

# Procès-verbal du Comité Social et Economique ordinaire du vendredi 7 juin 2024

Date	Affichage <input type="checkbox"/> Urgent <input type="checkbox"/>
Le 7 juin 2024	

Présents à la réunion	Absents excusés
<p><u>Pour le CSE</u></p> <p>Titulaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✕ Patricia BETTEWILLER (Siège) — Service Franchise</li> <li>✕ Corinne DELDIQUE (Cambrai) – Mag 103</li> <li>✕ Catherine DEMOL (Chambéry) – Mag 395</li> <li>✕ Ida DUFROMONT (Siège) – Service Travaux</li> <li>✕ Claudia PODDIGHE (Chalon sur Saône) – Mag 152</li> <li>✕ Gina SCALERCIO (Noyelles) — Mag 6</li> <li>✕ Isabelle TARTAR (Béthune) – Mag 20</li> <li>✕ Jolanta TWARDOWSKA (Compiègne) – Mag 1054</li> <li>✕ Véronique MOREAU (Valenciennes) – Mag 240</li> <li>✕ Stéphanie FERANDELLE (Saint-Quentin) – Mag 18</li> <li>✕ Florence COCHET (Saint-Quentin) – Mag 1208</li> <li>✕ Christophe WACQUIEZ (Englos) – Mag 1012</li> <li>✕ Cindy MATON (Bourgoin Jallieu) – Mag 377</li> <li>✕ Nadège AUBRY (Saint- Dié) – Mag 1122</li> <li>✕ Alexandra EBERSOLD (Strasbourg) – Mag 335</li> <li>✕ Muriel VAN DEN DRIESSCHE (Armentières) – Mag 26</li> </ul> <p>Représentant syndical :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✕ Stéphane CORMIER (Jeuxey) – Mag 1121 – CFTC</li> </ul> <p>Invités :</p> <p>Louis MULLIEZ, Directeur du Contrôle de Gestion Valérie NOISETTE, Directrice coordination commerciale et marque propre réseau</p>	<p>Titulaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✕ Sophie ESNAULT (Lille) – Mag 1</li> <li>✕ Ludovic LAURENS (Logistique)</li> <li>✕ Catherine CARASCO (Compiègne) – Mag 1054</li> <li>✕ Bénédicte BUISINE (Logistique)</li> <li>✕ Joëlle ZIZIC (Cagnes-sur-Mer) — Mag 317</li> <li>✕ Caroline SORET (Saint Martin les Boulogne) – Mag 9</li> <li>✕ Noémie BETTACHE (Orléans) — Mag 435</li> <li>✕ Marie-Hélène DELCROIX (Logistique)</li> </ul> <p>Suppléants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✕ Arnaud THIBEAU (Siège) – Service Achats</li> <li>✕ Orlane ROUTTIER (Epagny) – Mag.1032</li> <li>✕ Claire GALLET (Dury) – Mag.61</li> <li>✕ Isabelle CAPPOEN (Lille) – Mag.1001</li> <li>✕ Anne-Helene DUHAMEL (Montauban) – Mag.130</li> <li>✕ Merwan BOSCHER (Aubagne) – Mag.1075</li> <li>✕ Laetitia LORTHIOIR (Béthune) – Mag.19</li> <li>✕ Sophie PESNEL (Cherbourg) – Mag.1150</li> <li>✕ Angélika DI FRAJA (Nice) – Mag.176</li> <li>✕ Gaétane DEWULF (Logistique)</li> <li>✕ Lili KYOTA (Évreux) – Mag.1073</li> <li>✕ Sandrine LE BRET (Auxerre) - Mag.1110</li> <li>✕ Mélanie DELANNOIS (Douai) – Mag.13</li> <li>✕ Orlane MARY (Sedan) – Mag.380</li> <li>✕ Valérie GORAL (Aulnoy) – Mag.243</li> <li>✕ Cécile AUGUSTE (Toulon Grand Var) – Mag.172</li> <li>✕ Ingrid PELTIER (Antibes) – Mag.174</li> <li>✕ Lucie ROSSI (Brest) – Mag.135</li> <li>✕ Élodie MARTINEAU (Saint Cyr) – Mag.244</li> </ul>

## Ordre du jour

1. Approbation des procès-verbaux de la réunion ordinaire du 17 mai 2024 et des réunions extraordinaires du 3 et 17 mai.....3
2. Consultation sur les conventions de forfait et les modalités de suivi de la charge des salariés concernés (initialement point 3) .....3
3. Information en vue d'une consultation ultérieure sur le projet de fermeture du magasin de Paris Montmartre (75 000) n° 355 ,15 boulevard poissonnière (Confidentiel) (initialement point 2).....3
4. Information sur le bilan 2023 des régimes de Mutuelle et Prévoyance (Intervention du cabinet Henner).....3
5. Évolution Parc Magasins (rachat, modification, etc.) (initialement point 7) .....4
6. Présentation des Chiffres, résultats commerciaux et situation à fin mai 2024 (Intervention de M. Louis MULLIEZ, Directeur du Contrôle de Gestion).....4
7. Intervention de Valérie NOISETTE, Directrice coordination commerciale et marque propre réseau (initialement point 5).....4
8. Questions diverses .....10

*La séance est ouverte à 9 heures 35 sous la présidence d'Hélène WEEXSTEEN, assistée de Michaël CLABAUX.*

**1. Approbation des procès-verbaux de la réunion ordinaire du 17 mai 2024 et des réunions extraordinaires du 3 et 17 mai**

*L'approbation des procès-verbaux est reportée.*

**2. Consultation sur les conventions de forfait et les modalités de suivi de la charge des salariés concernés (initialement point 3)**

*La consultation est reportée.*

**3. Information en vue d'une consultation ultérieure sur le projet de fermeture du magasin de Paris Montmartre (75 000) n° 355 ,15 boulevard poissonnière (Confidentiel) (initialement point 2)**

Michaël CLABAUX indique que le magasin de Montmartre, d'une superficie de 381 m<sup>2</sup>, a ouvert le 30 juin 2005. Depuis plusieurs années, le chiffre d'affaires est instable et l'EBITDA est structurellement négatif. L'environnement commercial s'est dégradé depuis quelques années. Le quartier se tourne désormais vers la vie nocturne. Alors que des *night-clubs*, cafés, théâtres et cinémas se sont installés, les enseignes commerciales ont quitté le secteur, à l'instar de Séphora.

Véronique MOREAU constate que le chiffre d'affaires du magasin a progressé depuis deux ans, alors que son EBITDA a reculé, pour s'établir à – 96 600 euros en 2023.

Hélène WEEXSTEEN explique la faiblesse de l'EBDA en 2023 par une provision passée afin d'anticiper une hausse de loyer. Le chiffre d'affaires du magasin était plus élevé en 2020 qu'en 2023.

Michaël CLABAUX précise que le bailleur a lancé une procédure judiciaire pour doubler le montant du loyer, pourtant déjà élevé.

Ida DUFROMONT souligne que des investissements ont été réalisés dans le magasin. L'éclairage est notamment passé en *full LED*.

Michaël CLABAUX rappelle que le magasin de Paris Opéra se trouve à 14 minutes de marche. Les magasins de Paris Capucines, Forum des Halles et Paris Batignolles se trouvent également à proximité du magasin de Montmartre.

Véronique MOREAU demande si la RM de Montmartre, âgée de 60 ans, pourrait bénéficier d'une rupture conventionnelle.

Michaël CLABAUX répond que ce sujet sera évoqué avec la RRH du secteur, Élodie VERCAMER.

**4. Information sur le bilan 2023 des régimes de Mutuelle et Prévoyance (Intervention du cabinet Henner)**

Michaël CLABAUX explique que la réunion préparatoire avec les représentants d'Henner a dû être annulée. Il propose par conséquent de reporter le point.

*L'information sur le bilan 2023 des régimes de Mutuelle et de Prévoyance est reportée.*

## 5. Évolution Parc Magasins (rachat, modification, etc.) (initialement point 7)

*Le tableau des mouvements des magasins est projeté.*

Hélène WEEXSTEEN annonce que des travaux de relookage auront lieu en juin à Montargis, Oyonnax, Louviers et V2 (agrandissement).

Ida DUFROMONT estime que les opérations de relookage impliquent la mise en place du nouveau concept de magasin.

Véronique MOREAU pense que le nouveau concept n'est pas encore totalement finalisé, au vu des échanges en CSSCT.

Hélène WEEXSTEEN s'engage à demander des précisions sur ce sujet.

*La séance est suspendue de 10 heures 05 à 11 heures 30.*

## 6. Présentation des Chiffres, résultats commerciaux et situation à fin mai 2024 (Intervention de M. Louis MULLIEZ, Directeur du Contrôle de Gestion)

*Louis MULLIEZ rejoint la séance en visioconférence.*

Louis MULLIEZ précise que les résultats de la dernière semaine de mai, intégrant la fête des Mères, ne sont pas disponibles. Néanmoins, la tendance se montre positive sur les quatre semaines précédentes :

- Le chiffre d'affaires des magasins a progressé de 24 %, contre une hausse 22 % pour le marché.
- Le site e-commerce a gagné 2,6 points de parts de marché.
- Nocibé a gagné 0,7 point de parts de marché au niveau global.

Sur les trois premières de mai, la croissance est de 19 % (18 % pour les magasins LFL) et le trafic a progressé de 11 %.

Depuis le début de l'année, Nocibé enregistre une croissance de 5,1 %. La progression est de 5,3 % pour les magasins et de 4,7 % pour les magasins LFL. L'activité e-commerce s'est améliorée de 9 %, en excluant les ventes *global shoppers*. Si les deux premières semaines de mai se sont montrées excellentes, les ventes enregistrées durant la semaine de la fête des Mères n'ont augmenté que de 1,5 %.

Isabelle TARTAR souligne qu'une remise de 25 % s'est appliquée sur tous les parfums à l'occasion la fête des Mères.

Louis MULLIEZ confirme que cette opération est menée chaque année.

## 7. Intervention de Valérie NOISETTE, Directrice coordination commerciale et marque propre réseau (initialement point 5)

*Valérie NOISETTE rejoint la réunion.*

*Il existe une vraie incompréhension de la part des clients concernant les prix avec des points rouges (surtout dans le rayon parfum). Les clients qui se servent seuls ne font pas attention à la signalétique en magasin et sont très surpris, voire mécontents, de s'apercevoir que la remise dont ils peuvent bénéficier ne peut pas*

s'appliquer. En magasin nous sommes tous confrontés à la frustration des clients, cela entraîne des remboursements, des avis critiquer négatifs...Est-il important de garder en linéaire ces prix rouges ?

Valérie NOISSETTE confirme que les prix rouges doivent être conservés en linéaires, car ils font partie de la politique tarifaire de Nocibé. Des expérimentations ont été menées en magasins sur des articles proposés à prix très attractifs, sur lesquels aucune remise ne s'appliquait. Ces tests ont donné des résultats positifs.

Isabelle TARTAR constate que les prix affichés sur le site de Nocibé sont parfois inférieurs aux prix des points rouges en magasins.

Valérie NOISSETTE explique que les prix affichés sur le site Internet sont comparés avec tous les prix pratiqués sur le web. Proposer des références leaders à des prix attractifs est essentiel pour attirer du trafic sur le site.

Muriel VAN DEN DRIESSCHE remarque que certains clients s'offusquent qu'un alignement sur le prix web leur soit proposé. Des éléments de langage devraient être transmis aux équipes afin qu'elles puissent gérer plus facilement ce type de situation.

Isabelle TARTAR estime que les clients tiennent à ce que leurs remises s'appliquent en magasin. Les points rouges pourraient-ils s'appliquer uniquement au site web ?

Valérie NOISSETTE note la suggestion.

Isabelle TARTAR souligne que les points rouges ne sont pas compris des clients. Une autre couleur ou une autre forme pourrait être adoptée.

Catherine DEMOL suggère de proposer des « produits étoilés ».

Valérie NOISSETTE note cette suggestion.

Il existe en magasin une multitude d'offres qui peut entraîner un fouillis auprès des clients (2= 3 , prix rouge, petits prix outlet , 30% sur le deuxième produit, 25% parfums / coffrets.). Peut-on supprimer ou simplifier les offres visibles en magasin ?

Claudia PODDIGHE signale que la multiplicité des étiquettes engendre des confusions chez les clients.

Valérie NOISSETTE indique que le marketing opère une remise à plat de la politique d'étiquetage. De son côté, l'IT travaille sur le non-cumul des promotions.

Catherine DEMOL estime que chaque offre devrait être conditionnée par une valeur minimale d'achat.

Christophe WACQUIEZ constate, au vu des statistiques présentées, que les articles *outlet* représentent un chiffre d'affaires assez élevé. Or, sur le terrain, ces produits ne semblent pas se vendre énormément.

Valérie NOISSETTE explique que ces produits ne se vendent pas fortement dans chaque magasin, mais, en cumul, ils représentent un chiffre d'affaires conséquent. Les tours utilisées pour exposer les produits pourraient être retirées pendant les temps forts comme la fête des Mères.

Christophe WACQUIEZ estime que ces tours pourraient être utilisées pour les soldes.

Claudia PODDIGHE considère que les offres *outlet* affectent l'image de Nocibé. Les enseignes concurrentes ne proposent pas d'offres similaires.

Lorsque nous devons aligner un prix en magasin sur le prix affiché Web à la demande du client et s'il existe une offre en magasin (25% parfum ou 30% deuxième produit ... ) nous devons ne pas mettre la carte de fidélité du client car sinon ce dernier bénéficierait de deux offres : celle du web + celle qui se ferait automatiquement avec la carte de fidélité sans rentrer dans l'onglet remise.

Nous devons ensuite envoyer un mail pour injecter les points sur la carte de fidélité ceci multiplié par plusieurs clients dans la journée ça fait une tâche supplémentaire parmi tant d'autres.

De plus il y a beaucoup d'oublis de ne pas mettre la carte de fidélité ce qui engendre de grosses remises aux clients et une perte pour Nocibé. Nous demandons que les procédures soient simplifiées rapidement et que la remise web soit bloquée et non éligible avec une autre offre.

Trop de clients disposent de plusieurs cartes de fidélité, c'est un réel bazar.

Existe-t-il un moyen de regrouper tous les doublons de cartes ? Cela serait un sacré gain de temps lors des encaissements.

Valérie NOISSETTE explique que le CRM dédouble régulièrement les cartes. Malheureusement, ce processus n'est pas fiable à 100 %. Aucune réponse satisfaisante ne peut être apportée, étant donné la complexité du système. Les équipes sont encouragées à s'assurer que les clients ne disposent pas déjà d'une carte avant d'en recréer une nouvelle.

Catherine DEMOL demande si les offres pourraient être disponibles en écran de caisse.

Valérie NOISSETTE indique que ce sujet est étudié par l'IT. À terme, les offres prioritaires apparaîtront dans le cadran de gauche de l'écran de caisse.

Claudia PODDIGHE estime que les offres communes à tous les magasins devraient être affichées en priorité.

Valérie NOISSETTE note le point.

Pourrions-nous voir en caisse les offres des clients comme nous pouvons le voir sur la tablette ? Là aussi nous gagnerions en rapidité et en efficacité en caisse ?

Serait-il possible de communiquer sur le brief et sur l'animation des ventes la marque Nocibé en valeur et non en PDM ? Ceci serait plus juste et plus motivant pour les équipes de vente car l'objectif du chiffre a été réalisé sur la marque peut être atteint mais pas la PDM. Cela est frustrant car on ne valorise que les magasins qui ont réalisé leur PDM et pas forcément leur objectif en valeur et jamais les magasins qui ont réalisé leur chiffre et non leur PDM. Il existe des managers qui ne veulent pas travailler les gros paniers en parfums ou soin car leur PDM va chuter !

Valérie NOISSETTE explique que le raisonnement en parts de marché a permis de faire émerger la marque Nocibé. La stratégie de l'Entreprise continue d'évoluer. À moyen terme, le pilotage de l'activité pourrait s'effectuer uniquement sur le chiffre d'affaires.

Catherine DEMOL confirme que des changements apparaissent en magasins. Désormais, les marques propres doivent représenter 20 % du chiffre d'affaires quotidien.

La direction peut-elle réfléchir à un système de prime plus motivante pour les équipes de vente ? Exemple : prime journalière 2€ à la réalisation des OB + 2€ à la réalisation des ME + à la réalisation du chiffre.

Hélène WECXSTEEN indique que des réflexions sont menées sur une évolution du système de rémunération. La suggestion des membres du CSE sera transmise à Sandra HARAKE D'AMORE.

Étiquettes de linéaire : la lecture n'est pas claire pour le client. Le ratio au 100 ml est mal placé sur l'étiquette.

Catherine DEMOL précise que le ratio au 100 ml devrait être affiché plus bas.

Hélène WECXSTEEN note la remarque.

La sacherie : il faut un discours clair pour le client et nos collaborateurs.

Valérie NOISETTE rappelle qu'un sac réutilisable à 0,30 euro doit être proposé à chaque client en caisse. En cas de refus, un sac en papier peut être proposé gratuitement.

Véronique MOREAU estime que ce message, peu clair, crée du mécontentement chez les clients.

Valérie NOISETTE annonce que seuls des sacs en papier, à 0,15 euro, seront proposés lorsque les stocks de sacs intissés auront été écoulés, au premier trimestre 2025.

Claudia PODDIGHE propose d'offrir les sacs intissés, à partir d'un certain montant d'achat, afin d'écouler les stocks et permettre à tous les magasins de disposer simultanément de la nouvelle sacherie.

Hélène WECXSTEEN remarque que les sacs payants deviennent la norme dans le commerce de détail.

Les échantillons le client ne comprend plus rien, il faut un process plus clair.

Valérie NOISETTE rappelle qu'en 2022, la suppression des échantillons avait été testée, mais, face à une vague de mécontentements, la Direction était revenue à l'ancien système. De nouvelles réflexions sont menées sur les échantillons, avec une personnalisation accrue des parcours clients.

Les élus s'insurgent sur cette pratique qui, en plus d'être chronophage, ne s'inscrit pas dans la politique RSE.

Les pochettes cadeaux sont essentielles tout au long de l'année.

Valérie NOISETTE indique que l'idée de proposer des pochettes cadeaux toute l'année sera soumise au marketing.

Claudia PODDIGHE ajoute que des pochettes personnalisées pourraient être proposées en fin d'année.

Valérie NOISETTE précise que trois formats de pochettes rapides seront disponibles en magasins. S'agissant des paquets cadeaux, des tests sont menés afin de supprimer le cellophane.

Claudia PODDIGHE suggère de proposer des emballages en forme de hotte pour les petits produits.

Valérie NOISETTE annonce que le guide de Noël contiendra des détails sur les pochettes cadeaux.

La communication sur les tours actu n'est pas claire merci de noter celle qui sont obligatoires.

Claudia PODDIGHE signale que sur les photographies figurant dans le « Noci Guide » ne correspondent pas à la réalité des magasins.

Enlever les codes de remise inactifs sur les caisses.

Gina SCALERICO demande pourquoi les pop-ups d'offres commerciales n'apparaissent plus sur les écrans de caisse.

Valérie NOISETTE note le point.

L'encaissement tablette : elles se déchargent à une vitesse incroyable, cela nous pénalise régulièrement. La connexion n'est toujours pas au top. Elles manquent de fluidité. ex : Séphora encaisse sur des iPhone 13.

Valérie NOISETTE indique que les tablettes dont la batterie est HS doivent être renvoyées au Help desk.

Christophe WACQUIEZ constate que les caisses mobiles peuvent être moins rapides que les caisses classiques.

Valérie NOISETTE affirme que l'encaissement sur tablette peut parfois poser des problèmes, mais, généralement, il se montre plus rapide que l'encaissement classique. L'encaissement mobile peut être effectué au niveau du point retrait ou de la table cadeaux. Les magasins non encore équipés disposeront de nouveaux meubles implantés à proximité des caisses. Des prises électriques seront installées si nécessaire.

L'imprimante ticket, elle se déparamètre sans cesse, nous passons un temps fou avec Hepdesk au téléphone.

Valérie NOISETTE recommande aux équipes de contacter le Help Desk pour résoudre ce type de problème.

La qualité des anti-vols, ils collent tellement peu que l'on peut les retirer avec les doigts sans aucune difficulté.

Hélène WECXSTEEN invite les membres du CSE à se rapprocher d'Arnaud THIBEAU.

Les services beauty ne sont pas reconnus sur les tablettes.

Valérie NOISETTE confirme que la tablette ne donne accès qu'aux produits vendus sur le site Internet. Aucune solution ne peut être apportée à court terme.

Catherine DEMOL signale que ce problème affecte le taux de transformation du service Beauty.

Valérie NOISETTE explique que les services gratuits peuvent être scannés en fin de journée. Le taux de conversion est calculé si le code à barre est scanné pour chaque vente réalisée. Les informations peuvent être rassemblées sur le même ticket.

Catherine DEMOL en déduit que l'encaissement des services beauty doit s'effectuer en caisse.

Le meuble mini beauty n'est pas assez fourni.

Valérie NOISETTE s'engage à remonter la remarque à Laëtitia.

Concernant les vitrines, nous ne pouvons pas toujours respecter la directive car nous sommes en rupture des produits à exposer.

Valérie NOISETTE confirme que les stocks seront renforcés.

Véronique MOREAU constate que les accessoires sont moins nombreux qu'auparavant.

Valérie NOISETTE explique que l'offre d'accessoires a été rationalisée, car certaines références ne se vendaient pas.



Lorsque l'on fait une commande de platines, on ne reçoit jamais ce qui est demandé.

Valérie NOISSETTE demande à être avertie si le problème devait se reproduire.

Patricia BETTEWILLER estime que le stock manque sur de nombreuses références.

Cindy MATON propose de mettre des photos des différentes platines pour faciliter les commandes.

Les retours pilotés on nous réclame des produits en retours et on reçoit les mêmes la semaine suivante ????

Valérie NOISSETTE explique que cette situation ne devrait pas se produire, car les réassorts sont désactivés pour les retours pilotés. Les membres du CSE sont invités à transmettre des exemples de situation au service appros lorsque cela se produit.

L'intervention de certains merchandisers type Ordinary, bare minerals est une catastrophe, aucun respect du rangement et des produits.

Claudia PODDIGHE ajoute qu'un merchandiser a retiré des références des linéaires de son magasin.

Valérie NOISSETTE demande que des exemples lui soient transmis.

Concernant les parfums pour lesquels on ne reçoit plus de testeurs, quelle est votre directive ? On les conserve en linéaire ou en tiroir car les clients sont mécontents.

Valérie NOISSETTE demande que la liste des produits dépourvus de testeurs lui soit envoyée.

La musique est à revoir en magasin et en institut.

Valérie NOISSETTE annonce qu'une évolution est en cours avec un nouvel opérateur, Mediavea.

Gestion des retours internet en magasins.

Valérie NOISSETTE affirme qu'un retour piloté est réalisé deux fois par an sur les références non proposées à la vente. En cas de stock important, un retour piloté peut être demandé par mail à Magali.

Catherine DEMOL demande pourquoi des mots de passe sont nécessaires pour de très nombreuses opérations en magasin. Ils sont même demandés pour les inventaires.

Michaël CLABAUX rappelle que les cyber attaques sont désormais une réalité. Des mesures sont prises au niveau de l'Entreprise et du Groupe. Des failles informatiques, sur des domaines a priori peu sensibles, peuvent permettre à des hackers de s'introduire dans le système d'information de l'Entreprise.

Catherine DEMOL demande que la gestion des mots de passe soit améliorée. En outre, le prénom des vendeuses ne devrait plus apparaître sur les badges.

Claudia PODDIGHE ajoute que le prénom ne devrait pas non plus apparaître sur les tickets.

Valérie NOISSETTE note le point.

*La réunion est suspendue de 13 heures 05 à 14 heures 25.*

## 8. Questions diverses

1. Les anti-vols collent très mal depuis quelques temps, nous pouvons les décoller sans difficultés avec les doigts. Les voleurs l'ont bien compris. Pouvez-vous revoir la qualité des anti-vols ?

La question a été traitée dans le cadre du point 7.

2. Dépôt de plainte : refus de la gendarmerie de traiter la plainte en ligne, nous renvoyant vers la police. Cela fait une semaine que j'essaie de joindre la police (le service concerné) sans succès. Du temps perdu pour le manager. Que pouvez-vous faire pour nous appuyer ?

Michaël CLABAUX explique que, dans une telle situation, une plainte peut être déposée au bureau du Procureur, en mettant la préfecture en copie.

Catherine DEMOL demande si la gendarmerie est en droit de renvoyer le plaignant vers la police.

Michaël CLABAUX rappelle que la gendarmerie et la police interviennent sur des périmètres différents. Souvent chaque centre renvoie vers le centre compétent pour éviter de mauvaise transmission entre eux de la plainte déposée.

si la plainte qui ne peut être refusée est finalement difficile à réaliser, Les responsables de magasin peuvent contacter le siège ( direction juridique) pour l'accompagner dans la démarche y compris si besoin était de déposer la plainte auprès du Procureur.

Il précise que la RM peut également composer le 17 pour connaître le centre de police compétent sur leur secteur géographique si elle n'est pas certaine du centre de police à contacter.

3. Est-ce que les testeurs L'OREAL qui ne sont plus actifs peuvent être remis en dotation ?

Hélène WECKSTEEN rappelle que les testeurs inactifs doivent théoriquement être détruits ou renvoyés au siège. Un complément d'information sera délivré lors d'une prochaine réunion du CSE.

Cindy MATON souhaite savoir ce que deviennent les tornades blanches.

Hélène WECKSTEEN répond que ces produits sont détruits.

Claudia PODDIGHE demande si les testeurs L'Oréal inactifs peuvent être distribués aux équipes des magasins.

Valérie NOISSETTE n'écarte pas cette possibilité. La suggestion sera examinée.

4. Pourriez-vous supprimer le brief chaque matin des DR ? 1 debrief semaine précédente + 1 brief semaine le lundi serait bien suffisant et atténuerait une partie de la pression qui est néfaste pour les équipes.

Catherine DEMOL explique que les remarques sont descendantes et portent uniquement sur des éléments négatifs. Les résultats des magasins sont souvent comparés entre eux.

Catherine DEMOL souligne que les équipes peuvent être heurtées lors des briefs, notamment lorsque leur RM est absent.

Michaël CLABAUX précise que si certains managers par la forme de leur message renvoient un message perçu comme trop directif ou maladroit, il sera accompagné par son RRH et son N+1.

Il rappelle que les DR et responsables de magasins ont été formés sur exigence et bienveillance afin de renforcer la performance relationnelle entre les équipes autant que la performance opérationnelle.

Michaël CLABAUX considère en ce sens que les messages doivent être sur la forme adaptés afin d'en préserver le fond. Si des problématiques récurrentes demeurent alors ils doivent pouvoir être traitées avec le RRH et le N+1.

Cindy MATON signale que des collaborateurs éprouvent un mal-être à la réception des mails de brief.

Catherine DEMOL ajoute que les briefs sont généralement trop longs.

Hélène WEEXSTEEN estime que les briefs doivent motiver les équipes. Des exemples peuvent être remontés à la Direction. Des messages seront repassés, le cas échéant.

Claudia PODDIGHE appelle l'Entreprise à faire confiance à ses RM.

Hélène WEEXSTEEN observe que des managers et des collaborateurs ont besoin d'un écrit pour être rassurés sur leur travail.

Véronique MOREAU observe que les DV ne demandent pas aux DR de travailler tous de la même manière. Par conséquent, les DR ne devraient pas demander aux RM de travailler tous de manière identique.

Michaël CLABAUX rappelle une nouvelle fois que les managers ont été formés à l'exigence et à la bienveillance. Appuyés par les DV, les RRH doivent s'assurer que les acquis de cette formation sont mis en pratique.

5. Les contrôles CHECK LIST sont nécessaires mais sur des priorités absolues, certains DR mettent une pression folle sur des détails. Nous vous invitons sur le terrain pour nous démontrer que tout ce qui est demandé est réalisable en conditions réelles bien sûr.

Catherine DEMOL constate que les conseillères de vente doivent communiquer de très nombreuses informations aux clients en caisses.

Valérie NOISETTE reconnaît que cette étape prend du temps et peut affecter la relation commerciale. Une simplification de la procédure est envisagée. Ce sujet sera abordé lors de la convention. En attendant, les conseillers doivent se focaliser sur les éléments les plus utiles.

Véronique MOREAU signale que des produits basiques peuvent être en rupture pendant de longues périodes.

Valérie NOISETTE explique que des arbitrages doivent être effectués entre la largeur de l'offre et la profondeur des stocks. La Coordination commerciale est consciente de la situation.

Véronique MOREAU constate que ce problème engendre un transfert de clients vers la concurrence.

Valérie NOISETTE souligne que des produits alternatifs ont été présentés dans le Parfum d'action.

Véronique MOREAU considère que les produits basiques ne devraient pas connaître de ruptures.

6. Est-ce que le CSE peut également participer au questionnaire sur le déménagement du nouveau siège afin de recenser ses besoins et/ou suggestions ?

Hélène WECXSTEEN confirme que le CSE peut participer à la consultation. Le macro-zoning est en cours d'élaboration. Le local du CSE se trouvera soit à l'étage de la DRH, soit au 3<sup>ème</sup> étage de l'immeuble (1<sup>er</sup> niveau de Nocibé). Tous les bureaux seront équipés de fenêtres. Les locaux syndicaux seront fermés.

Véronique MOREAU souligne que le local du CSE devra également être sécurisé.

Hélène WECXSTEEN précise que d'autres questionnaires seront lancés.

7. Suite à quelques échanges avec des salariés du siège les élus CFTC souhaitent pouvoir remonter les demandes recensées auprès de la direction et négocier si cela s'avère nécessaire. Nous précisons à la direction que les demandes ne sont pas dans le questionnaire envoyé aux salariés.

Patricia BETTEWILLER précise que des salariés ont demandé si une souplesse serait accordée sur les horaires d'arrivée et de départ.

Hélène WECXSTEEN rappelle qu'une souplesse est déjà accordée sur les horaires.

Véronique MOREAU souligne que les arrivées seront davantage liées aux horaires des trains.

Ida DUFROMONT ajoute que certains services travaillent en horaires décalés.

Hélène WECXSTEEN affirme que ce sujet pourra être abordé dans le cadre de la définition des espaces.

Ida DUFROMONT demande si des casiers seront installés pour stocker les affaires personnelles des collaborateurs.

Hélène WECXSTEEN confirme que des casiers seront installés en *flex office*. Le sujet sera précisé lors de la réalisation du micro-zoning.

Véronique MOREAU demande si des décisions ont été arrêtées sur les places de parking.

Hélène WECXSTEEN explique que, une fois établie, l'organisation permettra de spécifier le nombre de places à réserver aux collaborateurs de Nocibé. Quelques places supplémentaires seront réservées, afin de disposer d'une certaine marge de manœuvre. Enfin, les places seront mutualisées compte tenu des possibilités de télétravail.

L'agence KARDHAM a intégré les interactions entre les différentes entités. Les managers ont apporté des précisions sur leurs équipes : mode d'organisation, surfaces de bureaux, horaires de travail, modalités de télétravail, mobilier, etc. Les équipes pourront apporter des compléments sur leurs habitudes, les questions acoustiques, etc.

8. Quelle est la procédure pour demander la rétroactivité des CP durant les arrêts maladie ?

Hélène WECXSTEEN répond que les collaborateurs doivent formuler leur demande à leur RRH ou aux gestionnaires de paie.

Véronique MOREAU demande si le droit aux congés sera refusé avant avril 2024 ou septembre 2023.

Michaël CLABAUX explique que l'Entreprise sera capable de régulariser les compteurs en intégrant les arrêts survenus depuis le 24 avril 2024, les paramétrages sont en cours de réalisation afin que les arrêts maladie

donnent droit à des congés payés. Si des collaborateurs veulent faire valoir leurs droits avant le 24 avril, ils pourront en faire la demande.

9. Nettoyage magasin : quels sont les critères pour obtenir une femme de ménage en magasin ?

Michaël CLABAUX indique que selon lui que les critères portent sur la superficie et le chiffre d'affaires du magasin – une confirmation sera nécessaire auprès de la Direction des achats.

Véronique MOREAU estime que des moyens doivent être alloués aux équipes pour qu'elles disposent de magasins propres : du temps, des produits, des aspirateurs, éventuellement une femme de ménage. Le sujet a déjà été évoqué, mais les situations n'évoluent pas.

10. Les élus CFTC demandent à la direction de missionner la CARSAT pour une étude sur la charge de travail pour : le siège ; par service et magasin tous les postes.

Véronique MOREAU constate une véritable problématique sur la charge de travail, au siège comme en magasins. Une esthéticienne s'apprête à quitter l'Entreprise après 25 ans de service. Les responsables de magasin sont surchargés de travail. Le CSE souhaite que les problèmes des salariés soient pris en compte. Des services du siège sont débordés. Certaines personnes sont remplacées très tardivement. Des salariés effectuent le travail de deux personnes.

Hélène WEEXSTEEN rappelle que plusieurs questionnaires seront lancés :

- Great Place to Work.
- Questionnaire du siège ;
- Questionnaire sur la politique de l'Entreprise et les voitures électriques.

Ces études, et en particulier Great Place to Work, permettront de constater l'intensité du travail ressentie par les collaborateurs et d'identifier les actions collectives à mener. La Direction souhaite mettre rapidement en place des solutions simples, concrètes et visibles. Les sujets devront être priorités. En cas de besoin, le Pôle Santé Travail peut toujours être sollicité. La Direction échange avec le Dr LOCA et ses confrères.

Véronique MOREAU estime que des solutions pourraient être mises en œuvre à court terme : ajouter du temps aux esthéticiennes pour leurs prestations, donner du temps et des moyens pour le ménage, du temps hors ouverture magasin pour les tâches non-ventes, simplifier le parcours client, etc. De telles mesures agiraient sur les conditions de travail et pourraient limiter les départs de l'Entreprise.

Ida DUFROMONT constate que son service recevra le renfort de deux personnes. Cette mesure permettra certes de rattraper le retard accumulé, mais les charges de travail ne cessent d'augmenter. Les magasins ne sont pas staffés comme ils devraient l'être. Le SAV devrait être dimensionné pour effectuer un travail correct.

Michaël CLABAUX indique qu'un ergonome est capable d'engager une étude globale sur nos organisations. Il est tout à fait capable de distinguer les éventuels écarts entre le travail prescrit et le travail réellement réalisé. Des solutions pourront ainsi être mises en œuvre.

Ce travail permet d'objectiver ce qui influence la charge de travail et sortir du cadre souvent unique des ressources considérées parfois comme la seule solution à l'organisation. Il examinera les modes de travail, les interactions entre les services, les environnements, ....

La CARSAT orientera vers des cabinets spécialisés ; tout en rappelant que chaque CARSAT agit dans le cadre d'une compétence territoriale sans qu'il y ait une harmonisation des actions.

A l'inverse, NOCIBE entretient une relation de proximité avec le pôle sante travail qui à travers ses équipes pluridisciplinaires pourrait examiner une telle initiative – celle-ci étant d'ailleurs en cours pour l'institut au sein de magasins représentatifs des Hauts de France

ainsi ,un échantillon représentatif des salariés pourrait etre constitué pour réaliser des études de poste. Le CSE est invité à identifier trois ou quatre magasins et quelques services du siège pour effectuer ces études. La médecine du travail pourra adopter la méthodologie employée pour étudier les postes des esthéticiennes. Le sujet sera évoqué en CSSCT.

Catherine DEMOL demande si le questionnaire de Nicolas DEBRAY peut être prolongé.

Hélène WEEXSTEEN comprend que des RM ont répondu à l'étude sans consulter leurs équipes. Elle s'engage à demander si un délai peut être accordé et si la communication peut être élargie.

### **Attributions de proximité**

#### **1. Réclamations individuelles ou collectives**

*Sans objet.*

*L'ordre du jour étant épuisé, la séance est levée à 16 heures 15*

La Secrétaire du CSE

Véronique MOREAU



La Présidente du CSE

Hélène WEEXSTEEN

