



Secondo i dati 2009 del Barometro Mondiale dei Furti nel Retail, il più ampio e completo studio al mondo in materia di criminalità e furti nel settore retail, il fenomeno ha registrato in Italia una crescita del 6,2% rispetto al 2008. Carne, pesce, salumi e latticini gli articoli più rubati.

[Retail]

Furti a quota 3,8 miliardi di euro

di Donatella Carè | Il livello di furti commessi all'interno dei punti vendita e della grande distribuzione ha raggiunto globalmente una cifra di oltre 84 miliardi di euro nel 2009, registrando un incremento del 5,9%, rispetto al 2008.

Si tratta dell'aumento più significativo di differenze inventariali mai registrato a partire dalla nascita (2001) del Barometro Mondiale dei Furti nel Retail, lo studio condotto dal **Centre for Retail Research** di Nottingham e patrocinato da **Checkpoint Systems**, leader globale per il controllo delle differenze inventariali, giunto alla terza edizione.

Lo studio ha preso in esame 1.069 aziende, con un fatturato totale di 602.526 milioni di euro, situate in Nord America (201 aziende, con vendite combinate pari a 214.036 milioni di euro), Europa (567 aziende, 331.316 milioni di euro), regione Asia Pacifico (196 aziende e 43.247 milioni di euro), America Latina (67 aziende e 10.995 milioni di euro) e Africa Medio Orientale (38 aziende e 2.932 milioni di euro). Nello studio di quest'anno sono

stati inclusi nuovi paesi: Cina, Marocco, Taiwan e Turchia.

In Italia, la percentuale di differenze inventariali è stata pari all'1,36% rispetto al fatturato del retail, con un incremento del 6,2% rispetto agli stessi dati del 2008. I furti sono costati ai retailer italiani ben 3,8 miliardi di euro. È interessante notare come l'Italia registri l'incremento più forte tra i Paesi dell'Europa occidentale: a precedere il nostro Paese nella classifica europea ci sono infatti solo Slovacchia (+9,8%), le Repubbliche Baltiche: Lettonia, Estonia, Lituania (+6,7%), Repubblica Ceca (+6,5%) e Turchia (+6,4%).

La crescita dei furti tra i retailer italiani sembra essere legata alla recessione economica, che ha colpito tutti i comparti della grande distribuzione: lo studio del 2009, in-

fatti, ha chiesto agli operatori se avessero riscontrato rispetto all'anno precedente un aumento significativo nei furti, tentati o riusciti, da parte di taccheggiatori e dipendenti disonesti. Nella classifica mondiale, l'Italia appare al primo posto nella percentuale di retailer che dichiarano di aver subito un incremento dei furti dovuto alla crisi (54,2%), seguita poi da Sud Africa (52,6%) e Stati Uniti (51,7%)

Per ciò che concerne le linee di prodotti maggiormente rubati, a livello globale le cifre più elevate sono state rilevate nel settore abbigliamento e capi firmati/accessori (1,84%) e nel settore cosmetici/profumi/prodotti per la bellezza/farmacia (1,77%).

L'Italia rispecchia le tendenze globali, con alcune specificità proprie del nostro Paese: nella classifica dei dieci prodotti maggiormente rubati, troviamo al primo posto gli alimentari "freschi" come carne, pesce, salumi e latticini, seguiti poi dagli articoli per la cura e l'igiene del corpo – cosmetici, pro-

fumi, ma anche pasta per dentiere e collutori – e da vini e superalcolici. I capi di abbigliamento si posizionano al quinto posto, salendo di ben due posizioni rispetto alla classifica italiana dello scorso anno.

Per quanto riguarda invece i prodotti che hanno subito gli incrementi più significativi nei furti, quest'anno si registra un +17,8% per pile e batterie ricaricabili, un aumento del 14,3% nei prodotti per la cura del corpo – sia maschile che femminile – seguiti poi da alimentari freschi (+10%), alcolici (+7,2%) e piccoli elettrodomestici e articoli per il fai da te (+6,5%).

“Gli articoli che attirano maggiormente l'attenzione dei taccheggiatori sono spesso di ridotte dimensioni e quindi, semplici da nascondere, costosi e, possibilmente, di marca – spiega **Salvador Cañones**, country manager di Checkpoint Systems Italia –. Si tratta cioè di articoli che risultano facilmente rivendibili sul mercato nero, in quanto richiesti dalla maggior parte della popolazione, nonostante il periodo di crisi”.

Analizzando quali sono le fonti delle differenze inventariali, si scopre che in Italia i furti commessi da parte dei clienti rappresentano la causa principale: sono infatti il 50,8% i taccheggi ad opera di

- 1 Food fresco
- 2 Articoli per la cura e l'igiene del corpo
- 3 Vini e superalcolici
- 4 Pile e batterie ricaricabili
- 5 Abbigliamento e accessori
- 6 Prodotti Hi tech
- 7 DVD, bluray e videogame
- 8 Cartucce per stampanti e altri consumabili
- 9 Articoli per il fai da te e piccoli elettrodomestici
- 10 Tonno in scatola

I 10 prodotti più rubati in Italia

bande organizzate o ladri per così dire "amatoriali", individui cioè che non hanno mai commesso furti in passato ma che in questo momento di recessione trovano nel taccheggio la risposta – seppur sbagliata – alle proprie difficoltà economiche.

Rispetto alla media europea, che si attesta sui 47,5%, il nostro Paese registra un livello maggiore di perdite da parte dei clienti pari a 3,3 punti percentuali.

La seconda maggiore causa di furti è rappresentata dai dipendenti disonesti, con il 30,9% del totale; le frodi da par-

te di fornitori/ produttori e i furti nelle consegne sono stati stimati pari al 6,1% delle perdite, mentre il 12,2% delle differenze inventariali è da attribuire ad errori interni.

"Dell'aumento del crimine nel retail pagano le spese i consumatori onesti, costretti a sopportare annualmente una sorta di "tassa invisibile" che ricade sull'acquisto dei prodotti pari a 190 euro per nucleo familiare – afferma il professor **Sandro Castaldo**, chairman marketing dept. della **SDA Bocconi** ed esperto di retailing –. Di questo i retailer devono tenere conto, non ce-

dendo alla tentazione, naturale in questo momento di crisi, di ridurre gli investimenti in innovazione, ma considerando anzi l'attività di gestione delle differenze inventariali come elemento strategico per il successo e la crescita dell'azienda".

L'aumento delle differenze inventariali è infatti anche strettamente legato alla riduzione degli investimenti in *loss prevention*. A livello globale, l'investimento in sicurezza registrato nel 2009 è stato pari ad una media dello 0,31% del fatturato retail. Mentre in Italia gli investimenti

ammontano allo 0,33%, con un calo di 3 punti percentuali rispetto al 2008. "Sebbene ci sia stato un generale calo degli investimenti in *loss prevention* – spiega Sandro Castaldo – è importante sottolineare che le aziende più strutturate, maggiormente lungimiranti, non hanno smesso di introdurre soluzioni di protezione all'avanguardia, perché hanno visto nell'innovazione la reale chiave per superare questo particolare momento di crisi economica. La speranza è che anche le piccole e medie imprese seguano l'esempio".

