



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

**Embargo – Mercredi 21 octobre, 10 h.**

### **LES PERTES ÉCONOMIQUES DANS LES COMMERCE DE DÉTAIL AU QUÉBEC, 2008- 2009**

**Montréal, le 21 octobre 2009** – Le Conseil québécois du commerce de détail (CQCD) a dévoilé aujourd'hui en conférence de presse les résultats bisannuels d'un sondage réalisé par Altus Géocom, pour le compte du CQCD, portant sur les pertes économiques subies par les commerces de détail au Québec dans les chaînes et chez les détaillants indépendants du Québec, excluant les concessionnaires automobiles.

#### ➤ **Les niveaux des pertes dans le commerce de détail**

Ce sont des pertes économiques annuelles de près de 900 millions de dollars qu'enregistre le secteur du commerce de détail du Québec en 2008-2009. C'est au niveau des biens courants\* que sont estimées les pertes les plus élevées avec près de 600 millions \$ par année. Les biens semi-durables et durables\*\* viennent au second rang avec des pertes de plus de 200 millions \$ annuellement.

#### ➤ **La provenance des pertes**

Les pertes subies sont attribuables à 37 % aux vols et aux fraudes effectués par les employés et à 35 % aux vols à l'étalage. Les fraudes des consommateurs constituent 12 %. Les erreurs administratives et les fraudes ou erreurs des fournisseurs constituent également, à 12 %, la source des pertes.

#### ➤ **Les types de voleurs et leurs motivations**

Majoritairement, l'adulte, l'homme à 59 % suivi de la femme à 30 %, représentent les types de voleurs. Nous constatons également une proportion de 10 % d'adolescents (13-17 ans) qui commettent les vols. L'utilisation personnelle du bien volé lors de vols à l'étalage dans ce cas-ci, 46 % et 51 % dans les situations de vols internes constitue le principal motif. L'affiliation à un gang représente la motivation de l'ordre de 9 % pour les vols à l'étalage et de 5 % pour les vols internes.

#### ➤ **Fraudes électroniques**

Pour les détaillants (49 %) dont les clients peuvent acheter de la marchandise sur leur site Internet transactionnel, 74 % ont subi des fraudes par carte de crédit et 13 % ont subi d'autres types de fraudes.

#### ➤ **Outils de prévention utilisés**

##### **Moyens humains**

Les mesures préventives humaines utilisées par les détaillants représentent à 87 % la formation/sensibilisation des employés, la vérification des sacs (77 %), le contrôle ou la surveillance de la réception des biens (66 %) et la pratique de clients « mystères » (51 %).

\* Biens courants : Supermarchés et épicerie, dépanneurs et spécialistes, pharmacies

\*\* Biens semi-durables et durables : Meubles, accessoires pour la maison, ordinateurs et logiciels, appareils électroniques et électroménagers, centres de rénovation et quincailleries, matériaux spécialisés et jardinage, articles de sport, passe-temps, musique et librairies, magasins de marchandises diverses, magasins à rayons.

### **Moyens matériels**

Le coffre-fort constitue encore l'un des moyens les plus employés (89 %) par les détaillants, suivi par les câbles, verrous, chaînes, etc. (53 %), les affiches dissuasives contre le vol (51 %) et les miroirs de surveillance (45 %).

### **Moyens électroniques**

Les systèmes d'alarme traditionnels (92 %) et les systèmes de caméras en circuit fermé (79 %) occupent toujours le premier et deuxième choix en regard des moyens électroniques retenus contre les voleurs. Les étiquettes antivol se situent au 3<sup>e</sup> rang (62 %) et les dispositifs de sécurité pour les biens en étalage (47 %) sont également les outils de prévention privilégiés.

Au cours des douze (12) prochains mois, les détaillants miseront sur la formation/sensibilisation des employés (17 %), la mise en place des étiquettes antivol (13%), le coffre-fort et la vérification des sacs également (11 %) comme outils de prévention efficaces.

### **➤ Augmentation des incidents**

Globalement, 54 % des détaillants évaluent que les incidents ont augmenté, soit 10 % de plus qu'en 2007. De plus, la valeur moyenne des biens prélevés par vol à l'étalage est de 227 \$, tout près de 100 \$ de plus qu'en 2007, (138,50 \$), soit une augmentation de 64 %.

« La prévention demeure, encore aujourd'hui, le meilleur moyen pour contrer ce fléau, avec une campagne de sensibilisation sur le vol à l'étalage auprès de la population. Celle-ci pourrait avoir un impact positif à court et à moyen terme, car c'est un problème coûteux qui nous concerne tous, et on peut déceler une augmentation des vols en période économique difficile » ,souligne Me Gaston Lafleur, président-directeur général du CQCD.

Le CQCD désire remercier ADT Sensormatic et Altus Géocom, ainsi que leur équipe, pour la réalisation de ce sondage. Celui-ci a été effectué auprès de répondants représentant environ 162 000 employés répartis dans plus de 4 250 magasins au Québec, entre juillet et août 2009. Les ventes des répondants sont estimées à plus de 25,8 milliards de dollars en 2008 au Québec seulement.

*Le Conseil québécois du commerce de détail (CQCD) est fier de promouvoir, représenter et valoriser le secteur du commerce de détail et les détaillants qui en font partie afin d'assurer le sain développement et la prospérité du secteur. Le CQCD est une association regroupant des entreprises du commerce de détail et de la distribution touchant plus de 70 % des activités du secteur du commerce de détail au Québec et est un interlocuteur incontournable de cet important secteur économique au Québec.*

Source : Conseil québécois du commerce de détail  
Site Internet : [www.cqcd.org](http://www.cqcd.org)

Information : Gaston Lafleur, président-directeur général  
Céline Ducharme, conseillère aux communications  
Conseil québécois du commerce de détail

Téléphone : (514) 842-6681, poste 200 · 1-800-364-6766