

## Commerce et distribution : comment garantir la quiétude des salariés et des clients ?

### *Le témoignage de GIFI*

Toutes les entreprises de commerce et de grande distribution doivent faire face à des tentatives de vol et de malveillance : fraude, intrusion, agression physique et verbale font malheureusement partie du quotidien de nombreux points de vente. La sécurisation des clients et du personnel, la lutte contre la démarque inconnue<sup>1</sup> et contre les dégradations font partie des missions primordiales des services Sécurité et Sûreté.

Enseigne française leader de l'équipement de la maison et de la famille à petit prix, le groupe GIFI, basé à Villeneuve-sur-Lot, met en place une nouvelle stratégie de sûreté des magasins. Elle s'appuie sur le déploiement d'un système de vidéosurveillance et sur une structure organisationnelle adaptée.

### La vidéosurveillance : outil de prévention et d'action

Attentive aux comportements ou aux actes pouvant affecter l'intégrité des personnes et des biens, la direction du groupe GIFI procède à l'embauche d'un responsable de la sûreté mi-2012. Sa mission principale est de procéder à un diagnostic, puis à la mise en œuvre de solutions opérationnelles. Un axe prioritaire d'amélioration se dégage : la protection des magasins. Incivilités de la part des clients, tentatives de vol, voire agressions sont identifiés comme des risques importants, et comme des facteurs de stress pour les salariés. La lutte contre la démarque inconnue constitue parallèlement un combat quotidien pour les équipes.

Il est donc décidé d'investir dans un système de vidéosurveillance afin de mieux assurer la sécurité du personnel et des clients tout en veillant à la protection des marchandises et des locaux.

Jusqu'en 2012, peu de magasins du réseau GIFI étaient équipés. Les représentants du personnel, demandeurs de ce type d'équipement, ont été consultés sur le projet.

Techniquement, les établissements du groupe bénéficient, à l'intérieur comme à l'extérieur, de caméras de surveillance infrarouges à haute résolution, et de portée variable. Le système - dûment déclaré auprès des organismes concernés - dispose d'enregistreurs numériques permettant à la fois la vision directe et différée. Dans ce contexte, des extractions peuvent être réalisées dans les limites fixées par la Loi, afin d'être remises le cas échéant aux autorités judiciaires.

<sup>1</sup> La démarque inconnue est la différence constatée entre le stock théorique comptable et le stock réel physique contrôlé lors des inventaires. Conventionnellement elle est exprimée en pourcentage du chiffre d'affaire HT.

Le déploiement de ce système s'effectue peu à peu sur l'ensemble du réseau. Il a montré son efficacité contre la démarque inconnue et nous pouvons rappeler sur ce point que l'indice du baromètre mondial du vol dans le commerce et la distribution pour la France est de 1,4 % du CA HT, alors qu'il n'est que de 1,13 % chez GIFI. Il faut noter que l'un des écrans de la vidéosurveillance est situé à l'entrée des magasins, et indique clairement au public l'existence d'une surveillance active et dynamique dans l'établissement.

Un premier bilan fait apparaître que ce système s'est également illustré dans le cadre d'enquêtes sur des cambriolages et d'autres vols aggravés. Les services de police et de gendarmerie y ont eu recours afin d'identifier les auteurs et de les appréhender.

Les investissements en matériel et en formation sont donc confirmés pour les années à venir.

Au-delà de la mise en place d'installations techniques (vidéosurveillance, télésurveillance anti-intrusion, incendie etc.), les personnels responsables de magasins suivent un parcours de formation dédié aux actions de sûreté et de sécurité. Pour l'un et l'autre de ces domaines, 6 sessions de formation sont organisées chaque année dans les locaux du groupe à Villeneuve-sur-Lot. D'autres actions formatrices ou de sensibilisation sont également menées via des modules d'e-learning à destination de tous.

## Une nouvelle organisation pour plus d'efficacité et de proximité

En prolongement de ces actions, un nouveau Service Opérationnel a été créé, regroupant désormais la Sécurité, la Sûreté, les Enquêtes et les Contrôles Internes.

Ces différents départements étaient auparavant dispersés sous différentes directions (RH et DAF principalement). La constitution d'un nouveau service permet d'affirmer l'importance accordée à ces sujets, et de mutualiser les moyens pour une efficacité renforcée. Ainsi le lien direct avec les magasins est assuré par les contrôleurs internes qui tissent une relation de proximité et de confiance avec les divers acteurs des magasins.

Les équipes du service opérationnel Sûreté, Sécurité, Enquêtes et Contrôles, sillonnent le réseau pour s'assurer de la bonne mise œuvre de la politique globale de sûreté/sécurité. La mise en place opérationnelle des procédures et des équipements est ainsi facilitée.

Ce partage d'expérience permet de souligner les facteurs clés de succès au sein d'une branche particulièrement exigeante en termes de sécurité et de sûreté comme le *retail*<sup>2</sup>. Une grande proximité et la maîtrise de l'information en interne et en externe sont les pré-requis nécessaires afin d'anticiper les situations à risque, et de pouvoir réagir rapidement face à tout incident. Comme nous l'explique en conclusion Thierry BOUKHARI, Directeur Délégué du Groupe : « **GIFI est une enseigne à taille humaine, nous sommes attentifs à la formation du personnel, à la conception et à la sécurisation des lieux de travail. Le bien-être de nos clients et de nos salariés en dépend** ».

<sup>2</sup> Le retail ou commerce de détail consiste à vendre des marchandises dans l'état où elles sont achetées (ou après transformations mineures) généralement à une clientèle de particuliers, quelles que soient les quantités vendues. (définition INSEE).

### ➤ A propos de GIFI :

Fondé en 1981 par Philippe GINESTET, actuel Président Directeur Général, GIFI est l'enseigne leader en France spécialisée dans l'équipement de la maison et de la famille à petit prix.

Le chiffre d'affaires annuel TTC de l'enseigne au 30 septembre 2013 est de 977 M€, en progression de 8,1%. L'enseigne, qui bénéficie d'un fort dynamisme commercial, souhaite poursuivre son expansion, par le biais d'ouvertures de points de vente en propre et en concession d'enseigne, et par l'extension de certaines de ses surfaces de vente existantes. L'objectif est d'atteindre un parc de 500 magasins en 2017.

A fin octobre 2014, le réseau compte 420 magasins GIFI (dont 36 en concession) et regroupe 4 800 collaborateurs.

[www.gifi.fr](http://www.gifi.fr)

### ➤ A propos de PREVENTICA :

Depuis 15 ans, les Congrès/Salons Préventica sont organisés dans les régions de France, à raison de **2 rendez-vous par an**. L'événement est aujourd'hui la **référence nationale** pour tous les acteurs de la maîtrise des risques, tant dans l'entreprise que dans les services publics.

En permettant réflexions, retours d'expériences et rencontres professionnelles sur les **conditions du bien-être au travail**, aussi bien que sur les **enjeux de la sécurité globale des entreprises**, les Congrès/Salons Préventica s'inscrivent depuis leur origine dans le champ du développement durable des organisations.

380 stands et plus de 120 conférences sont à la disposition des visiteurs issus de tous les secteurs d'activité : BTP, Industrie, Santé, Grande Distribution, Tertiaire, Administration, Collectivités territoriales...

Toulouse accueillera les 9, 10 et 11 juin, au Parc des Expositions, la **28ème édition nationale de Préventica**.

### Contacts presse

#### Préventica :

Marie-Laure Thomas

[marie-laure@preventica.com](mailto:marie-laure@preventica.com)

Tél. 05 57 54 34 85

#### GIFI :

Sylvie Tazuin

[sylvie.tauzin@gifi.fr](mailto:sylvie.tauzin@gifi.fr)

Tél. 05 53 40 54 64