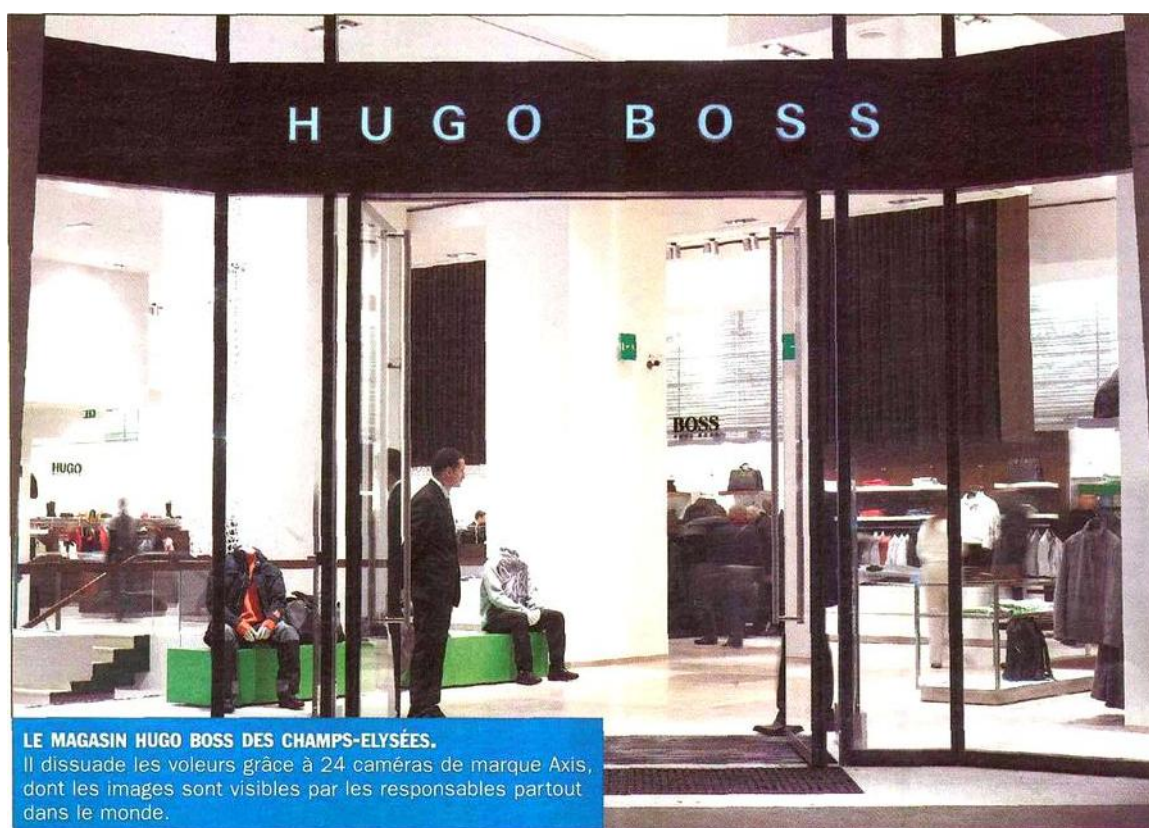


# La vidéosurveillance s'allie à la télétransmission

*Surveiller un magasin 24 heures sur 24 sur téléphone portable devient possible.*



**L**e magasin *Hugo Boss* des Champs-Élysées dissuade les voleurs grâce à 24 petites caméras, de marque *Axis*, implantées sur les trois étages du magasin. Leur particularité ? Pouvoir transmettre en temps réel, partout dans le monde et 24 heures sur 24, des images à l'ensemble des filiales de la marque, sur des ordinateurs, mais aussi des téléphones portables ou des ordinateurs de poche.

Ces solutions, qui ne pèsent aujourd'hui que 10% du marché de la vidéosurveillance, gagnent du terrain. Et pour cause. Fonctionnant sur le réseau IP, elles utilisent les lignes Internet haut débit du magasin pour retransmettre leurs images et remplacent ainsi facilement les caméras analogiques fonctionnant en circuit de télévision fermé. Si la surveillance reste la première des motivations amenant les entreprises à s'équiper, ces caméras offrent d'autres atouts.

*Hugo Boss*, qui devrait progressivement en équiper l'ensemble de ses magasins, s'en sert aussi pour contrôler l'agence-ment de la boutique à distance et pour faire de la télémaintenance sur les matériels comme les imprimantes ou les postes de travail en magasin. Le groupe *Macé*, qui vient aussi d'en équiper ses 58 magasins, aux enseignes *Complicité* et *Point Mariage*, en s'appuyant sur une offre de la société *Adt*, les emploie pour mesurer le

taux de fréquentation et pour dialoguer en temps réel avec l'ensemble des responsables de boutique. Tous les flux vidéo sont sauvegardés localement sur des PC en magasin, qui diffusent en même temps les clips publicitaires et informations promotionnelles de l'enseigne, grâce à une technologie développée par la société *Mirane*.

« Ces outils, situés à mi-chemin entre l'informatique et la vidéo, mesurent l'impact d'une vitrine, les heures de plus grande fréquentation et peuvent être utilisés pour le merchandising. Quand, par exemple, une enseigne souhaite que toutes ses boutiques soient agencées de la même manière », explique Patrick Tennevin, directeur du marketing d'*Axis*. Les solutions logicielles qui se greffent au système permettent de programmer une caméra pour qu'elle détecte, par exemple, un mouvement anormal dans une zone donnée (un pull qui disparaît d'une étagère) et envoient directement une alerte, par Sms ou par un autre support, à la personne responsable.

C'est ce que propose notamment la société *Odesse*, qui, après avoir équipé les sièges et bureaux de grandes entreprises, vise aujourd'hui le commerce de détail. Son premier client est une boutique de prêt-à-porter à Ploec-sur-Lié, dans les Côtes-d'Armor. « L'avantage de notre solution sous Linux, c'est qu'elle s'utilise de manière intuitive », affirme Michel Rogé, directeur technique de la société. Elle est pratique pour les détaillants indépendants, qui sont rarement dans leurs magasins. La caméra détecte des mouvements, enregistre les images, qui sont faciles à retrouver ensuite selon différents critères de recherche. Notre solution, qui est un package complet, synchronise jusqu'à quatre flux à la fois. Elle s'interface aux centrales d'alarme. Le logiciel s'installe sur un PC à part ou sur le terminal point de vente sous Windows. L'ensemble, c'est à dire le logiciel et quatre

caméras, coûte de 3.500 à 4.000 € par magasin.»

Mais il faudra du temps avant que ces systèmes de nouvelle génération remplacent les caméras analogiques. D'une part, parce qu'un équipement en lignes haut débit est indispensable, d'autre part, parce que de nombreuses boutiques sont aujourd'hui équipées de caméras avec des enregistreurs numériques, qui stockent les données sur disques, ce qui suffit à leurs besoins. Didier Castaing, qui dirige cinq magasins *Sport 2000* dans le sud de la France, a installé avec la société *Adamis* dans deux d'entre eux une caméra fixe (un dôme) pour surveiller les éventuels vols en magasin. Tous ses articles sont par ailleurs pourvus d'étiquettes antivol *Shell*, contenant de l'encre. «*Ces étiquettes ont déjà fait diminuer des trois quarts notre taux de démarque inconnue*, souligne Didier Castaing. Parfois, nous glissons même dans certains articles des antivols autocollants. Les caméras permettent, quant à elles, de prendre les voleurs sur le fait. Lorsqu'ils se voient sur les images, ils ne peuvent pas contester.»

Seule contrainte : ces caméras ne sont utiles que si un employé du magasin les manipule et zoome sur des personnes en cas de doute. «*A Marseille, une personne se consacre à cette tâche*, précise Didier Castaing. *Dans notre magasin de La Seyne-sur-Mer, c'est la personne de la caisse.*» Pour un magasin, celui de Marseille, qui s'étend sur 1.700 m<sup>2</sup> et comprend deux entrées, le distributeur consacre environ 1,8% de son chiffre d'affaires Ttc aux systèmes anti-vol (antennes, étiquettes, vidéo), hors frais de personnel (le point de vente emploie également deux vigiles).

La lutte contre la démarque inconnue représente un coût qui n'a cessé de croître au cours de ces dernières années. Le *Center for Retail Research (Crr)*, qui réalise régulièrement des rapports sur ces dépenses, avec le parrainage de *Checkpoint Systems*, l'a évalué, en 2005, à 7,6 milliards d'€ pour le commerce de détail de 25 pays d'Europe, soit 426 millions d'€ de plus qu'en 2004. Un quart de cette somme colossale concerne les systèmes de surveillance électronique d'articles (Eas) et la télévision en circuit fermé.

**CATHERINE PETIT ●**

## Une solution très encadrée

**I**NSTALLER une caméra de vidéosurveillance dans un magasin nécessite une autorisation administrative préalable auprès de la préfecture, et les enregistrements qui sont effectués par les caméras doivent être détruits dans un délai d'un mois. En outre, la personne filmée doit pouvoir accéder aux enregistrements qui la concernent. Quand le dispositif d'enregistrement s'appuie sur des moyens informatiques, comme c'est le cas pour des enregistrements réalisés avec des caméras de vidéosurveillance IP qui alimentent des fichiers informatiques, un dossier de déclaration doit être déposé auprès de la *Cnil*. L'utilisation dans un commerce doit également faire l'objet d'une déclaration auprès du comité d'entreprise. Enfin, mieux vaut impliquer ses salariés dans cette démarche afin qu'ils ne rejettent pas cette technologie. ●

## La chaîne Courir utilise la Rfid pour une Plv originale

*Les magasins vont accueillir un présentoir intelligent.*

**L**A technologie Rfid peut aussi faire office de Plv dynamique. L'enseigne *Courir* a décidé de s'en servir pour valoriser ses modèles de chaussures exclusifs *Vib* (Very important basket). Les magasins vont ainsi accueillir un présentoir intelligent développé par la société *Supertec*. Ce meuble détecte les articles munis de puces Rfid et fournit automatiquement des informations sur un écran pour le consommateur. «*On peut afficher des informations sur le prix d'un article, les couleurs disponibles, faire une liste de produits*

*complémentaires, comparer un article à un autre*», explique Eric Varlet, distributeur du produit.

Ce présentoir autonome modulaire, qui fonctionne avec une simple prise de courant, peut accueillir jusqu'à 90 produits, des vêtements sur cintres, sous blister, ou tout simplement posés sur l'une de ses trois tablettes. Le fournisseur le livre avec une série d'étiquettes intelligentes qui peuvent être programmées à distance. Le contenu visuel qui défile sur l'écran peut être celui développé sur le site Internet de l'enseigne. «*Le logiciel offre une passerelle avec le web*», indique Eric Varlet.

La prestation avec le présentoir avoisine les 200 € par mois, pendant trente-six mois. «*Pour l'instant, il fonctionne en autonomie complète, mais on peut imaginer qu'il soit connecté ensuite au système d'information de l'entreprise*», ajoute Eric Varlet. «*Cette technologie permet de donner en temps réel au client toutes les caractéristiques du produit présenté et apporte également un bénéfice séduction aux yeux d'une clientèle jeune, très attirée par les nouvelles technologies et les présentations ludiques*», indique le service communication de *Courir*.

C.P. ●



### LE PRÉSENTOIR "INTELLIGENT" UTILISÉ PAR COURIR.

Le meuble détecte les articles munis de puces Rfid et affiche les informations qu'elles contiennent sur son écran.