

Délit sous surveillance

Changer de rôle. Une fois dans sa vie, endosser celui d'un voleur. Le cours «vol en magasin LIVE» dispensé par l'entreprise Umdasch d'Oberentfelden (AG) permet aux participants de réaliser ce genre de rêves parfaitement répréhensibles.

Quelle étrange impression. Tandis que je me rends sur le «lieu du délit», je sens la nervosité me gagner. Je commence même à avoir mal au ventre. Ça va être du sérieux, et je n'aurai pas droit à l'erreur. Il est 10 heures du matin, la grisaille automnale recouvre le Plateau suisse. Dix-huit personnes, hommes et femmes confondus, tous d'irréprochables citoyens au casier judiciaire vierge, se dirigent vers l'entrée d'un grand distributeur. Divisés en quatre groupes, les participants ont tous une mission à remplir: voler.

Mon sac en plastique rouge crisse horriblement – impossible de ne pas l'entendre – alors que j'essaie maladroitement d'y glisser un distributeur de savon en plastique. Mon complice dérobe un deuxième distributeur, en métal et nettement plus cher. Nous dirigeant vers le rayon enfants, nous évitons les voitures miniatures: leurs étiquettes semblent être sécurisées. En revanche, nous faisons main basse sur un domino. J'ai l'impression de voir la vendeuse à travers un nuage. En fait, je ne vois pas vraiment les articles proposés à la vente, mon regard papillonne pour repérer les objets faciles à dérober et ceux dont il vaut mieux se méfier.

Une chose est sûre: nous ne passons pas inaperçus. Nous allons bientôt être pris. Même la femme avec une poussette se met à nous regarder bizarrement. Je commence à avoir chaud et j'ai certainement les oreilles écarlates. Tout mon corps est en état d'alerte. La situation devient intolérable. Nous nous dirigeons vers une sortie latérale. Avant de passer le portillon de sécurité, je me prépare intérieurement à entendre retentir l'alarme. Un son strident accompagné, cerise sur le gâteau, par les éclairs du dispositif d'alarme qui trône sur l'armoire. Je suis étrangement calme, prête à affronter l'inévitable. Et pourtant, tout reste calme. Il ne se passe rien. Nous sortons du magasin sans être importunés, aussi tranquillement que tous les clients payants.

10 h 15. Tous les participants se retrouvent à proximité du magasin. Les hommes arborent des bonnets, des gants et des écharpes qu'ils ne portaient pas avant. Les femmes balancent avec effronterie des sacs à main bien rebondis. Un jeune homme arrive en souriant: il a carrément dérobé un fauteuil en cuir noir! Une femme porte une valise Samsonite dont l'étiquette flotte au vent: Fr. 298.80 Tout le monde est de retour, excepté une jeune femme en mission

de vol avec un policier cantonal. Les plaisanteries fusent. C'est justement le policier et sa complice qui ont été repérés par le détective du magasin et qui doivent maintenant répondre de leurs actes devant le directeur de la filiale. C'est du moins ce que nous supposons. Erreur: les deux escrocs en herbe arrivent avec une énorme valise de couleur voyante. Et de raconter comme ils sont passés tranquillement devant la caisse avec leur encombrant butin.

Nous sommes perplexes. Dans le cadre du cours sur le vol en magasin organisé par l'entreprise Umdasch shop-concept, nous avons tous dû nous métamorphoser en voleurs. Bien que parfaitement novices en la matière, nous avons parfaitement réussi notre mission. Nous sommes stupéfaits et un peu perturbés. Chacun s'accordant à constater que finalement, «c'était très facile».

On peut toujours prévoir un vol

Avant de passer à la pratique, nous avons eu droit à un cours d'Alfred Fuchsgruber, entrepreneur indépendant de Munich, sur le thème de «ne pas avoir peur du vol en magasin». Cet expert en vol, qui s'entraîne régulièrement à commettre de tels méfaits, est convaincu d'une chose: «Un vol s'annonce toujours.» Les caméras et les miroirs sont certes des outils utiles pour repérer des voleurs dans les coins reculés et peu visibles d'un magasin; mais le moyen le plus efficace pour prévenir tout délit, c'est d'avoir des collaborateurs vigilants. Il conseille donc aux gérants et directeurs qui participent au cours d'être attentifs aux signaux suivants:

Un voleur n'observe pas vraiment la marchandise, mais il regarde au moins une fois autour de lui pour voir s'il est surveillé.

Son regard balaie nerveusement les angles du magasin, s'arrêtant sur les emplacements des caméras.

«Le coup de la anse»: il porte son sac au bout de la anse pour pouvoir plus facilement glisser son butin dans le sac grand ouvert.

Il porte son sac à une hauteur inhabituelle. Il est particulièrement nerveux.

Le client honnête et bien intentionné porte les articles qu'il a choisi de manière visible pendant qu'il passe en revue les autres rayons du magasin. En revanche, la vigilance s'impose si une personne dissimule ses articles sous un journal ou un sac sous le bras.

Le personnel de vente serait bien inspiré d'intervenir et de proposer des conseils si deux personnes restent longtemps dans un coin mal visible du magasin, en particulier si l'une d'elles se place de manière à dissimuler l'autre au regard de tiers.

Quand le méfait est-il accompli?

Lorsque le personnel de vente repère un voleur, il lui est difficile d'intervenir directement car, du point de vue légal, le client doit avoir quitté le magasin avec de la marchandise dérobée pour que le vol soit considéré comme accompli. Et Alfred Fuchsgruber de préciser que tant que le client est encore à l'intérieur du local de vente, on doit lui accorder le bénéfice du doute et considérer qu'il a bien l'intention de payer sa marchandise. En cas de soupçon, il recommande de régler la situation en proposant des conseils. Par exemple:

Proposer aux personnes qui traînent dans le magasin avec différents articles de les libérer de leur fardeau et de déposer leur marchandise à la caisse, pour qu'elles puissent continuer de visiter les différents rayons les mains libres.

Ce spécialiste conseille aux drogueries de placer des petites corbeilles à l'entrée du magasin pour signaler aux clients que, dans ce commerce, les articles doivent être transportés au vu et au su de tous.

On peut proposer au client qui pénètre dans le magasin de le débarrasser des sacs, parapluie et autres paquets qui l'encombrent et de les déposer près de la caisse. En effet, de nombreux voleurs utilisent des boîtes ou des sacs recouverts ou tapissés d'aluminium pour échapper au contrôle électronique de la marchandise: cette astuce leur permet de passer la porte avec leur butin sans que l'alarme ne s'enclenche.

Le client est roi

Même lorsque le vol est avéré, le spécialiste conseille de chercher une solution «adaptée au client». Et de citer en exemple une expérience récente, faite en Autriche: alors qu'il s'exerçait à voler dans un magasin de lingerie, la vendeuse, seule dans le magasin, s'approcha de lui en disant: «Jeune homme, je vous prie de passer à ma caisse pour payer les articles qui sont dans votre sac. Et savez-vous pourquoi? Parce que si vous ne payez pas ces dessous, vous n'aurez

pas de reçu. Et si vous n'avez pas de reçu, vous ne pourrez pas venir échanger ce qui ne convient pas à votre petite amie.» La vendeuse a agi ainsi car elle avait parfaitement compris qu'elle ne réussirait pas à l'arrêter toute seule. Il est certes permis d'arrêter des voleurs, mais Alfred Fuchsgruber considère cela comme délicat, voire dangereux: «Le voleur est soumis à un stress énorme (oh, oui!) et peut donc agir de manière totalement imprévisible.» Dans une telle situation, il convient donc de rester calme et de se comporter correctement avec le voleur: pas d'autoritarisme, pas de violence, conseille le spécialiste.

Le vol en magasin est un véritable délit, mais il ne vaut pas la peine de mettre sa sécurité ou celle de ses collaborateurs en péril pour l'empêcher.

Katharina Rederer / trad: cs

P.S. Et pour répondre à la dernière question qui vous taraude: tout le butin amassé durant notre cours a été honnêtement rapporté au grand distributeur le lendemain du méfait.

Qui passe à l'acte?

L'occasion fait le larron: des enquêtes, réalisées en Allemagne, démontrent que 80 % des vols sont perpétrés par des voleurs occasionnels. Ce groupe d'individus dérobe 20 % de toute la marchandise volée en magasin. Les 20 % de vols restants sont l'œuvre de «professionnels»; lesquels font main basse sur 80 % de la marchandise volée.

L'identité des voleurs: 45 % de la marchandise est volée par des clients; 23 % par des collaborateurs et 17 % par les fournisseurs. Les 15 % de marchandise manquante s'explique par des lacunes en matière d'organisation.

Les pertes occasionnées: en Allemagne, les pertes annuelles dues à des vols oscillent entre 0,7 et 3 % du chiffre d'affaires; en Suisse, elles sont estimées à 0,6 ou 0,7 %. *kr*