

Antony, le 22 Novembre, 2012

## **SECTEUR DU COMMERCE AU DETAIL : VERS UNE APPROCHE PLUS RENTABLE DES SYSTEMES DE VIDEOSURVEILLANCE**

### **La difficulté de trouver des dispositifs haut de gamme**

Aujourd'hui, certains centres sont contraints par la loi d'être équipés de système de captures d'image et d'enregistrement. Souvent, l'utilisation de caméras de surveillance basiques et bon marché est privilégiée au détriment des meilleures marques.

Il est difficile de convaincre un centre d'installer des produits et accessoires de haute qualité. Les clients recherchent souvent un « équilibre » entre un niveau de qualité acceptable et le coût le plus bas possible. Et ce, au détriment de la qualité d'image et d'accessoires, de la fiabilité, du design et de bien d'autres aspects.

### **Les raisons des ventes à faible valeur ajoutée**

Les consommateurs finaux ou les gérants se plaignent souvent des offres stéréotypées, presque répétitives. Ils ont l'impression de ne pas acheter exactement ce dont ils ont besoin mais simplement ce qu'on leur propose ou ce qu'il est possible d'avoir. Ils voudraient des solutions qui s'adaptent à leurs besoins spécifiques dans leurs domaines d'activité. Recevant peu de propositions mais ayant besoin d'installer des systèmes vidéo dans tous les cas, ils optent pour l'option la moins chère.

A noter de plus, que dans la plupart des magasins équipés de caméras, les images ne sont pas visionnées en temps réel pour empêcher le vol à l'étalage et autres incidents. Elles sont simplement utilisées pour enregistrer les images qui sont examinées après que l'événement ait eu lieu. On peut donc vraiment s'interroger sur les retours sur investissement dans de tels systèmes vidéo.

Dans certains cas, il est même possible de dire que les caméras agissent surtout comme un mécanisme de dissuasion pour « effrayer » les plus peureux des voleurs et qu'elles aident à éviter les pertes dans les caisses. Il est vrai que quelque soit la caméra même lorsqu'elle ne fonctionne pas, elle a un effet dissuasif. D'ailleurs, l'utilisation de fausses caméras se développe.

### **Comment se différencier ?**

Est-il possible d'échapper à ce piège des ventes à faible valeur ? Peut-on revoir les critères de choix ?

Les clients expriment des besoins différents et de manière évidente, cela requiert des recherches et analyses préliminaires ; ce qui est difficilement justifiable pour un seul magasin mais qui est

envisageable pour une chaîne. Etant donné que la manière dont les boutiques sont dirigées, aménagées et décorées est sensiblement similaire dans les mêmes soussecteurs (vêtements, restaurants, supermarchés, etc.), il est fort à parier qu'une proposition d'étude élaborée pour un client peut facilement s'appliquer à bien d'autres magasins. Ce qui signifie que réaliser cette **recherche pourrait se révéler utile.**

A quoi les clients pourraient-ils s'intéresser, outre un kit de vidéosurveillance à un prix très compétitif ? **Intégrer d'autres dispositifs** avec les caméras comme des panneaux d'alarme, des antennes antivols ou des alarmes avec contrôle d'accès sont des solutions envisageables. De plus, offrir l'intégration de terminaux de paiement afin d'éviter au maximum les pertes dans les caisses pourrait également être un élément qui concerne les clients.

Les facteurs tels que la **flexibilité** et/ou **la facilité d'utilisation**, des applications web pour les clients, l'utilisation de Smartphones ou de tablettes pour contrôler le système de vidéosurveillance sont généralement bien accueillis par les clients. La possibilité de pouvoir déplacer le dispositif facilement selon la saison ou les besoins temporaires est un élément apprécié par de nombreux utilisateurs.

Un autre aspect pour se différencier pourrait être **le modèle de la vente d'un service**. L'idée de la vidéosurveillance comme un service est très intéressante car cela permet de partager le coût d'acquisition, de garantir plusieurs niveaux de service et de mettre régulièrement à jour le système tout en offrant la possibilité de tester les performances et l'efficacité du système sans avoir à effectuer un gros investissement initial.

### **Le choix de la modernité**

Y a-t-il autre chose à faire? Nous devrions certainement chercher à fournir des solutions dans les secteurs de l'exploitation, du marketing, du merchandising et dans l'analyse du comportement des consommateurs. Aujourd'hui, les algorithmes d'analyse vidéo nous permettent d'obtenir une gamme de données sur les points de vente telles que le nombre de personnes entrant dans le magasin, quel chemin empruntent-ils pour s'y rendre, ou s'arrêtent-ils et pendant combien de temps attendent-ils aux caisses, si les clients sont majoritairement des hommes ou des femmes, s'ils sont jeunes ou âgés, petits ou grands, s'ils ont des réactions positives ou négatives aux offres et quel est le taux de retour des clients dans le magasin. Toutes ces données pourraient se révéler très intéressantes pour les gérants de magasins.

Les directeurs de la sécurité ne sont plus les seuls interlocuteurs. Cela devient utile d'aider les autres départements qui sont prêts à augmenter leur budget de vidéosurveillance si, en fin de compte, nous réussissons à nous assurer que le système de sécurité bénéficie du même niveau de qualité que les autres dispositifs acquis par le gérant du magasin.

Pour limiter les ventes de faible valeur, nous devons trouver des **solutions évolutives et flexibles** qui pourront s'intégrer à d'autres dispositifs, qui seront agréables visuellement. Des solutions différenciées qui seront capables d'offrir des fonctions de veille économique dans les domaines d'opérations et de merchandising. Si ces concepts ne s'appliquent pas aux kits de surveillance vidéo habituels basés sur plusieurs (quatre exactement) appareils photo analogiques et un enregistreur numérique aux prix très avantageux, nous devrions regarder du côté de **la**

**technologie vidéo IP** dont la pénétration dans le marché du détail (particulièrement dans les petits points de ventes) est significativement plus basse que la moyenne globale du marché (10 % contre 40 % en moyenne).

Les caméras IP fournissent tous les éléments mentionnés ci-dessus. Les images sont de meilleure qualité et des fonctions que les caméras analogiques ne peuvent pas fournir sont à disposition. Beaucoup de consommateurs finaux connaissent déjà ces avantages mais ils pensent souvent qu'ils ne peuvent pas se permettre d'acheter de tels systèmes.

En appliquant une approche différente nous pourrions réaliser de meilleurs résultats et rediriger un marché énorme des petits points de vente vers l'utilisation de systèmes vidéo différent; transformant ceci en une occasion de promouvoir l'utilisation de nouvelles technologies aux clients et de réaliser des ventes de plus grande valeur ajoutée.

---

#### **Remarques à l'attention des éditeurs**

*Avec une part de 31,2 % sur le marché des caméras réseau, Axis Communications est le leader mondial du marché de la vidéo sur IP. À lui seul, le marché mondial des caméras réseau devrait représenter plus de 2,5 milliards de dollars d'ici 2013 et atteindre un taux de croissance annuel de plus de 28 % au cours des cinq prochaines années, selon le dernier rapport du cabinet d'études de marché IMS Research ([www.imsresearch.com](http://www.imsresearch.com)). « The World Market for CCTV and Video Surveillance Equipment 2009 Edition », publié en août 2009.*

#### **À propos d'Axis**

*Axis est une société informatique qui propose des solutions de vidéo sur IP à usage professionnel. Leader mondial du marché de la vidéo sur IP, Axis est à la tête de la transition actuelle de l'analogique vers le numérique. Centrés sur la vidéosurveillance et le contrôle à distance, les produits et solutions Axis reposent sur des plates-formes technologiques innovantes et ouvertes. Établie en Suède, la société Axis possède également des bureaux dans plus de 20 pays et travaille en coopération avec des partenaires répartis dans plus de 70 pays. Fondée en 1984, Axis est cotée à la Bourse NASDAQ OMX de Stockholm, sous le symbole boursier AXIS. Pour plus d'informations sur Axis, visitez notre site Web [www.axis.com](http://www.axis.com)*