

LA DÉMARQUE INCONNUE

2025

L'ENNEMIE N°1
DE TOUT LES RETAIL

Chiffres du marché, analyse des risques et nouvelles solutions technologiques pour lutter efficacement contre la démarque inconnue.

TÉLÉCHARGER NOTRE LIVRE BLANC

| | |
|--|-------------|
| <u>1. DÉMARQUE INCONNUE : LES CHIFFRES CLÉS 2025</u> | P.3 |
| <u>1.1 Une réalité qui ne fait que s'affirmer</u> | P.4 |
| <u>1.2 Le constat : la démarque inconnue atteint un niveau préoccupant</u> | P.5 |
| <u>1.3 Une pression confirmée par les autorités</u> | P.7 |
| <u>2. L'IMPACT ÉCONOMIQUE DIRECT POUR UN MAGASIN</u> | P.8 |
| <u>2.1 Le coût réel des incidents répétés</u> | P.9 |
| <u>2.2 Chez anaveo, nos chiffres vont dans cette direction</u> | P.10 |
| <u>3. LES 3 DÉFIS OPÉRATIONNELS DES ÉQUIPES EN MAGASIN</u> | P.12 |
| <u>3.1 Les méthodes traditionnelles atteignent elles leurs limites</u> | P.13 |
| <u>4. L'IA TRANSFORME LA GESTION DE LA DÉMARQUE INCONNUE</u> | P.14 |
| <u>4.1 La vidéosurveillance IA, une technologie déjà adoptée</u> | P.14 |
| <u>4.2 Des résultats opérationnels mesurables rapidement</u> | P.15 |
| <u>5. UN CADRE RÉGLEMENTAIRE EN ÉVOLUTION</u> | P.16 |
| <u>6. AGIR MAINTENANT POUR PRÉSERVER LA RENTABILITÉ DE DEMAIN</u> | P.17 |

DÉMARQUE INCONNUE : LES CHIFFRES CLÉS 2025

Un an après la publication de notre livre blanc sur le démarquage inconnue dans le commerce de détail, les données actuellement disponibles confirment l'ampleur du phénomène.

Dans un marché marqué par la pression sur les prix, la hausse des coûts et une concurrence accrue entre enseignes, chaque point de marge conservé compte. La maîtrise des pertes en magasin devient donc un enjeu économique majeur pour les acteurs du retail.

Cette version 2026 de notre livre blanc intègre des statistiques et des observations terrain. Notre but : vous permettre de mesurer plus précisément l'impact de cette démarque inconnue et vous proposer une solution pour y faire face.

La démarque inconnue a progressé de

35%

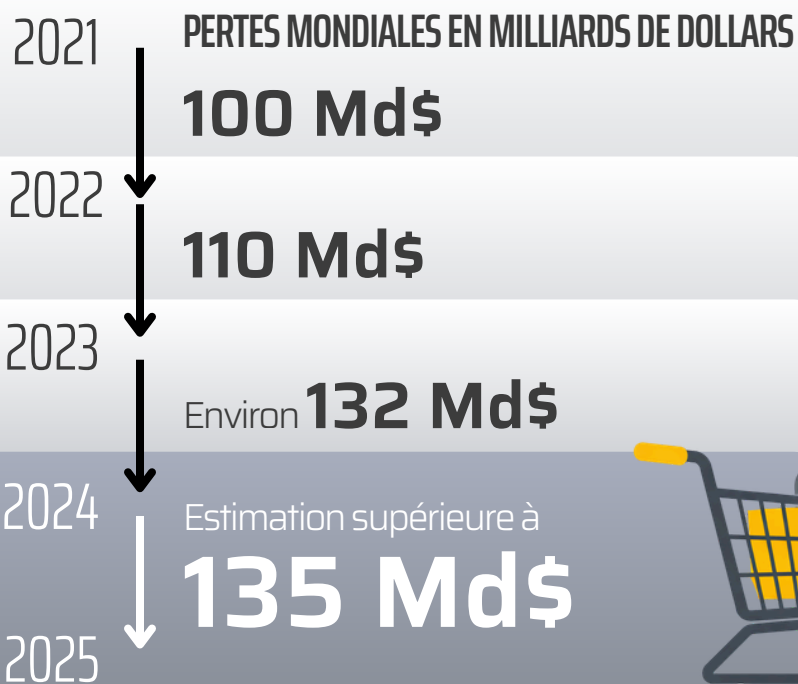
sur les 3 dernières années.



UNE RÉALITÉ QUI NE FAIT QUE S’AFFIRMER

Les chiffres actualisés montrent une réalité simple : la démarque inconnue représente chaque année plusieurs milliards d’euros de pertes pour les enseignes.

Augmentation de la démarque inconnue



Dans un secteur où les marges restent souvent limitées, ces pertes peuvent rapidement peser sur la rentabilité des points de vente et fragiliser leur performance économique.

Il nous faut donc dès maintenant :

- ✓ Comprendre l’ampleur du phénomène
- ✓ Identifier les leviers permettant de réduire ces pertes.

Il s’agit ici d’un enjeu stratégique pour l’ensemble des acteurs du retail.

Ce document propose une mise à jour des principaux indicateurs du marché et des solutions permettant d’agir concrètement pour limiter l’impact de la démarque inconnue.



LE CONSTAT : LA DÉMARQUE INCONNUE ATTEINT UN NIVEAU PRÉOCCUPANT

Les chiffres du marché

À l'échelle internationale, plusieurs études consacrées à la sécurité dans le commerce de détail soulignent que la démarque inconnue reste l'un des premiers postes de perte pour les enseignes.

Dans les grandes chaînes comme dans les commerces de proximité, les écarts de stock figurent parmi les indicateurs les plus surveillés par les directions opérationnelles.



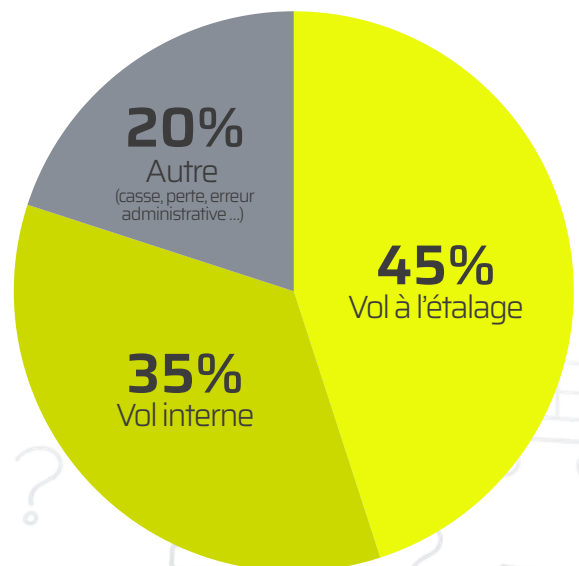
► Une variation de quelques dixièmes de point peut suffire à modifier sensiblement la performance financière d'un point de vente.

La maîtrise de la démarque inconnue fait désormais partie des priorités des directeurs et responsables de magasins.

Dans le secteur du retail, la démarque inconnue représente en moyenne :

- **1,4% à 1,8% du chiffre d'affaires** du commerce de détail en Europe contre 1% à 1,7% l'année dernière ;
- **6 à 7 milliards d'euros de pertes** estimées chaque année en France

La répartition de la démarque inconnue en retail



Source : Connexit

LE CONSTAT : LA DÉMARQUE INCONNUE ATTEINT UN NIVEAU PRÉOCCUPANT



Au-delà de ces différentes causes, la démarque inconnue reste particulièrement sensible dans certains environnements de vente :

- Les magasins à forte fréquentation, les espaces en libre-service ou les points de vente proposant de nombreuses références sont généralement plus exposés ;
- La surveillance permanente de l'ensemble des zones devient plus complexe pour les équipes.



La conséquence : un équilibre entre expérience client et limitation des pertes liées à la démarque inconnue doit être trouvé.

La majorité des pertes provient directement des vols, qu'ils soient externes ou internes. À eux seuls, ces deux phénomènes **représentent environ 80% de la démarque inconnue**. Appliqué au chiffre d'affaires global du secteur, leur impact économique devient considérable.

1.3 UNE PRESSION CONFIRMÉE PAR LES AUTORITÉS

Les statistiques publiques permettent également d'observer l'évolution du phénomène.

En France, les données du ministère de l'Intérieur recensent plus de **42 000 vols à l'étalage enregistrés en 2024** et leur nombre monte à plus de **65 000 en 2025**, selon les données du ministère de l'Intérieur.



Ces chiffres ne représentent qu'une partie de la réalité.

Une augmentation de
54,7%
du nombre de vol recensé en un an.

Dans de nombreux cas :

- Les incidents ne sont pas détectés ;
- Les vols ne sont constatés qu'au moment des inventaires ;
- Certaines pertes ne font pas l'objet de déclarations.

Une part importante des incidents reste donc invisible dans les statistiques officielles.

Ces éléments confirment néanmoins une tendance observée dans de nombreux points de vente : la pression liée aux incidents en magasin reste élevée.



L'IMPACT ÉCONOMIQUE DIRECT POUR UN MAGASIN

La démarque inconnue devient beaucoup plus concrète lorsqu'on l'applique au chiffre d'affaires d'un point de vente.

Prenons l'exemple d'un magasin réalisant **10 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel**. Avec une démarque inconnue estimée à **1,5%**, les pertes représentent **150 000 € par an**.

Dans un secteur où la marge nette se situe souvent entre **2% et 4%**, ces pertes peuvent représenter une part significative du résultat du magasin.

Exemple concret

- Chiffre d'affaires annuel : 10 000 000 €
- Démarque inconnue à 1,5% : 150 000 €
- Une réduction de la démarque inconnue de **0,3 point** (passage de 1,5% à 1,2%) permettrait d'éviter environ **30 000 € de pertes par an**.

Ces chiffres montrent qu'une réduction même modérée de la démarque inconnue peut avoir un impact direct sur la rentabilité.

Les conséquences : pour magasins et grandes surfaces, une variation de la démarque inconnue peut mener à :

- Renforcer certains dispositifs de prévention et de surveillance ;
- Modifier l'organisation du magasin pour mieux gérer les incidents ;
- Revoir la gestion de certains rayons sensibles et l'implantation des produits ;
- Adapter la présence du personnel dans les zones les plus exposées.

► À noter : pour les enseignes, la gestion des incidents en magasin ne relève donc pas uniquement d'une logique de sécurité. Elle constitue également un levier d'amélioration de la performance économique.

2.1 LE COÛT RÉEL DES INCIDENTS RÉPÉTÉS

Tous les incidents observés en magasin ne sont pas des actes isolés. Certaines situations peuvent se répéter régulièrement et générer des pertes importantes sur la durée.

Prenons l'exemple d'un panier moyen dérobé de **21€**. Si un individu commet ce type de vol en moyenne **1,6 fois par semaine**, la perte annuelle peut atteindre **1.747€ pour un seul magasin**.

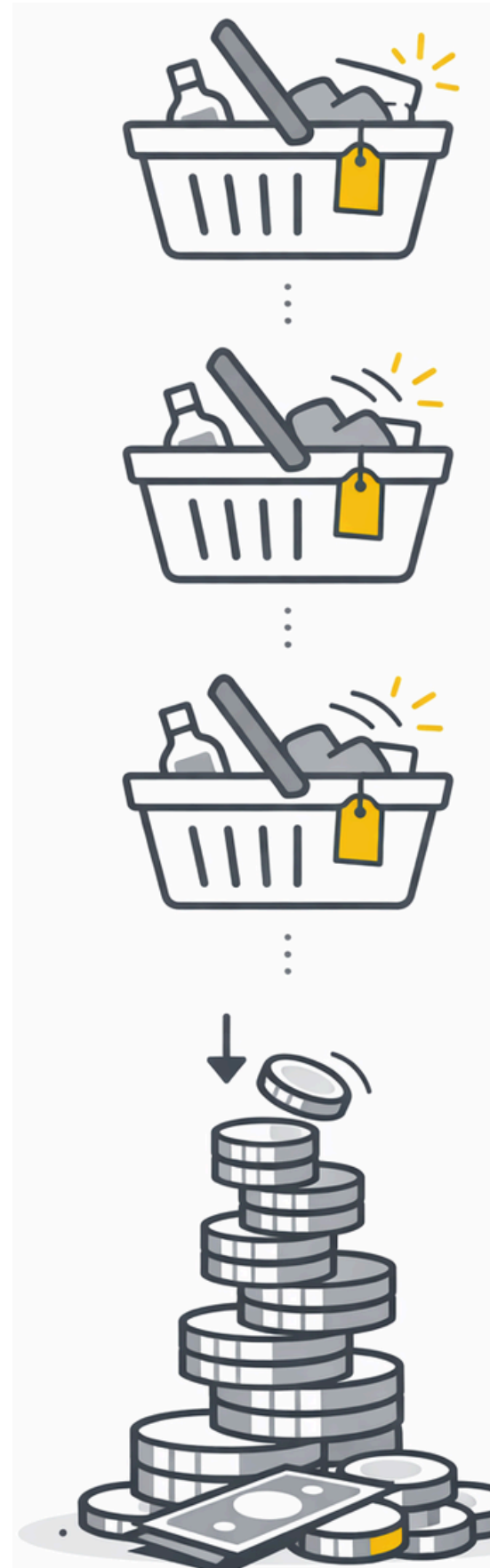
Individuellement, ces incidents peuvent sembler limités. Mais leur répétition peut rapidement générer des pertes importantes.

Impact estimatif cumulatif des vols récurrents

| Nombre de récidivistes actifs | Pertes annuelles |
|-------------------------------|------------------|
| 3 | 5241€ |
| 5 | 8736€ |
| 10 | 17472€ |

Ces estimations illustrent :

- L'impact économique que peuvent représenter des individus récidivistes s'ils ne sont pas identifiés rapidement ;
- Que l'impact d'un panier moyen dérobé de 21 € à raison de 1,6 fois par semaine génère des pertes significatives pour le point de vente.



CHEZ ANAVEO, NOS CHIFFRES VONT DANS CETTE DIRECTION

Les observations réalisées sur les sites équipés en vidéosurveillance assistée par l'intelligence artificielle permettent d'apporter un éclairage complémentaire sur la réalité des incidents.

Les données collectées par l'hyperviseur ANAVEO montrent :



+8 % d'incidents détectés sur les sites surveillés



+100 000 interventions annuelles



+300 000 flux de données analysés

Ces chiffres montrent l'ampleur des incidents que les équipes doivent gérer chaque jour. Même si tous les incidents ne correspondent pas à des vols, ils nécessitent souvent une analyse ou une intervention. Dans de nombreux magasins, la gestion de ces événements mobilise une part importante du temps des équipes.

les responsables doivent arbitrer entre plusieurs priorités opérationnelles :



gestion des flux client



organisation des équipes



suivi des stocks et traitement des incidents

Cette multiplicité de tâches rend la surveillance permanente particulièrement difficile. Les équipes doivent donc s'appuyer sur des outils capables de signaler rapidement les situations qui nécessitent réellement une intervention.

Dans un point de vente équipé d'un système de détection, le volume d'événements à analyser peut être particulièrement élevé. Pour les équipes en magasin, ce volume d'alertes représente également une contrainte organisationnelle. Chaque événement doit être analysé, vérifié et parfois traité immédiatement.

Lorsque plusieurs situations surviennent en même temps, il devient difficile de déterminer rapidement quelles alertes nécessitent réellement une intervention.

Cette surcharge d'information peut réduire l'efficacité du dispositif de surveillance et mobiliser inutilement les équipes sur des situations qui ne présentent pas de risque réel.

► Les observations terrain montrent qu'un magasin enregistre en moyenne 22 alertes par jour, soit 2 alertes par heure travaillée

L'impact économique direct pour un magasin

Dans de nombreux réseaux de distribution, la démarque inconnue est suivie avec la même attention que les indicateurs de chiffre d'affaires ou de marge. Les directions de magasin savent qu'une variation de quelques dixièmes de point peut modifier sensiblement la rentabilité annuelle.

Dans certains cas, une augmentation de 0,2 % de la démarque inconnue peut suffire à absorber une part importante du résultat opérationnel du magasin. Cette réalité explique pourquoi de nombreuses enseignes cherchent aujourd'hui à mieux comprendre les mécanismes qui provoquent ces pertes et à mettre en place des dispositifs permettant de les limiter.

La réduction de la démarque inconnue n'est donc pas uniquement une question de sécurité. Elle s'inscrit aussi dans une logique d'optimisation de la performance globale du point de vente.

3. LES 3 DÉFIS OPÉRATIONNELS DES ÉQUIPES EN MAGASIN

Pour les équipes en magasin, ce volume d'alertes pose plusieurs difficultés.

Comment identifier les situations réellement suspectes ?

De quelle façon prioriser les interventions ?

Comment éviter les fausses alertes ?



Dans ces conditions, la simple observation des écrans de vidéosurveillance atteint rapidement ses limites. Un opérateur humain ne peut pas analyser simultanément plusieurs flux vidéo tout en détectant chaque comportement suspect.

C'est précisément dans ce contexte que les solutions de vidéosurveillance assistées par intelligence artificielle sont particulièrement efficaces. Elles permettent d'analyser les flux vidéo en continu et de signaler aux équipes les situations qui nécessitent réellement une intervention.

3.1 LES MÉTHODES TRADITIONNELLES ATTEIGNENT ELLES LEURS LIMITES

La gestion de la démarque inconnue repose historiquement sur plusieurs dispositifs.

- Les agents de sécurité internes ou prestataires extérieurs ;
- La présence du personnel en magasin ;
- Les portiques antivol ;
- La vidéosurveillance classique.

Ces dispositifs restent bien évidemment essentiels. Ils jouent un rôle important dans la dissuasion et la prévention. Cependant, ils présentent certaines limites face aux volumes d'événements à analyser dans les magasins actuels.

► Un point de vente peut aujourd'hui être équipé de plusieurs dizaines de caméras.

► Les flux vidéo générés représentent un volume d'information considérable.

► Un opérateur humain ne peut pas analyser en permanence l'ensemble de ces flux.

Dans ce contexte, les équipes ont besoin d'outils capables d'identifier automatiquement certaines situations suspectes.

La solution de vidéosurveillance assistée par l'intelligence artificielle est aujourd'hui une réponse technologique aboutie permettant d'analyser les flux vidéo en continu et de signaler rapidement tout comportement à risque.



4 L'IA TRANSFORME LA GESTION DE LA DÉMARQUE INCONNUE

Face à ces limites, de nombreuses enseignes adoptent aujourd'hui des solutions de vidéosurveillance assistées par intelligence artificielle.

Ces technologies permettent d'automatiser une partie de l'analyse des images et de détecter certains comportements suspects.

Concrètement, ces systèmes permettent :

la détection automatisée de gestes suspects

la génération d'alertes en temps réel

une intervention plus rapide des équipes

la priorisation des incidents

L'objectif n'est pas de remplacer les équipes de sécurité, mais de leur fournir des informations exploitables plus rapidement

4.1 LA VIDÉOSURVEILLANCE IA, UNE TECHNOLOGIE DÉJÀ ADOPTÉE

L'adoption des solutions d'analyse vidéo assistées par l'intelligence artificielle s'accélère dans le secteur du retail. Les chiffres sont là : **plus de 3 000 magasins sont déjà équipés de solutions de détection intelligente.**

Ce chiffre confirme que les enseignes intègrent désormais la vidéosurveillance intelligente comme un levier opérationnel pour détecter plus rapidement les incidents.



4.2 DES RÉSULTATS OPÉRATIONNELS MESURABLES RAPIDEMENT

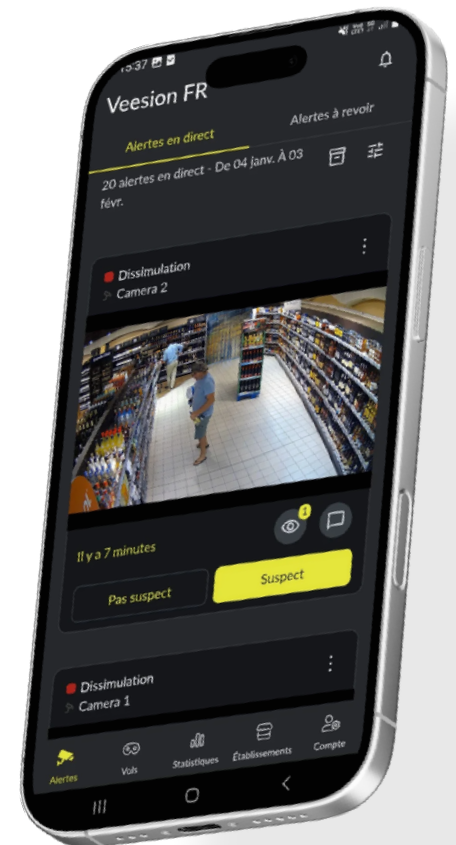
Au-delà de la simple détection des incidents, l'analyse des données permet également d'améliorer la compréhension des comportements observés en magasin.

1. Les informations collectées permettent d'identifier les zones les plus exposées et les périodes de forte activité.
2. Ces éléments permettent ensuite d'ajuster l'organisation des équipes et de renforcer la surveillance des zones sensibles ou des périodes de forte affluence.

Les magasins utilisant la solution Suspect Tracker observent plusieurs indicateurs qui illustrent l'efficacité de cette approche.

Les résultats observés :

- 7,89 vols interceptés par mois en moyenne
- 90 % des alertes traitées par les équipes
- 50 % de réduction des fausses alertes



► La réduction des fausses alertes constitue un point clé dans l'efficacité de la vidéosurveillance assistée par l'intelligence artificielle.

5. UN CADRE RÉGLEMENTAIRE EN ÉVOLUTION

La question de la protection des commerces fait également évoluer le cadre réglementaire.

Début 2026, l'Assemblée nationale a adopté un texte visant à renforcer la protection des commerçants et à encadrer l'utilisation des technologies d'analyse vidéo dans les commerces.

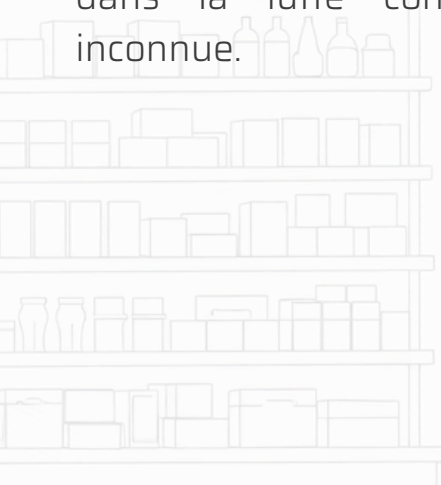
Ce texte vise notamment à :

- améliorer la prévention des incidents ;
- faciliter l'identification de comportements suspects ;
- encadrer l'utilisation des technologies d'analyse vidéo.

Cette évolution confirme l'importance croissante des outils technologiques dans la lutte contre la démarque inconnue.



**TEXTE ADOPTÉ À L'ASSEMBLÉE
NATIONALE LE 16 FÉVRIER 2026**



6

AGIR MAINTENANT POUR PRÉSERVER LA RENTABILITÉ DE DEMAIN

La démarque inconnue représente aujourd'hui un enjeu économique majeur pour les acteurs du retail. Les chiffres du marché, les statistiques publiques et les observations terrain montrent que la pression sur les magasins reste forte.

Dans ce contexte, la capacité à détecter rapidement les situations suspectes et à intervenir efficacement devient un facteur clé de performance.

Les solutions d'analyse vidéo assistées par intelligence artificielle permettent aujourd'hui :

- d'identifier plus rapidement les incidents ;
- d'améliorer la réactivité des équipes ;
- de réduire concrètement les pertes liées à la démarque inconnue.

Pour les enseignes, la maîtrise de ces incidents devient un levier stratégique pour préserver les marges et améliorer la performance économique des points de vente.

Agir rapidement permet non seulement de limiter les pertes, mais aussi de renforcer durablement la rentabilité des magasins



Contactez-nous

Obtenir audit et devis en 24h

Calculateur ROI

comprendre le ROI d'une solution anti DI

Voir nos autres livres blancs

découvrez tous les sujets que nous couvrons

VOIR, SAVOIR, PRÉVOIR.

Rendre vos lieux plus sûrs, plus intelligents et plus productifs



www.anaveo.fr

0 979 980 710

Les Carrés du Parc, 10 Rue des Rosiéristes
69410 Champagne-au-Mont-d'Or