



LIVRE BLANC 2009

« RECESSION ET CRIMINALITE DANS LE COMMERCE »

Par le Professeur Joshua Bamfield, Directeur du *Centre for Retail Research*

Un phénomène qui s'amplifie

La récession mondiale a touché de manière différente chaque pays. Mais dans tous, l'impact du ralentissement économique s'est fait rapidement sentir. La distribution a été l'un des premiers secteurs d'activité touché, avec un impact négatif considérable sur les ventes et la rentabilité. Les schémas d'achat en magasin ont évolué ; les clients sont devenus plus économes dans leurs habitudes de dépenses (Verdict, 2009 ; Bamfield, 2009). Alors que certains distributeurs ont largement bénéficié de nouvelles conditions dans le commerce et la distribution, il a été dit au *World Retail Congress 2009* que dans chaque pays, virtuellement, tous les types de commerces sont confrontés à la période la plus difficile depuis plusieurs décennies.

Les schémas de la criminalité dans le commerce ont également connu une évolution. En plus d'un contexte défavorable, les distributeurs se trouvent à présent confrontés à une augmentation significative de la plupart des types d'actes criminels commis dans les magasins, touchant l'ensemble des marchés verticaux. **La hausse des vols à l'étalage, des vols commis par le personnel, des cambriolages, des vols à main armée, des actes criminels et escroqueries relevant du grand banditisme dans le commerce et la distribution a mis encore davantage de pression sur les marges bénéficiaires.** Il ne s'agit pas là d'un problème universel qui affecte *tous les* distributeurs, mais il existe des signes forts indiquant qu'une majorité d'entre eux est confrontée à de sérieux problèmes de criminalité : hausse des actes criminels commis tant par opportuniste que par des professionnels, ou encore violence et menaces à l'encontre des employés.

Le Baromètre Mondial 2009 du Vol dans le Commerce et la Distribution

Le Centre for Retail Research compte bien révéler cette année des faits importants qui sous-tendent la progression de la criminalité et de la démarque inconnue grâce à la nouvelle édition du *Baromètre Mondial du Vol dans le Commerce et la Distribution (GRTB)*, pour lequel des questionnaires ont été adressés en mai et en juin. Cette enquête mettra en évidence les pays les plus gravement affectés, les types d'articles dérobés, et les changements intervenus dans les schémas de la criminalité dans le secteur de la distribution par rapport aux années précédentes.

Le *Baromètre Mondial du Vol dans le Commerce et la Distribution (GRTB)* est la plus vaste enquête au monde sur la criminalité et les pertes enregistrées dans le commerce, couvrant 42 pays en 2009. Rédigé par le Centre for Retail Research, le Baromètre est financé par une subvention indépendante de la société Checkpoint Systems, Inc.. **Dans le précédent rapport, nous avons soulevé la possibilité selon laquelle la criminalité dans le commerce et la démarque inconnue pourraient connaître une nette recrudescence en 2009 – à l'inverse de la tendance à la baisse observée les cinq années précédentes (GRTB, 2008).** A l'évidence, ce phénomène commence d'ores et déjà à se produire. La plupart des responsables de la prévention des pertes s'accordent sur le fait que le problème de la criminalité dans le secteur de la distribution a atteint des proportions inégalées ces dix dernières années.

Les Coûts de la Criminalité

En 2008, le Baromètre GRTB et les autres études nationales sur le sujet révèlent que, dans tous les pays, l'impact de la criminalité dans le commerce est inférieur en moyenne à ce qu'il a été pendant de nombreuses années. La démarque inconnue est tombée à 1,34 % du chiffre d'affaires du secteur. Néanmoins, le coût financier est encore énorme – le coût de la criminalité** pour les distributeurs à travers le monde s'élève à 112,8 milliards de dollars, soit l'équivalent de 229,73 dollars par famille (*Baromètre Mondial 2008 du Vol dans le Commerce et la Distribution*). Il est important de noter que ce coût annuel de la criminalité de 112,8 milliards de dollars est supporté par les distributeurs et les consommateurs, et non par la fiscalité.

La Criminalité augmente-t-elle ?

Les rapports des distributeurs et de la police révèlent un lien entre le chômage et la criminalité dans le secteur de la distribution. Ainsi, **selon une étude européenne réalisée en janvier-février 2009 par le Centre For Retail Research, près de 40 % des distributeurs interrogés en Italie, Allemagne, Royaume-Uni et France ont constaté une hausse du vol à l'étalage pratiqué par la clientèle du fait de la récession par rapport aux six mois précédents (Bamfield, 2009).**

Les sources policières aux Etats-Unis, au Royaume-Uni et en Australie sur la même période mettent l'accent sur une augmentation sensible des vols dans le commerce, qu'elles lient à la récession. Il a été constaté aux Etats-Unis une augmentation importante des vols à l'étalage et des actes criminels commis par les employés (les rapports d'information des différentes régions comprennent Dorfman, 2008 ; Boyce, 2008 ; Husty, 2008 ; et Gary, 2008). Au Royaume-Uni, les chiffres de la police révèlent une augmentation des vols à l'étalage sur douze mois de 22 % dans le Nord-Est et de 11 % à Londres (*Retail Bulletin*, 2009 ; BBC, 2009a). En Australie, Silvester (2008) traite de la manière dont les services de police australiens font face à l'augmentation des vols à l'étalage et des autres actes criminels dans le secteur de la distribution.

Les distributeurs ne sont pas les seuls à être touchés par ce phénomène. **Un rapport sur la criminalité des employés dans 392 entreprises des secteurs de la production et des services (publié dans le Wall Street Journal) montre que 18 % des entreprises interrogées estiment que les vols d'espèces commis par les employés ont augmenté depuis l'année précédente.** Près d'un quart d'entre eux ont constaté une augmentation d'actes criminels divers, commis par les employés contre les biens (Needleman, 2008). Il est rapporté qu'au Royaume-Uni, les escroqueries aux assurances ont connu une hausse de 30 % d'une année sur l'autre (BBC, 2009b), tandis qu'en Italie, les militaires patrouillent dans les rues afin de combattre la montée de la criminalité (BBC, 2008).

Bien que le résultat réel fin 2009 puisse être moins alarmiste que ne le suggèrent ces rapports, il y a des signes forts qui indiquent que la plupart des formes d'actes criminels contre les biens augmentent actuellement dans de nombreux pays – voire dans tous. Néanmoins, de nombreux distributeurs indiquent que ce schéma est variable selon les régions.

Pourquoi y a-t-il davantage de vols pendant une récession ?

Il est probable que la récession, le chômage, les incertitudes, les revenus plus faibles et la peur de l'avenir rendent *certaines* personnes plus disposées à voler ou à surmonter leurs réticences à l'égard de l'achat de biens volés. Sans chercher à minimiser leurs actes criminels, d'autres peuvent considérer que les échecs nationaux et internationaux du monde des affaires, à l'origine de la crise bancaire et de la récession mondiale, dévaluent l'honnêteté et leur donnent un certain droit à voler.

** Le « coût de la criminalité dans le commerce et la distribution » est défini dans le GRTB comme le total des pertes causées par les voleurs à l'étalage/les vols commis par les clients + les vols des employés + les vols dans la chaîne logistique + les frais de prévention des pertes.

Les différentes tendances du vol

Les distributeurs de plusieurs pays ont indiqué que, parallèlement au fait que les clients se détournent des produits onéreux pour se rabattre sur les marques propres et sur les petits prix, un éventail plus large de produits est à présent dérobé par les voleurs. Le vol de barquettes de viande, produits ménagers, fromages et teintures capillaires bon marché ont tous augmenté, tout comme la demande pour ces articles émanant de clients honnêtes.

Ce phénomène intervient alors que l'on continue encore à voler des articles à forte valeur ajoutée comme les lames de rasoir, les parfums, les DVD, les jeux électroniques, les téléphones Apple, les consoles Wii, les lunettes de soleil, les vêtements, les accessoires de mode et les appareils électroportatifs.

De nombreux distributeurs signalent une augmentation du nombre de voleurs « amateurs » et un développement du grand banditisme, se traduisant par des vols massifs et davantage de violences et d'intimidations à l'encontre des employés.

Il est probable que les vols commis par les employés seront également en augmentation, bien qu'à ce stade les signes soient moindres que pour la hausse des vols à l'étalage. Notons également une augmentation significative des vols à main armée et des cambriolages.

Est-ce inévitable ?

Le problème lorsqu'on parle de criminalité *induite par une récession* est que cette expression implique que chaque distributeur enregistrera une hausse de la criminalité inévitable – au même titre que l'on ne peut éviter une inondation importante ou un cyclone. Néanmoins, le GRTB montre que chaque année, une minorité significative d'enseignes améliore ses chiffres en matière de démarque inconnue et de criminalité, même lorsque la plupart des entreprises de leur pays subissent des résultats négatifs. Ainsi, alors que les tendances actuelles de la criminalité indiquent que tous les distributeurs sont confrontés à un enjeu majeur, une augmentation des coûts de la criminalité peut fort bien ne pas être inévitable.

Chaque distributeur doit être conscient des nouvelles tendances de la criminalité, surveiller si ses magasins et ses autres sites mettent bien en œuvre les procédures de prévention des pertes, vérifier l'embauche des nouveaux employés, assurer le retour d'information, mettre l'accent sur la formation et la communication en matière de lutte contre la démarque inconnue, et élever le poste de prévention des pertes dans l'entreprise. Comme l'ont fait remarquer de nombreux commentateurs, la prévention des pertes consiste à mettre en place différentes procédures plutôt qu'une seule brillamment.

Les dépenses consacrées à la prévention des pertes

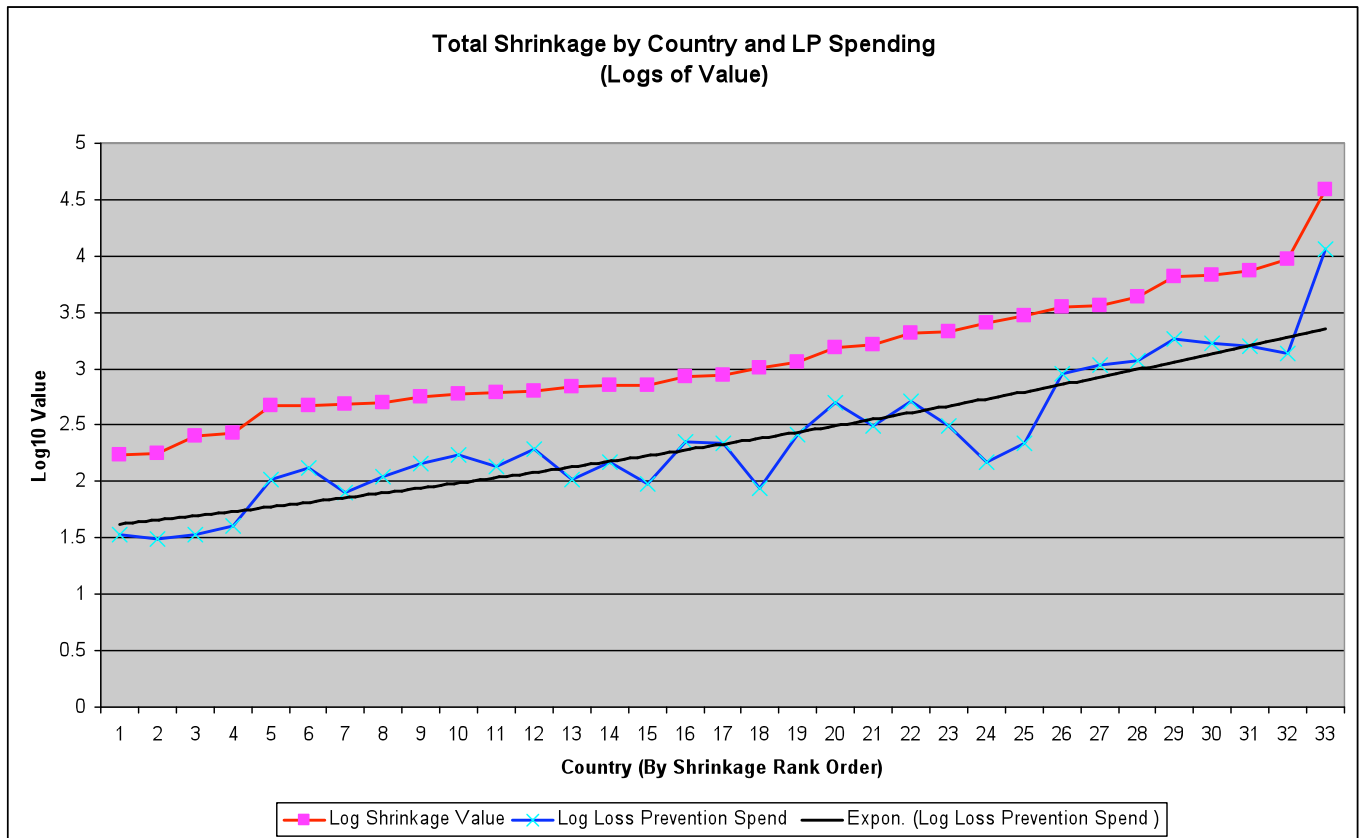
Le distributeur examine soigneusement le montant consacré à chaque poste budgétaire, incluant la lutte contre la démarque inconnue. Les directeurs et vice-présidents chargés de la prévention des pertes indiquent cette année que le budget alloué est très limité et qu'ils doivent tirer le meilleur parti de ce qu'ils ont reçu. **Mais dans un environnement commercial incertain, où il est tout aussi difficile de gérer la progression des ventes que le contrôle des coûts d'exploitation, la prévention des pertes et la réduction de la démarque inconnue représentent un poste où des améliorations de la rentabilité nette peuvent être réalisées.**

Réduire les budgets de prévention des pertes au moment où la criminalité potentielle augmente pourrait être une approche à très courte vue – tout particulièrement si les pertes liées à la démarque inconnue et à des ruptures de stock plus élevées se révèlent bien supérieures aux avantages retirés par les distributeurs d'une réduction des budgets de prévention des pertes.

Chaque distributeur doit évidemment faire ses propres choix. Les programmes de lutte contre la démarque inconnue qui traitent de problèmes tels que l'amélioration des résultats de prévention des pertes dans les magasins fortement touchés par ce phénomène, les nouveaux procédés pour réduire les pertes dans les gammes de produits les plus sensibles, et la réalisation d'enquêtes sur les vols commis par les employés, peuvent se révéler rapidement payants. La règle 80-20 de Pareto conserve une large applicabilité dans la prévention des pertes : un responsable sécurité qui sait choisir avec soin et discernement son programme peut voir les performances de son magasin s'améliorer considérablement. Ceci est encore plus important maintenant que les gains obtenus dans la réduction de la démarque inconnue sont menacés.

La Figure 1 montre la relation entre la démarque inconnue totale par pays et les dépenses totales consacrées à la prévention des pertes (toutes deux exprimées sous forme de logarithmes). Elle indique qu'en dépit de certaines fluctuations autour de cette tendance, il existe une relation entre les pertes liées à la démarque inconnue et les dépenses consacrées à la prévention des pertes. **Les pays qui ont une démarque inconnue plus élevée investissent davantage dans la sécurité pour conserver la maîtrise du problème.** A l'heure où les distributeurs sont menacés, dans des conditions mondiales difficiles, avec un risque d'augmentation de la criminalité et de la démarque inconnue, les entreprises ont besoin de s'assurer que toutes les mesures de prévention nécessaires ont bien été prises pour combattre les pertes liées à la criminalité, auxquelles elles se trouvent potentiellement confrontées.

Figure 1



[source : calculé d'après le GRTB 2008]

Dans l'ensemble, les distributeurs ont investi 25,5 milliards de dollars en 2008 dans la prévention des pertes et la sécurité, ce qui équivaut à 0,33 % du chiffre d'affaires du secteur. Sur ce total, plus de la moitié (54,8 %) a été investie en personnel de sécurité, qu'il s'agisse d'employés en interne ou embauchés auprès d'entreprises tierces. Les employés chargés de la prévention des pertes constituent une part importante de la sécurité dans le commerce, mais la vérité est qu'ils ne peuvent identifier qu'une petite partie de ce qui est dérobé par les criminels. Les chiffres du GRTB 2008 indiquent que les voleurs appréhendés par les distributeurs n'étaient responsables que de 3,4 % des montants volés, même en Amérique du Nord le taux n'est que de 5,7 % (GRTB, 2008).

Sans pour autant remettre en cause l'intérêt qu'il peut y avoir à faire appel à des agents de sécurité, la lutte contre la démarque par la dissuasion ou la prévention des activités criminelles peut s'avérer une politique plus efficace que l'arrestation des voleurs en soi. Les clients ou les employés seront tentés de voler s'ils considèrent qu'il est relativement facile de le faire et que les risques d'être détectés sont faibles. **Il se pourrait bien qu'un plus grand nombre de personnes soit disposé à s'essayer au crime en période de récession, mais le facteur clé qui influe sur le fait que les gens essaient ou non de voler tient au rapport notionnel risque/récompense qu'ont ces personnes vis-à-vis de tels actes criminels.** S'ils ont réussi une fois, la rentabilité de leur vol peut alors renforcer leur inclination, les rendant plus confiants et désireux de voler une prochaine fois. **Dans les pays où le système judiciaire criminel est perçu comme étant faible dans son traitement des personnes appréhendées pour vol en magasins**, cela fera naturellement pencher de plus en plus le rapport risque/récompense en faveur du vol.

Références

- Bamfield, J. (2009) *Coping with adversity: European retailers and the credit crunch*, Nottingham: Centre for Retail Research.
- BBC (2009) 'Figures show business crime rise', *BBCNews24*, 16 avril 2009
<http://news.bbc.co.uk/1/hi/england/london/8002195.stm>
- BBC (2008) 'Italian troops to patrol cities' *BBCNews24*, 20 juillet 2008
<http://news.bbc.co.uk/1/hi/world/europe/7532817.stm>
- BBC (2009) 'Recession "fuels insurance fraud"', *BBCNews24*, 15 avril 2009
<http://news.bbc.co.uk/1/hi/business/8000630.stm>
- Boyce, B. (2008) 'Lack of jobs leads to more shoplifting, official says', *Tribune-Star*, 6 décembre 2008
http://www.tribstar.com/news/local_story_341234113.html
- Clements, A. (2009) 'Beating the new crime wave', *Retail Week*, 27 mars 2009, pp. 40-1.
- Dorfman, B. (2008) 'Thieves prowl stores more as economy slumps', *Reuters*, 18 novembre 2008
<http://www.reuters.com/article/GCA-Economy/idUSTRE4AH77C20081118>
- Gary, A. (2008) 'Stores guard against theft as economy slumps', *Business Rockford*, 24 novembre
<http://www.rrstar.com/homepage/x415850487/Stores-guard-against-theft-as-economy-slumps>
- GRTB (2008) *The Global Retail Theft Barometer 2008*, Nottingham: Centre for Retail Research.
- Husty III, D. (2008) 'Shoplifting in Lee County soars as economy sours: Thefts up 76.8 percent in Cape, 73.5 in Fort Myers since '06', *News-Press*, 7 décembre 2008
<http://www.news-press.com/article/20081207/BUSINESS/812070393/1075>
- Needleman, S.E. (2008) 'Businesses say theft by their workers is up', *Wall Street Journal*, 11 décembre 2008
http://Online.Wsj.Com/Article/SB122896381748896999.Html?Mod=Googlenews_Wsj
- Retail Bulletin (2009) 'Shoplifting up almost a quarter across North East', *The Retail Bulletin*, 1^{er} avril 2009
http://www.theretailbulletin.com/news/shoplifting_up_almost_a_quarter_across_north_east_01-04-09/?u=34056
- Retail Week (2009) 'Is the worst of the global downturn behind us?' *Retail Week*, 15 mai 2009, pp. 18-20.
- Silvester, J. (2008) 'Crime changes direction as economy heads south', *The Age*, 24 novembre 2008
<http://www.theage.com.au/national/crime-changes-direction-as-economy-heads-south-20081123-6etq.html>
- Verdict (2009) *The Impact of the Credit Crunch on European Retail*, London: Datamonitor.