



CANADIAN RENTAL ASSOCIATION
ASSOCIATION CANADIENNE DE LOCATION

Association canadienne de location – Orientation stratégique (2016 à 2019)

Faits saillants

Notre vision

Le CRA envisage le jour où le consommateur aura le réflexe de « *Penser location* » pour répondre à ses besoins en matériel et équipement.

Notre mission

Nous sommes engagés à assurer le développement personnel et commercial par des moyens favorisant la promotion, l'appui et la protection du marché de la location au Canada.

Notre force

Nos membres considèrent le CRA comme étant la source ultime d'information, offrant des outils et des avantages propriétaires et leur personnel.

- Nos clients reconnaissent que le fait de choisir une entreprise membre du CRA leur réserve une foule d'avantages, tels que professionnalisme, connaissances et expertise.
- À titre de chef de file et défenseur de l'industrie, le CRA continuera d'être le porte-parole proactif du marché de l'emploi/location pour assurer l'équité en matière de législation et réglementation, autant pour l'industrie que pour les consommateurs.

Formation

- La formation continue est un élément fort important aux membres du CRA, car elle assure une main-d'œuvre qualifiée et augmente le professionnalisme et les compétences des associations membres et personnel connexe. Le CRA sera à l'affût des besoins en formation et déterminera annuellement les écarts, les domaines d'intérêt commun et recherchera les occasions de formation à la fois efficaces et abordables.
- Bien que le CRA ne soit pas une agence de certification, elle facilitera néanmoins l'accréditation et la certification par les organismes appropriés.

Communication

- Le CRA défendra les intérêts de l'industrie et de ses membres en assurant leur succès; elle se fera le porte-parole dans toutes recommandations auprès des gouvernements provincial et fédéral.
- Le CRA est la première source d'information, d'outils et de ressources à ses membres; elle continuera à partager tous les renseignements concernant les événements, publications, meilleures pratiques, nouvelles et nouveautés de l'ARA par le biais de son site Web.

Croissance

- Le CRA développera des relations commerciales et collaborera avec d'autres organisations similaires à l'échelle du Canada pour promouvoir l'idée de « *Penser location* » auprès des consommateurs, fournisseurs, acheteurs et vendeurs.
- Le CRA mettra l'accent sur les avantages que leur réserve une adhésion à l'association en ce qui a trait aux économies de coûts et occasions de rentabilité, tout en démontrant la valeur ajoutée obtenue par le développement professionnel des employés des associations membres.

Marque

- Le CRA élaborera une stratégie de marque positionnant le CRA et ses membres-ressources de tous les échelons comme étant LES professionnels de l'industrie et travaillera avec ses associations régionales pour sensibiliser le consommateur à l'idée que les membres constituent la source par excellence pour répondre à leurs besoins en matériel et équipement. De plus, le CRA développera des normes pour assurer la cohérence entre les centres de location.

Gouvernance

- Le conseil se propose de mettre en place – pour le personnel du bureau national, le conseil national et les associations régionales – un modèle de leadership uniformisé avec obligation de rendre des comptes. Cette initiative a pour but d'assurer la cohérence, d'éviter le travail en doublet et de faciliter la compréhension du rôle et des responsabilités du personnel et du processus décisionnel.