

autofocus

LES ÉTUDES DE L'OBSERVATOIRE DE L'ANFA

PORTRAIT SECTORIEL N°62 - FÉVRIER 2016

LA LOCATION AUTOMOBILE

3 728
ENTREPRISES
(INSEE, Sirene 2013)

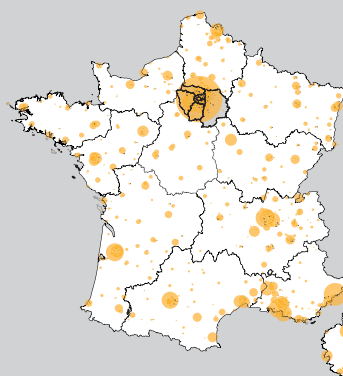
15 870
SALARIÉS
(Acooss, 2014)

Parmi les loueurs automobiles, il faut distinguer les loueurs de longue durée et les loueurs de courte durée.

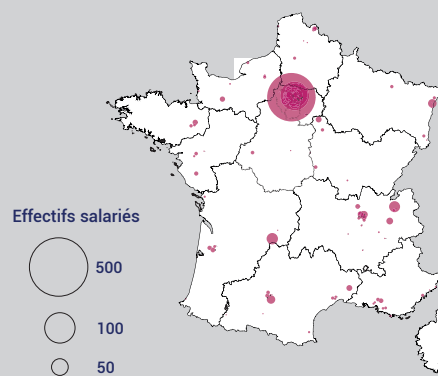
Si ces professionnels ont pour objectif commun de mettre à disposition d'un client un véhicule automobile, ces secteurs se différencient largement que ce soit par leur organisation, leurs activités, leur type de clientèle mais aussi par les profils des salariés et les compétences attendues.

EMPLOI SALARIÉ DANS LE SECTEUR DE LA LOCATION EN 2014

LOCATION COURTE DURÉE



LOCATION LONGUE DURÉE



Source : ACOSS 2014

| | LOCATION COURTE DURÉE (LCD) | LOCATION LONGUE DURÉE (LLD) |
|-----------------------------|--|--|
| Emploi | La LCD compte : 3 275 entreprises qui emploient 11 960 salariés , dont 56 % travaillent dans une entreprise de plus de 100 salariés | La LLD compte : 453 entreprises qui emploient 3 910 salariés , dont 73 % travaillent dans une entreprise de plus de 100 salariés |
| Chiffre d'affaires | 3,3 milliards d'euros (INSEE, Esane 2013, CA HT) | 5,8 milliards d'euros (INSEE, Esane 2013, CA HT) |
| Acteurs | Le secteur se décompose entre quelques très grandes entreprises qui possèdent leurs agences en propre et des petites entreprises qui sont des agences franchisées. Les agences de location peuvent donc être : <ul style="list-style-type: none"> • des succursales de grandes chaînes internationales (Avis, Europcar, hertz) ou nationales (Ada, Ucar, etc.). • ou des franchises de ces chaînes (TPE indépendante). La location de courte durée est proposée aussi dans les concessions automobiles (ex : Corner Renaultrent, Fordrent, etc.) | Le secteur est composé avant tout de très grandes entreprises qui peuvent être : <ul style="list-style-type: none"> • des filiales de banque : Arval, filiale de BNP et ALD, filiale de Société Générale ; • ou des captives de constructeurs : Diac location (Renault), Peugeot Lease, Citroën Business, Alphabet (BMW), Volkswagen Group Fleet Solutions, etc. Il existe aussi des indépendants comme le réseau Parcours. |
| Clientèle principale | B to C Principalement une clientèle de particuliers, même si des services sont proposés aux entreprises. | B to B Principalement une clientèle d'entreprises, même si de plus en plus de particuliers achètent leur véhicule en location avec option d'achat (LOA). |
| Durée de la location | < 30 jours Durée moyenne : 3 jours (source : CNPA, en 2013) | > 12 mois Durée moyenne : 39,7 mois (Source : SNLVLD, en 2014) |
| Choix du véhicule | Le locataire choisit entre les différentes catégories d'une flotte proposée par le loueur. | Le véhicule est acheté pour le locataire qui choisit la marque, le modèle, les options, etc. |
| Services offerts | Les contrats sont toujours "plein service" incluant : l'entretien, l'assurance, le véhicule de remplacement. | Les contrats prévoient des services optionnels tels que : entretien, assurance, véhicule de remplacement, fournitures de pneumatiques, carte carburant ... |
| Objet de la location | La LCD fournit un véhicule : <ul style="list-style-type: none"> • de complément (après un voyage initial en train ou en avion ou pour un usage ponctuel) • ou de remplacement (assistance). | La LLD garantit au locataire, pour un prix convenu : <ul style="list-style-type: none"> • l'usage d'un véhicule (ou d'un parc de véhicules) • pendant une durée et/ou un kilométrage limités. |

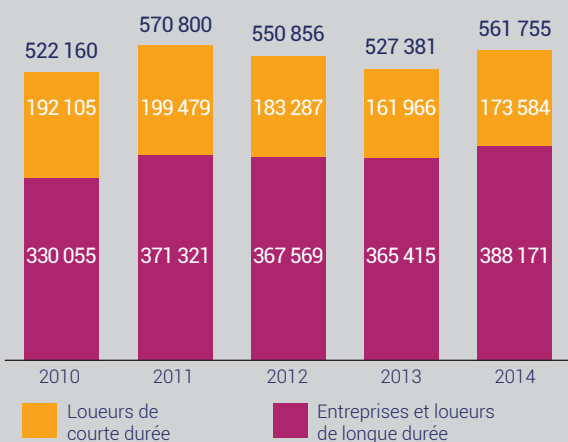


Il s'agit d'un marché conséquent et de première importance pour les constructeurs automobiles : avec 560 000 véhicules achetés en 2014, les loueurs représentent le tiers des achats de véhicules neufs en France.

Compte tenu de la baisse des ventes de véhicules neufs auprès des particuliers, la part des ventes à flottes ne cesse de progresser.

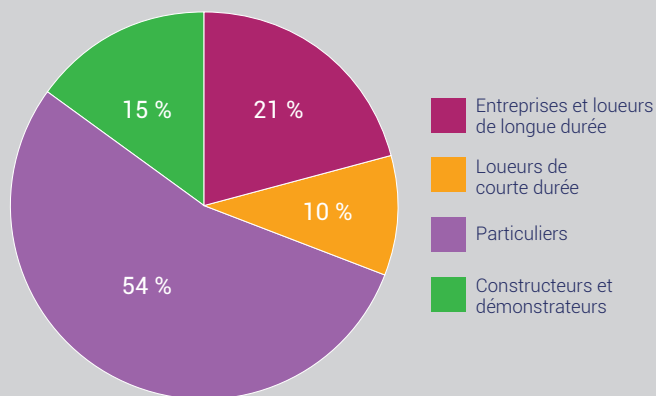
Malgré un ralentissement des achats de véhicules par les loueurs en 2012 et 2013, l'activité repart à la hausse en 2014.

ÉVOLUTION DES ACHATS DE VÉHICULES NEUFS PAR LES LOUEURS AUTOMOBILES



Source : SNLVLD

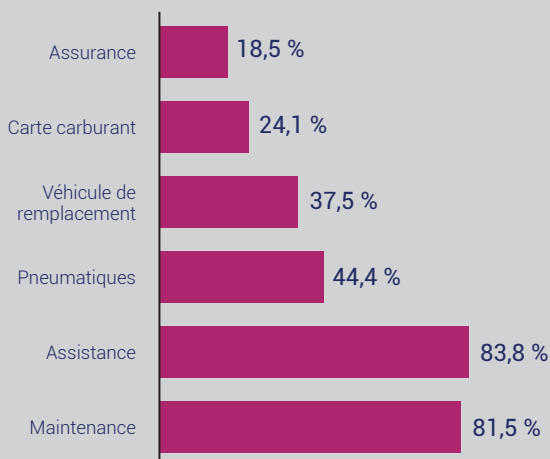
LE MARCHÉ AUTOMOBILE PAR CANAL DE VENTE EN 2014



Source : SNLVLD

LOCATION LONGUE DURÉE : PROGRESSION DE L'EXTERNALISATION DE LA GESTION DES FLOTTES

SERVICES ASSOCIÉS À LA LOCATION LONGUE DURÉE



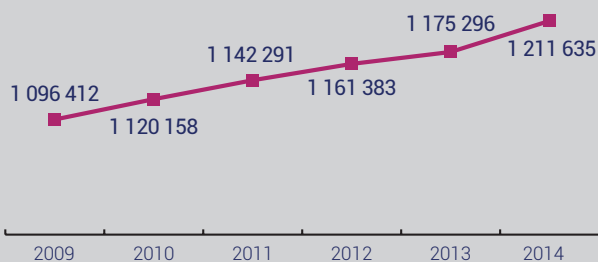
Source : SNLVLD, Faits et Chiffres 2014



La progression de la location longue durée répond à un besoin des entreprises d'externaliser et de rationaliser ce poste budgétaire. Face à cette demande et à l'accroissement de la concurrence que se livrent banques et constructeurs, les loueurs longue durée développent leur stratégie commerciale :

- En développant les **services associés** à la location longue durée : 81,5 % des contrats de location sont prestés avec un contrat de maintenance, 44,4 % avec un contrat de fourniture de pneumatiques, 24,1% avec une carte carburant ;
- En proposant le **"Fleet management"** qui consiste pour une entreprise à déléguer la gestion de sa flotte automobile à un tiers. Avec 293 000 véhicules en "Fleet management" en 2014, soit 20% du parc de location longue durée en France, ce service est en forte progression (+33% depuis 2010 selon le SNLVLD).

PARC DE VÉHICULES EN LOCATION LONGUE DURÉE



Source : SNLVLD, Faits et chiffres 2014 (hors fleet management)

- En proposant d'**accompagner leur client** sur la réduction de leur TCO (coût total de possession) : en amont par une analyse financière du coût du parc en fonction de l'usage des véhicules et en aval par des formations ou sensibilisations à l'éco-conduite pour réduire la consommation de carburant et à la conduite à risque pour agir sur la sinistralité ;
- En déployant une **offre "packagée"** à l'attention de nouvelles cibles telles que TPE, PME.
- En proposant de **nouvelles offres** telles que : la location moyenne durée, les offres d'auto-partage en B to B.

Le parc de véhicules en location longue durée a augmenté de **+ 11 % depuis 5 ans.**

LOCATION COURTE DURÉE : FACE AUX NOUVEAUX ACTEURS DE LA MOBILITÉ

La location courte durée, qui vise principalement une clientèle de particuliers s'est confrontée, sur la période récente, à l'arrivée de nouveaux acteurs organisant la location de véhicules entre particuliers. Le développement des sites de covoiturage et d'autopartage (ex : drivy.fr, blablacar.fr) transforme le rapport à la mobilité. A la fois facilitateurs de mobilité et facteur de réduction du coût, ces sites contribuent à banaliser le recours à une voiture partagée ou louée. En cela, ils favorisent l'usage de la location automobile.

Face à cette concurrence, les loueurs de courte durée s'adaptent en déployant de nouveaux services :

- **L'autopartage** : les loueurs traditionnels intègrent désormais l'autopartage dans leur offre de services, soit par des rachats de sociétés spécialisées (rachat de Zipcar par Avis et Ubeeqo par Europcar) ou par le développement d'une nouvelle offre (Hertz 24/7)

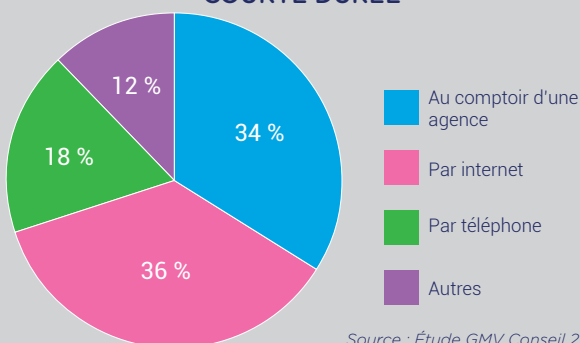
- **La location "low cost"** : face à la concurrence des sites d'autopartage, les loueurs s'adaptent en proposant une gamme de service "low cost" : Avis, après avoir racheté Budget spécialisée cette filiale sur une offre à coût réduit, comme le fait Europcar avec InterRent et Hertz avec FireFly.

En conséquence, la durée moyenne de la location a diminué de 5,1 jours en 2011 à 3 jours en 2014 et le prix moyen de location par jour est passé de 38,86 € en 2013 à 36,35 € en 2015 (source : CNPA).

Face à l'arrivée de ces nouveaux acteurs, les loueurs de courte durée ont maintenu leur positionnement sur le marché de la location en adaptant leur modèle économique. Ceci leur a permis d'enregistrer une progression du nombre de locations : entre 2012 et 2014, le volume des locations a augmenté de 10 % pour passer la barre de 20 millions de locations.

Sur la même période, le nombre de locataires est passé de 6,2 à 7,5 millions, d'après l'étude GMV Conseil pour le CNPA.

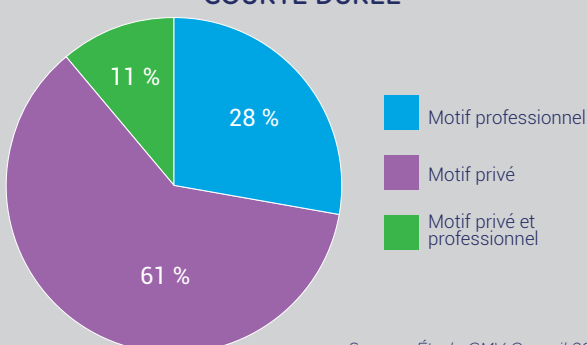
MODE DE RÉSERVATION POUR UNE LOCATION COURTE DURÉE



Source : Étude GMV Conseil 2014

Si la part des réservations par internet augmente pour atteindre 36% en 2014, la réservation directe au comptoir demeure encore élevée : 34%.

MOTIF DE RÉSERVATION POUR UNE LOCATION COURTE DURÉE



Source : Étude GMV Conseil 2014

La difficulté pour les personnels des agences réside dans la diversité des modes de réservation (en présentiel, par téléphone, par mail ou via le site internet). Celle-ci implique de pouvoir mettre en œuvre un bon relationnel client et de maîtriser les outils informatiques. La clientèle de la location automobile de courte durée est avant tout une clientèle de particuliers (61%) qui louent pour un motif privé, soit pour compléter un trajet en avion ou en train, soit pour un motif ponctuel.

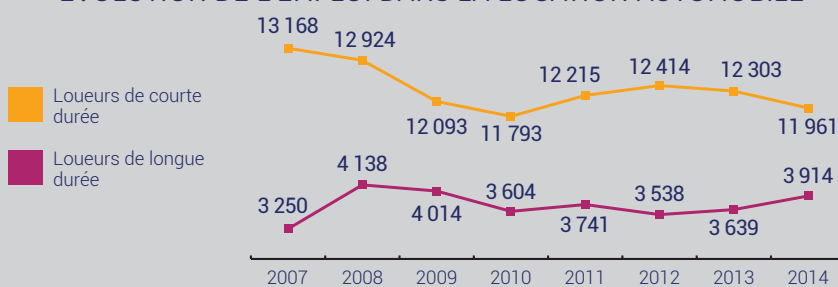
Cette clientèle tend à se développer en raison de la progression des courts séjours touristiques sur le territoire français et de l'évolution du rapport à la voiture favorisant l'usage (location, auto-partage) à la propriété.

28 % des locations sont réalisées pour motif professionnels par une clientèle d'affaires. Pour ces prestations, les tarifs sont généralement négociés au niveau national ou régional et font l'objet de procédures spécifiques que les personnels des agences doivent pouvoir appliquer. Avec les restrictions budgétaires des entreprises et le développement des visioconférences, ces prestations tendent à diminuer.

La location courte durée compte trois fois plus de salariés que la location longue durée mais elle a perdu 9 % de ses effectifs depuis 7 ans, alors que le secteur de la location longue durée en gagnait 20 % sur la même période.

Le secteur de la location courte durée perd des emplois depuis le début des années 2000 : le développement des réservations via internet a contribué à réduire les besoins de personnels dans les agences.

ÉVOLUTION DE L'EMPLOI DANS LA LOCATION AUTOMOBILE



Source : Acoiss

LOUEURS DE COURTE DURÉE

Dans les entreprises de location automobile de courte durée, la majorité des emplois est constituée par les agents d'opération de location (appelés plus souvent chargé de clientèle ou agent de comptoir). Ces personnels travaillent en agence, dans les villes, les gares ou les aéroports. Ils ont principalement une clientèle de particuliers ou une clientèle d'affaires. Ils accueillent la clientèle physiquement ou par téléphone, proposent les services de l'enseigne, rédigent le contrat de location et procèdent à la facturation et l'encaissement. Ils réalisent également la gestion des ventes en lignes.

Les chefs d'agence encadrent et managent l'équipe, gèrent le planning des réservations et la flotte de véhicules et mettent en place ou appliquent la politique commerciale de l'enseigne.

En fonction de la taille de l'agence, les activités vont se spécialiser : dans une petite agence, la même personne peut faire l'ensemble des fonctions d'accueil clientèle et de préparation de véhicules (vérification de l'état du véhicule, nettoyage, niveau, relevé du kilométrage), dans une agence moyenne ces deux fonctions sont séparées. Et dans une plus grande agence, l'équipe des préparateurs est encadrée par un coordinateur de préparation. L'activité de préparation des véhicules est parfois externalisée auprès d'un sous-traitant.

Dans les grandes entreprises, les activités se spécialisent et se diversifient : les activités s'organisent avec des personnes responsables de la prospection clientèle, de la gestion de la flotte de véhicules, des contrats avec les assureurs et assistants, des relations avec les forces de l'ordre (PV, fourrière, etc.), de la revente des véhicules d'occasion, etc.

LOUEURS DE LONGUE DURÉE

Dans les entreprises de location longue durée, la majorité des personnels sont des agents commerciaux qui travaillent en plateau téléphonique à partir d'un logiciel interne (ERP) et d'un CRM, ils réceptionnent et gèrent les appels d'une clientèle de professionnels, avec pour mission d'assurer les opérations liées à la durée de vie du contrat et si besoin, réorientent vers les spécialistes.

Les commerciaux gèrent un portefeuille client. Ils accompagnent leurs clients sur la gestion de leur flotte : analyse financière du parc (TCO), recherche de solutions d'optimisation, conseil en assurance et en financement, réalisation de devis et suivi, gestion des contrats et des renouvellements. Les clients des loueurs longue durée sont souvent de très grandes entreprises privées ou publiques pour lesquelles il est souvent nécessaire de répondre à des appels d'offre. Les commerciaux peuvent être sédentaires ou itinérants en prospection clientèle.

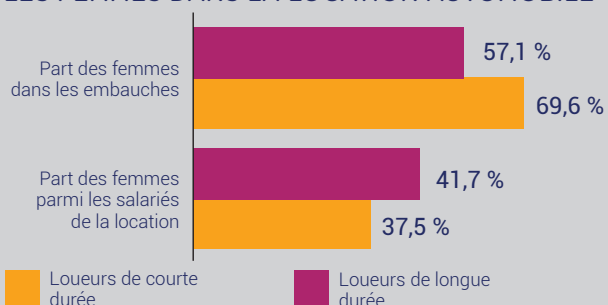
Les gestionnaires véhicules neufs prennent en charge les commandes de véhicules, organisent les achats, réalisent le suivi des immatriculations et cartes grises et organisent la livraison.

Les gestionnaires de parc et les conseillers techniques assurent le suivi mécanique de la flotte et gèrent les relations avec les réparateurs.

Les gestionnaires sinistres assistent le client et gèrent le dossier auprès des assureurs et des forces de l'ordre.

En fonction de l'organisation et de la taille de l'entreprise ces activités peuvent être plus ou moins spécialisées : les salariés peuvent être très spécialisés sur un domaine ou généralistes et couvrir plusieurs domaines d'activités.

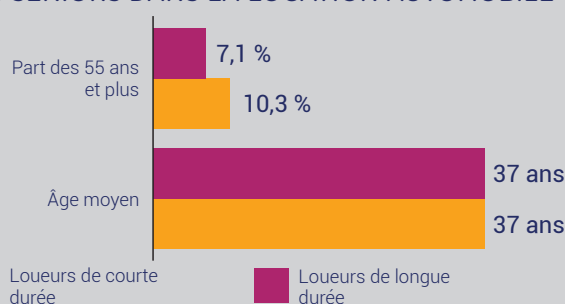
LES FEMMES DANS LA LOCATION AUTOMOBILE



Source : Insee dads 2012 et IRP 2013

Les salariés masculins sont plus nombreux mais par rapport à l'ensemble de la branche (22% de femmes), le secteur de la location est très féminisé et cette féminisation pourrait s'accroître compte tenu de la part des femmes dans les embauches.

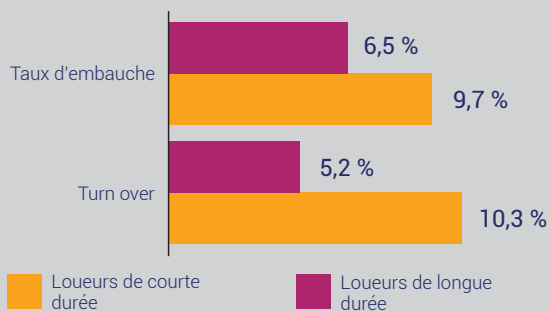
LES SENIORS DANS LA LOCATION AUTOMOBILE



Source : Insee, dads 2012

Une population assez jeune avec une moyenne d'âge de 37 ans, équivalente dans les deux secteurs. Mais les départs à la retraite devraient être plus nombreux au sein du secteur de la location courte durée.

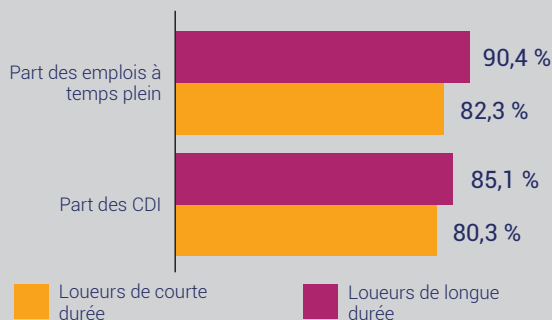
LES EMBAUCHES DANS LA LOCATION AUTOMOBILE



Source : IRP Auto, en 2013

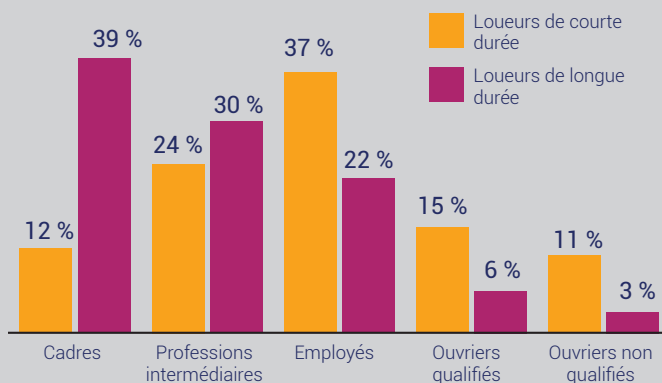
Relativement à l'emploi dans chacun des secteurs, **la location courte durée recrute davantage (9.7%) que la location longue durée (6.5%). Mais l'emploi est plus "durable" dans la location longue durée** puisque le turn over (5.2%) est deux fois plus faible que celui de la LCD 10.3 %. **Ce turn-over important souligne la forte saisonnalité de l'activité dans le secteur de la location automobile de courte durée dont les effectifs peuvent doubler dans les périodes de forte affluence touristique.** Malgré la forte saisonnalité, l'emploi en CDI demeure assez élevé dans le secteur de la location courte durée. L'emploi est cependant plus stable dans la location longue durée où le taux de CDI atteint 85.1%. Il y est plus souvent exercé en temps plein.

TYPE DE CONTRATS DE TRAVAIL



Source : IRP Auto, en 2013

RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA LOCATION AUTOMOBILE PAR CSP



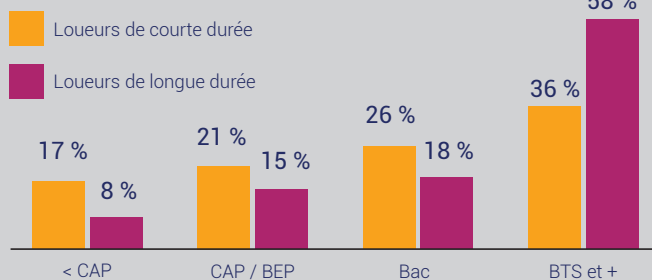
Source : INSEE, RGP 2011

La structure des emplois par catégories socio-professionnelles exprime les différences d'emploi que l'on peut rencontrer entre le secteur de la location longue durée et celui de la courte durée : **au sein de la location longue durée les emplois sont principalement occupés par des cadres (39%) et des professions intermédiaires (30%)** qui sont généralement des commerciaux.

Alors que la location courte durée emploie principalement des employés (37%) qui sont le plus souvent des agents de comptoir et des ouvriers (26%) qui sont en majorité des préparateurs de véhicules.

Compte tenu de la part des cadres et professions intermédiaires, les salariés de la location longue durée sont donc plus diplômés : 58 % possèdent au moins un niveau BTS pour 36 % dans la LCD.

NIVEAU DE DIPLOME DES SALARIÉS DE LA LOCATION AUTOMOBILE



Source : INSEE, RGP 2011



| | FACTEURS D'ÉVOLUTION DES EMPLOIS | BESOINS DE COMPÉTENCES |
|-----------------------|--|---|
| Location courte durée | Mise en réseau des systèmes de réservation et diversification des contrats de location. | <ul style="list-style-type: none"> • Connaître les logiciels informatiques • Connaître les produits/les procédures |
| | Progression de la clientèle de particuliers Développement des services : <ul style="list-style-type: none"> • Location à l'heure • Location de deux-roues • Offres équipements • Pack déménagement Accroissement de la concurrence : <ul style="list-style-type: none"> • Loueurs low-cost • Site d'auto-partage | <ul style="list-style-type: none"> • Savoir gérer la clientèle (négociation tarifaire, gestion de litige) • Maîtriser l'anglais pour les agences en gare/aéroport • Savoir vendre des produits périphériques (vente additionnelle) • Développer une politique tarifaire sur le modèle du "yield management" (technique de tarification flexible en fonction des disponibilités) • Évaluer son marché local et déployer une offre commerciale |
| | Évolution technique des véhicules (hybrides, électriques, connectés ...) et multiplication des équipements électroniques, de loisirs, de confort. | Connaître les évolutions techniques pour entretenir les véhicules et installer ou entretenir les équipements. |
| | Relation avec les assureurs/assistants | Savoir gérer les litiges (accidentologie) |
| Location longue durée | Évolution des méthodes de travail vers plus de digital (dématérialisation de la gestion des contrats) et développement d'outils informatiques pour la gestion de la relation clientèle (CRM/ logiciels internes) | Connaître les logiciels informatiques. |
| | Développement des services <ul style="list-style-type: none"> • Gestion de flotte (indicateurs financiers, optimisation du TCO) • Nouveaux services liés à l'usage des véhicules, éco-conduite et la mobilité des salariés • Fleet management | <ul style="list-style-type: none"> • Savoir réaliser une analyse financière du parc • Savoir vendre une prestation et des services associés • Savoir évaluer son marché et déployer une offre commerciale |
| | Évolution technique <ul style="list-style-type: none"> • Des véhicules (hybrides, électriques, connectés ...) • Des process (DSP, colorimétrie ...) | Connaître les évolutions techniques pour évaluer financièrement les opérations d'entretiens (dans les relations avec les réparateurs). |

LA FORMATION

L'activité location courte durée comprend cinq qualifications au sein du Répertoire national des qualifications des services de l'automobile (RNQSA) : deux au niveau ouvriers-employés, trois au niveau maîtrise. Ces fiches d'emploi correspondent aux spécificités de la location courte durée. Il n'existe pas à ce jour de qualifications spécifiques pour les activités de la location longue durée mais une réflexion est en cours sur leur création.

Pour accéder à ces métiers et répondre à la réforme de la formation professionnelle qui introduit le compte personnel de formation (CPF), la branche a rénové les certificats de qualification professionnelle (CQP) accessibles en contrat de professionnalisation, en formation continue et par la VAE

Les CQP du domaine d'activité "Location automobile" sont désormais organisés en blocs de compétences :

Le CQP "Agent d'opération location" intègre deux blocs de compétences :

- Relation clientèle et commercialisation des produits et services liés à la location de véhicules
 - Livraison, vérification et restitution du véhicule de location
- Le CQP "Agent d'opération location spécialiste" intègre un troisième bloc de compétences : "Organisation de l'activité location de véhicules".

Le CQP "Coordinateur préparation de véhicules de location" intègre trois blocs de compétences :

- Livraison, préparation et restitution du véhicule de location
- Organisation et suivi de l'activité de préparation liée à la location de véhicules
- Coordination d'équipe

Il n'existe pas, à ce jour, de qualification de préparateur de véhicules de location dans ce domaine d'activité.

Le CQP "Chef de groupe opérationnel" intègre quatre blocs de compétences :

- Relation clientèle et commercialisation des produits et services liés à la location de véhicules
- Organisation et suivi de l'activité location de véhicules
- Développement commercial lié à la location de véhicules
- Animation et développement d'équipe

Ce CQP a été renforcé sur les aspects management, animation et développement d'équipe.

Le CQP Chef d'agence(s) de location intègre quatre blocs de compétences :

- Relation clientèle et commercialisation des produits et services liés à la location de véhicules
- Pilotage de l'activité financière et commerciale d'une agence de location
- Développement commercial et marketing lié à la location de véhicules
- Management d'équipe

Ce CQP a été renforcé sur le domaine de la gestion d'un centre de profit intégrant le Yield management (technique de tarification flexible en fonction des disponibilités).

Afin de répondre aux évolutions des activités, trois nouveaux domaines ont été intégrés sur l'ensemble de la filière : gestion des demandes des clients reçues par mail et internet, gestion des situations à risque et conflictuelles (braquage, agressivité des clients) et renforcement des connaissances juridiques et contractuelles.

Retrouvez toutes les publications de l'Observatoire sur www.anfa-auto.fr/observatoire

Observatoire ANFA
2 rue Capella - 44470 Carquefou
Tél. : 02 44 76 21 50
observatoire@anfa-auto.fr • www.anfa-auto.fr

Directeur de la publication : Patrice OMNES
Directeur de rédaction : Stéphane PAUTET
Rédaction : Valérie CHIRON
Édition et création : Service Communication ANFA