

# ZEB EN A ASSEZ DES VOLEURS ET LANCE UNE GRANDE CAMPAGNE ANTI-VOL DANS LES MAGASINS AVEC « NO WAY, NOT TODAY »

UNE PERTE DE REVENUS ANNUELLE DE 2 MILLIONS D'EUROS DUE AUX VÊTEMENTS VOLÉS



**La période de Noël n'est pas seulement une haute saison pour les détaillants. Selon une étude Securitas, la période la plus sombre de l'année enregistre également une hausse d'un quart des vols à l'étalage. Le magasin de mode multimarques ZEB tire la sonnette d'alarme et soulève le problème du vol. Malgré de investissements importants dans le domaine de la prévention et de la surveillance - avec des conséquences positives - le vol reste un problème.**

C'est pourquoi ZEB lance, durant la période de Noël, une campagne pour dissuader les voleurs. Dans tous les magasins ZEB, un grand panneau est placé à l'entrée pour les dissuader, les vitrines et les cabines d'essayage sont également étiquetées dans ce sens. ZEB veut attirer l'attention sur ce problème sans viser les clients.

En plus de la campagne « No Way, Not Today », de nombreux efforts sont déjà déployés dans les coulisses de ZEB pour réduire le taux de vol. Depuis quelques années, une équipe 'Loss Prevention' de quatre personnes travaille à temps plein sur les mesures de prévention par le biais d'audits, de sécurité supplémentaire, de clients mystères et de formations. L'équipe prend en charge les points de vente en matière de prévention des vols et, si nécessaire, étudie les images des caméras. La coopération avec la police est excellente et chaque rapport fait l'objet d'un suivi approfondi et d'une enquête.

---

Durant les formations, les employés des magasins ZEB apprennent à mieux détecter les comportements suspects afin d'éviter les vols. « Nous pouvons voir que cette approche fonctionne uniquement par le nombre de vol signalés. En un an, le nombre de signalements pour vols dans les 70 magasins de ZEB a doublé pour atteindre le nombre de 1000. Bien que nous observions une tendance à la baisse du taux de vol, le vol reste un problème majeur. En fait, nous achetons des marchandises d'une valeur de 2 millions d'euros pour les voleurs. Cela ne peut plus durer », explique le CEO Luc Van Mol.

« On remarque que les mêmes personnes ou bandes reviennent, parfois jusqu'à deux ou trois fois par jour pour commettre leurs méfaits. Cela ne se produit pas seulement chez nous, mais aussi chez nos collègues détaillants ou revendeurs. Nous plaçons en faveur d'une liste noire comme aux Pays-Bas où les détaillants travaillent ensemble et enregistrent les données des voleurs pour leur refuser efficacement l'accès à leur magasin », complète Luc Van Mol. Actuellement, la création d'une liste noire n'est pas autorisée en Belgique en raison de la législation sur la vie privée

**Des séquences vidéo des tentatives de vol chez ZEB peuvent être visionnées [ici](#).**

#### **A PROPOS DE ZEB**

Le groupe ZEB est la maison-mère des magasins multimarques ZEB, The Fashion Store, PointCarré et aussi, depuis février 2019, ZEB For Stars. L'entreprise belge, dont le siège social est situé à Merchtem, comprend 110 points de vente répartis à travers la Belgique. A la fin de l'année fiscale 2018-2019, le groupe aura réalisé un chiffre d'affaires de 224 millions d'euros (TVA incluse) et a pu s'appuyer sur le soutien de 1200 collaborateurs. Plus d'informations : [www.zeb.be](http://www.zeb.be)

**Pour toute demande d'interview, prêt de matériel pour des prises de vues, ressources photographiques ou plus d'information, veuillez contacter:**

Wavemakers PR & Communications | Mailien Nguyen  
[mailien@wavemakers.eu](mailto:mailien@wavemakers.eu) | 0472/38 49 51



**Erika Mees - Marketing & PR Manager**  
[erika.mees@zeb.be](mailto:erika.mees@zeb.be) | (+32) 474.95.04.39

**Photos et vidéo**  
<https://we.tl/t-0ION6SNufU>