

Procès-Verbal de la réunion CSSCT Extraordinaire Etablissement Siège du 13 Juillet 2023

De : Secrétaire Adjoint de la CSSCT établissement Siège

A : Membres de la CSSCT

Cc : Président, secrétaire et membres du CSE

Date : 22 juillet 2023

res légaux	Présent (P) Absent (A)
	A
	P
	P

perts	Présent (P) Absent (A)
	A
	P
	P
	P
	A
	P
	P
	A
	P
	A

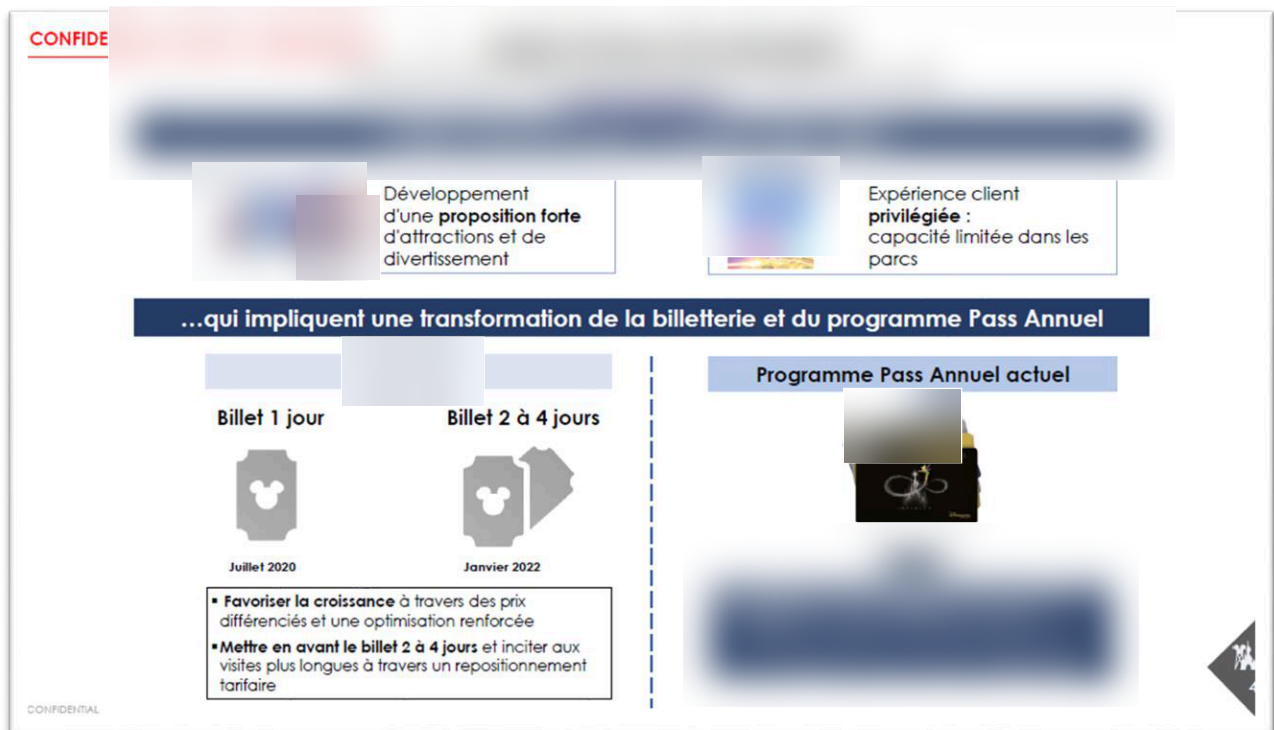
	Présent (P) Absent (A)
)	
)	

ités permanents	Présent (P) Absent (A)
decin du travail	A
cin du travail	A
édecin du travail	A
du travail	A
édecin du Travail	A
ecin du Travail	A
P	P
trice du Travail	A
nt services de prévention CRAMIF	A
Invité(s)	Présent (P) Absent (A)
eur des ventes France	P
nager Marketing	P
gr-HRBP	P

ORDRE DU JOUR : Information des membres CSSCT sur la refonte du programme de Passeports Annuels.

NICOLAS MESSIO commence la présentation et explique le nouveau programme Passeport Annuel.

Orientation stratégique (cf. document)



Seul 73% des détenteurs sont français on veut recentrer le programme sur les personnes proches. Il souligne que les billets datés sont un nouveau produit.

HERVE DRILLEAU demande pourquoi les tickets datés individuels sont considérés comme nouveau, cela fait longtemps que nous en vendons.

NICOLAS MESSIO précise sur l'individuel c'est nouveau. Certains Passeports Annuels étaient trop déconnectés des billets datés par exemple des étrangers achetaient un passeport Annuel par opportunité : cela revenait moins cher.

NDR : Les billets datés pour les individuels ont été mis en place à la réouverture, à la suite de la fermeture due à la Covid.

HOURIA BENZAIT confirme que le tarif était plus avantageux avec le passeport annuel.

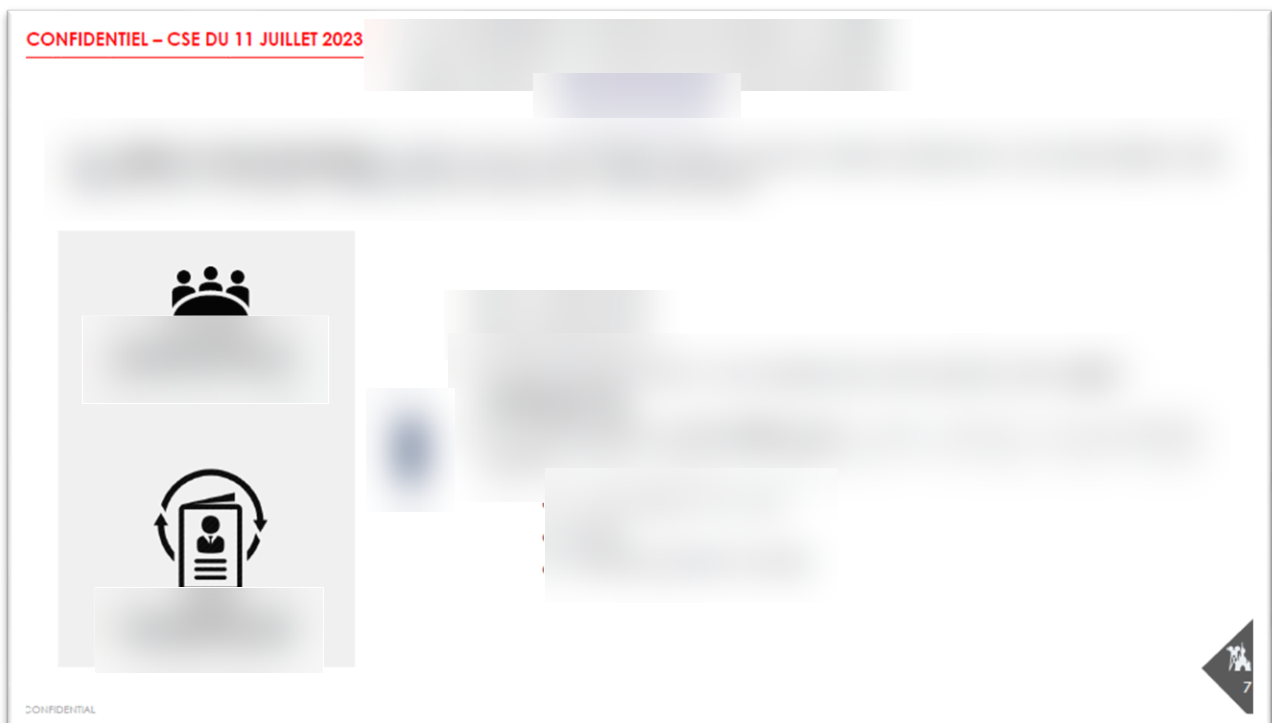
CONFIDENTIEL – CSE DU 11 JUILLET 2023



HOURIA BENZAIT si le client veut acheter c'est dommage de ne pas vendre à des étrangers. Pour nous c'était une vente alléchante pour les clients. On ne peut pas frustrer un client.

NICOLAS MESSIO précise qu'on ne ferme pas les ventes à qui veut acheter mais on cherche à valoriser les visites de proximités. On veut des consommateurs qui viennent plusieurs fois dans l'année. Enquête envoyer à l'ensemble des détenteurs Passeports Annuels.

CONFIDENTIEL – CSE DU 11 JUILLET 2023



HOURIA BENZAIT vous n'avez pris que des Français pour l'étude clients ?

NICOLAS MESSIO confirme.

VERONICA CERVERA vous avez été en réunion avec la direction pour mettre cela en place ! Pourquoi ce choix stratégique ?

NICOLAS MESSIO tout le monde peut tout acheter mais on a dû faire des choix. On cherche des personnes qui veulent venir plusieurs fois. On va chercher les comportements représentatifs.

VERONICA CERVERA demande si l'étude a été faite sur une population présente durant la Covid, surtout de français.

ut le monde a été pris en compte. Les avantages sont secondaires pour les détenteurs sauf le parking.

OUSMANE SOW les détenteurs PA étrangers avaient un fort panier moyen et demande si c'est-ce la même chose pour les détenteurs locaux.

NICOLAS MESSIO indique que sur toute l'année les détenteurs Passeport Annuel dépensent beaucoup et que le panier est comparable sur la totalité de l'année.



Sur le lancement on a voulu conjuguer l'attente des clients et les objectifs de la société. Il y a pas mal de frustration en fin d'année dernière car les détenteurs n'avaient pas accès au parc. Les clients achètent un Passeport Annuel pour avoir un accès au parc et que l'on ne va pas les désavantager. Donc on ne peut pas vendre un nombre de Passeport Annuel illimité : donc il y a une jauge par type de Passeport Annuel. Il y aura un alignement entre les personnes qui achètent un billet et les détenteurs. Digitalisation du parcours client.

sentation.



CELINE DA SILVA on passe de 4 Passeport Annuels à 3 Disneyland Passe.

NICOLAS MESSIO on voulait que sur le passeport bronze le tarif ne change pas par rapport au prix précédent.

HOURIA BENZAIT l'appellation 365 jours est perturbante car on ne peut pas venir tous les jours.

CELINE DA SILVA c'est pour cela que nous l'avons appelé Gold.

VERONICA CERVERA demande les prix des passeports.

Silver 499€ Gold 699€

ALAIN MACH indique que sur les réseaux sociaux les internautes ne voient que les prix avec un impact négatif. Il y a un manque de communication.

NICOLAS MESSIO on s'y attendait.

ente un document depuis son PC.

On passe en CSST mais 2 jours après cela n'a plus d'intérêt.

MATTHIAS LECOMTE c'est un projet d'entreprise donc on le présente d'abord en CSE. On vous le présente car on a une volonté de partager.

ANA COLIN Ce qui est dommage c'est que l'on est après la présentation officielle.

ANNALISA MITKA précise que l'information a tout de suite été publiée sur le site Web et que les CRC c'est fait submerger d'appels alors que l'on n'a pas eu le temps de former les salariés.

CELINE DA SILVA je vais vous présenter l'information des clients et les formations des salariés. C'est une bonne transition.

CONFIDENTIEL – CSE DU 11 JUILLET 2023

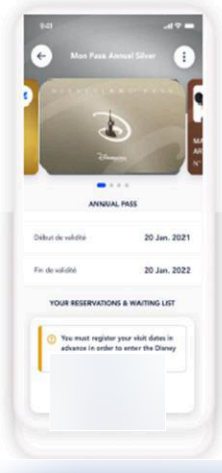
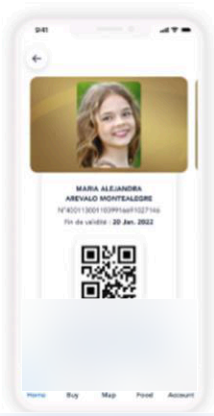
4. EXPERIENCE DES CLIENTS

	Ce qui ne change pas	Ce qui évolue
Le PRODUIT	- La validité d'un <u>an</u> du Pass - La possibilité de <u>mensualiser</u> les paiements lors de l'achat - La nécessité de <u>réserver</u> sa date de venue (3 réservations à la fois maximum) - Des <u>jours de validité</u> différenciés par type de Pass - L'accès à des <u>réductions</u> dans les <u>restaurants</u> et les <u>boutiques</u> pour certains types de Pass - L'accès aux EMT (Extra Magic Time) et le Photopass inclus pour le Pass 1. Pour l'ancienne gamme: - L'accès à leurs avantages contractuels	- Accès possible aux parcs jusqu'à ce que les billets 1 jours ne soient plus en vente ou réservables <u>Parking inclus</u> pour tous les types de Pass - Pas de <u>réduction</u> supplémentaire sur les <u>nuitées</u> seules, ni sur les <u>billets</u> plein tarif à l'entrée du parc – possibilité d'offres tactiques ponctuelles. - Plus de <u>billets « Privilèges »</u>. - Arrêt de la ligne téléphonique dédiée Infinity au CRC au bout d'un an mais maintien de la ligne téléphonique dédiée pour les Pass. Pour l'ancienne gamme: - Arrêt d'accès aux bénéfices non contractuels
Les PROCESS	- Achat en ligne : Possible - Achat à Ticketing : Achat avec retrait immédiat - Achat via le CRC : Envoi d'un pass temporaire	Les process digitaux: - Achat en ligne : Disponible immédiatement sur smartphone (plus d'envoi de pass à domicile) - Achat à Ticketing : possibilité de dématérialisation sur smartphone

CONFIDENTIEL – CSE DU 11 JUILLET 2023

4. EXPERIENCE DES CLIENTS

Focus sur ce qui change – les process digitaux

VERONICA CERVERA il y a souvent des problèmes de réseau Wifi sur le parc. Cela ne va-t-il pas avoir un impact sur les Passeports dématérialisés ?

CELINE DA SILVA il y a rarement des problèmes de Wifi et Il est possible d'avoir un passeport physique

en plus du digital.

VERONICA CERVERA on perd des avantages les consignes, les fauteuils roulants, Parking Vip

CELINE DA SILVA confirme la perte des avantages : parking dédié, poussette gratuites, etc...

NICOLAS MESSIO ils perdent les réductions sur les nuitées sèches mais ils conservent la possibilité de réserver des nuitées sèches.

OUSMANE SOW les avantages qu'on a enlevés c'est depuis le 11 juillet.

CELINE DA SILVA précise qu'à partir du 11 juillet ce sera acté le 19 juillet.

OUSMANE SOW demande si la frustration a été prise en compte.

CELINE DA SILVA confirme que la frustration est bien là.

OUSMANE SOW problème avec les Guest qui agressent les employés. Les employés doivent communiquer des informations justes et vraies mais les employés n'ont pas l'information. Il faut mettre la sécurité pour protéger les employés. On doit communiquer des bonnes informations aux employés.

MATTHIAS LECOMTE devant l'agressivité de visiteurs on a renforcé la sécurité sur le site. Il y a une tendance de changement de comportement des visiteurs depuis plusieurs mois.

NICOLAS MESSIO un agent de sécurité a été ajouté au parking dédié Passeport Annuel.

VERONICA CERVERA vous avez parlé du service Infinity au CRC.

ANA COLIN ce sont tous les services qui prennent les appels pour les passeports annuels : infinity, market.

NDR : market représente les marchés FR, GB, ES, ...

HERVE DRILLEAU avant on avait une ligne dédiée et maintenant tout le fait tout ?

u CRC il y avait une ligne téléphonique dédiée avec des employés qui prenaient des appels et maintenant tout le monde prend les appels Passeport Annuel. (Service Infinity 10-15 employés qui prenaient les appels Passeport Annuel).

ANNALISA MITKA les débordements débordent sur toutes les équipes.

HERVE DRILLEAU dans un an il y aura toujours une équipe passeport annuel

ANNALISA MITKA on verra.

ANA COLIN les Passeports seront gérés par « Market » et l'équipe « Infinity » passera sur « suite ».

VERONICA CERVERA ils continuent à prendre des appels mais leur description d'emploi ne change pas.

ANA COLIN à la suite de la transformation il n'y a plus que 2 types de postes.

ELIZABETH DARNYS il n'y a pas d'impact ils restent attachés au même département.
CELINE DA SILVA

CONFIDENTIEL – CSE DU 11 JUILLET 2023		
5. EXPERIENCE DES SALARIES		
	Ce qui ne change pas	Ce qui évolue
Les PROCESS	- Les <u>canaux de vente</u>, l'achat étant toujours possible: - En ligne - aux guichets à l'entrée du parc (Ticketing) - via le CRC <u>Vérification de la réservation</u> de visite à l'entrée des Parcs - Les <u>systèmes informatiques</u> : - Galaxy pour Ticketing - SBC pour le CRC - La gestion d'inventaires, déjà en place pour d'autres produits sera transposée aux Pass.	- Mise en place de quotas mensuels par les équipes RMA pour privilégier l'expérience client - Plus de digitalisation, amélioration du parcours client pour les commandes en ligne: - fin de l'envoi du Pass par courrier - fin de la nécessité de récupérer son Pass à Ticketing - Prod Pack: - Utilisation de la plateforme actuelle de vente de forfaits également pour la billetterie. - Utilisation Content Management System (Tridion) pour alimenter les descriptifs produits et le fulfillment (AP digitalisé)

HERVE DRILLEAU sur le document vous ne présentez pas l'incidence sur les salariés fin de l'envoi des Passeport par Courrier et fin de l'impression des passeports à ticketing donc de fait il y aura un impact sur les salariés.

ELIZABETH DARNYS il n'y en aura pas d'incidence. 0 impact que le nombre de collaborateur.

HERVE DRILLEAU pense qu'il y en aura et veut bien reprendre la discussion ultérieurement.

ANNALISA MITKA on connaîtra le nombre de Passeport en Ventes. Cela va être géré au jour le jour ?

CELINE DA SILVA on va monitorer au jour le jour dans un premier temps pour évaluer les ventes de Passeport Annuel.

ANNALISA MITKA demande ce qui se passe si les ventes fermées. On répond quoi ?

CELINE DA SILVA & NICOLAS MESSIO on communiquera quand les ventes seront réouvertes.

HOURIA BENZAIT ne comprend pas

NICOLAS MESSIO précise que les quota va être mensuels : Il y a des gens qui rentrent et qui sortent tous les jours. Le quota va être géré de manière mensuelle.

CELINE DA SILVA l'idée c'est de mettre en vente toute l'année. Par exemple si on a quota de 10 on va le mettre en vente tout au long de l'année.

OUSMANE SOW et ceux qui veulent renouveler avant la fin de validité ?

CELINE DA SILVA pour ceux qui veulent ils pourront racheter un nouveau Passeport Annuel et prendre le Passeport précédent à l'échange.

CELINE DA SILVA précise que les passeports actuels restent validés jusqu'à la fin

ANNALISA MITKA les inventaires seront donc mis à jour une fois par mois ?

nd comment cela va se vendre. On ouvre les passeport aux détenteurs actuels si c'est suffisant on restera comme cela ou alors on ouvrira aux autres.

ALBERTO FIALHO je partage l'avis d'HERVE DRILLEAU. Il demande à ELIZABETH DARNYS quel est l'impact ? En termes de postes mais aussi en charge de travail. Comment un parcours qui devient digitale peut ne pas impacter ? Le digital vient se substituer à un travail manuel (Cible le 4) potentiellement le digital vient impacter leur travail.

CONFIDENTIEL – CSE DU 11 JUILLET 2023 6

Cible 1 : RMA - Prod Pack	Cible 3 : CRC	Cible 4: Ticketing & Guest Relations	Cible 5: Parking, Merchandise, Food, Hôtel, DV, Attraction
Saisir les descriptions produits dans le Content Management Sytème (Tridion). 12 CMs Apports techniques et sur les process	Connaître les nouveaux produits et savoir les expliquer aux clients. Comprendre le nouveau parcours client digital. Accueillir et conseiller un client dans le cadre des demandes concernant les Pass: - Savoir utiliser le Site Web et l'App - Connaître et appliquer les procédures pour traiter les différents cas d'usage rencontrés - Comprendre et maîtriser l'argumentaire de vente des nouveaux produits. ~500 CMs Briefing et documentation habituelle	Connaître les nouveaux produits et savoir les expliquer aux clients. Accueillir et conseiller un client dans le cadre des demandes concernant les Pass: - Connaître et appliquer les procédures pour traiter les différents cas d'usage rencontrés - Comprendre et maîtriser l'argumentaire de vente des nouveaux produits. Comprendre le nouveau parcours client digital. 370 CMs Briefing et documentation habituelle	Connaître les points clés des nouveaux produits afin de réorienter le client vers le bon interlocuteur. ~1500 CMs Briefing

Le CRC a recruté 25 salariés pour une mission temporaire de 7 mois afin de renforcer les équipes au lancement de la nouvelle gamme. Les 2 salariés s'occupant de l'expédition des Pass réaliseront des activités similaires sur d'autres produits.

13

Comment la digitalisation n'impact pas le travail des salariés.

pelle que nous sommes en CSSCT Siège et on doit se focaliser que les cibles 1, 2 et 3.

ELIZABETH DARNYS : Par rapport à Ticketing et Guest relation c'est une partie connaissance du produit, la digitalisation vient en amont. C'est dans ce sens qu'il n'y a pas d'impact. En termes de charge il n'y a pas d'impact.

HOURIA BENZAIT : Vous proposez au détenteur de Passeport Annuel pour acheter en premier mais vous allez dire quoi aux personnes qui attendent pour en acheter et n'en auront pas ! Pourquoi faire une discrimination entre ceux qui l'ont et ceux qui ne l'ont pas.

uète sur l'avenir des employés qui fabriquaient les Passeports Annuels : que vont-ils devenir ? C'est ce à quoi HERVE faisait référence.

ELIZABETH DARNYS ils sont 2 et feront d'autres tâches sur d'autres produits.

HOURIA BENZAIT : Tu nous dis que les personnes resteront bien à leur poste ! On verra bien

CELINE DA SILVA ce sera accessible pour les non-détenteurs dans un second temps.

HOURIA BENZAIT : ce n'est pas cohérent pour les clients.

MATTHIAS LECOMTE : Houria je suis d'accord mais juste pour clôturer le point, parce qu'il faut qu'on avance, il y a des frustrations et ce n'est pas dans le cadre de de la CSSCT on ne va pas refaire l'ensemble de la stratégie.

HOURIA BENZAIT : je suis désolée, je suis une élue et j'ai le droit de poser des questions que l'on aura au téléphone et on doit avoir des réponses. On a des questions comme cela Nicolas et Céline pourront réfléchir. Ce sont des questions ouvertes et que l'on a le droit de poser.

MATTHIAS LECOMTE je suis en train de dire que l'on ne doit pas poser des questions mais que l'on doit rester dans le cadre sur l'impact sur les salariés.

HOURIA BENZAIT ce sont des réponses aux questions que nous avons pour lesquels je souhaite des réponses.

CELINE DA SILVA revient au slide 13

CONFIDENTIEL – CSE DU 11 JUILLET 2023

6. AC [REDACTED] SALARIES

amme

Cible 1 : RMA - Prod Pack	Cible 3 : CRC	Cible 4: Ticketing & Guest Relations	Cible 5: Parking, Merchandise, Food, Hôtel, DV, Attraction
Saisir les descriptions produits dans le Content Management Sytème (Tridion). 12 CMs Apports techniques et sur les process	- Connaître les nouveaux produits et savoir les expliquer aux clients. - Comprendre le nouveau parcours client digital. - Accueillir et conseiller un client dans le cadre des demandes concernant les Pass: - Savoir utiliser le Site Web et l'App - Connaître et appliquer les procédures pour traiter les différents cas d'usage rencontrés - Comprendre et maîtriser l'argumentaire de vente des nouveaux produits. ~500 CMs Briefing et documentation habituelle	- Connaître les nouveaux produits et savoir les expliquer aux clients. - Accueillir et conseiller un client dans le cadre des demandes concernant les Pass: - Connaître et appliquer les procédures pour traiter les différents cas d'usage rencontrés - Comprendre et maîtriser l'argumentaire de vente des nouveaux produits. - Comprendre le nouveau parcours client digital. 370 CMs Briefing et documentation habituelle	Connaître les points clés des nouveaux produits afin de réorienter le client vers le bon interlocuteur. ~1500 CMs Briefing
Cible 2 : RMA - Revenue Integrity Contrôler les ouvertures et arrêts de ventes pour sécuriser le nombre de Pass vendus. 4 CMs Briefing			

Le CRC a recruté 25 salariés pour une mission temporaire de 7 mois afin de renforcer les équipes au lancement de la nouvelle gamme. Les 2 salariés s'occupant de l'expédition des Pass réaliseront des activités similaires sur d'autres produits.

13

VERONICA CERVERA combien de personnes sont impactés.

CELINE DA SILVA renvoi au slide.

HERVE DRILLEAU cela fait plus de trav [REDACTED] a falloir ouvrir et fermer les inventaires.

CELINE DA SILVA tout à fait on ne sait pas

ALBERTO FIALHO demande s'il est possible d'avoir les documents en amont pour pouvoir se l'approprier car on peut découvrir les impacts potentiels et comprendre la vie des salariés. Il se sent prit de cours. Comment Bien cibler la population de notre établissement. ALBERTO FIALHO confirme à MATTHIAS LECOMTE qu'il a bien compris le message.

MATTHIAS LECOMTE dit qu'il a été envoyé par CELINE MENARD.

NDR document envoyé le mardi 11 juillet 2023 17:01 pour le jeudi 13 juillet 2023 09:00

ANA COLIN : qu'en est-il des autres membres de la famille pour les Passeport Annuels est-ce une exception pour prendre un passeport pour les enfants ?

CELINE DA SILVA on garde les mêmes exceptions que depuis le mois mars les enfants de moins de 3 qui a plus de 3 ans et les PMR.

ANA COLIN présente le problème d'un client qui venait de Nice pour renouveler et pourquoi tout suspendre jusqu'au 19 juillet ?

NICOLAS MESSIO : on a voulu décaler l'ouverture des ventes décalé la vente de la nouvelle gamme pour informer l'ensemble des équipes et éviter des effets de survente de la gamme actuelle (vs la nouvelle gamme) dans un moment on annonce des changements drastiques. Evidement cela revient à gérer des plaintes, sur ces 8 jours on savait qu'il y en aurait.

ANA COLIN mais c'est nous même (Disney) qui avons créé cette situation, c'est compliqué pour les équipes d'expliquer cela. C'est nous même qui avons transmis une « mauvaise » information car c'était celle qui était diffusée.

ANNALISA MITKA j'ai un souci avec cette clientèle qui va appeler et se précipiter pour réserver à partir du 19 juillet et qui va être discriminée. Cette clientèle va appeler la CRC. Qu'allons-nous faire qu'allons-nous dire ?

CELINE DA SILVA c'est écrit partout, sur toutes nos communications officielles, qu'à l'ouverture les passeports ne seront disponibles que pour les détenteurs et 25 personnes ont été recrutés pour pallier ces problèmes.

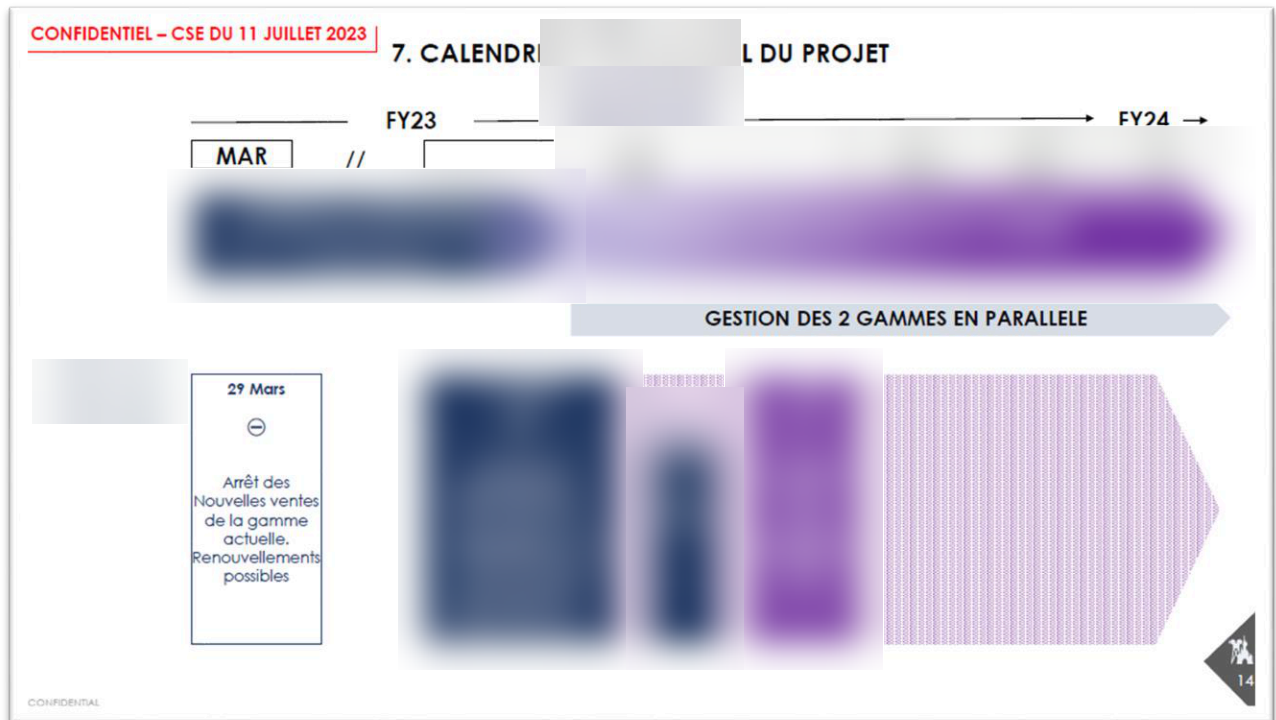
ANNALISA MITKA c'est tout le monde qui répond, pas seulement c'est 25 personnes. Comment traiter les frustrations des clients ?

Laisser les client sans une date, une information... Il faut une texte pour que les équipes soient rassurées que l'on ne soit déstabilisé ?

[REDACTED] oint à discuter avec OLIVIER CADORET.

[REDACTED] dans le document « Foire aux Questions ». Si nous avons digitalisé les passeport annuel c'est dans un souci de simplicité. N'hésitez pas remonter les nouvelles questions pour trouver les réponses.

CELINE DA SILVA reprend la présentation



HOURIA BENZAIT quand vous avez dit que cela répondait à l'attente de certains clients mais quand on voit ce qui se dit sur les internet on peut avoir un doute. Qu'allez-vous faire ?

NICOLAS MESSIO on s'attendait à ces réactions mais dans le temps cela va s'expliquer. Il faut dissocier le bruit fait par les fans les détenteurs de Passeports Annuels.

VERONICA CERVERA il faut rester vigilant car taux d'agressivité des clients envers les salariés elle met un point d'alerte sur les salariés. Il faut rester vigilant, faire un suivi particulier sur ces équipes. Nous avons eu le résultat de la médecine du travail qui remonte l'augmentation de l'agressivité. Elle met un point d'alerte sur nos collègues car cela ne va pas être facile. Notamment chez RMA avec la charge de travail dont on ne sait pas comment cela va évoluer.

ELIZABETH DARNY on a bien pris le point et elle fait le relai avec son collègue sur parc opération pour l'agressivité et la charge de travail pour RMA.

VERONICA CERVERA nous sommes tous concernés par la satisfaction client car cela Impacte le salaire, les primes et la charge de travail. Nous sommes là pour alerter sur les impacts d'une décision.

ANA COLIN les clients sont mécontents mais comprennent que ce n'est pas de la responsabilité des agents du CRC, à part quelques cas isolés.

VERONICA CERVERA remercie NICOLAS MESSIO et CELINE DA SILVA.

Fin de la réunion à 10 :30