

Zeitschrift: Schweizerische Zeitschrift für Kriminologie = Revue suisse de criminologie = Rivista svizzera di criminologia = Swiss Journal of Criminology

Band: 3 (2004)

Heft: 2

Artikel: Les vols dans les commerces : mesures de sécurité versus facteurs de risque

Autor: Isenring, Gian Ly / Killias, Martin

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1050808>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.10.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Giang Ly Isenring, Martin Killias

Les vols dans les commerces

Mesures de sécurité versus facteurs de risque

Résumé

Le présent article s'inscrit dans le cadre de l'approche situationnelle. Il tente d'évaluer les effets des mesures de sécurité prises par les commerces sur les vols commis par les clients en tenant compte d'un certain nombre de facteurs de risque, tels que le type de produit en vente, l'emplacement du commerce, la grandeur du commerce, le nombre d'heures d'ouverture ou encore le nombre d'employés. Notre étude se base sur les données récoltées lors du sondage de victimisation des commerces réalisé en 1994 par le Home Office UK. Les analyses statistiques effectuées ont permis de déterminer les facteurs les plus prédictifs de la victimisation de vol, le but étant ici de participer à l'élaboration d'un meilleur outil de prévention. *Mots-clés*: vols dans les commerces – taux de victimisation de vols – mesures de sécurité – facteurs de risques situationnels – rôle de dissuasion et de détection.

Zusammenfassung

Der vorliegende Beitrag gliedert sich theoretisch in den situationellen Erklärungsversuch der Kriminalität ein. Er versucht den Einfluss der von Geschäften ergriffenen Sicherheitsmassnahmen auf die Kundenladendiebstähle zu erfassen. Dabei wurden verschiedene Risikofaktoren, wie etwa der Warentyp, die Lage und Grösse des Geschäftes, Länge der Öffnungszeiten und die Anzahl der Angestellten berücksichtigt. Die Studie analysiert die vom Home Office GB im Rahmen des *International Commercial Crime Survey* gesammelten Daten. Statistische Analysen haben es ermöglicht, die wichtigsten Risikofaktoren herauszuarbeiten, mit dem Ziel einen Beitrag zur Konzeption besserer Präventionsmassnahmen zu leisten.

Schlüsselwörter: Ladendiebstahl – Diebstahlsrate – Sicherheitsmassnahmen – Risikofaktoren – Abschreckung und Aufdeckung.

Summary

The following article, based on the situational approach, intends to evaluate the effects of security measures on shoplifting taking into consideration different risk factors such as the type of merchandise/product sold, the location and size of the store, the opening hours or the number of employees. For the analysis, our research has utilised data collected in 1994 by the Home Office UK for the *International Commercial Crime Survey*. The statistical analysis completed provided us with fundamentals allowing the determination of the most predictable risk factors in order to make further suggestions for the prevention of shoplifting.

Keywords: shoplifting – victimisation rate of shoplifting – security measures – situational risk factors – role of detection and dissuasion.

1. Introduction

L'étude effectuée sur les vols dans les commerces se base sur les données récoltées lors du sondage EC-ICCS1994 (European Community-International Commercial Crime Survey ou Crime Against Business Survey). Le sondage EC-ICCS est un sondage sur la victimisation que subissent les commerces de vente au détail, les entreprises de fabrication et les hôtels-restaurants. Réalisé en 1994, il a réuni un nombre considérable de pays européens, à savoir: l'Angleterre, la Hollande, la France, l'Allemagne, l'Italie, la Suisse, la République tchèque et la Hongrie. Le questionnaire du sondage a été formulé de façon à connaître les incidences et les coûts des différentes infractions (cambriolages, tentatives de cambriolages, vols à l'étalage, vols par les employés, vols de véhicule, fraudes, brigandage, corruption, etc.).

L'étude s'appuie sur le courant criminologique développé depuis les années 1970, qui est celui de l'approche situationnelle avec une analyse des facteurs de risque favorisant la commission d'un délit. La théorie de l'approche situationnelle postule que les facteurs situationnels jouent un rôle important dans la prise de décision de perpétrer un acte délictueux. La proposition de Cohen et Felson (1980) dans la théorie de la «routine activities approach» précise clairement que la probabilité pour qu'un crime soit commis est fonction de la rencontre entre un individu motivé et une cible «atrayante» non protégée.

La première motivation de l'étude est d'exploiter les données disponibles pour les 4 pays suivants: la Hollande, l'Allemagne, la France et la Suisse concernant la victimisation des commerces de détails à travers les vols commis par les clients. La deuxième motivation est d'analyser les effets des facteurs de risque liés à la commission d'un vol ainsi que le rôle de la présence des mesures de sécurité.

Nous nous proposons de voir dans cette étude s'il y a des corrélations significatives entre un certain nombre de facteurs de risque et les taux de victimisation pour vols commis par les clients. Les facteurs de risque que nous allons examiner sont les suivants:

- la faiblesse des mesures de sécurité
- la surface (grandeur) du commerce
- le nombre d'employés
- l'emplacement du commerce
- la valeur marchande des biens volés
- l'utilité des biens volés
- le nombre d'heures d'ouverture des magasins.

2. Approche situationnelle et problématique des vols dans les commerces

Depuis les années 1970, s'est vu développer la tendance criminologique qui souligne que la commission d'un délit résulte de la rencontre d'un individu motivé, d'une cible et d'une situation particulière ou d'une opportunité offerte (Felson, 1993; Felson & Clarke, 1998). Selon la théorie de l'approche situationnelle, le crime est non seulement le produit «délinquant» des facteurs humains mais également le résultat d'une certaine situation opportune. Elle repose sur le simple principe postulant qu'une «jolie» occasion incite des individus à commettre un délit. L'approche situationnelle s'est intéressée à la fois à l'analyse des cibles et des occasions, en tenant compte des mobiles qui conduisent le criminel à choisir sa cible.

D'après la définition de l'approche situationnelle, on suppose que le comportement criminel varie largement en fonction des opportunités présentées. Dans les recherches sur les cambriolages (Scarr, 1973; Repetto, 1974; Brantingham & Brantingham, 1975; Waller & Okihiro, 1978), on a pu constater que les criminels choisissent les cibles en fonction du risque et des efforts à fournir. Les opportunités criminelles existent non seulement là où les conditions matérielles se présentent mais également là où les gains peuvent être obtenus avec peu de risques. Ce point de vue dynamique sur le crime a ouvert la voie à une autre perspective de prévention qui est celle du choix rationnel (Clarke & Felson, 1993). La terminologie du choix rationnel fait référence à la fois à l'acte criminel et à l'implication personnelle du délinquant (Cornish, 1993). En effet, l'opportuni-

té est le facteur qui influence le plus le choix rationnel de la cible. Elle se traduit par l'absence ou la présence de la surveillance ou de mesures de sécurité et un ensemble d'autres facteurs comme par exemple, les coûts, les bénéfices ou les risques que représente l'acte délictueux. Le choix des cibles reste toutefois un processus complexe qui ne dépend pas uniquement de la quantité de cibles, mais aussi de leur attractivité, des mesures de sécurité prises et du niveau général de la criminalité (Wilkins, 1964).

Une autre théorie utilisant la structure des occasions pour expliquer le crime, sa distribution et son évolution, est celle des «activités routinières» (the routine activities approach). Elle postule que la probabilité qu'un crime soit commis est fonction de la rencontre dans le temps et dans l'espace d'un individu motivé et d'une cible pouvant l'intéresser, en l'absence de quiconque capable d'empêcher le passage à l'acte (Felson, 1993). Cette théorie a permis d'expliquer de nombreux phénomènes comme l'augmentation des cambriolages entre 1947 et 1977 aux Etats-Unis ou l'augmentation de la criminalité observée pendant certaines périodes (Felson & Cohen, 1980). Elle a pris en considération des variables susceptibles d'influencer la criminalité comme la multiplication des cibles, les conditions climatiques et le milieu urbain (Killias, 2001).

L'importance de l'environnement et de l'opportunité dans la décision de commettre un délit a souvent été l'objet de recherches criminologiques (Clarke, 1992). L'étude de Burt (1925) sur la délinquance à Londres a montré que le taux des délits contre les propriétés est plus élevé en hiver parce que, durant cette saison, il fait nuit plus longtemps. Hartshorne & May (1928) ont observé que le niveau de tricherie des élèves dépendait du degré de surveillance exercé par les maîtres. Selon Wilkins (1964), le nombre de vols de voiture est proportionnel au nombre de voitures immatriculées. D'après la théorie de Newman (1972), il faut que les habitations aient une certaine structure permettant à leurs occupants de contrôler ou de surveiller le voisinage. Sa théorie défend également l'idée d'une influence géographique et environnementale de zones sûres sur la sécurité. Finalement, l'étude de Engstad (1975) a constaté que la distribution de certains crimes est liée à la présence de cibles spécifiques dans des lieux spécifiques comme par exemple dans les commerces, les parkings, les boîtes de nuit, etc.

Les théories faisant partie de l'approche situationnelle ont l'avantage de la simplicité, grâce aux explications facilement intelligibles et aux opérationnalisations relativement simples des tests empiriques, ce qui est extrêmement utile dans la pratique (Killias, 2001). La construction du modèle de prévention à partir de l'approche situationnelle comprend en général trois catégories de mesures destinées à prévenir la criminalité, à savoir: la surveillance, les mesures de sécurité et l'aménagement de l'environnement. Dans la même lignée, Clarke & Mayhew (1980) ont construit le modèle de la prévention du crime par la réduction des occasions et de l'accès aux cibles ou encore par une diminution des gains liés à la commission des crimes.

Aujourd'hui, il semble qu'il se commette plus de vols que durant les siècles passés. La théorie de la «routine activities approach» apporte une indispensable contribution à l'explication de l'augmentation des vols en général entre 1960 et 1980. En effet, le vol, comme tout autre comportement criminel, varie largement en fonction des opportunités présentées. Selon Cusson (1998), le vol normal se caractérise par sa simplicité, par la brièveté de son exécution et par le fait que les voleurs tendent à opérer au volume. Cusson explique qu'au lieu de réaliser un gros coup minutieusement préparé, les voleurs en font une série, chacun procurant un petit profit dont l'addition finit par être conséquente. Si nous songeons aux vols à l'étalage, aux vols à la tire, aux cambriolages et même aux braquages, ces actes sont le plus souvent improvisés, simples, faciles d'exécution, voire rudimentaires, ne requérant aucune technique subtile (Gottfredson & Hirschi, 1990). Les vols commis par les clients dans les magasins sont les plus communs mais ils sont aussi les moins détectés et reportés. En effet, les statistiques policières ne reflètent pas toute l'ampleur du phénomène. Un des facteurs principaux qui détermine le taux des vols à l'étalage est le type de cible, soit le type d'articles en vente (Clarke, 1999). Selon Felson et Cohen (1980), un objet est attractif pour autant qu'il ait une certaine valeur, qu'il soit aisé à déplacer, visible et facile d'accès. Toutefois, pour les vols à l'étalage, d'autres facteurs situationnels tels que, l'emplacement du commerce, l'exposition des articles dans le magasin, les horaires d'ouverture jouent également un rôle non négligeable. On constate que le taux de vols est plus élevé dans les magasins du centre ville ou dans les zones avec beaucoup

d'habitations. Les magasins ouverts sur les rues sont plus exposés aux vols que ceux situés à l'intérieur des centres commerciaux, car les voies de fuite sont plus faciles d'accès. Les articles en vente au rez-de-chaussée, près des sorties, sont les plus faciles à voler, car les voleurs n'ont pas besoin de rester longtemps dans le magasin (Clarke, 2002). On observe également que certaines périodes de l'année sont plus propices aux vols à l'étalage, comme par exemple, durant les fêtes de fin d'année ou durant les congés scolaires (Nelson, Bromley & Thomas, 1996; Hayes, 1997).

3. Objectif de l'étude

Pour des raisons de proximité géographique et de similitudes dans le développement socio-économique, les analyses statistiques de l'étude portent sur les données obtenues pour les 4 pays suivants: la Hollande, l'Allemagne, la France et la Suisse. Au total, 1855 commerces ont fait partie de l'échantillon d'enquête dans ces 4 pays.

L'étude s'intéresse spécifiquement aux vols commis par les clients. Son objectif est de mesurer les effets des mesures de sécurité sur les vols, en tenant compte de certains facteurs de risque liés à la commission d'un vol tels que la grandeur du commerce, le nombre d'employés, l'emplacement du commerce, l'attractivité du produit en vente ou encore les heures d'ouverture.

Nous savons tous, grâce à de nombreuses recherches sur le sujet (Ekblom, 1986; Burrows, 1988) que le meilleur choix pour réduire les occasions est d'empêcher le criminel d'atteindre sa cible en adoptant des mesures de sécurité ad hoc. Notre travail a comme finalité d'utiliser les données de la base ICCS 1994 pour étudier de plus près le rôle non seulement de dissuasion mais également de détection des mesures de sécurité.

En étudiant le rôle dissuasif des mesures de sécurité, nous devons contrôler les autres facteurs qui pourraient influencer leurs effets et déterminer dans quelle mesure la présence des éléments situationnels a une influence sur la victimisation. Dans le cadre de l'étude, la grandeur du commerce est définie par deux indicateurs: la surface totale en mètres carrés et le nombre d'employés. La grandeur du commerce est un élément important à considérer dans l'analyse car il devrait permettre de répondre à la question suivante: est-il vrai que plus un ma-

gasin est grand, plus le risque de victimisation est élevé, car la surveillance est difficile ou au contraire, la surveillance s'avère plus efficace grâce au grand nombre d'employés qui peuvent jouer un rôle dans la prévention s'ils sont motivés et formés. Selon Walsh (1978), la présence d'un vendeur est effectivement dissuasive pour la commission d'un vol à l'étalage.

Un autre élément situationnel non moins important est celui de l'emplacement du magasin. En effet, nous supposons que ce facteur a une influence sur le risque de victimisation. La base de données ICCS 1994 permet d'étudier ce facteur mesuré par les différentes localisations des commerces (centre ville, zone résidentielle et non résidentielle, zone urbaine, zone industrielle, etc.).

Pour expliquer l'attractivité de la cible, Clarke (1999) a élaboré le modèle CRAVED, selon lequel un produit est considéré comme un «hot product» et attrayant s'il a une certaine valeur, s'il procure un certain plaisir lors du vol et s'il peut facilement être volé, caché puis revendu (concealable, removable, available, valuable, enjoyable, disposable). Dans notre étude, nous essayons de voir dans quelle mesure un produit correspondant aux critères du «hot product» pourrait influencer la victimisation de vols dans un magasin.

4. Formulation des hypothèses

Les hypothèses de recherche sont les suivantes:

- Une augmentation des mesures de sécurité entraîne une diminution du taux de victimisation pour les vols;
- le taux de victimisation peut être influencé par la grandeur et l'emplacement des commerces;
- une corrélation existe entre le nombre d'employés et le nombre de vols;
- le type de produit mis en vente influence le nombre de vols;
- le nombre d'heures d'ouverture peut influencer le taux de victimisation de vols.

La première préoccupation est de voir s'il y a une corrélation entre les mesures de sécurité et le taux de victimisation de vols dans les commerces. Notre hypothèse de départ sur cette corrélation suppose soit un lien négatif, à savoir qu'une présence ou une augmentation dans l'installation des mesures de sécurité permet

une diminution du taux de victimisation; soit une absence de liens entre ces deux éléments. Afin d'être certain que la relation entre les mesures de sécurité et le taux de victimisation est «causale» et non «artificielle», c'est-à-dire due à une troisième variable qui influence les deux à la fois, l'examen des autres relations causales qui peuvent exister et qui sont susceptibles d'influencer le risque de victimisation est nécessaire. Il est donc important d'analyser, en plus des mesures de sécurité, les variables de contrôle qui sont les facteurs de risque situationnels mentionnés plus haut. Des analyses multivariées et notamment l'analyse de régression logistique permettent de voir quel est le poids respectif d'une variable et l'importance d'un facteur donné en tenant compte des autres variables considérées. De tels modèles statistiques nous aident à déterminer les facteurs les plus prédictifs de victimisation pour un meilleur moyen de prévention.

5. Présentation des variables et de la méthodologie

Lors d'une analyse quantitative, l'exploration et la préparation de la base de données font partie des démarches essentielles. Il s'agit de prendre connaissance de la construction logique de la base de données et du questionnaire, de recoder les variables existantes ou éventuellement d'en créer de nouvelles avant de procéder à une analyse statistique plus approfondie et complexe.

La base de données ICCS 1994 concerne la victimisation dans le secteur commercial de 8 pays européens. Comme déjà mentionné ci-dessus, nous avons décidé de retenir pour les analyses statistiques de ce travail les quatre pays suivants: les Pays-Bas, l'Allemagne, la France et la Suisse. Seules les données concernant le secteur des commerces de détail sont utilisées pour l'analyse.

- La variable dépendante retenue est le taux de victimisation de vols par les clients subis par les commerces, respectivement dans les 4 pays choisis.
- La variable indépendante utilisée est les mesures de sécurité dans les commerces.
- Les variables de contrôle utilisées sont les suivantes: la surface du magasin, le nombre d'employés, l'emplacement du magasin, le type de produit mis en vente et les heures d'ouverture.

Avant de procéder à l'analyse, nous avons effectué de nombreux recodages des variables ainsi que des créations de certaines nouvelles variables nécessaires à l'analyse. En effet, la plupart des variables sont transformées en variable de type dichotomique pour être utilisées dans le modèle de régression logistique. Etant donné que la variable dépendante est de type dichotomique et ne permet en tout cas pas d'admettre une distribution normale, une analyse de régression logistique a permis de combler cette lacune. Nous avons construit un modèle de régression logistique explicatif pour les vols commis par les clients. Ce modèle a permis de contrôler l'effet des variables indépendantes (les mesures de sécurité) et des variables de contrôle.

On a donc une équation de type¹:

$$VD = a^1VI^1 + a^2VI^2 + \dots a^nVI^n$$

En introduisant les variables dans ces équations, on obtient donc les coefficients de régression (a^1, a^2, a^n ...) pour chaque variable indépendante, et ceci pour chaque pays étudié. Ces coefficients de régression permettent de comparer directement le poids des différentes variables indépendantes prises en compte.

La première étape de l'analyse consiste à observer les fréquences de l'ensemble des variables étudiées. La deuxième étape sera de mettre en relation la variable dépendante qui est le taux de victimisation de vols commis par des clients et les variables indépendantes (différents types de mesures de sécurité R1, R2, R3, etc.) par le biais d'une analyse bivariée afin de relever l'existence ou l'absence de lien entre elles. Le seuil de significativité est fixé à 5%. La troisième étape permet de contrôler si cet éventuel lien serait influencé par les variables tierces. Il s'agit donc dans cette étape d'inclure chacune des variables de contrôle dans les analyses bivariées précédentes pour vérifier leurs

effets sur le taux de victimisation. Par la suite, le modèle multivarié sera construit à partir d'une présélection des variables ayant entre elles un lien statistique significatif.

6. Les caractéristiques de l'échantillon

La majorité des commerces de l'échantillon ne se sont pas munis de mesures de sécurité. De façon générale, la mesure la plus utilisée pour prévenir les vols à l'étalage est celle d'avoir un gardien à l'entrée du magasin ou d'être équipé d'agents de sécurité durant les heures d'ouverture.

La plupart des commerces se trouvent au centre ville (entre 51% et 70%) et plus de la moitié d'entre eux sont ouverts au-delà de 9 heures par jour (entre 56% et 68%).

Quant aux types de produits en vente, dans les 4 pays étudiés, entre 25% et 47% des commerces de l'échantillon vendent des produits de première nécessité. La proportion des commerces vendant des produits de haute valeur est nettement inférieure.

Pour l'échantillon étudié, la proportion de petits commerces (employant jusqu'à 10 employés et ayant une surface de moins de 500 m²) est pratiquement égale à celle des grands commerces (employant plus de 11 employés et ayant une surface supérieure à 500 m²).

7. Discussion des résultats

7.1. Les mesures de sécurité et les vols commis par les clients dans les commerces

Le taux de victimisation de vols commis par les clients est assez semblable dans les 4 pays étudiés. Pendant l'année de l'enquête, entre 47% et 53% des commerces de l'échantillon ont été victimes de vols par les clients.

Modèle de régression logistique



¹ VD = variable dépendante et VI = variable indépendante.

Pour les 4 pays étudiés, les analyses bivariées ont permis de constater un lien statistique fortement significatif entre les mesures de sécurité et le nombre de commerces victimes de vols commis par les clients. En outre, la force de ce lien est assez importante ($G > .500$).

Les commerces de l'échantillon disposant de mesures de sécurité sont proportionnellement plus victimes que ceux qui n'ont pas de système de sécurité. Si, a priori, cette constatation paraît surprenante, elle pourrait, toutefois, être expliquée par certaines caractéristiques de ces commerces comme par exemple, le type de marchandises offertes (Clarke, 1999; Ekblom, 1986; Farrington & Burrows, 1993), la taille du magasin ou la plus grande vulnérabilité due aux produits de haute valeur proposés. Une corrélation positive semblable a également été constatée entre les systèmes de sécurité et les cambriolages. Une analyse plus approfondie a pu démontrer que souvent les mesures de sécurité ont été installées après un cambriolage et qu'effectivement, grâce à ces installations, les cambriolages ont nettement diminué par la suite (Killias & Clerici, 1999). Ce serait donc une grave erreur de penser que les mesures de sécurité produisent des effets pervers. Malheureusement, les données fournies par le sondage EC-ICCS1994 ne nous permettent pas de savoir à quel moment ces mesures ont été prises, ni quels types de mesures ont été pris pour procéder à la même analyse. En outre, un autre aspect qui semble essentiel pour comprendre la problématique est le double rôle des mesures de sécurité. Le premier est celui de la dissuasion et de la prévention; le deuxième, celui de la détection et de l'appréhension des vols commis. En effet, les mesures de sécurité permettent, surtout aux grands commerces, de détecter le volume de vols subis et d'évaluer les pertes y relatives. C'est justement par ce rôle de détection que nous pourrions trouver l'explication d'une survictimisation enregistrée dans les commerces se munissant de système sécuritaire.

7.2. *L'influence des facteurs de risque situationnels sur les vols commis par les clients dans les commerces*

En introduisant une variable de contrôle dans l'analyse bivariée entre les mesures de sécurité et le taux de victimisation de vols, nous pouvons voir apparaître l'effet correct de l'association entre ces deux variables et ceci au travers d'une comparaison des valeurs Phi obtenues

lors de l'analyse bivariée et celles obtenues par l'analyse multivariée.

Nous constatons que le lien entre les mesures de sécurité, le nombre d'employés et le taux de victimisation est statistiquement significatif pour la Hollande. La force qui mesure cette association est importante ($G = .626$). Il est intéressant de noter que, dans ce pays, les commerces disposant des mesures de sécurité sont davantage victimes de vols commis par les clients que les commerces n'ayant pris aucune mesure adéquate. Le taux de victimisation pour les commerces munis de systèmes de sécurité s'élève à 55.9%. Toutefois, le nombre d'employés n'influence ni le taux de victimisation, ni la décision d'installer les mesures de sécurité étant donné que les valeurs Phi observées sont presque identiques dans les analyses bivariées et multivariées. Les 3 autres pays connaissent également la même tendance bien que les liens statistiques reliant ces variables ne soient significatifs que pour les commerces de plus de 11 employés.

Lors de l'analyse multivariée incluant la variable de contrôle «grandeur du commerce» considérée comme un facteur de risque pour les vols à l'étalage, nous avons observé que, pour la Hollande et la Suisse, les commerces munis de systèmes de sécurité sont plus nombreux à être victimes que les commerces sans mesures de protection, quelle que soit la grandeur de la surface dont ils disposent. En effet, en Hollande par exemple, parmi les petits commerces (surface < 500m²) avec mesures de sécurité, 58% ont été victimes de vols commis par les clients. Ce chiffre s'élève à 64.2% pour les grands magasins (surface > 500m²) ayant un système sécuritaire.

Quant à l'emplacement du commerce, le fait de se situer au centre ville semble renforcer la victimisation de vols commis par les clients. En effet, la distribution de certains crimes est liée à la présence des cibles dans des lieux spécifiques (Engstad, 1975). De ce fait, pour la Hollande et l'Allemagne, les magasins ayant des mesures de sécurité sont plus victimes lorsqu'ils se trouvent au centre ville que lorsqu'ils se trouvent en dehors du centre (Hollande: 65.8% contre 53.2%, Allemagne: 68.5% contre 38.2%). Toutefois, de façon générale, les commerces disposant de mesures de sécurité sont toujours plus victimisés que les commerces ne se munissant pas de système de sécurité, quelque soit leur emplacement.

Le lien statistique entre les mesures de sécurité, les heures d'ouverture et le taux de victimisation est fortement significatif pour la Hollande et la Suisse. La mesure d'association est également importante (Hollande: $G = .618$, Suisse: $G = .488$). Nous constatons, pour ces deux pays, que les commerces ayant adopté des mesures de sécurité sont proportionnellement plus victimes quand ils assurent de plus longues heures d'ouverture (Hollande: 61.6% contre 57.9%, Suisse: 60.4% contre 51.1%). Cependant, malgré un taux de victimisation plus élevé pour les commerces qui sont ouverts plus de 9 heures par jour, nous ne pouvons pas dire que cette victimisation est influencée par le nombre d'heures d'ouverture, car les valeurs Phi obtenues lors des analyses sont presque identiques. Par contre, nous pouvons relever encore une fois que les commerces équipés d'un système de sécurité sont nettement plus nombreux à être victimes de vols que ceux qui n'en ont pas, et ceci indépendamment du nombre d'heures d'ouverture (Hollande: 61.6% contre 27.5%, Suisse: 60.4% contre 34.4%).

De tendance générale, les commerces qui ont pris des mesures de sécurité et qui vendent des produits de 1^{re} nécessité sont davantage victimes que ceux qui vendent des produits de haute valeur dans les pays étudiés, exception faite de la France. Nous imaginons qu'a priori, l'explication de ce phénomène puisse être liée au fait que, premièrement, les produits de 1^{re} nécessité sont présents en quantités plus importantes que les produits de haute valeur dans un magasin et, deuxièmement, ils sont plus facilement accessibles. Même si les valeurs Phi obtenues ne permettent pas de dire qu'une différence de victimisation constatée parmi les catégories de produits en vente est due aux types de produits proposés, il est intéressant de relever une vulnérabilité accrue des produits de haute valeur par rapport aux autres produits dans les commerces n'ayant pas de mesures de sécurité.

Dans l'ensemble, les analyses multivariées ont montré que la corrélation positive entre les mesures de sécurité et le taux de victimisation de vols reste inchangée même lorsque l'on prend en considération les facteurs situationnels qui augmentent le risque de vols, tels que la taille du magasin (+11 employés), la surface (> 500m²), la situation géographique (centre ville) ou encore les heures d'ouverture (+9 heures).

7.3. L'analyse de régression logistique par pays

Afin de faciliter une comparaison entre les 4 pays étudiés, nous avons décidé de construire pour chaque pays le même type de modèle de régression logistique, c'est-à-dire en incluant les mêmes variables que celles utilisées lors des analyses bivariées précédentes.

Pour les vols commis par les clients, le modèle comprend les variables suivantes:

- Mesures de sécurité
- Nombre d'employés
- Grandeur du commerce
- Emplacement du commerce
- Heures d'ouverture
- Produits en vente

Nous avons examiné les «modèles» qui se sont avérés les plus pertinents d'un point de vue statistique dans chaque pays. Les «odd's ratio» ou $\text{Exp}(B)$ – présentés dans le tableau suivant indiquent de combien augmente le risque de victimisation si la caractéristique retenue est présente (*Tableau voir page 10*).

En Hollande, nous constatons que dans les commerces disposant de mesures de sécurité, le risque de victimisation est plus de 3 fois supérieur à celui des commerces sans mesures de sécurité (odd's ratio = 3.388). Le risque de victimisation pour les commerces se trouvant au centre ville est environ 1.5 fois plus élevé que pour les commerces en dehors du centre (odd's ratio = 1.456). En outre, les magasins qui vendent des produits de 1^{re} nécessité connaissent un risque de victimisation qui est environ 1.5 fois supérieur à celui de magasin vendant des produits qui ne sont ni de luxe, ni de 1^{re} nécessité (odd's ratio = 1.466). Pour les magasins proposant des produits de haute valeur, le risque de victimisation est presque 2 fois plus élevé que pour les autres magasins (odd's ratio = 1.738).

Nous observons les mêmes tendances en Allemagne où le risque de victimisation de vols est presque 2 fois plus élevé pour les commerces ayant adopté des mesures de sécurité (odd's ratio = 1.839). L'emplacement du commerce influence fortement le taux de victimisation. En effet, un commerce qui se trouve au centre ville connaît un risque de victimisation quasi 4 fois plus important qu'un commerce se situant dans la périphérie (odd's ratio = 3.778), ceci est sûrement dû à une grande affluence de clientèle au centre ville. Le risque de victimisation

Modèle de régression logistique pour les 4 pays: vols commis par les clients

Pays	Hollande N=893		Allemagne N=349		France N=279		Suisse N=114	
	Exp(B)	Sig.	Exp(B)	Sig.	Exp(B)	Sig.	Exp(B)	Sig.
Mesures de sécurité	3.388	.000	1.839	.036	1.914	.013	2.710	.001
Nombre d'employés	1.304	.166 (NS)*	1.602	.120 (NS)	2.457	.015	2.371	.013
Grandeur du commerce	1.105	.600 (NS)	.584	.072 (NS)	.415	.018	.808 (NS)	.565
Emplacement du commerce	1.456	.011	3.778	.000	1.247 (NS)	.460	1.179 (NS)	.623
Heures d'ouverture	1.456	.011	1.806	.025	.849	.539 (NS)	1.226	.513 (NS)
Produits 1 ^{re} nécessité	1.466	.028	1.739	.050	1.903	.035	2.226	.001
Produits haute valeur	1.738	.019	1.311	.430 (NS)	1.555	.322 (NS)	1.362	.494 (NS)

*NS = non-significatif

Indicateur de la qualité du modèle

	Hollande	Allemagne	France	Suisse
Nagelkerke R ²	.246	.241	.255	.220
Correctement classé (%)	67.3	67.6	70.4	65.4

tion pour les commerces qui sont ouverts plus de 9 heures par jour est presque 2 fois supérieur que pour les commerces ouverts moins longtemps (odd's ratio = 1.806). Pour les commerces vendant des produits de 1^{re} nécessité, le risque de victimisation est presque 2 fois plus élevé que celui des commerces proposant les autres produits (odd's ratio = 1.739).

Quant aux commerces en France, ceux disposant de mesures de sécurité sont presque 2 fois plus victimes de vols commis par les clients que les commerces n'ayant pas de mesures de sécurité (odd's ratio = 1.914). Le risque de victimisation des vols par les clients est environ 2.5 fois plus élevé pour les commerces employant plus de 11 employés (odd's ratio = 2.457). Les grandes surfaces connaissent un risque de victimisation qui est de 2.415 fois moins élevé que les petites surfaces (odd's ratio = 1/0.415 = 2.415). Les produits de 1^{re} nécessité sont, quant à eux, 2 fois plus volés que les autres produits (odd's ratio = 1.903).

En Suisse, les magasins se munissant de systèmes de sécurité sont presque 3 fois plus victimes de vols à l'étalage que les magasins

sans mesures de sécurité (odd's = 2.710). Quant aux commerces employant plus de 11 employés, leur risque de victimisation est plus de 2 fois plus important que celui des commerces comptant moins de 10 employés (odd's ratio = 2.371). Enfin, le risque de victimisation pour un commerce vendant des produits de 1^{re} nécessité est 2 fois (odd's ratio = 2.226) plus élevé que pour un commerce vendant d'autres produits.

8. Conclusion: efficacité des mesures de sécurité versus présence des facteurs de risque

Selon le modèle de la prévention du crime par la réduction des occasions de Clarke & Mayhew (1980), en limitant le nombre de cibles disponibles et l'accès facile aux cibles ou en diminuant le gain lié à la commission du crime et en augmentant le rapport risque-bénéfice aux yeux du criminel, on peut arriver à diminuer le nombre de crimes réalisés. Ainsi, si nous nous référons à ce modèle et à notre hypothèse de départ selon laquelle les commerces se munissant d'un système de sécurité sont moins vic-

times au sens où les mesures de sécurité constituent un moyen de protection efficace contre les vols, notre hypothèse se trouve ici infirmée et la théorie est apparemment démentie. En effet, les commerces ayant adopté des mesures de sécurité se trouvent davantage victimes que ceux qui n'ont pas pris de mesures. Il ne faut toutefois pas en conclure que les mesures de sécurité «attirent le mal» et favorisent la commission de vols, car ce sont bien les commerces qui sont le plus victimes de vols au départ qui vont justement s'équiper de mesures de sécurité, alors que les commerces souffrant d'une faible victimisation ne vont probablement pas faire cet investissement. Une fois les mesures prises, les commerces qui représentent les cibles les plus attrayantes le resteront très souvent, même si les mesures de sécurité sont susceptibles de venir décourager un certain nombre de voleurs. Les données du sondage EC-ICCS 1994 qui sont à notre disposition ne permettent toutefois pas de déterminer, selon un ordre temporel et causal, l'efficacité de la mesure de sécurité prise. On ne peut qu'émettre l'hypothèse selon laquelle, une fois les mesures prises, la victimisation de vols de ces commerces ait diminué mais qu'elle reste toutefois supérieure à la victimisation enregistrée par les autres commerces, représentant des cibles moins attrayantes.

En outre, aussi surprenant que cela puisse paraître, il est fort important de tenir compte du fait que les mesures de sécurité, en plus de leurs effets dissuasifs, permettent également aux commerçants de savoir combien de produits ont été volés, dans quels rayons ils ont été volés et à quelle fréquence, etc. Ce rôle de détection de vols et de contrôle des pertes que permettent les mesures de sécurité nous explique probablement ici la sur-victimisation des commerces équipés de mesures de sécurité. Cette sur-victimisation ne devrait donc pas être interprétée comme une inefficacité des mesures de sécurité, au contraire, la présence des mesures de sécurité reste un moyen tout à fait efficace pour lutter contre les vols dans les magasins. En effet, le fait de connaître et donc de comprendre sa propre victimisation permet aux commerces concernés d'optimiser la protection contre les vols au travers d'une meilleure utilisation des mesures de sécurité. A ce titre, il est essentiel de comprendre que le recours aux mesures de sécurité poursuit effectivement une dynamique de prévention situationnelle.

Dans le modèle de régression construit pour la Hollande et l'Allemagne, on observe que l'emplacement du commerce a une influence sur la victimisation de vols commis par les clients, dans le sens où le risque de victimisation est plus élevé pour les magasins qui se trouvent au centre ville, ce qui peut être expliqué par une affluence plus importante de la clientèle en ville. Ceci corrobore notre hypothèse selon laquelle les commerces au centre ville sont davantage susceptibles à être victimes de vols à cause de l'affluence des clients. La France et la Suisse connaissent la même tendance. Cependant, les résultats obtenus pour ces deux pays ne sont pas significatifs lors de l'analyse de régression logistique.

Quant à vérifier si la grandeur du commerce a une influence sur la victimisation de vols commis par les clients, nous avons constaté que, d'après le modèle de régression logistique établi pour la France, les grands magasins sont davantage victimes de vols que les autres magasins. De ce fait, l'hypothèse de départ selon laquelle le taux de victimisation de vols peut être influencé par la grandeur et l'emplacement du commerce s'avère confirmée ici dans les modèles de régression construits pour la Hollande, l'Allemagne et la France.

Nous avons supposé que plus le nombre d'employés est important, plus faible sera le taux de victimisation pour les commerces, car les employés peuvent également effectuer un rôle de surveillant. Cette hypothèse n'est pas confirmée ici. En effet, nous observons, dans les modèles de régression logistique construits pour la France et pour la Suisse, que les commerces employant plus de 11 employés connaissent un taux de victimisation de vols presque 3 fois plus élevé que les commerces ayant moins de 10 employés. Ceci nous fait supposer que les vendeurs des magasins, à part leur fonction de vendeur, ne surveillent pas plus les magasins. En outre, lors de l'analyse bivariée, nous avons également constaté que les commerces employant beaucoup de personnel sont aussi ceux qui ont une surface plus importante générale, ces derniers subissent une victimisation plus élevée.

L'hypothèse supposant que le risque de victimisation de vols est plus grand pour un magasin qui assure de plus longues heures d'ouverture se trouve confirmée dans le cas de la Hollande et de l'Allemagne. Dans ces deux pays, les commerces qui sont ouverts plus de 9 heures

par jour connaissent un risque de victimisation presque 2 fois plus élevé que les autres commerces. Cette relation n'est aucunement significative pour la France et la Suisse lors de la même analyse.

Quant à l'attractivité de la cible, une vulnérabilité accrue est observée pour les produits de haute valeur. Dans l'analyse de régression logistique faite pour la Hollande, les magasins proposant des produits de haute valeur sont davantage victimes de vols commis par les clients. Pour les autres pays, cette relation n'est statistiquement pas significative. De ce fait, l'hypothèse formulant l'idée que les commerces qui vendent des produits de haute valeur sont davantage victimisés ne s'avère confirmée que pour la Hollande.

Lors des analyses bivariées et multivariées, il a été observé que ce sont les commerces qui vendent des produits de 1^{re} nécessité qui sont les plus volés, ce qui ne corrobore pas notre hypothèse de départ. Nous comprenons toutefois ce phénomène comme l'expression d'une présence plus importante des produits de 1^{re} nécessité et d'une plus grande accessibilité de ces produits dans les commerces. De même, nous pouvons dire que la valeur d'un produit n'est pas le seul élément qui attire les voleurs. En effet, un produit attractif pour le vol doit également être visible, facile à cacher, facile à revendre, etc. (Clarke, 1999).

En guise de conclusion, afin de pouvoir observer l'évolution des vols dans les commerces et des facteurs de risque y relatifs, il serait évidemment nécessaire d'effectuer à nouveau le même sondage auprès des victimes ayant déjà été interrogées. Cependant, pour mieux évaluer l'efficacité des mesures de sécurité dans un ordre causal et temporel, il faudrait alors inclure une question qui permettrait de connaître le moment auquel ont été installées lesdites mesures. Ainsi, il serait possible de déterminer la victimisation avant et après l'installation du système sécuritaire et, par la suite, de déterminer son efficacité réelle.

Giang Ly ISENRING

Collaboratrice scientifique

E-Mail: giangly.isenring@esc.unil.ch

Martin KILLIAS

Professeur

E-Mail: martin.killias@esc.unil.ch

Institut de criminologie et de droit pénal

Université de Lausanne

UNIL-BCH

CH-1015 Lausanne-Dorigny

Bibliographie

- Brantingham P.J., Brantingham P.L., The Spatial Patterning of Burglary, *Howard Journal of Criminal Justice*, 1975.
- Burt C., *The Young Delinquent*, University of London Press, London, 1925.
- Burrows J., *Retail Crime: Prevention through Crime Analysis*, London: Home Office, Crime Prevention Unit, Paper 11, 1988.
- Clarke R., Situational Crime Prevention: Its Theoretical Basis and Practical scope, *Crime and Justice, An Annual Review of Research*, 1983.
- Clarke R., *Situational Crime Prevention: Successful Case Studies*, Harrow and Heston, New York, 1992.
- Clarke R., *Hot Products: understanding, anticipating and reducing demand for stolen goods*, London: Home Office 1999 (Police Research Series 112).
- Clarke R., *Shoplifting*, US Department of Justice: Problem-Oriented Guides for Police Series No 11, 2002.
- Clarke R., Felson M., *Routine activity and rational choice*, New Brunswick, Transaction, 1993.
- Clarke R., Felson M., *Opportunity makes a thief*, Home Office UK, 1998.
- Clarke R., Mayhew P. (éds), *Designing out Crime*, London, HMSO, 1980.
- Cornish D., *Theories of action in criminology: learning theory and rational choice approaches*, Voir Clarke & Felson, 1993.
- Cusson M., Les vols en tous genres, *Revue internationale de criminologie et de police technique et scientifique*, 3/1998.
- Eklblom P., *The Prevention of Shop Theft: an approach through crime analysis*, Londres, Home Office, 1986.
- Engstad P., *Environmental Opportunities and the Ecology of crime*, Crime in Canadian Society, Toronto, Butterworth, 1975.
- Farrington D., Measuring, Explaining and Preventing Shoplifting: A Review of British Research, *Security Journal*, 12 (1), 1999.
- Felson M., *Crime and Everyday Life: Insights and Implications for Society*, Thousand Oaks, Pine Forge, 1993.
- Felson M., Cohen L., Human Ecology and Crime: A Routine Activity Approach, *Human Ecology*, 8/4, 1980.
- Gottfredson M., Hirschi T., *A general theory of crime*, Palo Alto, California, Stanford University Press, 1990.
- Hartshorne M., May M.A., *Studies in the nature of Character (Vol.I): Studies in Deceit*, New York, MacMillan, 1928.
- Hayes R., Retail Theft: An Analysis of Apprehended Shoplifters, *Security Journal*, 8(3), 1997.
- Killias M., Clerici C., Berruex T., Cambriolages: Facteurs de risque et moyens de prévention à la lumière du sondage suisse de victimisation 1998, *Crimiscope*, Institut de Police scientifique et de criminologie, Université de Lausanne, 4, 1999.

- Killias M., *Précis de criminologie*, Berne, Staempfli, 2001.
- Nelson D., Bromley R., Thomas C., The Geography of Shoplifting in a British City: Evidence from Cardiff, *Geoforum*, 27 (3), 1996.
- Nelson D., Perrone S., *Understanding and Controlling Retail Theft, Trends and Issues in Criminal Justice*, Canberra, Australia, Australian Institute of Criminology, 2000.
- Newman O., *Defensible Space: Crime Prevention Through Urban Design*, New York, MacMillan, 1972.
- Repetto T.A., *Residential Crime*, Cambridge, MA, Ballinger, 1974.
- Scarr H.A., *Patterns of Burglary*, 2nd ed., Washington, D.C., U.S. Department of Justice, National Institute of Law Enforcement and Criminal Justice, 1973.
- Waller I., Okhiro N., *Burglary: The victim and the public*, Toronto, University of Toronto Press, 1979.
- Walsh D., *Shoplifting: Controlling a Major Crime*, London, MacMillan, 1978.
- Wilkins L.T., *Social Deviance*, London, Tavistock, 1964.