



17e étude annuelle Consommateurs

# Augmenter les bénéfices

Faire face aux défis  
les plus importants  
du commerce et de la  
distribution

Exploitation des informations pilotées par les données et solutions d'analyse avancées : découvrez les clés du succès à long terme des enseignes dans le secteur dynamique du commerce et de la distribution pour identifier les risques, détecter les tendances et mettre en œuvre des stratégies qui protègent les bénéfices tout en optimisant l'expérience d'achat.



## Réduction des pertes : protéger les bénéficies

La gestion des pertes dans le commerce et la distribution demeure un défi de taille pour la plupart des enseignes. De nombreux décideurs font face à des pressions croissantes en faveur de la réduction des vols et des pertes. Ils sont également appelés à diminuer le volume de produits qu'ils ne peuvent pas revendre en raison de retours ou d'erreurs de stock. Ils doivent mettre en œuvre une stratégie de gestion des pertes adaptée à l'expérience client. Les enseignes se tournent vers la technologie pour optimiser la gestion des stocks et renforcer la sécurité en magasin sans pour autant éroder la satisfaction client ou les bénéficies.

### Des enjeux de taille : les enseignes confrontées à la fraude et au vol



Réduire la fraude/les pertes est un défi de taille

### Surveillance appropriée requise pour contrôler les pertes dans les caisses en libre-service



Les caisses en libre-service connaissent des problèmes majeurs de vols et de pertes en magasin



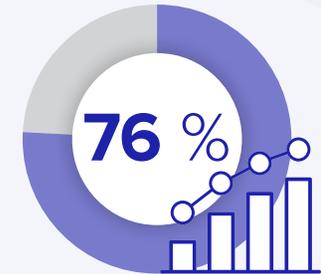
Un vendeur doit superviser les caisses en libre-service pour réduire les pertes

### Les enseignes considèrent la technologie de pointe comme l'avenir de la prévention des pertes

Les décideurs sont convaincus que la technologie peut réduire les pertes

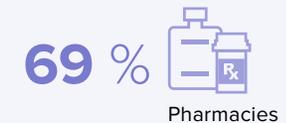
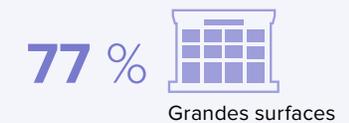


### Les enseignes accélèrent les investissements dans la prévention des pertes et la protection des actifs



des décideurs envisagent d'augmenter les investissements dans la prévention des pertes et la protection des actifs

Par secteur :



# Prévention des pertes

## Gestion des risques et protection des opérations

La perte est aujourd'hui une triste réalité pour les enseignes. Elle pèse lourdement sur les opérations quotidiennes et fait appel à des ressources déjà trop sollicitées. Si elle constitue depuis toujours un défi, l'incidence croissante du vol et de la fraude intensifie encore la pression. Soixante-dix-huit pour cent des décideurs déclarent aujourd'hui faire l'objet de pressions intenses pour gérer le vol et les pertes. Ce chiffre a augmenté de six points de pourcentage ces douze derniers mois et souligne une urgence croissante.

Les problèmes de sécurité sont maintenant tout aussi urgents que les pertes financières. Face à la forte progression des vols et de la délinquance, plus de huit vendeurs sur dix déclarent ne pas se sentir en sécurité sur leur lieu de travail, et ils sont aussi nombreux à s'inquiéter de l'absence de technologies pour détecter les menaces et y répondre. Ces inquiétudes se répercutent sur l'ensemble des opérations en magasin, et affectent les performances, l'engagement et la stabilité du personnel. Lorsque les vendeurs ne sentent vulnérables et mal soutenus, il devient de plus en plus difficile pour les enseignes d'assurer le bon déroulement des opérations et de répondre aux attentes des clients, avec à la clé une aggravation des défis opérationnels auxquels elles sont confrontées.

### Explosion des pertes en magasin

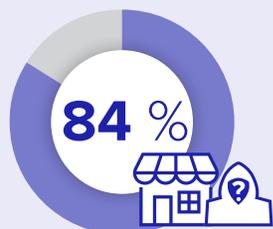


des décideurs signalent une augmentation des pertes en magasin au cours des 12 derniers mois

Pourcentage de répondants qui signalent une augmentation du taux de perte par région :

Asie-Pacifique	Europe	Amérique latine	Amérique du Nord
54 %	49 %	44 %	57 %

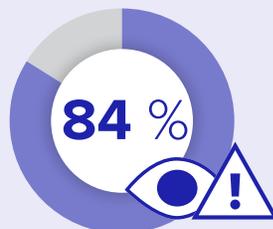
### Montée en flèche des inquiétudes liées à la sécurité



des vendeurs s'inquiètent pour leur sécurité face à la montée des vols et de la délinquance en magasin

Par région :

Asie-Pacifique	Europe	Amérique latine	Amérique du Nord
73 %	85 %	87 %	89 %



des vendeurs regrettent l'absence de technologies visant à identifier les menaces ou les activités criminelles

Par région :

Asie-Pacifique	Europe	Amérique latine	Amérique du Nord
72 %	87 %	92 %	87 %

### Contrôle des vols et des pertes : décideurs sous pression

78 % <sup>+6 pp sur un an</sup>

des décideurs estiment être soumis à de fortes pressions pour réduire les vols et les pertes

# Mesures de sécurité

## Concilier sécurité et expérience d'achat



La forte progression de la délinquance attise les inquiétudes en magasin

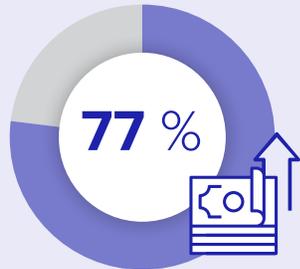
**71 %**

des clients s'inquiètent des niveaux élevés de vols et de criminalité dans les magasins qu'ils fréquentent

**Les problèmes de sécurité ont un impact grandissant sur l'expérience en magasin, car des mesures telles que le verrouillage des vitrines et la hausse des prix affectent le consommateur.** La montée de la délinquance en magasin préoccupe les clients, et 71 % d'entre eux s'inquiètent du nombre de vols dans les enseignes où ils font leurs courses. Parce que le vol mène à une augmentation des coûts, 77 % des consommateurs craignent une flambée des prix qui grèverait leur budget et les inciterait souvent à réduire leurs dépenses. Bien que maintenir la rentabilité soit un impératif fondamental, les hausses de prix pourraient pousser les clients à se rendre chez un concurrent dont les prix sont moins élevés ou le choix est plus étendu, en ligne comme en magasin.

Confrontées à ce dilemme, les enseignes renforcent les mesures de sécurité et améliorent les outils de gestion des stocks. Toutefois, ces initiatives sont parfois sources de frictions pour le client. Les ruptures de stock dues au vol ou à des problèmes opérationnels peuvent créer des espaces vides en rayon qui frustrent encore plus le consommateur. Les décideurs du commerce et de la distribution privilégient les solutions qui protègent les stocks tout en augmentant le confort d'utilisation des clients, et ont pour objectif de maintenir une expérience d'achat fluide.

Face à l'augmentation des vols, les clients craignent un envol des prix

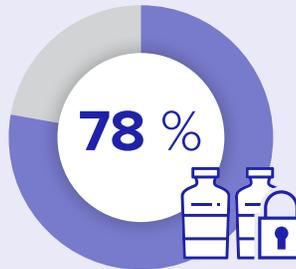


des clients craignent que la hausse des vols et de la délinquance incite les enseignes à augmenter leur prix

Par génération :

Gén. Z (18 ans et +)	Milléniaux	Gén. X	Baby-boomers
<b>72 %</b>	<b>77 %</b>	<b>74 %</b>	<b>82 %</b>

Le verrouillage des articles perturbe le parcours d'achat



des clients se disent irrités par le verrouillage ou la sécurisation dans un boîtier des produits dont ils ont besoin

Par génération :

Gén. Z (18 ans et +)	Milléniaux	Gén. X	Baby-boomers
<b>75 %</b>	<b>78 %</b>	<b>77 %</b>	<b>79 %</b>



Prévention des pertes : des défis toujours plus intenses

Principaux défis auxquels sont confrontés les décideurs

- 1 Concilier mesures de sécurité et expérience client
- 2 Intégrer les initiatives aux systèmes existants pour identifier avec précision les tendances et les schémas
- 3 Collecter et analyser les données relatives aux pertes
- 3 Identifier les solutions technologiques les plus adaptées

# Le commerce et la distribution adoptent la technologie

## Visibilité et automatisation sont les maîtres mots de l'excellence opérationnelle

Face aux pressions croissantes liées à l'évolution des attentes des clients et aux défis opérationnels, les enseignes déploient des solutions technologiques pour renforcer la visibilité et rationaliser leurs chaînes d'approvisionnement. Les investissements dans des outils tels que la RFID et la traçabilité en temps réel sont devenus incontournables pour assurer des niveaux de stock précis, éviter les écarts et gérer rapidement les pertes potentielles. En alignant les stocks sur la demande, les enseignes stimulent leur rentabilité et offrent des expériences d'achat plus fluides.

Au-delà de l'efficacité opérationnelle, les outils d'analyse alimentés par IA et les solutions émergentes telles que la vision informatique proposent de puissantes techniques de prévision des tendances, de surveillance des activités en magasin et de renforcement de la sécurité. Grâce à ces technologies, les stratégies des enseignes ne sont plus réactives, mais proactives : elles identifient les risques avant qu'ils ne deviennent réalité, elles optimisent les ressources et créent des parcours d'achat sans friction. En adoptant l'automatisation avancée, les enseignes réduisent l'inefficacité tout en conciliant sécurité et confort d'utilisation pour le client. Résultat : leurs initiatives de prévention des pertes mènent à l'optimisation des opérations plutôt qu'à des dysfonctionnements.

### Feuille de route du changement : plans de mise en œuvre sur cinq ans établis par les décideurs



#### Automatisation et données décisionnelles

Étiquetage RFID d'articles

59 %

Alerte en cas de rupture de stock

57 %

Vérification automatisée des stocks

56 %

Localisateurs de produits

56 %

Suivi des commandes/accusé d'enlèvement

52 %

Planification de la demande/prévision et gestion des commandes

51 %



#### Solutions d'analyse et IA

IA générative

59 %

Intelligence artificielle/apprentissage automatique

58 %

Vision informatique/intelligence visuelle

57 %

Planification de la demande et prévision

56 %

Visibilité en temps réel sur les stocks

55 %

Outils d'analyse prédictive

55 %

Analyse prescriptive

53 %



La visibilité sur les stocks revêt une importance stratégique

76 %

des décideurs envisagent d'augmenter les investissements en solutions de visibilité sur les stocks

Par secteur :



71 %

Commerces alimentaires



80 %

Grandes surfaces



67 %

Pharmacies



71 %

Magasins non spécialisés

# La voie à suivre

## La protection des bénéfices passe par la technologie

L'avenir du commerce et de la distribution s'appuie sur sa capacité à concilier innovation et précision opérationnelle. À l'heure où les pertes liées aux vols, à la fraude et aux retours invendables gagnent en complexité, les enseignes ne peuvent plus se contenter des méthodes de prévention des pertes classiques. Intelligence artificielle, analyse prédictive, vision informatique et planification de la demande : leur succès repose aujourd'hui sur le déploiement d'outils avancés qui fournissent des informations exploitables, renforcent la visibilité et permettent des décisions plus avisées.

Les enseignes qui adoptent ces innovations survivront et s'épanouiront. Les investissements technologiques mènent à des opérations plus agiles, à une rentabilité assurée et aux expériences d'achat fluides qu'exigent les clients. Dans un secteur de plus en plus concurrentiel, les enseignes qui agissent aujourd'hui de manière décisive façonneront l'univers du commerce et de la distribution de demain. C'est de leur excellence opérationnelle et de leur capacité à s'adapter que dépend leur succès à long terme.

### À propos de l'étude

Zebra Technologies a commandité une étude internationale auprès de consommateurs (âgés de 18 ans et plus), de décideurs et de vendeurs, pour analyser les tendances et les technologies qui transforment le secteur du commerce et de la distribution. Gérée en ligne par Azure Knowledge Corporation, l'édition 2025 de l'étude implique plus de 4 200 répondants et porte sur des thématiques précises : l'expérience d'achat, l'utilisation des équipements et des technologies, la livraison et le traitement des commandes en ligne et en magasin. La 17e étude annuelle sur le comportement des consommateurs de Zebra examine les attitudes, les opinions et les attentes qui façonnent l'avenir du secteur. Elle s'articule autour de trois grands thèmes :



**Dépasser les attentes**  
Optimiser les expériences dans un univers fluide



**Augmenter les bénéfices**  
Faire face aux défis les plus importants du commerce et de la distribution



**Débrider l'excellence**  
La force d'un personnel motivé

Pour accéder à la série entière de documents consacrés à la 17e étude annuelle sur le comportement des consommateurs, rendez-vous sur [zebra.com/shopperstudy](https://zebra.com/shopperstudy)

Pour découvrir comment Zebra peut aider les enseignes à améliorer l'expérience client, optimiser les opérations omnicanal et protéger leurs bénéfices, rendez-vous sur [zebra.com/retail](https://zebra.com/retail)

### À propos de Zebra Technologies

Zebra (NASDAQ : ZBRA) permet aux enseignes du monde entier et à leur personnel de prospérer dans l'économie à la demande, en aidant à la visibilité, à la connexion et à l'optimisation totale de chaque bien, marchandise, équipement et ressource. Fort d'un écosystème de plus de 10 000 partenaires répartis sur plus de 100 pays, Zebra sert des clients de toutes tailles, notamment 94 % des entreprises du classement Fortune 100 et propose un portefeuille primé d'équipements, de logiciels, de services et de solutions visant à numériser et automatiser les workflows.



**Siège social général et siège Amérique du Nord**  
+1 800 423 0442  
[inquiry4@zebra.com](mailto:inquiry4@zebra.com)

**Siège Asie-Pacifique**  
+65 6858 0722  
[contact.apac@zebra.com](mailto:contact.apac@zebra.com)

**Siège EMEA**  
[zebra.com/locations](https://zebra.com/locations)  
[contact.emea@zebra.com](mailto:contact.emea@zebra.com)

**Siège Amérique latine**  
[zebra.com/locations](https://zebra.com/locations)  
[la.contactme@zebra.com](mailto:la.contactme@zebra.com)

ZEBRA et la tête de zèbre stylisée sont des marques commerciales de Zebra Technologies Corporation, déposées dans de nombreux pays. Toutes les autres marques commerciales sont la propriété de leurs détenteurs respectifs. ©2024 Zebra Technologies Corporation et/ou ses sociétés affiliées.