

DÉMARQUE INCONNUE

LA PRÉVENTION

made in US

Très utilisée depuis une quinzaine d'années dans les pays anglo-saxons pour lutter contre la démarque inconnue, la *loss prevention* l'est beaucoup moins en France. Pour l'instant, seules quelques enseignes internationales, notamment de prêt-à-porter et de fournitures de bureau, l'ont instaurée dans leurs magasins français. Cette méthode de prévention est complémentaire des techniques de protection classiques (vidéo-surveillance, détection des produits...). Elle suppose un audit des points de vente et la mise en place de procédures de formation et de sensibilisation du personnel au risque de démarque inconnue, d'origine interne et externe. «Aujourd'hui, les distributeurs se concentrent sur des solutions techniques parfois coûteuses qui ne règlent pas complètement



Benoît Robet, fondateur de la société Loss Prevention :
«Pour réduire la démarque inconnue, il faut aussi sensibiliser et former le personnel de vente.»

la question, en particulier s'il s'agit de la démarque qui relève des salariés, explique Benoît Robet, fondateur de la société Loss Prevention. Avec la *loss prevention*, une enseigne française d'accessoires a réussi à faire baisser sa démarque inconnue d'origine interne de 17% à 7%.» À suivre. ■

MARYLINE LE THEUF