



## COMMUNIQUE DE PRESSE

### LE VOL A L'ETALAGE DANS LE TEXTILE EN HAUSSE DE 4 % : LA RFID, NOUVELLE ARME DES DISTRIBUTEURS

2011, année de tous les records pour la démarque inconnue en France, qui compte pour 1,86 % du chiffre d'affaires du secteur textile, soit le taux le plus élevé depuis 2006, précise le Baromètre mondial du vol dans le commerce et la distribution (GRTB). Un phénomène nouveau ressenti par les distributeurs : les voleurs tendent à se professionnaliser.

Paris, le 18 octobre 2011

Checkpoint Systems présente les résultats du onzième Baromètre mondial du vol dans le commerce et la distribution réalisé par le Centre for Retail Research, la plus vaste enquête indépendante au monde sur la démarque inconnue, les délits commis et les pertes enregistrées dans le secteur. Il a été établi à partir des résultats communiqués pour les 12 mois (juillet 2010 – juin 2011) par 1 187 grands groupes de distribution dans 43 pays différents (Amérique du Nord, Amérique Latine, Europe, Asie Pacifique, Moyen-Orient & Afrique) et dont le chiffre d'affaires total est de 986,5 milliards de dollars américains, pour 251 895 magasins et boutiques.

#### Hausse de la démarque inconnue en France : le textile, principal secteur touché.

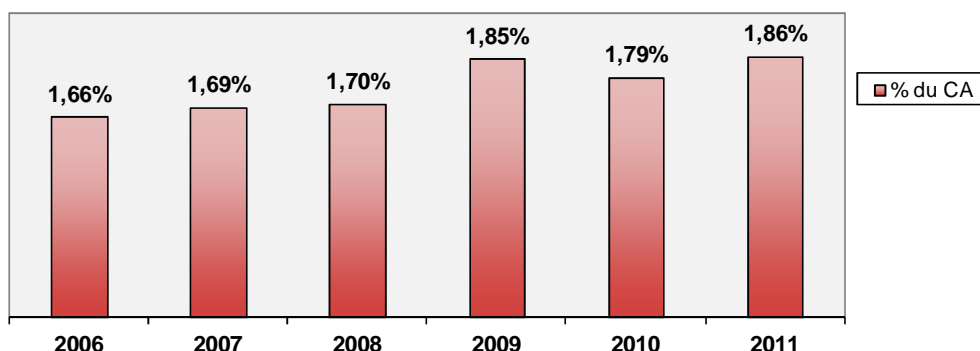
Les résultats de l'enquête 2011 révèlent un **bond de la démarque inconnue mondiale de 6,6 %**. Cette année les distributeurs ont vu leur chiffre d'affaires amputé de 88,88 milliards d'euros. A l'échelle européenne, **la France** conserve sa place en **3<sup>ème</sup> position du Baromètre** en tant qu'un des plus grands contributeurs nationaux à la démarque inconnue, derrière le Royaume-Uni et l'Allemagne.

En France, les vols dans les rayons des magasins ont coûté en 2011 près de **4,9 milliards d'euros** aux distributeurs français, soit 1,40 % du chiffre d'affaires du secteur de la distribution. Avec une hausse de 2,9 % par rapport à 2010, la démarque inconnue revient au niveau enregistré en 2009.

La criminalité dans les magasins représente une « taxe » annuelle équivalente à **200 euros par foyer français** (83 euros par habitant) et payée par tous, consommateurs, distributeurs et fournisseurs.

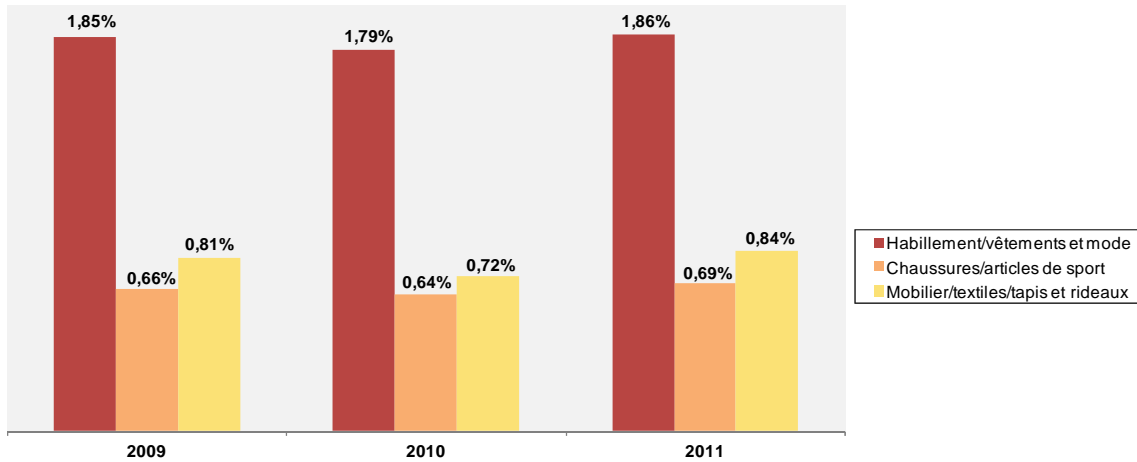
**Pour la troisième année consécutive, le secteur textile est le plus fortement touché par cette nouvelle augmentation.** Après une baisse constatée en 2010, la démarque inconnue repart en 2011 pour impacter **1,86 %** du chiffre d'affaires des distributeurs textile français, soit une hausse de 4 %.

**Démarque inconnue dans le secteur de l'habillement en Europe**  
Evolution 2006-2011 en % du c.a.





**Evolution de la démarque inconnue par marché vertical en Europe**  
en % du c.a.



**Les accessoires de mode en tête des articles les plus convoités.**

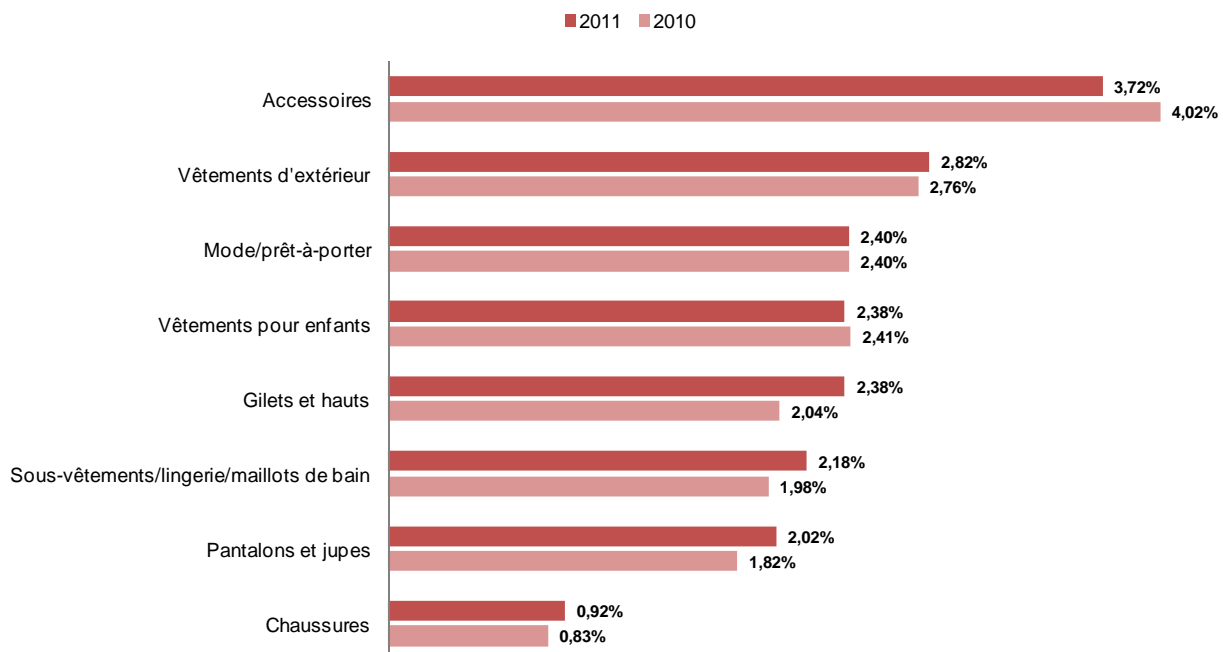
En Europe, le montant moyen volé par les voleurs à l'étalage s'élève à 93,85 euros, ce qui représente une baisse de 17,5 % par rapport à 2010. Il est à noter que les vols ne concernent pas en priorité les produits de première nécessité. Les articles les plus souvent volés restent en effet les produits onéreux ou de marque connue, jugés particulièrement attirants. Dans le secteur de l'habillement, les **accessoires de mode** restent en tête des articles les plus volés mais connaissent une baisse significative par rapport à 2010 (3,72 % vs. 4,02 %), au même titre que les **vêtements pour enfants** (2,38 %, en baisse de 14 %). A contrario, les **vêtements d'extérieur** (2,82 %, en hausse de 17 % par rapport à 2010) et la **lingerie** (2,18 % vs. 1,98 % en 2010) repartent à la hausse.

**Top 5 des articles textiles les plus volés au monde :**

1. Accessoires de mode et articles de marque
2. Jeans, robes
3. Vêtements et chaussures de sport
4. Lingerie, maillots de bain
5. Articles en cuirs (sacs et manteaux)

**Europe : lignes de produits à haut risque dans le secteur de l'habillement**

Evolution 2010-2011 : taux moyen de démarque inconnue



## Massification de la protection source et RFID : les nouvelles stratégies des distributeurs.

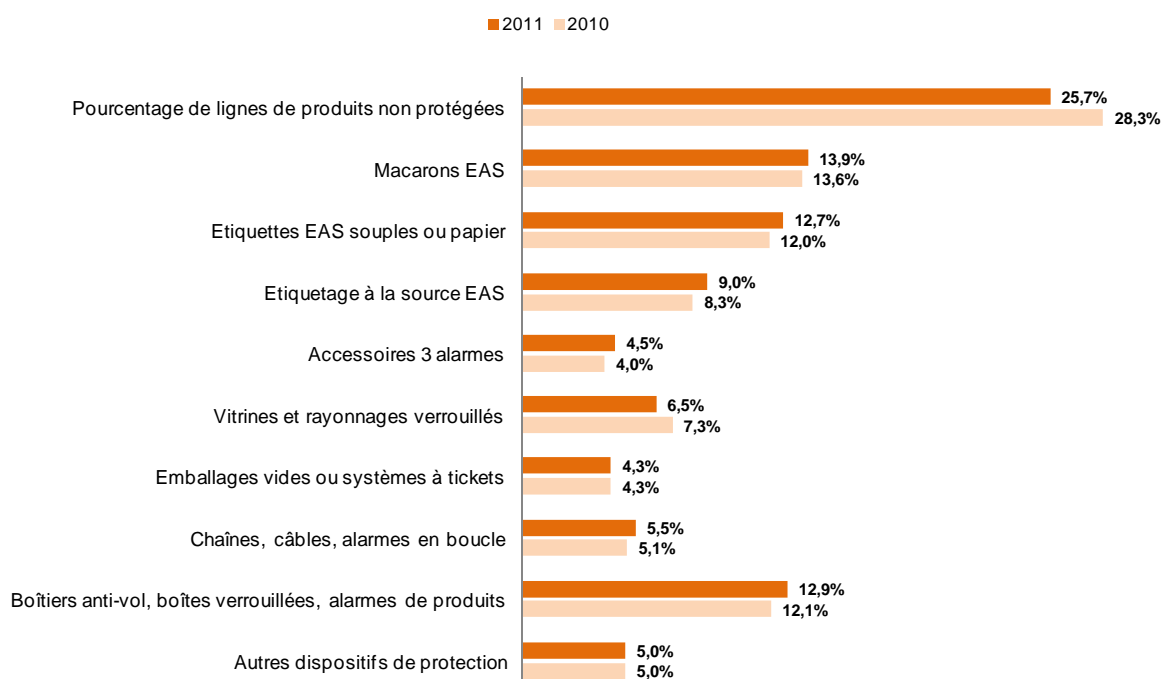
Face à la recrudescence de la démarque inconnue, les distributeurs français ont investi **1,369 milliards d'euros** en équipements et personnel de sécurité (contre 1,353 milliard d'euros l'an dernier), soit l'équivalent de 0,32 % du chiffre d'affaires du secteur. Grâce à ses efforts, la France se place en première position en matière de dépenses de sécurité et de prévention des pertes devant l'Allemagne et le Royaume-Uni.

Cette hausse des dépenses va de paire avec un **phénomène de professionnalisation du vol ressenti par les distributeurs**. La baisse de 3 % du nombre d'interpellations pour vol à l'étalage (3,1 millions d'arrestations en 2011) peut s'expliquer par le fait que les voleurs, mieux renseignés et préparés, déjouent plus facilement les dispositifs de sécurité traditionnels mis en place par les distributeurs. « Nous avons constaté une véritable professionnalisation du vol, avec des personnes qui viennent renseignées et dont l'objectif est de revendre les produits volés », témoigne **Denis Marziac, National Risk Manager de C&A France**.

L'enquête 2011 révèle que les distributeurs ont pris d'importantes mesures pour réduire la démarque inconnue :

- **Déploiement de programmes de protections spécifiques en magasin** : 74,3 % d'articles protégés en 2011. En moyenne, ils utilisent davantage à l'EAS (surveillance électronique des articles) qui protège désormais 40,1 % des articles (contre 37,9 % en 2010). Les solutions de merchandising sécurisé favorisant le libre emporter des articles les plus sensibles (boîtiers, cerclages alarmés,...) sont posées sur 18,4 % des articles (contre 17,2 % en 2010). Dans le secteur de l'habillement, cette hausse en matière de prévention se traduit notamment par un **recours accru à la protection source**. Parmi les articles de textile, 24,3 % des UGS (Unité de Gestion des Stocks) bénéficient d'un étiquetage à la source qui permet une reconnaissance de la marque et une protection optimale contre le vol.
- 95 % des distributeurs européens ont renforcé la **formation du personnel** chargé de repérer et dissuader les vols.
- D'importants efforts ont également été réalisés au niveau de la **lutte contre le vol commis par les employés malhonnêtes** (présélection du personnel avant recrutement et augmentation des audits de conformité), ce qui s'est traduit en 2011 par une **augmentation du nombre d'arrestations de 14 %**.

### Evolution de la protection des 50 lignes de produits les plus volés en Europe





Mais face à la professionnalisation du vol qui explique la nouvelle hausse de la démarque inconnue en 2011, les distributeurs sont désormais obligés de trouver des solutions plus sophistiquées : accessoires 3-alarmes, macarons élaborés, massification de la protection source et RFID. Conçue pour donner au distributeur une visibilité haute définition sur ses marchandises et améliorer efficacement les programmes de lutte contre la démarque inconnue, **l'utilisation de la RFID se concrétise dans le textile** : 32,6 % des distributeurs textiles lui reconnaissent un double avantage : faciliter les inventaires tout en améliorant la prévention des pertes.

**Baromètre mondial du vol dans le commerce et la distribution 2011**  
**disponible sur demande**

-----  
**À propos du Centre For Retail Research**

La première édition du Baromètre mondial du vol dans le commerce et la distribution est l'œuvre du Professeur Joshua Bamfield, Directeur du *Center for Retail Research* (CRR), avec le soutien de Checkpoint Systems, Inc. Le CRR est une organisation indépendante spécialisée dans la recherche et le conseil pour le secteur du commerce et de la distribution, dont elle suit l'évolution, et qui s'intéresse plus particulièrement à la fraude et aux actes de criminalité. Il a effectué des études de fond sur le coût de la criminalité et sur l'utilisation de systèmes électroniques et informatisés destinés à combattre le vol à l'étalage et la fraude dans de nombreuses régions du monde. En savoir plus : [www.retailresearch.org](http://www.retailresearch.org)

**À propos de Checkpoint Systems Inc.**

Checkpoint Systems, Inc. figure parmi les leaders mondiaux de solutions de gestion de la démarque inconnue, de « Visibilité Marchandise » et d'étiquetage textile, destinées au secteur du commerce et de la grande distribution. Checkpoint permet aux distributeurs et à leurs fournisseurs de réduire la démarque, d'augmenter la disponibilité des articles en magasin, et de contrôler en temps réel les données afin d'atteindre l'excellence opérationnelle. Les solutions Checkpoint reposent sur 40 ans d'expérience de la technologie RF, diverses solutions de gestion de la démarque, un large portefeuille de solutions d'étiquetage pour le textile, des applications de pointe en RFID, des solutions innovantes de lutte contre le vol dur, et sa plateforme web Check-Net de gestion de commandes. Résultat : les clients de Checkpoint apprécient l'augmentation de leurs ventes grâce à l'amélioration de leurs chaînes logistiques, la simplification de l'impression de leurs étiquettes grâce au système d'impression à la demande, et la possibilité d'offrir aux consommateurs une expérience d'achat améliorée grâce à un accès aux produits facilité. Cotée au NYSE (NYSE : CKP), la société Checkpoint Systems est présente sur chaque marché géographique et emploie 5 600 personnes dans le monde. En savoir plus : [www.checkpointsystems.com](http://www.checkpointsystems.com).

## PRINCIPAUX FAITS MARQUANTS DU GRTB 2011 \*

### La plus grande enquête mondiale sur la démarque inconnue

- En 2011, sur l'ensemble des groupes de grande distribution dans le monde (43 pays), le montant global de la démarque inconnue s'élève à 88,88 milliards d'euros (119,092 milliards de dollars).
- À l'échelle mondiale, le taux moyen de démarque inconnue (marchandises volées ou perdues) est passé de 1,36 % à 1,45 % du chiffre d'affaires, soit une hausse de 6,6 % en un an.
  - Amérique du Nord : 1,58 %, soit un coût de 33,82 milliards d'euros (45,321 milliards de dollars)
  - Amérique Latine : 1,67 %, soit un coût de 4,52 milliards d'euros (6,053 milliards de dollars)
  - Moyen-Orient/Afrique : 1,71 %, soit un coût de 608 millions d'euros (815 millions de dollars)
  - Europe (incluant la Russie) : 1,39 %, soit un coût de 36,28 milliards d'euros (48,615 milliards de dollars)
  - Asie-Pacifique : 1,22 %, soit un coût de 13,65 milliards d'euros (18,288 milliards de dollars)

### La démarque inconnue en Europe

- Le Baromètre analyse les réponses de 586 distributeurs européens (26 pays), dont le chiffre d'affaires total atteint 355,72 milliards d'euros dans 78 689 magasins et boutiques.
- Le taux moyen de démarque inconnue affiché par le secteur du commerce et de la distribution en Europe (incluant la Russie) inverse la tendance à la baisse observée en 2010, passant de 1,29 % à 1,39 %.
- En 2011, la démarque inconnue a coûté aux distributeurs et aux consommateurs européens un total de 36,281 milliards d'euros.
- **Top 5 des articles les plus volés en supermarchés, hypermarchés et magasins d'alimentation :**
  1. Lames de rasoir, produits cosmétiques et soins de la peau (rouges à lèvres, crèmes de beauté, lotions, etc.)
  2. Spiritueux (notamment whisky) et tabac
  3. Produits alimentaires onéreux (fromage, viande fraîche)
  4. Médicaments sans ordonnance, cafés et laits maternisés
  5. DVD, CD
- **Top 5 des articles les plus volés dans les magasins d'habillement :**
  1. Accessoires de mode
  2. Jeans et robes
  3. Vêtements et chaussures de sport
  4. Lingerie, maillots de bain
  5. Articles en cuir (sacs et manteaux)
- Les dépenses en matière de sécurité et de prévention des pertes en Europe ont augmenté en valeur de près de 2 % pour atteindre en 2011 l'équivalent de 0,30 % du chiffre d'affaires du secteur, soit un total de 8,454 milliards d'euros (11,3 milliards de dollars).

**Baisse du nombre d'interpellations pour vols à l'étalage :** Sur plus de 3,2 millions d'arrestations en Europe en 2011, la grande majorité (96 %) correspond à des vols à l'étalage. Les distributeurs européens ont arrêté plus de 3,1 millions de voleurs à l'étalage en 2011 (-3 % par rapport à l'année précédente). L'Europe reste championne du monde de la lutte contre le vol à l'étalage devant l'Amérique du Nord (1,7 millions).

**Définition de la démarque inconnue :** La démarque inconnue correspond à la différence entre le revenu financier que l'entreprise commerciale aurait dû recevoir (en se basant sur les stocks et les achats) et le montant réellement reçu. Cette différence correspond au vol à l'étalage des clients, vol interne (coulage), erreurs des fournisseurs et erreurs administratives.

**Définition de la criminalité :** La criminalité correspond aux délits commis par la clientèle, aux délits commis par le personnel, aux vols commis par les fournisseurs et aux pertes le long de la chaîne de distribution, ainsi qu'aux dépenses de sécurité et de prévention des pertes.

**\* Rappel méthodologique :** cette étude mondiale a été menée auprès de 1 187 grands groupes de distribution dans 43 pays différents (Amérique du Nord, Amérique Latine, Europe, Moyen-Orient/Afrique, Asie Pacifique), sur la base d'une période de 12 mois qui s'est terminée en juin 2011. Des questionnaires ont été adressés aux responsables de la sécurité, aux directeurs financiers ou aux personnes responsables du secteur fonctionnel de la prévention des pertes des 4 750 enseignes parmi les plus grandes dans le monde. Taux de remontée de 25 % (en hausse par rapport à 2010).  
Taux de change utilisé pour les recherches : 1\$ = 0,7463 €