



## CONTEXTE ET FACTEURS IMPACTANT L'ACTIVITÉ

<b>LIEU D'EXERCICE</b>	<p><b>3 582 entreprises</b> de LCD ont été recensées en 2014 (<i>source : INSEE Sirene</i>). L'activité de LCD peut s'exercer dans :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>des succursales de grandes chaînes</b> internationales (AVIS, Europcar, Hertz) ou nationales (ADA, Ucar, etc.)</li> <li>• <b>des franchises de ces chaînes</b> (TPE indépendantes)</li> <li>• <b>des concessions automobiles</b> (Corner Renault Rent, Ford Rent, etc.)</li> </ul> <p><b>Un nombre croissant d'acteurs de la vente et de l'après-vente automobile exerce une activité de location</b> de courte durée, via par exemple les voitures de courtoisie, afin de disposer de compléments de revenus en rentabilisant leur parc immobilisé. L'essor des sites de location entre particuliers (ex : Drivy, Koolicar) a donné un élan supplémentaire à cette pratique, de nombreux professionnels inscrivant leurs véhicules sur ces sites (<i>source : Xerfi 2016</i>).</p>
<b>MARCHÉ</b>	<p>Sont considérées comme de « courte durée » les locations de véhicule inférieures à 30 jours. La <b>clientèle principale est constituée de particuliers</b> (BtoC) : dans 65 % des cas, la location repose sur un motif personnel (déménagement, tourisme, sinistre, etc. - <i>source : GMV Conseil 2015</i>).</p> <p>Plus récemment, d'autres facteurs ont contribué au développement de l'activité de LCD, tels que :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• l'évolution du rapport à la voiture (l'acquisition d'un véhicule en tant que tel n'est plus forcément une aspiration, le budget auto des ménages est contraint par d'autres dépenses, etc.)</li> <li>• le développement des courts séjours touristiques (offre des compagnies aériennes « low cost », location d'un véhicule en complément d'un trajet en avion ou en train, etc.)</li> <li>• les difficultés croissantes de stationnement dans les grandes agglomérations (coût mensuel pour la location d'une place de parking très élevé)</li> </ul> <p>Les initiatives de mobilité partagée (autopartage/covoiturage) contribuent également à favoriser l'usage de la location automobile (qui s'inscrit dans une logique de partage de véhicule) : en réaction à cette évolution (qui pourrait être perçue comme une nouvelle « concurrence »), <b>les loueurs LCD ont adapté leurs offres</b> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• en intégrant l'autopartage (rachat de sociétés, développement d'offres en propre),</li> <li>• en développant la location Low Cost</li> <li>• en adaptant leurs services (location à l'heure, dématérialisation de la réservation et de la mise en main du véhicule).</li> </ul> <p>En adaptant leur modèle économique, <b>les LCD ont ainsi maintenu leur positionnement sur le marché de la location</b> : la barre des 20 millions de contrats a été dépassée en 2015, suite à une progression de leurs locations de 10 % entre 2012 et 2014 (et d'un million d'utilisateurs sur la même période – <i>source : GMV Conseil</i>)</p>
<b>RÉGLEMENTATION</b>	<p>Un décret relatif aux obligations d'achat de véhicules à faibles émissions par les loueurs est paru en janvier 2017, en référence à l'article 37 de la Loi de Transition énergétique. <b>Il impose aux loueurs de véhicules d'acquérir</b> avant 2020, lors du renouvellement de leur parc et dans la proportion minimale de 10 % de ce renouvellement, <b>des véhicules propres</b> (c'est à dire délivrant moins de 60g de CO<sub>2</sub> /km, ou « à très faibles émissions » donc électrique ou hydrogène).</p> <p>Internet ayant fait largement évoluer les pratiques commerciales, un nouveau décret, entré en vigueur le 1<sup>er</sup> avril 2015, vient encadrer les obligations d'informations des tarifs pratiqués auprès des consommateurs.</p>
<b>TECHNIQUE</b>	<p>Internet joue de plus en plus le rôle d'interface entre le loueur et le client : la réservation directe au comptoir d'une agence demeure encore fortement plébiscitée (dans 31% des cas), mais <b>Internet est devenu le mode de réservation privilégié pour louer une voiture</b> (37 % - <i>source : GMV Conseil 2015</i>).</p> <p>Aussi, <b>certaines activités peuvent être dématérialisées</b> ; par exemple, quelques opérateurs proposent à leurs clients, sur une partie de leur flotte, de réaliser l'état des lieux du véhicule via un smartphone ; de même, la remise des clés du véhicule peut se faire sans rencontre physique mais via un boîtier numérique (à code, à carte, etc.).</p> <p>L'évolution technique des véhicules (hybride, électrique, connecté) implique d'actualiser les connaissances en matière d'entretien et d'équipement, notamment pour gérer la maintenance des véhicules.</p>
<b>EMPLOI</b>	<p><b>La LCD perd des emplois depuis le début des années 2000</b> suite au développement des réservations par internet : - 8 % entre 2007 et 2015. Cependant, elle compte trois fois plus d'emploi que la LLD.</p> <p>L'emploi y est également plus féminisé et plus saisonnier (les effectifs peuvent doubler durant les périodes de fortes affluences touristiques)</p> <p><b>La majorité des emplois est constituée par les agents d'opération de location</b> (agents de comptoir, chargés de clientèle). Le reste se compose des chefs d'agence et des coordinateurs de préparation (pour les grands établissements).</p> <p>La LCD compte <b>12 313 salariés</b> (<i>source : ACOSS 2015</i>)</p> <p>CSP : 11 % d'ONQ, 15 % d'OQ, 36 % d'employés, 24 % de professions intermédiaires et 14 % de cadres</p> <p>Age moyen : 36,9 ans, dont 9,6 % de +55 ans</p> <p><b>37,8 % de femmes</b></p> <p>Diplômes : 16 % &lt; CAP, 20 % CAP-BEP, 24 % BAC et <b>40% BTS+</b></p> <p>74% en CDI</p> <p>[Sources : INSEE RGP 2013 (CSP et diplômes) ; IRP Auto 2015 (âge, sexe et contrats)]</p> <p>La LCD représente <b>2% des recrutements de la branche</b> en 2014. Sur cette même année, 1,1% des recrutements concernaient le métier d'agent de location (<i>source : Enquête recrutement ANFA 2014</i>).</p> <p>En 2015, la part des femmes dans les embauches était de 32 % (cette part est de 27,2 % pour l'ensemble de la branche – <i>source : IRPAUTO</i>).</p> <p>Les recrutements externes dans les établissements de location automobile concernent principalement les recrutements d'agents de comptoir et les préparateurs (les fonctions hiérarchiques étant davantage occupées par promotion interne).</p> <p><b>Le niveau de formation requis dans le cadre d'une embauche n'est pas clairement identifié</b> : les entreprises du secteur n'expriment pas d'exigences particulières sur un diplôme spécifique. Certains critères sont néanmoins formulés, davantage en termes « d'aptitudes » et de « compétences », concernant les profils recherchés pour ces métiers : <b>compétences dans les domaines du commerce, de la communication et des langues étrangères</b> ; qualités en matière d'expression orale, d'aisance relationnelle, de prédisposition pour la culture du service, etc. (<i>source : secteur LCD, site internet de l'observatoire</i>).</p>
<b>EFFECTIFS EN FORMATION</b>	<p><b>Il n'existe pas, à ce jour, de formation dédiée aux activités de LCD.</b> Les agents de comptoir sont généralement issus de formations tertiaires (commercial) et les préparateurs, de formation mécanique. Cinq CQP ont été créés sur cette activité (mais qui ne comptent pour l'instant pas d'effectifs) : le CQP « Agent d'opérations location », le CQP Agent d'opérations location spécialiste », le CQP « Coordinateur préparation de véhicules de location », le CQP « Chef de groupe opérationnel » et le CQP « Chef d'agence(s) de location ».</p>

## ÉVOLUTION DES ACTIVITÉS

Commercialisation des produits de location courte durée et des services additionnels	Accueil de la clientèle : • au comptoir, • au téléphone, • par mail, • par internet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Maîtriser l'anglais</b></li> <li>• Savoir communiquer efficacement à l'écrit et à l'oral</li> <li>• <b>Savoir utiliser les outils digitaux de la relation client</b> (mail, formulaire de contact, chat)</li> <li>• Traiter les objections et réclamations clients, et savoir <b>gérer les conflits</b> à chaud (braquage, agressivité des clients).</li> <li>• Informer sur les règles juridiques et contractuelle</li> </ul>
	Vente de services et produits additionnels	<p>Les offres de location se sont diversifiées pour proposer de la location à l'heure, de la location unitaire avec options ou au forfait, de la location de deux-roues et autres solutions de mobilité. Il est donc nécessaire de connaître les différents produits et procédures associées, et de savoir les vendre (conseiller, argumenter, négocier).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Développer une politique tarifaire flexible (« <b>yield management</b> »)</li> <li>• Développer les ventes additionnelles (prestations annexes facturables, assurances complémentaires telles que les réductions de franchise, jeunes conducteur, etc.)</li> <li>• <b>Fidélisation active par cartes privatives et offres dédiées</b></li> </ul>
PLANIFICATION ET GESTION DES LOCATIONS	Gestion des réservations et des locations	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Plannings web partagés</b></li> <li>• Développement du taux d'utilisation (dont optimisation des inter-contrats)</li> <li>• Suivi des activités sur tableur Excel ou sur application smartphone</li> <li>• <b>Connaissance des nouveaux modèles de véhicules</b> (modèles et motorisations, dont VE/VH) <b>et des nouvelles technologies embarquées</b></li> </ul>
	Préparation des véhicules	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisation de la préparation (carburant, lavage extérieur, nettoyage extérieur, plan de maintenance / modèle)</li> <li>• Vérification de l'état du véhicule au départ et au retour (kilométrage, carburant)</li> <li>• <b>Preuve photo pour l'état du véhicule au départ et au retour</b></li> <li>• <b>Développement de la dématérialisation du tour / mise en main du véhicule</b> (sans présence d'un agent, avec l'usage d'une carte par ex, sur le modèle des offres d'autopartage)</li> </ul>
	Gestion administrative	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Dématérialisation complète du dossier de location &gt; signature du bon d'état de départ sur smartphone</b></li> <li>• Optimisation du suivi des amendes afférentes au conducteur ou au véhicule</li> <li>• Gestion en flux tendu des véhicules immobilisés (pannes, carrosseries) et des mouvements de parc (nouveaux véhicules, fin des buy-back) dans l'objectif de rationaliser et d'optimiser la gestion du parc</li> </ul>
DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES	Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluer la concurrence locale pour adapter les actions commerciales</li> <li>• <b>Dynamiser en permanence la politique de prix (veille concurrentielle locale, yield management, off sales)</b> pour marquer le marché</li> <li>• Construire et piloter la stratégie marketing (cibles, mix, médias, partenariats, budget) si elle n'est pas définie et imposée par l'enseigne.</li> <li>• Utiliser le fichier client via le logiciel de CRM (Customer Relationship Management) pour élaborer des cibles qualifiées et permettre la mise en place d'actions commerciales très ciblées à fort taux de transformation</li> <li>• <b>Développer le marketing digital géolocalisé</b> (Facebook, Google My Business + Maps + AdWords, Waze, ...)</li> </ul>
MANAGEMENT DES ÉQUIPES		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obtenir du feed-back réactif et anticipatif pour partager les informations utiles sur l'activité (best practices)</li> <li>• Favoriser les retours d'expériences, créativité, suggestion d'innovations : comment améliorer le fonctionnement de l'agence au quotidien par le management participatif et la délégation décisionnelle</li> <li>• <b>Identifier les potentiels et développer les compétences grâce aux entretiens d'évaluation et au plan de formation</b></li> <li>• Planifier et manager les personnels en fonction des horaires d'ouverture : l'amplitude horaire élargie des agences de location (soirs, week-end, jours fériés) implique une rotation des personnels qui doit être organisée et négociée</li> <li>• Former les salariés à la gestion de conflit et aux évolutions des nouvelles réglementations</li> </ul>

Problématiques emplois / compétences	LES RÉPONSES POSSIBLES DE LA BRANCHE
<p>Actualisation ou développement des compétences liées à la commercialisation des produits et services afférents à la location de véhicules et tout particulièrement :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>relatives à la digitalisation de l'activité de location et au recours croissant au web et à ses outils</li> <li>relatives à la vente des prestations annexes, complémentaires voire alternatives</li> <li>associées à l'arrivée des véhicules dotés des nouvelles technologies embarquées</li> <li>associées à l'arrivée des véhicules électriques et hybrides</li> </ul>	<p>Deux niveaux de réponse :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>si le besoin est <b>ponctuel</b> sur tout ou partie des thématiques énoncées dans la colonne précédente, on proposera un ou des stages FC non certifiants relatifs à la <b>commercialisation des produits et services afférents à la location des véhicules</b></li> <li>si le besoin est <b>structurel</b> et concerne le développement des compétences des agents de location que l'on souhaite qualifier ou promouvoir, on proposera des stages certifiants favorisant le développement des compétences dans le champ de la commercialisation visant un <b>CQP Agent Opérateur Location</b> ou <b>Agent Opérateur Spécialiste Location</b>.</li> </ul>
<p>Développement des compétences relatives à la pratique de l'anglais dans la relation clientèle</p>	<p>Deux cas sont envisageables :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>le besoin en formation relève essentiellement du <b>souhait de l'employeur</b> : dans ce cas, la formation sera ponctuelle et financée sur le <b>plan de formation</b> de l'entreprise</li> <li>le besoin en formation résulte du <b>souhait conjoint</b> de l'employeur et du salarié, <b>voire du seul salarié</b> : dans ce cas, ce dernier pourra mobiliser son <b>CPF</b> pour préparer des formations en anglais présentes à l'inventaire.</li> </ul>
<p>11 % de la population professionnelle est non qualifiée</p>	<p>On pourra proposer à ces personnels non qualifiés, l'accès à la certification <b>CQP Agent d'Opération Location</b> en particulier, par la <b>VAE</b> complétée si nécessaire par la FC.</p>
<p>14 % de la population professionnelle occupe des postes d'encadrants auxquels ils ont le plus souvent accédé par la promotion interne</p>	<p>On pourra promouvoir, pour les encadrants issus de la promotion interne et qui ne seraient pas titulaires d'une certification correspondante à leur qualification, l'accès à la certification : <b>CQP Chef de Groupe Opérationnel</b> ou <b>CQP Chef d'Agence Location</b> selon le poste occupé et l'objectif de certification visé (qualification ou promotion), par la <b>VAE</b> complétée si nécessaire par la FC.</p>

## OBJET DE LA QUALIFICATION

### OUVRIERS - EMPLOYÉS

Agent d'opérations location / J.3.1	L'agent d'opérations location réalise les activités visant la location de véhicules auprès de la clientèle
Agent d'opérations location spécialiste / J.6.1	Le titulaire de la qualification réalise les activités visant la location de véhicules auprès de la clientèle, dans un contexte qui peut l'amener, le cas échéant, à exercer son activité avec une autonomie accrue par rapport à l'agent d'opérations location, notamment dans les stations de taille réduite éloignées d'une structure plus importante ou dans des contextes où l'entité de location est annexe à une activité principale autre. L'activité de l'agent d'opérations location spécialiste s'exerce de façon autonome dans le cadre de procédures définies, et sous contrôle du chef d'agence
Opérateur préparation de véhicules / E.3.1 (intégré à la Préparation/Rénovation des véhicules dans le RNQSA)	Réalisation des activités de préparation des véhicules en vue de leur mise en vente ou en circulation

### MAÎTRISE

Coordinateur préparation de véhicules de location / J.17.1	Le coordinateur préparation assure l'animation d'une équipe de salariés, classés en échelon 1 ou 2. Il effectue la réalisation d'activités techniques, commerciales et/ou administratives liées à cette coordination. Il assure, si nécessaire, la préparation des véhicules.
Chef de groupe opérationnel / J.20.1	Le chef de groupe organise et anime une équipe et participe à la gestion d'une station de location ou d'une activité de location partie intégrante d'une structure de taille importante. Il est placé sous la responsabilité d'un chef d'agence de location.
Chef d'agence(s) de location / J.23.1	Le chef d'agence(s) assure les activités concourant à la gestion économique, organisationnelle et humaine d'une ou plusieurs stations de location.