

PROCÈS-VERBAL DE LA RÉUNION EXTRAORDINAIRE DU 3 MARS 2022 DU COMITÉ SOCIAL ÉCONOMIQUE DE DARTY GRAND OUEST

La réunion s'est déroulée en visioconférence par l'outil TEAMS et en présentiel au siège de DGO.

Début de séance : 14h00.

Présents

Pour la direction

- M. DE LAPLAGNOLLE Éric, Directeur des Ressources Humaines,
- Mme JUILLIEN Léa, Responsable des Ressources Humaines,
- M. GÉRARD Pierre-Emmanuel, Responsable des Ressources Humaines,
- Mme GUILLAUME Lucie, Responsable des Ressources Humaines,
- Mme GUIBERT Martine, Responsable Paye.

Invité.

- M. KOENIG Régis, Directeur des Services.

Pour les membres titulaires EOT

- CFDT :** - M. MARANDEAU Vincent
- M. ROSIEK Gérald
- M. PEZAT Jean-Noël
- CFTC :** - M. PHILIPOT Jean-Michel
- SL :** - M. HEREDIA Noël
- Mme N'GOLET Nathalie
- ÉLUS :** - M. BEAUBOIS Iannis
- Mme ENYEGUE NKOLO Toua
- Mme PASTERNAK Sylvie
- M. PERUCAUD Didier
- M. VAN DE ROSTYNE Philippe
- M. VILLA Francis

Pour les membres titulaires Cadres

- CFE-CGC :** M. BERTIAUX Bruno
M. HARRE Laurent

Pour les membres titulaires AM

- CFE-CGC :** - M. GAUTREAU Laurent

Pour les membres suppléants EOT

- CFDT :** - M. GRUDET Loïc
- CGT:** - Mme MAZELLA Valérie
- SL :** - M. BARAN Gianni

Représentants Syndicaux

- CFDT :** - Mme DA ROCHA PEREIRA Isabelle
- CFTC :** - Mme LELUBEZ Sabrina
- CGT :** - M. BALUTEAU Franck
- SL :** - M. TIRMANT Vincent

Absents

- CFDT :** - M. FOUCHE Florent
- SL :** - Mme PRUDHOMME Corinne
- M. DIOLOGEANT Marc
- CFE-CGC :** - Mme BRAQUET Caroline

Les personnes votantes sont les 15 élus titulaires, ainsi que les 3 membres suppléants présents.

Ordre du jour

- 1 Note d'information en vue de la consultation des membres du CSE sur le projet de rétribution de DARTY des ventes et de la maintenance dans le cadre de la commercialisation du nouveau contrat Darty Max Maintenance au sein d'une nouvelle société FNAC DARTY SERVICES (FDS). 3**
- 2 Information sur la DUE de versement d'une prime exceptionnelle de pouvoir d'achat. ... 15**

M. DE LAPLAGNOLLE : Je tiens à vous informer que ce sujet est strictement confidentiel, d'ailleurs le service management et certains membres du COMEX n'en sont même pas informés. Je vous demande donc de ne pas communiquer sur ce sujet en interne, mais aussi bien évidemment en externe, et ce jusqu'à la consultation qui se déroulera lors du prochain CSE, le 31 mars 2022.

1 Note d'information en vue de la consultation des membres du CSE sur le projet de rétribution de DARTY des ventes et de la maintenance dans le cadre de la commercialisation du nouveau contrat Darty Max Maintenance au sein d'une nouvelle société FNAC DARTY SERVICES (FDS).

M. KOENIG : Étant donné que l'intitulé du point est relativement abscons, je vais vous rappeler le contexte. Les résultats de l'année 2021 ont été annoncés la semaine dernière. Dans la quantité d'informations transmises, nous avons indiqué que nous avons 500 000 abonnés Darty Max. C'est un véritable succès après deux ans de mise en place, nous pouvons nous en féliciter et vous, les premiers, car vous êtes en première ligne pour recruter et inviter les clients à rejoindre ce dispositif.

Nous avons un faisceau d'indices qui nous laissent à penser que BOULANGER pourrait lancer un service concurrent dans les semaines, voire les mois à venir. Nous n'en savons pas plus, car bien évidemment, BOULANGER souhaite conserver ces informations confidentielles comme nous tentons de la faire. Donc, si nous souhaitons conserver nos 500 000 abonnés, il est nécessaire que nous changions de dimension et que nous franchissions une nouvelle étape sur la Darty Max. À ce titre, nous allons distribuer la Darty Max via d'autres entreprises que DARTY. En effet, actuellement, les souscriptions Darty Max ne s'effectuent que dans les magasins franchisés ou intégrés, sur le site internet et par téléphone, mais elles restent uniquement en interne.

Si nous voulons avoir 2 millions d'abonnés en 2025, il est nécessaire d'ajouter une corde à notre arc afin d'intégrer pleinement le mouvement initié dans la stratégie EVERYDAY c'est-à-dire de faire un pas de plus vers cette notion d'opérateur de services autour du foyer.

Actuellement, nous distribuons la Darty Max dans le réseau DARTY et la prochaine étape serait de la distribuer par d'autres canaux : d'autres enseignes du Groupe, à travers nos partenaires (SOFINCO, ENGIE, AXA, BOUYGUES). Nous distribuons la Darty Max à nos clients, mais si nous faisons appel à d'autres canaux, nous allons pouvoir cibler des consommateurs qui ne sont pas clients chez DARTY, qui potentiellement deviendront des clients DARTY et par conséquent, nous allons gagner des parts de marché sur notre activité distribution et services.

De plus, le fait d'être les premiers à démarcher d'autres prestataires en proposant le meilleur abonnement, nous occupons toutes les positions et nous fermons le marché à nos concurrents éventuels qui souhaiteraient déployer ce type de service. BOULANGER a deux ans de retard, donc le temps qu'ils s'organisent, qu'ils effectuent des tests, qu'ils obtiennent la courbe d'apprentissage et si nous réalisons correctement notre mission, nous distribuerons déjà la Darty Max chez des prestataires les plus importants susceptibles de la distribuer.

Cette volonté de distribuer la Darty Max via des partenaires nécessite de s'organiser différemment, c'est-à-dire de mettre en place une organisation plus proche d'un opérateur de service que d'un distributeur. C'est donc l'objet de la consultation qui nous réunit aujourd'hui.

Nous allons créer des flux financiers entre les sociétés pour gérer les contreparties et les différentes prestations entre les différentes entités du Groupe. Nous avons fait une estimation, car ces flux financiers auront un impact sur les résultats économiques des différentes sociétés donc les différentes simulations effectuées permettront de mesurer l'impact sur la participation. Il est important de partager ces aspects avec vous puisque vous serez les premiers concernés par ces modifications.

Je vous rappelle que la Darty Max a été lancée en octobre 2019. Entre le service que nous avons lancé il y a deux ans et aujourd'hui, nous avons énormément développé le principe. Nous avons lancé la Darty Max en magasin, puis nous l'avons étendue aux franchisés, nous l'avons lancée sur internet et nous la proposons lors des appels entrants des clients qui nous contactent pour leur garantie. Ensuite, nous avons des tests de distribution avec SOFINCO. En même temps, tous les trois ou quatre mois, nous avons ajouté des éléments dans le service : la livraison gratuite par CHRONOPOST pour les commandes internet, suppression des délais de carence, etc. Une fois par an, nous procédons à des modifications plus importantes. En 2021, nous avons élargi le service à d'autres catégories de produits (PEM, TV, multimédia). En 2022, nous allons mettre en place un service de maintenance. Au fil du temps, nous avons amélioré, enrichi en permanence le service. Cette tendance va se poursuivre, car nous savons que dans les dynamiques d'abonnement, si nous souhaitons rester leader, il faut en permanence nous remettre en question afin de gagner de nouveaux clients et conserver ceux que nous avons déjà.

Nous avons 500 000 abonnés, donc si nous multiplions ce chiffre par le nombre d'appareils, nous sommes aux alentours de 4 000 000 de matériels pris en charge par la Darty Max.

Au quotidien, cette dynamique autour de la Darty Max a permis de remettre notre activité historique, qui fait notre force – le SAV – dans une dynamique de croissance. D'ailleurs, le nombre de produits qui ont été réparés entre 2020 et 2021 a augmenté de 17%. Cette progression engendre un recrutement massif de techniciens et le lancement des écoles de formation. Nous développons donc un modèle économique autour de la réparation et plus largement autour de l'économie circulaire.

La Darty Max est un des trois piliers de la stratégie EVERYDAY, voire un pilier et demi, car le volet durabilité s'appuie aussi sur la Darty Max. Ce service est un relai de croissance et de développement de la société au-delà même du plan EVERYDAY. En effet, en 2030 ou 2035, tous les sujets qui concernent l'économie circulaire et à la réparation auront encore davantage de place, d'autant plus, que nous assistons à des tensions sur les matières premières. À ce titre, il est important que le Groupe se positionne en diversification dans une activité de service qui en plus génère de l'emploi.

De plus, la concurrence s'organise, nous devons garder notre leadership et notre avance. A ce titre, nous devons nous adresser à des consommateurs qui ne sont pas des clients historiques de DARTY. Je vous rappelle que nous avons 30% de parts de marché, c'est-à-dire qu'il y a sept Français sur dix qui ne sont pas clients DARTY donc nous devons nous adresser à eux pour les faire venir dans nos magasins et pour ce faire, nous devons donc développer d'autres canaux de distribution.

M. KOENIG présente le diaporama (annexe 1).

M. KOENIG : Lors de l'annonce des résultats, nous avons aussi publié des chiffres sur le fait qu'un client abonné à la Darty Max visite le site DARTY et/ou vient en magasin nettement plus souvent qu'un non-abonné et il dépense en moyenne 25% de plus. Il y a donc un intérêt purement économique sur notre activité de distribution.

La question qui se pose donc actuellement est comment distribuer la Darty Max via des partenaires tiers. Pour ne rien vous cacher, il y a un an, nous pensions que la démarche serait facile. Nous avons commencé à discuter avec SOFINCO et nous nous sommes aperçus que le principe était plus complexe que ce que nous avions envisagé. En effet, aujourd'hui le contenu Darty Max est très avantageux pour le client DARTY par rapport à un non-client DARTY. Donc pour commercialiser cette offre à des consommateurs qui ne sont pas clients DARTY, nous devons réduire cet écart. Nous avons décidé d'enrichir la Darty Max pour tous les clients DARTY avec un nouveau service de maintenance. Précédemment, nous intervenions lorsque les appareils tombaient en panne et dorénavant, nous allons éviter que les produits soient en panne grâce à la maintenance que nous allons aider à faire sur les produits. Par ailleurs, nous interviendrons toujours sur les matériels qui tombent en panne malgré la maintenance réalisée. Ce sera la prochaine évolution de la Darty Max, c'est-à-dire inclure cette notion de maintenance dans le contrat, qui sera lancé dans le courant du mois de mai 2022, la date finalisée vous sera confirmée rapidement.

M. HEREDIA : Vous indiquez deux prérequis nécessaires à cette évolution de la Darty Max, mais je pense qu'il y en a un troisième, d'ailleurs, vous le mentionnez de manière subreptice avec le terme « opération du service », c'est le fait que notre SAV soit en capacité d'intégrer cette charge de travail supplémentaire. Je pense que vous êtes conscient qu'actuellement la situation est compliquée, quelle sera-t-elle à l'avenir. Je suis étonné que ce troisième prérequis n'apparaisse pas de manière claire.

M. KOENIG : Vous avez tout à fait raison. Nous devons effectivement structurer et renforcer nos capacités opérationnelles d'intervention en recrutant et en formant. Ce sont des éléments qui ne sont pas mentionnés, car même si nous ne lançons pas ce projet, c'est un défi important que nous avons à relever.

Notre capacité à conserver notre leadership passe aussi par notre capacité à recruter des techniciens, à les conserver et à les former. En effet, si BOULANGER n'arrive pas à recruter des techniciens, il ne pourra jamais nous concurrencer.

M. HEREDIA : Effectivement, si vous présentez ce projet à ENGIE, par exemple, vous n'allez pas leur dire qu'actuellement, DARTY rencontre des difficultés à absorber cette charge de travail. Mais entre nous, nous pouvons nous le dire.

Monsieur KOENIG, vous êtes dans l'entreprise depuis 17 ans donc je pense que vous avez encore en mémoire le PSE que vous avons connu en 2017, je vous rappelle qu'il a été traumatisant pour les techniciens. Actuellement, la charge de travail dans les SAV est conséquente et demain, serons-nous en mesure, même avec le plan d'embauche mis en place, d'absorber la charge de travail sereinement ?

M. KOENIG : Vous avez raison, mais nous nous devons d'avancer et je pense que nous sommes tous d'accord, nous ne pouvons pas arrêter de commercialiser la Darty Max et de perdre notre leadership en attendant de pouvoir à 100% assurer le service. La réalité est que nous investissons énormément dans le côté opérationnel : les ateliers de réparation, la formation de nos techniciens, etc.

M. HARRE : Avez-vous fait une prévision ? Par exemple, d'ici à la fin de l'année 2022, nous atteignons 250 000 abonnés supplémentaires, avec l'arrivée de ces nouveaux prestataires, ne risquons-nous pas d'avoir progressé trop vite sans pérenniser le projet ?

M. KOENIG : Je souhaiterais conserver les ordres de grandeur que vous annoncez, malheureusement et heureusement, ce ne sera pas le cas. En effet, je vous rappelle que nous avons déjà eu à relever des importants défis pour distribuer Darty Max par nos équipes au sein de nos magasins. Aujourd'hui, nous arrivons à placer 20 Darty Max pour 100 000€ de chiffre d'affaires, c'est-à-dire que le taux de placement est identique avec l'extension de garantie. Donc je ne pense pas que nos prestataires ou nos partenaires atteindront cet objectif plus rapidement que nous. Comme nous savons que la progression va être lente, il est donc important de démarrer tôt et ainsi discuter et échanger avec eux. Par ailleurs, nous serons prudents et donc nous n'allons pas faire le lancement avec quatre partenaires, car il est nécessaire de les accompagner.

M. HARRE : Il faut aussi pérenniser les clients qui possèdent déjà la Darty Max et que nous continuons à les servir avec la même qualité de service même si le nombre d'abonnés augmente fortement.

M. KOENIG : Ce projet sera un succès, mais il faudra du temps pour qu'il s'affirme comme tel.

M. HARRE : Avez-vous une prévision sur 2025, du nombre de prestataires qui seraient susceptibles de travailler avec nous ? Prévoyez-vous de lisser progressivement l'arrivée de ces nouveaux prestataires afin que le développement se fasse de manière raisonnée ?

M. KOENIG : Pour l'instant, nous sommes en discussion avec une petite dizaine de partenaires, nous en sommes encore au stade de la négociation. Si je prends le cas d'ENGIE, aujourd'hui il distribue un contrat d'assurance panne qui est proposé par AXA. Notre objectif est de remplacer ce prestataire et que ENGIE distribue la Darty Max.

Le lissage va se faire naturellement, car les négociations autour de ce type de contrat de distribution prennent du temps. De plus, la capacité de vente de nouveaux contrats par ENGIE ne sera pas la même que la nôtre. Admettons que nous distribuions à la FNAC, le partenaire naturel, je vous rappelle que ce prestataire place cinq fois moins d'extensions de garantie que DARTY. Nous ne sommes pas dans les mêmes ordres de grandeur en termes de volume ; mais nous en avons besoin pour obtenir nos deux millions d'abonnés et ainsi contacter des consommateurs qui ne sont pas clients de DARTY aujourd'hui.

M. HEREDIA : À propos de la dernière phrase de la diapositive 2, vous indiquez, de manière malicieuse ou pernicieuse, la mention suivante : « *Les interventions de maintenance sur les produits couverts par ce contrat continueront de s'effectuer par les équipes Darty pour tous les contrats, qu'ils soient distribués par Darty ou par des tiers.* ». Selon moi, il est évident que ce soit encore et toujours des techniciens DARTY qui interviennent.

M. KOENIG : Je suis tout à fait d'accord, et il était important aussi de le mentionner sans que l'objectif soit pernicieux ou malicieux. Je ne vous cache pas que nous avons eu cette question lors de la présentation dans les deux autres CSE, donc il y a une véritable inquiétude sur ce sujet, donc il était important de rassurer les équipes. Les techniciens qui réaliseront les interventions relatives seront toujours des collaborateurs DARTY. D'ailleurs, à DIF, une des questions concernait l'augmentation de la sous-traitance, car il existe une importante pression sur les délais dans ce secteur géographique. Aujourd'hui, nous n'avons pas de modalité d'exécution et de niveau de prestation disponible sur le marché qui sont à la hauteur de ce que nous attendons, donc nous avons besoin de recruter et de former des techniciens, c'est notre priorité. Nous n'avons pas de temps à perdre dans du transfert de techniciens, dans de la restructuration ou dans de l'externalisation, ces démarches ne sont absolument pas à l'ordre du jour pour les mois et les années qui viennent.

M. MARANDEAU : Si j'ai bien compris, l'objectif est de sécuriser, dans un premier temps, des partenariats commerciaux avec des tiers de manière à fermer la porte à d'éventuelles velléités de concurrents comme BOULANGER qui chercherait à mettre en place un partenariat avant DARTY. Le souhait est de sécuriser la relation commerciale, notamment avec SOFINCO, mais à combien estimez-vous le nombre de contrats réalisés par ces tiers et sous quelle fréquence, une fois que ce projet sera effectivement lancé ?

M. KOENIG : Pour calculer les impacts sur la participation, nous avons effectivement réalisé une simulation qui est présentée dans le diaporama.

M. MARANDEAU : Dans votre présentation, je n'ai pas vu d'élément sur les conséquences de la mise en place d'un service comme celui-ci sur le périmètre des magasins et notamment, les oppositions qui pourraient y avoir entre la Darty Max Maintenance développée par des tiers et le service Darty Max proposé en magasin. Avez-vous abordé ce sujet ?

M. KOENIG : Lors du prochain CSE, nous ferons un point détaillé sur la Darty Max Maintenance. Ce dispositif remplacera la Darty Max actuelle, donc il n'y aura pas d'opposition. L'objectif sera d'avoir une seule Darty Max, qui sera distribuée dans nos magasins et par nos partenaires. Ce principe permettra de simplifier le discours pour nos clients et ainsi ne pas créer d'opposition. Les magasins vont à partir du mois de mai 2022 commercialiser la prochaine version de Darty Max Maintenance, elle gardera les mêmes déclinaisons (Essentielle, Évolution, Intégrale).

À ce titre, il est prévu un programme de formation afin d'expliquer aux collaborateurs les différents changements et leur fournir les arguments de vente adéquats.

M. MARANDEAU : Actuellement, la principale objection des clients lorsque le vendeur propose la Darty Max est qu'ils ont déjà une couverture pour leur matériel grâce à la garantie, donc les vendeurs pourront arguer que ce nouveau contrat de maintenance accompagnera les clients pendant la durée de garantie de leur achat.

M. KOENIG : En plus, du produit acheté, la Darty Max Maintenance couvrira les autres produits achetés précédemment et ceux qui seront acquis ultérieurement même s'ils ne l'ont pas été chez DARTY. Tous les produits du foyer seront couverts par ce contrat de maintenance.

M. MARANDEAU : Le fait de développer à des tiers, le service Darty Max Maintenance a pour objectif de faire augmenter le nombre de clients qui viendront faire leurs achats chez DARTY.

Nous avons travaillé ensemble sur le sujet de la rémunération de la Darty Max et les conséquences de la mise en place de ce service sur les vendeurs avec l'arrêt progressif de la PSE. Comment avez-vous anticipé le fait qu'un client qui serait souscripteur de la Darty Max Maintenance chez un tiers viendrait faire un achat dans un magasin ? Sommes-nous dans les mêmes cadres de rémunération pour le vendeur concerné ?

M. KOENIG : Le client est un abonné Darty Max, donc il vient en magasin, les modalités de rémunération des vendeurs sont exactement identiques à celles d'un client qui aurait souscrit dans un magasin DARTY.

M. MARANDEAU : Je vous remercie pour votre réponse et d'ailleurs, je n'aurais pas compris que le processus de rémunération ait été construit différemment.

M. KOENIG : L'intérêt est d'aller chercher des clients ailleurs que dans nos magasins pour ensuite leur proposer les meilleurs services DARTY.

M. MARANDEAU : Je suis complètement en phase avec la présentation que vous faites !

Mme DA ROCHA PEREIRA : Si un client n'est jamais venu dans un magasin DARTY comment les vendeurs sauront-ils que celui-ci a souscrit à la Darty Max Maintenance ?

M. KOENIG : Ce client sera déjà enregistré dans la base clients Darty Max donc, les vendeurs pourront le retrouver facilement.

M. PHILIPOT : Je souhaiterais connaître la part des franchisés dans cet objectif de 500 000 abonnés ? Dans les canaux de distribution existants, il y en a un qui n'est pas, selon moi, exploité : ce sont les franchisés.

M. KOENIG : Vous avez raison, mais je ne peux pas vous donner la part exacte, mais elle représente moins de 10%, ce qui est suffisant au regard du nombre de clients qui fréquentent nos magasins franchisés. Le principal frein est la rémunération de la Darty Max comparée à celle relative à la PSE, qui selon moi, était trop élevée, mais je vous rappelle qu'elle était contractuelle. À la suite de négociations relativement difficiles, nous avons fini par aboutir à un système de rémunération de la Darty Max. Mais ce sujet concerne davantage la gestion du changement. Nous connaissons le niveau d'effort qui a été demandé aux équipes managériales et aux équipes de formation pour mettre à niveau les magasins intégrés et les rendre efficaces dans la vente de la Darty Max ; d'ailleurs cet effort est toujours en cours, car il y a encore des différences entre les magasins et entre les vendeurs. À ce titre, nous devons poursuivre notre investissement en formation et en accompagnement. Ces investissements ont été peu développés chez nos franchisés, car ils ont davantage de liberté en matière de stratégie d'entreprise.

Le sujet avec les franchisés est toujours d'actualité, nous avons mis en place des plans d'actions avec la Task Force notamment et nous accompagnons les franchisés qui souhaitent développer la Darty Max et qui en ont le potentiel.

Mme PASTERNAK : Est-ce que l'abonnement Darty Max restera le même ?

M. KOENIG : Il sera différent, car nous ajoutons de nouveaux services, mais pour l'instant, nous avons prévu de laisser les différents abonnements au même prix en y intégrant ce nouveau service de maintenance, les couvertures d'appareil seront aussi identiques, d'ailleurs, nous réfléchissons à intégrer le secteur du gaming dans l'offre intégrale. La Darty Max continue donc d'évoluer.

Mme N'GOLET : Au début de votre présentation, vous avez mentionné que DARTY était le premier à lancer une offre de réparation en illimité, je vous signale qu'après le lancement de la Darty Max, ÉLECTRO DÉPÔT proposait exactement les mêmes offres que DARTY avec trois formules. Nous ne sommes donc pas les seuls à proposer ce type de service.

M. KOENIG : Avez-vous lu en détail le contrat d'ÉLECTRO DÉPÔT ? Si ce n'est pas le cas, nous aurions dû vous informer des modalités de ce contrat. Le contrat d'ÉLECTRO DÉPÔT est nettement plus limitatif, même si celui-ci annonce qu'il y a une garantie à vie. En effet, ce contrat ne couvre que les produits qui ont été achetés chez ÉLECTRO DÉPÔT et ceux qui ont moins de deux ans. Donc pour les produits réellement couverts par ce contrat, en électroménager par exemple, il n'y aurait que deux produits par foyer alors que pour la Darty Max, ils sont au nombre de six ou sept.

Mme N'GOLET : Cela couvre les produits ÉLECTRO DÉPÔT mais également achetés ailleurs.

M. HEREDIA : Les clients doivent payer un droit d'entrée pour leurs produits qui n'ont pas été achetés chez DARTY. Est-ce que dans le futur contrat Darty Max Maintenance souscrit par l'intermédiaire d'ENGIE par exemple, cette condition sera toujours existante ?

M. KOENIG : Cette condition sera conservée même si ENGIE préférerait qu'elle soit supprimée, mais nous leur avons expliqué que ce principe était impossible. Pour schématiser, nous réfléchissons à des options qui permettraient de s'abolir de ces franchises, mais pour l'instant, aucune décision n'a été prise dans ce domaine.

M. HEREDIA : Effectivement, ce « droit d'entrée » peut être un véritable frein financier pour les non-clients DARTY.

M. KOENIG : Nous pourrions effectivement imaginer de supprimer cette option, mais nous devrions augmenter le coût de la souscription ; c'est une des hypothèses sur laquelle nous travaillons.

M. HEREDIA : Ce principe de maintenance existe dans le domaine des chaudières, les techniciens interviennent sans que l'appareil ne soit en panne, donc ils font de la prévention.

M. KOENIG : C'est tout à fait l'idée. Nous avons deux objectifs : augmenter la fréquence d'utilisation de ce service et diminuer la fréquence des pannes.

M. HEREDIA : Mais la maintenance est un véritable métier et il faut bien la différencier du métier de technicien. Selon moi, la maintenance est complètement différente du le métier de dépannage. De plus, la charge de travail pour les métiers du SAV va fortement augmenter.

M. KOENIG : Vous avez raison et je vous détaillerai lors du prochain CSE ce principe de maintenance. L'idée n'est pas d'envoyer un technicien chez chaque client pour faire la maintenance, car économiquement, ce système n'est pas viable. La maintenance se fera à distance et probablement que sur des clients ciblés, il y aura des interventions physiques. Les modalités que nous avons envisagées dans les mois qui viennent n'incluent pas de modification dans le métier de technicien. Actuellement, nous prévoyons de la maintenance à distance, plutôt en visio, avec des interventions techniques si nécessaire en cas de panne ou de suspicion de panne.

M. HEREDIA : J'espère que ces modalités de maintenance seront mentionnées spécifiquement sur les contrats et qu'elles seront correctement expliquées aux clients lors de la vente. Monsieur DE LAPLAGNOLLE, la présentation qui nous sera exposée lors du prochain CSE sera dans le cadre de cette information-consultation ?

M. DE LAPLAGNOLLE : Bien sûr, la présentation faite lors du prochain CSE sera la poursuite de celle qui vous est faite aujourd'hui.

Mme N'GOLET : En tant que potentielle cliente, si le contrat de maintenance Darty Max est présenté comme celui proposé dans le secteur des chaudières, je vais penser qu'un technicien va passer une fois par an pour contrôler les appareils, alors les interventions sont les mêmes que celles réalisées par nos collègues du CRC. Comme Monsieur HEREDIA, je pense qu'il est important que l'argumentaire de vente spécifie bien que les interventions s'effectueront à distance en visio. De plus, je ne comprends pas la différence par rapport à ce qui est proposé actuellement.

M. KOENIG : Je suis d'accord avec vous, l'argumentaire ne devra pas induire les clients en erreur et il sera spécifié que les interventions des techniciens s'effectueront à distance, en visio, d'ailleurs, ce contrat ne s'intitulera pas Darty Max Maintenance, mais Darty Max tout simplement.

Mais étant donné que le processus n'est pas encore finalisé, je ne peux pas vous présenter tous les détails ; d'ailleurs, ces précisions ne sont pas forcément nécessaires pour le processus d'information-consultation. En effet, l'évolution du service ne nécessite pas une information-consultation alors que la transformation de la structure juridique requiert votre avis sur le sujet.

Mme MAZELLA : Est-ce que le contrat de maintenance sera différent du contrat Darty Max réparation ?

M. KOENIG : Il y a le contrat actuel et les nouveaux clients qui souscriront à cette nouvelle offre à partir de la mi-mai auront d'autres conditions générales qui incluront ce système dit de « maintenance ».

Mme MAZELLA : Les précédents contrats n'incluant que la réparation, les vendeurs devront vérifier la date de souscription des contrats.

M. KOENIG : Ces mentions concernant la date de souscription seront indiquées.

La première condition relative à l'évolution de la Darty Max est donc la maintenance, le deuxième sujet est la structuration de cette nouvelle offre. En effet, actuellement, si un client signe un contrat Darty Max dans un magasin de Nantes, celui-ci est géré par DGO, donc les deux signataires sont le client et DGO.

M. HEREDIA : J'ai des clients qui habitent Paris et qui ont des appareils dans leur résidence secondaire en Normandie qui sont couverts par la Darty Max, donc quelle entité gère le contrat DGO ou DIF ?

M. KOENIG : Vous faites remarquer une réelle problématique. Effectivement, la situation que je vous exposais précédemment ne fonctionne que dans un environnement théorique et nous aurons les mêmes problèmes avec l'augmentation du nombre de clients et des autres canaux. En effet, si un client de Nantes souscrit la Darty Max sur DARTY.com, son contrat est régi par DIF, donc si vous intervenez, le technicien est rémunéré par DGO alors que le contrat et le chiffre d'affaires sont imputés à DIF. Nous nous apercevons que ces situations sont de plus en plus fréquentes alors qu'elles étaient marginales lors du lancement de la Darty Max. Donc si nous voulions résoudre ces problématiques, nous devrions créer des flux de refacturation entre les différentes filiales au titre des interventions qui ont été réalisées pour les contrats qui ont été souscrits sur d'autres filiales.

Si jamais ENGIE distribue Darty Max, il faudrait que ce prestataire signe un contrat de distribution avec chacune des trois filiales, car selon que le client habite Nantes, Lyon ou Paris, ce ne sera pas le même contrat. L'organisation actuelle a donc ses limites. SOFINCO comprend ce principe, car ce prestataire travaille avec DARTY depuis quinze ans sur le crédit, mais les autres prestataires ne le comprennent pas. De plus, lorsqu'AXA les démarchent, il y a une seule société qui gère le contrat. Par conséquent, pour simplifier la commercialisation et les flux financiers, nous avons besoin de les structurer en créant cette société, FNAC DARTY SERVICES qui fait l'objet de l'information de ce jour et de la consultation lors du prochain CSE. Cette société sera dédiée à la gestion du contrat Darty Max et la commercialisation du contrat de maintenance. Donc à partir du lancement du contrat, celui-ci ne sera plus signé entre DGO et le client, mais entre FNAC DARTY SERVICES et le client final.

Bien évidemment, il est hors de question que nous ne rémunérions pas DGO, car c'est cette filiale qui a obtenu la signature du contrat. Des flux de rémunération seront créés entre cette nouvelle société, FNAC DARTY SERVICES et DGO (ou chacune des trois filiales). De plus, ce sera FNAC DARTY SERVICES qui signera le contrat de distribution avec ENGIE. C'est une construction assez classique dans le domaine de la distribution de services et qui est nécessaire si nous voulons distribuer Darty Max ailleurs que dans le réseau DARTY.

Cette société FNAC DARTY SERVICES a le même rôle que les équipes actuelles : concevoir le service, le développer, le commercialiser, définir les évolutions, les modalités d'exécution et piloter sa rentabilité.

Pour le vendeur, cette organisation ne changera rien à sa rémunération, mais en termes de structure juridique, la distribution du contrat continuera d'être réalisée comme aujourd'hui via le réseau DARTY et par

les tiers ; toutes les interventions continueront d'être réalisées par les trois sociétés DARTY qui seront rémunérées par FNAC DARTY SERVICES pour les réaliser.

M. VAN DE ROSTYNE : Cette société va permettre d'étendre nationalement le réseau Darty Max. Cette société FNAC DARTY SERVICES rémunèrera chaque participant en fonction des régions et en fonction des demandes des clients.

M. KOENIG : Tout à fait. La rémunération sera faite au coût réel en y ajoutant une marge. C'est-à-dire que lorsqu'un technicien interviendra chez un client Darty Max, DGO facturera cette intervention à FNAC DARTY SERVICES qui la règlera selon les modalités définies.

M. PERUCAUD : Vous indiquez que les vendeurs DARTY vont continuer à placer des Darty Max. Mais plus, il y aura de prestataires extérieurs à proposer la Darty Max, moins les vendeurs pourront en faire en magasin, donc, ils ne seront rémunérés que lors de la vente d'un nouveau produit. Précédemment, les vendeurs étaient rémunérés sur la PSE. À l'arrivée de la Darty Max, les vendeurs étaient rémunérés sur ce service et en plus, leur prime était doublée. Mais si plusieurs prestataires extérieurs placent des Darty Max, à moyen ou à long terme, la rémunération des vendeurs va diminuer.

M. KOENIG : Nous allons faire en sorte que cette situation ne se produise pas et je pense que nous en sommes tous d'accord. Il y a plusieurs mécaniques qui rentrent en jeu. La première et la principale est que nous allons surtout nous adresser à des consommateurs qui ne sont pas clients de DARTY. Ceux-ci n'auraient jamais acheté la Darty Max chez DARTY puisqu'ils ne fréquentent pas nos magasins. Par conséquent, nous allons ramener ces clients vers les magasins DARTY. Je vous rappelle que sept consommateurs sur dix ne sont pas des clients DARTY.

Je cite fréquemment l'exemple d'ENGIE, mais ce ne sera pas obligatoirement notre premier partenaire. Certains clients ENGIE sont aussi des clients de DARTY donc, effectivement, il aurait pu être possible de leur proposer la Darty Max. Mais cette situation n'est pas défavorable pour les vendeurs, car elle est déjà envisagée dans les modèles de progression de la Darty Max.

Quant à la rémunération des vendeurs, c'est un sujet beaucoup plus large que celui de la Darty Max. Mais il n'est de l'intérêt de personne que cette rémunération diminue. La progression de la rémunération sera suivie afin de s'assurer que le niveau de salaire des vendeurs soit raisonnable.

Mme DA ROCHA PEREIRA : Actuellement, les vendeurs DARTY sont rémunérés lorsqu'ils placent l'offre SOWEE (fournisseur d'énergie), mais si un partenaire comme ENGIE est choisi pour placer de la Darty Max, est-ce que ce placement sera remis en cause ?

M. KOENIG : Mais il sera toujours possible à des clients ENGIE de souscrire l'offre SOWEE.

Mme DA ROCHA PEREIRA : Selon moi, les clients ne le feront pas, car ils auront une garantie avec la nouvelle formule de la Darty Max.

M. KOENIG : Ce seront deux contrats différents : celui de la Darty Max et celui de l'énergie. Ce sera la même configuration que pour les contrats avec les opérateurs de messagerie. Si vous vendez un contrat avec BOUYGUES TÉLÉCOM, le client peut tout à fait changer d'opérateur l'année suivante et sans pour cela remettre en cause sa souscription à la Darty Max.

Mme DA ROCHA PEREIRA : Mais je pense qu'il n'est pas dans l'intérêt de DARTY d'informer ENGIE que nous proposons des contrats d'énergie avec SOWEE.

M. MARANDEAU : Dans la pratique, ce ne sera pas une option à un contrat ENGIE, mais un contrat identifié Darty Max vendu par ENGIE.

M. BEAUBOIS : Je voudrais revenir sur le fond du projet. Dans votre présentation, il y a des éléments que je comprends tout à fait comme la création d'une société afin de pouvoir diffuser la Darty Max auprès des tiers et ainsi faciliter, centraliser et réduire les flux financiers comme vous le décrivez et aussi avoir un seul interlocuteur, ce qui s'entend. En revanche, je ne comprends pas le principe de nous prendre les ventes que nous réalisons en filiales et ensuite nous les rétribuer. Ce système va, je l'imagine, pénaliser les filiales. Et dans les dernières diapositives de la présentation, vous nous garantes la rentabilité de ce service en couvrant les frais qu'il génère. Il me semble que la rentabilité est plutôt forte sur ce genre de service, elle contribue de manière non négligeable à construire le résultat de notre entreprise. Par conséquent, nous pouvons imaginer que les salariés vont être perdants, car le fait de ne plus inclure ce résultat dans les comptes de l'entreprise va impacter le compte de résultat, donc la participation, les salariés seront donc pénalisés.

M. KOENIG : Mais peut-être que les salariés ne seront pas pénalisés. Je pense qu'il y a beaucoup de « fantasmes » autour de la rentabilité de la Darty Max. Il y a certes des revenus, si je prends la Darty Max Essentiel à 24,99€ par mois, soit 100€ par an ; combien reste-t-il une fois que tous les frais ont été déduits ? Actuellement, la réalité est qu'il reste approximativement entre 20€ et 30€ et cette somme fluctue dans le temps.

En effet, cette rentabilité dépend de la sollicitation des clients, mais aussi des éléments que nous allons ajouter ou enlever de la future Darty Max ; de plus, la maintenance va augmenter le coût. Par conséquent, il restera moins de 20€ si nous y ajoutons la maintenance. De plus, ponctuellement, nous faisons des promotions. Si demain, une guerre des prix est enclenchée en particulier avec BOULANGER, sur ce type de service, il nous faudra accentuer le niveau promotionnel et donc diminuer le chiffre d'affaires. Actuellement, cette rentabilité fluctue, car nous sommes dans une phase de croissance et d'investissement (formation des techniciens).

M. BEAUBOIS : J'entends votre réponse sur les 20€ ou 30€ de marge, nous sommes encore au démarrage de la mise en place de ce service. J'imagine qu'avec cette ambition de 2 millions d'abonnés, l'objectif est d'avoir un coût d'abonnement inférieur à celui que nous avons actuellement. Lorsque vous dites que nous pourrions souffrir de la concurrence, ce principe reste une hypothèse.

M. KOENIG : Effectivement, c'est une hypothèse, mais il y a un risque aussi bien positif que négatif. La réalité est que ce sont les sociétés DARTY qui portent l'intégralité de ce risque. Une remarque m'a été souvent formulée : est-ce qu'avec tous les techniciens que nous recrutons, nous gagnons encore de l'argent ? Cette inquiétude est justifiée.

Les extensions de garantie que nous vendions précédemment étaient rentables, car les produits étaient rarement en panne, mais nous en vendions de moins en moins, les ventes diminuaient fortement et il était nécessaire de changer de modèle, d'où le lancement de la Darty Max.

M. BEAUBOIS : Nous avons anticipé l'évolution de la législation en arrêtant la PSE et en créant la Darty Max. Ce service m'apparaît être un bon concept. Effectivement, la création de cette nouvelle société va faciliter l'organisation, le développement et le pilotage de ce service pour les prestataires tiers. Néanmoins, je reste dubitatif sur le fait que nos ventes nous seront enlevées. Celles-ci rentrent dans notre compte de résultat, car les ventes sont réalisées dans les filiales et vous nous dites qu'elles en seront extraites et que nous serons rémunérés ensuite dessus.

Nous avons de réelles interrogations sur la rétribution des ventes à cette société mère. Étant donné que nous conservons les ventes de la Darty Max réalisées avant la mise en place de cette société, je trouverai normal que les ventes effectuées par nos filiales soient conservées au sein de ces entités.

M. KOENIG : Qu'est-ce que vous entendez dans le principe de garder nos ventes ?

M. BEAUBOIS : C'est-à-dire supporter les coûts, encaisser l'abonnement, et bénéficier de la rentabilité si elle existe, ce qui est le cas actuellement.

M. KOENIG : C'est une hypothèse que nous avons étudiée et que nous n'avons pas retenue, car elle ajoute de la complexité sur la gestion du contrat et des flux financiers. La question est : est-ce que ceux qui prennent les décisions qui prennent aussi les risques ? Aujourd'hui, ce n'est pas le cas. Il est nécessaire de garder un équilibre, nous rémunérons de manière raisonnable et croissante les filiales en fonction du nombre d'abonnés afin de garantir la participation en particulier pour les employés et pour les filiales. D'ailleurs, il y a deux sources : premièrement la vente de la Darty Max et deuxièmement, toutes les interventions et les prestations qui sont réalisées pour les abonnés. De plus, les clients reviennent plus souvent dans nos magasins donc nous gagnons des parts de marché. Ce principe doit être sécurisé afin qu'il bénéficie aux collaborateurs de DARTY, d'ailleurs le bénéfice sera tangible avec ce nouveau système.

La structure qui prend les décisions de nature à changer le modèle économique afin de le rendre bénéficiaire ou déficitaire doit en porter la responsabilité.

M. BEAUBOIS : D'après la diapositive numéro 7, au-delà de trois ans, les niveaux de rémunération pour les clients fidèles sont relativement faibles par rapport aux bénéfices financiers actuels.

M. KOENIG : Dans la rémunération indiquée dans la diapositive numéro 7, celle du SAV est intégrée. En effet, à partir de la quatrième année, elle est de 6€ par mois dans le cas où le client n'a jamais eu de panne et ne vient en magasin que pour acheter de nouveaux produits. Dès qu'il y aura une panne, nous allons rémunérer le SAV. À ce chiffre d'affaires total généré par ces clients pour la filiale, nous devons y ajouter le prix et la facturation des prestations de SAV qui seront réalisées.

Nous avons indiqué dans le tableau en bas de la diapositive numéro 7, uniquement la marge sans les coûts, car ils sont payés par la filiale.

Étant donné qu'il y a une marge supplémentaire d'ajoutée, celle-ci progresse entre 2022 et 2025, pour atteindre 1,32 million. Le faible chiffre de 2022 peut être étonnant, mais je vous rappelle que ces modalités ne s'appliquent qu'aux nouveaux contrats. Ainsi les 500 000 abonnés que nous avons aujourd'hui ne rentrent pas dans cette mécanique.

M. BEAUBOIS : Nous avons tout de même des interrogations sur le fait que la marge est donnée à FDS alors qu'actuellement, ce sont les filiales qui en bénéficient.

M. KOENIG : C'est seulement une partie de la marge alors que FDS prend 100% du risque.

M. BEAUBOIS : La marge est reversée à FDS alors que le travail a été réalisé en filiale. Pour FDS, si le travail est réalisé correctement par les entités, la marge est facile à obtenir.

M. KOENIG : Je peux vous assurer que les équipes informatiques passent de nombreuses heures à concevoir, à réfléchir, à imaginer, etc. Effectivement, ce service n'existerait pas sans les vendeurs qui savent le vendre, sans les techniciens qui savent intervenir et sans les collaborateurs qui l'ont imaginé et qui le développent. Votre inquiétude est légitime et c'est à nous de vous convaincre sur la pertinence du modèle.

M. HEREDIA : Je voudrais revenir sur ce vous venez de dire sur la rentabilité « supposée » de la Darty Max. En effet, selon vous, elle ne serait pas si positive et je suis surpris d'entendre ce type de propos. En effet, la Darty Max est le « fer de lance » de la rentabilité du Groupe et finalement la rentabilité ne serait pas si importante. Mais si celle-ci est négligeable, laissez-nous le produit des ventes au niveau de chaque filiale !

M. KOENIG : Je vous rappelle que la rentabilité du Groupe est de 4%, donc même si la rentabilité de la Darty Max est de 15% ou 20%, elle est nettement supérieure à la moyenne du Groupe. Dans l'imaginaire collectif, les 10€ de marge peuvent paraître importants, mais une fois que nous avons retranché les coûts de distribution, les remises produits, cette marge n'est pas si conséquente.

M. HEREDIA : Mais si la rentabilité était si imaginaire, quel est l'intérêt d'avoir lancé cette Darty Max et de continuer son développement ?

La question de l'impact sur la participation de ces changements de flux a été évoquée par Monsieur BEAUBOIS. Les tableaux que vous nous présentez sur les diapositives restent des projections, est-ce que vous pouvez garantir, aujourd'hui, aux salariés de DGO que les répercussions sur la participation seront potentiellement positives à minima.

M. KOENIG : Si nous projetons les montants de participation liés à la Darty Max par rapport au plan stratégique, nous obtenons les données présentées dans le tableau de la diapositive numéro 8. En 2021, nous avons commencé à 200 000 abonnés et nous avons fini à 500 000, donc le parc moyen est de 300 000. Vous pouvez constater une croissance du parc moyen, en 2023, 200 000 contrats ont été commercialisés en dehors du réseau DARTY. Les trois dernières lignes concernent la participation versée au titre de la Darty Max. La part de la Darty Max dans la participation totale qui a été versée en 2021 était de 700 000€ pour toute la France. Comme vous pouvez le constater, dans les projections que nous avons faites, cette part de la participation va augmenter. Cette modélisation tient compte des conditions de participation, de l'augmentation des volumes de contrats et des modalités de rémunération que je vous ai présentées sur la diapositive précédente.

M. HEREDIA : Sur la diapositive « modalités des rémunérations des sociétés DARTY par FDS », nous constatons que la commission de placement est fortement réduite dès la quatrième année.

M. KOENIG : Si en 2026, donc dans 4 ans, nous recrutons un nouveau client, la souscription sera de 24€ et non de 6€.

M. DE LAPLAGNOLLE : Le tableau montre la rémunération annuelle d'un contrat sur sa durée

M. MARANDEAU : À la première année de souscription, la commission est de 48€, la deuxième année, elle est de 36€, etc. Je vous rappelle, Monsieur KOENIG, que nous avons demandé ce type de modèle de rémunération pour les vendeurs.

M. KOENIG : Effectivement, nous en avons discuté pour les vendeurs. Nous aurions pu créer un modèle où nous aurions juste versé les souscriptions en partant du principe que le rôle du magasin se résume à recruter un nouveau client. Mais nous avons estimé que ce modèle n'était pas

juste, car nous devons accueillir ces clients en magasin de manière différente, donc le maintien de la rémunération dans les réseaux de distribution avait du sens.

M. HEREDIA : Pour être certain que j'ai correctement compris vos tableaux, nous sommes capables d'un point de vue comptable de quantifier la rentrée d'argent liée aux ventes de la Darty Max et le coût lié aux interventions SAV dans le cadre de la Darty Max ?

M. KOENIG : Les données du deuxième tableau pourraient être considérées comme des marqueurs, c'est-à-dire le versement que DGO aura en supplément du coût de financement des interventions. Donc FDS payera à DGO le prix de l'intervention qui comprend le salaire du technicien, les pièces détachées, une quote-part des loyers, etc. et le montant affiché dans le tableau.

M. HEREDIA : Quel est le ratio entre le nombre de Darty Max vendues et les interventions ?

M. KOENIG : La rentabilité exacte et le taux de sollicitation sont des éléments que je ne peux pas vous communiquer.

M. HEREDIA : J'ai déjà posé cette question, j'ai eu la même réponse que vous venez de formuler, mais je ne comprends toujours pas pourquoi ces informations ne peuvent pas être communiquées. Comme tous les participants à cette réunion, je suis lié à un devoir fort et exigeant de confidentialité, donc je ne peux pas comprendre que vous ne puissiez pas me transmettre ces informations que vous jugez sensibles. Je m'inscris en faux sur cette réserve liée à la confidentialité que vous nous opposez est de ne pas vouloir communiquer cette information.

M. DE LAPLAGNOLLE : Je peux vous assurer, Monsieur HEREDIA que je ne connais pas non plus ces éléments.

M. KOENIG : Je m'engage à vous adresser un dossier plus détaillé, mais je ne connais pas encore le niveau d'information que nous pourrions vous communiquer, l'important est que vous ayez toutes les informations pour prendre une bonne décision lors de la consultation.

Mme DA ROCHA PEREIRA : Cette société FDS sera une entreprise de services et je vous rappelle que ce type de structure bénéficie d'avantages fiscaux à hauteur de 50% des dépenses effectivement supportées. Quelle sera la structure juridique de FDS ?

M. KOENIG : Je ne peux pas vous répondre sur la structure juridique, car je ne suis pas juriste. Ce que je sais est que FDS sera une filiale de FNAC DARTY SA afin de pouvoir dissocier l'activité de services de l'activité de distribution. Je soumettrai votre remarque à nos fiscalistes.

Mme DA ROCHA PEREIRA : Ces avantages fiscaux à hauteur de 50% vont générer davantage de rentabilité, est-ce que celle-ci sera répercutée vers les filiales ?

M. ROSIEK : C'était en partie la raison de la création des A2I.

M. KOENIG : Les A2I étaient des services à la personne et la loi BORLOO prévoyait des réductions sur les charges sociales et un remboursement des clients à hauteur de 50% par crédit d'impôts, mais nous ne sommes pas du tout dans le cadre de ce régime particulier.

M. DE LAPLAGNOLLE : Si vos informations sont correctes, Madame DA ROCHA PEREIRA, j'imagine que la direction financière est informée elle aussi.

M. HARRE : FDS sera une filiale de DARTY ?

M. DE LAPLAGNOLLE : FDS sera une filiale de FNAC SA, la holding qui supervise toutes les entités du Groupe y compris FDPS.

M. BEAUBOIS : Monsieur KOENIG, vous venez de nous dire que vous souhaitez nous transmettre les informations dont nous avons besoin. Puisque vous avez fait une projection de la participation avec la création de cette société, j'aimerais avoir un comparatif avec la situation actuelle.

M. KOENIG : Ce sont des éléments que nous allons vous transmettre, mais il y aura plusieurs niveaux de certitude. C'est-à-dire que dans les années 2022, 2023, 2024 et 2025, nous avons déterminé différents scénarios.

M. BEAUBOIS : Mais dans la projection, vous avez pris un scénario bien précis avec un nombre d'abonnés et un coût spécifique. Donc nous pouvons prendre ce même scénario pour avoir une comparaison qui soit parlante.

M. KOENIG : Je note votre demande.

M. BARAN : Si je comprends bien nous allons avoir deux contrats Darty Max : l'ancien et celui avec la maintenance. Étant donné que nous avons déjà 500 000 abonnés, il aurait été souhaitable d'intégrer les anciens contrats dans les nouveaux. De plus, existera-t-il une différence de prestation entre les nouveaux contrats et les anciens contrats ?

M. KOENIG : À propos de votre première question, nous n'avons pas intégré les anciens contrats dans les nouveaux, car il est nécessaire de faire signer le client pour avoir son accord sur les nouvelles prestations proposées. Nous ne pouvons pas automatiquement basculer nos 500 000 clients vers un autre contrat que celui qu'ils ont signé.

De plus, les prestations proposées dans les deux contrats seront différentes et elles seront notifiées dans les différents systèmes d'information afin que la communication soit claire et précise.

Deuxièmement, il faut identifier le signataire du contrat ? Ce sera DGO par exemple sur les anciens contrats, FDS sur les nouveaux. Une des questions que nous aurions pu nous poser est celle des transferts des contrats. C'est-à-dire basculer les anciens contrats sur FDS y compris pour simplifier les coûts financiers. Mais nous avons décidé de ne pas choisir ce type d'opération, car elle est complexe à réaliser. De plus, elle n'a pas forcément d'intérêt pour les clients, la société et le niveau de participation des salariés pourraient en pâtir. À ce stade du projet, il n'est pas prévu de basculer les anciens contrats vers les nouveaux.

À propos des prestations, celles de la maintenance ne sont pas incluses dans les anciens contrats, donc les coûts liés à la maintenance n'y seront pas imputés. Ce principe permettra de gérer la montée en charge. En effet, si nous souhaitons mettre en place, par exemple, une intervention en visio par an et par client, il faut pouvoir monter en compétence progressivement.

M. BARAN : Si un client souhaite avoir la Darty Max avec un contrat de maintenance, est-ce possible ?

M. KOENIG : Oui, il faudra qu'il vienne en magasin ou qu'il contacte le centre d'appels. Son ancien contrat sera résilié et ce client signera un nouveau contrat Darty Max Maintenance. Mais cette démarche ne sera pas automatique, elle sera mise en place à la demande du client.

Mme MAZELLA : Avec la signature électronique, nous ne remettons plus de contrat aux clients, parfois certains éléments n'ont pas été compris et ils reviennent en magasin exprimer leurs mécontentements.

M. KOENIG : Nous restons sur les modalités actuelles et d'ailleurs, nous comptons sur les explications et les compétences du vendeur. En réalité, il y a peu de clients qui font des réclamations en invoquant qu'ils n'avaient pas compris. Mais effectivement, il est important que nous renforçons la formation et que le discours du vendeur soit extrêmement clair pour le client. La signature électrique se développe énormément, c'est une tendance de société, donc selon moi, nous ne reviendrons pas à des documents papier.

Nous avons aussi mis en place une information client « post souscription » qui est envoyée immédiatement avec leur échéancier de paiement, donc s'ils ne sont pas d'accord, ils peuvent réagir rapidement.

M. MARANDEAU : Est-ce que la Darty Max gardera son nom ?

M. KOENIG : Cette marque est forte et puissante, donc nous souhaitons la conserver. Il est important de garder notre marque y compris si la Darty Max est distribuée par d'autres prestataires notamment des concurrents du Groupe, la FNAC.

D'ailleurs, nous allons diffuser au mois d'avril, un spot qui passera sur les chaînes de TV.

M. MARANDEAU : Effectivement, nous avons engagé le nom de l'entreprise dans ce service d'ailleurs, cette décision est lourde de conséquences. En effet, si le service est correctement vendu et argumenté par les vendeurs, il n'y a aucun souci à se faire. Mais si la Darty Max est proposée par d'autres prestataires, allons-nous nous assurer, en tant que Groupe FNAC DARTY du discours du tiers sur la vente de la Darty Max, afin de ne pas entacher l'image et le nom de l'enseigne ? À ce titre, je pense qu'il faudra assurer le niveau de formation nécessaire à ces partenaires commerciaux afin que le service ne soit pas entaché d'une mauvaise réputation.

L'objectif des 2 millions d'abonnés est issu des orientations stratégiques EVERYDAY de 2025 et il a été fixé en tenant compte uniquement du canal de distribution actuel, c'est-à-dire l'enseigne DARTY ?

M. KOENIG : J'ai participé aux calculs de cette projection de 2 millions d'abonnés et je peux vous assurer qu'elle intègre aussi la distribution de la Darty Max via d'autres prestataires.

M. MARANDEAU : Donc l'ambition n'est pas d'augmenter cet objectif de volume d'abonnés en raison de l'ouverture des prestations à des tiers.

M. KOENIG : Pour être transparent, les 2 millions d'abonnés sont notre ambition, mais pour l'atteindre, il est nécessaire d'ouvrir la Darty Max à d'autres partenaires, car avec uniquement le canal DARTY, nous ne pourrions pas atteindre cet objectif.

M. MARANDEAU : Monsieur DE LAPLAGNOLLE a souvent entendu notre discours concernant la pression mise sur les collaborateurs pour atteindre cet objectif très ambitieux. En ouvrant cet actif à des tiers, avez-vous anticipé, éventuellement, une baisse des objectifs sur la vente de ce service dans notre enseigne ou du moins, une baisse de la pression mise sur les ventes de Darty Max ? Je ne vous le cache pas, cette pression devient de plus en plus problématique pour les collaborateurs. De plus, selon moi, cette pression est une des causes dominantes du départ de nos vendeurs. Nous rencontrons des difficultés de recrutement et de fidélisation des vendeurs et lorsque nous discutons avec eux, elles sont en partie liées à la pression mise sur la vente de services et notamment la vente de la Darty Max. Avez-vous envisagé de diminuer les attentes auprès des vendeurs de la Darty Max en raison de l'ouverture à des tiers y compris la FNAC ?

M. KOENIG : Plus il y aura de souscriptions Darty Max, moins nous aurons de nouveaux clients potentiellement intéressés par la Darty Max, c'est un fait qui est prévu dans les modèles. Les niveaux de recrutement attendus restent les mêmes à long terme. En effet, les clients déjà abonnés continueront de venir en magasin donc il sera possible upgrader le service, ils achèteront aussi certainement des produits plus chers, et ces facteurs sont compris dans le modèle.

Mais aujourd'hui, nous avons encore des écarts entre certaines zones de ventes, entre certains magasins qui sont compliqués à résoudre, et donc ceux-ci génèrent aussi cette pression. Ma conviction est que nous n'allons pas diminuer ces écarts en mettant davantage de pression, mais plutôt en développant la formation et l'accompagnement. En effet, les vendeurs ne refusent pas de vendre la Darty Max, il leur manque les techniques, l'assurance, etc.

Si nous prenons l'exemple de la Task Force, nous pouvons constater une évolution progressive lors du passage du collaborateur référent dans les magasins concernés.

Il y a 33 millions de foyers en France, si nous en touchons 10% et c'est très important, nous serions à 3 millions, donc l'objectif ne peut pas être infini. Au fur et à mesure, que les clients seront abonnés, la courbe va s'infléchir et nous pourrions aussi nous concentrer sur la vente d'un autre service.

M. MARANDEAU : J'entends votre discours et il serait important qu'il soit relayé auprès des équipes, car ce n'est pas celui tenu en magasin, en effet, les questions récurrentes des managers sont les suivantes : « combien de Darty Max avez-vous vendues ? » et « pourquoi vous n'avez pas vendu de Darty Max ? ».

Je pense que nous pourrions redonner du sens à cette politique en indiquant aux collaborateurs que le service est en phase d'ascension et qu'il est important pour les ambitions du Groupe de garder sa position de leader sur le marché, car les concurrents s'appêtent à lancer une offre similaire. Selon moi, ce message serait certainement compris par les collaborateurs. Actuellement, la politique actuelle essouffle les collaborateurs sur le sujet de la Darty Max. Et bien que ce service soit pertinent pour nos clients et pour le développement du Groupe, selon moi, il a perdu son sens et il serait nécessaire de redonner localement des explications aux collaborateurs.

M. KOENIG : Je suis d'accord avec vous, d'ailleurs, si vous avez des idées pour faire passer ces messages, nous sommes preneurs. Bien évidemment que les vendeurs ont cette pression dans les magasins, j'en suis conscient et Monsieur MARTINEZ aussi et effectivement, ce message peut se perdre. Il est nécessaire que nous trouvions les moyens de refaire passer ces messages positifs et ambitieux afin que tous les collaborateurs puissent l'entendre.

M. MARANDEAU : Je pense que les vendeurs sont capables d'entendre votre discours, mais actuellement, ce n'est pas celui tenu en magasins. Je pense que certains collaborateurs ne savent même pas pourquoi ils doivent proposer systématiquement la Darty Max. Je pense que nous sommes arrivés à une situation où le service a perdu de son intérêt et pourtant il est primordial pour la pérennité du Groupe.

Je pense que la communication est importante. En effet, il pourrait être expliqué aux collaborateurs que cette phase de développement est, certes, très exigeante sur le volume et sur les attentes en termes de ventes de service, mais qu'à terme, si nous atteignons les objectifs, peut-être que la pression sera relâchée.

M. KOENIG : Nous allons mettre en place un programme de formation et de déploiement pour le lancement de la Darty Max Maintenance et probablement que la communication directe avec les vendeurs apporterait davantage de sens.

M. MARANDEAU : Sur DGO, le turn-over que nous avons dans nos magasins est très important et le discours tenu lors du lancement de la Darty Max n'a pas été entendu par 40% des effectifs des magasins.

M. KOENIG : C'est noté.

M. HEREDIA : Dans le projet des filières qui a été arrêté, il avait été évoqué la mise en place d'une filière DARTY France Opération et d'une filière DARTY France Exploitation. Est-ce que FNAC DARTY SERVICES pourrait servir, à l'avenir, de base pour la création d'une entité dédiée aux services ?

M. KOENIG : Je ne suis pas le mieux placé pour vous répondre, car j'ai suivi ce projet de filière de relativement loin. Cette éventualité n'a pas été évoquée ni envisagée. Selon moi et c'est ma conviction personnelle, notre enjeu principal est de recruter et de former afin d'avoir les meilleurs techniciens et c'est objectif est déjà relativement compliqué sans avoir à ajouter des problématiques liées à des réorganisations de filières. Mais je ne peux pas vous assurer qu'aucune restructuration ne sera jamais à l'ordre du jour.

M. MARANDEAU : Si nous avons des questions avant la consultation prévue à la fin du mois de mars 2022, pouvons-nous vous les envoyer par l'intermédiaire de Monsieur DE LAPLAGNOLLE et vous y répondez lors du CSE du 31 mars 2022 ?

M. KOENIG : Nous allons vous envoyer un dossier complémentaire sur le volet économique afin que vous ayez l'ensemble des éléments. Mais vous pouvez effectivement envoyer vos questions par l'intermédiaire de Monsieur DE LAPLAGNOLLE et j'y répondrai lors du CSE du 31 mars 2022.

Les membres du CSE remercient Monsieur KOENIG pour son intervention.

2 Information sur la DUE de versement d'une prime exceptionnelle de pouvoir d'achat.

Mme GUIBERT : La prime PEPA sera versée au plus tard le 31 mars 2022 sous forme d'un virement sur les comptes bancaires des collaborateurs. Ce versement sera réalisé sous forme d'acompte et celui-ci sera ensuite régularisé sur le bulletin de salaire.

Cette prime sera versée à tous les collaborateurs y compris les intérimaires.

Pour bénéficier de cette prime, il faut avoir perçu une rémunération théorique annuelle de 35 000€ pour un salarié à temps plein, présent toute l'année et en poste le 28 février 2022.

Cette rémunération de base annuelle théorique s'apprécie en prenant les éléments suivants :

- Le salaire de base fixe équivalent temps plein au 28 février 2022 multiplié par :
 - o 12 mois pour les salariés au statut cadre,
 - o 12 mois pour les salariés au statut employé ou agent de maîtrise qui n'étaient pas ayant-droit à la prime de fin d'année 2021,
 - o 13 mois pour les salariés au statut employé ou agent de maîtrise qui étaient ayant-droit à la prime de fin d'année 2021.
- La prime d'ancienneté équivalent temps plein au 28 février 2022 multiplié par 12 mois ;
- Une prime vacances théorique équivalent temps plein de 500€ (cinq cents euros) brut si le salarié était ayant-droit à la prime vacances 2021.

Ce sont les mêmes règles que la précédente prime PEPA qui avait été versée en 2019.

M. DE LAPLAGNOLLE : Cette prime PEPA est exonérée de cotisation, de contribution et d'impôt sur le revenu.

Mme GUIBERT : La prime sera de 400€ pour un temps plein sur une période de douze mois et elle sera proratisée pour les salariés à temps partiel. De plus, nous appliquerons un taux de présence en tenant compte des absences survenues dans l'année en dehors des absences considérées comme du temps de travail effectif. En tout état de cause, sont assimilées à du temps de présence effective pour la détermination du montant de la prime les absences pour :

- Congé de maternité,
- Congé de paternité et d'accueil de l'enfant,
- Congé d'adoption,
- Congé d'éducation parental,
- Congé pour enfant malade,
- Congé de présence parentale ainsi que les absences de salariés bénéficiant de dons de jours de repos au titre d'un enfant décédé ou gravement malade.

M. MARANDEAU : Madame GUIBERT, vous avez indiqué que la prime sera versée aux collaborateurs présents au 28 février 2022, donc un salarié qui part à la retraite le 1^{er} mars pourra bénéficier de la prime PEPA ?

Mme GUIBERT : Oui, car il était présent jusqu'au 28 février 2022.

M. HEREDIA : Madame GUIBERT et Monsieur DE LAPLAGNOLLE, je souhaiterais que les collaborateurs puissent avoir un document expliquant clairement les calculs qui ont abouti à leur non-éligibilité à la prime PEPA.

M. DE LAPLAGNOLLE : Je comprends votre demande, Monsieur HEREDIA, mais cela représente l'envoi de nombreux courriers, mais je peux vous proposer de fournir un document explicatif aux collaborateurs qui le demanderont.

Mme GUIBERT : Des collaborateurs nous contactent régulièrement pour avoir des précisions sur la prime de fin d'année ou sur la prime inflation et nous leur répondons.

M. BEAUBOIS : Je n'ai pas vu de condition d'ancienneté pour le versement de cette prime PEPA. Par conséquent, un collaborateur qui n'aura été présent que quelques jours sur 2021, pourra prétendre au versement de cette prime calculée en fonction de son temps de présence.

Mme GUIBERT : Effectivement, mais je vous rappelle qu'une des conditions est qu'il soit présent au 28 février 2022.

Mme MAZELLA : Et qu'en est-il pour les collaborateurs qui ont été en arrêt maladie pour respecter l'isolement, mais qui n'avaient pas de symptômes liés au Covid ?

Mme GUIBERT : Cette situation est stipulée dans la note : « *A contrario, les arrêts maladie dits « covid », au même titre que la maladie ordinaire, ne sont pas assimilées à de la présence effective et viendront impacter le montant de la prime dû* ».

Mme MAZELLA : Cette règle n'est pas juste, car ces collaborateurs ont été obligés de s'arrêter conformément aux mesures du protocole sanitaire gouvernemental.

M. DE LAPLAGNOLLE : Je vous l'accorde, mais les collaborateurs qui ont été en arrêt de travail, même pour s'isoler, ont produit moins que ceux qui ne se sont jamais arrêtés.

Mme DA ROCHA PEREIRA : Pourriez-vous préciser par rapport aux arrêts pour garde d'enfants ?

M. DE LAPLAGNOLLE : L'activité partielle au titre du Covid est considérée comme du temps de travail, ce qui n'est pas le cas des arrêts maladie.

Mme GUIBERT : Il y a un montant minimal de versement de cette prime de 30€, après application des règles de modulation.

M. MARANDEAU : Ce principe s'applique aussi aux intérimaires ? Si un intérimaire a travaillé une semaine et si un autre est uniquement présent le 28 février 2022, ils auront tous les deux 30€ de prime.

Mme GUIBERT : Oui.

Mme DA ROCHA PEREIRA : Si un collaborateur a été absent une semaine ou dix jours pour cause de Covid par exemple, quel sera l'impact financier sur la prime PEPA ?

Mme GUIBERT : Pour une personne à temps complet sur l'année, cela représente à peine 10€. Le courrier concernant la DUE (Décision Unilatérale de l'Employeur) ne sera pas envoyé à l'ensemble des collaborateurs.

M. DE LAPLAGNOLLE : En effet, seule l'information au CSE est nécessaire.

M. MARANDEAU : Selon moi, il est dommage de verser une prime de 400€ sans apporter des explications aux collaborateurs.

Mme GUIBERT : Mais une communication sera tout de même diffusée aux collaborateurs, car effectivement il est important d'en informer l'ensemble des salariés.

M. DE LAPLAGNOLLE : Nous vous transmettrons ultérieurement le montant global relatif au versement de cette prime PEPA.

M. BEAUBOIS : D'après mes estimations, nous serions aux alentours de 8 millions pour le Groupe.

M. DE LAPLAGNOLLE : Il me semble que le coût réel est d'approximativement 6 millions €.

La réunion est close à 16h45.

Le Secrétaire du CSE

M. Gérald ROSIEK

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'G. Rosiek', written over a horizontal line.