



Sensormatic

by Johnson Controls

DOUGLAS, la destinazione di bellezza premium omnicanale n°1 in Europa, ha scelto Sensormatic per un approccio integrato alla protezione della merce.

Panoramica:

- **Settore:**

Retail omnicanale nel segmento beauty premium

- **Soluzioni:**

- Tecnologia Acousto-Magnetica (AM) per la sorveglianza elettronica degli articoli (EAS)
- Etichette antitaccheggio studiate per prodotti beauty a elevata criticità
- Pannelli pubblicitari integrati nelle antenne EAS

- **Benefici principali**

- Riduzione significativa delle differenze inventariali
- Protezione costante dei prodotti più esposti al furto
- Maggiore sicurezza percepita per clienti e dipendenti
- Più profitti, grazie a una maggiore presenza di articoli disponibili alla vendita

Con i suoi marchi DOUGLAS, NOCIBÉ, parfumdreams e Niche Beauty, il Gruppo DOUGLAS è il principale fornitore omnichannel di prodotti di bellezza di alta gamma in Europa. Con 1.920 negozi e una presenza online in costante crescita, DOUGLAS combina con successo la vendita al dettaglio nei negozi con quella digitale. I clienti beneficiano non solo di un'ampia gamma di prodotti, ma anche di una consulenza personalizzata direttamente in loco.

DOUGLAS riconosce il ruolo strategico dei media nel retail e investe in partnership con i brand per valorizzare al massimo il potenziale della propria piattaforma, offrendo soluzioni pubblicitarie innovative e ad alto impatto.



La sfida

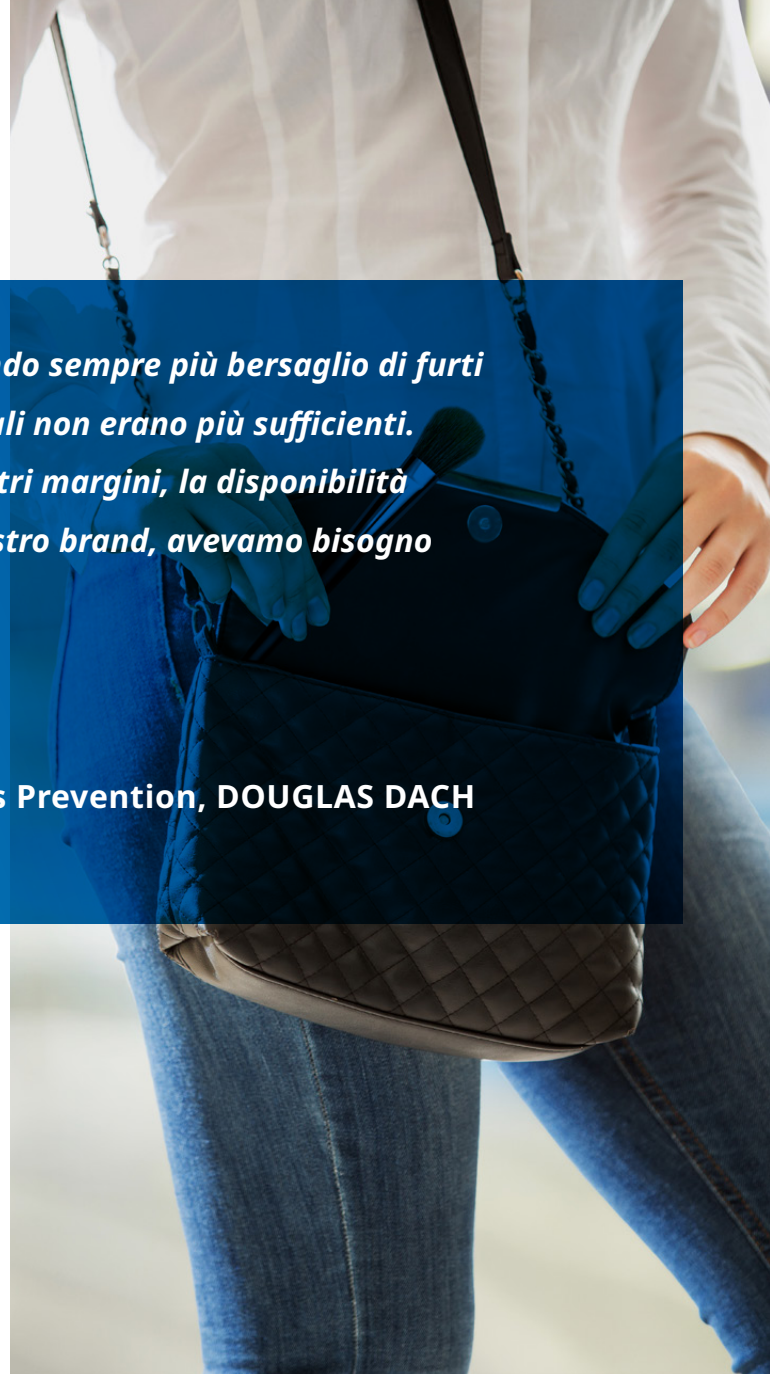
„I nostri prodotti di marca stavano diventando sempre più bersaglio di furti organizzati: le misure di sicurezza tradizionali non erano più sufficienti. Era chiaro che se volevamo proteggere i nostri margini, la disponibilità dei prodotti e, soprattutto, la fiducia nel nostro brand, avevamo bisogno di una soluzione olistica e sostenibile.”



Julia Grzybowska
Head of Compliance & Loss Prevention, DOUGLAS DACH

I prodotti di marca più richiesti dell'assortimento DOUGLAS — in particolare profumi, skincare e make-up — stavano diventando sempre più l'obiettivo di furti organizzati. Le misure di sicurezza tradizionali non erano più all'altezza: mancava una strategia standardizzata per la protezione della merce e, nei negozi, erano presenti solo doormen o personale di sicurezza impiegati in modo discontinuo.

La merce era esposta liberamente, rendendola particolarmente vulnerabile al taccheggio. Questo ha portato a un incremento evidente delle differenze inventariali e delle discrepanze di stock. DOUGLAS doveva intervenire, perché le perdite non pesavano solo sul conto economico, ma generavano anche inefficienze nei processi di riordino e nella disponibilità a scaffale. Allo stesso tempo, la crescita del mercato grigio rappresentava una minaccia concreta per l'integrità del marchio e la coerenza dei prezzi — un rischio strategico per un'azienda che basa gran parte del proprio valore sull'immagine, sulla qualità e sull'esclusività.



DOUGLAS doveva però affrontare anche sfide interne: il personale non disponeva sempre della formazione necessaria per riconoscere situazioni sospette o gestire bande di ladri professionisti. Inoltre, mancavano processi uniformi per prevenire e monitorare le differenze inventariali.

La transizione verso un modello di sicurezza realmente efficace e al tempo stesso rispettoso dell'esperienza del cliente richiedeva non solo investimenti tecnologici, ma anche un cambiamento culturale all'interno dell'azienda — in particolare nel delicato equilibrio tra esigenze di marketing, operatività quotidiana e prevenzione delle perdite.

Una gara d'appalto con obiettivi ambiziosi

Per affrontare queste sfide, DOUGLAS ha avviato una gara d'appalto completa con obiettivi ambiziosi. L'obiettivo era l'introduzione di un sistema di sorveglianza elettronica degli articoli moderno e completo, che non solo fosse all'avanguardia in termini di tecnologia, ma che si integrasse armoniosamente nel design di alta qualità del negozio. La soluzione doveva essere collegata in rete e scalabile, per consentire espansioni future.

- soprattutto in vista di tendenze come il pagamento mobile. I tempi stretti hanno rappresentato una sfida particolare: 301 negozi dovevano essere attrezzati in soli sei mesi. Era inoltre fondamentale trovare un partner con una forte presenza in tutta la regione DACH che potesse supportare in modo affidabile l'implementazione.

„Il fatto di aver implementato il progetto pilota durante il periodo di maggiore affluenza dell'anno è stato un vero e proprio stress test per il sistema, ma anche per la nostra collaborazione. Soprattutto durante il periodo natalizio, la tecnologia, i processi e l'assistenza dovevano funzionare senza problemi. Questa fase ha dimostrato che Sensormatic non è solo tecnologicamente impressionante, ma è anche in grado di fornire risultati operativi, in condizioni reali e ad alta pressione”.



Julia Grzybowska
Head of Compliance & Loss Prevention, DOUGLAS DACH

La soluzione

Dopo un processo di selezione strutturato, DOUGLAS ha scelto di collaborare con Sensormatic, leader nelle soluzioni intelligenti per la protezione della merce. La partnership è partita nel momento più sfidante dell'anno: la stagione dello shopping natalizio. In questa fase critica è stato avviato un progetto pilota mirato ad affrontare le specifiche esigenze legate alla vendita di prodotti beauty di alta gamma.

Nel giro di tre mesi, sette punti vendita selezionati sono stati equipaggiati e valutati con diverse soluzioni di sicurezza. Sensormatic ha costituito un team di progetto dedicato che ha lavorato fianco a fianco con DOUGLAS, con l'obiettivo di testare e confrontare diversi approcci di protezione su varie categorie di prodotto — dai profumi alla skincare fino al make-up — direttamente in condizioni reali di vendita.



Particolare attenzione è stata dedicata all'esperienza del marchio: le soluzioni non dovevano solo garantire una protezione efficace contro i furti, ma anche preservare l'estetica dei prodotti e l'esperienza di acquisto premium tipica di DOUGLAS.

Quando la merce ha caratteristiche complesse, servono soluzioni personalizzate

Le caratteristiche peculiari dei prodotti di bellezza — spesso liquidi, in confezioni metalliche o in formati estremamente ridotti — rappresentano una sfida significativa per i tradizionali sistemi di sicurezza della merce. Le soluzioni standard, infatti, non risultavano utilizzabili in questo contesto.

Per rispondere alle esigenze specifiche di DOUGLAS, Sensormatic ha sviluppato un insieme di soluzioni completamente personalizzate. Il lavoro si è concentrato su innovazioni sia nelle etichette sia nelle modalità di applicazione.

Ad esempio, sono state selezionate etichette AM particolarmente compatte, progettate per funzionare in modo affidabile anche sulle superfici minime dei prodotti beauty. Parallelamente, è stato fondamentale definire un posizionamento delle etichette che evitasse interferenze dovute agli imballaggi metallici, garantendo una trasmissione del segnale ottimale. Questa sfida tecnica è stata superata grazie a strategie di posizionamento precise e testate direttamente sul campo.

Sensormatic è riuscita a trovare il giusto equilibrio tra sicurezza e presentazione del brand — un elemento decisivo per l'accettazione delle nuove misure all'interno dei negozi.

Pagamenti mobili in negozio: un'esperienza fluida e sicura

DOUGLAS offre ai propri clienti un'esperienza d'acquisto particolarmente comoda: è infatti possibile effettuare pagamenti mobili direttamente con il personale di vendita, ovunque nel negozio.

Per garantire che questo servizio funzioni in modo impeccabile, era necessario rendere altrettanto flessibile la disattivazione delle etichette antitaccheggio. Sensormatic ha quindi sviluppato una soluzione su misura per questa specifica esigenza: un dispositivo portatile di disattivazione che consente al personale di disattivare immediatamente le etichette subito dopo il pagamento mobile — senza dover passare dalla cassa tradizionale.

In questo modo, l'esperienza di acquisto rimane non solo più pratica, ma anche sicura, fluida ed efficiente per ogni cliente.

Entrate extra grazie alle partnership marketing

Applicando pannelli pubblicitari alle antenne antitaccheggio, DOUGLAS ottiene un duplice vantaggio: alla protezione contro i furti si affianca un formato pubblicitario altamente visibile che genera nuove entrate e rafforza la brand loyalty all'interno del percorso d'acquisto in negozio.



Il risultato

„I nostri dati inventariali sono migliorati in modo significativo: abbiamo ridotto del 50% il tasso di differenze inventariali — un risultato che attribuiamo in larga parte all'adozione del nuovo sistema di protezione della merce”.

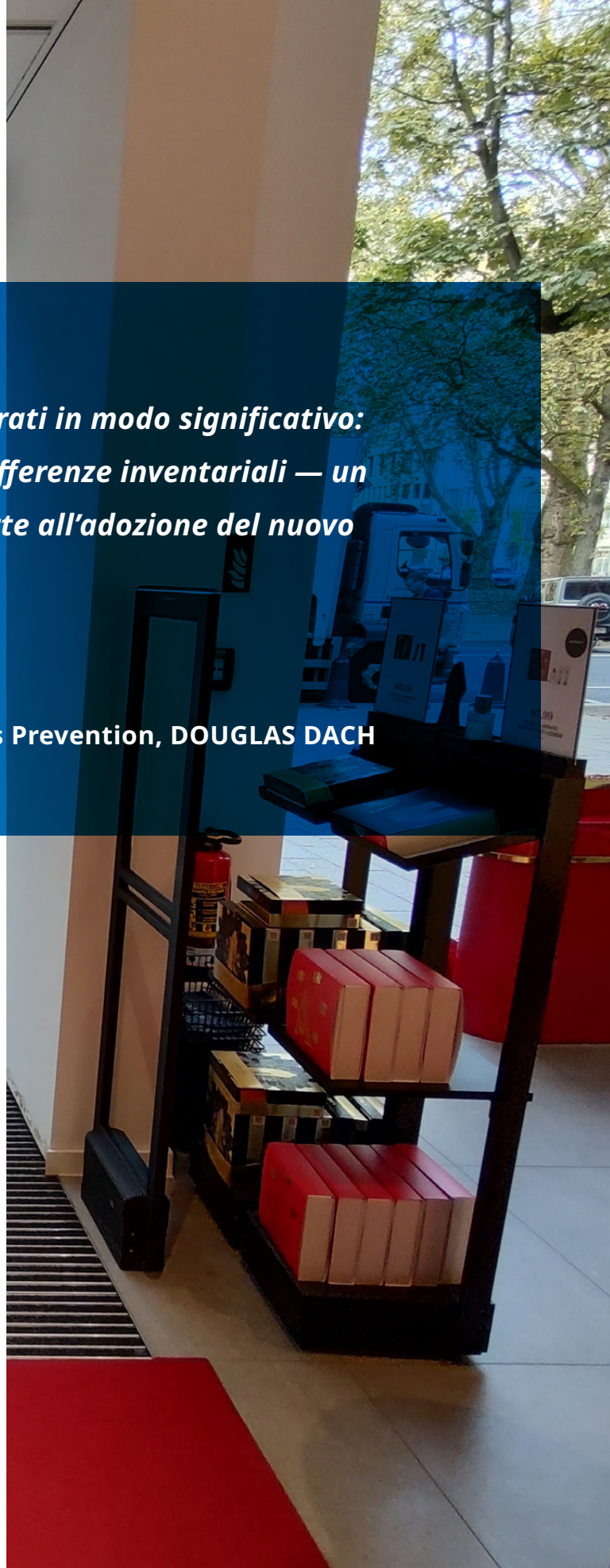


Julia Grzybowska
Head of Compliance & Loss Prevention, DOUGLAS DACH

L'introduzione del sistema di protezione della merce ha rappresentato una vera svolta per DOUGLAS. In combinazione con altre misure, **il tasso di differenze inventariali è stato ridotto del 50%**, una prova concreta dell'efficacia della tecnologia antitaccheggio.

Anche l'esperienza d'acquisto ha registrato un miglioramento significativo: grazie a un maggiore senso di sicurezza, i clienti possono ora concentrarsi pienamente sull'acquisto, senza distrazioni — un aspetto essenziale nel delicato contesto della vendita di prodotti beauty di alta gamma.

La soluzione implementata non è solo performante oggi, ma anche pronta per integrazioni future. La tecnologia, infatti, è scalabile e permette una facile integrazione di applicazioni IoT in evoluzione. Anche la semplicità d'uso del sistema è stata ampiamente apprezzata, con un elevato grado di soddisfazione da parte dei team di filiale.



Conclusione

L'implementazione dei sistemi antitaccheggio Sensormatic in tutta la Germania dimostra in modo chiaro e convincente come innovazione tecnologica, pianificazione strategica e una collaborazione basata sulla partnership possano affrontare — e superare — anche le sfide più complesse.

Sensormatic si è distinta grazie a:

- **Una soluzione tecnica su misura, progettata e calibrata con precisione sulle esigenze specifiche del retail beauty**
- **Un'eccellenza operativa nel rollout, dimostrata attraverso una pianificazione accurata, un'implementazione senza intoppi**
- **Un'esecuzione puntuale e un coordinamento costante con il team di progetto DOUGLAS — dalla fase pilota, passando dall'implementazione su larga scala, fino all'implementazione finale in tutti i punti vendita.**

Questa collaborazione stretta e continuativa è stata un elemento chiave del successo: le sfide sono state identificate tempestivamente, i processi adattati con flessibilità e le soluzioni sviluppate insieme, in un vero approccio di co-sviluppo. Il risultato non è stata solo un'implementazione tecnicamente impeccabile, ma anche un elevato livello di accettazione da parte dei team nei punti vendita.

Oggi DOUGLAS non è soltanto meglio protetta, ma anche connessa in modo più intelligente e sostenibile — senza alcun compromesso sull'esperienza del marchio.



1966

Anno di
Fondazione

+ 185 milioni

Punti vendita
installati

In oltre 85

Paesi

Informazioni su Johnson Controls

In Johnson Controls (NYSE: JCI) trasformiamo gli ambienti in cui le persone vivono, lavorano, imparano e giocano. In qualità di leader mondiale nel settore degli edifici intelligenti, sani e sostenibili, la nostra missione è quella di reimmaginare le prestazioni degli edifici al servizio delle persone, dei luoghi e del pianeta.

Sulla base di una storia di successo frutto di 140 anni di innovazione, aiutiamo a progettare il futuro per settori come la sanità, le scuole, i data center, gli aeroporti, gli stadi, l'industria manifatturiera e altro ancora attraverso OpenBlue, la nostra offerta digitale completa.

Oggi, Johnson Controls offre il più ampio portafoglio al mondo di tecnologie e software per l'edilizia, nonché soluzioni di assistenza di alcuni dei nomi più affidabili del settore.

Per maggiori informazioni, visita il sito www.johnsoncontrols.com e seguite [@johnsoncontrols](https://twitter.com/johnsoncontrols) sulle piattaforme social.

Informazioni su Sensormatic Solutions

Sensormatic Solutions, il principale portafoglio globale di soluzioni retail di Johnson Controls, aiuta i retailer a creare esperienze d'acquisto sicure, protette e fluide. Da oltre 60 anni, il marchio è all'avanguardia nell'adozione delle tecnologie più innovative del settore, ridefinendo le operazioni retail su scala mondiale e trasformando insights in azioni.

Sensormatic Solutions offre un ecosistema interconnesso di soluzioni per la loss prevention, l'inventory intelligence e l'analisi del traffico in-store, insieme a servizi dedicati e a una rete globale di partner, per consentire ai retailer di tutto il mondo di innovare ed eccellere con precisione, collegando risultati basati sui dati che modellano il futuro del retail.

Visita [Sensormatic Solutions](https://www.sensormatic.com) o seguici su [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/sensormatic), [X](https://twitter.com/sensormatic) e sul nostro [canale YouTube](https://www.youtube.com/channel/UC...).

