

PROCÈS-VERBAL DE LA REUNION ORDINAIRE DU 15 JUIN 2023 DU COMITE SOCIAL ÉCONOMIQUE DE DARTY GRAND OUEST

La réunion se déroule au Centre de Services 8, rue de Bretagne 44240 La Chapelle Sur Erdre.
Début de séance : 8h30.

Présents

Pour la direction :

- Mme. FELDMAN Stéphanie, Directrice des Ressources Humaines ;
- Mme. JUILLIEN Léa, Responsable des Ressources Humaines Exploitation.
- Mme. BACH Karine, Responsable des Ressources Humaines Opération ;
- Mme. GUILLAUME Lucie, Responsable Ressources Humaines Opération ;

Invités.

- M. KOENIG Régis, Directeur, Réparation et Durabilité
- Mme DAMOUR Karine, Directrice Exploitation Darty Limited
- M. PATINEC Hubert, Directeur Fonction Vente Bretagne-Pays de Loire
- Mme MAURICE Ingrid, Chargée de formation.

Pour les membres titulaires EOT :

- CFDT :**
- M. MARANDEAU Vincent
 - Mme. DA ROCHA PEREIRA Isabelle
 - M. ROSIEK Gérald
 - Mme. ROCHE Virginie
 - M. GRUDET Loïc
- SL :**
- M. DIOLOGEANT Marc
 - M. HEREDIA Noël
 - Mme. N'GOLET Nathalie
- CFTC :**
- M. PHILIPOT Jean-Michel
 - Mme. LELUBEZ Sabrina
- CAT :**
- M. BEAUBOIS Iannis
 - Mme PASTERNAK Sylvie
- CGT :**
- M. BRIULET Pascal
 - Mme. MAZELLA Valérie

Pour les membres titulaires Cadres :

- CFDT :** - M. MERRIEN Guillaume
CFE-CGC : - M. HARRE Laurent

Pour les membres suppléants EOT

- CFDT :** - M. LECARFF PASCAL
SL: - M. BARAN Gianni
CFTC : - M BILEK Grégori
CFTC : - M. TALLE Sébastien

Représentants Syndicaux :

- CFDT :** - M. EL AMARTI KARIM
SL : - MME. ROUSSELIERE Claire
CFTC : - M. COMMON TEKIN Muhammed
CAT : - M. VILLA Francis
CGT : - M. BALUTEAU Franck

CFE-CGC : - M. MARTIN Christophe

Absents

CFDT : - M. BOUGUEREAU Jean-Marc

Les personnes votantes sont 17 élus titulaires, ainsi que les 3 membres suppléants présents, soit 20 Votants.

Ordre du jour

- 1 Information et consultation du Comité Social et Économique de l'UES DARTY GRAND OUEST sur la situation économique et financière (document joint).5
- 2 Information et Consultation du CSE Darty Grand Ouest sur le calendrier prévisionnel des jours fériés 2023 et 2024 de la PF d'Orléans. 5
- 3 Information en vue d'une Consultation du CSE Darty Grand Ouest sur la politique sociale de l'entreprise, les conditions de travail et l'emploi (documents joints).5
- 4 Information en vue d'une consultation concernant le bilan du plan de développement des compétences de 2022 et sur le projet du plan de développement des compétences de 2023 (documents joints). 11
- 5 Désignation des représentants de proximité. 13
- 6 Point paie : 13
 - Demande d'information sur le paiement des congés d'ancienneté en jours ouvrés....
- 7 Points opérations : 15
 - a) Roadmap de la Direction "réparation et durabilité" et son organisation (intervention Régis KOENIG) 15
 - b) Suite à la visite du site de TOURS Val de Loire en mai dernier, demande d'une étude sur la qualité de l'air sur ce site. 19
 - c) Point à date de l'application Océan en LDK (document joint). 19
- 8 Points exploitation. 20
 - a) Information et consultation du Comité Social et Économique de l'UES DARTY GRAND OUEST sur la modification des horaires des magasins d'Angoulême, de Brive et de Périgueux (document joint). 20
 - b) Au magasin, est-on obligé d'utiliser la tablette quand on est vendeur ou pour la délivrance des produits au Pôle Service ? 22
 - c) Demande d'un comparatif Advise DGO /DGE sur le mois de janvier et février avec les détails suivants : 22
 - Nombre d'heures de connexions par site et par mois. 22
 - Nombre de salariés connectés par site et par mois. 22
 - Nombre de transformation (vente) par site et par mois 22
 - NPS par site et par mois et quel est le moyen de le connaître pour les collaborateurs 22
 - Nombre de conversations par site et par mois. 22
 - Rémunérations par site par mois 22
 - d) Demande de présentation de la stratégie commerciale en lien avec les orientations stratégiques et les résultats économiques de 2022 et les conséquences sur l'exploitation
Réflexion sur les stocks (disponibilité entrepôt et magasins, gestion des offres actives, réduction des gammes, ouverture vers de nouveaux marchés (vente de literie) ...). 22
 - e) Les missions et la rémunération vendeur : 26
 - Quelle est la stratégie autour de la rémunération des vendeurs au regard de la baisse régulière des primes articles, des primes accessoires, de l'omnicanalité souhaité par le groupe ? 26
 - Conséquence de l'application d'une stratégie France sur les petits sites de province (difficulté de construire une rémunération au-delà du minimum conventionnel pour certains sites) 33
 - f) Présentation de la stratégie de déploiement sur la France avec l'expansion de la franchise (cannibalisation des intégrés, conséquence sur le commerce, ouverture de franchisé de + en + proche des intégrés). EVERYDAY précise que 100% des magasins

doivent être rentable en 2025, cela induit-il un basculement à la franchise pour certains intégrés ?.....	34
g) Réflexion sur la rentabilité des magasins :	38
• Augmentation des frais sièges.	38
• Augmentation du cout de l'énergie.	38
• Conséquence des investissements groupe sur la rentabilité.	38
• Vieillessement de nos magasins (peu de revamping, sujet de modernisation de nos magasins, des outils informatiques hors d'âge, les réseaux très fatigués, étiquettes électroniques ?).	38
• Sujet de mutualisation des outils informatiques entre FNAC et DARTY ?.....	39
h) Réflexion sur la gestion des températures imposées en magasin	39
• Un réglage de climatisation est imposé en magasin avec des conséquences sur les températures ressenties (réglée à 26° en été et 19° en hiver).	
• Pour l'été, les salariés ont déjà très chaud en magasin et les clients se plaignent de la chaleur. Cela a des conséquences sur le commerce, attendons-nous un malaise ou pire pour avoir une température acceptable dans nos magasins ? Situation différente chez nos concurrents.	
• Pour l'hiver, les salariés ont eu froid, sans vêtement chaud, il faut prévoir dès maintenant les équipements nécessaires aux équipes.	
i) Métier du back-office :	42
• Ces métiers sont en évolution permanente, vente de produits, vente de services, vente de pièces détachées. Le CPS devient de plus en plus important dans la stratégie commerciale du groupe, il n'est plus seulement magasinier et secrétaire, il devient vendeur produit et services et technicien. Comment envisagez-vous l'avenir de ce métier ?	42
j) Question sur les projets (les POC) en cours.	46
• Le click & collect vendeur complexifie les démarches de retrait produit pour les clients sans réelle valeur ajoutée pour le groupe, nous pourrions tester une organisation différente en renvoyant la charge de cette tâche au CPS en valorisant la vente d'accessoires et de services sur ces ventes (ex : payer les accessoires à 10% du CA réalisé).	46
• Visio vendeur : Il est nécessaire de revoir les outils et le système de rémunération. Trop peu de valorisation de cette mission et les salariés utilisent leur téléphone personnel pour réaliser cette tâche.....	47
9 Points divers.	47
• Pilot QVT DGO	47
10 Discussion sur les activités culturelles et sociales.	52

1 Information et consultation du Comité Social et Économique de l'UES DARTY GRAND OUEST sur la situation économique et financière.

Mme JUILLIEN : Je remercie Monsieur MARANDEAU pour la rédaction du compte-rendu de la Commission Économique (annexe 1).

Le résultat du vote est le suivant : 1 abstention, 18 favorables.

Les élus émettent donc un vote favorable à la présentation de la situation économique et financière de l'UES DARTY GRAND OUEST.

2 Information et Consultation du CSE Darty Grand Ouest sur le calendrier prévisionnel des jours fériés 2023 et 2024 de la PF d'Orléans.

Madame BACH présente le diaporama (annexe 2).

Le résultat du vote est le suivant : 1 défavorable, 9 abstentions, 9 favorables.

Les élus émettent donc un vote défavorable sur le calendrier prévisionnel des jours fériés 2023 et 2024 de la plateforme d'Orléans.

3 Information en vue d'une Consultation du CSE Darty Grand Ouest sur la politique sociale de l'entreprise, les conditions de travail et l'emploi.

M. HEREDIA : Pour les membres du CSE élus au mois de novembre 2022, je voulais rappeler qu'il existe trois grandes consultations récurrentes obligatoires au sein d'un CSE : les orientations stratégiques, la politique sociale et la situation économique.

La politique sociale concerne de nombreux sujets qui nécessitent la mise à disposition d'un certain nombre de documents : le plan de développement des compétences, le rapport sur l'égalité professionnelle, le bilan social et le rapport sur le handicap.

Mais je vous signale qu'il manque les informations relatives aux heures supplémentaires. Le bilan sur le temps partiel est incomplet. La direction ne nous a pas fourni le rapport annuel sur la situation générale sur la santé, la sécurité, les conditions de travail ainsi que le manuel de prévention. C'est la loi.

Mme JUILLIEN : Le PAPRIACT sera diffusé à la suite du projet de refonte de toutes les DUERP.

M. HEREDIA : Je n'ai pas évoqué les DUERP ou le PARPRIACT, mais les documents relatifs à la politique sociale de l'entreprise.

Tous les documents que j'ai précédemment cités sont rassemblés dans la Base de Données Économiques, Sociales et Environnementales (BDESE) qui doivent être mise à disposition du CSE et que nous n'avons pas.

Mme JUILLIEN : Je ne suis pas d'accord avec vous, la BDESE n'est pas organisée comme vous le souhaitez Monsieur HEREDIA, mais pour avoir étudié le sujet, je peux vous assurer que nous avons une BDESE qui reprend tous les items prévus.

M. HEREDIA : Ce que vous évoquez, Madame JUILLIEN, comme étant la BDESE ne correspond pas aux exigences légales pour les entreprises de plus de 350 salariés, spécifiées dans l'article L2312-36 pour les thématiques et L2312-9 pour tout son contenu. En effet, pour compléter cette BDESE, il est nécessaire de prélever des informations dans le bilan social, dans le bilan sur l'égalité professionnelle, dans le plan de développement des compétences, etc.

Mme JUILLIEN : Tous les ans, Monsieur HEREDIA, je vous invite à remonter votre demande au niveau du groupe. Je vous rappelle que comme vous me l'avez demandé, je transfère tous les mois, les procès-verbaux et les documents y afférents.

M. HEREDIA : Je n'évoque pas la BDES de FNAC-DARTY, car les BDESE sont organisées par entreprise donc en l'occurrence au niveau de DGO.

Mme JUILLIEN : Je ne suis pas d'accord avec vous.

M. HEREDIA : Je vous rappelle que nous n'avons pas d'accord BDESE.

Mme JUILLIEN : Je vous rappelle que je n'ai pas la main sur la structuration de la BDESE, cet outil a été paramétré pour le Groupe.

M. HEREDIA : Cette problématique n'est pas de notre ressort, mais vous devez respecter la loi. Lors de la réunion préparatoire, vous avez évoqué avec la Secrétaire du CSE, l'éventualité de reporter la consultation sur la politique sociale, mais je souhaitais vous signaler que le délai de consultation débute dès lors que la BDESE est conforme.

Mme JUILLIEN : Si vous le souhaitez, je vais intégrer les documents dans la BDESE.

M. HEREDIA : Vous allez mettre le bilan social sur la BDESE, mais elle ne sera toujours pas complète.

Mme JUILLIEN : Pour avoir étudié de manière précise l'intégralité des informations de la BDESE, Monsieur HEREDIA, effectivement, il manque certaines informations qui ont une importance relativement minime par rapport à l'ensemble des documents fournis.

Selon moi, il serait plus intéressant d'échanger sur des sujets de fond, de faire des analyses de données, etc. plutôt que de se focaliser sur des sujets de formes.

M. HEREDIA : Effectivement, il manque des informations comme les quatre tableaux des coefficients hiérarchiques qui devraient apparaître dans le rapport sur l'égalité professionnelle. Lors de la consultation en 2022, ces tableaux étaient déjà manquants, nous vous les avons demandés et vous nous les avez fournis. La BDESE n'est pas complète, c'est un sujet très important, par conséquent, vous ne respectez pas la loi. Nous n'avons pas l'intention d'intenter une action juridique, mais vous devez admettre que vous n'êtes pas en règle. Nous allons aborder les sujets de fonds.

- 1.1 Effectifs (page 4 du Bilan Social).

M. HEREDIA : L'effectif des CDD reste stable depuis deux ans, mais en 2016, les CDD étaient au nombre de 476.

Mme JUILLIEN : Il faut aussi comparer l'effectif de CDD par rapport à celui des CDI, quel était l'effectif en CDI en 2016 ? La proportion reste peut-être stable.

Mme ROUSSELIÈRE : Régulièrement, les comparaisons, notamment d'ordre économique, sont faites par rapport à l'année 2019, à ce titre, il me semblerait intéressant que cette comparaison soit faite aussi dans le bilan social.

Mme JUILLIEN : Je peux vous envoyer le bilan social de 2021 qui reprend les données de 2019.

M. HEREDIA : Lors de la présentation du bilan social de 2022, le DRH en poste, Monsieur DE LAPLAGNOLLE avait signalé que le nombre de CDD était trop important. En effet, normalement, l'embauche de CDD répond à un besoin ponctuel de suractivité et à ce titre, il avait été annoncé la mise en place d'un système de contrôle. Étant donné que le nombre de CDD est constant par rapport à 2022, la problématique reste la même en 2023.

Mme JUILLIEN : Le contexte économique a évolué et il n'est pas favorable. Les CDD sont une solution d'ajustement en termes d'effectif et de productivité. Effectivement, le souhait de diminuer le nombre de CDD était partagé par la Direction des Ressources Humaines, car nous sommes conscients des effets négatifs d'un nombre important de CDD, notamment sur le recrutement, la marque employeur, etc. Malheureusement, au regard de l'activité actuelle, nous sommes dans l'obligation de conserver notre productivité et les CDD sont un moyen efficace d'y arriver.

J'aurais souhaité que le recours aux CDD diminue en 2023 et nous sensibilisons régulièrement les managers sur ce sujet, mais c'est un moyen efficace de tenir sa productivité et de faire face à la variation d'activité.

M. HEREDIA : Dans le tableau relatif à la répartition par âge de l'effectif total au 31 décembre 2023, nous pouvons constater que les salariés de 56 ans et plus augmentent sensiblement. Cette évolution traduit certainement le vieillissement des effectifs de l'entreprise. À l'inverse, les salariés de 18 à 25 ans ont diminué et cette baisse est la plus importante de toutes les tranches d'âge. Je suis étonné de cette diminution au regard du nombre d'embauches des jeunes salariés.

Mme JUILLIEN : Effectivement, j'ai aussi été surprise de cette diminution. Pourtant, régulièrement, en CSE, vous nous faites remarquer qu'il n'y a que de jeunes salariés dans les magasins. Il y a parfois un écart entre le ressenti et la situation réelle.

M. HEREDIA : Ce sont juste des constats et je souhaitais vous en faire part, peut-être n'avez-vous pas la réponse.

Mme JUILLIEN : Non, je n'ai pas d'explication et il n'y a pas de volonté particulière de recruter moins de jeunes salariés.

M. HEREDIA : En 2022, il y avait 1 064 vendeurs contre 1 180 en 2016.

Mme JUILLIEN : Je vous signale que les données concernent les effectifs au 31 décembre 2022 qui est une période de forte activité.

M. HEREDIA : Factuellement, l'effectif des vendeurs est le plus bas depuis 2016.

- 1.3 Embauches (page 5 du Bilan Social).

M. HEREDIA : Les embauches en CDI et en CDD ont uniquement augmenté sur la population des cadres. Avez-vous une explication à nous fournir sur cette évolution ?

Mme JUILLIEN : Notre objectif était d'embaucher des cadres dans les magasins. Étant donné que nous avons recruté de nombreux techniciens, il était nécessaire d'embaucher davantage de cadres.

M. HARRE : J'ai peut-être posé cette question l'année précédente, mais je suis choqué que les travailleurs extérieurs ne soient pas mentionnés dans le bilan social.

Mme JUILLIEN : Votre demande est effectivement récurrente, mais nous ne pouvons pas vous fournir une réponse exhaustive. Je souhaitais vous apporter une réponse et j'ai consulté Emmanuel RAYMOND qui m'a indiqué qu'une dizaine de travailleurs extérieurs intervient dans chaque magasin (ménage, maintenance, etc.). Nous avons un contrat-cadre avec les entreprises qui interviennent, mais nous ne pouvons pas connaître le nombre exact d'intervenants.

Mme DAMOUR : Nous avons l'effectif précis des sous-traitants par plateforme.

M. BRIULET : Précédemment, nous avons ces chiffres sur la sous-traitance dans le secteur de la livraison et sa part dans l'effectif de la LDK, car la loi obligeait cette communication.

- 1.4 Départs (page 6 du Bilan Social).

M. HEREDIA : Le nombre de démissions, de licenciements pour autres causes et de départs en cours de période d'essai n'a jamais été aussi fort depuis les quatre dernières années.

Mme JUILLIEN : Selon moi, en 2020 et 2021, les salariés étaient beaucoup plus frileux à démissionner qu'en 2022.

M. HEREDIA : En 2021, il y avait 360 démissions contre 306 en 2019.

Mme JUILLIEN : Je pense que nous avons tous constaté cette situation particulière après le COVID où de nombreux salariés ont quitté leurs emplois pour se reconverter. Le confinement a eu un impact important sur le rapport des salariés avec leur travail. Vous avez constaté que de nombreux collaborateurs ne souhaitent plus travailler le samedi ou finir tard le soir, c'est d'ailleurs pour ces raisons que l'entreprise opère une réelle remise en question sur la QVT et sur l'organisation du travail.

Factuellement, le nombre de départs a effectivement augmenté. En revanche, sur 2023, le turn-over a énormément chuté par rapport à 2022 pour revenir à des taux plus satisfaisants et plus rassurants.

M. DIOLOGEANT : Avez-vous mis en place le questionnaire à destination des collaborateurs qui quittent l'entreprise ?

Mme JUILLIEN : Effectivement, les directeurs de magasins doivent remettre ce questionnaire aux salariés qui quittent leur magasin, mais il y a très peu de réponses et les raisons des démissions sont aussi variées que le nombre de réponses, donc il est très difficile d'en extraire une analyse.

M. HEREDIA : Les départs en cours de période d'essai n'ont jamais été aussi élevés depuis les quatre dernières années. Peut-être que les changements de comportement observés après le COVID et les confinements peuvent expliquer cette tendance.

Mme DAMOUR : Je suis surprise des questions, car j'ai vécu l'année 2022 comme une année exceptionnelle sur les items du turn-over, du recrutement, des démissions, des arrêts de travail, etc. La situation est effectivement catastrophique au sein du secteur de la distribution donc pas uniquement chez DARTY. Le service RH a été très créatif afin de trouver des solutions novatrices en matière de recrutement. Effectivement, sur l'année 2023, le turn-over a fortement diminué, mais je vous rappelle que nous avons mis en place des solutions pour conserver nos effectifs.

Mme JUILLIEN : Nous avons subi cette situation, tout comme les pouvoirs publics.

- 1.7 Travailleurs handicapés (page 7 du Bilan Social).

M. HEREDIA : Nous avons été étonnés des données sur les travailleurs handicapés.

Mme JUILLIEN : Il y a une erreur dans les données. Madame GUILLAUME m'a indiqué que le nombre de travailleurs handicapés est de 102, avant les mesures mises en place dans le cadre de la reconnaissance des travailleurs handicapés.

M. HEREDIA : Nous avons, effectivement, été informés très régulièrement des différentes mesures mises en place et nous en sommes satisfaits, mais nous étions surpris par ce chiffre.

M. MARANDEAU : Lors d'un précédent CSE, nous avons évoqué l'inclusion des personnes en situation de handicap mental de type trisomie dans les magasins pour réaliser des tâches simples et répétitives. De nombreuses entreprises ont fait ce choix et je réitère ma demande de réflexion de la part du Groupe sur ce sujet, car les intérêts sont autant moraux qu'éthiques.

Mme DAMOUR : Dans les magasins FNAC, cette inclusion des personnes atteintes de trisomie est plus simple, car les tâches sont spécifiques, alors qu'au sein des magasins DARTY, les tâches sont polyvalentes, complexes et parfois dangereuses.

Un test d'inclusion sur des magasins parisiens DARTY spécifiques va être organisé, car les effectifs étant importants, les tâches sont plus spécifiques et il est plus facile pour ces personnes atteintes de handicap trisomique de les réaliser.

Votre intention est louable, mais la mise en place de l'inclusion est relativement compliquée, je peux vous assurer que nous sommes aussi attentifs à ce sujet.

M. MARANDEAU : Je comprends que les process d'inclusion soient complexes, mais je pense que le Groupe FNAC-DARTY est capable de les mener.

Je souhaiterais prendre l'exemple de la mise sous alarme des produits et de la mise en rayon, je pense que ces tâches pourraient être réalisées par les personnes atteintes de handicap trisomique. Elles les effectueraient correctement avec une réelle implication.

Il serait intéressant que vous nous fassiez part des résultats des tests entrepris sur les magasins parisiens.

Mme LELUBEZ : Lors de la Commission sur le handicap, nous avons évoqué avec Madame GUILLAUME le recours à des ÉSAT.

Mme DAMOUR : Effectivement, c'est une bonne idée d'avoir recours à des ESAT. Ce principe est déjà mis en place au sein du Groupe.

Mme LELUBEZ : Le recours aux ESAT n'est pas pratiqué au sein de DGO. Mais il serait intéressant que nous sensibilisions les directeurs sur ce sujet et Madame GUILLAUME s'est engagée sur ce point.

Mme DAMOUR : Je ne peux que vous encourager à trouver d'autres bonnes idées sur l'inclusion des personnes atteintes de handicaps, car ce sujet n'avance pas assez rapidement selon moi au sein du Groupe.

Mme N'GOLET : Sur DIF et DGE, il y a un accord et donc un budget est alloué pour la mise en place de solutions d'inclusion des personnes porteuses de handicaps. Si à DGO, nous avons également un accord, nous pourrions entreprendre davantage d'actions et ainsi progresser plus rapidement sur ce sujet de l'inclusion.

Mme DAMOUR : Pour trouver des prestataires dans le domaine du handicap, il n'est pas nécessaire d'avoir un budget et un accord.

Mme JUILLIEN : Madame N'GOLET, le principe de l'accord et du budget n'est pas forcément la meilleure solution, car dès lors qu'il y a un aménagement de poste pour l'accueil d'une personne porteuse de handicaps, il n'est pas possible de demander un financement par l'AGEFIPH.

Mme DAMOUR : Je vous invite à trouver une bonne idée et nous la testerons.

Mme N'GOLET : Je vous rappelle qu'il y avait un projet de formation au langage des signes afin de favoriser l'inclusion des salariés malentendants, mais à ce jour, nous n'avons plus d'information sur sa mise en œuvre.

M. MARANDEAU : Certaines enseignes ont mis en place des temps dédiés aux personnes atteintes d'autisme en diminuant l'intensité lumineuse et auditive. Est-ce que le Groupe FNAC-DARTY a envisagé la mise en place de ces mesures ?

Mme DAMOUR : Je sais que ces sujets sont traités, mais je ne peux pas vous en dire davantage. Le Groupe peut effectivement mettre en place des projets, mais je vous invite à nous faire part de vos propositions et nous ferons des tests.

M. BRIULET : Sur un site, il y a un salarié sourd et malentendant et cette formation au langage des signes serait effectivement très utile et intéressante pour ses collègues du site afin de favoriser la communication avec ce salarié.

Mme GUILLAUME : Un dossier AGEFIPH a été constitué, nous avons reçu leur retour très récemment, nous allons pouvoir engager un interprète dans la langue des signes afin d'accompagner ce collaborateur dans son quotidien de travail. Plus généralement, un questionnaire va être envoyé aux personnes malentendantes afin d'avoir leur retour sur leur quotidien et leurs besoins.

Mme DAMOUR : Je pense que ce serait une bonne idée de proposer une formation basique sur la langue des signes aux collègues de ce salarié sourd et malentendant.

3.3 Maladies professionnelles (page 21 du Bilan Social).

M. HEREDIA : En 2022, deux maladies professionnelles ont été déclarées à la CPAM et l'une d'entre elles m'a fortement interpellé : le mésothéliome. En effet, le mésothéliome pleural est plus communément appelé « cancer lié à l'amiante ».

Mme JUILLIEN : J'attire votre vigilance sur cette maladie professionnelle qui est déclarée et non reconnue. Nous sommes le dernier employeur de ce collaborateur atteint de mésothéliome pleural, c'est la raison pour laquelle nous avons reçu la déclaration de sa maladie professionnelle. Malheureusement, ce collaborateur est décédé et par conséquent, il est compliqué de retrouver des informations sur son parcours professionnel. Ce collaborateur n'a pas pu contracter cette maladie dans le magasin où il travaillait, car la construction du magasin date de 2015 et les lois relatives à l'amiante étaient en vigueur depuis de nombreuses années. À ce titre, cette maladie professionnelle ne sera pas reconnue.

- 1.8 Absentéisme (page 7 du Bilan Social).

M. HEREDIA : En 2022, le nombre de journées d'absence est de 56 130, vous remarquerez son augmentation depuis 2020, il n'a jamais été aussi élevé.

Mme JUILLIEN : Depuis 2020, nous avons été particulièrement déroutés par le nombre de départs, mais aussi par l'augmentation de l'absentéisme.

Mme DAMOUR : En 2022, nous avons subi des démissions et des absences qui ont engendré d'autres absences pour cause de fatigue notamment. Je vous invite à consulter les bilans sociaux des autres entreprises de l'année 2022 qui sont confrontées aussi aux mêmes problématiques notamment l'absentéisme.

M. HEREDIA : L'absentéisme peut être traduit financièrement, en 2022, il correspond à 1 385 661€, ce montant augmente tous les ans.

Mme DAMOUR : L'année 2022 a été catastrophique. A ce titre, nous avons organisé une réunion au mois d'octobre 2022 avec les RH et les DRV afin de mettre en place des mesures qui ont été bénéfiques pour les accidents de travail et le turn-over sur les six premiers mois de l'année 2023.

- 4.7 Travailleurs inaptés (page 25 du Bilan Social).

M. HEREDIA : Un sujet que nous évoquons quasiment tous les mois en CSE : les inaptitudes. Comme d'autres items cités précédemment, nous n'avons jamais eu autant de salariés déclarés définitivement inaptés à leur emploi par le Médecin du Travail.

Mme JUILLIEN : Cette situation n'est pas spécifique à DARTY, c'est un constat général fait par de nombreuses entreprises. Peut-être que la Médecine du Travail accepte, de manière plus fréquente, les demandes d'inaptitudes des collaborateurs. Au sein de DARTY, les inaptitudes sont souvent liées à des pathologies physiques. Certaines entreprises ont constaté une augmentation des inaptitudes liées à des pathologies psychiques.

Mme LELUBEZ : Nous avons pu constater que, certains vendeurs déclarés en inaptitude dans le cadre de leur poste de vendeurs, au sein de DARTY sont de nouveau vendeurs dans d'autres enseignes.

Mme JUILLIEN : Effectivement, nous avons pu constater avec mes homologues RH d'autres entreprises, que dans des situations de mésententes, la Médecine du Travail accorde l'inaptitude au salarié.

M. HEREDIA : En 2022, aucun salarié n'a été reclassé à la suite d'une inaptitude, comme en 2021.

Mme BACH : Je vous rappelle que des reclassements sont opérés avant que le salarié ne soit déclaré en inaptitude. Nous préférons reclasser un collaborateur avant de lancer une procédure d'inaptitude.

Mme JUILLIEN : Je vous signale que nous échangeons avec les collaborateurs concernés par une inaptitude et certains ne souhaitent pas être reclassés. De plus, les préconisations de la Médecine du Travail ne permettent pas toujours de pouvoir reclasser les salariés dans des métiers existants au sein de DARTY.

M. HEREDIA : Nous vous avons fréquemment signalé que les propositions de reclassement concernaient des postes au centre d'appels de Bordeaux quel que soit le domicile du collaborateur concerné par l'inaptitude, par conséquent, le refus de reclassement est quasiment systématique.

Mme ROUSSELIÈRE : Ces salariés concernés par une inaptitude pourraient être reclassés vers des postes de back-office SAV

Mme GUILLAUME : Il n'y a pas de poste à pourvoir dans ces métiers.

Mme JUILLIEN : À chaque recherche de reclassement, nous prenons en compte la ville et le département du salarié, mais généralement les postes à pourvoir sont dans les métiers de la vente ou des postes de CPS.

- 1.8 Absentéisme (page 7 du Bilan Social).

M. HEREDIA : Je suis étonné qu'aucun collaborateur n'ai eu d'enfant en 2022. Je vous rappelle que vous avez l'obligation légale de nous communiquer le nombre de jours de congés paternité théoriques et le nombre de jours de congés réellement pris.

Mme JUILLIEN : Je ne peux pas avoir les données concernant les jours de congés paternité théoriques de manière exhaustive, car ils restent sur la base du déclaratif. Mais je vais demander au service paye de me communiquer le nombre de jours de congés paternité réellement pris.

- 3.1 Accidents de travail et trajet (page 19 du Bilan Social).

M. HEREDIA : Le taux de fréquence a augmenté en 2022 par rapport à 2021.

Mme JUILLIEN : Je vous rappelle que nous avons eu de nombreux sites qui ont fermé sur des durées plus ou moins longues en 2021.

M. HEREDIA : Le taux de fréquence est de 72,34, il avait baissé en 2021 de 10 points, ce sont les EOT qui sont particulièrement impactés, sans surprise. Je vous signale que le taux de fréquence en France, toutes entreprises confondues, est de 20, dans le BTP, il est de 33.

M. HARRE : Je vous signale que le taux d'accidents de travail sur le site d'Englos logistique est de 10%, nous allons certainement être rappelés à l'ordre par la CARSAT

Mme BACH : À Englos, il n'y a pas eu de nouvel accident de travail, mais les arrêts de longue durée sont relativement importants. J'ai échangé sur ce sujet avec l'Inspecteur de la CARSAT et nous n'avons aucun levier d'actions pour améliorer cette situation.

Mme JUILLIEN : Nous en avons conscience de ces taux d'accidents de travail qui sont relativement importants sur certains sites et nous allons tenter d'actionner des leviers pour progresser sur ce sujet.

M. BRIULET : Étant donné que nous sommes contraints par le temps, je vous propose d'envoyer mes remarques à la Commission qui va certainement vous demander la mise en place d'actions et j'espère que vous y répondrez favorablement.

Selon l'article R2312-9, il manque un certain nombre d'éléments dans le rapport sur l'Égalité Professionnelle. De plus, nous avons remarqué des différences de chiffres entre le Bilan Social et le rapport sur l'Égalité Professionnelle.

Nous avons aussi constaté une augmentation de 7% de l'absentéisme sur 2022, DGO détient toujours la première place sur ce sujet.

Mme JUILLIEN : Nous sommes conscients de la progression de l'absentéisme en 2022, mais comme je l'ai signalé précédemment, ce taux a fortement diminué en 2023.

M. BRIULET : Selon moi, l'information sur la politique sociale devrait se dérouler lors d'un CSE spécifique afin que nous ne soyons pas contraints par le temps et que nous puissions nous exprimer.

Mme JUILLIEN : Je vous signale que l'information est faite lors d'un premier CSE et la consultation sur le suivant, il y a aussi une Commission qui se réunira avec la direction.

M. BRIULET : Cette organisation va obliger la direction à être extrêmement réactive après la tenue de cette réunion.

4 Information en vue d'une consultation concernant le bilan du plan de développement des compétences de 2022 et sur le projet du plan de développement des compétences de 2023.

Mme JUILLIEN : Je souhaitais remercier Madame Ingrid MAURICE, chargée de formation d'être présente à ce CSE.

M. HEREDIA : Étant donné que des élections sont intervenues en novembre 2022, de nouveaux membres siègent à la Commission Formation et celle-ci ne s'est pas encore réunie.

L'année précédente, j'avais invité mes collègues du CSE à émettre un avis positif sur l'information-consultation relative au plan de développement des compétences de 2022, malgré des retenues que j'avais sur certaines formations, mais pour autant, j'étais confiant sur les efforts qui seraient faits sur la formation en IAD et en atelier. Lors de nombreux CSE, malgré mes différentes remarques auprès de nombreux intervenants – Monsieur Régis KOENIG, Monsieur Constant MEYER, Madame Marie MONTAIGNE, etc. – les formations dédiées aux collaborateurs de l'IAD et des ateliers ont été inexistantes en 2023. Monsieur Régis KOENIG nous a donné des garanties sur le redémarrage en force de ces formations, dont acte, effectivement la somme allouée à la formation est conséquente, mais les formations dédiées à l'IAD ne sont toujours pas privilégiées alors que le Groupe communique sur la durabilité, donc la réparation. Les formations permettent de développer la technicité auprès de nos techniciens et ainsi d'assurer à nos clients un dépannage digne de ce nom. Nous allons échanger sur ces sujets de bilan et de plan de développement des compétences, mais je vous indique que, pour l'instant, mon avis est réservé.

Mme BACH : Nous avons un budget de formation à 531 000€ et nous atterrissons à 755 000€, soit 40% d'augmentation. J'entends qu'il y avait des attendus en IAD qui n'ont pas abouti à la hauteur de qu'ils

étaient espérés et estimés, mais d'importants efforts ont été menés dans le secteur de la formation. Le plan de développement des compétences de l'année 2023 est également conséquent.

Mme ROUSSELIÈRE : Est-ce que vous intégrez les formations e-learning dans le bilan ?

Mme JUILLIEN : Les formations en E-learning sont mentionnées sur la page 4 du bilan.

Mme ROUSSELIÈRE : Quelle est la part du E-learning dans la totalité des formations ?

Mme BACH : Les formations en E-learning n'ont pas de valeur en termes de coût pédagogique (coût des formateurs qui animent les formations). Le seul coût identifiable est le coût salarial des collaborateurs qui assistent à ces formations E-learning. Dans le budget de mutualisation, il y a différents items, dont la construction des modules E-learning.

M. BEAUBOIS : Je suis étonné de votre réponse, Madame BACH, sur le coût pédagogique d'une formation en E-learning, car il me semblait qu'ils étaient facturés par le Groupe.

Mme BACH : Sur le plan de développement des compétences en page 7, le tableau de synthèse présente les formations obligatoires, les formations-non obligatoires et la mutualisation. Celle-ci est isolée, car la mutualisation permet de créer les modules de formation en présentiel ou en e-learning.

M. BARAN : Est-ce que le temps passé par le collaborateur en formation E-learning est comptabilisé dans les coûts pédagogiques ?

Mme BACH : Le plan de développement des compétences ne reprend que les coûts pédagogiques et la mutualisation, donc les coûts salariaux sont exclus.

M. MARANDEAU : J'ai un point de vigilance à vous soumettre. À partir d'un certain nombre d'heures de route pour assister à une formation, il serait judicieux de mettre à disposition une chambre d'hôtel afin que le salarié puisse assister à sa formation, sans être fatigués par le trajet. Le salarié peut décliner cette proposition d'hébergement pour des raisons personnelles, mais dans quelles mesures l'entreprise pourrait être tenue pour responsable dans le cas où le salarié serait victime d'un accident lors de son retour ? Peut-être serait-il souhaitable de mentionner par écrit qu'un hébergement a été proposé au salarié et que celui-ci l'ait refusé afin que la responsabilité de l'entreprise ne soit pas engagée.

Mme JUILLIEN : L'obligation de sécurité est de résultat donc ce courrier n'exclurait pas la responsabilité de l'entreprise.

M. HEREDIA : L'entreprise serait responsable même si le salarié décline la proposition d'hébergement de l'entreprise, de plus cet accident serait considéré comme un accident de travail.

M. BRIULET : En attendant que la Commission se réunisse, je souhaiterais tout de même faire un premier constat : de gros efforts ont été entrepris dans le domaine de la formation, notamment la Tech Académie et je les salue.

Évidemment, des efforts sont encore à faire dans le domaine de l'IAD, je ne sais pas si la Commission aura le même avis que moi.

J'aurais un point de vigilance sur les lieux de formation, car parfois les journées de formation sont relativement longues avec le trajet.

De plus, sur certains sites, les formations sont en priorité proposées aux jeunes salariés et pourtant les anciens auraient besoin aussi de ces formations, mais elles ne leur sont pas proposées, car ils sont proches de la retraite.

Les techniciens expérimentés pourraient avoir des missions de tuteurs ou de maître d'apprentissage tout en mettant en place un système de reconnaissance.

M. HEREDIA : Dans le bilan de formation, pourriez-vous identifier - comme vous l'avez fait dans le plan de développement des compétences - les formations techniques dédiées à l'IAD ?

Dans le plan de développement des compétences, j'ai remarqué une formation de formateur, est-ce que celle-ci est destinée au futur formateur LDK ?

Mme BACH : Lorsque nous avons établi le plan de développement des compétences, le projet de mise en place des référents formation en LDK n'était pas abouti, donc nous avons mentionné cette formation de formateur. Entre temps, le projet a été concrétisé, par conséquent, cette ligne de formation n'apparaîtra pas sur le bilan 2023, car ces référents vont être formés par l'Académie de formation.

M. BRIULET : Encore une fois, avant de donner un avis définitif sur le bilan de formation et sur le plan de développement des compétences, j'attendrai les conclusions de la commission économique. Toutefois, je tiens à signaler les efforts qui sont faits dans le domaine des formations obligatoires liées à la sécurité pour s'assurer qu'elles soient bien réalisées partout.

Mme BACH : La Commission Formation se réunira le 26 juin 2023 et un rapporteur sera désigné pour exposer aux élus du CSE, les échanges intervenus lors de cette commission.

5 Désignation des représentants de proximité.

Mme DA ROCHA PEREIRA : La nomination d'une représentante de proximité pour le mois de juin 2023 est la suivante :

- Sur le magasin de Limoges : Sandrine PIRES (sans étiquette).
 - o 20 votes favorables.

Mme MAZELLA : Lors du dernier CSE, nous avons demandé la liste des représentants de proximité mis à jour avec les dernières désignations.

Mme ROUSSELIÈRE : Nous avons aussi demandé que nous soit transmise la liste des facilitateurs QVT.

Mme JUILLIEN : Effectivement, je vais vous transmettre rapidement la liste des représentants de proximité. Je ne suis pas certaine que nous devons vous fournir la liste des facilitateurs, car peut-être qu'ils ne souhaitent pas que leurs noms soient communiqués.

6 Point paie.

- Demande d'information sur le paiement des congés d'ancienneté en jours ouvrés.

Mme DA ROCHA PEREIRA : Je voulais signaler que cette question a été posée par la CFDT.

Mme JUILLIEN : Nous avons posé la question à Marie-Christine GÉRARD qui m'a transmis la réponse suivante : *« Les jours d'ancienneté seront payés sur la base de jours ouvrés et non de jours ouvrables, seront considérés les jours d'ancienneté dans le calcul du différentiel seuls les jours consommés. Les jours placés dans le CET ne seront pas retenus ».*

Mme DA ROCHA PEREIRA : Quand est-ce que ces jours d'ancienneté seront payés ?

Mme JUILLIEN : Ces jours d'ancienneté nécessitent un recalcul de la part du service paye, donc je ne peux vous transmettre davantage de précisions.

De mémoire, Madame Martine GUIBERT avait déjà apporté une réponse sur le sujet et elle avait précisé que ces jours d'ancienneté nécessitaient un calcul manuel.

Mme DA ROCHA PEREIRA : Madame Martine GUIBERT avait demandé aux collaborateurs qui avaient des journées d'ancienneté de les poser en dernier afin qu'ils soient identifiables. Mais apparemment, ce principe n'est pas respecté et CHRONOGESTOR ne peut pas différencier un congé payé classique et un congé d'ancienneté. Les salariés concernés se sont manifestés et je ne suis pas certaine que cette problématique aurait été identifiée sans leur remarque. Pouvez-vous nous confirmer qu'il y aura un rappel de salaire ? Si oui à quelle date ? Comment sera identifié ce rappel de salaire sur le bulletin de paye ?

Mme JUILLIEN : Madame Marie-Christine GÉRARD nous a indiqué qu'elle pensait que ce rappel de salaire s'effectuerait sur le mois de juin 2023, mais sans certitude. De plus, un décompte doit être réalisé par le service paye.

M. MARANDEAU : Nous pouvons entendre qu'il y ait des difficultés dans les calculs et que la nouvelle gestionnaire paye rencontre des difficultés, car elle a récemment été embauchée, mais votre réponse incertaine sur le délai de régularisation n'est pas acceptable, c'est un sujet de rémunération.

M. DIOLOGEANT : Je vous signale que nous vous avons alerté sur ce sujet lors de la mise en place du nouveau système de calcul des jours de congés.

Mme JUILLIEN : De mémoire, Madame Martine GUIBERT vous avait indiqué que la problématique avait été identifiée et que le traitement s'effectuerait manuellement.

M. HEREDIA : Je vous rappelle que la solution devait provenir du nouveau logiciel paye, mais sa mise en place a été retardée.

Mme JUILLIEN : Le passage de jours ouvrés en jours ouvrables est intervenu en 2022 et il n'a jamais été question que le nouveau logiciel de paye soit déployé avant le mois de janvier 2023.

M. MARANDEAU : Sans être négatif, les problématiques de paye sont de plus en plus fréquentes et les encadrants des sites nous ont signalé qu'il était difficile d'avoir des échanges avec le service paye afin de résoudre des problématiques.

Mme DAMOUR : J'entends vos remarques sur un sujet aussi important que la rémunération, mais je vous rappelle que la mise en place du nouvel outil dédié à la paye a été reportée, apparemment, les calculs manuels avaient été prévus, en revanche, les changements de personnels au service paye ne pouvaient pas être anticipés. Je vous rappelle que la rémunération de nombreux salariés dépend d'une seule personne.

Je vous propose d'inviter Madame Anna FERNANDES qui gère le service paye. Peut-être que les directeurs pourraient lui remonter des informations afin de lui simplifier la gestion de la paye et ainsi accélérer les calculs relatifs aux jours de congés pour ancienneté.

Mme JUILLIEN : L'outil HR4YOU va être une réelle avancée pour les collaborateurs et pour les managers, car il sera interactif. L'arrivée de cet outil va énormément soulager le service paye, mais en attendant, le déploiement HR4YOU prend beaucoup de temps et d'énergie à nos gestionnaires paye. Pour les connaître, je suis certaine qu'ils donnent toute leur énergie pour tenter d'être les plus réactifs.

Vous indiquez que des problématiques ne sont pas résolues, je vous invite à me les transmettre, car lorsque je contacte les gestionnaires paye, ils gèrent la situation très rapidement.

M. MARANDEAU : Nous vous transmettons les cas qui nous seront signalés.

Lors du Comité de Groupe, Madame Tiffany FOUCAULT - la DRH du Groupe - a indiqué que nous reviendrions au calcul des jours de congés en jours ouvrés.

Mme JUILLIEN : Nous ne sommes pas informés de cette décision.

M. BEAUBOIS : Je confirme l'information et la date annoncée est le 1^{er} juin 2024. C'était une demande de notre part de revenir à un calcul en jours ouvrés.

Mme JUILLIEN : Je vous rappelle que la clôture des placements des jours dans le CET était le 31 mars 2023, mais le service paye fait preuve de souplesse et a accepté que des jours soient placés jusqu'au mois de mai 2023, car il est parfois compliqué pour les salariés de gérer le reliquat des jours de congés. À ce titre, il est compliqué de faire le calcul de ces jours placés en CET dès le mois de mai pour la paye du mois de juin.

Mme DA ROCHA PEREIRA : Il aurait été souhaitable qu'une communication soit diffusée aux collaborateurs afin de les informer que les congés d'ancienneté nécessitaient un calcul manuel et par conséquent, qu'ils ne seraient pas payés au mois de juin 2023.

Mme ROUSSELIÈRE : Nous avons évoqué le fait de repousser la date de clôture de dépôt de jours sur le CET.

Mme JUILLIEN : Comme je l'évoquais précédemment, les demandes de placement sur le CET sont prises en compte au-delà de la clôture.

Mme ROUSSELIÈRE : Pourquoi ne pas modifier la date de clôture sur EASYRH ?

Mme JUILLIEN : Ce principe permet de lisser les demandes et je peux vous assurer que le service paye fait preuve de souplesse sur les demandes de dépôts sur le CET.

M. PHILIPOT : Il me semble que lors du précédent CSE, vous aviez évoqué que la remplaçante de Madame GUIBERT nous serait présentée.

Mme JUILLIEN : Nous inviterons Madame Marie-Christine GÉRARD lors du prochain CSE du mois de juillet 2023.

7 Points opérations :

a) Roadmap de la Direction "réparation et durabilité" et son organisation (intervention Régis KOENIG).

M. KOENIG : Comme vous le savez, j'ai pris mes fonctions depuis quelques mois et je suis en encore loin d'avoir fait le tour de ces nouvelles fonctions.

Nous faisons face à une situation inédite depuis 2019. En effet, avec le lancement de la Darty Max, nous faisons face à une très forte de croissance de l'ordre de 13% par an depuis 2020 après 20 ans de décroissance. Cette situation inédite nous amène à prendre de nombreuses décisions et mettre en place de nombreuses actions. Nous avons lancé la Tech Académie, le MCP, nous avons ouvert le site de Tours Val de Loire, nous avons revalorisé les grilles des techniciens, nous avons organisé de manière plus efficiente les cellules de planification et de filtering, nous avons aussi modifié les curseurs pour la sous-traitance afin de faire face à l'activité, même si notre cible n'est pas de faire appel à la sous-traitance, mais cette décision était nécessaire. Le résultat est visible dans les délais d'intervention, en effet, nous atteignons une situation quasiment normale. Nous avons encore quelques petites difficultés à gérer l'Ouest de l'Île-de-France. Mais la situation n'est pas stabilisée, nous devons passer les mois d'été où les pics d'activité sont importants avec un niveau de prévision qui est faible, car il dépend de la météo et de la destination des vacanciers. Toutes les actions mises en place depuis 2020 par toutes les équipes et par mon prédécesseur portent donc enfin leurs fruits.

En début d'année 2023, nous avons plus de 800 000 abonnés et nous allons franchir le million avant la fin de l'année 2023. La croissance que nous avons pu constater depuis les deux dernières années va se poursuivre au moins jusqu'en 2026. Cette croissance est essentiellement portée par Darty Max Essentiel, et c'est l'activité hors garantie des gros électroménagers à domicile qui est véritablement le moteur de la croissance du SAV aujourd'hui. Ainsi, Darty Max représente la moitié de notre activité. Par conséquent, si nous passons de 800 000 abonnés à 2 millions d'abonnés, l'activité va augmenter encore de 50% dans les deux ou trois années suivantes.

Étant donné que les clients sont satisfaits, ils passent sur Darty Max Évolution voire Darty Max Intégrale. L'effet que nous avons constaté sur l'IAD commence à se faire sentir sur les ateliers, même si pour l'instant, nous rencontrons des difficultés à estimer la temporalité et la vitesse de croissance par catégorie de produit. La croissance sur le hors garantie atelier Darty Max est de plus de 100% par rapport à l'année 2022.

Au-delà de la croissance, notre ambition est de se positionner ou se repositionner en tant que leader et d'être une entreprise copiée. Notre objectif est de devenir la meilleure entreprise de maintenance et de réparation. Nous allons recruter des techniciens, mais mon souhait serait que les techniciens postulent chez DARTY de leur plein gré, car le Groupe est attractif. Pour atteindre cet objectif, nous devons continuer d'investir comme nous avons commencé à le faire, que nous revoyions nos pratiques, que nous travaillions sur la qualité de vie au travail, etc.

Depuis le mois de mars 2023, j'ai aussi pris le temps d'écouter les équipes pour réfléchir ensemble sur les orientations à prendre et définir les priorités ainsi que l'organisation. En même temps, nous avons lancé NOMAD, MOBILE, les nouveaux téléphones ont été déployés sur tous les sites, nous avons eu de bonnes négociations avec les organisations syndicales lors des NAO, nous avons réorganisé l'Île-de-France pour la redécouper en trois centres de service, c'est un aspect technique, mais cette organisation permet de mieux piloter l'activité. Nous avons basculé la micro-informatique de Limonest vers Noisy-le-Grand où la bande passante était meilleure, etc.

Pour poursuivre et aller plus loin, pour pouvoir gérer la croissance très rapide de notre activité et garder notre leadership dans les années à venir, nous faisons évoluer l'organisation à compter du 1^{er} juillet.

Monsieur KOENIG présente le diaporama (annexe 5).

M. HEREDIA : Je vous rappelle votre engagement sur la reprise de la formation lors d'un précédent CSE. Il faudra répéter cet engagement afin que les formations puissent redémarrer à des niveaux plus acceptables, car elles sont quasiment inexistantes aujourd'hui.

M. KOENIG : Je vais évoquer ce sujet dans ma présentation. Je réitérerai mon engagement sur la formation avec plaisir, car selon moi, la compétence de nos équipes sur la partie technique nous permettra d'assurer les 50% de croissance qui sont prévus. Nous ne pourrions pas recruter 50% de techniciens supplémentaires et avoir de bons niveaux de compétences techniques. Pour atteindre le niveau de croissance attendu, nous avons besoin de davantage de technicité et des techniciens plus efficaces et pour cela, il faut les former. Si le technicien diagnostique correctement, qu'il commande la bonne pièce depuis le début et qu'il arrive à réparer du premier coup, c'est un autre déplacement d'évitité et un autre client dépanné.

M. HEREDIA : C'était effectivement une bonne idée de prioriser la formation des jeunes techniciens, mais il ne faut pas oublier de former les plus anciens, c'est une question de crédibilité.

M. KOENIG : Je partage tout à fait votre remarque. Mais si nous n'avions pas recruté et formé tous ces nouveaux techniciens comme nous l'avons fait dans les deux dernières années, nous n'aurions pas pu suivre l'augmentation des interventions.

Nous allons continuer de recruter massivement, mais il faudra aussi former et développer la compétence de tous, nouveaux comme anciens, car il y a des nouveautés techniques dans les produits et que nous devons améliorer notre efficacité.

M. HEREDIA : Il faut faire le maximum pour garder notre position de leader du service après-vente.

M. DIOLOGEANT : D'après votre présentation, les coordinateurs de magasin vont passer de l'Exploitation aux Opérations.

M. KOENIG : Les coordinateurs de magasin sont actuellement aux Opérations, ils sont rattachés à Alain CHEVALIER au sein de la direction d'Olivier BECHU. C'est une équipe qui n'est pas forcément connue, mais qui fait le tour de tous les magasins FNAC comme DARTY pour travailler sur les aspects logistiques et la partie filtering afin de l'améliorer. Cette équipe est en lien, bien évidemment, avec les DRV et les coordinateurs rattachés aux DRV.

M. MARANDEAU : Est-ce que les coordinateurs magasin conservent leur activité ? Si oui, ils auront une charge de travail supplémentaire ?

M. KOENIG : Les coordinateurs magasin vont garder exactement les mêmes missions qu'ils ont actuellement. Précédemment, ces coordinateurs magasin étaient rattachés en centrale, mais dorénavant, ils seront rattachés directement à l'atelier lié au magasin. Ces coordinateurs magasin seront à la fois opérationnels en magasins, mais aussi au sein de l'atelier, donc nous allons gagner en efficacité.

M. MARANDEAU : Cette organisation va faciliter leur travail quotidien.

M. KOENIG : Ils continueront à être coordonnés, mais ils pourront accentuer le lien entre l'atelier et le magasin, c'est déjà leur rôle aujourd'hui.

M. MARANDEAU : Lorsque vous évoquez les ateliers, vous faites référence aux ateliers de réparation ?

M. KOENIG : Ce sont uniquement les ateliers centraux : Tours Val de Loire, Limonest, Bezons et Noisy-le-Sec. Ensuite, il y a le centre de services de Massy qui est chargé de la logistique et du « cross docking » et dorénavant le MCP qui est véritablement la nouveauté, car précédemment il était à part avant d'être rattaché à ces sites centraux.

M. MARANDEAU : Si je comprends bien, les coordinateurs magasin auront des périmètres différents car ils seront rattachés à des ateliers centraux, donc ils auront une activité inter-filiale.

M. KOENIG : Je suis d'accord avec vous, les coordinateurs magasin auront une activité inter-filiale, mais ce n'est pas certain. Nous allons essayer de faire le découpage des magasins par atelier qui correspondra à l'organisation des DRV et des filiales. Je ne suis pas certain que nous arriverons à mettre en place ce découpage dans 100% des cas, mais c'est une de nos missions de cet été.

M. MARANDEAU : Quel sera leur rattachement géographique ?

M. KOENIG : C'est un élément que nous allons étudier. Actuellement, il y a des coordinateurs magasin dans toutes les filiales, donc nous allons étudier leur lieu de résidence afin de trouver l'organisation la plus appropriée et que ces coordinateurs magasins n'en soient pas impactés.

Concrètement, nous rattachons Alain CHEVALIER à Damien LEBOUBE, donc ils vont travailler en commun sur les ateliers pendant l'été afin de mettre en place l'organisation la plus pertinente.

Mme ROUSSELIÈRE : Monsieur KOENIG, vous avez indiqué que la réparation hors garantie va augmenter de 50%, mais à ce jour, DARTY n'a toujours pas la certification QualiRépar. Lors d'un précédent CSE, vous nous aviez annoncé que cette certification était en cours, qu'en est-il ?

M. KOENIG : Cette certification est toujours en cours, d'ailleurs, en plus de la mise en place de cette nouvelle organisation, je passe beaucoup de mon temps à travailler sur ce sujet de QualiRépar. Pour vous donner le contexte, nous avons un désaccord historique important avec les pouvoirs publics sur le fait que les abonnés Darty Max ne puissent pas bénéficier de QualiRépar. La moitié de l'activité est du hors-garantie et 90% de

celle-ci est portée par Darty Max, par conséquent, il est profondément inégal et injuste que nos clients Darty Max qui réparent leurs produits, qui payent un abonnement tous les mois et qui sont les plus vertueux, ne puissent pas bénéficier du fonds de réparation : c'est une inégalité dans le bonus de réparation. C'est une des raisons pour lesquelles nous n'avons pas intégré le fonds de réparation : en effet, si nous prenons la part des interventions hors garantie que nous réalisons réellement, nous n'avons pratiquement plus de clients qui font du hors garantie classique. Le fonds de Garantie réparation est un processus que je pourrais qualifier de « contraignant », car il nécessite un travail de certification avec des processus administratifs relativement lourds, et entreprendre toutes ces démarches pour ne faire bénéficier qu'une minorité de clients - car l'énorme majorité de nos clients qui font du hors garantie ont souscrit la Darty Max - nous estimons que nous ne mettons pas à profit notre énergie dans la bonne démarche.

La position du Gouvernement et des pouvoirs publics est en train d'évoluer sur ce sujet et il semblerait qu'ils soient prêts à entendre que les abonnés pourraient être éligibles au fonds de réparation.

Les documents de certification QualiRépar sont prêts et si les pouvoirs publics venaient à changer d'avis sur ce sujet de l'inclusion de la Darty Max dans le fonds de Garantie réparation, bien évidemment nous accélérerions les démarches de certification.

Notre enjeu est que tous les clients DARTY notamment les clients Darty Max puissent bénéficier de ce dispositif du fonds de Garantie réparation.

Mme ROUSSELIÈRE : Même si nous proposons la Darty Max lors des appels entrants des clients en assistance et que ce service soit plus intéressant pour eux, il y aura toujours des clients qui ne souhaitent pas s'engager dans le principe de l'abonnement et ils préfèrent choisir BOULANGER.

M. KOENIG : Nous le savons et je partage votre remarque, mais c'est une question de priorité, car nous ne pouvons pas mener de multiples projets en même temps. Entre développer NOMAD MOBILE ou des cycles de formations pour nos équipes et travailler sur la certification QualiRépar, nous avons fait le choix de privilégier ces autres sujets que QualiRépar, car nous estimons qu'ils ont davantage d'impacts pour nos clients et pour nos équipes.

Si la base de nos clients qui peut bénéficier du Fonds de Garantie est plus importante, nous serons peut-être amenés à modifier nos priorités.

M. BRIULET : Est-ce que le projet que vous nous présentez, qui est peu détaillé, va engendrer des optimisations de certaines fonctions ou de certains métiers ? Est-ce que certains salariés seront amenés à changer de lieu de travail ?

M. KOENIG : Effectivement, nous sommes à la genèse du projet, c'est pour cela qu'il n'est pas détaillé. Je ne peux pas vous répondre que nous n'allons pas réorganiser certains secteurs et que nous n'allons pas tester certaines organisations. Nous sommes en croissance donc un des enjeux est justement de ne pas être figé, car si nous souhaitons devenir le leader, il sera nécessaire de faire évoluer l'organisation actuelle.

Je suis particulièrement attentif au sujet de l'emploi. Effectivement, actuellement, nous sommes dans une situation avantageuse, car étant donné que nous sommes en croissance, nous avons besoin de recruter.

Si par exemple, nous optons pour une solution qui permettra d'améliorer les outils et de réduire les charges administratives, nous recruterons moins de personnel et les collaborateurs en poste seront certainement satisfaits de travailler avec des outils plus performants. Mais puisque nous sommes en phase de croissance, il est nécessaire de mener une réflexion sur nos process. En période de croissance, la situation est très différente de ce que nous avons pu vivre dans les vingt dernières années où dès lors que nous réalisons un gain de productivité en période de décroissance, celui-ci pouvait se traduire par des baisses d'emplois, d'ailleurs, c'est la situation que nous avons connue.

Si nous portons une attention particulière aux carrières, aux compétences et à la formation, je suis certain que nous allons trouver des solutions pour ne pas impacter l'emploi, bien au contraire.

M. BRIULET : Avez-vous la mission de mettre en place ce même type d'organisation dans d'autres pays européens ?

M. KOENIG : Ma mission est de s'occuper de la France. Au regard de la croissance actuelle, si nous n'évoluons pas et si nous arrêtons de recruter, nous allons nous retrouver dans six mois dans la même situation que six mois auparavant.

M. HEREDIA : Je souhaiterais revenir sur le projet MERLIN : le reconditionnement des appareils échangés pour pannes multiples. Ces produits ont toujours eu vocation à être repris par le fournisseur même à des prix jugés très modestes. Allons-nous descendre dans ce réemploi des produits jusqu'aux pièces détachées ?

M. KOENIG : Nous avons créé cette filière pour justement nous poser ce type de question, mais c'est aussi une conviction que j'ai pu me forger lorsque j'ai travaillé sur les sujets relatifs à la durabilité et à l'allongement de durée de vie des produits.

Nous mettons beaucoup d'énergie à fabriquer des produits, nous prenons des matières premières pour fabriquer des vis, ensuite avec celles-ci sont fabriquées des pièces détachées qui elles-mêmes constituent le produit fini. Lorsque ce produit fini est détruit, l'intégralité de la valeur créée est détruite elle aussi. Le pire que nous puissions faire, au-delà d'enfouir le produit, c'est d'extraire les matières premières pour fabriquer de l'acier. Mais la préservation de la valeur peut être considérée à toutes les étapes ; le mieux est de conserver le produit fini, mais l'étape précédente est de récupérer les pièces détachées. Dans le cadre de la revalorisation et la préservation de la valeur, il faut éviter au maximum les déchets et ainsi revenir le moins loin possible dans la chaîne de création de la valeur.

Je vais vous donner un exemple : actuellement, les téléviseurs sont repris en D3E où ils sont recyclés avec les autres composants électroniques. Mais peut-être existe-t-il une filière de reconditionnement des écrans ou d'extraction des matières premières ou des éléments qui soit plus vertueuse et qui détruise moins la valeur ? Dans un souci écologique, l'enjeu sera de préserver le maximum de valeur à des produits qui sont aujourd'hui considérés pour certains comme des déchets.

M. HEREDIA : Ma question concernait les pièces détachées.

M. KOENIG : Je n'exclus pas les pièces détachées.

M. HEREDIA : Si nous nous orientons vers ce projet, il y a de nombreuses questions à se poser : le conditionnement, le référencement, le stockage, la revente, le prix, etc. Si je comprends bien, vous êtes en réflexion sur ce sujet ?

M. KOENIG : Tout à fait. Vous avez effectivement posé les bonnes questions, mais pour l'instant, nous n'avons pas les réponses. Nous avons rencontré des acteurs qui font du reconditionnement et la majorité arrive à reconstituer un appareil à partir de deux qui étaient hors service.

Dans la loi AGEC, lors des réparations, il y a l'obligation de proposer aux clients des pièces reconditionnées lorsqu'elles sont disponibles. Par conséquent, il est nécessaire que nous imaginions des filières autour de ce principe. Et il est primordial que DARTY soit acteur de ces filières.

M. HARRE : Ne serait-il pas possible de mettre à disposition ces produits afin qu'ils soient vendus en magasin plutôt que de les proposer systématiquement à Darty Occasion ?

M. KOENIG : Ce sont des sujets sur lesquels nous discutons avec l'équipe de la seconde vie.

M. HARRE : Certains clients acceptaient d'acheter à des prix moindres, des produits choqués ou abîmés ou d'occasion, ces ventes étaient synonymes de marge importante et de chiffre d'affaires. Selon moi, le fait de systématiquement proposer ces produits à Darty Occasion nous a fait perdre de l'argent.

M. KOENIG : Nous n'avons pas perdu d'argent, car le projet global nous permet d'écouler davantage de produits et plus rapidement.

Effectivement, nous constatons que les corners de produits de seconde vie installés dans les magasins fonctionnent très bien. Donc une des questions que nous nous posons est la suivante : comment pouvons-nous alimenter ces corners de la manière la plus efficace possible ? Notre problème n'est pas de réussir à écouler les produits de seconde vie ou d'occasion – quel que soit l'état du produit – c'est plutôt l'approvisionnement dans ce type de produits. C'est l'un des objectifs de la création de cette filière : trouver de nouvelles voies ou du moins, éviter que les produits que nous pourrions revendre avec le maximum de valeur en interne dans nos magasins ou sur Darty Occasion se retrouvent vendus sur le Back Market alors que le produit provient de nos magasins.

Monsieur KOENIG poursuit la présentation.

Mme ROUSSELIÈRE : Allez-vous utiliser l'intelligence artificielle pour filtrer et rediriger les parcours clients ?

M. KOENIG : Je pense que l'intelligence artificielle ne pourra pas remplacer l'action des Hommes. Même dans un avenir proche, dans les cinq prochaines années, l'intelligence artificielle ne pourra faire que ce que les Hommes savent déjà faire.

De plus, un client, sans parler d'intelligence artificielle, s'il souhaite enregistrer sa panne et nous la transmettre, il n'est pas capable de le faire.

Selon moi, il ne faut pas brûler les étapes. Nous devons, dans un premier temps, réintégrer le digital, mais nous faisons tout de même des tests de chat bot en identifiant les impacts éventuels pour ne pas commettre d'erreur.

Mme ROUSSELIÈRE : Est-ce que la chaîne YOUTUBE DARTY a le succès que vous escomptiez ?

M. KOENIG : Il y a effectivement de nombreux clients qui consultent cette chaîne YOUTUBE notamment les tutoriels de réparation.

Je vous avouerai que je m'interroge sur l'impact de la vision de ces tutoriels de la chaîne YOUTUBE sur nos activités réelles. Est-ce que si un client consulte cette chaîne YOUTUBE, il aura le réflexe de penser à DARTY lorsque son produit sera en panne ? Ce sont des éléments que nous devons mesurer et que nous ajusterons. De plus, la réalisation de ces vidéos prend du temps et ne serait-il pas plus judicieux de faire des vidéos à usage interne pour nos techniciens afin de les former notamment sur de nouvelles technologies. Bien entendu, ces vidéos ne remplaceront pas les véritables formations en présentiel.

Mme ROUSSELIÈRE : Certains liens sont intégrés à la base de connaissance SAVVY, d'autres ne le sont pas, peut-être que ce serait une première approche utile pour nous.

M. KOENIG : Exactement, d'ailleurs, c'est pour cette raison que nous avons créé cette direction de l'expertise produit et durabilité, car tous les collaborateurs seront dans le même service et donc la communication n'en sera que meilleure.

b) Suite à la visite du site de TOURS Val de Loire en mai dernier, demande d'une étude sur la qualité de l'air sur ce site.

Mme BACH : Lors de la dernière CSSCT, une grande partie de la commission a été consacrée à la visite du site de Tours. À cette occasion, Monsieur GIRARD a présenté les mesures qui sont prises sur l'atelier PEM. À savoir, des travaux pour augmenter l'apport d'air neuf : à date, le prestataire nous annonce que les travaux devraient être terminés pour la fin du mois de juillet 2023. Le deuxième axe concerne des travaux pour améliorer l'aspiration des poussières émanant du nettoyage des produits via la pose de caissons, ceux-ci seront installés sur chacun des postes de travail en complément de l'aspiration centralisée qui existe aujourd'hui. Ces investissements s'élèvent à 120 k€. L'aménagement électrique commence la semaine 25 et le prestataire nous annonce, à date, une fin de travaux pour la fin du mois d'août 2023.

Nous l'avons déjà évoqué lors de précédents CSE, je vous rappelle que des masques sont à disposition des salariés qui seraient indisposés par l'air. Je vous propose que nous traitions ce sujet lors de la prochaine CSSCT du mois d'août 2023, car les travaux devraient être quasiment terminés.

M. HARRE : Nous allons prévoir l'intervention de Monsieur GIRARD lors de la prochaine CSSCT.

M. BRIULET : Nous souhaitons vous remercier pour toutes les solutions et améliorations qui sont apportées au sein du site de Tours. Ces améliorations avaient été demandées par les représentants de proximité du site et aussi à la suite de nos interventions en CSE.

Lors de la visite du site, nous avons ressenti un manque cruel d'aération. Nous avons eu l'impression que la ventilation ne fonctionnait pas au-delà de l'atelier PEM.

Les efforts d'amélioration doivent se poursuivre. Dès lors que les travaux d'aération seront terminés, nous ferons le point et nous nous enquerons des ressentis des salariés sur ce sujet, car ils passent toutes leurs heures de travail dans une atmosphère qui manque cruellement d'aération.

Mme BACH : Nous avons pris en compte cette problématique dès le démarrage du projet. Les investissements ont été importants, car il a fallu chercher des prestataires spécialisés. Cette recherche a pris du temps. Ensuite, nous savons tous qu'il y a des problématiques sur les équipements électroniques, en effet, les constructeurs rencontrent des difficultés à honorer leurs commandes.

c) Point à date de l'application Océan en LDK.

Madame BACH présente le diaporama (annexe 6).

M. VILLA : Nous avons demandé à avoir un bilan, car cela fait quelques mois que nous avons placé ces boîtiers dans les camions pour contrôler la consommation. Selon moi, elle est très disparate en fonction du conducteur, car tous n'ont pas la même conduite. Et à ce titre, est-il prévu des formations éco conduite pour les conducteurs ayant les consommations les plus importantes ?

Mme BACH : Ce sujet n'est pas animé individuellement, mais par site.

Je voulais aussi vous signaler que nous rencontrons quelques difficultés pour recueillir des données fiables et il faut approximativement six mois de données fiables pour établir un diagnostic précis des collaborateurs à accompagner. L'équipe prend actuellement contact avec certains organismes de formation, notamment en partenariat avec l'organisme de location de la flotte DARTY. Selon moi, ce projet de formation sera mis en place d'ici à la fin de l'année 2023 ou au début de l'année 2024. C'est une de nos volontés en termes d'impact environnemental.

Nous avons choisi le prestataire OCÉAN pour accompagner le changement de la flotte de véhicules.

M. BEAUBOIS : Nous l'avons signalé à de nombreuses reprises et je vais me répéter, mais l'éco conduite n'est pas innée, c'est une pratique qui s'apprend. Dans vos présentations, systématiquement, vous évoquez la responsabilisation des conducteurs, mais s'ils ne sont ni formés ni valorisés financièrement, cette démarche ne fonctionnera pas !

Mme BACH : Il est nécessaire que les données soient fiables et elles le seront très rapidement, donc nous pourrions passer à la deuxième étape.

M. HEREDIA : Nous sommes convaincus – et vous aussi, je l'imagine – que les résultats que vous nous présenterez, quelques mois après que ces formations soient effectivement dispensées, seront satisfaisants et parlants.

Mme BACH : Aujourd'hui, il faut identifier les réels besoins par rapport aux données qui nous seront remontées. Il est nécessaire que la formation réponde aux besoins de nos chauffeurs-livreurs.

M. HEREDIA : Vous avez pris le temps de collecter des données, de les analyser, mais comme l'ont fait remarquer Messieurs VILLA et BEAUBOIS, la formation est indispensable.

Mme ROUSSELIÈRE : Certaines assurances proposent des formations à l'éco conduite, à ce titre, est-ce que notre assurance professionnelle a été consultée sur ce sujet ?

Mme BACH : Je ne peux pas vous répondre, mais nous échangeons actuellement avec nos loueurs de véhicules afin de trouver les formations appropriées.

M. MARANDEAU : OCÉAN nous a vendu une prestation et je suis surpris que cette entreprise ne propose pas de formation à l'éco conduite.

Mme BACH : OCÉAN n'est pas un organisme de formation. Pour les formations à l'éco conduite, il est nécessaire de faire appel à un organisme spécialisé.

M. DIOLOGEANT : L'application OCÉAN a été déployée sur combien d'équipages ?

Mme BACH : L'application a été déployée sur l'ensemble de la flotte. Je n'ai pas le nombre exact de véhicules, mais sur le premier trimestre, il y a eu 1 million de kilomètres qui ont été réalisés.

M. HEREDIA : À quelle date pensez-vous nous faire un nouveau point d'étape ?

Mme BACH : Je peux vous proposer de refaire un point lors du CSE du mois d'octobre 2023.

8 Points exploitation :

- a) Information et consultation du Comité Social et Économique de l'UES DARTY GRAND OUEST sur la modification des horaires des magasins d'Angoulême, de Brive et de Périgueux.

Madame JUILLIEN présente l'annexe 7.

Mme JUILLIEN : Comme demandé lors du précédent CSE, vous trouverez sur le document, les anciens et les nouveaux horaires de ces trois magasins.

Nous avons constaté sur ces trois magasins un décrochage de 20% de chiffre d'affaires sur le créneau de 18h00 – 20h00. Aussi, il est envisagé de repasser à une fermeture à 19h30. Cette modification est envisagée à compter du 22 juin 2023.

M. HEREDIA : Le décrochage a été constaté uniquement sur ces trois magasins ?

Mme DAMOUR : Toutes les fins de mois, les DRV vérifient s'il y a une perte de chiffre d'affaires sur les magasins où les horaires ont été modifiés, si la perte d'activité atteint 20%, la perte est trop importante donc il est nécessaire de revenir aux anciens horaires. Les clients étaient habitués à ces horaires ou la zone de concurrence nous oblige à maintenir ces horaires.

M. HEREDIA : Comment pouvez-vous calculer une perte d'activité sur une tranche horaire où le magasin était fermé ?

Mme DAMOUR : Sur chaque tranche horaire, nous comparons les AC10 par rapport au mois et à l'année précédente. Nous avons prévu une perte d'activité à la suite de la fermeture 30 minutes plus tôt, mais elle avait été estimée à 15%. Si l'écart est supérieur, cela signifie que nos concurrents profitent de notre décrochage, donc nous revenons aux précédents horaires, car nous avons perdu notre clientèle partie à la concurrence.

M. DIOLLOGEANT : Est-ce qu'après le retour à la fermeture à 19h30, la tranche horaire fera toujours l'objet d'une analyse ?

Mme DAMOUR : Personnellement, je suis favorable à la réduction des tranches horaires pour des questions de planification notamment. Par conséquent, je vous confirme que nous continuons à suivre l'évolution de l'activité sur cette tranche horaire.

Je vous rappelle que selon la démarche que nous avons mise en place, certains magasins en zone touristique auront leurs plages horaires augmentées pendant la saison alors que d'autres conserveront leurs horaires jusqu'au mois de septembre 2023. Mais peut-être que certains de ces magasins conserveront ces plages d'ouverture réduites.

M. HEREDIA : Il faut garder un équilibre entre la politique commerciale et la politique QVT.

Mme DAMOUR : Je suis d'accord qu'il faut conserver un équilibre, mais le magasin doit rester rentable. Si la perte d'activité est de 20%, elle est trop importante, mais si elle se situe aux alentours de 15%, c'est bien, car nous avons prévu cette variation.

Si certains magasins souhaitent conserver cette tranche horaire réduite, ils le pourront, nous sommes en cours de construction de l'organisation. D'ailleurs, certains ont constaté une perte de chiffre d'affaires de seulement 8%.

Nous n'avons aucun intérêt à remettre en place des horaires élargis.

M. MARANDEAU : Nous avons abordé ce sujet lors de nombreux CSE. En effet, l'interrogation est de savoir si le décrochage commercial est dû à la réduction de la plage horaire d'ouverture des magasins ou à une baisse d'activité générale due au contexte économique. Si la fermeture à 19h30 n'a aucun impact sur la perte d'activité, accepteriez-vous de revenir à une fermeture à 19h ?

Mme DAMOUR : Nous sommes prêts à faire le chemin inverse. Nous analysons aussi le poids de la tranche horaire, car l'activité est différente et lorsque j'évoque une baisse de 20%, je fais référence au poids que représentait la tranche horaire.

M. MARANDEAU : Ces changements très fréquents d'horaires ne sont pas favorables en termes de QVT.

Mme DAMOUR : J'entends, mais c'est une année test, nous allons jauger quels sont les magasins qui ont une appétence ou non dans cette réduction des heures d'ouverture. Certains magasins ne retenteront plus l'expérience et d'autres resteront sur ce principe même après la phase de test.

Sur 2024, l'organisation sera certainement rodée et nous pourrons peut-être annoncer d'une manière pérenne le type de plage horaire choisi pour tous les magasins. En effet, après une année complète de test, nous aurons une meilleure visibilité de la saisonnalité.

Les tests sont plutôt positifs, car sur la période basse, la majorité des magasins n'enregistre qu'une perte de 8% alors que nous avons prévu entre 12% et 15% de baisse.

M. MARANDEAU : Avec le retour à la fermeture à 19h30, il n'a pas été constaté une hausse significative de la fréquentation en magasin. Les salariés ont toujours le sentiment qu'il y a peu de clients dans le magasin dans cette dernière tranche d'ouverture.

Mme DAMOUR : Effectivement, si les entrées sont négatives, le sentiment sera toujours le même. Mais nous pourrions récupérer ces 20% de chiffre d'affaires, qui avaient été perdus sur la dernière tranche horaire, car un seul client avec un taux de concrétisation à 100%, peut rattraper l'écart.

Le résultat du vote est le suivant : 5 abstentions, 14 favorables, 1 défavorable.

Les élus émettent donc un vote favorable au projet de modification des horaires des magasins d'Angoulême, de Brive et de Périgueux.

b) Au magasin, est-on obligé d'utiliser la tablette quand on est vendeur ou pour la délivrance des produits au Pôle Service ?

Mme DAMOUR : L'utilisation des tablettes est fortement conseillée dans le cadre de la digitalisation.

M. BARAN : Certains collaborateurs trouvent plus confortable de travailler sur un écran d'ordinateur de 24'' que sur un petit écran de tablette.

Mme DAMOUR : Je vous conseille fortement d'utiliser la tablette.

Mme DA ROCHA PEREIRA : Dans le cadre de ce renouvellement des tablettes, pourriez-vous envisager d'acheter des tablettes avec des écrans plus grands notamment pour les vendeurs ? En effet, il est important de penser au confort visuel des salariés, mais aussi de pouvoir montrer aux clients les produits de manière détaillée. À ce titre, il est important de ne pas supprimer les écrans sur les bureaux assis, car ils ont leur importance.

Mme DAMOUR : Je n'ai pas encore la taille des tablettes. Dans un premier temps, nous allons procéder au recyclage des tablettes existantes, ensuite, nous allons investir dans de nouvelles tablettes et nous réfléchissons à la taille des tablettes et à leur ergonomie, mais pour l'instant, aucune décision n'a pas été prise. D'ailleurs, nous demanderons la participation des collaborateurs.

c) Demande d'un comparatif Advise DGO /DGE sur le mois de janvier et février avec les détails suivants :

- Nombre d'heures de connexions par site et par mois.
- Nombre de salariés connectés par site et par mois.
- Nombre de transformation (vente) par site et par mois.
- NPS par site et par mois et quel est le moyen de le connaître pour les collaborateurs ?
- Nombre de conversations par site et par mois.
- Rémunérations par site par mois.

NDLR : Ce point est reporté au CSE du 6 juillet 2023.

d) Demande de présentation de la stratégie commerciale en lien avec les orientations stratégiques et les résultats économiques de 2022 et les conséquences sur l'exploitation ; Réflexion sur les stocks (disponibilité entrepôt et magasins, gestion des offres actives, réduction des gammes, ouverture vers de nouveaux marchés (vente de literie) ...).

Mme FELDMAN : Nous pouvons remercier Madame Karine DAMOUR d'être présente sur la totalité de ce CSE.

M. MARANDEAU : Ces questions ont été posées de manière conjointe de la part de toutes les organisations syndicales. Je vais donc me faire le porte-parole de mes collègues. De mémoire, il y a été constaté des problématiques sur la gestion des offres actives avec notamment des indisponibilités de stock ou de primes articles décalés par rapport à ce que devrait être réellement une offre active. Nous souhaiterions avoir des précisions sur l'organisation du système de ces offres actives.

Concernant la réduction de gamme, au regard de certaines indisponibilités de produits dans les rayons, est-il constaté des difficultés d'approvisionnement de produits sur certaines familles ? Y a-t-il des projets de réduction de gammes pour développer d'autres projets ?

M. BEAUBOIS : Nous avons signalé à Madame FELDMAN la baisse significative des primes articles alors que les prix de vente restaient identiques. La réponse qui nous avait été fournie était que la cause en était des ajustements. Je peux vous citer de nombreux exemples de chutes conséquentes de prime article sur des

offres actives sans que le prix de vente ait été modifié. Ce phénomène a été particulièrement constaté depuis la mi-mars et jusqu'à la fin du mois d'avril 2023. À ce titre, nos équipes de vente s'interrogent.

M. MARTIN : Étant donné que le réapprovisionnement est réalisé en fonction des stocks objectifs, parfois, nous constatons que ceux-ci ne sont pas en corrélation avec la saisonnalité ; je peux prendre comme exemple les broyeurs.

Mme DAMOUR : Nous avons des ruptures sur les broyeurs, ce n'est pas une question de QLS (Quantité de Libre-Service) ou de stocks objectifs. Dès lors que ces produits ont été disponibles, nous avons mis des challenges en place. Je vous précise que les QLS sont revus régulièrement afin de mettre à jour les produits. À propos des stocks, je vais vous rappeler le contexte de ces derniers mois. À la fin de l'année 2022, notre chiffre d'affaires a baissé. De plus, toutes les matières premières ont augmenté, donc une forte inflation avec un prix de vente moyen - notamment sur le GEM - qui a progressé de sept voire huit points. Par conséquent, nous avons des valeurs de stock très importantes sans que les volumes aient augmenté. Cette inflation a impacté tous les acteurs du marché. L'entreprise a décidé de faire du tri dans les stocks, car nous ne pouvions pas nous permettre d'avoir une augmentation de 15% de valorisation de nos stocks. Je vous rappelle qu'à la fin de l'année 2022, l'entreprise manquait cruellement de cash, car le besoin en fonds de roulement n'était pas correctement équilibré. Cette situation était en partie due à notre niveau de stock donc nous avons mis un coup de frein volontaire et nous avons souhaité ne prendre que les produits que nous vendons le mieux. Mais étant donné que les commandes étaient déjà passées, nous avons été confrontés à des ruptures et à des reprises.

Les comptes du premier semestre ont été arrêtés, en valorisation de stock, à la fin du mois d'avril 2023. Donc jusqu'à cette date, il était nécessaire d'être extrêmement vigilants sur les stocks et c'est ce que nous avons fait. D'ailleurs, je peux vous annoncer que nous avons une valorisation de stocks qui sera correcte sur le premier semestre.

Sur le mois de juin 2023, nous avons été confrontés à une dépréciation de stock très importante (500 k€), car ce sont des produits que nous avons achetés au mois d'octobre 2022 et qui n'ont pas été vendus. Par conséquent, il est nécessaire de sortir ces produits du stock. De nombreuses actions ont été mises en place, notamment, des retours qui ont été centralisés pour les faire sortir via le web. Nous avons nettoyé nos stocks pour avoir les bons produits dans les magasins. Cette opération a été compliquée pour toutes les références (8 000 références). De plus, pour le service approvisionnements, cette opération a été d'autant plus compliquée, car il devait conserver le prix moyen (la valeur de stock) et en même temps, il devait rentrer des volumes.

La semaine 22, nous avons enfin rééquilibré les stocks, donc, normalement, les produits les plus vendus (« les runners ») sont en magasin. Depuis le début du mois de juin, nous sommes sur du stock normal et nous resterons sur du stock normal.

Nous allons procéder à un nettoyage des gammes : par exemple, nous pouvons avoir vingt grille-pain et trois avec le même prix, nous pourrions avoir une montée de gamme en vente en ayant qu'un seul produit. Nous souhaitons rationaliser nos gammes. Le stock-outil est le stock en magasin, donc avec 220 magasins, si nous reprenons l'exemple des grille-pains, cette situation coûte très cher à l'entreprise. Nous menons donc des réflexions sur la rationalisation de la gamme, mais aussi sur les modèles d'expo : avec un produit qui serait peu onéreux à exposer en magasin avec le stock en réserve. Comment pouvons-nous diminuer de manière globale la valorisation de notre stock et donc notre cash ? Nous participons à des groupes de travail, mais nous n'avons pas pris de décision, donc je ne peux pas vous en dire davantage.

Nous menons aussi une réflexion sur les produits de jardinerie.

Toutes ces réflexions mèneront à des décisions très rapides dont certaines seront prises avant l'été 2023.

M. MARANDEAU : Je voulais vous alerter sur le fait que certains produits, comme des téléviseurs, ont effectivement été retournés, mais le lendemain, les salariés s'apercevaient qu'ils réceptionnaient les mêmes produits.

M. HARRE : Étant donné que l'approvisionnement des produits a été réduit afin de revaloriser le stock, avez-vous constaté une baisse du volume de ventes ?

Mme DAMOUR : Comme pendant la période de Noël, les vendeurs orientent les clients vers les produits restants, ils savent très bien le faire, mais ce n'est pas la situation idéale.

Nous pensons que nous avons davantage perdu sur le taux de concrétisation que sur le stock. Bien évidemment que s'il manquait des runners, des ventes ont été loupées, mais nous avons eu plusieurs aléas qui nous ont fait perdre de l'activité. Je vous rappelle que nous sommes en négatif en termes d'entrées dans les magasins depuis le début de l'année. Cette tendance a été observée sur l'ensemble du marché. Nous ne perdons pas de parts de marché, nous avons gagné des parts de marché en GEM. Le marché est compliqué, mais DARTY s'en sort très bien.

M. HARRE : Est-ce que le principe des 80/20 est toujours en vigueur dans la gestion des stocks ?

Mme DAMOUR : Oui. Depuis deux mois, la direction commerciale ressort de la disponibilité sur les offres actives. En effet, il est compréhensible d'être vigilant sur la valeur de notre stock, en revanche, il ne faut pas manquer de stock sur les offres actives, car c'est la définition même d'une action active, mais il ne faut pas non plus manquer de stock sur les runners : ces produits qui réalisent 80% de nos ventes. Notre objectif est d'être au-dessus de 90% sur les offres actives et sur les runners. Toutes les semaines, nous avons la disponibilité sur les offres actives et l'objectif de la direction commerciale est qu'il y ait le moins possible de rupture sur les offres actives. J'espère que nous atteindrons les 90% avant les soldes. Nous avons une réelle volonté d'atteindre l'ensemble de ces objectifs.

M. HARRE : Ces rayons avec des produits manquants, des places vides et la non-disponibilité des produits ont fortement inquiété des salariés.

Mme DAMOUR : Nous attendons les résultats du premier semestre et je pense que nous avons opté pour la bonne stratégie, même si les décisions n'ont pas toujours été faciles à prendre. Mais d'autres n'ont pas fait ces choix et ils vont certainement en pâtir. D'ailleurs, nous rachetons certains stocks réservés par nos concurrents auprès des constructeurs, car ils les bradent.

M. BRIULET : Je vais poser une question dont la réponse a peut-être été transmise en Comité de Groupe auquel les élus de la CGT ne participaient pas en raison d'une mobilisation contre la réforme des retraites. Vous avez évoqué le cash qui affichait un résultat négatif à la fin de l'année 2022 contrairement à l'année 2021 en raison, en grande partie, de la condamnation de 132 millions d'euros sur la vente de COMET. Est-ce que cette condamnation qui est intervenue en 2022 a entraîné une conséquence sur les commandes de produits pour la fin d'année 2022 ? De plus, cette situation n'a-t-elle pas eu comme incidence de mettre en place une politique de rigueur, pas uniquement dans la gestion des stocks, mais aussi dans la gestion des primes articles, etc. ? Je sais que nous avons étendu d'une année la ligne de crédit. Nous avons un milliard de trésorerie, mais aussi un milliard de dettes, donc la situation est juste à l'équilibre, ce sont les propos du directeur financier du Groupe. Cette situation va certainement inciter le Groupe à vouloir faire des économies. Sommes-nous rentrés dans une période de rigueur ? En effet, des critères précis sont mis sur les variables, certains salariés signalent que les primes baissent, etc. Cette politique de récupération du moindre euro n'a-t-elle pas une influence sur notre stratégie de développement ?

Mme DAMOUR : Ce n'est pas la condamnation relative à COMET qui est responsable de notre niveau de cash, ce sont principalement les stocks que nous n'avons pas vendus sur la fin d'année 2022, tout le reste était provisionné, car notre service financier est très compétent. Le mauvais résultat du cash est véritablement dû aux stocks achetés pour la fin d'année 2022 à hauteur de ce que nous pensions vendre et que l'activité n'a pas été au rendez-vous.

Monsieur BRIULET, vous me demandez si nous sommes sur un plan de rigueur, je vous réponds par l'affirmative et celui-ci est mis en place depuis une année.

Les choix qui sont faits par rapport au niveau du cash concernent prioritairement les capex. En effet, nous avons mis la totalité de nos capex dans le développement des LED, 12 millions d'investissements en 2023 et 18 millions sur les deux ans sont dédiés à la sobriété énergétique, alors que normalement, il était prévu plusieurs magasins en revamping global. En 2023, c'est la première année où il n'y aura pas un revamping global, car tous les capex sont dédiés au développement des LED. Mais l'installation des LED est aussi un moyen d'améliorer l'image de nos magasins. Cette opération est positive : des économies d'énergie, une luminosité supérieure et une valorisation des magasins. C'est le seul changement important par rapport au plan de sobriété de l'année 2023. Nous n'avons fait aucune modification pour nos collaborateurs. Nous sommes peut-être plus exigeants notamment sur la modulation. En effet, il était nécessaire que l'atterrissage se déroule correctement, car les conséquences financières sont très importantes, je vous rappelle que nous appliquons tout simplement les règles et la loi. Bien sûr que nous devons être exigeants, car nous avons perdu de l'argent sur 2022 et cette situation ne doit pas se reproduire en 2023. Les collaborateurs vont conserver leur niveau de rémunération. D'ailleurs, les salaires moyens des vendeurs ne font qu'augmenter, sur le mois de juin (ou mai) 2023, la rémunération moyenne a progressé de 10% par rapport à l'année 2022.

M. BEAUBOIS : Quand allons-nous passer aux étiquettes digitales en magasin ? Il me semble que ce déploiement n'est pas si important financièrement. De plus, ces étiquettes digitales s'inscrivent totalement dans la politique RSE. Ce déploiement va permettre de diminuer les erreurs de prix, le temps passé par les vendeurs, etc.

Mme DAMOUR : Si, le montant est de six millions d'euros pour tous les magasins. Mais je suis d'accord avec vous, le développement des étiquettes digitales est primordial, car nous avons énormément de prix faux dans nos magasins.

Comme je le mentionnais précédemment, notre priorité sur 2023 était la sobriété énergétique. Notre souhait est que les étiquettes électroniques soient installées dans tous les magasins, même si l'impact financier est important, nous devons mettre en place un planning de développement et nous espérons pouvoir le faire en 2024.

M. BEAUBOIS : C'est le souhait aussi de tous les élus du CSE.

Mme DAMOUR : Nous avons tout à gagner du développement des étiquettes électroniques : RSE, la charge de travail pour les collaborateurs, l'information du juste prix pour les clients, pour créer du pricing dynamique, etc. En effet, nous pourrions imaginer un changement de prix quasiment instantané en fonction de la concurrence et du contexte local.

M. BEAUBOIS : Selon vos propos, j'ai eu l'impression que cette baisse du taux de concrétisation était due aux vendeurs qui n'avaient pas concrétisé leurs ventes. Vous avez mentionné la baisse de stock, mais je souhaiterais signaler d'autres causes comme la livraison payante. Je souhaitais aussi vous signaler qu'en magasin, le taux de concrétisation est véritablement suivi.

Mme DAMOUR : Nous avons perdu 1,5 point de taux de concrétisation au début de l'année 2023, je vous rappelle que cette baisse représente 5% de chiffre d'affaires. Le taux de concrétisation est de nouveau positif, nous avons un chiffre d'affaires à -7%, nous sommes maintenant à -1%. Le taux de concrétisation est primordial, mais la démodulation, le stock, etc. ont un impact sur ce ratio. Nous connaissons les leviers pour faire progresser la concrétisation, c'est notamment le merchandising qui n'est pas satisfaisant et les clients ne trouvent pas les produits ou ils ne sont pas assez visibles.

Mme PASTERNAK : Nous n'avons pas toujours les bons produits en magasin.

Mme DAMOUR : Vous avez raison, le choix des produits est important, mais aussi la manière dont ils sont présentés, la manière de mettre les étiquettes, etc. Le merchandising est un sujet important.

M. BEAUBOIS : Des casques sont vendus à la FNAC, pourquoi ne sont-ils pas mis en place dans les magasins DARTY ?

Mme DAMOUR : Trente et un magasins DARTY seront pourvus de ces casques, le déploiement est prévu sur les magasins FNAC et sur les magasins DARTY.

M. BARAN : Vous avez évoqué les accessoires de jardinage, je vous rappelle que des accessoires de plage sont vendus dans les magasins, je ne sais pas si c'est une réussite. À ce titre, vous m'effrayez si DARTY décide de vendre des accessoires de jardinage.

Mme DAMOUR : J'évoquais les jardinières qui sont déjà présentes dans les magasins. Le sujet de la diversification est important.

J'évoquais précédemment les stock-outils dans les magasins, je vais prendre un exemple : la mobilité urbaine et les vélos électriques plus particulièrement, ces produits valent entre 1 500 et 2 000 €, nous avons parfois trois, quatre voire cinq modèles en magasin, mais quelle est la vente de ces produits par mois, sur six mois ? Il est important de se poser ces questions et c'est cette réflexion que la direction commerciale est en train de mener : faut-il avoir plusieurs modèles ou un seul ? Faut-il avoir un modèle d'expo spécifique nettement moins cher ? Ce stock-outil multiplié par des centaines de magasins représente des centaines de milliers d'euros qu'il est possible de réduire, tout en conservant notre gamme.

Je souhaiterais revenir à votre question initiale sur le retour des produits qui revenaient ensuite le lendemain dans les mutations. Il y a plusieurs explications : des produits qui ont changé de statut, par exemple pour les accessoires APPLE, nous les avons retournés et étant donné que le merchandising d'APPLE est ressorti, nous avons dû remettre les accessoires que nous avons retournés. Ce sont des aléas ponctuels.

M. MARANDEAU : Nous nous sommes interrogés sur la rentabilité entre la marge des produits et les coûts logistiques.

Mme DAMOUR : Normalement sur les trois opérations de retour que nous avons réalisées, nous n'avons pas perdu entre la marge et la logistique, je vous assure que j'ai étudié de près ces coûts. Ces retours représentent une charge de travail très importante pour les services logistiques, c'est un coût important auquel il faut ajouter le transport. Ces opérations ont tout de même été rentables, car le coût unitaire de notre logistique est relativement bas, mais il est nécessaire que nous les réduisions, car l'équilibre est tenu.

M. MARANDEAU : Nous sommes conscients que ces décisions sont nécessaires, mais sur le terrain, il serait nécessaire de les expliquer.

Mme DAMOUR : Je suis d'accord avec vous. Mais parfois les décisions stratégiques de certains constructeurs, comme APPLE, sont très rapides et il est nécessaire d'être réactif. Ce sont véritablement des changements de stratégies ou de statut - notamment sur les téléviseurs - qui ont engendré des allers-retours de ces produits.

Mme DAMOUR : Vous souhaitez que nous abordions le sujet du secteur de la literie. Il y a six ans, nous avons essuyé un échec dans le domaine de la literie, mais nous avons souhaité y revenir par l'intermédiaire des franchisés, donc un process relativement compliqué. L'objectif est de pouvoir réaliser un troisième POC sur DGO en fin d'année avec – nous l'espérons – un process DARTY. Je ne sais pas si vous avez eu l'occasion d'aller visiter les magasins de Barentin et de Montivilliers, les résultats sont très satisfaisants avec des marges très intéressantes, mais ils sont régis par un système différent des autres magasins, donc l'objectif est de leur faire intégrer le système DARTY. Nous avons le projet de lancer un POC à la fin de l'année 2023 avec les CODIC et le système DARTY. Ensuite, l'objectif est d'ouvrir d'autres rayons literie dans des magasins qui ont une appétence dans ce secteur, qui ont le marché et qui ont de la place.

M. HEREDIA : Quels sont les magasins qui ouvriraient un rayon literie ?

Mme DAMOUR : Il y a un magasin dans la région des Hauts de France, d'ailleurs, il me semble que vous avez eu l'information. Le choix des magasins sera fait par la Direction Commerciale, nous avons proposé certains magasins, dont celui de Valenciennes.

M. MARANDEAU : L'idée de réduction de gamme peut favoriser le développement de la literie.

Mme DAMOUR : Oui, mais l'objectif n'est pas d'installer des rayons literie dans tous les magasins. Nous ne sommes pas fermés à d'autres marchés, Monsieur KOENIG l'a évoqué précédemment : les secteurs de la durabilité, de la réparabilité et la sobriété énergétique. Des réflexions sont menées en Central sur les produits qui seront proposés à l'avenir dans nos magasins qui rentreraient dans notre stratégie EVERYDAY. Actuellement, DARTY se démarque de la concurrence que grâce à la partie service.

M. HEREDIA : Avez-vous envisagé la vente de panneaux photovoltaïques ?

Mme DAMOUR : Oui, c'est un des sujets de réflexion, malheureusement, je ne peux pas vous en dire davantage.

Tous les sujets de la réparabilité et de la durabilité permettront à DARTY d'être dans une démarche RSE. L'achat de NATURE ET DÉCOUVERTES et WeFix nous permet d'avoir une approche RSE.

Mme ROUSSELIÈRE : Est-ce que les anciens matelas sont repris lors des livraisons des produits de literie ?

Mme DAMOUR : Oui, mais c'est une société extérieure qui assure cette prestation de reprise, ensuite les vieux matelas sont revalorisés.

e) Les missions et la rémunération vendeur.

- Quelle est la stratégie autour de la rémunération des vendeurs au regard de la baisse régulière des primes articles, des primes accessoires, de l'omnicanalité souhaité par le groupe ?

M. HEREDIA : Je voulais revenir sur l'annonce que vous avez faite précédemment, Madame DAMOUR, sur l'augmentation moyenne de 10% de la rémunération des vendeurs. Je suis très étonné de cette progression et je ne pense pas que les vendeurs partagent votre optimisme sur le sujet de rémunération.

Mme DAMOUR : C'est une moyenne, sur la zone de Monsieur PATINEC, l'augmentation est de 17%, donc sur autres secteurs, il n'y a certainement aucune progression. Mais, aujourd'hui, les vendeurs ont bénéficié, avec le système actuel de rémunération et les NAO, d'une progression moyenne de 10% sur l'année 2022.

M. HEREDIA : Il ne faut pas oublier que le rattrapage au minimum conventionnel est une triste réalité qui a pris une véritable ampleur au sein de DARTY.

Mme DAMOUR : Je ne suis pas d'accord avec vous, les premiers mois de l'année sont généralement les plus faibles et les rattrapages qui sont intervenus entre janvier et fin avril 2023 sont de 20 points inférieurs à ceux de l'année 2022. En 2022, il y avait 48% des vendeurs sur cette période qui étaient rattrapés par le minimum conventionnel et en 2023, le taux est de 34%. C'est normal, les rémunérations ont augmenté de 10%, de

plus, le système de rémunération est conçu afin que les vendeurs gagnent toujours davantage, ne serait-ce que par la baisse du nombre des vendeurs.

En 2022, les effectifs étaient trop nombreux, mais en 2023, nous retrouvons la productivité de 2019 en nombre de clients et en nombre de vendeurs.

Le travail de la Direction Commerciale sur les primes articles a pour objectif que les rémunérations des vendeurs ne connaissent pas une augmentation importante. En effet, si les primes articles ne sont pas régulés, la hausse moyenne de la rémunération serait de 20%. L'€/10 000 doit rester stable malgré la baisse de l'effectif, je vous rappelle que l'€/10 000 est la seule prime qui varie avec l'activité, car les services sont quasiment fixes, même si nous avons modifié récemment les critères pour la Darty Max afin que l'accent soit mis sur le recrutement.

M. HEREDIA : Nous avons évoqué la politique sociale de l'entreprise et je vous rappelle que le nombre de vendeurs n'a jamais été aussi bas depuis sept ans. Au 31 décembre 2022, il y a 1 064 vendeurs.

Mme DAMOUR : La productivité du début de l'année 2023 est la même que celle de 2019 sachant qu'il y avait davantage de clients en magasin. À ce titre, si la baisse d'activité est de 10%, il y aura encore moins de vendeurs, car mon objectif est en adhérence par rapport à l'activité. Nous avons pu constater que les entrées en magasin sont en augmentation par rapport aux premiers mois de l'année 2023, donc nous allons recruter des vendeurs. L'objectif de l'ADC est faire des variations grâce à l'€/10 000 afin que les rémunérations n'augmentent pas de manière importante.

M. HEREDIA : Effectivement, il y a moins d'activité et les vendeurs sont moins nombreux donc leur rémunération n'en pâtit pas, mais la charge de travail reste la même voire plus elle est plus importante, et les vendeurs sont moins nombreux pour l'assurer.

Mme DAMOUR : C'est la même situation qu'en 2019, car la productivité est la même, donc il y a le même nombre de vendeurs pour assurer le niveau de charge actuel, car depuis des années, nous n'avons pas remonté les productivités. Si elles étaient augmentées, la charge de travail quotidienne serait supérieure. Les seules productivités qui ont été constatées sont la conséquence d'une forte rotation des effectifs dans certains magasins.

Nous avons remonté les productivités en fin d'année 2022, car nous étions très éloignés de notre budget.

Mme LELUBEZ : Par rapport à 2019, les vendeurs ont davantage de missions à assurer, la Visio par exemple.

Mme DAMOUR : D'après vous, combien de temps le vendeur passe-t-il devant les clients en une journée de travail ?

Mme DA ROCHA PEREIRA : Il est compliqué de répondre à cette question, mais selon moi, les vendeurs passent entre quatre et cinq heures devant des clients.

Mme DAMOUR : Nous réalisons des statistiques sur cet item tous les six mois et la durée est moins de quatre heures par journée de travail. Effectivement, les vendeurs doivent gérer les étiquettes, le merchandising, etc. Nous pouvons estimer que les vendeurs ont une heure par jour où ils auraient la possibilité d'avoir un client en Visio et donc s'ils le souhaitent, de réaliser du chiffre d'affaires supplémentaire. Selon moi, ce principe est très positif, car il apporte du chiffre d'affaires complémentaire, mais les vendeurs n'ont pas l'obligation de faire de la Visio.

Mme DA ROCHA PEREIRA : Dans les rayons, il y a des erreurs d'étiquetage et ce sont toujours les mêmes vendeurs qui assurent ces missions. Si les vendeurs ne passent que quatre heures devant les clients, ils sont très efficaces et compétents, car ils réussissent à concrétiser l'acte de vente très rapidement, félicitations à eux ! Mais la réalité du terrain est différente, les vendeurs qui assurent correctement toutes leurs missions, sont occupés toute la journée.

Je ne suis pas d'accord sur le principe que la Visio doit se faire sur les temps morts de la journée, selon moi, il serait préférable qu'un vendeur soit missionné sur la Visio sur un temps donné. Comment gérez-vous l'arrivée d'un client en magasin pendant que le vendeur est en Visio ?

Mme DAMOUR : Le vendeur doit être disponible pour les clients en magasin et alors dès qu'il y a des temps morts – et nous savons que dans une journée, il y a des périodes où il n'y a pas de client en magasin – le vendeur peut se connecter en Visio, mais je vous rappelle que c'est seulement s'il le souhaite. La Visio est l'opportunité donnée aux vendeurs de conseiller les clients et d'avoir une rémunération complémentaire. Aujourd'hui, les statistiques nous montrent que nous avons davantage de vendeurs connectés que de clients qui appellent.

Mme LELUBEZ : Je fais de la Visio et je n'ai jamais eu de statistiques, donc je ne peux pas savoir quelle sera ma rémunération complémentaire liée à la Visio.

Mme DAMOUR : La zone qui a réalisé le meilleur chiffre en Visio est DGO 2 (la Haute-Normandie). La meilleure vendeuse est au magasin de Lorient pour le mois de mai 2023. En Visio, nous n'avons pas de problématique de trafic, de NPS, de conversations, etc.

Comme pour les autres animations, il est normal que les managers demandent à leur équipe de faire de la Visio.

Je vous le répète, si le vendeur est occupé, il ne lui sera pas demandé de faire de la Visio.

M. MARANDEAU : Quel est le taux de concrétisation d'une vente en Visio ?

Mme DAMOUR : Il est de 8%.

M. MARANDEAU : Si un client souhaite acheter une machine à laver en magasin, selon moi, le vendeur a 90% de chance de concrétiser sa vente, donc la prime concédée pour une vente en Visio n'est pas intéressante techniquement pour le vendeur. En effet, il va passer du temps en Visio pour vendre une machine à laver qui lui rapportera 0,10€ de prime sachant qu'il a huit chances sur 100 de concrétiser sa vente. Je comprends la stratégie de l'entreprise sur la vente en Visio dans le principe de l'omnicanalité et mettre les vendeurs en face des clients, ce principe a évidemment du sens.

Je vous rappelle que nous avons changé quatre fois le système de rémunération de la Visio. Selon moi, la Visio a été lancée sans objectif particulier et des ajustements sont continuellement opérés. Est-ce que la rémunération, telle qu'elle est pratiquée aujourd'hui pour la Visio, apporte un réel intérêt pour les vendeurs ?

Mme DAMOUR : Les bons vendeurs ont une très bonne rémunération grâce à la Visio. Je vous rappelle que le taux de concrétisation de 8% est une moyenne donc elle est impactée par les nouveaux vendeurs qui ne font que des connexions, les bons vendeurs qui ont une réelle expérience réalisent des PVM très satisfaisants, donc son taux de concrétisation sera bon.

Nous avons cherché des solutions pour la gestion de l'attente des clients, elles n'ont pas été satisfaisantes (brassard, chasubles, etc.) et la seule est la même gestion qu'une file d'attente de clients physiques en magasin : savoir-faire attendre le client. Je sais que cet exercice est complexe, il est différent avec la Visio, mais il n'est pas nouveau.

M. MARANDEAU : Pourquoi n'avons-nous pas mis en place le même système de rémunération dans la Visio que celle en vigueur en magasin ? L'acte de vente est le même, la seule différence est qu'il se réalise sous la forme digitale.

Mme DAMOUR : Mais le chiffre d'affaires généré par la Visio est un chiffre d'affaires internet, comme celui généré par Darty.com et nous sommes considérés comme un prestataire qui touche une commission, c'est la loi. Par conséquent, le chiffre d'affaires de la Visio n'est pas imputé au magasin.

M. BARAN : Sur la MARKET PLACE, les clients posent des questions sur des produits que les vendeurs ne connaissent pas.

Mme DAMOUR : Avec Darty.com, nous essayons de filtrer au maximum les demandes des clients, d'ailleurs, elles ont considérablement réduit même si certaines passent encore entre les mailles du filet.

Nous avons bien évidemment encore des problématiques à régler comme l'envoi du SMS à la fin de la conversation en Visio afin que le client puisse acheter immédiatement après l'appel.

M. MARANDEAU : Il y a de nombreuses années, il avait été installé au sein de DARTY le principe de la Wishlist, où l'adresse mail du client était renseignée et si le client validait sa commande, le vendeur était primé sur cette vente.

Mme DAMOUR : Les ventes en Visio passent par le système Advise et elles ne peuvent pas être rattachées au magasin. De plus, les clients qui se connectent peuvent résider sur d'autres UES.

M. MARANDEAU : Nous ne pouvons pas identifier les produits vendus par magasin ?

Mme DAMOUR : Nous ne pouvons identifier qu'un chiffre d'affaires par magasin.

Mme LELUBEZ : Avec le principe de la Wishlist, le vendeur est primé sur les ventes réalisées ?

Mme DAMOUR : Oui. Effectivement, c'est une bonne pratique, mais ce n'est pas celle qui est recommandée.

Mme LELUBEZ : Je voulais aussi vous signaler que de nombreux vendeurs ne font que du tchat, car ils enlèvent la caméra, donc ce n'est pas de la Visio.

Mme DAMOUR : L'objectif est effectivement de faire de la Visio, d'ailleurs c'est notre force d'avoir un client en face du vendeur.

M. BEAUBOIS : Madame DAMOUR, vous avez indiqué précédemment que la productivité n'avait pas été augmentée depuis 2019, or, selon moi, la mise en place de la Visio est une manière d'augmenter la productivité des vendeurs lorsqu'ils sont inactifs.

Mme DAMOUR : La productivité n'a pas été modifiée sur la vente physique. Mais sur le temps masqué – le temps où le vendeur est inactif – il peut se mettre en Visio.

M. BEAUBOIS : Ce n'est pas parce qu'un vendeur ne fait pas de vente, qu'il est inactif, car il doit assurer d'autres tâches.

Mme DAMOUR : Dès lors que le vendeur a du temps libre, il peut faire de la Visio et ainsi récupérer du chiffre d'affaires complémentaire. Vous êtes d'accord avec moi que si un collaborateur a trois heures de temps libre dans sa journée, il lui sera confié des tâches supplémentaires.

M. BEAUBOIS : La Visio a un impact sur la productivité, donc je ne comprends pas que vous puissiez affirmer qu'il n'y a pas eu d'augmentation de la productivité.

Mme DAMOUR : Je ne suis pas d'accord avec vous, car le vendeur choisit s'il souhaite faire ou non de la Visio.

M. BEAUBOIS : Ceux qui choisissent de faire de la Visio font une tâche supplémentaire par rapport à 2019 et donc ils produisent.

Mme DAMOUR : Oui et ils ont certainement une rémunération supplémentaire par rapport à 2019.

M. BEAUBOIS : La réalité est qu'il y a une augmentation de la productivité des vendeurs par la mise en place de la Visio, même si tous n'en font pas !

Mme DAMOUR : Je n'ai pas la même vision que vous : nous permettons aux vendeurs d'avoir davantage de clients en face d'eux.

M. BEAUBOIS : Je suis d'accord avec vous, mais je suis choqué que vous affirmiez qu'il n'y a pas d'impact sur la productivité.

Mme DAMOUR : Mais je vous le répète : la Visio n'a pas d'impact sur la productivité. Ce serait le cas s'il leur était demandé d'assurer une tâche supplémentaire dès lors qu'ils sont occupés à 100%. Dans le cadre de la Visio, nous demandons à ceux qui le souhaitent, pendant leur temps masqué, de pouvoir rentrer en contact avec des clients et ainsi obtenir de la rémunération supplémentaire. Ce principe est, par conséquent, très positif.

M. BEAUBOIS : Je suis d'accord avec vous, mais selon moi, le premier objectif de la Visio est d'occuper les vendeurs lorsqu'ils sont inactifs pour les rendre davantage productifs.

Mme DAMOUR : Je vous confirme qu'il n'y a pas de modification de productivité, il y a des vendeurs volontaires qui souhaitent vendre davantage et obtenir une rémunération complémentaire. D'ailleurs, il me semble que nous avons constaté une baisse de productivité, mais je vous confirmerai cette analyse.

Mme LELUBEZ : Je souhaiterais que vous nous apportiez des précisions sur les vendeurs qui arrivent à réaliser 200€ de primes en Visio : nombre de contacts, taux de concrétisation, etc.

Mme DAMOUR : Nous allons recueillir les témoignages des vendeurs qui réalisent de bonnes performances en Visio et nous vous les transmettrons. J'ai noté aussi que vous n'avez pas de statistiques de ventes en Visio, Madame LELUBEZ.

M. BARAN : Avez-vous les horaires des prises d'appels ?

M. MARANDEAU : Nous avons constaté des heures de connexion anormales sur l'outil.

Mme DAMOUR : Non, mais je peux vous assurer que nous sommes vigilants sur les horaires, car il a été constaté que certains collaborateurs s'étaient connectés en dehors de leurs horaires de travail.

M. MARANDEAU : Avez-vous constaté des vendeurs qui s'investissent dans la Visio et qui sont en dessous du minimum conventionnel ? Ce serait une situation véritablement navrante.

Mme DAMOUR : Nous n'avons pas fait cette analyse.

M. MARANDEAU : Cette analyse serait pourtant intéressante.

Mme FELDMAN : Votre demande d'analyse me paraît difficile à réaliser.

Mme DAMOUR : Je comprends vos différentes remarques et interventions, mais je vous rappelle que la Visio est un moyen supplémentaire de mettre un client en face d'un vendeur, c'est une démarche très positive. Mais, c'est la loi de l'offre et la demande, en effet, nous avons plus de vendeurs connectés que de clients qui prennent contact ! Les bons vendeurs sont ceux qui transforment leurs ventes, pas ceux uniquement qui répondent.

Mme LELUBEZ : Pourriez-vous me confirmer que les appels sont arrivés toujours sur les mêmes sites pendant une certaine période ?

Mme DAMOUR : Le principe de la répartition des appels est aléatoire. Mais effectivement, certains sites n'ont pas reçu d'appels pendant des journées complètes, cependant, il m'a été confirmé qu'il n'y avait pas eu de bug. La répartition aléatoire est respectée, de plus, je vous rappelle qu'il y a plus de vendeurs que d'appels de clients.

Mme LELUBEZ : Cette situation a fortement démoralisé les vendeurs qui souhaitaient faire de la Visio. De plus, dès lors que notre manager a fait remonter cette problématique, bizarrement, les appels en Visio sont plus nombreux.

Mme DAMOUR : Je n'ai pas eu la confirmation de votre constat, Madame LELUBEZ. Certains jeunes vendeurs font énormément de Visio, mais le plus difficile est la transformation de ces appels en ventes.

Mme LELUBEZ : De mémoire, l'objectif du taux de transformation était de 6% en 2022.

Mme DAMOUR : Il était de 8% en 2022, le taux de 6% était lors du démarrage de la Visio.

Mme LELUBEZ : En 2022, j'ai fait des journées complètes en Visio et le taux de transformation ne dépassait pas 6%.

Mme DAMOUR : Ce n'est pas le principe de la Visio de la dédier sur une journée complète, les vendeurs peuvent faire de la Visio lorsqu'il n'y a pas de client en magasin. Je peux vous faire une annonce : le meilleur magasin et la meilleure vendeuse en Visio sur le mois d'avril 2023 est sur DGO (magasin de Lorient).

M. TALLE : Je souhaiterais revenir sur les offres actives. En effet, dans de nombreux rayons, des articles ne sont pas primés en offre active pourtant ils ont le même prix de vente et leur prime est supérieure à une offre active.

Mme DAMOUR : Normalement, dans un quartile de prix d'un rayon, les offres actives doivent être supérieures aux autres. Par exemple sur 30 machines à laver, il y a quatre quartiles de prix et dans chacun, il y a deux offres actives qui sont supérieures aux autres. Ce principe est en vigueur pour tous les rayons.

M. TALLE : Je suis vendeur principalement en produits Bruns notamment sur le rayon informatique et depuis sept voire huit ans, ce principe des offres actives n'est pas respecté particulièrement pour les PC portables. L'objectif est de remettre en place les offres actives et non pas de baisser les primes articles.

Mme DAMOUR : Il y a un équilibre sur €/10 000 à respecter sur les familles de produits, ensuite, il faut réaliser le quartile de prix en faisant ressortir deux offres actives pour chaque quartile.
Je vais étudier l'exemple que vous nous avez transmis.

M. TALLE : Je vous propose de vous transmettre les informations.

Mme DAMOUR : Je vous remercie de m'envoyer des exemples sur les PC et sur d'autres produits si vous en avez.

M. TALLE : Je voulais aussi vous signaler que les primes relatives à certains accessoires notamment les « jackpots » ont connu de baisse très forte.

Mme DAMOUR : Effectivement, les primes sur les accessoires sont relativement basses.

M. TALLE : J'ai en tête l'exemple d'un disque dur SAMSUNG qui était primé 3,40€, ensuite à 2,20€ et enfin à 1,10€ sans que son prix de vente ait été modifié, ce produit est pourtant identifié comme « jackpot ».

Mme DAMOUR : La règle est que l'offre active ou le « jackpot » doit être davantage primé. Mais il est possible que l'€/10 000 ait été baissé sur une famille complète, suivant les saisons par exemple.
Parfois, nous avons des accords avec des fournisseurs sur certains CODIC et étant donné que l'orientation de la vente passe par €/10 000, des décisions sont prises pour augmenter la vente de certains produits. Je ne suis pas informée de toutes les décisions prises.

M. TALLE : Nous souhaiterions savoir s'il est possible d'avoir une liste des primes.

Mme DAMOUR : Nous ne souhaitons pas communiquer largement sur l'€/10 000, car la concurrence serait ravie d'en avoir connaissance. Le système de prime reste disponible sur le système interne de DARTY.

Mme DA ROCHA PEREIRA : En ce moment, certains produits comme les ventilateurs sont primés à 0,10€.

Mme DAMOUR : Vous connaissez le principe : un produit facilement vendable aura une petite prime article.

Mme DA ROCHA PEREIRA : Je ne suis pas d'accord, les aspirateurs DYSON aussi sont primés à 0,10€ bien que la vente de ces produits nécessitent une explication au client.

Mme DAMOUR : Il ne faut pas oublier la marge du produit.

M. TALLE : Lors de la sortie des derniers IPHONE, les vendeurs ont été primés 0,10€, car c'est le client qui fait la démarche d'achat et généralement, les vendeurs doivent rappeler le client, car la date de disponibilité est reportée. C'est beaucoup de temps passé pour une prime à 0,10€, sachant que les IPHONE sont des produits à très forte valeur, à ce titre, j'estime que la prime pourrait être augmentée lors des lancements des nouveaux IPHONE.

Mme DAMOUR : Un produit qui est très souvent demandé sans qu'il y ait la totalité d'un acte de vente, doit être primé au plus bas, c'est une des règles de l'€/10 000 qui a toujours été en vigueur. La prime article ne prend pas en compte le temps passé pour la vente. La stratégie de l'entreprise est de primer au minimum des produits comme APPLE ou DYSON, car l'acte de vente n'a pas demandé d'effort même s'il est nécessaire de rappeler le client. Si ces produits sont primés à seulement 0,10€ c'est pour motiver les vendeurs à orienter les clients vers d'autres produits plus chers ou qui ont une marge plus intéressante pour DARTY.

M. TALLE : Selon moi, ce n'est pas la bonne solution, car si le vendeur oriente les clients vers d'autres marques, mais que ce n'est pas le souhait du client, il va se diriger vers BOULANGER. Cette prime de 0,10€ pour la vente de produits DYSON ou APPLE est, selon moi, une aberration.

Mme DAMOUR : Certains clients ne souhaitent que des produits DYSON ou APPLE et ils ne changeront pas d'avis, d'ailleurs ils les achèteront à DARTY ou dans une autre enseigne, donc la prime ne peut pas être supérieure à 0,10€. Mais effectivement, le challenge est que les vendeurs orientent les clients vers des produits différents, ROWENTA pour l'exemple des DYSON.
J'entends vos remarques, mais ce principe de prime à 0,10€ sur les produits APPLE, DYSON ou autres ne changeront pas.

M. TALLE : Selon moi, nous perdons du chiffre d'affaires.

Mme DAMOUR : Nos ventes sont reconnues dans la distribution comme étant complètes, nous sommes les seuls à avoir un chiffre d'affaires aussi important dans la prestation de services. Nous sommes reconnus comme ayant de très bonnes techniques de vente et nous les mettons réellement en place, lorsque nous vendons de vrais produits avec de vrais services, c'est-à-dire un écosystème complet d'acte de vente selon le principe DARTY ; et selon moi, il n'est pas compatible avec la vente de produits DYSON ou APPLE. Je peux comprendre que les vendeurs n'adhèrent pas à ce principe, car ils auront 0,10€ de prime sur un produit dont le prix de vente est relativement important, mais c'est la stratégie de l'entreprise et celle-ci est en place depuis de nombreuses années, donc elle ne sera pas modifiée.

M. MARANDEAU : Nous sommes conscients que cette situation ne changera pas. Précédemment, la vente d'accessoires était réellement primée, car le taux de marge était de 60% voire 70%, d'ailleurs c'est toujours le cas et pourtant depuis quelques années, la vente d'accessoires n'est plus animée et elle n'est plus rémunérée à sa juste valeur. Selon moi, les ventes d'accessoires sur l'année 2023 seront les bienvenues, car elles sont génératrices de marge, par conséquent, il serait judicieux d'animer de nouveau les ventes d'accessoires.

Mme DAMOUR : Que souhaiteriez-vous en termes d'animation ?

M. MARANDEAU : La première étape est une rémunération correcte sur la vente des accessoires.

Mme DAMOUR : Pendant des années, au sein de DARTY, nous avons le taux d'attachement qui était animé sur la vente d'accessoires, mais depuis quelques années, nous avons perdu ce taux d'attachement. En 2022, nous avons relancé la vente d'accessoires avec des animations sur le merchandising, la mise en place des produits « jackpots », etc., mais nous ne pouvions plus mesurer ce taux d'attachement. Depuis deux années que je suis à mon poste, je demande que le taux d'attachement soit rétabli afin de pouvoir animer les ventes correctement. Normalement, nous devrions avoir des mesures du taux d'attachement à la fin du mois de juin 2023, nous pourrions ainsi reprendre l'animation individuelle des ventes d'accessoires.

M. HEREDIA : Donc le vendeur rattrapé est en voie de disparition ?

Mme DAMOUR : Je peux juste vous dire que le nombre de vendeurs rattrapés est en baisse de 20 points.

M. TALLE : Je voulais vous signaler que toutes les housses (coques) de téléphone sont référencées à 0,10€. Pour le rayon des cartouches, il y a 263 références dans la famille et 194 sont à 0,10€, les autres ne dépassent pas 0,50€ voire 0,60€ sur ces cartouches qui peuvent coûter jusqu'à 200€ le pack.

Pause déjeuner 13h-14h30.

Mme DA ROCHA PEREIRA : Monsieur KOENIG a indiqué, lors de son intervention, que l'objectif donné aux chefs produits est d'acheter des produits plus fiables, par conséquent, les vendeurs vont, eux aussi, proposer des produits plus fiables qui ont certainement une bonne marge, à ce titre, j'espère que les primes de ces produits seront importantes.

Mme DAMOUR : Effectivement, cela devrait être le cas, pour l'instant, ce n'est pas la tendance, mais des discussions avec la Direction Commerciale sont en cours afin que ces produits plus fiables aient une prime article plus intéressante pour les vendeurs. L'objectif est d'acheter mieux avec une marge suffisante, donc il y a un véritable partenariat tissé avec les fournisseurs.

Mme DA ROCHA PEREIRA : J'espère que la démarche aboutira, car les vendeurs ne mettront pas toute leur énergie pour vendre des produits primés à 0,10€.

Mme DAMOUR : Pensez-vous que les offres actives sont sur des produits durables ?

Mme DA ROCHA PEREIRA : C'est souvent le cas.

Mme DAMOUR : Donc il n'y a pas de problème et cette politique sera conservée, effectivement, il y a des cas particuliers, mais l'objectif de la Direction Commerciale est de primer les produits durables.

- Conséquence de l'application d'une stratégie France sur les petits sites de province (difficulté de construire une rémunération au-delà du minimum conventionnel pour certains sites)

Mme LELUBEZ : Dans les gros magasins, le flux est plus important, donc il est plus facile pour les vendeurs de faire progresser leur variable. Mais sur les magasins plus petits, j'ai pu constater une différence de rémunération avec les vendeurs des grands magasins donc le rattrapage au minimum conventionnel est quasiment systématique tous les mois.

Mme DAMOUR : Cette problématique a toujours existé chez DARTY. En effet, il y a toujours eu des différences de rémunération entre le magasin de République et un espace de vente en province pour notamment des questions de flux.

Mme LELUBEZ : Je travaille chez DARTY depuis 30 ans et ce n'est que très récemment que j'ai eu connaissance que les vendeurs des petits magasins étaient rattrapés au minimum conventionnel.

M. PHILIPOT : Précédemment, dans les petits magasins, le coefficient de prime était légèrement supérieur.

Mme DAMOUR : Les petits magasins ont des conditions et des avantages spécifiques. Je ne sais pas si l'augmentation moyenne de la rémunération des vendeurs en 2023 a davantage profité ou pas aux petits magasins, je pourrais analyser ces éléments, mais je ne suis pas certaine que les petits magasins soient perdants par rapport à l'augmentation moyenne de rémunération.

M. BRIULET : Selon moi, les petits magasins ont augmenté leur rémunération moyenne à minima grâce aux augmentations obligatoires du SMIC et des minimas conventionnels.

Mme JUILLIEN : J'ai comparé les salariés rattrapés au minimum conventionnel des petits et des grands magasins et il n'y a aucune différence significative. Pour les petits magasins que vous m'avez proposés, le taux de vendeurs rattrapés au cumul sur les mois de janvier, février, mars et avril 2023 est le suivant :

- Magasin de Lisieux : 19,7%, ce taux est inférieur à la moyenne nationale,
- Magasin de Rouen Droite : 20%,
- Magasin de Castres : 10%,
- Magasin de Saintes : 54,5%,
- Magasin de Rodez : 33,3%,
- Magasin d'Atlantis : 41,2%,
- Magasin de Roncq : 18,8%

Ci-dessous les taux pour des magasins dont le chiffre d'affaires est conséquent :

- Magasin d'Angers : 33,3%,
- Magasin de Rennes : 27,9%,
- Magasin de Rennes Chantepie : 39,1%,
- Magasin de Blagnac : 19,6%,
- Magasin de Bayonne : 23,5%,
- Magasin de Montargis : 18,5%,
- Magasin de Nantes-Saint-Sébastien : 28,1%.

Selon moi, il n'est pas possible de tirer des conclusions de ces données. Le taux de vendeurs rattrapés varie selon les magasins et certainement pour d'autres motifs que ceux de la situation géographique et de la taille du magasin.

M. EL AMARTI : Je suis surpris du taux sur le magasin d'Atlantis, car tous les vendeurs en CDI ont été rattrapés au minimum conventionnel.

Mme JUILLIEN : J'ai sélectionné les métiers de la vente sans filtrer le type de contrat.

M. MARTIN : Il serait intéressant que les managers aient ces informations sur leurs vendeurs rattrapés au minimum conventionnel afin qu'ils puissent échanger avec eux lors des debriefs mensuels et ainsi donner des pistes d'amélioration.

Mme DAMOUR : Un nouvel outil POWERBI sera bientôt mis à la disposition des responsables de magasins, les DV l'utilisent déjà. Après des années de demandes répétées, nous sommes satisfaits qu'il soit enfin abouti. Je vous rappelle que précédemment le responsable remettait en main propre les bulletins de salaire, cette pratique permettait d'animer et de débriefer les activités des collaborateurs, ainsi que vérifier les données relatives à la rémunération.

M. HEREDIA : Je vous signale qu'il convient d'être vigilant sur les informations relatives à la rémunération des salariés qui sont mises à la disposition du manager. En effet, le droit du travail est très pointilleux sur les notions de classement des salariés. Mais d'après vos explications, Madame DAMOUR, ce nouvel outil est destiné à échanger avec les salariés sur leurs éventuelles difficultés dans l'exercice de leurs missions.

D'ailleurs, c'est une obligation légale, car dès lors que la rémunération comprend une part de variable, le manager doit pouvoir transmettre à ces collaborateurs les éléments les plus factuels possible qui composent le variable. Lorsque les bulletins de salaire étaient remis en main propre, cette disposition était respectée, mais dès lors qu'ils ont été envoyés par mail, cette obligation légale n'était plus respectée.

Mme DAMOUR : La demande des managers est aussi d'avoir un outil pour simuler la rémunération des salariés en modifiant les éléments relatifs au variable.

- f) Présentation de la stratégie de déploiement sur la France avec l'expansion de la franchise (cannibalisation des intégrés, conséquence sur le commerce, ouverture de franchisés de plus en plus proche des intégrés). EVERYDAY précise que 100% des magasins doivent être rentable en 2025, cela induit-il un basculement à la franchise pour certains intégrés ?

Mme DAMOUR : Lorsqu'un magasin franchisé souhaite ouvrir, le futur responsable doit présenter un dossier auprès du Comité d'Investissement, auquel j'assiste avec Christophe DUPOUY qui gère la franchise, le directeur financier, le directeur comptable et François GAZUIT. À l'issue du Comité d'Investissement, nous devons avoir une estimation de la rentabilité du futur magasin franchisé, selon le même principe qu'un magasin intégré. Nous évaluons aussi les parts de marché que ce magasin franchisé va prendre aux magasins FNAC et DARTY situés à proximité.

Je vais vous exposer quelques exemples :

- Les magasins de Gaillac (franchisé) et d'Albi (intégré) : Le magasin d'Albi est censé perdre 5 % de parts de marché, mais les deux magasins Gaillac et Albi devraient rapporter au global +3,6 % de parts de marché. Par conséquent, nous gagnons des parts de marché sur la zone.
- Les magasins de Bayonne et de Saint Jean-de-Luz vont, au global, gagner 13% de parts de marché sur la zone.

À chaque fois qu'un magasin franchisé ouvre, l'objectif est que son résultat cumulé avec celui du magasin intégré de la zone permettent de prendre des parts de marché à la concurrence. Donc le réseau français s'étend grâce à l'ouverture de magasins intégrés ou franchisés en prenant des parts de marché sur la concurrence.

Vous avez bien compris que nous ne pouvions pas investir dans l'ouverture de magasins intégrés donc nous avons intérêt à mettre des capex sur les franchisés.

Le budget du magasin intégré impacté par l'ouverture d'un magasin franchisé est calculé en prenant en compte la perte de chiffre d'affaires et de rentabilité, mais la globalité gagne.

Pour l'entreprise, ce principe est bénéfique, car nous prenons des parts de marché et davantage de place sur le réseau.

Je vous rappelle que les magasins franchisés nous versent une commission.

Mme ROUSSELIÈRE : Lors de la présentation de la franchise au centre d'appels, il nous avait été annoncé qu'il n'y aurait pas de magasin franchisé à moins de 30 kilomètres d'un magasin intégré. Mais je vous signale que le magasin franchisé de Sainte Eulalie est situé à dix kilomètres du magasin de Bordeaux Lac,

Mme DAMOUR : L'impact n'est pas analysé en kilomètres, mais en temps d'approche et en zone commerciale. Certaines zones sont relativement étanches, c'est-à-dire que nous allons récupérer de la clientèle marginale en ouvrant un franchisé.

Lorsque nous validons l'ouverture d'un magasin franchisé, nous sommes conscients qu'il va entamer une partie des parts de marché du magasin intégré DARTY ou FNAC situé à proximité, mais il va surtout récupérer une grosse partie de la clientèle marginale donc un chiffre d'affaires important.

Je vous rappelle que les franchisés ont des zones d'exclusivité, donc en cumulant la zone du magasin intégré et celle du magasin franchisé, elles seront obligatoirement plus importantes que la zone unique.

Mme ROUSSELIÈRE : Vous avez pris l'exemple de magasins séparés d'une centaine de kilomètres, mais pour l'exemple que je vous cite des magasins de Sainte Eulalie et de Bordeaux Lac, avec une circulation fluide, ils sont situés à 10 minutes l'un de l'autre.

Mme DAMOUR : La question est la suivante : combien de parts de marché et de chiffre d'affaires a perdu le magasin de Bordeaux Lac et combien avons-nous gagné avec les deux magasins ? Je peux y répondre : je suis certaine que nous avons gagné, au global, des parts de marché et du chiffre d'affaires.

Mme ROUSSELIÈRE : Le Groupe FNAC-DARTY a effectivement gagné des parts de marché et du chiffre d'affaires, mais pas le magasin de Bordeaux Lac.

Mme DAMOUR : Le budget du magasin de Bordeaux Lac a été diminué et la globalité a gagné des parts de marché et du chiffre d'affaires, l'objectif est que le Groupe FNAC-DARTY soit gagnant.

Mme ROUSSELIÈRE : Le Groupe est gagnant, mais pas forcément DGO.

M. HEREDIA : Il faut aussi prendre en compte l'impact de l'ouverture d'un magasin franchisé sur les effectifs du magasin intégré.

Mme DAMOUR : Nous n'avons jamais constaté une perte de chiffre d'affaires liée à l'ouverture d'un magasin intégré qui pouvait engendrer la perte d'un collaborateur. Je n'ai jamais connu de forte cannibalisation de la rentabilité, si c'était le cas, nous n'aurions aucun intérêt à autoriser l'ouverture d'un magasin franchisé.

M. MARANDEAU : Un nouveau modèle a récemment émergé : un magasin franchisé dédié à la cuisine, à la literie et aux dressings qui est accolé au magasin intégré sur le site de Montauban. J'entends que ce ne sont pas les mêmes produits qui sont vendus dans les deux magasins. Mais le magasin franchisé peut vendre des produits de gros électroménager dans son espace cuisine, car l'accord passé avec DARTY est uniquement verbal. En effet, il n'a aucun intérêt à orienter les clients vers son voisin intégré.

Mme DAMOUR : D'après vous combien de cuisines seront vendues par ce magasin franchisé ?

M. MARANDEAU : La crainte des collaborateurs du magasin intégré est d'être rachetés par ce magasin franchisé dans quelques années.

Mme DAMOUR : Ce sont deux magasins complémentaires. La franchise est l'expansion de nos magasins intégrés. En effet, nous ne pouvons pas investir 1 million voire 1,2 million pour ouvrir de nouveaux magasins intégrés, le réseau de la franchise investi en ouvrant des surfaces de vente, donc les magasins franchisés sont complémentaires aux nôtres, car ils proposent aux clients une offre DARTY complète. Il n'a jamais été question que le réseau de la franchise rachète des magasins intégrés.

M. MARANDEAU : Madame DAMOUR, vous voyez cet exemple dans votre prisme de stratégie commerciale, mais je vous le répète, les salariés du magasin intégré de Montauban sont inquiets de l'implantation du magasin franchisé avec une telle proximité. Je vous signale que les mutations du magasin franchisé sont réceptionnées dans le magasin intégré.

Mme DAMOUR : Je n'avais pas eu l'information sur l'inquiétude de ces salariés du magasin de Montauban.

M. MARANDEAU : Selon moi, le responsable du magasin franchisé n'attend qu'une chose : que le magasin intégré de Montauban soit cédé à la franchise.

Mme DAMOUR : Le magasin intégré de Montauban est rentable, alors quel serait mon intérêt de céder ce magasin à la franchise ?

M. MARANDEAU : Ce que je souhaite et ce que souhaitent les équipes du magasin intégré de Montauban, c'est que vous nous rassuriez, Madame DAMOUR, en indiquant clairement qu'il n'y a aucune volonté de céder ce magasin au réseau de franchisé.

Mme DAMOUR : À ce jour et dans les années à venir, il n'y a aucune volonté de céder le magasin intégré de Montauban. Je vous le répète, nous cédonc les magasins qui ne sont pas rentables.

M. MARANDEAU : Je suis très satisfait de votre réponse et je me permettrai de la relayer aux équipes du magasin de Montauban.

Mme DAMOUR : Des ouvertures de franchisés vont encore intervenir dans les centres-villes notamment dans le secteur de la cuisine, car nous ne sommes pas capables de nous étendre via les capex, mais il est nécessaire que nous continuions à nous développer grâce au réseau de la franchise. Là où nous ne sommes pas implantés, ce sera un concurrent qui va s'installer.

M. BEAUBOIS : Je vais reprendre l'exemple du magasin de Bordeaux-Lac, d'ailleurs, ce magasin intégré est entouré de magasins franchisés, j'entends que le Groupe gagne du chiffre d'affaires et des parts de marché. Néanmoins, même si le budget du magasin de Bordeaux-Lac est diminué, il faut prendre en compte l'augmentation des frais de siège, des coûts de l'énergie, etc. Par conséquent, des petits magasins pourraient se retrouver à la limite de la rentabilité et je vous rappelle qu'Enrique MARTINEZ a annoncé qu'à l'horizon 2025, tous les magasins non rentables seraient fermés, d'où notre inquiétude.

Mme DAMOUR : Effectivement, un magasin peut devenir non rentable pour différentes raisons (l'impact de la concurrence, des franchisés, etc.) et la décision peut être prise de le fermer. Je vous rappelle que l'augmentation des frais de siège est liée à l'inflation, donc effectivement, certains magasins peuvent être en difficulté.

M. BEAUBOIS : L'inflation n'est pas la seule cause de l'augmentation des frais de siège. En effet, il y a eu une modification du calcul des frais de siège, car normalement ils sont calculés en fonction du chiffre d'affaires des magasins, mais lors de la dernière commission économique, nous avons pu constater que les frais de siège étaient en augmentation malgré la baisse de chiffre d'affaires de certains magasins.

Mme DAMOUR : Les frais de siège ont toujours été calculés en fonction du chiffre d'affaires, mais l'inflation générale des coûts du Groupe fait que les frais de siège augmentent. Dans le ROC opérationnel, il y a nos propres coûts comme l'énergie, la masse salariale, etc., et l'impact de l'inflation est très important. Ensuite, les frais de siège ont fortement augmenté à cause notamment de la sobriété énergétique. Nous devons faire face à deux augmentations.

Effectivement, que certains magasins peuvent être sur la ligne de crête entre la rentabilité et la non-rentabilité et nous devons étudier si cette situation est ponctuelle et liée à des facteurs structurels ou conjoncturels avant de prendre une décision.

Notre objectif n'est pas d'autoriser l'ouverture de magasins franchisés qui fragiliseraient la rentabilité des magasins intégrés situés à proximité. Notre volonté n'est pas non plus de prioriser le réseau de la franchise.

M. BEAUBOIS : C'est l'inquiétude des salariés lorsqu'ils constatent l'ouverture de plusieurs franchisés autour de leur magasin intégré.

Mme DAMOUR : Le magasin de Bordeaux-Lac est un cas particulier. Je vous le répète : nous n'autorisons l'ouverture d'un magasin franchisé que si nous avons l'assurance d'un gain de parts de marché. Mais je ne vous promets pas que si un magasin ne devenait plus rentable, nous le fermerions pas ou nous le céderions pas à la franchise.

M. BEAUBOIS : Notre crainte est que la perte de rentabilité soit provoquée par la stratégie du Groupe sur les ouvertures de magasins de franchise.

Mme DAMOUR : Nous cédon des magasins qui ne sont pas rentables et qui ne possèdent pas de potentiel sur la marginalité de la clientèle.

Mme FELDMAN : Deux magasins ont été fermés sur DIF : Cergy et Les Ulis. Ces décisions n'ont pas été prises sans que de mures réflexions sur plusieurs mois aient été menées. En effet, sur le magasin de Cergy, nous avons réussi à avoir une réduction de loyer. De plus, des travaux étaient prévus et nous souhaitions attendre qu'ils se terminent pour voir si le nouveau mode de circulation allait ramener du flux de clientèle. Mais la rentabilité n'était toujours pas au rendez-vous, donc nous avons décidé de fermer ce magasin.

Il y a quelques années, nous avons fermé le magasin de Bercy, car le centre commercial était vide et même les salariés souhaitaient qu'il ferme.

La décision de fermer un magasin est l'ultime solution qui est prise après un long process.

Depuis mon arrivée chez DARTY en 2018, les magasins qui ont fermé sont généralement situés à Paris à cause du prix des loyers.

Mme DAMOUR : Si des magasins intégrés devaient fermer sur DGO, je peux vous assurer qu'ils auraient déjà été annoncés.

Je vous le répète, notre volonté n'est pas d'ouvrir des magasins franchisés autour d'un magasin intégré pour lui faire baisser sa rentabilité et ensuite le céder au réseau de la franchise. Ce serait un mauvais calcul pour notre rentabilité, car notre objectif est de gagner des parts de marché par rapport à BOULANGER.

Je vous rappelle que l'ouverture d'un magasin BOULANGER coûte entre 20 et 30 millions alors que les magasins intégrés DARTY nécessitent un investissement de 8 millions et de 2 voire 3 millions pour un magasin franchisé. Par conséquent, pour contrer BOULANGER, il est nécessaire d'ouvrir de nombreux magasins DARTY.

M. BRIULET : Est-ce qu'il a encore une volonté d'ouvrir des magasins intégrés en 2023 et en 2024 ? Le secteur des grandes villes est doté de grands magasins DARTY, mais il faut peut-être dorénavant installer des surfaces de ventes dans les petites villes ?

Mme DAMOUR : Non.

M. BRIULET : Nous avons l'impression que l'objectif du Groupe est d'ouvrir des magasins franchisés, car ils coûtent moins cher à l'entreprise. Mais pour les salariés, ce n'est pas la meilleure solution.

Mme DAMOUR : Nous avons des ambitions d'ouverture de magasins intégrés, mais, sans vouloir dénigrer les franchisés, il est plus facile de trouver des surfaces de vente à 1,5 ou 2 millions sur 600 m² que des emplacements à 1 200 m² pour des magasins intégrés. D'ailleurs, les derniers magasins DARTY que nous avons ouverts sont sous le format « Proxi » avec des surfaces de 300 ou 400 m², car ce format est plus simple à ouvrir.

Nous avons aussi des ambitions de déménagement vers des zones où BOULANGER est implanté et nous sommes en recherche active d'une coque pour nous implanter. Le service immobilier est en veille, mais nous demandons aussi aux DV d'être en veille sur leur zone. Comme vous le savez, certaines enseignes ont fermé comme GO SPORT, LA GRANDE RÉCRÉ et leurs coques correspondent à notre format de magasins. Les magasins qui ouvriront leurs portes en 2023 seront sous le format « Proxi ».

M. BEAUBOIS : Est-ce ce format de magasin que Monsieur MARTINEZ a évoqué lors de la présentation du plan EVERYDAY ? Est-ce que ce format va devenir standard au sein de DARTY ?

Mme DAMOUR : Non, c'est un standard de magasin pour les centres-villes denses. Il y en a trois à Paris, un magasin « Proxi » a récemment ouvert à Lyon et des projets sont en cours dans des villes de l'ouest. En effet, c'est un format rentable sur une petite surface : les magasins de 1 200 m² réalisent un chiffre d'affaires de 5 millions et les magasins « Proxi » sur 400 m² - après une période de rodage - feront entre 4 et 5 millions. Ces magasins « Proxi » ont un flux important de clients, de plus, ils proposent des produits spécifiques qui sont adaptés à la clientèle.

M. HEREDIA : Quelle est la surface du magasin franchisé de Montauban ?

M. MARANDEAU : Selon moi, la surface est de 1 000 m².

M. HEREDIA : Le Groupe n'avait pas les moyens d'investir dans cette coque de 1 000 m² ?

Mme DAMOUR : Non et de plus, cet investissement n'était pas rentable. Nous ne pouvons pas investir dans les mêmes surfaces que les franchisés, car avec nos frais, ces opérations ne seraient pas rentables.

M. GRUDET : Je souhaiterais attirer votre attention sur les pratiques déloyales des magasins franchisés. En effet, les magasins franchisés font preuve d'une certaine agressivité commerciale notamment sur la politique de prix. Cette démarche déstabilise nos clients et entache l'image de l'enseigne. De plus, certains magasins franchisés assurent eux-mêmes leurs livraisons et lorsque la livraison ne s'effectue pas correctement, ce sont les livreurs des magasins intégrés qui sont impactés via les avis GOOGLE. Enfin, les clients qui souhaitent déposer un produit en SAV sont orientés vers les magasins intégrés.

Mme DAMOUR : Effectivement, nous avons quelques magasins franchisés qui ne respectent pas littéralement les règles, mais ils sont rappelés à l'ordre notamment sur la politique de prix. Effectivement, ils sont dans leurs droits, mais ils n'appliquent pas le bon discours auprès des clients.

À propos de la problématique des livraisons, je pense que c'est une anomalie.

Concernant le SAV, je préfère que le client vienne dans un magasin intégré et que son SAV soit correctement pris en charge.

Je vous invite à faire part de vos remarques aux équipes de Christophe DUPOUY qui gèrent la franchise.

En majorité, les franchisés sont corrects, mais quelques groupements sont effectivement suivis, car leurs politiques de prix notamment sont très équivoques. Mais je vous le rappelle, ces groupements sont dans leurs droits même s'ils sont sous l'enseigne DARTY.

Les équipes de Christophe DUPOUY sont très vigilantes ; d'ailleurs, Christophe DUPOUY a été le premier à exclure des magasins franchisés à cause de comportements inadaptés vis-à-vis des clients.

Mme ROUSSELIÈRE : Est-ce que les magasins « Proxi » ont un comptoir SAV ?

Mme DAMOUR : Ces magasins proposent les mêmes services qu'un magasin DARTY de taille normale, mais sur des surfaces plus restreintes : un seul comptoir pour les multiples services.

Je vous invite à visiter ces magasins « Proxi » notamment celui qui vient d'ouvrir à Lyon.

M. MARANDEAU : Quel est leur taux de concrétisation ?

Mme DAMOUR : Le taux de concrétisation n'est pas satisfaisant, car le flux client est très important, mais l'indicateur qui nous intéresse est son chiffre d'affaires qui doit être celui que nous avons prévu lors du comité

d'investissement, soit 3 ou 4 millions la première année et une augmentation progressive les années suivantes.

g) Réflexion sur la rentabilité des magasins.

- Augmentation des frais de siège.

Mme DAMOUR : Il n'y a que la partie inflationniste qui a fait augmenter les frais de siège, il faut ajouter quelques frais de Groupe, mais aussi de DGO. En effet, certaines embauches en alternance sont intégrées dans les coûts Groupe, donc nous devons être vigilants sur ce sujet.

- Augmentation du coût de l'énergie.

Mme DAMOUR : Nous sommes nettement inférieurs au budget prévu pour les dépenses d'énergie, en effet, nous avons prévu une augmentation de 144% et nous sommes à -9% par rapport au budget. Par conséquent, les efforts de tous les collaborateurs du Groupe sont supérieurs à ceux qui avaient été prévus. Néanmoins, il ne faut pas se réjouir trop vite, car il y a de nombreux mouvements dans la tarification des prix de l'énergie.

- Conséquence des investissements groupe sur la rentabilité.

NDLR : Ce sujet a été évoqué lors du point 8f (page 36).

Mme DAMOUR : Pour compléter les échanges que nous avons eus précédemment, cette année l'inflation est très forte, notamment pour la partie énergétique, mais nous avons réussi à monter des budgets qui permettraient de neutraliser cette inflation, donc l'objectif est de respecter nos budgets.

- Vieillesse de nos magasins (peu de revamping, sujet de modernisation de nos magasins, des outils informatiques hors d'âge, les réseaux très fatigués, étiquettes électroniques ?).

Mme DAMOUR : Sur les 220 magasins DARTY, dix-neuf magasins seront prioritaires dès qu'il sera possible de reprendre les revampings. Je vous rappelle que nous avons un capex relativement important pour la réalisation des petits travaux, donc les changements de comptoirs, gondoles, d'espaces muraux, etc. sont régulièrement effectués.

Nous refaisons complètement deux magasins par an : Saint Nazaire et Aubagne en 2022.

M. HEREDIA : Les revampings comme nous les avons connus reprendront en 2024 ?

Mme DAMOUR : Je l'espère !

Mme MAZELLA : À propos des outils informatiques, je souhaitais vous signaler que nous ne réussissons pas à connecter les tablettes et les ordinateurs.

Mme DAMOUR : La DOSI nous a reproché la gestion de nos tablettes. En effet, il y a encore des tablettes qui ne fonctionnent pas ou qui ne sont pas utilisées et pourtant nous payons un abonnement tous les mois. Les DV vont dresser un inventaire global des tablettes présentes dans leur magasin qui vont être réparées et distribuées dans les magasins qui en ont besoin. Ensuite, nous réinvestiront dans de nouvelles tablettes selon le besoin des points de vente.

Mme MAZELLA : Depuis quelques années, nous recevons une tablette pour chaque utilisation spécifique, une pour le crédit, une pour les locations Longue durée, une pour le SAV et nous nous retrouvons avec un stock important de tablette.

Mme DAMOUR : Je suis d'accord avec vous et une opération est en cours pour inventorier ces tablettes et les réparer. De plus, des priorités ont été mises en place afin que les itinérants aient des PC plus rapidement que les sédentaires.

M. MARANDEAU : Il me semble important que soient rappelés les process relatifs à la réparation de support (tablettes, imprimantes, TPE, etc.). En effet, de nombreux matériels ne fonctionnent pas et cette situation complexifie la tâche des vendeurs et des CPS.

Mme DAMOUR : C'est prévu.

M. MARTIN : Qu'en est-il de la saisie des abonnements BBOX sur tablette ?

Mme DAMOUR : C'est un projet qui devrait voir le jour très rapidement, j'ai pu visionner un tutoriel et je vous transmettrai la date précise de mise en place.

- Sujet de mutualisation des outils informatiques entre FNAC et DARTY ?

M. MARANDEAU : Existe-t-il un projet de mutualisation des outils et des logiciels en magasin entre FNAC et DARTY ?

Mme DAMOUR : Des outils statistiques (QLIX VIEW) peu utilisés vont être mutualisés.

Il y aura des évolutions d'outils notamment dans INNOVENTE, mais je n'ai pas davantage de détail sur ce projet.

Mme ROUSSELIÈRE : SAVVY est déjà mutualisé avec la FNAC.

Mme DAMOUR : Un jour nous aurons le même adressage de stock que la FNAC pour le back-office, mais cette mise en place va dépendre des capex.

M. TALLE : Dans le cadre entre la synergie entre FNAC et DARTY, il nous avait présenté un outil qui permettait de consulter l'historique des clients FNAC, normalement son déploiement était prévu six mois après la présentation, mais nous sommes toujours dans l'attente.

Mme DAMOUR : Cet outil ne m'a pas été présenté donc il ne doit pas être prêt à déployer.

En revanche, il existe des outils FNAC et sur Darty.com que nous souhaiterions intégrer au sein de DARTY : une modélisation pour une pièce majeure avec l'accessoire et le service les plus couramment vendus, etc.

M. TALLE : Nous avons déjà ce système de modélisation.

Mme DAMOUR : Oui, mais celui de FNAC et de Darty.com se remet à jour automatiquement avec les ventes.

h) Réflexion sur la gestion des températures imposées en magasin :

- Un réglage de climatisation est imposé en magasin avec des conséquences sur les températures ressenties (réglée à 26°C en été et 19°C en hiver).
- Pour l'été, les salariés ont déjà très chaud en magasin et les clients se plaignent de la chaleur. Cela a des conséquences sur le commerce, attendons-nous un malaise ou pire pour avoir une température acceptable dans nos magasins ? Situation différente chez nos concurrents.
- Pour l'hiver, les salariés ont eu froid, sans vêtement chaud, il faut prévoir dès maintenant les équipements nécessaires aux équipes.

Mme DAMOUR : Je vous rappelle que les températures réglées à 19°C en hiver et à 26°C l'été sont uniquement l'application de la loi.

Mme MAZELLA : C'est une recommandation, ce n'est pas une loi !

Mme DAMOUR : Ce sont les articles R 241-30 et R 241-31 qui doivent être appliqués dans tous les commerces et même dans des lieux ne recevant pas du public. Peut-être que sur certains sites, il fait trop chaud ou trop froid, mais il faut aussi prendre en compte le ressenti.

Mme LELUBEZ : Je suis d'accord avec vous sur le principe du ressenti. Mais je vous signale que dans certains vieux magasins il n'y a pas d'isolation et puisque la climatisation est éteinte pendant la nuit, la température peut être de 31°C dès l'ouverture ; même avec la climatisation, il faut plusieurs heures avant que la température atteigne les 26°C.

Mme DAMOUR : Nous ne pouvons pas laisser la climatisation fonctionner toute la nuit, c'est aussi un des éléments de la loi, mais il est nécessaire de trouver les moyens pour être au mieux dans les magasins.

Mme LELUBEZ : Je vous signale que nous faisons intervenir les Pompiers régulièrement pour des malaises.

Mme DAMOUR : Peut-être que la solution est d'ouvrir plus tôt. Mais nous aurons certainement de plus en plus de malaises qui ne se produiront pas uniquement dans les magasins DARTY.

M. PHILIPOT : J'ai pu le constater chez nos concurrents, mais il y fait une température très agréable, par conséquent, ils ne respectent pas la loi.

Mme MAZELLA : Je confirme les propos de Monsieur PHILIPOT, dans la région de Toulouse, nous avons dépassé les 33°C dans les magasins et dans certains magasins concurrents ou non, les températures sont nettement plus fraîches.

Mme DAMOUR : L'objectif est de tenir les 26°C dans les magasins, donc il est nécessaire de trouver des solutions. Les surfaces de vente où la température est inférieure à 26°C ne respectent pas la loi. Nous avons évoqué ce sujet avec Éric SZWARTZFELD qui nous a mentionné ces deux articles R 241-30 et R 241-31.

Mme ROUSSELIÈRE : Au centre d'appels - qui je pense est privilégié par rapport à certains magasins - nous avons pu constater des différences de température sur le plateau, donc la climatisation doit parfois être réglée à 24°C pour atteindre les 26°C.

Mme DAMOUR : Je suis d'accord avec vous, nous devons trouver des solutions pour avoir des températures moyennes de 26°C sur nos sites.

Mme ROUSSELIÈRE : Les malaises risquent d'être de plus en plus fréquents sur nos sites.

Mme DAMOUR : Les associations de sauvegarde de l'environnement ont été claires sur le sujet, pour respecter la RSE et la sobriété énergétique, nous n'avons pas le choix que d'être en conformité avec la loi, mais effectivement, ces situations ne seront pas confortables pour les salariés et les clients.

Mme DA ROCHA PEREIRA : L'article R4121-1 du Code du travail, dispose que " L'employeur doit prendre les mesures nécessaires pour assurer la sécurité et protéger la santé physique et mentale des travailleurs."

Mme DAMOUR : Je vous cite les deux articles : " Dans les locaux dans lesquels est installé un système de refroidissement, celui-ci ne doit être mis ou maintenu en fonctionnement que lorsque la température intérieure des locaux dépasse 26 °. Un arrêté des ministres chargés de la construction et de l'énergie définit les conditions de régulation des systèmes de refroidissement ", " Les dispositions de l'article R241-30 s'appliquent aux bâtiments ou parties de bâtiments mentionnés à l'article R 241-29 ainsi qu'aux bâtiments ou parties de bâtiments qui, en raison de contraintes liées à leur usage, doivent garantir des conditions particulières de température, d'hygrométrie ou de qualité de l'air. "

Mme DA ROCHA PEREIRA : Actuellement, dans tous les magasins du Sud-Ouest, la température dépasse les 26° à l'intérieur.

L'article R 4222-1 du Code du travail dispose que " Dans les locaux fermés où les travailleurs sont appelés à séjourner, l'air est renouvelé de façon à :

- 1°) Maintenir un état de pureté de l'atmosphère propre à préserver la santé des travailleurs ;
- 2°) Éviter les élévations exagérées de température, les odeurs désagréables et les condensations, peu importe le moyen utilisé pour rafraîchir l'air (climatisation, brumisateur, etc.). "

Actuellement, ce n'est pas le cas et les équipes souffrent des fortes températures dans les magasins. Vous citez le Code de l'Énergie, mais il y a aussi le Code du Travail.

Mme DAMOUR : Je ne vais pas vous l'apprendre, mais la loi prime sur le Code du Travail.

Mme DA ROCHA PEREIRA : D'après l'Institut National de Recherches et de Sécurité, la température ne peut pas dépasser 30° pour un salarié sédentaire et 28°C pour un travail nécessitant une activité et je vous rappelle que nous ne sommes pas sédentaires, car toujours en mouvement dans les magasins. La température n'est pas de 28°C dans les locaux, elle est supérieure, d'ailleurs, les salariés se plaignent de maux de tête et ils ne sentent pas bien. Il existe des alternatives comme le port de short et ce sont des demandes des salariés.

Mme DAMOUR : Est-ce que vous souhaitez que DARTY se mette hors la loi ?

Mme DA ROCHA PEREIRA : Ce n'est pas la question. Est-ce que le Groupe préfère se risquer à ce que des pénalités lui soient infligées, car il ne respecte pas la loi ? Ou est-ce que le Groupe souhaite prendre soin de ces salariés et ainsi respecter les obligations du Code du Travail ?

Mme DAMOUR : Nous souhaitons respecter les deux !

Mme DA ROCHA PEREIRA : Il faut donc trouver toutes les solutions afin que ces articles soient respectés.

Mme DAMOUR : Notre objectif est, effectivement, de trouver toutes les solutions afin que les situations soient tenables pour les salariés selon la surface du magasin, la manière d'aérer, l'exposition de la réserve, etc. Nous sommes dans l'obligation de respecter la loi.

Mme JUILLIEN : Effectivement, le Code du Travail n'encadre pas avec précision la température à respecter sur le lieu de travail. L'article du Code de l'Énergie et l'INRS émet des recommandations qui n'ont pas de valeurs juridiques. En respectant les articles R 241-30 et R 241-31, nous ne nous mettons pas en contradiction avec le Code du Travail. Nous sommes conscients que sur certains sites, nous ne réussissons pas à maintenir les 26°C et des mesures seront prises afin que des solutions soient trouvées.

M. BARAN : Une des solutions pourrait être que les collaborateurs puissent travailler en bermuda !

Mme DAMOUR : Selon les métiers, le Code du Travail ne permet pas le port de bermuda afin d'éviter les accidents.

M. HEREDIA : Vous avez cité les articles R 241-30 et R 241-31 du Code de l'Énergie et ils ne sont pas récents. Mesdames JUILLIEN et DA ROCHA PEREIRA l'ont précisé, le Code du Travail ne fait pas référence à la température.

Vous vous retranchez derrière la loi, mais la protection physique et psychologique des salariés est inscrite dans un des articles les plus célèbres du Code du Travail. Si un salarié fait un malaise à la suite de plusieurs alertes émises auprès de son employeur sur des températures excessives dans les magasins, le Groupe est en infraction par rapport au Code du Travail. Le Groupe doit respecter la loi dans sa globalité.

Mme DAMOUR : Le Groupe respecte la loi dans sa globalité, mais nous avons aussi certains cas particuliers.

Mme JUILLIEN : Ces problématiques de températures excessives sont remontées et elles sont traitées.

Mme DAMOUR : Je souhaitais vous signaler que la tolérance face à des températures excessives est différente selon les salariés et les clients. Notre objectif est que les collaborateurs ne soient pas incommodés par les températures importantes tout en respectant la loi. Mais je ne peux pas donner les solutions qui seront mises en place dans chaque magasin, car le test sur la sobriété énergétique aura lieu cet été.

M. MARANDEAU : Les plaintes de salariés ne concernent pas la température de 26°C, mais qu'ils doivent supporter des températures de 30°C voire davantage.

Mme DAMOUR : J'ai entendu vos remarques, mais je ne peux pas encore vous dire quelles actions seront menées, mais notre objectif est effectivement de les mener.

M. BRIULET : Les représentants du personnel vont certainement être très sollicités par les salariés sur ce sujet de la température, nous allons recevoir des éléments, comme des photos, pour illustrer ces problématiques et nous souhaitons que des actions soient mises en place rapidement pour résoudre ces problèmes.

Mme JUILLIEN : C'est déjà le cas, dès lors qu'il y a un souci dans un magasin, il est transmis à la RH. Je sollicite Emmanuel RAYMOND, le directeur de la maintenance pour DGO et son service est très réactif en se déplaçant dans les magasins pour mettre en place les moyens nécessaires.

M. BRIULET : Certains responsables de magasin ne souhaitent pas agir.

Mme JUILLIEN : C'est aussi le rôle des représentants de proximité.

M. BRIULET : Il serait souhaitable de rappeler à chaque responsable de magasin qu'il doit être vigilants quant au respect des différents articles de loi.

Mme DAMOUR : Nous allons faire un rappel général.

M. BRIULET : Effectivement, à chaque fois que nous avons fait un signalement, le service de maintenance a été dépêché afin de résoudre le problème.

Mme DAMOUR : Nous allons tenter de trouver des solutions pour l'ensemble des magasins et en étant, parfois créatifs.

M. BRIULET : En cas de problème de température, serait-il possible que le responsable du magasin puisse reprendre la main sur le réglage de la climatisation ?

Mme DAMOUR : Non, le réglage de la climatisation est géré de manière centrale, donc les responsables des magasins ne peuvent pas le modifier.

Mme DA ROCHA PEREIRA : Pour les magasins avec un toit en tôle, il existe une peinture innovante thermique et réfléchissante qui peut faire baisser la température intérieure de façon significative et réduire les coûts énergétiques jusqu'à 30%. Le groupe est précurseur sur de nombreux sujets il pourrait aussi l'être sur celui-ci.

Mme DAMOUR : C'est effectivement une bonne solution, mais je vous rappelle que tous les travaux de toiture sont très onéreux. Je peux vous assurer qu'Éric SZWARTZFELD mène une réflexion sur différentes solutions qui permettent de garantir une meilleure isolation.

M. DIOLOGEANT : Lors d'un Comité de Groupe, nous avons discuté avec Éric SZWARTZFELD sur ce sujet et il nous avait indiqué que dans de nombreux magasins, les faux plafonds ont été enlevés, mais le système de climatisation n'a pas été modifié et ils ne sont plus adaptés aux cubages des magasins.

Mme DAMOUR : Je suis d'accord avec vous sur cette modification du cubage de certains magasins, mais le système de climatisation a été revu à la suite des travaux sur les faux-plafonds, mais effectivement, ces modifications ne sont pas suffisantes.

M. PHILIPOT : Dans le cas de la loi sur les " passoires énergétiques ", les travaux d'isolation sont à la charge des propriétaires et étant donné que la majorité des magasins sont locataires, le Groupe ne serait pas impacté par ces travaux.

Mme DAMOUR : La loi n'oblige pas à isoler complètement un magasin et pourtant c'est notre souhait. Je ne sais pas si cette loi sur les « passoires énergétiques » s'applique pour les bâtiments professionnels.

Mme JUILLIEN : Je vous propose d'inviter d'Éric SZWARTZFELD lors d'un prochain CSE.

Mme LELUBEZ : Serait-il possible de commander des polaires, mais avec des manches ? C'était un engagement de Madame FELDMAN.

Mme DAMOUR : J'aborderai ce sujet avec Madame FELDMAN.

M. BARAN : Serait-il possible que les vendeurs et les conseillers pôle service aient des polos comme les techniciens ?

Mme DAMOUR : Il n'est pas l'ordre du jour de commander des polos pour la force de vente. Le renouvellement des tenues ne peut pas se faire sur une seule année, mais les commandes des vêtements sont assurées par un système de rotation.

M. BRIULET : Précédemment, les tenues étaient changées beaucoup plus régulièrement, notamment en SAV.

Mme DAMOUR : Sur certains métiers, les tenues s'usent nettement plus vite.

M. HEREDIA : En tant que technicien, nous sommes effectivement bien équipés en tenue vestimentaire, mais, il est déplorable que les vendeurs ou les conseillers pôle service soient obligés de quémander de nouvelles tenues.

Mme DAMOUR : Chaque métier a une tenue spécifique qui est changée régulièrement.

i) Métier du back-office :

- Ces métiers sont en évolution permanente, vente de produits, vente de services, vente de pièces détachées. Le CPS devient de plus en plus important dans la stratégie commerciale du groupe, il n'est plus seulement magasinier et secrétaire, il devient vendeur produits et services et technicien. Comment envisagez-vous l'avenir de ce métier ?

Mme DAMOUR : Ce métier de CPS est très riche, car il a une palette très importante de fonctions et de connaissances. Selon moi, ce métier n'est pas appelé à aller vers de la vente, mais si dans certains magasins,

les CPS font de la vente, car ils sont compétents en tant que vendeurs, je n'y vois aucun inconvénient, c'est un levier complémentaire et c'est une force pour ces magasins.

Selon moi, ce métier va davantage s'orienter vers le service au client : actions au comptoir, réparabilité, filtering, etc.

M. HEREDIA : Si je comprends bien, nous revenons vers le métier de " comptoiriste ". En effet, il a été demandé aux CPS d'aller vers des actes de vente, mais à l'avenir et sans abandonner la vente, ils devront davantage s'orienter vers les métiers de la réparation et vers la durabilité.

Mme DAMOUR : Dans sa future définition, le métier de CPS sera davantage orienté vers le filtering et le TERCC. Le virage que nous devons prendre est celui du filtering, car il permettra de limiter les coûts et de faire augmenter le NPS. De plus, nous avons assez de vendeurs en magasin. Les CPS accueillent les clients, encaissent aussi, mais leur spécificité est d'éviter et de filtrer au maximum tous les produits qui peuvent partir du magasin : le filtering, l'inventaire, etc.

M. TALLE : Dans certains magasins, les responsables demandent à leurs CPS, lors de l'entretiens annuels, de vendre des Darty Max.

Mme DAMOUR : Dans certains magasins, 10% des ventes de la Darty Max sont réalisées par des CPS, donc bien évidemment que les responsables de magasins souhaitent que leurs CPS vendent de la Darty Max. Mais ces ventes ne sont pas les prérogatives prioritaires des CPS.

M. TALLE : Si par exemple, un CPS est un bon vendeur de Darty Max et un autre est compétent dans le filtering, à qui sera donné l'échelon supplémentaire ?

Mme DAMOUR : L'échelon ne dépend pas uniquement de ces deux éléments.

M. TALLE : Selon moi, le directeur préférera donner l'échelon supplémentaire au CPS qui réalise des ventes de Darty Max.

Mme DAMOUR : Je ne suis pas d'accord, le TERCC est aussi important pour les magasins. Mais il est normal que les responsables de magasins demandent à toutes leurs équipes de faire de la vente et si certains CPS sont de bons vendeurs, qu'ils fassent de la vente tout en continuant à filtrer les produits, car ce sont leurs véritables missions.

Mme LELUBEZ : Dans certains magasins, des challenges ont été mis en place sur la vente de la Darty Max alors qu'il serait préférable qu'un challenge soit organisé sur le TERCC.

Mme DAMOUR : Les challenges sur le TERCC existent aussi !

Mme LELUBEZ : La vente de la Darty Max a un impact sur la rémunération des CPS.

Mme DAMOUR : Comme pour la Visio, le CPS est rémunéré selon son TERCC dans le cadre de son variable, mais il peut aussi ajouter un bonus à sa rémunération en vendant de la Darty Max ; ce principe est gagnant pour le CPS et l'entreprise.

Mais la vente de la Darty Max ne fait pas partie de la définition de son poste.

M. BRIULET : Je vous rappelle que précédemment, dans les magasins, il y avait des secrétaires et des magasiniers et ces métiers avaient une classification dans la Convention Collective. Vous avez choisi de regrouper les deux métiers avec la création des conseillers pôle service, légalement, vous n'aviez pas le choix de leur proposer une rémunération supérieure à celle des secrétaires ou des magasiniers, car des tâches ont été ajoutées. Vous dites que les CPS sont rémunérés sur le filtering, mais ce n'est pas le cas, ils sont payés par rapport à un historique, par rapport à un chiffre d'affaires et à un niveau de NPS.

Plusieurs syndicats vous ont demandé de revoir les critères pour les CPS afin qu'ils correspondent à leur métier et pour lesquels ils peuvent avoir des leviers et les faire progresser. Ce principe a dérivé vers la vente, car la priorité de l'entreprise était la vente de la Darty Max.

Cela fait quinze ans que vous nous vantez le filtering, mais il y a peu de nouveautés dans ce secteur.

Mme DAMOUR : Je ne suis pas d'accord avec vous, cela ne fait pas quinze ans que nous avons lancé le filtering, c'est la première année que nous avons des résultats en filtering.

M. BRIULET : Il faut aussi se donner les moyens de développer concrètement le filtering. En effet, au comptoir des magasins, sur certaines périodes, les clients sont nombreux à attendre la délivrance de leur produit et

les CPS ne peuvent pas faire de filtering. De plus, il est nécessaire de former les CPS au filtering, mais aussi reconnaître leurs compétences.

Je confirme les propos précédents, lors des entretiens annuels, les responsables de magasin demandent à leur CPS de progresser dans la vente de Darty Max et dans le filtering.

Dans votre projet sur le filtering, nous avons besoin d'être rassurés sur le fait que le développement de cette activité sera cohérent et pérenne.

Mme DAMOUR : Je ne suis pas d'accord avec vous. En effet, contrairement à ce que vous dites, Monsieur BRIULET, nous avons réussi le développement du filtering sur une seule année et non pas quinze ans. Nous avons atteint les objectifs avec 31% de filtering, soit largement supérieur aux objectifs donnés, car il y a un an, nous étions à 20%.

Nous avons réussi, car nous ne faisons pas du TERCC immédiatement, les CPS gardent le produit et ils attendent d'avoir un moment de libre pour s'en occuper. Nous avons aussi investi dans des comptoirs et des outils.

31% des produits sont réparés via le filtering, sans partir en SAV et ils sont redonnés aux clients, c'est une véritable réussite et je suis très satisfaite du TERCC.

Les CPS ont été formés et accompagnés (visite d'atelier, de showroom, etc.) et ils sont super motivés à faire du filtering.

M. BRIULET : Il reste à rémunérer les CPS sur le TERCC.

Mme DAMOUR : Ce sont les responsables qui sont rémunérés sur le TERCC et ensuite il y a effectivement des primes collectives liées au chiffre d'affaires du magasin.

M. BRIULET : Vous avez raison sur le fait que des évolutions sont intervenues en quinze ans sur le filtering, mais il ne fonctionne pas correctement dans tous les magasins.

Mme DAMOUR : Nous avons aussi ces différences sur la Darty Max. Le TERCC et le NPS sont très satisfaisants, je vous invite à échanger avec les collaborateurs en magasin, car leurs retours sont positifs comme ceux des clients.

Nous avons des CPS très compétents et très créatifs qui consultent SAVVY, qui regardent les tutoriels, etc. De plus, ils se répartissent les produits selon leurs spécialités (Brun, Blanc, etc.).

Nous avons de très bons résultats et nous allons encore être meilleurs, car les CPS montent en compétences.

M. BARAN : Dans de nombreux magasins, les CPS doivent délivrer les Clic&Collect et vendre des accessoires. En effet, généralement, les produits Clic&Collect sont stockés dans la zone des CPS.

Mme DAMOUR : Ce ne sont pas aux CPS de délivrer le Clic&Collect, mais aux vendeurs. En effet, c'est un client supplémentaire qui est amené au vendeur.

Comme je l'ai évoqué précédemment, certains comptoiristes sont compétents pour faire de la vente dans certains magasins, mais ce sont des situations spécifiques donc je ne peux pas demander à tous les CPS de vendre, car ce n'est pas leur métier.

M. BARAN : Les CPS sont obligés de faire de la vente dans certains magasins.

Mme DAMOUR : La seule réponse que je peux vous apporter est que les CPS concernés signalent à leurs directeur des ventes que ce n'est pas leur métier de faire de la vente.

M. MARANDEAU : Historiquement, chez DARTY, lorsqu'il y a des objectifs à atteindre, les collaborateurs - y compris les responsables - réussissent à les atteindre parfois grâce à des moyens complètement détournés de l'objectif initial. Selon moi, l'exemple cité par Monsieur BARAN illustre parfaitement ces pratiques.

Mme DAMOUR : Est-ce que cette situation a un caractère de gravité ?

S'appuyer sur les talents des collaborateurs a toujours permis à DARTY de progresser. Si certains CPS aiment et réussissent à faire des ventes de Darty Max, pourquoi les empêcher de le faire ?

M. MARANDEAU : À l'inverse, dans certains magasins, il est demandé au CPS de ne plus faire de vente de Darty Max, car c'est exclusivement le rôle des vendeurs.

Mme DAMOUR : Selon moi, il faut préserver le talent des collaborateurs même si celui-ci ne fait pas partie de ses missions.

Nous ne pouvons pas rester enfermé dans des parenthèses de définition de poste.

M. MARANDEAU : Je suis d'accord avec vous sur le principe de libérer les talents, mais les règles édictées ne sont pas en phase avec ce principe, par conséquent, elles devraient être redéfinies.

Mme DAMOUR : Non, car je ne veux pas frustrer les CPS qui ont une appétence et un talent pour vendre de la Darty Max. Mon rôle est d'encourager les CPS qui ont un talent supplémentaire dans un système gagnant-gagnant.

M. MARANDEAU : Quel est le taux d'attachement des produits Click & Collect sur les métiers de vendeurs ?

Mme DAMOUR : Le taux d'attachement est de 12%, mais le plus important est le taux de transformation, car il détermine le chiffre d'affaires.

M. MARANDEAU : Il me semble nécessaire de rappeler le principe de fonctionnement du Click & Collect : tous les collaborateurs peuvent délivrer ces produits dès lors qu'ils sont capables de vendre de la valeur ajoutée sur les produits grâce notamment aux accessoires.

Mme DAMOUR : Je pense que tous les collaborateurs connaissent ce principe, mais nous pouvons effectivement le rappeler.

Je peux vous citer l'exemple du magasin de Nice Notre Dame, 20% des Darty Max sont vendues par un CPS.

M. BARAN : Pour reprendre votre exemple, Madame DAMOUR, dans ce magasin, il sera demandé aux autres CPS de vendre de la Darty Max sous prétexte qu'un de leurs collègues en place 20%.

Mme DAMOUR : C'est le principe de l'émulation !

M. MARANDEAU : Je suis d'accord avec vous de laisser les CPS qui ont une réelle appétence vendre de la Darty Max. Mais, dans la pratique, cette vente nécessite un argumentaire, une démarche commerciale et donc une mobilisation du CPS, le reste de l'effectif doit compenser ce temps passé à la vente, dans la gestion des tâches quotidiennes. À ce titre, je trouverais normal que soit mis en place un système de répartition collective de la prime liée à la vente de Darty Max.

Mme DAMOUR : Ma masse salariale est identifiée et je ne peux pas estimer si certains CPS vont peut-être gérer les missions de leur collègue qui a réalisé une vente de Darty Max.

M. MARANDEAU : Les CPS ne pourront plus absorber la charge de travail.

Mme DAMOUR : Si tel est le cas, nous le saurons très vite. Il n'y a aucun problème sur le magasin de Nice Notre Dame.

M. GRUDET : Lors de mes visites sur les sites, j'ai constaté que le filtering est bien accueilli par les clients et par les CPS, mais ils souhaitent avoir des formations, car il n'est pas possible de s'improviser technicien, c'est un véritable métier. De plus, il y a aussi l'aspect de la rémunération. En effet, l'entreprise fait l'économie de l'envoi en SAV et les équipes souhaiteraient profiter de cette valeur ajoutée.

M. BEAUBOIS : Pour compléter les propos de Monsieur GRUDET, il serait souhaitable que le filtering soit valorisé.

À une époque, le filtering était réalisé par des techniciens sur site, cette expérience a été très riche pour ces métiers du back-office, car ils bénéficiaient d'une transmission de technicités par des techniciens. Je vous invite à réfléchir à ce principe pour favoriser la montée en compétence. Le principal frein est que le technicien restait à la charge du SAV, sa prestation n'était pas facturée au magasin.

Mme DAMOUR : Le technicien n'a pas été à la charge du SAV sur toutes les filiales, mais peut-être que sur DGO, ce n'était pas le cas. Lorsque le technicien n'était pas occupé à 100%, ce principe pouvait avoir un impact sur la rentabilité du magasin.

M. BEAUBOIS : Ces opérations étaient organisées sur des périodes spécifiques, d'ailleurs, les clients prenaient rendez-vous afin que le technicien ne soit pas inactif.

Mme DAMOUR : Dès que nous faisons intervenir un collaborateur spécifique en magasin, cette intervention est onéreuse dès lors qu'il n'est pas complètement productif. Nous préférons former nos comptoiristes à des niveaux 0 ou 1 plutôt que de faire appel à des techniciens qui réaliseraient des réparations de niveau 2 ou 3.

M. BEAUBOIS : Il ne faut pas écarter la satisfaction des clients, qui appréciaient réellement ce concept.

Mme DAMOUR : J'entends vos remarques sur l'intervention des techniciens, sur la redistribution de la rémunération, mais je vous rappelle que notre objectif est de neutraliser l'inflation et de tenir nos budgets. Le TERCC est bon moyen pour neutraliser l'inflation et le NPS du TERCC est aussi très positif, donc les clients sont satisfaits, sans mettre d'éléments spécifiques qui font augmenter la masse salariale.

Le TERCC fait partie d'une enveloppe qui nous permet de neutraliser les frais supplémentaires liés à l'augmentation des prix de l'énergie.

Nous allons encore perdre de l'argent sur le résultat de cette année, mais l'objectif est de juguler cette perte.

L'objectif n'est pas de redistribuer les primes ni modifier le TERCC, car les magasins ne seraient plus rentables.

M. BARAN : Quand les formations sont-elles prévues pour les CPS ?

Mme DAMOUR : Elles ont déjà été dispensées par Olivier BÉCHU, Alain CHEVALIER et Olivier GAREL et je suis surprise que vous me posiez la question. D'autres formations sont réalisées par le RPS référent, d'autres ont été organisées à BEZONS et des sessions ont été dispensées en Teams ou en présentiel via la Tech Académie. D'ailleurs, ces dix points de TERCC ont été gagnés grâce à ces formations.

M. BARAN : Le TERCC pourrait être encore meilleur, car je pense que certains CPS n'ont pas eu accès à ces formations.

Mme DAMOUR : Les écarts-types entre les magasins sont importants.

M. BRIULET : Vous avez indiqué que le NPS était correct sur le TERCC, à ce titre, pouvons-nous conclure qu'il y a peu de taux de retour ? D'ailleurs, est-ce que ce taux de retour est mesuré ?

Mme DAMOUR : Nous ne mesurons pas de taux de retour comme pour les techniciens. Nous mesurons le taux de produits réparés et le taux de satisfaction sur le nombre de produits vendus par rapport à ceux mis au comptoir.

M. BRIULET : Si le client a déposé son produit au comptoir, qu'il a été pris en charge, mais qu'il ne fonctionne toujours pas, il est finalement envoyé en SAV, comment mesurez-vous ce taux ?

Mme DAMOUR : Je pense que seul le SAV peut avoir ce taux de retour et ainsi mesurer sur l'ensemble des TERCC, le ratio des produits qui ont été effectivement envoyés en SAV.

M. BALUTEAU : Au SAV, effectivement, nous pouvons avoir le taux de retour TERCC, mais fréquemment, il est compliqué pour les techniciens de prendre en charge un produit sur lequel un CPS est déjà intervenu, car peut-être qu'ils ne sont pas assez formés ou qu'ils manquent de temps. Ce phénomène ne se traduit pas sur le NPS, mais il serait intéressant de le mesurer sur le taux de retour.

Mme DAMOUR : Je pense que si l'augmentation du taux de retour était importante, Olivier BÉCHU nous aurait certainement alertés.

Lorsque nous mettons en place ces types de process, il y a toujours des marges d'amélioration, mais franchement je suis satisfaite de nos actions sur le TERCC.

j) Question sur les projets (les POC) en cours :

- Le Click & Collect vendeur complexifie les démarches de retrait produit pour les clients sans réelle valeur ajoutée pour le groupe, nous pourrions tester une organisation différente en renvoyant la charge de cette tâche au CPS en valorisant la vente d'accessoires et de services sur ces ventes (ex : payer les accessoires à 10% du CA réalisé).

NDLR : Ce sujet a été évoqué au point 8 i (page 43)

- Visio vendeur : Il est nécessaire de revoir les outils et le système de rémunération. Trop peu de valorisation de cette mission et les salariés utilisent leur téléphone personnel pour réaliser cette tâche.

Mme LELUBEZ : Les vendeurs utilisent leur téléphone personnel pour des raisons de connexion.

Mme DAMOUR : Des travaux ont été entrepris sur les réseaux de connexion (antennes, bornes Wifi, etc.) des magasins, donc cette problématique devrait être résolue. 40% du parc de magasins ont déjà pu profiter de ces travaux, ils permettront notamment le développement des étiquettes électroniques.

Mme ROUSSELIÈRE : Je souhaitais vous signaler que lorsque je cherche un magasin DARTY dans la région de Bordeaux, les propositions ne concernent pas le secteur géographique de la Gironde (Auch, Esquirol, etc.). De plus, un POC avait mis en place sur la région Lyonnaise et Bretonne afin de pouvoir prendre rendez-vous en magasin, l'information sur Darty.com n'est pas correcte, car elle propose des rendez-vous dans l'ouest de la France.

Mme DAMOUR : Je n'étais pas informée de cette problématique, pourtant je consulte régulièrement les délais de livraison, je vais la transmettre à mon collègue qui gère le site Darty.com.

9 Points divers.

- Pilote QVT DGO 4.

M. PATINEC : Ce sujet a été initié par Karine DAMOUR et Stéphanie FELDMAN avec l'appui de la RH de DGO. Comme vous le savez, il est compliqué de recruter et de conserver les talents. De plus, nous devons véhiculer une image de marque employeur positive. Enfin, il est important de bousculer quelques idées reçues historiques. Nous avons eu la chance que nous soit laissée une liberté totale.

Il n'est pas facile de mettre en place une règle commune pour l'ensemble de la population en magasin, car les attentes des collaborateurs sont différentes. Nous sommes partis du postulat de la semaine de quatre jours, mais nous avons décidé, avec nos équipes, d'aller au-delà de cette organisation de travail et de réfléchir différemment en échangeant avec les salariés et afin de connaître leurs attentes.

Nous avons fait une première étape de test sur deux magasins, du mois de février jusqu'au mois de mai 2023. La deuxième étape sera enclenchée à partir du 20 septembre jusqu'au 15 novembre 2023 sur l'ensemble des douze magasins intégrés de la région où nous espérons étayer davantage l'expérience afin de pouvoir extraire des éléments qui nous seront utiles pour élaborer les prochaines étapes de ce sujet.

Monsieur PATINEC présente le diaporama (annexe 8).

M. BEAUBOIS : Est-ce que certains collaborateurs ont souhaité travailler quatre jours par semaine ?

M. PATINEC : Nous n'avons imposé aucune contrainte. Nous avons indiqué les besoins en personnel sur chaque journée, si ceux-ci pouvaient être satisfaits sur quatre jours, nous accordions la demande, mais si ce n'était pas possible, les collaborateurs travaillaient cinq jours. Mais comme je vous l'indiquais en introduction, nous avons été confrontés à des attentes très différentes, car les populations en magasin le sont aussi.

Monsieur PATINEC poursuit la présentation.

M. MARANDEAU : Sauf erreur de ma part, ces mécontentes et frustrations identifiées comme d'éventuels freins existent déjà dans l'actuelle organisation.

M. PATINEC : Oui, mais dès lors qu'il y a une absence pour un arrêt par exemple, le planning mis en place par les salariés peut être bouleversé et leur organisation personnelle peut alors pâtir de cette absence. Le point intéressant est que les collaborateurs ont pu s'apercevoir qu'il n'était pas facile de prendre des décisions ou de revoir une organisation, car certains événements sont subis par les collaborateurs et ils doivent prendre les décisions adéquates.

M. MARANDEAU : Au-delà de votre périmètre, nous pouvons constater que les plannings sont régulièrement réalisés à la dernière minute. Cette organisation dans l'urgence engendre les frustrations que vous avez évoquées. Ce mode d'organisation participatif permet de mettre en lumière les raisons qui engendrent une modification de planning et selon moi, cela permet aux collaborateurs de mieux comprendre les changements de planning et par conséquent, de mieux les accepter.

M. PATINEC : Nous avons mis ces points comme étant d'éventuels freins, mais ils ont permis des échanges et les encadrants ont ainsi apprécié de pouvoir partager avec leurs équipes sur les difficultés rencontrées lors de l'organisation des plannings.

Mme DAMOUR : Lorsque les modifications sont subies, les collaborateurs sont généralement mécontents, mais lorsque ce sont eux qui prennent les décisions, ils s'aperçoivent de la difficulté de l'exercice qui nécessite de l'empathie ainsi que la capacité à savoir prendre des décisions et ses responsabilités. Certains collaborateurs sont capables de maîtriser ces éléments et d'autres non.

M. MARANDEAU : Ce principe permet une réunification des équipes, notamment sur les métiers de la vente qui sont plutôt individualistes.

Mme DAMOUR : Mais cette organisation peut engendrer de la discorde dans certaines équipes.

M. MARANDEAU : Selon moi, cette discorde existe déjà avec la gestion actuelle.

Mme DAMOUR : Effectivement, les collaborateurs peuvent renvoyer la faute au manager, mais dans le cas d'un planning participatif, les collaborateurs prennent leurs responsabilités.

M. PATINEC : C'est un échange avec un arbitrage de l'encadrant.

Monsieur PATINEC poursuit la présentation.

M. EL AMARTI : Vous avez dû effectivement faire un véritable focus sur les plannings, car nous les avons, désormais, de manière plus rapide.

M. PATINEC : Merci pour votre retour.

Monsieur PATINEC poursuit la présentation.

Mme DA ROCHA PEREIRA : Votre question sur la semaine des quatre jours est fermée.

M. HEREDIA : Votre question sur la semaine des quatre jours n'est pas assez ouverte.

M. PATINEC : Ce sont les retours des collaborateurs et je vous encourage à aller échanger avec les vendeurs des deux magasins tests. En effet, je peux vous assurer que certains considèrent qu'il est trop pénible de concentrer 35h sur quatre jours, de plus, ils perdent en rémunération moyenne et ce n'est pas forcément une organisation qu'ils souhaitent.

M. MARANDEAU : À l'inverse, les conseillers pôles service sont plutôt intéressés.

M. PATINEC : En termes de fonctionnement en magasin, nous n'avons pas forcément de blocage, mais les retours des vendeurs n'ont pas été positifs quant à la mise en place de la semaine de quatre jours.

M. MARANDEAU : Avez-vous identifié pour quelles raisons les collaborateurs de ces magasins tests souhaitent se libérer du temps libre (associatives, familiales, sportives, de loisirs, etc.) ?

M. PATINEC : Il y a toutes les raisons que vous avez citées. Mais comme je vous l'indiquais précédemment, cette nouvelle organisation a suscité des débats au sein des équipes. Les ressentis qui émanent du terrain sont très mitigés.

Comment pouvons-nous imaginer pour l'avenir, une projection objective sur ces nouvelles organisations ? De plus, faire des différenciations entre métiers paraît très compliqué.

Le sujet n'est pas bridé et nous sommes ouverts aux propositions et aux idées des collaborateurs.

Monsieur PATINEC poursuit la présentation.

Mme ROUSSELIÈRE : Dans votre test, les collaborateurs ont donc fait 8h45 par jour afin de ne travailler que quatre jours par semaine.

M. PATINEC : Nous n'avons pas de prérogatives sur ce sujet, l'idée était de concentrer sur quatre jours les 35 heures, mais bien évidemment, les journées étaient plus denses.

Mme ROUSSELIÈRE : Nous avons l'avantage d'avoir la modulation sur DGO. Ainsi ne serait-il pas plus judicieux de réaliser quatre fois huit heures de travail pendant les périodes creuses ?

M. PATINEC : Nous avons déjà cette organisation avec les JNT selon le principe des semaines hautes et des semaines basses. Ce sujet de la semaine de quatre jours n'intègre pas cet agrégat, car l'organisation de modulation/démodulation existe déjà. Mais dès lors que l'organisation en semaine de quatre jours est actée et que les plannings mensuels en roulement sont mis en place, ce sujet de la modulation va poser des problèmes. Nous ne pouvons pas prendre la modulation comme clef d'entrée.

Mme DAMOUR : C'est une très bonne remarque : la semaine basse pourrait être celle des quatre jours. Mais l'accord ne permet pas cette organisation. Pendant une période test, effectivement, ce principe est possible. La semaine basse à quatre jours est un axe de travail, car, les journées de 8h45 peuvent être très fatigantes.

M. TALLE : Au début de votre présentation, vous avez indiqué que ce pilote n'avait eu aucune incidence sur la rémunération des vendeurs et pourtant dans les avis des collaborateurs, certains mentionnent l'inverse.

M. PATINEC : C'est un ressenti, car comme l'a évoqué, Madame DAMOUR, le salaire moyen des vendeurs a augmenté de 10% et sur ma zone, nous avons constaté une hausse de 17% du salaire moyen.

M. BRIULET : Je vous remercie d'avoir mis en place ce test. En effet, la présentation des tests de la semaine de quatre jours mis en place sur différents sites qui nous avait été faite lors du CSE du 16 mars 2023 était, selon moi, douteuse. Dans le test réalisé sur les magasins de Saint-Brieuc et de Saint-Malo, Monsieur PATINEC, vous avez cherché à trouver des solutions et j'espère qu'elles vont être trouvées.

Nous échangeons avec les salariés et nous avons conscience des contraintes liées à la semaine des quatre jours, car la charge de travail est densifiée. Et selon la CGT, ce principe ne peut fonctionner qu'en réduisant le temps de travail. De plus, il est demandé aux salariés de travailler des dimanches et des jours fériés, donc selon moi, dans le secteur de la vente, ce principe en l'état ne peut pas fonctionner dans la durée.

Nous avons proposé des solutions plus simples qui sont demandées par les salariés : bénéficier de samedis. Ce principe est simple et rapide à mettre en œuvre, d'ailleurs, la CGT avait proposé de libérer sept samedis dans l'année, lors des dernières NAO, d'autres organisations syndicales avaient proposé cinq samedis. Apparemment, certains vendeurs ne souhaitent pas avoir des samedis, à ce titre, vous proposez ce principe sur la base du volontariat. Mais il est nécessaire que cette démarche soit cadrée et que soit abandonné ce vieux principe du travail du samedi dans le commerce. Les habitudes des clients ont changé et il est nécessaire que nous nous y adaptions. L'abandon du travail systématique du samedi permet aux salariés d'avoir une vie de famille, mais aussi de recruter plus facilement et de donner des perspectives plus encourageantes.

Je vous invite à continuer de travailler sur ce sujet afin qu'il aboutisse à de véritables avancées.

M. PHILIPOT : Je voulais vous rappeler qu'en 2022, lors de la mise en place des tests sur la semaine des quatre jours, nous partions d'une feuille blanche et selon moi, ce n'était pas une opération douteuse, simplement, nous découvrons ce sujet avec les contraintes et les freins. Les résultats de ces tests ont certainement participé au projet qui nous est présenté en séance.

Mme DAMOUR : Je suis d'accord avec vous, toutes les expériences nous ont servis, et celle de Monsieur PATINEC nous sert et la prochaine programmée au mois d'octobre 2023 sera, aussi, certainement utile et importante.

Mme ROUSSELIÈRE : Peut-être que certains parents, notamment de jeunes enfants, préfèrent avoir leur mercredi que leur samedi.

Mme DAMOUR : Je suis d'accord avec vous, car pour les vendeurs, il y a la notion d'affluence en magasin sur les samedis.

M. BRIULET : Je voulais ajouter la notion de deux jours consécutifs, au-delà du samedi.

Mme DAMOUR : Nous n'allons pas renégocier l'accord lors de ce CSE. Nous sommes sur un système agile, d'ailleurs, peut-être que nous renégocierons l'accord à l'issue du test et nous aurons des éléments concrets à vous présenter.

Effectivement, le test mis en place par Monsieur PATINEC sur les magasins de Saint-Brieuc et de Saint-Malo est très intéressant, mais il faut aussi analyser le taux de concrétisation, il ne s'agit pas que les magasins perdent de l'argent sur les samedis. Sur des périodes relativement calmes, le test est positif, mais je vous

rappelle qu'il ne s'est déroulé que sur deux magasins. À ce titre, la deuxième étape du test sur l'ensemble des magasins de la zone de Monsieur PATINEC est très importante.

M. MARANDEAU : Nous avons pu constater que sur certains samedis, l'affluence est plus faible que les années précédentes, pourtant l'effectif est au complet voire complété par des contrats étudiants et le taux de concrétisation n'est pas si bon, car la motivation est érodée. À ce titre, il est nécessaire que le cadrage soit adapté à l'activité. De plus, il serait intéressant de mesurer le niveau de satisfaction d'un salarié qui a travaillé en sous-effectif théorique un samedi, car sa motivation à vendre sera au maximum et son taux de concrétisation n'en sera que meilleur.

Mme DAMOUR : Nous avons analysé les taux de concrétisations et la productivité sur les deux magasins tests de la région de Monsieur PATINEC et les résultats sont satisfaisants. L'objectif est bien évidemment que tout se passe bien, nous souhaitons avoir de l'agilité et confirmer notre marque employeur pour recruter plus facilement, car les candidats considéreront cette organisation comme un avantage. La vente est un métier difficile, mais nous avons des vendeurs passionnés et d'ailleurs, ils aiment la journée du samedi, car elle est synonyme de flux de clients, mais aussi celle du dimanche, avec toutes les conséquences qui y sont liées. La mesure n'a été réalisée que sur deux magasins et à partir du mois d'octobre 2023, tous les magasins de la zone de Monsieur PATINEC seront en test. Je peux vous assurer que la journée du samedi sera étudiée dans le détail, d'ailleurs, lorsque nous vous partagerons le bilan de cette deuxième phase du test, nous vous les présenterons.

M. PATINEC : Des collaborateurs souhaitent ne pas travailler certains mercredis ou certains lundis, le souhait n'est pas uniquement sur les samedis.

Mme DAMOUR : Selon les âges et les situations familiales des équipes, les demandes seront, effectivement, différentes. Le principe de l'agilité est de pouvoir s'adapter à chaque équipe, mais si la constitution de l'équipe se modifie, le planning peut, lui aussi, être changé. Ce principe réclame une adaptabilité d'une équipe qui est en mouvance. Nous sommes plutôt optimistes sur ce sujet, mais il sera nécessaire d'accompagner les collaborateurs qui ont de l'ancienneté et qui ne comprendront pas forcément les avantages liés à ces plannings basés sur l'agilité. Il est certain que nous allons vivre des situations inédites.

M. MARANDEAU : Le métier de vendeur, dans sa pratique, peut être considéré comme égoïste.

Mme DAMOUR : Mais il faut insuffler un esprit d'équipe ! Nous avons pu constater sur les deux magasins tests, une certaine empathie et les collaborateurs ont été à l'écoute les uns des autres.

M. PATINEC : 13% des collaborateurs estiment qu'il a été simple et facile de s'organiser.

M. MARANDEAU : Selon moi, la mise en place du planning participatif a certainement développé l'empathie.

M. DILOGEANT : Nous avons pu constater que dans certains magasins, des collaborateurs travaillent plusieurs demi-journées par semaine et si leur domicile est éloigné de leur lieu de travail, cette situation est aberrante autant financièrement que pour l'organisation de vie des salariés.

Mme DAMOUR : Je vous l'accorde, mais nous devons être en adhérence avec l'activité.

M. MARANDEAU : Le planning est parfois réalisé très tard dans le mois et il est nécessaire de combler les trous du planning sans que l'organisation soit réellement cohérente. Effectivement, la réalisation d'un planning est compliquée mais il est souvent effectué dans l'urgence.

De plus, le salarié ne sera pas motivé à venir travailler une demi-journée, car cette situation n'est pas satisfaisante pour lui, financièrement.

Selon moi, s'il était porté davantage de soin à la réalisation des plannings en amont - comme le fait Monsieur PATINEC dans sa zone avec le système de planning participatif - je pense que ces situations pourraient être évitées.

Mme DAMOUR : Peut-être que nous devrions analyser ces cas particuliers, car certains managers rencontrent des difficultés à réaliser leur planning. Je vous invite à faire part de ces cas au DRV concerné. Demander à un collaborateur de venir quatre heures répond peut-être à une situation d'adhérence vis-à-vis de l'activité, à une absence, à une solution d'urgence, etc.

M. BEAUBOIS : J'ai un exemple concret qui est aussi récurrent et courant dans les magasins : un collaborateur qui travaille le matin, un autre l'après-midi et le lendemain, c'est l'inverse. Le bon sens serait qu'ils fassent une journée complète chacun et dans ce cas, les plannings participatifs ont certainement un intérêt.

Mme DAMOUR : La réalisation des plannings réclame de l'expertise.

M. BEAUBOIS : Nous sommes d'accord.

M. HEREDIA : Même si des expériences relativement timides avaient été tentées, je souhaitais saluer l'initiative forte et investie de la société sur cette thématique et plus particulièrement celle de Monsieur PATINEC. Effectivement, le caractère économique pourrait remettre en cause, pour partie, cette expérience. Nous sommes impatients d'avoir le bilan de la deuxième étape de test avec l'ensemble des magasins de la zone de Monsieur PATINEC.

M. PATINEC : Il y a une réelle ouverture d'esprit de la part de Mesdames DAMOUR, FELDMAN et de Monsieur GAZUIT qui ont donné leur accord sur le test, car ils savaient qu'il serait possible d'en tirer des expériences. La vente est la base de notre métier, donc la notion de gagnant-gagnant est importante, ainsi il ne faut pas que la rémunération moyenne de nos équipes baisse. Si un projet met en péril l'équilibre économique ou financier de nos collaborateurs ou de l'entreprise, bien entendu qu'il sera abandonné.

Nous sommes dans une démarche de bon sens, d'écoute et de partage. Je suis convaincu qu'à partir du moment où les équipes sont responsabilisées dans une démarche de liberté, nous allons avancer.

Je trouve ce sujet très intéressant et je peux vous assurer que j'y trouve de l'intérêt, car je suis convaincu que mes équipes auront un niveau d'engagement supérieur, qu'il y aura moins d'arrêts maladie, moins de rotations, que les collaborateurs seront proactifs pour recruter de nouveaux salariés. Je suis convaincu que l'ensemble est vertueux, mais effectivement, il y a des difficultés, l'écoute des équipes est très importante. Le modèle est figé et complexe, mais nous devons être ouverts et échanger les uns avec les autres pour définir les prochaines étapes.

Nous devons valoriser ces démarches pour montrer que l'entreprise va de l'avant et qu'elle est à l'écoute des nouvelles attentes du marché de l'emploi.

Mme ROUSSELIÈRE : Il faut aussi s'adapter à la typologie du secteur géographique.

M. BRIULET : Selon moi, ce principe de planning participatif pourrait être développé dans les services après-vente.

Mme FELDMAN : Nous avons déjà évoqué ce sujet et le test a été réalisé sur la région de Monsieur MEYER.

M. BRIULET : Je vous rappelle que le test sur un site SAV concernait la mise en place stricto sensu de la semaine des quatre jours. Cette démarche de planning participatif est attendue dans les SAV.

Mme PASTERNAK : Envisagez-vous de développer ce principe des plannings participatifs sur d'autres régions ?

Mme DAMOUR : Nous allons attendre les résultats du test sur l'ensemble des magasins de la zone de Monsieur PATINEC.

Si nous devons arbitrer ces plannings, nous devrions le faire en pleine équité et ce sujet est aussi très important, car il sera peut-être à l'origine de l'édiction de règles que nous n'avons pas envisagées.

M. BRIULET : Actuellement, nous sommes cadrés par notre accord ATT et à la fin du test, il sera nécessaire de voir si certains éléments de cet accord devront être modifiés.

Mme DAMOUR : L'étape suivante n'est pas si simple ! Effectivement, si tous les feux sont au vert à l'issue de la deuxième phase de test, nous pourrions développer ce principe sur d'autres les régions, mais nous devons aussi identifier les contraintes et les freins avant de mettre en place un déploiement sur d'autres régions.

Il est important aussi d'expliquer et de vanter les avantages de ce dispositif auprès des équipes et des managers, mais nous restons optimistes et positifs.

10 Discussions sur les activités culturelles et sociales.

Mme DA ROCHA PEREIRA : Nous aborderons ce point lors du prochain CSE du mois de juillet 2023.

La réunion est close à 19h00.

La Secrétaire du CSE,

Mme DA ROCHA PEREIRA Isabelle

