

# LE FACILITIES MANAGEMENT (FM)

Septembre 2019

## CONTEXTE

Le FM s'est construit en France avec comme principaux objectifs, une logique de concentration des clients sur leur cœur de métier et la réduction des coûts associés.

Les donneurs d'ordre tendent à réduire au maximum leurs dépenses de fonctionnement ou d'investissement pour gagner des points sur leur marge sans pour autant perdre de vue la satisfaction des occupants.

Le FM est stratégique dans le sens qu'il permet à l'entreprise utilisatrice d'exécuter sa mission et de créer la valeur attendue.

Le FM est force de proposition, pour tendre vers la qualité réelle : il anticipe les besoins, adapte la prescription et corrige la réalisation de façon continue.

En proposant des solutions parfaitement flexibles, agiles, évolutives et faciles d'utilisation, le FM apporte une culture servicielle créatrice de valeur ajoutée.

## LA DEFINITION DU FACILITIES MANAGEMENT

◆ Le Facilities Management est un processus intégré venant en support d'une organisation pour améliorer son efficacité par le management et la prestation de services support convenus, ces services visant à créer l'environnement approprié nécessaire à l'obtention d'objectifs en constante évolution.

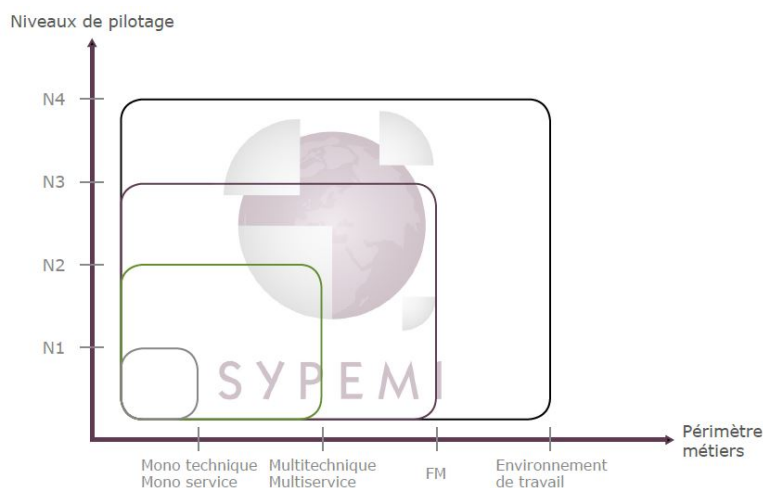
◆ Les compétences de base d'un FMer sont : la communication, la préparation aux situations dur gence et la continuité des opérations, la responsabilité sociale et environnementale, le contrôle de gestion et le reporting, le management et le développement humain, le leadership et la stratégie, les opérations et la maintenance, la gestion de projet, le contrôle qualité, la gestion immobilière, l'innovation et les nouvelles technologies.

---

*Le FM pilote les activités de multiservice, de multitechnique et de gestion des utilités.*

---

## LA CHAINE DE VALEUR DE L'EXTERNALISATION



## LES DIFFERENTS BUSINESS MODELES DE FM

- **L'externalisation par activité** : il ne s'agit pas à strictement parler d'un modèle de FM puisqu'il s'agit de confier à un prestataire dont c'est le cœur de métier, une activité spécifique.
- **Le FM multiservice** : il désigne un modèle dans lequel un même opérateur est responsable d'un ensemble de prestations de services destinés aux occupants : l'accueil des visiteurs, le standard téléphonique, la propreté, la restauration, la sécurité, le courrier, la reprographie...
- **Le FM multitechnique** : il désigne un modèle dans lequel un même opérateur est responsable des prestations d'exploitation des bâtiments : maintenance technique, travaux, gestion des énergies et contrôles réglementaires.
- **Le Total FM ou FM intégré** : il désigne un modèle dans lequel un même opérateur couvre les prestations de multitechnique et de multiservice. Dans certains contrats de Total FM, le pilotage opérationnel peut être également externalisé.
- **Le Global FM** : il désigne un modèle de Total FM couvrant un ensemble de sites répartis sur plusieurs pays. Le contrat est généralement négocié par un ensemble géographique, un type particulier de sites ou la totalité des implantations de l'entreprise cliente.
- **Le partenariat Public Privé (PPP)** : il désigne une forme particulière de contrat de FM qui associe un client du secteur public et un prestataire du secteur privé. Le partenaire construit, exploite et assure l'ensemble des prestations de service dans le cadre d'un contrat qui peut dans le cadre de grosses opérations s'échelonner sur plusieurs dizaines d'années. Le transfert de personnel ne s'applique pas dans le cadre des PPP car les agents de la fonction publique ne sont pas soumis à l'article L1224-1 du Code du Travail.



## LE FACILITIES MANAGEMENT A LA CROISEE DES CHEMINS

- ◆ L'ambition du FM et l'attente des donneurs d'ordre relèvent d'une production de valeur de nature servicielle, relationnelle, informationnelle. La production de valeur du FM est une production de valeur du travail.
- ◆ Les donneurs d'ordre doivent apprendre à "acheter" et à valoriser un travail de qualité, et non des coûts de main d'œuvre.
- ◆ Fortement créateur d'emplois non délocalisables, ce secteur doit être capable de lutter contre le dumping social, la spirale dégressive des marges faibles, des investissements réduits au risque d'une qualité ajustée aux moyens et non l'inverse.

## LES BONNES PRATIQUES CONTRACTUELLES DES CONTRATS FM

- ◆ La clé de réussite d'un bon contrat de FM passe par l'établissement d'un contrat pluriannuel clair, précis et équilibré.
- ◆ Le contrat devra être suffisamment souple pour lui permettre de s'adapter aux évolutions de périmètre, d'environnement technologique.
- ◆ Il doit être un véritable outil de gestion opérationnel, être co-construit, être adapté à la situation particulière du site, et enrichi des points de vue et savoir-faire de chacun.



Retrouvez l'ensemble des publications du SYPEMI sur le site [sypemi.com](http://sypemi.com)