

Procès-verbal du Comité Social et Economique ordinaire

du jeudi 9 octobre 2025

Date	
Le jeudi 9 octobre 2025	Affichage ☐ Urgent ☐

Présents à la réunion	Absents excusés
<u>Pour le CSE</u> Titulaires : ✕ Patricia BETTEWILLER (Siège) — Service Franchise ✕ Corinne DELDIQUE (Cambrai) – Mag 103 ✕ Catherine DEMOL (Chambéry) – Mag 395 ✕ Sophie ESNAULT (Lille) – Mag 1 ✕ Stéphanie FERANDELLE (Saint-Quentin) – Mag 18 ✕ Cindy MATON (Bourgoin République) – Mag 377 ✕ Véronique MOREAU (Valenciennes) – Mag 240 ✕ Claudia PODDIGHE (Chalon sur Saône) – Mag 152 ✕ Isabelle TARTAR (Béthune) – Mag 20 ✕ Jolanta TWARDOWSKA (Compiègne) – Mag 1054 ✕ Christophe WACQUIEZ (Englos) – Mag 1012 Suppléants : ✕ Mélanie DELANNOIS (Douai) – Mag.13 RS : ✕ Sabrina MONCHEAUX (Faches-Thumesnil) – Mag 1022 Invités : ✕ Louis MULLIEZ, Directeur du Contrôle de Gestion ✕ Audrey FLIPO, Head of Retail Training ✕ Laurine GRABCAK, Chargée des Relations Sociales ✕ Margaux DEHOUCQ, Juriste Compliance & Affaires ✕ Zohra CHATER, responsable du service prévention santé et sécurité au travail ✕ Cloé BARETTO, Juriste droit social	Titulaires : ✕ Nadège AUBRY (Saint- Dié) – Mag 1122 ✕ Arnaud THIBEAU (Siège) – Service Achats ✕ Ida DUFROMONT (Siège) – Service Travaux ✕ Muriel VAN DEN DRIESSCHE (Armentières) – Mag 26 ✕ Sandrine LE BRET (Auxerre) - Mag.1110 ✕ Alexandra EBERSOLD (Strasbourg) – Mag 335 ✕ Florence COCHET (Saint-Quentin) – Mag 1208 ✕ Claire GALLET (Dury) – Mag 61 ✕ Laetitia LORTHIOIR (Béthune) – Mag.19 ✕ Gina SCALERCIO (Noyelles) — Mag 6 ✕ Caroline SORET (Saint Martin les Boulogne) – Mag 9 ✕ Ingrid PELTIER (Antibes) – Mag.174 ✕ Élodie MARTINEAU (Saint Cyr) – Mag.244 Suppléants : ✕ Isabelle CAPPOEN (Lille) – Mag.1001 ✕ Orlane ROUITIER (Epagny) – Mag.1032 ✕ Anne-Hélène DUHAMEL (Montauban) – Mag.130 ✕ Merwan BOSCHER (Aubagne) – Mag.1075 ✕ Sophie PESNEL (Cherbourg) – Mag.1150 ✕ Angélika DI FRAJA (Nice) – Mag.176 ✕ Orlane MARY (Sedan) – Mag.380 ✕ Valérie GORAL (Aulnoy) – Mag.243 ✕ Lucie ROSSI (Brest) – Mag.135

Ordre du jour

1. Approbation du procès-verbal de la réunion ordinaire du 4 septembre 2025	3
2. Présentation et validation du calendrier des réunions du CSE et de ses commissions pour l'année 2026.....	3
7. Evolution Parc Magasins (rachat, modification, etc.)	3
8. Information sur la mise à jour du Code de conduite du Groupe DOUGLAS (version salariée)	4
10. Présentation des chiffres, résultats commerciaux et situation à fin septembre 2025	5
11. Questions diverses.....	6
Attributions Santé, Sécurité et conditions de travail	15
12. Information sur le lancement des actions santé pour le dernier trimestre 2025 : campagne de vaccination contre la grippe	15
Attributions de proximité	Erreur ! Signet non défini.
16. Réclamations individuelles ou collectives	Erreur ! Signet non défini.

La séance est ouverte à 9 heures 10 sous la présidence d'Hélène WECXSTEEN, assistée d'Elodie BOTTEIN.

Véronique MOREAU indique aux élus que Nocibé ayant cessé de gérer sa logistique en interne au profit de Geodis, le CSE ne peut plus envoyer les calendriers comme auparavant via la livraison en magasin. L'envoi par la poste semble risqué au vu de la matière du calendrier, par le passé, le CSE a testé l'envoi par la poste à des magasins qui n'avaient pas reçu le calendrier, et il est arrivé abîmé en magasin.

De ce fait, Véronique MOREAU indique aux élus que le CSE se voit contraint d'abandonner l'envoi des calendriers. Elle demande à la Direction de s'assurer que les responsables pourront en commander chez Lyreco.

La Direction en prend note.

1. Approbation du procès-verbal de la réunion ordinaire du 4 septembre 2025

Le procès-verbal de la réunion ordinaire du 4 septembre 2025 est approuvé à l'unanimité.

2. Présentation et validation du calendrier des réunions du CSE et de ses commissions pour l'année 2026

Elodie BOTTEIN propose d'organiser les réunions de CSE de 2026 les 22 janvier, 6 février, 12 mars, 9 avril, 22 mai, 11 juin, 9 juillet, 27 août, 18 septembre, 8 octobre, 6 novembre et 3 décembre. Les réunions CSSCT sont quant à elles prévues les 5 février, 21 mai, 17 septembre et 5 novembre. Ce calendrier pourra être validé à la prochaine réunion.

7. Evolution Parc Magasins (rachat, modification, etc.)

Elodie BOTTEIN annonce qu'en octobre, les relookages d'Ermont et Claye Souilly sont programmés, ainsi que des opérations de maintenance à Saint-Martin-Les-Boulogne, Saint-Quentin et Soissons. Une ouverture est également prévue à Nice le 8 novembre.

Christophe WACQUIEZ observe que le magasin d'Euralille a récemment rouvert dans une nouvelle cellule. Toutefois, l'ancien magasin a fermé pendant une semaine avant cette ouverture, ce qui a provoqué une importante perte de chiffre d'affaires.

Hélène WECXSTEEN indique que l'Entreprise s'efforce, lorsque cela est possible, d'éviter les fermetures temporaires en cas de transfert d'un local à un autre. Dans ce cas, l'équipe a été mobilisée pour réaliser l'implantation du nouveau magasin. Néanmoins, ce dernier compense largement cette perte, son chiffre d'affaires étant excellent.

Sabrina MONCHEAUX note que le magasin fait néanmoins face à un problème de vols, en raison de sa configuration qui permet aux personnes malintentionnées de repérer facilement la position du vigile.

Christophe WACQUIEZ observe que le magasin de Sephora d'Euralille emploie quatre vigiles, un nombre bien supérieur à celui de Nocibé.

Claudia PODDIGHE remarque par ailleurs que le magasin de Montceau-les-Mines ouvrirait apparemment le 15 décembre.

Hélène WECXSTEEN explique que la Direction présente généralement chaque mois au CSE les projets et les ouvertures des deux mois suivants. L'ouverture de Montceau-les-Mines devrait donc figurer dans les informations communiquées lors du prochain CSE.

Élodie BOTTEIN indique par ailleurs que les représentants du personnel avaient signalé lors de la précédente séance que la couleur rouge des gommettes laissait penser aux clients que les produits étaient soldés ou en promotion. Une nouvelle disposition est proposée, avec un point rouge apposé sur l'étiquette « Prix Nocibé ».

Claudia PODDIGHE souligne que même si cette solution constitue une amélioration, c'est le point rouge lui-même qui induit les clients en erreur. Il serait préférable de supprimer totalement cette gommette et de conserver uniquement l'étiquette « Prix Nocibé », ce prix étant de toute façon bloqué.

Christophe WACQUIEZ remarque que le prix de certaines marques est bloqué, sans pour autant que ces produits relèvent du « Prix Nocibé ».

Catherine DEMOL déplore en ce sens la complexité de la nouvelle politique de prix diffusée dans le dernier *Parfum d'Action*, qui prévoit notamment que les prix Nocibé ne soient plus alignés sur les prix du Web. Ces dispositions risquent d'être incompréhensibles pour les clients.

Hélène WECXSTEEN remarque que les prix en magasin seront rapprochés des prix du Web, et les magasins seront autorisés à aligner les premiers sur les seconds si les clients en font la demande.

Claudia PODDIGHE admet que ces dispositions visent une certaine simplicité, mais la communication associée s'avère trop complexe.

Véronique MOREAU demande une présentation de la nouvelle politique de prix lors d'un prochain CSE.

Hélène WECXSTEEN prend note de cette demande.

Élodie BOTTEIN rappelle par ailleurs que les représentants du personnel avaient indiqué recevoir des produits dans des colis bien trop grands (par exemple, des crayons dans des colis de la taille de boîtes à chaussures). Elle invite à envoyer des photos de ces colis, afin que la Direction puisse présenter des exemples à Geodis.

8. Information sur la mise à jour du Code de conduite du Groupe DOUGLAS (version salariée)

Laurine GRABCZAK et Margaux DEHOUCK rejoignent la séance.

Laurine GRABCZAK rappelle que le groupe Douglas procède actuellement à la mise à jour d'un certain nombre de documents, en lien avec le thème de la compliance. Dans ce cadre, la Direction a reçu une nouvelle version du Code de conduite, qui se distingue du Code de conduite anticorruption. Ce dernier sera également mis à jour d'ici la fin de l'année et, dans un souci de clarté, sera renommé « politique anticorruption ».

Margaux DEHOUCK précise que le code de conduite n'avait pas été actualisé depuis 2023. Les modifications apportées sont mineures, mais le document intègre deux nouveaux articles liés à l'évolution de la réglementation : l'article 12 « protection des droits de l'homme et de l'environnement », et l'article 15, « réglementation des marchés financiers ». Concernant l'article 12, la réglementation allemande impose au Groupe de s'assurer que les droits de l'homme sont respectés dans l'ensemble de la chaîne de valeur, et donc également en France. Pour l'article 15, le groupe Douglas étant désormais coté en bourse, de nouvelles réglementations s'appliquent concernant les informations financières.

Par ailleurs, l'article 19 a été actualisé pour prendre en compte la mise en place du nouvel outil d'alerte, présenté au CSE lors de la séance de septembre.

Christophe WACQUIEZ observe que ce Code de conduite n'est pas spécifique aux salariés des magasins.

Margaux DEHOUCK confirme que le Code de conduite vaut pour l'ensemble des collaborateurs de l'Entreprise. Par conséquent, certains articles s'avèrent plus pertinents que d'autres selon le poste occupé par les salariés. Toutefois, ce document vise avant tout à sensibiliser le personnel à l'environnement réglementaire applicable à l'Entreprise.

Christophe WACQUIEZ s'interroge sur les modalités d'information des salariés concernant la mise à jour du Code de conduite.

Margaux DEHOUCK répond qu'un quiz ou une formation similaire à celle dispensée sur l'outil d'alerte sera mise en place à cet effet.

Laurine GRABCZAK et Margaux DEHOUCK quittent la séance.

9. Présentation des chiffres, résultats commerciaux et situation à fin septembre 2025

Louis MULLIEZ annonce que le marché décroît de 4,5 % sur les trois premières semaines de septembre, après une progression de 3,5 % en août. Le chiffre d'affaires des magasins Nocibé enregistre sur la même période une baisse de 3,4 %, tandis que l'e-commerce progresse de 23 % pour un marché en hausse de 18 %. Au total, l'Entreprise affiche un recul de 0,4 %, dans un marché en baisse de 1,1 %.

Du 1^{er} au 30 septembre, la croissance de Nocibé atteint 4,6 %, mais l'Entreprise bénéficie d'un calendrier favorable. À jours comparables, la progression se limite à 1 %. Les magasins accusent un recul de 2 %, avec une performance à périmètre constant de -5,8 %, résultant d'une baisse du trafic de 5,3 % et d'un panier moyen stable. En parallèle, le Web progresse de 19 %, portée par une hausse du trafic de 14 % et une augmentation du panier moyen de 5 %.

Christophe WACQUIEZ s'enquiert de l'évolution des résultats par rapport à 2024, l'année fiscale étant désormais terminée.

Louis MULLIEZ indique que le chiffre d'affaires progresse au cumul de 0,3 % par rapport à l'année fiscale précédente, grâce aux nouveaux magasins et aux relookings. À magasins comparables, l'activité recule de 0,6 %. A périmètre constant, le chiffre d'affaires des magasins baisse de 1,9 %.

Christophe WACQUIEZ s'interroge sur la position de la Direction vis-à-vis de ces résultats.

Louis MULLIEZ répond que l'année a été particulièrement compliquée. Le marché a commencé à décroître dès l'été 2024, avant de connaître une dégradation significative à partir de janvier 2025. Bien que l'Entreprise gagne des parts de marché, cette progression demeure limitée. La Direction espère un regain du marché, car la situation deviendrait problématique si l'activité continuait à se dégrader à un rythme de 5 % par mois.

Christophe WACQUIEZ s'enquiert des perspectives de croissance pour la nouvelle année fiscale.

Louis MULLIEZ propose d'apporter des éléments détaillés à ce sujet lors de la prochaine séance.

10. Questions diverses

Magasins

- 1. Nous avons déjà évoqué le sujet des produits OUTLET et la possibilité de les écouler autrement (vente privée, showroom, offre en ligne, box, etc.). On nous avait indiqué que c'était une bonne piste, mais aujourd'hui ces produits restent encore présents en magasin et impactent le visuel. Où en est la réflexion sur ce sujet et quelles solutions concrètes sont prévues ?**

Hélène WEEXSTEEN explique qu'à ce stade, aucune solution alternative pour écouler les produits Outlet n'a été envisagée, mais ce sujet pourra être discuté avec l'équipe Marketing.

Claudia PODDIGHE observe que la présence de ces produits impacte négativement l'image des magasins.

Hélène WEEXSTEEN propose de soulever cette question auprès d'Élodie DELPLACE lors de sa prochaine intervention dans le cadre de la présentation des orientations stratégiques de l'Entreprise.

- 2. Nous souhaitons revenir sur un point déjà soulevé à plusieurs reprises concernant les offres commerciales. Aujourd'hui, il reste en magasin de nombreuses offres actives informatiquement, mais qui ne sont plus valables ni en ligne ni en magasin. Cela entraîne une perte de temps en caisse, des recherches inutiles et parfois des erreurs de la part des collaborateurs. Serait-il possible une fois pour toutes de supprimer ou désactiver directement ces offres devenues inactives ? Cela permettrait un gain de temps en caisse, une diminution des erreurs pour les équipes, et surtout une meilleure fiabilité des statistiques puisque les conseillères utiliseraient uniquement les bons codes. A ce jour, aucune solution concrète n'a été mise en place sur ce sujet. Nous aimerions savoir ce qu'il est possible d'envisager pour avancer surtout avec les fêtes de fin d'année qui arrivent.**

Hélène WEEXSTEEN indique que les offres qui ne sont plus valides sont normalement supprimées au fil de l'eau du menu de la caisse. Les exemples contraires doivent être communiqués à la Coordination.

Claudia PODDIGHE objecte qu'environ 18 offres, dont la majorité n'est plus valable, demeurent dans les caisses. Les offres ne sont donc pas retirées, ce qui compromet la fiabilité des statistiques.

Hélène WEEXSTEEN suppose que des codes génériques, actuellement inactifs mais susceptibles d'être réutilisés ultérieurement, restent visibles dans les systèmes de caisse. Elle reconnaît néanmoins que ces codes ne devraient pas être affichés lorsqu'ils sont inactifs.

Mélanie DELANNOIS estime que la solution idéale consisterait à associer directement les offres à la carte de fidélité des clients.

- 3. Nous aimerions également soulever une autre problématique concernant les commerciaux en général. Nous constatons que les petites structures reçoivent de moins en moins de visites en magasin. Cela risque de poser un vrai souci lorsqu'il nous manquera des testeurs maquillage ou soin. Comment pourrions-nous anticiper cette situation ? Par quel biais serait-il possible d'obtenir ces testeurs pour éviter les ruptures, et garantir que nous disposions toujours de présentations propres, complètes, à la bonne date et attractives en magasin.**

Hélène WEEXSTEEN indique que pour traiter cette question avec les Achats, il est nécessaire d'identifier précisément les magasins rencontrant des difficultés avec les testeurs, ainsi que les marques concernées.

Mélanie DELANNOIS précise que les problèmes concernent de nombreuses marques, dont Givenchy, Yves Saint-Laurent, L'Oréal et Sisley. Selon les commerciaux de ces marques, les stocks de testeurs seraient disponibles, mais la plateforme ne les expédie pas aux magasins.

Catherine DEMOL souligne les difficultés particulières rencontrées avec Sisley, pour laquelle les négociations se déroulent directement avec les commerciaux.

Claudia PODDIGHE ajoute que les problèmes d'approvisionnement ne se limitent pas aux testeurs, mais concernent également les produits destinés à la vente. Les magasins font face à des ruptures de stock, y compris sur des produits identifiés comme best-sellers.

4. Avez-vous solutionné le problème pour le rangement des Click and Collect durant la saison du black Friday et de Noël (meubles adaptés pour tous les magasins) ?

Hélène WEEXSTEEN explique qu'un mobilier spécifique pour le Click and Collect, disponible en plusieurs dimensions, peut être commandé sur GDM. Toutefois, la solution mise en place doit être adaptée aux contraintes de chaque magasin.

Véronique MOREAU indique que les meubles installés dans les magasins s'avèrent insuffisant en termes de capacité pour gérer efficacement les volumes de la période du Black Friday et des fêtes de fin d'année.

Christophe WACQUIEZ souligne que dans son magasin, l'affluence de colis durant le Black Friday nécessite la condamnation d'une cabine entière. Il déplore l'amateurisme dont fait preuve l'Entreprise dans l'organisation de cette période qui génère pourtant un chiffre d'affaires considérable.

Hélène WEEXSTEEN estime qu'il appartient aux Directeurs Régionaux d'élaborer des solutions adaptées aux spécificités de chaque magasin.

Claudia PODDIGHE suggère de diffuser un questionnaire destiné aux RM, afin d'identifier les solutions actuellement mises en œuvre pour le stockage des commandes Click and Collect.

Christophe WACQUIEZ souligne en outre que les questions n° 4 à 7 sont posées chaque année sans que les services du siège n'apportent de réponses concrètes.

5. Avez-vous pensé comment identifier les personnes qui seront responsable des préparations et retraits Click and Collect dans les périodes de fortes activités afin de faire gagner du temps aux clients ?

Hélène WEEXSTEEN explique que l'identification d'un salarié spécifique pour gérer les retraits Click and Collect n'est pas pertinente en raison de la rotation du personnel tout au long de la journée.

Claudia PODDIGHE souligne la nécessité d'installer une signalétique claire pour indiquer aux clients là où ils peuvent retirer leur Click and Collect. Un panneau similaire à ceux déjà présents sur les podiums des magasins constituerait une solution adaptée.

Hélène WEEXSTEEN prend note de cette suggestion.

6. Lors de la préparation du Click and Collect nous souhaitons faire figurer sur le ticket la mention emballage cadeau demandé ou non.

Hélène WEEXSTEEN précise que l'ajout de la mention « emballage cadeau » sur les tickets figure parmi les nombreux développements informatiques demandés au groupe Douglas.

Catherine DEMOL suggère de retirer temporairement l'option « emballage cadeau » jusqu'à l'implémentation de ce développement informatique. Les clients qui sélectionnent cette option s'attendent à recevoir leurs produits emballés, et l'absence de ce service génère un fort mécontentement.

7. La direction demande que 20 % des encaissements se fassent en paiement mobile. Or les magasins ne sont pas adaptés (pas de meuble approprié). Serait-il possible d'avoir ce meuble le plus rapidement dans tous les magasins ?

Hélène WEEXSTEEN précise qu'aucun objectif n'a été établi par la Direction concernant les encaissements en paiement mobile. Certains managers peuvent néanmoins fixer des objectifs locaux pour encourager l'adoption de cette pratique au sein des équipes. Les mobiliers adaptés peuvent être commandés *via* les DR auprès du Service travaux.

Mélanie DELANNOIS signale que tous les magasins équipés de caisses mobiles n'ont pas reçu le meuble associé.

Hélène WEEXSTEEN explique que si le meuble n'est pas livré avec la caisse mobile, il peut toujours être commandé.

Sabrina MONCHEAUX déplore l'obligation faite aux conseillères d'utiliser l'encaissement mobile même lorsqu'aucun client n'attend à la caisse principale.

Hélène WEEXSTEEN souligne l'importance d'utiliser ce système d'encaissement qui a été développé par la DSI sur demande du Commerce. Sa généralisation dépendra de son adoption effective dans les magasins où il est actuellement disponible.

Catherine DEMOL souligne que l'encaissement mobile perd toute utilité lorsque le meuble associé n'est pas fourni aux magasins, car cela contraint à laisser la caisse mobile dans la zone de caisses traditionnelles.

Claudia PODDIGHE constate un manque de réflexion préalable dans la conception du projet avant son déploiement.

8. Nous constatons encore aujourd'hui malgré plusieurs remontées qu'il y a encore des départs à la retraite sans une marque d'attention de la part de Nocibé. Nous voulons un process unique à l'entreprise.

Hélène WEEXSTEEN demande si les lacunes constatées dans la gestion des départs à la retraite concernent toutes les régions.

Véronique MOREAU fait état de disparités régionales significatives, notamment entre le Nord et le Sud, où des salariés partent à la retraite sans aucune attention particulière. Selon elle, un processus harmonisé devrait être mis en place.

Élodie BOTTEIN indique que cette question pourra être examinée dans le cadre des futures négociations relatives à la qualité de vie au travail ou à la diversité.

Hélène WECXSTEEN précise que la procédure théorique prévoit l'offre d'un bouquet de fleurs aux salariés partant à la retraite, ainsi qu'un budget dédié à l'organisation d'un pot de départ. Cette règle n'est cependant pas appliquée uniformément. Pourtant, les départs à la retraite, bien que peu fréquents, représentent une occasion importante de démontrer que l'Entreprise offre des conditions de travail permettant aux salariés de poursuivre leur carrière chez Nocibé jusqu'à leur retraite.

9. Lors de la dernière réunion CSE nous vous avons demandé des précisions concernant la trousse à maquillage.

Hélène WECXSTEEN reconnaît un manque de clarté concernant les règles applicables aux produits de maquillage offerts aux salariés.

Sabrina MONCHEAUX précise qu'il est nécessaire de définir clairement la fréquence de renouvellement des produits, les conditions applicables et la composition des dotations destinées aux conseillères nouvellement recrutées.

Hélène WECXSTEEN explique, après consultation du service concerné, que les conseillères reçoivent une dotation à chaque nouveau lancement, afin de leur faire découvrir les nouveautés.

Véronique MOREAU observe que parfois ces produits sont destinés à la trousse de maquillage utilisée sur la surface de vente.

Hélène WECXSTEEN indique ensuite qu'aucune trousse « Make up » officielle n'est en place aujourd'hui. Le projet est en cours d'étude avec l'équipe formation.

Véronique MOREAU déplore cette réponse car une trame dédiée à la trousse existe bien dans le référentiel de procédure. Elle indique que les élus demandent depuis bien longtemps des précisions à cette note, notamment sur le process de remise des produits et sur la possibilité ou non de prendre des produits de la marque Nocibé.

Hélène WECXSTEEN propose de revenir sur le sujet lors d'une prochaine séance.

10. Vous deviez parler de la remise des échantillons avec les DR. À la suite de leur réunion, aucune redescente en magasin. Qu'en est-il ?

Hélène WECXSTEEN indique que dans le PowerPoint présenté lors des dernières réunions RM, identique dans toutes les régions, une diapositive était consacrée spécifiquement aux pratiques en matière d'échantillons. Il est prévu de ne plus proposer systématiquement les doses d'essai en caisse, mais d'utiliser celles-ci comme un service dans le cadre du conseil. L'échantillon de marque constitue quant à lui un cadeau en réponse à une demande du client.

Mélanie DELANNOIS indique que les anciennes pratiques en matière d'échantillon sont toujours appliquées dans sa région.

Claudia PODDIGHE estime que les RM ne mettent pas en œuvre ces changements en raison de pressions liées au NPS. En effet, le fait de ne pas remettre d'échantillon aux clientes pourrait dégrader le NPS.

Catherine DEMOL objecte que ce sont les DR qui se sont opposés à l'évolution des pratiques, alors qu'il suffirait de retirer la question relative aux échantillons dans le questionnaire NPS. Du reste, les notes de satisfaction ne se dégradent pas si les échantillons restent correctement utilisés.

11. *Pouvons-nous avoir le montant gagné en challenge magasin par magasin sur 2024 ?*

Hélène WEEXSTEEN indique que les montants gagnés par chaque magasin ne sont pas une information disponible. Seul le montant moyen par collaborateur est accessible.

Véronique MOREAU signale que les représentants du personnel constatent des différences entre les salariés. Il serait alors intéressant de savoir si certains magasins ne gagnent jamais ou peu les challenges.

Les questions n° 12 à 14 sont abordées en présence de Louis MULLIEZ.

12. *Pour le point chiffre, pouvons-nous avoir les résultats des magasins qui ont subi des relooks ainsi que les ouvertures ?*

Louis MULLIEZ explique que la Direction assure un suivi pendant une année complète pour les magasins ayant bénéficié d'un relooking ou d'une extension.

Les données correspondantes sont projetées.

Louis MULLIEZ souligne que les performances sont variables selon les points de vente. En moyenne pondérée, les 11 magasins ayant bénéficié d'un relooking au cours de l'année écoulée enregistrent une croissance de 8 %, alors que l'ensemble du réseau connaît un recul de 3,6 %. Les magasins ayant fait l'objet d'un transfert ou d'une extension affichent quant à eux une progression encore plus marquée de 15,3 %.

Les résultats des nouveaux magasins sont ensuite présentés.

13. *Au 29 septembre, aucun chiffre d'octobre de disponible. C'est compliqué pour établir les plannings, pouvez-vous y remédier ?*

Louis MULLIEZ reconnaît que la communication tardive des objectifs pour le mois d'octobre est récurrente, en raison du processus de validation du budget par le Board du Groupe qui intervient tardivement.

14. *Vous nous demandez d'effectuer des services en plus et cela avec des bras en moins. Nous sommes conscientes des efforts de masse salariale à faire, que le CA n'y est pas mais c'est trop !*

Louis MULLIEZ explique que le trafic client connaît une diminution de 3,3 % sur l'exercice fiscal 2025, cette baisse s'accroissant à 6 % sur la période de janvier à septembre. Le nombre d'articles vendus suit également une tendance à la baisse. Il est nécessaire d'ajuster les heures de travail à cette réduction d'activité. Toutefois, les efforts demandés sur la masse salariale restent inférieurs à cette diminution.

Institut

15. Pour les prestations Misencil, pour les teintures sourcils, il nous manque une teinture blond ou gris foncé. Serait-il possible de voir avec la marque pour envisager de rentrer ces couleurs dans nos instituts ?

Hélène WECXSTEEN indique que le besoin a déjà été remonté à la marque, sans obtenir de réponse pour le moment. Le sujet sera à nouveau soulevé auprès de la marque.

Claudia PODDIGHE signale que les teintures blond et gris foncé existent bien dans la gamme Misencil.

16. Serait-il possible pour les magasins qui disposent de la marque Shiseido en produit magasin et qui ont également un institut, d'autoriser la réalisation des prestations cabine avec cette marque ? Nous pensons que cela représenterait une véritable montée en gamme pour nos instituts et un réel plaisir pour nos esthéticiennes, qui pourraient ainsi valoriser encore davantage leur savoir-faire auprès de la clientèle.

Hélène WECXSTEEN explique qu'une « clusterisation » de l'offre institut est en cours d'élaboration, afin d'attribuer certaines marques à certains instituts. Les modalités précises seront communiquées prochainement.

Claudia PODDIGHE estime nécessaire de proposer deux marques Premium dans les instituts, même s'il ne s'agit pas de Shiseido. Par ailleurs, elle regrette que ce soient systématiquement les mêmes magasins qui bénéficient des nouveautés.

Patricia BETTEWILLER regrette également que, bien que le développement de l'institut constitue un axe stratégique pour l'Entreprise, Nocibé ne propose aucune réelle nouveauté de fond. Les franchisés reprochent d'ailleurs à Nocibé son retard dans ce domaine.

17. Est-ce prévu que la marque Seasonly s'étend dans davantage d'instituts ? Si oui, quelles sont les conditions pour pouvoir la proposer en institut ?

Hélène WECXSTEEN indique que Seasonly a suspendu la généralisation des soins à tous les instituts, car les ventes de produits ne sont pas suffisantes pour rentabiliser ses investissements en formation.

Christophe WACQUIEZ pense que l'insuffisance des ventes s'explique avant tout par le manque de formation des conseillères sur cette marque.

18. Contrats en alternance

- **Pourquoi les alternants, comme tout nouveau collaborateur en institut (nouvelles esthéticiennes), n'ont-ils pas la formation soins Nocibé ?**
- **Pourquoi également ils n'ont pas accès aux autres formations (mise en cils, etc.) ?**

Ces questions sont traitées à la question 22.

19. Tenues esthéticiennes

- **Est-il prévu que tous les instituts disposent de la même tenue que celle portée par les esthéticiennes de La Défense ?**

Hélène WECXSTEEN indique qu'une nouvelle tenue sera proposée à l'ensemble des esthéticiennes en 2026, sans garantie qu'il s'agira du modèle utilisé à La Défense.

Claudia PODDIGHE estime que la tenue utilisée à La Défense devrait être retenue en raison de sa qualité.

- ***Plusieurs d'entre nous constatent que les tenues actuelles se fragilisent rapidement, notamment au niveau des attaches intérieures de la blouse ainsi qu'au niveau des épaules.***

Hélène WECXSTEEN indique que ces remontées seront prises en compte dans le choix de la future tenue.

20. Fichiers clients en institut

- ***Est-il prévu un meuble de rangement dédié pour stocker les fiches clients. Cela faciliterait la gestion, notamment dans les instituts où les cabines sont réparties sur plusieurs étages (exemple : 2 cabines à l'étage et 1 au rez-de-chaussée, ce qui rend l'accès aux fiches peu pratiques).***

Hélène WECXSTEEN indique qu'aucun meuble de rangement dédié aux fiches clients n'est prévu. La recommandation consiste à prélever l'ensemble des fiches des clients programmés dans la journée, à les conserver en cabine pendant les soins, puis à les ranger en fin de journée.

Sabrina MONCHEAUX objecte que la présence des fiches clients en cabine est interdite.

Hélène WECXSTEEN répond que cette pratique est autorisée, sous réserve que les fiches ne soient pas visibles par la clientèle.

Sabrina MONCHEAUX signale l'hétérogénéité des pratiques entre les différents magasins concernant le rangement des fiches clients. Certains établissements les conservent même dans des toilettes accessibles à la clientèle.

21. En CSE du mois de septembre, nous avons posé la question sur la révision des objectifs des instituts quand ces derniers sont fermés ? Qu'en est-il ?

Cette question est traitée en présence de Louis MULLIEZ.

Louis MULLIEZ confirme que les objectifs d'un institut sont révisés en cas de fermeture temporaire de celui-ci.

Véronique MOREAU demande si une révision à la baisse des objectifs de l'institut entraîne automatiquement une révision des objectifs individuels des esthéticiennes.

Élodie BOTTEIN explique que le DR doit demander la proratisation de la prime des esthéticiennes.

Véronique MOREAU indique par ailleurs que les esthéticiennes ont signalé l'absence de nombreuses tâches dans les protocoles relatifs aux soins Naturals. En outre, ceux-ci sous-estiment la durée de certaines tâches.

Stéphanie FERANDELLE ajoute que les coffrets « 60 minutes » correspondent en réalité à des soins d'une durée de 50 minutes seulement.

Claudia PODDIGHE indique avoir passé une journée complète aux côtés des esthéticiennes de son magasin. Cette expérience lui a permis de constater les exigences excessives qui pèsent sur ces collaboratrices. Selon

elle, l'ensemble des RM devrait entreprendre une démarche similaire pour prendre conscience de cette réalité.

Véronique MOREAU rappelle qu'une augmentation du temps accordé aux esthéticiennes avait été évoquée par la Direction, mais n'a jamais été appliquée. Dans ce contexte, les nombreux départs de l'Entreprise ne sont pas surprenants.

Patricia BETTEWILLER estime que les objectifs fixés pour les instituts sont en contradiction avec les consignes données aux esthéticiennes, et déplore l'absence d'un véritable travail de fond sur ce sujet.

Hélène WEEXSTEEN répond qu'un réexamen de la question des instituts est programmé pour le début de l'année 2026. Elle invite à faire preuve de patience, des évolutions étant prévues.

Catherine DEMOL demande par ailleurs si les magasins dépourvus d'institut sont autorisés à afficher en vitrine les tarifs des Instants Beauté afin d'inciter la clientèle à entrer dans le point de vente.

Hélène WEEXSTEEN prend note de cette interrogation.

Claudia PODDIGHE signale par ailleurs des ruptures persistantes sur les masques.

Formations

Ces questions sont traitées en présence d'Audrey FLIPO.

22. Des responsables de magasin refusent des formations aux cdi temps partiels sous prétexte qu'ils ne sont pas prioritaires or chez Nocibé les temps partiels représentent un nombre important de salariés. Pouvez-vous transmettre à l'ensemble des RM que les formations sont ouvertes à tous ? Idem pour les esthéticiennes qui ne disposent pas des formations présentées sur la carte des soins donc sont limitées dans leurs prestations.

Hélène WEEXSTEEN reconnaît que certains managers peuvent effectivement privilégier les collaborateurs à temps plein lorsque les formations sont longues ou ne sont ouvertes qu'à un nombre limité de salariés (comme celles proposées par Chanel). Néanmoins, il est important de former l'ensemble des salariés, quel que soit leur temps de travail.

Audrey FLIPO ajoute que la mise en place de classes virtuelles d'une durée d'environ une heure devrait faciliter l'accès à la formation pour les salariés à temps partiel.

Véronique MOREAU signale que les collaborateurs à temps partiel travaillant dans les instituts ne bénéficient pas des formations sur les nouvelles marques.

Hélène WEEXSTEEN remarque que certaines formations proposées par les marques s'étendent sur une semaine complète, ce qui complique la participation des salariés à temps partiel.

Véronique MOREAU considère que des solutions peuvent toujours être trouvées pour permettre à ces salariés de participer à ces formations.

Audrey FLIPO annonce la création prochaine d'un poste de référente institut, dont l'une des missions sera de former les nouvelles recrues.

Stéphanie FERANDELLE demande si les jeunes en contrat d'alternance peuvent suivre la formation « *soins signatures* ».

Audrey FLIPO le confirme. Les alternants doivent bénéficier des mêmes formations que les autres salariés.

Claudia PODDIGHE signale par ailleurs l'existence de disparités dans les méthodes de travail appliquées par les esthéticiennes.

Audrey FLIPO répond que l'accompagnement mis en place par les formateurs terrain devrait contribuer à une harmonisation des techniques et des manœuvres.

23. Pour une meilleure performance des nouveaux salariés nous souhaitons une formation dédiée à l'ADN Nocibé (marque Nocibé, Ob, ME, priorités de l'enseigne) car nous constatons qu'ils intègrent les magasins sans aucune formation. À quand une Douglas School qui formerait en amont nos futurs collaborateurs ?

Audrey FLIPO indique qu'une formation spécifique sur l'Entreprise et sa marque est d'ores et déjà prévue dans le nouveau parcours d'intégration des collaborateurs.

24. Douglas Academy est un bon outil cependant les modules sont à faire sur le temps de travail, nous sommes très justes en nombre de collaborateurs, comment faire ?

Audrey FLIPO souligne que les meilleures pratiques consistent à anticiper les temps de formation dans les plannings des salariés.

Hélène WEEXSTEEN précise qu'il est demandé aux managers de prévoir dans les plannings entre 30 et 45 minutes par mois et par collaborateur pour l'utilisation de Douglas Academy.

Claudia PODDIGHE remarque que les salariés sont actuellement contraints d'utiliser Douglas Academy sur l'ordinateur de la RM. L'accès au code Wi-Fi du magasin leur permettrait d'utiliser l'application Douglas Academy directement sur leur téléphone portable.

Hélène WEEXSTEEN vérifiera si cette pratique peut être envisagée, sachant qu'il ne sera pas possible d'imposer aux salariés l'utilisation de leur téléphone personnel.

Claudia PODDIGHE demande si un délai est à respecter pour réaliser le parcours mensuel obligatoire.

Audrey FLIPO explique que l'objectif est d'atteindre un taux de participation de 80 % au 20 du mois, plutôt qu'au 30. Aujourd'hui, ce taux est atteint sur le mois.

25. Proposition : pourquoi ne pas engager les équipes à faire des formations avec un système de points et en contrepartie 1 chèque cadeau ?

Hélène WEEXSTEEN observe que les entreprises du secteur du retail ne proposent généralement pas de chèques cadeaux pour inciter à la formation. La formation doit résulter d'une démarche volontaire des collaborateurs, qui s'engagent ainsi à développer leurs compétences et à maintenir leur employabilité. Bien que la Direction ne s'oppose pas à gratifier les salariés lorsque c'est possible, l'engagement dans une formation ne devrait pas être motivé uniquement par une récompense matérielle.

26. Quand les alternants sont en période d'examen selon la loi ils ont le droit à des jours pour réviser (payés). Pourquoi l'info n'est pas passée ?

Hélène WECXSTEEN indique que l'information est donnée par les centres de formation aux alternants. Au sein de l'Entreprise, les RM peuvent contacter les gestionnaires du personnel pour répondre à toutes les questions sur le temps de travail. En outre, une session de formation sur le recrutement et la gestion des alternants est prévue au premier semestre 2026. A cette occasion, un rappel sera fait sur ces cinq jours de révision et les conditions pour les poser.

Orientations stratégiques

27. Nous avons reçu dans la BDES des documents concernant les orientations stratégiques de l'entreprise. Or ces documents sont difficiles à comprendre. Pouvez-vous prévoir une intervention en réunion ? Nous souhaitons des présentations de la Marque Nocibé, du Merchandising, du Marketing. Est-ce possible d'organiser des présentations ?

Hélène WECXSTEEN rappelle que la Direction a l'obligation de mettre à disposition du CSE les documents liés aux orientations stratégiques. Pour autant, elle a conscience qu'ils peuvent être complexes à comprendre. Par conséquent, elle organise des présentations en séance en fonction des besoins exprimés par les élus. Ces derniers sont invités à confirmer leurs besoins et à les compléter le cas échéant.

Autres questions diverses

Elodie BOTTEIN propose d'organiser une réunion extraordinaire de CSE sur la rémunération siège d'ici fin octobre, avant de recueillir l'avis de l'instance lors du CSE ordinaire le 14 novembre.

La Direction et les représentants du personnel conviennent d'organiser ce CSE extraordinaire le 21 octobre.

Attributions Santé, Sécurité et conditions de travail

11. Information sur le lancement des actions santé pour le dernier trimestre 2025 : campagne de vaccination contre la grippe

Laurine GRABCZAK et Zohra CHATER rejoignent la séance.

Laurine GRABCZAK annonce le renouvellement de la campagne de vaccination contre la grippe en 2025 dans les mêmes conditions que l'année précédente. Dans le Réseau, l'achat d'un vaccin et l'injection seront remboursés par la mutuelle sur présentation de la prescription et de la facture à Henner. Au siège, les salariés pourront se faire vacciner les 4 et 6 novembre, de dix heures à midi, après inscription préalable.

Par ailleurs, le projet de donation des anciens Nocidou au centre Oscar Lambret pour distribution aux enfants malades, dans le cadre de la campagne Octobre Rose, ne pourra être réalisé en 2025, le stock ayant déjà été donné. Cette initiative sera en revanche envisagée pour la campagne 2026.

Véronique MOREAU suggère de ne pas attendre la campagne Octobre Rose 2026 pour donner les Nocidou. Elle interroge également Zohra CHATER au sujet des nouvelles oreillettes, dont le bloc audio et les antennes étaient trop envahissants.

Zohra CHATER précise que ce modèle n'est plus commandé, l'ancien modèle étant désormais privilégié. Elle doit toutefois vérifier si le modèle en question est de nouveau référencé.

Hélène WECKSTEEN rappelle que les vols au magasin d'Euralille ont été évoqués plus tôt dans la réunion.

Zohra CHATER explique que l'équipe de Securitas en charge de ce magasin a été renouvelée. Les horaires de pause ont été modifiés afin que l'agent ne soit pas systématiquement absent aux mêmes moments. Securitas effectue également une visite chaque semaine pour s'assurer que la prestation réponde aux attentes de l'Entreprise, et la démarque inconnue fait l'objet d'une surveillance particulière.

Catherine DEMOL signale que l'alarme installée sur la porte arrière de son magasin est inaudible depuis la surface de vente. Le prestataire a indiqué ne pas avoir de solution, alors que cette alarme est totalement inutile dans ces conditions.

Zohra CHATER s'engage à transmettre cette information au service concerné.

Laurine GRABCZAK et Zohra CHATER quittent la séance.

L'ordre du jour étant épuisé, la séance est levée à 15 heures 50.

La Secrétaire du CSE

Véronique MOREAU



La Présidente du CSE

Hélène WECKSTEEN

