



Communiqué de presse

MOTS-CLÉS : SÉCURITÉ / DISTRIBUTION

Paris, le lundi 27 juin 2005

■ Contact Agence C3M : Michelle Amiard
Tél. + 33 (0)1 47 34 01 15
michelle@agence-C3M.com

■ CONTACT SECURITAS : Corinne GEORGEON
Responsable du marketing et de la communication
Tél. 01 53 98 15 23 ■ corinne.georgeon@securitas.fr

Décathlon, Metro, Ikea... : Securitas s'implante dans la distribution spécialisée

■ Dans toutes les enseignes commerciales, la sécurité est reconnue comme un véritable atout commercial. Poursuivant sa conquête de nouveaux marchés, Securitas a gagné, en ce début d'année 2005, des clients dans la distribution spécialisée. ■ Mettant à la disposition de ses clients une palette de produits et de services éprouvés, Securitas mise en premier lieu sur son expertise de la surveillance par agents, pour convaincre ses nouveaux clients.

Un changement profond de culture et d'organisation chez les clients

S'appuyant sur ses solutions de surveillance par agent, rodées auprès de 3000 clients industriels et tertiaires, Securitas a attaqué la conquête d'un nouveau marché en 2004 : **la distribution**. Plus particulièrement, les enseignes spécialisées (habillement, sport, informatique, hi-fi, équipements de la maison, etc...) qui, après la Grande Distribution alimentaire, ont découvert les atouts d'une **sécurité professionnelle pour fidéliser leurs collaborateurs et clients**. « *A l'inverse de la grande distribution qui a poussé la logique sécuritaire très loin, la distribution spécialisée a négligé cet aspect. Or, dans ce secteur, Securitas participe véritablement à la création de valeur, puisque qu'une sécurité de qualité devient génératrice de ventes.* », explique François Meyer, directeur de Région Surveillance Statique Est chez Securitas.

Préoccupées par un tassement des ventes et le dérapage de la démarque inconnue ¹, les enseignes cherchent aujourd'hui avant tout des prestations de sécurité préventives et visibles. Le taux de démarque

¹ La démarque inconnue concerne 60 % des besoins de sécurité. Elle se monte à six milliards d'euros en 2004. Les clients en sont responsables à 48 %. Les vols perpétrés par le personnel sont passés en 2004 de 28 à 29 %.

Nota. La démarque inconnue est l'écart entre le montant du stock théorique et du stock réel constaté. Elle se décompose en trois catégories : le vol client, le vol du personnel et les erreurs administratives. Sources : baromètre ERTB 2004 et cabinet CDP.

inconnue représente en effet 2 % du chiffre d'affaires de la distribution et, pour certains grands distributeurs spécialisés, peut dépasser les 9 % du chiffre d'affaires T.T.C., notamment pour les GMS loisirs vert.

La distribution des rôles

Souvent dénués de services internes dédiés, les distributeurs spécialisés ont d'abord trouvé chez Securitas **une réputation, des références, une expertise avérées**. Encore fallait-il que le N°1 de la sécurité mondiale comprenne mieux les besoins et s'y adapte.

Impératifs de l'activité commerciale obligent, pour être au contact du public et des consommateurs, l'agent de sécurité se doit d'avoir une grande maîtrise de soi : **courtoisie, bonne présentation, sens commercial, sang-froid sont des maîtres mots**. Securitas a beaucoup travaillé sur ces points et apporte des **formations spécifiques**² qui couvrent à la fois les aspects législatifs et techniques.

Une offre dédiée

Securitas s'adresse à ce secteur, avec une offre spécifique **de services de sécurité, faisant appel à l'ensemble des compétences du groupe, de l'électronique à la formation**, et couvrant tous les besoins : démarque inconnue, surveillance préventive, maintenance des systèmes, sécurité incendie...

L'autre atout de Securitas ? **La proximité d'un réseau maillé dans la France entière**, ne comptant pas moins de deux cent trente agences.

Securitas a aussi importé et adapté toute son expérience et son savoir-faire : **analyse de sécurité du magasin, proposition et adaptation de solutions, recrutement d'agents de sécurité spécifiquement adapté, encadrement spécialisé au monde de la distribution, process stricts de suivi, d'analyse, de contrôle pour compte-rendu à ses clients**. Une grande importance est également accordée au suivi des agents de sécurité, pour maintenir des prestations au niveau de qualité optimum. Il s'effectue au moins chaque semaine avec l'agent de sécurité, et au moins deux fois par mois sur site, chez le client.

« Nous avons commencé une progression promise à un bel avenir. La distribution représente 25 % du marché de la surveillance en France, un relais de croissance important pour le Groupe ! », conclut François Meyer.

À propos de SECURITAS FRANCE. Securitas est numéro un en France avec un chiffre d'affaires 2004 global de 831 millions d'euros. Implantée en France depuis 1992, avec le rachat de Protectas, devenue Securitas France il y a cinq ans, l'entreprise est une filiale du groupe suédois Securitas AB, présent dans plus de vingt pays dans le monde.

La structure de Securitas France est composée de huit divisions qui se concentrent sur les métiers de la sécurité privée : Securitas Surveillance (surveillance par agents en poste), Sécurité Mobile (rondes de dissuasion, interventions sur alarmes), Securitas Aviation Security (sûreté aéroportuaire et portuaire), SEGA®, spécialiste de l'accueil en entreprise, Securitas Systems (sécurité électronique), Alert Services pour la télésurveillance professionnelle, Securitas Domen (télésurveillance résidentielle) et Securitas Transport de fonds (transport des valeurs et logistique bancaire).

Pour en savoir plus : www.securitas.fr

² Dispensées par la filiale Securiconseil®. Théorie et pratique sont dispensées à tous les niveaux d'expertise par des formateurs certifiés par le Centre national de prévention et de protection (C.N.P.P.) 3600 personnes par an complètent ainsi leurs compétences avec Securiconseil®.