain. ✕

# 12 K

ENGIE Cofely  
emploie 12 000  
collaborateurs

# 2,8

milliards d'euro  
c'est le chiffre  
d'affaires réalisé par  
ENGIE Cofely sur  
l'année 2018



## QUI SOMMES-NOUS ?

ENGIE Cofely est un des leaders de la transition énergétique en France.

Société de services en efficacité énergétique et environnementale, ENGIE Cofely propose aux entreprises et aux collectivités des solutions pour mieux utiliser les énergies et réduire leur impact environnemental. Son expertise repose sur des savoir-faire inscrits dans la durée : l'amélioration de la performance énergétique des bâtiments, la production locale d'énergies renouvelables, la maintenance multitechnique et le Facility Management. ENGIE Cofely fait partie du Groupe ENGIE

qui est l'un des premiers énergéticiens au niveau mondial.



## SITE WEB



[WWW.ENGIE-COFELY.FR](http://WWW.ENGIE-COFELY.FR)

