

Procès-verbal du Comité Social et Économique ordinaire

du jeudi 9 avril 2026

Date	
Le jeudi 9 avril 2026	Affichage ☐ Urgent ☐

Présents à la réunion	Absents excusés
<u>Pour le CSE</u> Titulaires : ✖ Patricia BETTEWILLER (Siège) — Service Franchise ✖ Sophie ESNAULT (Lille) – Magasin 1 ✖ Véronique MOREAU (Valenciennes) – Magasin 240 ✖ Ida DUFROMONT (Siège) – Service Travaux ✖ Stéphanie FERANDELLE (Saint-Quentin) – Mag 18 ✖ Ingrid PELTIER (Antibes) – Mag.174 ✖ Jolanta TWARDOWSKA (Compiègne) – Mag 1054 RS : ✖ Sabrina MONCHEAUX (Faches-Thumesnil) – Mag 1022 Invités : ✖ Louis MULLIEZ, Directeur du Contrôle de Gestion ✖ Marion MONTEMBault, service juridique social ✖ Cloé BARETTO, service juridique social	Titulaires : ✖ Nadège AUBRY (Saint- Dié) – Mag 1122 ✖ Catherine DEMOL (Chambéry) – Mag 395 ✖ Élodie MARTINEAU (Saint Cyr) – Mag.244 ✖ Claudia PODDIGHE (Chalon sur Saône) – Mag 152 ✖ Gina SCALERCIO (Noyelles) — Mag 6 ✖ Christophe WACQUIEZ (Englos) – Mag 1012 ✖ Corinne DELDIQUE (Cambrai) – Mag 103 ✖ Arnaud THIBEAU (Siège) – Service Achats ✖ Cindy RAGOUCY (Bourgoin République) – Magasin 377 ✖ Sandrine LE BRET (Auxerre) – Magasin.1110 ✖ Alexandra EBERSOLD (Strasbourg) – Magasin 335 ✖ Florence COCHET (Saint-Quentin) – Magasin 1208 ✖ Claire GALLET (Dury) – Magasin 61 ✖ Caroline SORET (Saint Martin les Boulogne) – Magasin 9 ✖ Laetitia LORTHIOIR (Béthune) – Magasin.19 ✖ Isabelle TARTAR (Béthune) – Magasin 20 Suppléants : ✖ Isabelle CAPPOEN (Lille) – Magasin.1001 ✖ Anne-Hélène DUHAMEL (Montauban) – Magasin.130 ✖ Merwan BOSCHER (Aubagne) – Magasin.1075 ✖ Sophie PESNEL (Cherbourg) – Magasin.1150 ✖ Angélika DI FRAJA (Nice) – Magasin.176 ✖ Mélanie DELANNOIS (Douai) – Magasin.13 ✖ Orlane MARY (Sedan) – Magasin.380 ✖ Valérie GORAL (Aulnoy) – Magasin.243 ✖ Lucie ROSSI (Brest) – Magasin.135

Ordre du jour

1. Approbation du procès-verbal de la réunion ordinaire du 12 mars 2026.....3
2. Présentation projet trousse à maquillage (Intervention de Mme Sandra HARAKE D'AMORE, Responsable paie, SIRH, Rémunération et avantages sociaux) 3
5. Présentation des Chiffres, résultats commerciaux et situation à fin mars 2026 (Intervention de M. Louis MULLIEZ, Directeur du Contrôle de Gestion) ; 5
3. Présentation de la note relative aux conditions de travail des salariés en cas de fermeture temporaire des magasins.....6
6. Évolution Parc Magasins (rachat, modification, etc.) 7
7. Questions diverses.....8
5. Courrier inspection du travail relatif au magasin n°1032 d'EPAGNY **Erreur ! Signet non défini.**

La séance est ouverte à 9 heures 10 sous la présidence d'Hélène WEEXSTEEN assistée d'Élodie BOTTEIN.

1. Approbation du procès-verbal de la réunion ordinaire du 12 mars 2026

Le procès-verbal de la réunion du 12 mars 2026 est approuvé à l'unanimité des membres présents.

- 2. Présentation projet trousse à maquillage** Hélène WEEXSTEEN indique que le projet avance. Néanmoins, la question des stocks demeure en suspens. L'objectif est de définir une formule applicable à l'ensemble des magasins de façon à permettre aux équipes de « porter » les produits et de répondre aux consignes de présentation – quelle que soit sa taille, la taille de son équipe ou son assortiment – afin d'éviter de générer des frustrations ou des différences de traitement.

Élodie BOTTEIN ajoute qu'Élodie VERCAMER, RRH DV Nord qui travaille sur ce sujet, interviendra lors de la réunion du 22 mai.

Véronique MOREAU déplore que cette situation perdure. Il est souhaitable qu'une ébauche de la note soit présentée afin de permettre aux élus de formuler leurs remarques.

Élodie BOTTEIN explique que l'interrogation porte également sur le moment opportun pour remettre les six produits : dès l'arrivée chez Nocibé ou à l'issue de la période d'essai. Le projet actuel s'oriente vers une remise de six produits à la fin de la période d'essai, suivie de l'attribution d'un testeur tous les deux ou trois mois, pour renouveler ou compléter la trousse. Il est toutefois impératif de s'assurer auprès du réseau que les stocks en magasin seront suffisants pour cette dotation afin de ne pas instaurer une règle intenable.

Véronique MOREAU, constatant que cette limite risque de perdurer, propose de confier la gestion de cette contrainte au responsable de magasin. Celui-ci serait alors chargé de répartir les produits en fonction de leur disponibilité. Par ailleurs, il semble que la Direction ne souhaite plus inclure les produits de la marque Nocibé dans ce dispositif. Toutefois, si leur réintégration était autorisée, cela permettrait de pallier le manque de disponibilité des marques sélectives.

Véronique MOREAU demande s'il serait envisageable d'opter pour une composition mixte, avec trois produits Nocibé et trois produits sélectifs, par exemple, notamment en cas de stocks insuffisants de testeurs de produits sélectifs. En effet, il serait pertinent que les conseillers Nocibé portent les produits de l'Enseigne, ce qui favoriserait les ventes. De plus, toutes les conseillères ne choisiraient pas forcément les mêmes produits, si bien que l'incidence sur le stock serait moindre.

Hélène WEEXSTEEN précise qu'il n'existe pas de testeurs pour les produits de la marque Nocibé.

Véronique MOREAU répond qu'il s'agirait alors de déloter des produits.

Hélène WEEXSTEEN juge nécessaire de cadrer le sujet le plus précisément possible, afin d'éviter de vider les meubles à maquillage ou éviter de vider un stock.

Sabrina MONCHEAUX remarque que les produits de la marque Nocibé sont fréquemment délotés.

Hélène WEEXSTEEN en déduit qu'il faudrait établir comme règle que le stock doit être prioritairement destiné au client, que ce soit pour la vente ou pour les testeurs.

Ingrid PELTIER demande s'il est envisageable d'établir une règle transitoire en attendant le déploiement d'une solution uniformisée.

Hélène WECXSTEEN explique que le projet est sur le point d'aboutir et que la règle sera présentée en mai. La Direction prend le temps nécessaire pour cadrer les règles applicables, de manière à éviter de devoir revenir fréquemment sur le sujet à l'avenir. Elle s'engage à apporter une réponse rapide une fois que les règles auront été définitivement fixées.

Véronique MOREAU rappelle avoir aussi formulé une proposition concernant la distribution des testeurs approchant de leur date de péremption sous forme de « sac de Noël » ou « sac de vacances ».

Élodie BOTTEIN rappelle que ces produits peuvent être choisis parmi la liste des testeurs mis à disposition dans le cadre des dotations mensuelles.

Sabrina MONCHEAUX remarque que les salariées n'auront pas forcément envie de recevoir ces produits en dotation s'ils peuvent obtenir des produits plus coûteux.

Véronique MOREAU déplore que ces produits neufs soient stockés dans l'attente d'être détruits.

Ingrid PELTIER demande s'il serait possible de proposer un produit solaire ou un shampoing en complément de la dotation habituelle, notamment pour éviter les « tornades blanches ».

Hélène WECXSTEEN fait observer que les salariés pourraient demander à recevoir une crème solaire plutôt qu'un parfum dans le cadre de leur dotation.

Véronique MOREAU souligne que les salariés n'ont pas les moyens financiers de s'acheter ces produits. Dès lors, en connaissant et utilisant ces produits, ils seraient capables de mieux les vendre.

Ingrid PELTIER estime que cette mesure serait bienvenue dans un contexte où il est difficile d'accorder des hausses de salaire.

Véronique MOREAU indique que les salariés devraient s'engager à ne pas revendre les produits reçus. L'enjeu est de créer une norme uniforme.

Dans le cadre de la dotation, les salariés s'engagent déjà à ne pas revendre les produits. Par conséquent, si un sachet de Noël était octroyé, la même règle devrait s'appliquer.

Sabrina MONCHEAUX demande pourquoi il ne serait pas possible d'octroyer deux testeurs parfums et un produit solaire à l'occasion de la fête des Mères. Cela permettrait de libérer des stocks et donc de réaliser des économies.

Véronique MOREAU abonde en ce sens.

Hélène WECXSTEEN prend note de ces propositions. Elle s'interroge toutefois sur la raison de la présence de stocks de produits solaires avant même la saison estivale.

Véronique MOREAU précise que ces produits ne sont pas utilisés comme testeurs. Il apparaît que les réserves des magasins débordent. Dès lors, le service Achats devrait se pencher sur cette question, car cette situation engendre de nombreuses destructions de produits.

Louis MULLIEZ rejoint la séance à 9 h 30.

5. Présentation des Chiffres, résultats commerciaux et situation à fin mars 2026 (Intervention de M. Louis MULLIEZ, Directeur du Contrôle de Gestion) ;

Louis MULLIEZ présente les résultats d'activité pour les semaines 9 à 13. À l'échelle du marché, les magasins affichent une performance stable par rapport à l'année précédente, tandis que Nocibé enregistre un léger recul de 0,1 %. Concernant le e-commerce, il progresse de 17 % à l'échelle du marché, tandis que l'activité de Nocibé est en baisse de 3 %. Cette évolution s'explique par une diminution du taux de promotion, dans un contexte où le marché reste dynamique sur les offres. Toutefois, cette stratégie permet de gagner en marge et de réduire les coûts logistiques.

Globalement, le marché progresse de 3,1 %, alors que Nocibé est à -0,5 %. L'Entreprise perd donc 0,7 point de parts de marché, en raison du e-commerce.

Sur la période du 1^{er} au 31 mars, le chiffre d'affaires régresse de 1 %, et de 3 % en excluant les nouveaux magasins et les magasins relookés. Les nouveaux magasins, transferts et agrandissements représentent donc un apport de 2,1 %. Cette régression de 1 % se répartit entre -2,1 % pour les magasins et -4,6 % en LFL. Le trafic est également en baisse de 1 %, tout comme le TT. En revanche, le PL progresse de 0,9 %. Le e-commerce affiche une croissance de 5,3 %, portée par l'augmentation du nombre de clients.

Véronique MOREAU demande si le projet de refonte de la rémunération prévoit une revalorisation de la prime de TT. Cette prime est si peu attractive que les conseillers de vente privilégient les challenges ou d'autres éléments plus rémunérateurs. Si le TT était mieux valorisé, les salariés s'impliqueraient certainement davantage. Ce sujet s'ajoute également à un certain manque de personnel.

Stéphanie FERANDELLE confirme que les primes de TT paraissent parfois dérisoires, ce qui est une source de démotivation.

Ingrid PELTIER corrobore ce propos, indiquant que les salariés mettent l'accent sur les challenges plutôt que sur le TT.

Hélène WECXSTEEN s'étonne de ce sentiment de démobilitation concernant le TT.

Des élues soulignent que les salariés continuent quand même d'agir en faveur d'un bon TT, sans pour autant être très motivés par ce sujet.

Hélène WECXSTEEN en prend note. Elle indique que les réflexions sur l'évolution du système de rémunération sont toujours en cours.

Louis MULLIEZ quitte la séance à 9 h 40.

Patricia BETTEWILLER aborde le sujet de la formation SoSafe. Elle rapporte que les salariés estiment que les modules sont trop nombreux, longs et répétitifs.

Hélène WECXSTEEN partage cette impression sur le grand nombre de modules. Toutefois, le suivi de ces formations relève d'une obligation légale. Il convient que les salariés veillent à bien suivre ces modules de manière régulière, pour éviter d'avoir un trop gros volume à faire simultanément.

3. Présentation de la note relative aux conditions de travail des salariés en cas de fermeture temporaire des magasins

Hélène WEEXSTEEN indique que ce point a été inscrit à l'ordre du jour par souci de transparence de la part de la Direction. Cette note est en cours de rédaction, mais n'est pas encore finalisée, c'est-à-dire partagée avec le management pour être appliquée.

Élodie BOTTEIN donne lecture du projet de note applicable en cas de fermeture temporaire de magasin.

Ida DUFROMONT demande à quoi renvoie la notion de « magasin limitrophe ».

Élodie BOTTEIN indique que ce point est précisé dans la note : il s'agit d'un magasin situé à proximité du magasin d'affectation ou du domicile du salarié. Cette nouvelle affectation sera annoncée au salarié concerné par courrier.

Véronique MOREAU demande si un courrier sera systématiquement envoyé, même en cas de courte fermeture.

Élodie BOTTEIN estime que ce point devra être précisé.

Véronique MOREAU déplore qu'il ne soit pas possible d'envoyer des documents sur les adresses électroniques personnelles des salariés.

Élodie BOTTEIN souligne la nécessité de délimiter précisément les cas dans lesquels les adresses électroniques personnelles peuvent être utilisées. L'envoi de documents sur les adresses mail personnelles est un sujet très cadré.

Concernant le choix du magasin de réaffectation, les règles de mutation classiques s'appliqueront certainement. Habituellement, un avenant est nécessaire lorsque le salarié est muté à plus de 20 kilomètres. Cependant, cette règle sera appliquée de manière spécifique en fonction de la zone. En outre, la note prévoit que si le trajet entre le nouveau lieu de travail et le domicile est inférieur ou égal à 30 kilomètres aller, alors aucune compensation en temps ne sera accordée.

Ida DUFROMONT remarque qu'il est différent de parcourir 30 kilomètres en agglomération et à la campagne, de sorte qu'il faudrait tenir compte des temps de trajet.

Élodie BOTTEIN juge qu'il est difficile d'englober tous ces cas spécifiques dans une seule note. La note prévoit également un traitement au cas par cas en fonction des situations.

Véronique MOREAU estime que la prime de compensation devrait être débloquée systématiquement en cas d'affectation dans un magasin plus éloigné, sans attendre un mois.

Hélène WEEXSTEEN souligne qu'il est question ici de règles provisoires. Il sera possible d'adapter la règle en fonction des situations.

Élodie BOTTEIN prend note de ces remarques pour les communiquer à Michael CLABAUX.

Véronique MOREAU indique qu'il n'est pas légal d'exiger d'un salarié qu'il récupère ses heures si son magasin ferme en urgence en cours de journée. Tel n'était pas le cas par le passé. Si un magasin se trouve à proximité, le salarié peut y être réaffecté immédiatement. En revanche, si le magasin est isolé sur son territoire, il est

difficile de prévoir une réaffectation immédiate, de sorte que le salarié doit être payé pour les heures n'ayant pas pu être réalisées en raison d'une fermeture précipitée et imprévue (ex. : sinistre).

Élodie BOTTEIN prend note de cette remarque, qui sera étudiée de manière approfondie.

Véronique MOREAU demande ce qu'il advient dans le cas où il est impossible pour le salarié d'aller travailler ailleurs. En outre, il faudrait préciser la règle applicable lorsque les magasins ferment et qu'il est demandé aux salariés de revenir, comme dans le cas d'une panne de climatisation ayant entraîné l'exercice d'un droit de retrait.

Élodie BOTTEIN remarque que les salariés n'étaient pas revenus lorsqu'ils avaient été rappelés.

Hélène WECKSTEEN fait savoir que la Direction s'efforcera d'envisager tous les cas de figure.

Véronique MOREAU demande que la note soit communiquée aux élus, avant sa validation.

Hélène WECKSTEEN y consent, tout en précisant que le document devra rester confidentiel jusqu'à sa validation finale.

Véronique MOREAU souligne que des questions se posent également sur les sujets de rémunération en cas de réaffectation, comme les objectifs des esthéticiennes ou les primes de challenge. Les objectifs des esthéticiennes devraient être revus en cas de réaffectation.

Ida DUFROMONT remarque que les objectifs sont généralement revus en cas de fermeture.

Véronique MOREAU souligne que Sandra HARAKE D'AMORE a indiqué que la prime moyenne des mois précédents continuait généralement d'être appliquée après la réaffectation. Il faudrait donc acter cette mesure dans la note.

Ingrid PELTIER souligne qu'il faudrait faire en sorte de maintenir les horaires pour les salariés ayant des plannings fixes.

Élodie BOTTEIN en prend note.

.

6. Évolution Parc Magasins (rachat, modification, etc.)

Elodie BOTTEIN liste les relooks pour avril, avec l'ouverture d'Arçonnais le 3 avril ; la fermeture de La-Roche-sur-Yon – les Flâneries avec une fermeture prévue le 4 avril ; l'ouverture de Vannes le 17 avril ; la fermeture du magasin de Pontarlier le 18 avril ; la fermeture du magasin de Dole le 25 avril.

La liste des magasins devant être équipés en LED est également diffusée : Clermont-Ferrand ; Lure ; Saran ; Chalon-sur-Saône ; Saint-Cloud ; Compiègne ; Monaco et Auch.

En mai, auront lieu les ouvertures du magasin de L'Isle-d'Abeau et de Berck, le 22 mai.

Pour les franchisés, au mois de mars, les magasins d'Oloron-Sainte-Marie et de Calvi ont fermé.

7. Questions diverses

Combien d'heures un salarié peut-il travailler seul en magasin sans vigile ? Nous aurions besoin d'une réponse claire.

Véronique MOREAU rapporte que, dans un magasin, le vigile a quitté son poste, si bien que les salariés ont indiqué ne pas vouloir travailler seuls. Elle leur a alors expliqué qu'elles pouvaient se trouver seules en magasin, de manière exceptionnelle, et pouvaient fermer le magasin pour aller aux toilettes, par exemple.

Les salariées ont persisté à dire qu'elles ne voulaient pas se trouver seules en magasin, avec des questionnements sur les risques en cas de malaise, par exemple.

Toutefois, en dépit de ces explications, la Directrice Régionale a indiqué aux salariées qu'elles pouvaient fermer le magasin dans le cas où elles étaient seules à certains horaires.

Hélène WECKSTEEN n'a pas eu connaissance de cette consigne. Il se peut que cette réponse ait été donnée pour calmer la situation. En revanche, le vigile n'est pas présent pour rassurer le personnel quand il ne veut pas travailler seul en magasin. En l'espèce, la réponse des élues était adaptée. Pour répondre aux situations de travail isolé, le dispositif My Angel permet d'éviter les risques liés aux potentiels malaises, par exemple.

Véronique MOREAU confirme qu'il faudra préconiser au magasin de solliciter le dispositif My Angel.

Hélène WECKSTEEN fait savoir qu'un point pourra être fait à ce sujet. Il existe un souhait de faire évoluer le dispositif.

Véronique MOREAU note que les salariés n'ont pas l'habitude d'utiliser le dispositif, même lorsqu'ils en disposent.

Sabrina MONCHEAUX remarque qu'en cas de malaise, il est possible d'appuyer sur le bouton d'appel d'urgence. Toutefois, les services de sécurité des galeries commerciales ne disposent pas des clés des magasins, de sorte qu'ils ne peuvent pas intervenir.

Ida DUFROMONT indique que les salariés doivent laisser le rideau ouvert (ou entrouvert), lorsqu'ils sont seuls en magasin. Il s'agit d'une question de sécurité.

Ingrid PELTIER demande si des règles sont écrites sur ces situations particulières où les salariés craignent d'être seuls en magasin.

Hélène WECKSTEEN explique qu'une solution existe pour garantir la sécurité des salariés, via le dispositif My Angel. En revanche, dans le cas où ce dispositif n'est pas présent, il est légitime que la question de la fermeture temporaire se pose. Michael CLABAUX a prévu de conduire un nouvel inventaire des magasins éligibles à la distribution du dispositif My Angel.

Pouvez-vous ralentir le débit des tests sur la Douglas Academy ?

Elodie BOTTEIN indique que le temps pour répondre aux tests de connaissance à l'issue des formations est standardisé pour tous les pays du Groupe. L'Entreprise n'a pas la possibilité de modifier ce délai de réponse.

Pouvez-vous trouver des antivols qui collent mieux ?

Hélène WEEXSTEEN rapporte que le modèle d'antivol est le même depuis plusieurs années.

Ida DUFROMONT rapporte que le service maintenance demande constamment à changer le système des antivols, car les produits sont achetés à l'échelle de Douglas, tandis que les bornes dont sont équipés les magasins sont de nouvelle génération. Les étiquettes antivols ne sont donc plus efficaces, en sonnant moins. Il faudrait commander les étiquettes chez SensorMatic, le fournisseur des bornes.

Véronique MOREAU demande aux élues si elles estiment que les étiquettes collent moins bien qu'auparavant.

Sophie ESNAULT juge qu'il est difficile de les enfoncer dans les produits.

Ida DUFROMONT indique qu'il ne faut pas trop plier les antivols, au risque de les rendre défectueux.

Hélène WEEXSTEEN rapporte que les étiquettes antivols peuvent être insérées ou collées. En outre, une étude pour changer la référence des étiquettes a été conduite en 2025, mais cela aurait conduit à multiplier les références et augmenter les coûts.

Ida DUFROMONT confirme qu'une réunion a déjà porté sur le sujet, mais il était ressorti que le coût aurait été très conséquent. Néanmoins, un changement de référence permettrait de lutter plus efficacement contre le vol et la démagnétisation.

Est-ce que l'IA présenté par Sébastien pourra nous donner une réponse ultra rapide sur les codes français des produits à commander ? La demande à l'IA pourra -t-elle être vocale ?

Véronique MOREAU remarque que les codes des articles ne sont pas les mêmes chez Nocibé et chez Douglas. Cette question vise donc à savoir si l'IA pourrait servir à connaître les codes correspondants aux codes français chez Douglas. En effet, les codes affichés sur Internet ne sont pas les mêmes que ceux affichés en magasins.

Ingrid PELTIER ajoute que, si la cliente communique le code Douglas, affiché sur Internet, des recherches complémentaires sont nécessaires pour trouver le code Nocibé.

Elodie BOTTEIN prend note de ces précisions sur la question.

Hélène WEEXSTEEN constate que passer par Copilot pour obtenir le bon code Nocibé constituerait également une manipulation supplémentaire.

Sophie ESNAULT remarque que l'IA n'est pas déployée sur les tablettes.

Elodie BOTTEIN prend note de la remarque. Il faudra repréciser la question pour la prochaine réunion de CSE.

Pourriez-vous revoir la prime de mission pour le management de plusieurs magasins ? Que pouvez-vous nous proposer car le travail est conséquent ? Y a-t-il un barème ? Pouvons-nous en avoir connaissance ?

Elodie BOTTEIN répond qu'il existe une prime de mission d'un montant de 150 euros en cas d'avenant de double gestion. Ce montant peut être réévalué à la hausse en fonction des spécificités du magasin concerné (poids, contexte, etc.). Cette prime peut être au maximum de 200 euros.

Le recrutement est toujours un sujet extrêmement préoccupant, nous rencontrons de grandes difficultés. Nous faisons des entretiens qui, dans la plupart des cas, se passent relativement bien. Mais surprise : soit les personnes ne se présentent pas lors de la prise de poste, soit elles ont trouvé mieux ailleurs. Concernant

les intérim, c'est encore pire, elles sont capables de nous lâcher une heure avant leur mission sans état d'âme. Cela fait des années que nous proposons des conseillères volantes par région pour pallier les difficultés que nous rencontrons au quotidien. Qu'en pensez- vous ?

Hélène WEEXSTEEN constate que cet échange a déjà eu lieu, notamment sur le poste d'esthéticienne. Toutefois, la priorité doit être que chacun des magasins dispose du personnel permanent suffisant pour répondre aux besoins.

En l'espèce, la question porte sur des difficultés de recrutement difficiles à traiter. Or, il faut plutôt remédier à la situation conduisant à ne pas réussir à stabiliser les équipes permanentes, plutôt que de recruter du personnel volant. D'ailleurs, le fait de recourir à du personnel volant conduirait à des difficultés supplémentaires pour la salariée affectée sur le poste : instabilité du poste, affectation d'urgence, etc.

Ida DUFROMONT demande si l'Entreprise ne peut pas envisager de participer à des bourses à l'emploi, ce qui permettrait de favoriser les recrutements dans les zones où des difficultés existent.

Hélène WEEXSTEEN estime que ces pratiques étaient déjà à l'œuvre, en lien avec les RRH, les DR ou les DM.

Sophie ESNAULT suggère également d'intégrer du personnel (conseillère, esthéticienne) à ces missions pour parler du métier.

Hélène WEEXSTEEN note qu'il existe une application pour sélectionner des profils d'étudiants pour répondre à des besoins ponctuels. Le sujet pourrait être étudié afin de s'assurer qu'il soit applicable.

Véronique MOREAU suggère de conduire une réflexion sur le délai de déblocage des avantages sociaux et des tickets-restaurant, ou le calcul de l'ancienneté, pour favoriser l'attractivité des postes en CDD. Un délai de six mois pour l'obtention des tickets restaurant est long.

Hélène WEEXSTEEN remarque que ces éléments favoriseraient la fidélisation et non l'attractivité, mais prend note de la remarque.

Pouvez-vous réduire le temps de livraison des commandes choix+, car Amazon et les autres sites nous font une concurrence terrible sur le sujet ?

Hélène WEEXSTEEN donne lecture de la réponse d'Aurélien BILLOËT, le Directeur de la Supply Chain : l'Entreprise livre généralement à domicile à J+3 en livraison standard, mais travaille à améliorer ces délais. Généralement, le délai de livraison est plutôt de deux jours. Il existe également une possibilité de livrer en Chronopost, ce qui permet une livraison plus rapide.

Véronique MOREAU note qu'il est difficile de commander en ligne et de se faire livrer en magasin.

Hélène WEEXSTEEN indique qu'un blocage de ce type a existé durant une période de re paramétrage. En tout état de cause, la Direction pousse pour que la première option proposée aux clients soit le click & collect. En effet, ce mode de livraison est source d'omnicanalité en faisant venir les clients en magasin, tout en étant source d'économies sur les coûts de livraison, notamment.

Sophie ESNAULT rapporte que des clients viennent en magasin, pensant qu'il dispose des produits affichés sur le site, ce qui n'est pas forcément le cas. Une telle situation est source de déception pour les clients.

Véronique MOREAU, après consultation du site, remarque que le choix du retrait en magasin n'est pas le premier choix proposé lors d'une commande en ligne. Il est nécessaire de cliquer sur « modifier » pour sélectionner ce mode de livraison lors de la commande.

Hélène WEEXSTEEN en prend note.

Plus tard en séance, elle explique que le choix du click & collect est automatiquement proposé en premier choix pour les nouveaux clients. Puis, pour les clients ayant déjà commandé, le mode de livraison choisi précédemment est proposé automatiquement.

Ida DUFROMONT regrette que, pendant les soldes, les salariés ne puissent pas bénéficier de leur réduction personnelle sur le site.

Hélène WEEXSTEEN confirme qu'un blocage perdure sur le site, de sorte que les salariés doivent se rendre en magasin pour en bénéficier. En effet, l'Entreprise ne parvient pas à paramétrer le site pour limiter l'offre aux produits éligibles. En tout état de cause, il n'existe pas de blocage volontaire.

Ida DUFROMONT estime qu'il suffirait d'ajouter un code à la liste des produits en solde, pour permettre l'accès à cette offre.

Plus tard en séance, Hélène WEEXSTEEN fait savoir que le sujet est en cours de traitement au niveau du Groupe. La non-application actuelle des réductions s'explique par les limites de paramétrages des outils. À ce stade, il n'est pas possible de limiter la remise aux seuls articles soldés, car son activation entraînerait une application à l'ensemble des articles en prix barrés, ce que le contrôle de gestion a rejeté.

Ce sujet continue d'être remonté au Groupe, mais seule la France formule une demande en ce sens..

Ida DUFROMONT déplore la situation : les salariés ne peuvent pas être pénalisés en France parce que l'Entreprise fait partie d'un Groupe.

Goodays, pourriez-vous revoir les questions ? Ne serait-il pas préférable et plus juste que les questions se rapportent uniquement sur la qualité de l'accueil, le service, l'expertise et la propreté ? En fait, ce qui incombe réellement à l'équipe du magasin. Tout ce qui concerne l'entreprise, les stocks, la politique commerciale, le merchandising, etc.... peuvent être mentionnés, mais sans rentrer dans la notation du magasin.

Elodie BOTTEIN indique que les questions ont été établies avec le prestataire Goodays pour se comparer aux standards du marché. À date, les résultats sont bons, voire meilleurs que ceux des concurrents du marché. Lors des analyses internes, tous les items sont étudiés et examinés individuellement afin de comprendre les irritants clients et de mettre en place les actions correctives.

Hélène WEEXSTEEN note que les salariés peuvent avoir le sentiment d'être jugés via Goodays. Toutefois, les résultats servent à l'Entreprise comme grille de lecture sur l'état du parc, et non pour noter les magasins en tant que tels. Cela permet de se comparer aux standards du marché, mais peut aussi permettre aux magasins de prendre des orientations pour améliorer leur situation.

Véronique MOREAU souligne que les salariés sont très stressés de recevoir des mauvaises notes. Généralement, quand un mauvais commentaire est publié, la responsable le communique à l'équipe.

Hélène WECXSTEEN demande si les équipes savent ce qui ressort en rouge.

Les élus le confirment.

Stéphanie FERANDELLE rapporte que sa responsable ne communique plus les commentaires, pour ne pas stresser les équipes inutilement.

Hélène WECXSTEEN confirme qu'il faut savoir filtrer les commentaires. Par exemple, les salariés ne doivent pas culpabiliser de recevoir un mauvais score en raison d'un manque de stock, car ils n'en sont pas responsables.

Sabrina MONCHEAUX souligne que le service client est toujours bienveillant. Il peut parfois consentir à des gestes commerciaux excessifs.

Hélène WECXSTEEN explique qu'il s'agit de désescalader, en faisant des exceptions ou procédant à des gestes commerciaux, mais un suivi existe pour éviter les abus.

Véronique MOREAU estime qu'il faut réduire la pression mise aux équipes en cas de mauvais scores sur Goodays.

Hélène WECXSTEEN en convient. S'il existe une problématique à l'échelle de l'enseigne, l'item doit ressortir rouge dans tous les magasins. En outre, cet outil, ne doit pas être vu comme un moyen de pression, mais un outil pour s'améliorer, via des échanges avec les clients, notamment.

Les points remontés concernant Goodays seront pris en compte. Le sujet est de voir comment les DR gèrent les résultats des enquêtes, ce dispositif devant constituer un moyen de s'améliorer et non un outil de pression. Il serait possible de prévoir d'inscrire un point sur Goodays à l'ordre du jour lors d'une prochaine réunion.

Concernant Google, on nous a expliqué en convention que la note pouvait avoir une incidence sur le trafic en magasin, pourrions-nous avoir un QR code par magasin pour inciter nos visiteurs à émettre un avis ?

Elodie BOTTEIN explique que l'Entreprise recueille de moins en moins d'avis. Dès lors, afin de maximiser les chances de l'Entreprise d'analyser la voix du client et de mener des actions correctives, il faut en priorité inciter les clients à répondre via Goodays. Dès qu'un client laisse un NPS positif, il lui est proposé de laisser un avis positif sur Google.

Certaines esthéticiennes demandent s'il est possible de cacher leur nom sur leur diplôme en cabine. En effet, elles se sentent gênées quand les clients leur font la remarque et les cherchent sur les réseaux sociaux.

Hélène WECXSTEEN indique que les salariées affichent leur diplôme pour montrer qu'elles sont des professionnelles formées, sans pour autant que cela ne soit obligatoire légalement.

Stéphanie FERANDELLE souligne que le Book ambiance déco prévoit un emplacement pour les diplômes.

Ingrid PELTIER rapporte avoir masqué sa date et son lieu de naissance.

Stéphanie FERANDELLE rapporte que des clients sont déjà apparus dans ses suggestions d'amis sur les réseaux, ce qui laisse penser que des clientes ont pu la rechercher.

Hélène WECXSTEEN indique que les salariés peuvent cacher leur nom et date de naissance sur le diplôme.

Véronique MOREAU indique qu'il serait envisageable de créer un panneau indiquant bien que l'esthéticienne est formée. Ainsi, chaque salarié aurait un panneau reprenant son prénom et ses diplômes.

Hélène WECXSTEEN remarque que de telles affiches n'auraient pas le même caractère officiel que des diplômes formels.

Ingrid PELTIER demande où en est la question sur la création d'une affiche pour inciter les clientes à ne pas faire de bruit dans les salles d'attente de l'Institut.

Elodie BOTTEIN l'invite à reposer la question pour la réunion de mai.

Où en est-on des bons -20% Clarins après un soin qui ne fonctionnent toujours pas ?

Hélène WECXSTEEN explique que l'équipe paramétrage travaille au sujet. Une relance a été faite.

Stéphanie FERANDELLE précise que le code du coupon ne passe pas, si bien qu'il faut forcer la réduction.

Si une cliente institut demande à se faire masser avec sa propre crème pour des raisons d'allergie ou qu'elle veut qu'on lui applique de l'arnica, peut-on le faire ?

Ingrid PELTIER remarque qu'il n'est pas envisageable de masser une cliente avec ses propres produits, à fortiori avec de l'arnica, car ce produit est généralement utilisé sur une zone ayant subi un traumatisme.

Hélène WECXSTEEN le confirme. Il convient de respecter les protocoles de soin de l'Entreprise. Si la cliente a besoin d'un massage après un coup, elle doit faire appel à un professionnel de santé : les soins Nocibé restent des soins bien-être, sans visée médicale.

Quand on fait des commandes client sur les tickets de caisse les remises ne s'affichent pas n'y le produit et les clients reviennent pensant qu'ils n'ont pas eu leur offre, serait-il possible de l'ajouter ?

Sophie ESNAULT indique que deux tickets s'impriment, à savoir le ticket de caisse et le ticket de la commande choix+.

Sabrina MONCHEAUX remarque que le magasin doit conserver le ticket avec le code-barres. Cela permet de conserver une trace de la commande. En revanche, le ticket remis au client n'affiche pas la remise.

Hélène WECXSTEEN rapporte que la question a été posée à la DSI. Il sera possible de reclarifier la procédure sur la conservation des tickets.

Lors des commandes en click and collect, les salariés en magasin n'ont pas accès à l'information indiquant si le client a demandé un paquet cadeau. Cette absence d'information entraîne régulièrement des incompréhensions et de l'insatisfaction client, certains clients se plaignant de ne pas recevoir un service pourtant demandé lors de leur commande. Ce problème a déjà été remonté à plusieurs reprises sans solution à ce jour. La direction a-t-elle étudié ce dysfonctionnement ? Une évolution des outils est-elle prévue afin de rendre visible cette information aux équipes en magasin ? Si oui, dans quels délais ?

Elodie BOTTEIN indique que cet irritant est relevé et pris en compte. Des développements techniques sont nécessaires, pour y remédier. Cette évolution est donc inscrite pour l'exercice fiscal 2027 et sera réalisée ou non en fonction du budget.

Sabrina MONCHEAUX estime que la question de l'emballage cadeau ne devrait pas être posée au moment de la commande, car elle favorise le risque d'emballer le mauvais produit ou la fraude. Il serait plus judicieux de poser directement la question en magasin lors de la remise du produit.

L'accord QVCT (Qualité de Vie et Conditions de Travail) a été signé le 24 mars dernier. Les directeurs régionaux ont-ils été informés de l'ensemble des mesures prévues dans cet accord ? Ces informations ont-elles été relayées aux directeurs de magasins afin d'en garantir la bonne application sur le terrain ?

Hélène WEEXSTEEN indique que l'accord a été signé le même jour que la réunion DR. Le sujet a été abordé lors de la réunion de CODIR de la semaine en cours, et il est prévu d'en reparler lors du comité management du 22 avril.

Elodie BOTTEIN ajoute qu'il est prévu de présenter l'accord lors de la réunion DR de juin, sachant que les RRH connaissent déjà les modalités de l'accord. Une note pourrait également être adressée aux salariés en magasins.

Hélène WEEXSTEEN confirme qu'il serait possible de faire un point à ce sujet dans la NociNews, sans pour autant présenter l'accord dans le détail.

Ida DUFROMONT demande pour combien de temps l'accord est conclu.

Elodie BOTTEIN répond que l'accord est valable trois ans pour les années civiles 2026, 2027 et 2028 entières.

Les élues font savoir que la NociNews n'est transmise qu'aux RM, sur leurs boîtes mail.

Nous constatons une disparité importante entre le siège et les magasins concernant les moments de convivialité et les moyens associés. Au siège, des initiatives régulières sont mises en place (petits-déjeuners, collations, événements internes, accompagnement lors des lancements ou temps forts, repas de service), contribuant à la qualité de vie au travail. En magasin, à l'inverse, les équipes ne disposent d'aucun budget dédié pour ces moments, y compris lors des réunions, où les salariés doivent contribuer personnellement s'ils souhaitent partager un moment convivial.

La direction a-t-elle identifié cet écart de traitement entre le siège et les magasins ? Des mesures sont-elles envisagées afin de garantir davantage d'équité et d'intégrer les équipes magasin dans ces démarches de qualité de vie au travail ?

Véronique MOREAU se réjouit que de telles actions existent au Siège, mais souligne que ces pratiques sont absentes dans les magasins. Par le passé, une demande de déblocage de budget avait été formulée pour organiser des moments de convivialité durant les réunions, car il est généralement demandé aux salariés d'apporter de la nourriture à cette occasion. Un budget d'environ deux euros par salarié serait bienvenu.

Hélène WEEXSTEEN répond que cet échange a déjà eu lieu. Au Siège, ces moments conviviaux ne se tiennent pas à chaque réunion, mais une à deux fois par an, lorsque toute une direction se réunit. Ces rassemblements sont l'occasion de partager un moment de convivialité et une collation.

Véronique MOREAU demande à quelles occasions l'Entreprise offre des moments de convivialité aux équipes des magasins.

Hélène WEEXSTEEN répond que l'Entreprise organise ce type de moments pour permettre aux salariés d'un même service de se rencontrer et d'échanger. L'objectif principal de ces réunions est précisément le partage d'un moment de convivialité.

Dans le cadre des réunions de travail en magasin, il n'est pas souhaitable de demander aux salariés d'apporter de la nourriture. Ces réunions n'ont pas pour vocation de rencontrer les collègues, qui se voient au quotidien mais bien de se réunir dans le cadre d'une réunion d'informations et de travail, tandis qu'au Siège, ces moments de convivialité sont l'occasion de se rencontrer entre collègues ; cela est d'autant plus vrai depuis le télétravail qui espace les moments où l'équipe est complète au bureau.

Sabrina MONCHEAUX fait remarquer que les salariés du Siège disposent d'une fontaine à eau et de café.

Hélène WEEXSTEEN constate que les magasins disposent de points d'eau. L'installation de fontaines engendrerait des coûts de maintenance élevés, au détriment d'autres investissements. Les situations du Siège et des magasins ne sont donc pas comparables : si des fontaines n'étaient pas présentes dans les étages, les salariés devraient descendre à d'autres étages pour boire, ce qui serait une perte de temps.

Véronique MOREAU demande comment la convivialité peut être créée dans les magasins.

Hélène WEEXSTEEN explique que la convivialité doit être travaillée au niveau local et que ce sujet relève de la responsabilité des managers.

Véronique MOREAU déplore une disparité de moyens, soulignant que les magasins ne disposent pas des ressources financières pour organiser de tels moments.

Hélène WEEXSTEEN en déduit que la question sous-entend que l'Entreprise devrait financer ces moments de convivialité.

Véronique MOREAU indique que certains salariés se sentent contraints d'acheter de la nourriture pour les réunions de travail.

Patricia BETTEWILLER estime qu'il faudrait demander aux DR de mettre un terme à cette pratique : le fait d'apporter à manger en réunion ne doit pas être une obligation.

Sabrina MONCHEAUX déplore que les groupes WhatsApp soient utilisés comme un canal de communication officiel. Ne pas faire partie de ces groupes empêche d'accéder aux informations. De plus, il n'est pas acceptable de recevoir des messages professionnels le dimanche.

Élodie BOTTEIN indique que la note sur le droit à la déconnexion encadre ce point. Un engagement a été pris pour communiquer de nouveau à ce sujet.

Hélène WEEXSTEEN réaffirme que les groupes WhatsApp ne doivent pas être un canal de communication officiel. De plus, une communication sera diffusée pour rappeler qu'il n'existe aucune obligation d'apporter de la nourriture lors des réunions de travail en magasins.

Les élus ont déjà interpellé à plusieurs reprises la direction concernant les conditions de manutention en magasin, notamment lors des livraisons. Les équipements actuellement utilisés (notamment les chariots type « Nestor ») ne permettent pas toujours de travailler dans des conditions ergonomiques satisfaisantes et génèrent des contraintes physiques importantes, en particulier au niveau du dos. La mise en place de

chariots à fond constant avait été évoquée comme une solution permettant d'améliorer significativement les conditions de travail des équipes. La direction s'est-elle saisie de ce sujet ? Une étude a-t-elle été réalisée (notamment en termes de coût et de faisabilité) concernant l'équipement des magasins en chariots à fond constant ? Des actions concrètes sont-elles envisagées pour réduire ces contraintes physiques ?

Hélène WEEXSTEEN remarque que ce sujet n'a pas été débattu régulièrement en séance. Par ailleurs, lorsque le chariot Nestor a été présenté en réunion, il avait reçu un accueil très favorable de la part des élus et les remontées négatives concernant cet équipement sont peu nombreuses.

Véronique MOREAU remarque que de nombreux salariés souffrent de problèmes de dos ou sont soumis à des restrictions de port de charge. Le déploiement de chariots à fond constant permettrait donc de réduire les risques de TMS en magasins.

Hélène WEEXSTEEN prend note du point pour qu'il soit discuté en CSSCT.

Véronique MOREAU ajoute que les bacs sont parfois très lourds.

Hélène WEEXSTEEN rapporte que les équipes de Geodis affirment respecter le poids maximal des colis. Le poids est d'ailleurs indiqué sur les bacs.

Les équipes en magasin rencontrent régulièrement des difficultés en caisse concernant l'application des remises clients. Actuellement, même lorsqu'un client est identifié via sa carte de fidélité, les remises qui lui sont spécifiquement accordées ne sont pas clairement visibles en caisse. Les conseillers doivent alors naviguer parmi de nombreuses remises génériques, ce qui peut entraîner des erreurs, des pertes de temps et de l'insatisfaction client. Ce problème a déjà été remonté à plusieurs reprises sans solution à ce jour. Cette situation est d'autant plus problématique lorsque les clients ne disposent pas immédiatement de leurs offres (mail, téléphone, etc.). La direction a-t-elle étudié la possibilité d'afficher directement en caisse les remises associées au profil client une fois celui-ci identifié ? Une évolution des outils est-elle envisagée afin de faciliter le travail des équipes et d'améliorer l'expérience client ?

Hélène WEEXSTEEN donne lecture de la réponse de Valérie NOISETTE, qui indique que « les offres sont visibles sur la tablette ». Il est constaté que les mêmes questions reçoivent systématiquement des réponses similaires.

Sabrina MONCHEAUX déplore que les offres ne soient pas visibles directement sur la caisse.

Où en est la demande de testeur Chanel pour les collaborateurs du siège qui n'ont malheureusement pas pu les avoir en décembre, faute de stock disponible ?

Hélène WEEXSTEEN indique que des produits de remplacement ont été proposés aux salariés qui ne pouvaient pas recevoir de testeurs Chanel. Les salariés concernés ont donc reçu un testeur de substitution, en acceptant de ne pas recevoir un produit Chanel.

La séance est levée à 15 heures.

La Secrétaire du CSE

Véronique MOREAU



La Présidente du CSE

Hélène WECXSTEEN



Document rédigé par la société Ubiquis
Tél. 01.44.14.15.16 – <http://www.ubiquis.fr> – infofrance@ubiquis.com