



ECR Retail Loss Group

Boulevard du Jubilé,
71 bte 3 –B-1080 Brussels,
Belgique



Europe

Genetec Europe SARL
6 Rue Daru
75008 Paris
France

T: +33 (0) 1 44 69 59 00

Communiqué de presse

Un rapport de recherche universitaire appelle les enseignes du commerce à adopter une utilisation plus stratégique de l'analyse vidéo

Le groupe ECR Retail Loss Group estime que les enseignes du commerce devraient repenser leurs investissements de près de 2 milliards de dollars par an dans la vidéo, afin d'en faire un outil d'entreprise intégré plutôt qu'une simple solution de sécurité. Le groupe recommande la création d'un "Tsar" de la technologie vidéo pour assurer une stratégie globale et une meilleure adoption à l'échelle de l'entreprise.

Montréal et Paris, le 30 juillet 2020 — Un nouveau rapport ECR, rédigé par le professeur émérite Adrian Beck de l'Université de Leicester, appelle les enseignes du commerce à faire un usage plus stratégique de leurs analyses vidéo, afin de contrôler leurs coûts, d'améliorer leurs opérations et d'augmenter leur rentabilité. Commandé par [le groupe ECR Retail Loss](#) et soutenu par une subvention de recherche indépendante de Genetec Inc., ("Genetec"), un leader des solutions de sécurité unifiée, de sécurité publique, d'opérations et de Business Intelligence, le rapport offre des conseils pratiques aux commerçants sur la manière dont ils peuvent tirer le meilleur parti de leurs systèmes de vidéosurveillance.

Le rapport, intitulé "[Reviewing the use of video technologies in retail](#)", est basé sur des entretiens approfondis et des visites de sites avec des représentants de 22 enseignes* basées aux États-Unis et en Europe. Parmi elles figurent certaines des plus grandes enseignes du commerce au monde, cumulant plus de 1 000 milliards de dollars de ventes, soit environ 12 % du marché total du commerce de détail aux États-Unis et en Europe.

Le rapport résume la manière dont les systèmes vidéo en général, et l'analyse vidéo en particulier, sont déployés dans les entreprises du secteur, y compris leur utilisation par les équipes juridiques pour le respect de la santé et de la sécurité, et le suivi des incidents suite à des glissades ou des chutes. Il couvre également les applications de Business Intelligence, telles que l'amélioration du service à la clientèle par un meilleur temps de réponse du personnel et une meilleure disponibilité des produits, la génération de cartes de chaleur et de temps de présence des clients, le comptage des personnes et la surveillance des files d'attente, les

alertes de livraison et l'amélioration de la précision des prélèvements. Étant donné la nécessité de générer de la valeur au travers de toute l'entreprise, une recommandation clé du rapport est la nomination d'un "Tsar" de la vidéo, chargé de la responsabilité globale de la supervision stratégique des systèmes vidéo déployés dans l'entreprise.

Adrian Beck, professeur émérite à l'Université de Leicester et auteur du rapport, commente :

« Bien que les technologies vidéo soient utilisées sous une forme ou une autre dans le commerce de détail depuis plus de 40 ans, la recherche a trouvé peu d'exemples de commerçants où leur rôle, leur objectif et leur capacité à contribuer à la réussite de l'entreprise sont clairement définis. L'analyse vidéo est une technologie qui offre des capacités à la fois très variées et rapidement évolutives, mais ce qui ressort clairement de cette étude, c'est la nécessité d'un leadership spécifique, d'une plus forte utilisation par tous les métiers du secteur, d'une meilleure intégration des technologies vidéo aux systèmes existants et d'un meilleur alignement de la conception des systèmes vidéo sur les objectifs opérationnels. »

« Au fil des ans, la vidéo est devenue un outil toujours plus indispensable pour l'ensemble de l'entreprise, et pas seulement pour les équipes de sécurité », poursuit Scott Draher, VP Asset Protection and Safety chez Lowes. « Ce rapport est un repère, et fournit un guide essentiel aux responsables de la protection des biens et de la prévention des pertes sur la manière de gérer de manière proactive la vidéo et les données qu'elle génère. Il encourage non seulement la pensée critique face à l'utilisation de l'analyse vidéo, mais il ouvre surtout la voie à une approche à l'échelle de l'entreprise qui fait de la vidéo plus qu'un simple outil de sécurité, mais un atout pour toute l'entreprise. »

« Parce que les services Achats et les départements des enseignes du commerce sont multiples et déconnectés, exprimant tous des besoins différents en matière de données, les fournisseurs de technologies ont toujours répondu avec des solutions personnalisées et cloisonnées qui augmentent les coûts et les efforts, et qui réduisent le retour sur investissement et l'évolutivité », ajoute Rob Borsch, Practice Leader for Banking and Retail chez Genetec. « Mais en adoptant une approche plus globale, guidée par une même vision et une ligne directrice commune, toutes les parties prenantes peuvent prendre conscience des capacités des solutions disponibles, comme des tableaux de bord personnalisés pour chaque service, afin de favoriser un meilleur engagement et un meilleur retour sur investissement – un point essentiel pour que le secteur progresse. »

Pour plus d'informations, veuillez consulter le site [<https://ecr-shrink-group.com/page/the-use-of-video-cctv-in-retail>].

* Les enseignes et entreprises qui ont accepté de participer à ce rapport étude et de voir leur nom mentionné sont : Abercrombie and Fitch, Adidas, Axis, Big Y, Boots UK, Carrefour, Co-op, Five Below, Genetec, JD Sports, John Lewis & Partners, Lowes, Marks & Spencer, Meijer, Morrisons, Next, Primark, Sainsbury's, Tesco, Travis Perkins Group, Walmart et Zebra.

À propos de Genetec

Genetec développe des logiciels, matériels et services Cloud basés sur une architecture ouverte et destinés au secteur de la sécurité physique et publique. Son produit phare, Security Center, est une plateforme unifiée sur IP de vidéosurveillance, de contrôle d'accès et de reconnaissance automatique de plaques d'immatriculation (RAPI). Innovateur mondial depuis 1997, Genetec, dont le siège est à Montréal, au Canada, commercialise ses solutions auprès des entreprises et des organismes gouvernementaux via un réseau intégré de revendeurs, de partenaires de distribution certifiés, d'intégrateurs et de consultants au sein de plus de 80 pays. Fondée sur le principe de l'innovation, Genetec reste aux avant-postes des nouvelles technologies qui unifient les systèmes de sécurité physique sur IP.

Pour plus d'informations sur Genetec, rendez-vous sur : www.genetec.com/fr

© 2020 Genetec et le logo Genetec sont des marques commerciales de Genetec Inc., déposées ou en instance de dépôt dans plusieurs pays. Les autres marques commerciales citées dans ce document appartiennent à leurs fabricants ou éditeurs respectifs.

Contacts Presse :

Candice Edery
Barthélémy Conseil
genetec@barthelemyconseil.com
Tél. 01 84 80 55 57

Meda Casunean
Genetec
mcasunean@genetec.com
Tél. 01 44 69 59 11