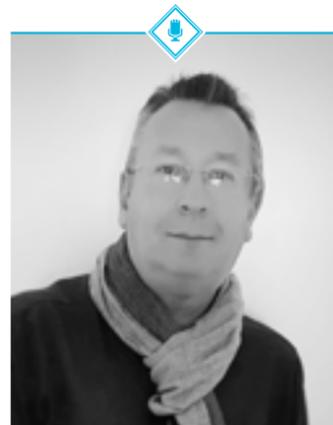


# Smart FM : un modèle contractuel innovant

Co-working, flex office, dématérialisation, hub, bien-être, hospitality management, workplace solutions... les nouveaux modes de travail et la révolution digitale poussent les acteurs du facility management à réinventer un modèle d'affaires qui réponde aux défis actuels des directions de l'immobilier et de l'environnement de travail.

CONTENU PROPOSÉ PAR AREMIS ET RÉDIGÉ PAR NELLY RIOUX

À l'heure du « smart building », bon nombre de gestionnaires ne disposent même pas d'une base de données centralisée ; et quand il y en a une, elle est souvent mal documentée. « D'où la nécessité de faire appel à des spécialistes pour réaliser un état des lieux de ce qui est disponible et de ce qui est attendu, et ensuite traiter les priorités. Il n'est pas nécessaire d'investir dans un système d'information trop complexe. Une approche simple et collaborative suffit, ne serait-ce que pour avoir des plans à jour ou de l'information relative à l'occupation des bureaux », commente Pierre Lusteau, directeur d'Aremis, spécialiste européen du conseil, des services et des technologies de gestion de l'immobilier et de l'environnement de travail. Car aujourd'hui ce qui importe aux acteurs de l'immobilier, c'est d'optimiser la gestion de leurs bâtiments et d'améliorer la rentabilité des postes de travail tout en offrant aux occupants des services améliorés voire renouvelés. Un binôme indissociable pour gagner en rentabilité et fidéliser les talents. « Le facility management est un point clef des changements



« Nous devons imaginer un Smart FM valorisant la qualité de services et reposant sur des nouvelles relations »  
Pascal Vottier

stratégiques qui s'opèrent dans les entreprises » souligne Pascal Vottier, senior consultant facility management chez Aremis. « Les outils informatiques qui permettent de manager ce métier sont encore trop souvent délégués aux prestataires de services. Or, un bon système d'information intégré génère de la valeur tant pour l'entreprise que pour le gestionnaire.



« Le Smart FM concilie la vision long terme avec l'agilité de l'innovation servicielle et technologique »  
Pierre Lusteau

À charge pour les prestataires, comme Aremis, d'analyser les données recueillies car peu d'entreprises parviennent à décrypter les indices qu'il convient de suivre avec attention pour optimiser les mètres carrés et la qualité des services rendus. « Sans mesure de la performance, un système d'information ne joue pas pleinement son rôle » ajoute Pascal Vottier.

## Vers une transformation des services

Face aux nouveaux concepts d'espaces de travail, la nouvelle vocation du facility management doit être réorientée vers le collaborateur, lequel devient le véritable client final. Les nouveaux lieux de vie encouragent des innovations multiples en termes d'aménagement, de mobiliers, mais également au niveau des offres de services apportées (« Mixer, Hub, Wellness Center, Convenience Store, Bibliothèque communautaire »...). « Du côté des concepteurs de « smart offices », il est certain que le mouvement est effectivement bien amorcé, mais qu'en est-il pour les services de type facility management ? » s'interroge Pascal Vottier. « A-t-on véritablement repensé une nouvelle génération de prestations en essayant de supprimer les points de micro-stress de ces nouveaux espaces, en organisant un smart FM (voir encadré) véritablement créateur de valeurs pour le quotidien des occupants et en associant les nouveaux enjeux de l'IoT ? ». Selon le consultant, « en l'état actuel des choses, il y a

## VISION DU SMART FM PAR AREMIS

Fort des différents constats posés par ses nombreuses expériences de mise en place de nouveaux modèles FM, Aremis souhaite développer une nouvelle vision d'un Smart FM en permettant aux deux acteurs (client / prestataire) :

- de favoriser l'innovation et la capacité de création de valeur de la part des professionnels métiers
- de se concentrer sur la satisfaction des collaborateurs et d'être en capacité d'évaluer des résultats clairement définis et mesurables
- de concevoir un modèle économique attractif pour les deux parties
- d'organiser une gouvernance tournée vers l'analyse de la valeur
- d'établir une relation de partenariat basée sur la confiance, la transparence et la transformation continue des services.

L'entreprise définit son changement de paradigme selon les axes suivants :

DÉMARCHE DE CONCEPTION	
<b>MODELE FM CLASSIQUE</b> • Prescription du Faire • Modèle transactionnel basé sur l'optimisation des coûts • Contrat construit par le Client	<b>SMART FM AREMIS</b> • Montage de programmes fonctionnels • Modèle transactionnel basé sur la création de valeur • Co-construction des clauses
OBJECTIFS DE TRANSFORMATION	
Achat de prestations « industrielles »	→ Achats de services basés sur un savoir-faire spécifique du Prestataire
Pilotage par des KPI centraux	→ Valorisation de l'activité auprès des utilisateurs finaux
Plans de progrès financiers	→ Recherche d'innovation
Relations contractuelles très court terme	→ Partenariat long terme avec incitation à la performance pour les deux parties

une impérieuse nécessité de revoir les modèles de prescription de ces nouveaux services et de transformer la conceptualisation des relations contractuelles ».

## La digitalisation comme vecteur de la transformation

Si, hier, les technologies numériques étaient cantonnées à la

notion de « système d'information », servant la structuration des référentiels et supportant les processus d'exécution des services FM, aujourd'hui elles sont partout et autant que possible orientées utilisateur final. Elles représentent une opportunité formidable dans le cadre d'une refonte des services et permettent un meilleur dialogue

avec les utilisateurs. De plus, les directions de l'immobilier et de l'environnement de travail y voient un réel intérêt : « l'implémentation progressive des nouveaux modes de travail (NWOW, Activity based Workplace...) vient renforcer l'engagement autour de l'Internet des objets au service du suivi des espaces et de l'occupation. Des gisements d'optimisation des mètres carrés peuvent désormais être réellement monitorés. Ces technologies évoluent constamment sur un mode très disruptif et au sein d'un écosystème de sociétés type start-up » souligne Pierre Lusteau. Le challenge est donc double pour les entreprises : ne pas se lancer dans la mise en œuvre tous azimuts de technologies dont la pérennité n'est pas encore démontrée et devoir désormais gérer une quantité d'informations gigantesque. Pour ce dernier point, un retour aux fondamentaux est nécessaire : « de nombreuses informations, préexistantes dans l'entreprise, permettent de construire une vision robuste de l'exploitation. Il ne faut donc pas se lancer sans réflexion préalable dans des investissements potentiellement importants » précise Pierre Lusteau. « Chez Aremis, nous avons développé une méthodologie opérationnelle en plusieurs étapes clefs, combinant la construction d'un socle référentiel pérenne et la capacité à accueillir de manière ouverte des informations vivantes issues de sources actives, existantes ou à venir ». Le smart FM se construit sur cet équilibre entre la vision long terme structurante et l'agilité intrinsèque à l'innovation servicielle et technologique. ✕

## AREMIS, EN BREF...

AREMIS

Aremis expert européen du conseil, des services et des technologies de gestion de l'immobilier et de l'environnement de travail, accompagne ses clients dans l'optimisation constante de l'immobilier d'entreprise, des espaces de travail et des services aux bâtiments et aux occupants. Établi dans 4 pays, son réseau de partenaires lui permet d'offrir une couverture mondiale à ses clients. Très attentif aux spécificités de chaque marché, le groupe compte une centaine de consultants informatiques et d'experts métiers dans ces différents domaines très complémentaires (praticiens de l'immobilier et de l'environnement de travail, facility managers...)

