

Le perdite dovute a furti, scarti ed errori costano 6,7 miliardi di euro alle aziende del settore Retail e GDO in Italia

Lo studio “La Sicurezza nel Retail in Italia 2023” condotto da Crime&tech, spin-off di Università Cattolica del Sacro Cuore-Transcrime, con il supporto di Checkpoint Systems e in collaborazione con il Laboratorio per la Sicurezza, ha analizzato il tema delle differenze inventariali e della sicurezza nel settore Retail.

Milano, 7 novembre 2023 – Nel 2022 le differenze inventariali delle aziende del settore del Retail e della GDO hanno raggiunto in media l'**1,38% del fatturato annuo**, portando la **stima del valore delle perdite a circa 4,6 miliardi di euro**. Queste perdite derivano da furti e frodi, ma anche da errori amministrativi, scarti, rotture e altre inefficienze operative. A questo valore va aggiunta la spesa che le aziende sostengono in misure di sicurezza o contrasto alle perdite, raggiungendo così un **costo economico totale** stimato pari a **6,7 miliardi di euro**, l'equivalente di 114 euro per ogni cittadino italiano. Sono alcuni dei risultati dello studio “*La Sicurezza nel Retail in Italia 2023*” realizzato da Crime&tech, spin-off di Transcrime - Università Cattolica del Sacro Cuore, con il supporto di Checkpoint Systems Italia e la collaborazione dell'associazione Laboratorio per la Sicurezza.

“Questo studio ha l'obiettivo di provare a quantificare le perdite e fornire alle aziende degli spunti di riflessione sulle soluzioni da poter adottare” commenta Marco Dugato, Amministratore di Crime&tech e Ricercatore di Transcrime - Università Cattolica del Sacro Cuore. *“L'ambizione è incoraggiare le aziende e i fornitori di servizi ad adottare sempre più delle strategie aziendali in tema di sicurezza che siano basate sulla raccolta e analisi sistematica di dati”*.

“Dal 2017, questa iniziativa illumina la sicurezza nel retail, fornendo preziose linee guida per gli operatori di mercato” afferma Alberto Corradini, Business Unit Director Italy di Checkpoint Systems. *“Checkpoint ha sempre sostenuto con impegno la realizzazione di studi sulle differenze inventariali nel retail, riconoscendo l'importanza di una comprensione approfondita del contesto in cui operano i retailer. La sicurezza è un elemento cruciale per garantire operazioni efficienti e sostenibili, e questa ricerca si propone di offrire una panoramica esaustiva dello stato attuale del mercato.”*

Giuseppe Mastromattei, Presidente del Laboratorio per la Sicurezza, aggiunge *“Il Laboratorio, in un'ottica di open innovation, da sempre incoraggia la condivisione di informazioni tra tutti gli stakeholders del settore. L'analisi dei dati condivisi è essenziale per definire le strategie di prevenzione. Questo rapporto è ormai uno strumento indispensabile per affrontare consapevolmente le sfide future della sicurezza nel Retail.”*

Questo studio si pone in **continuità con le precedenti analisi** svolte da Crime&tech a livello nazionale (La Sicurezza nel Retail in Italia, 2017 e la Sicurezza nel Retail in Italia, 2021) ed europeo (Retail Security in Europe – Going beyond shrinkage, 2019), sempre in collaborazione con Checkpoint Systems.

I dati presentati all'interno del report sono stati raccolti attraverso:

- Un **questionario online** distribuito a un campione di security manager appartenenti a **40 gruppi aziendali** del settore Retail e GDO, per un totale di oltre 10.300 punti vendita;
- L'analisi di informazioni su più di **103.000 singoli eventi criminali** registrati in punti vendita di tutta Italia tra il 2021 e i primi nove mesi del 2023. Per un valore totale della merce rubata o recuperata pari a oltre 4 milioni di euro.

In particolare, lo studio ha mostrato che:

- Nel 2022, il valore del **costo economico totale** causato dalle differenze inventariali e dal costo delle misure per contenerle è pari a 6,7 miliardi di euro (114 euro per cittadino). Questo valore evidenzia un **aumento rispetto al dato stimato in studi precedenti**.
- Tra i settori considerati, Fai da te (2,00%) e Supermercati, Ipermercati e Discount (1,98%) sono quelli che registrano i **valori più alti di differenze inventariali**.

- Tuttavia, i valori rilevati devono essere considerati con cautela in quanto le aziende adottano **diversi metodi per classificare e quantificare le perdite**.
- Le aziende identificano la **localizzazione del punto vendita** come l'elemento in grado di influire in maniera più decisa sul valore delle differenze inventariali. A seguire ci sono altri elementi strutturali del punto vendita come la dimensione, il design, il numero di dipendenti, le misure di sicurezza adottate e l'estensione dell'assortimento.

CAUSE DELLE PERDITE E PRODOTTI PIÙ RUBATI

- In media, il **48%** delle differenze inventariali sono di **natura sconosciuta**, cioè non è stato possibile attribuire delle cause certe a queste perdite.
- Concentrandosi sulle differenze con origine conosciuta, **la causa più frequente** è rappresentata dai **furti esterni**, seguiti da furti interni, scarti e rotture, errori amministrativi e contabili e frodi commesse da fornitori.

Furti e frodi esterne

- Tra i **furti esterni** prevale il **taccheggio**, seguito dal furto con scasso e dal furto di necessità. Rapine e frodi sono invece le modalità indicate come meno frequenti.
- Rispetto al 2021, l'**82% delle aziende** intervistate ha registrato un **aumento dei casi di taccheggio** nei propri punti vendita. L'incremento è stato rilevato da aziende di tutti i settori. Secondo il **53% dei rispondenti**, sono **aumentati** rispetto al 2021 anche i **furti di necessità**, che avevano già registrato un aumento dal 2019 al 2020.
- Il **valore medio della merce rubata o recuperata** nei singoli episodi di taccheggio è pari a **40 euro**; questo valore varia però significativamente in base ai settori merceologici considerati.
- I *modi operandi* più utilizzati dai taccheggiatori sono la tecnica del *grab and run* e la rimozione delle etichette antitaccheggio.
- Lombardia e Lazio sono le regioni dove il valore totale della merce rubata è più alto, ma a livello di singolo episodio i valori medi più alti sono stati registrati in Trentino-Alto Adige, Calabria e Abruzzo.
- Secondo i rispondenti al questionario, il **60% degli eventi di taccheggio** sono riconducibili ad attività di **Organised Retail Crime**, ovvero all'azione di gruppi di due o più persone che si associano per derubare o frodare le aziende del settore Retail e GDO in maniera pianificata, sistematica e ripetitiva, con la principale finalità di rivendere illecitamente la merce sottratta.
- **La maggioranza degli autori di reato identificati è di genere maschile**, soprattutto nei settori **Elettronica di consumo** e **Fai da te**. D'altra parte, la categoria dell'**Abbigliamento fast fashion** mostra una maggior presenza di autrici di reato di genere femminile.
- Per quanto riguarda le **frodi esterne**, i rispondenti indicano il **wardrobing**, lo **scambio di etichette** dei prodotti e i **mancati pagamenti al self-checkout o self-scan** come le modalità più comuni.
- La diffusione di **sistemi alternativi di checkout** è una tendenza consolidata all'interno del settore Retail e GDO. L'adozione di questi sistemi, oltre a presentare dei vantaggi, espone le aziende al **rischio di furti o errori in buona fede**.
- La modalità più frequente di frode online è il **furto d'identità**.

Furti e frodi interne e da parte dei fornitori

- **Furti e frodi interne** sono la seconda causa di natura criminale delle differenze inventariali. Le modalità maggiormente rilevate sono il **furto della merce** a opera di dipendenti, seguita **dall'annullamento totale o parziale degli scontrini**, il **furto di denaro dalla cassa** e il **reso di merce fraudolento**.
- I **Cassieri** risultano essere i dipendenti più frequentemente coinvolti.
- Relativamente ai **furti e frodi da fornitori**, la maggior parte dei rispondenti affermano di aver subito furti o frodi da parte di **fornitori di servizi logistici** (83%), come corrieri e trasportatori, e due terzi degli intervistati ha registrato furti o frodi da parte di **fornitori di altri servizi** (66%), quali ad esempio società di sicurezza, pulizia e vigilanza.

Prodotti più rubati

- I **prodotti più rubati con più alto valore economico** per settore merceologico sono: i capispalla e maglieria (Abbigliamento), gli alcolici e tonno e carne in scatola (Supermercati, ipermercati e Discount), le calzature e occhiali (Calzature e accessori), smartphone, tablet e accessori di telefonia mobile (Elettronica di consumo) e gli accessori per le smart-home e utensili elettrici (Fai da te).
- I **prodotti più rubati per numero di pezzi** per settore merceologico sono: i cosmetici e la maglieria (Abbigliamento), gli alcolici e i salumi e formaggi (Supermercati, Ipermercati e Discount), le calzature e gli occhiali (Calzature e accessori), gli accessori per la telefonia mobile e le pile (Elettronica di consumo) e le spine e prese elettriche e la colla (Fai da te).

Cause di natura operativa

- Rispetto alle **cause di natura operativa**, nel settore Abbigliamento gli **errori amministrativi** sembrano essere particolarmente importanti, mentre nel settore Supermercati, Ipermercati e Discount sono invece molto rilevanti gli **scarti e rotture**, i **mancati freddi** e la **merce scaduta o deteriorata**.
- I **prodotti freschi o freschissimi** rappresentano una fonte rilevante delle perdite per il settore Supermercati, Ipermercati e Discount (41% del fatturato totale). In media nel 2022, il **2% di questi prodotti è stata buttata** perché invendibile o scaduta.

CONTRASTO E PREVENZIONE: MISURE DI SICUREZZA E RAPPORTO CON LE FORZE DELL'ORDINE

- Le aziende adottano diverse soluzioni o strategie per ridurre o gestire gli sprechi alimentari. Tra gli approcci più utilizzati, circa tre aziende su quattro ricorrono a **offerte sui prodotti prossimi alla scadenza**, mentre circa la metà dei rispondenti utilizza **sistemi di riordino intelligente**.
- Per contrastare queste perdite, nel 2022 le aziende hanno speso lo **0,64% del loro fatturato in misure di sicurezza**, adottandone contestualmente diversi tipi e variandone il numero a seconda delle caratteristiche dei punti vendita.
- Le misure di sicurezza a protezione del punto vendita più adottate dalle aziende sono la **videosorveglianza** (94%) e le **barriere anticaccheggio** (86%), così come la **formazione del personale** (94%).
- Per la protezione dei singoli prodotti le aziende utilizzano maggiormente **placche/etichette anticaccheggio** (83%) e **scaffali chiusi o vetrine** (63%).
- Un terzo delle aziende (34%) utilizza dei **software per l'analisi avanzata delle transazioni di cassa**, mentre un'altra metà (49%) delle aziende utilizza degli applicativi per avere una reportistica sistematica su questi stessi dati. Meno frequente è invece l'utilizzo di software per la raccolta, elaborazione e analisi **dati relativi agli eventi criminali** all'interno dei punti vendita.
- La **propensione a denunciare** alle Forze dell'Ordine un reato identificato da parte delle aziende può variare in maniera rilevante a seconda del tipo di evento. Le **rapine** e i **furti con scasso** sono i reati più denunciati, mentre il **taccheggio** e le **frodi** sono i meno denunciati.
- La scelta di non denunciare episodi di **taccheggio** è in larga parte dovuta allo **scarso valore del furto** e, in subordine, al **recupero della merce o del denaro**. Per frodi esterne o frodi da parte di fornitori a pesare in maniera significativa è la **scarsità di prove**.
- Il settore Retail e GDO in Italia affronta sfide complesse legate alla sicurezza e alle perdite. Questo richiede un approccio sistemico, collaborazione interna ed esterna, integrazione tecnologica e formazione del personale. La ricerca e valutazione continua di strategie innovative è essenziale in un contesto in continua evoluzione.

Lo studio è stato presentato oggi, **martedì 07 novembre**, durante il **webinar** dal titolo "*La Sicurezza nel Retail in Italia*". Il report dello studio e i report precedentemente pubblicati sono disponibili sui siti ufficiali di [Crime&tech](https://www.crimetechn.it) e [Checkpoint Systems](https://www.checkpoint.com/it).

Crime&tech Srl è lo spin-off di Transcrime - Università Cattolica del Sacro Cuore. Crime&tech traduce le ricerche di Transcrime in tecnologie e applicazioni per il settore privato e le istituzioni pubbliche, offrendo analisi avanzate per valutare, monitorare, mappare e prevenire i rischi relativi a sicurezza e reati. Crime&tech dispone di una solida rete di data provider e system integrator a livello globale.

Checkpoint Systems, Divisione di CCL Industries, partner globale e fornitore di soluzioni RF e RFID verticalmente integrate per il retail, offre etichette, hardware per negozi e centri di distribuzione e software basati su cloud. Le soluzioni di Checkpoint aiutano a brandizzare, proteggere e tracciare la merce dalla produzione al consumatore, ottimizzare le operazioni di vendita, con dati utilizzabili in tempo reale, precisione delle scorte, vendite omnichannel efficienti, migliori performance finanziarie e una migliore esperienza per il consumatore.

CCL Industries Inc., leader mondiale nelle soluzioni per etichette e packaging speciali per le società che operano a livello mondiale, piccole imprese e consumatori, impiega circa 19.000 persone e gestisce 150 strutture in 25 paesi in sei continenti con sedi aziendali a Toronto, in Canada, e Framingham, Massachusetts. Per maggiori informazioni, visitare www.cclind.com.

Laboratorio per la Sicurezza è un'associazione che riunisce i professionisti delle funzioni di Security, Safety, Compliance, Loss Prevention e Privacy operanti in prevalenza per conto di aziende nazionali e internazionali del Retail e della Grande Distribuzione Organizzata.

Contatti

Crime&tech

Stefano Capetti
Communication Manager
Crime&tech srl – Spin-off company di Transcrime -
Università Cattolica del Sacro Cuore
T +39 02 7234 3715/16 | M +39 347 999 4905
stefano.capetti@unicatt.it
www.crimetech.it

Università Cattolica del Sacro Cuore

Ufficio stampa
ufficio.stampa-mi@unicatt.it
Emanuela Gazzotti – Nicola Cerbino
emanuela.gazzotti@unicatt.it – nicola.cerbino@unicatt.it
F: +39 335 1223934 – 335 7125703
Università Cattolica del Sacro Cuore
Largo Gemelli 1, 20123 Milano



Checkpoint Systems Italia

Gaia Giannotti
Marketing Manager Italia
Checkpoint Systems
Tel + 39 335 642 44 33
gaia.giannotti@checkpt.com

