

Procès-Verbal
Réunion Extraordinaire de la CSSCT de l'établissement Hôtel Spécifique
Vendredi 01 mars 2023 à 10h30.
Salle Nantucket – Centre de convention
Newport Bay Club.

Membres légaux :

	Présente
	Présent en Visio
	Absente
	Présente
	Présente

Membres experts :

	Présent
	Absent
	Présent en Visio
	Présent
	Absent

Représentants syndicaux CSSCT :

	Absent
	Présent en Visio
	Absente
	Absent
	Présent
	Présente en Visio
	Absent
	Absent
	Absent
	Absent
	Absent

Responsable de relations de travail :

		Présente (en Visio)
--	--	---------------------

Membres de droit :

		édecin du travail	Absente
		firmière	Absente
		Médecin du travail	Absente
		Coordinatrice prévention	Présente

Invitée de l'ancienne mandature :

	t	Présente
	ct Leader.	Présent

Début et fin de réunion : 10h40.

Procès-Verbal rédigé [redacted] rétaire de la CSSCT.

Ordres du jour

1. Information des membres de la CSSCT sur le projet « emplacement privilégié » avec harmonisation des supports digitaux pour les produits additionnels « Entertainment & attractions ».

Contenu des échanges :

[redacted] chef d'établissement des hôtels spécialisé à 10h40 en commençant par demander l'appel.

[redacted] se présenter.

[redacted] x ans dans l'entreprise, coordinatrice de projet produit adone entraînement les accès garantis aux spectacles, et bientôt Emplacement privilégié et l'harmonisation des produits digitaux, fait partie du département Customer Strategy.

[redacted] s'occupe des produits hôtel et fait le lien avec Cécilie sur les produits et les processus d'arrivée dans les hôtels et le système utilisé en réception et conciergerie. Il travaille en étroite collaboration avec Cécilie notamment pour les produits Premier Access.

[redacted] sent le nouveau projet que l'entreprise souhaite continuer dans sa stratégie d'harmonisation. En plus de donner le choix aux clients, c'est aussi faciliter l'accès à ces nouveaux produits. L'entreprise souhaite améliorer, faciliter et proposer des produits 3 qui sont proposés aux clients, avec les Disney Premier Access (accès garanti) à partir du 28 mars 2024, L'annulation est possible sur l'app et CRC et sur place dans les conciergerie et City hall et studio services. Deux files max sur les emplacements pour les parades. la partie harmonisation a pour but de faciliter aussi l'expérience des salariés.

C'est un système optionnel qui n'est pas obligatoire pour les clients, permet d'effectuer des réservations pour les spectacles (Lion King, Mickey and the Magicien, Pixar). Le processus de vente sera centralisé afin d'harmoniser l'accès, 19€ par personne.

Des réservations seront disponibles aussi pour les spectacles (Disney Dreams 200 places, Disney Stars on Parade 320 places). Annulation et remboursement sont possibles avant la visite. Réservation sur le site ou sur l'application est possible avant la visite, les achats le jour même n'est plus possible que sur l'application. Tous les QR codes seront centralisés sur l'application sur le compte des clients. Achat instantané pour donner le plus d'accès au produit. Sinon télécharger l'application et faire l'achat sur place lors de la visite des clients est possible. Quantité limitée par jour.

Le but est de garantir une meilleure vue sur les spectacles et sur la parade qui seront dédiés, pour la parade c'est du début de la parade jusqu'à l'arche, estimation de deux rangées maximums pour la parade, avec une bonne visibilité.

Pour le Disney Dreams, l'emplacement sera derrière [redacted] Disney Dream Day à côté de la zone PMR. La zone PMR ne sera pas tou

Le process de [redacted] disponible via City Hall et Studio Services. Concernant le Disney Premi [redacted] modèle sur lequel ce nouveau support a été pensé, il est disponible sur CRC, le site Web et l'application en pré vente, sur place il sera possible à City Hall Conciergerie des hôtels et l'application. Les accès Garanties est différent, il est disponible sur le CRC le WEB avant la visite et City Hall et Web le jour même uniquement. L'ensemble des achats sont centralisés dans l'application, la séquence d'achat sera facilité pour les salariés et plus facile pour la gestion opérationnelle.

[redacted] continue sur l'accompagnement des salariés, il est prévu d'être les achats s'effectuent seul, les clients auront un rappel concernant l'achat, les réceptionnistes feront le rappel au client de prendre les devants sur les achats et les réservations des spectacles. La discrep (le manque d'un produit déjà acheté en agence qui ne figure pas sur la réservation du client et qu'on ajoute sur place à la réception) se fera sur place par la réception, après vérification, pour l'ajout manuel sur la réservation des clients. Le concierge se transforme en assistant numérique pour aider les clients dans l'achat sur l'application. Pour les clients en prévenance du Benelux, avec des soucis avec leur moyen de paiement comme la carte bleu peuvent effectuer l'achat exceptionnellement sur place avec possibilité d'imprimer leur QR code, Arnaud rappelle que ces cas de figure ne se présente pas tous les jours et que cela reste une exception.

Un produit est déjà au catalogue, donc pas de besoin de salle de formation, les formateurs terrains avec des supports disposeront les formations aux salariés. Pour expliquer le produit et conseiller et orienter les clients surtout.

[redacted] demande si le produit est déjà configuré sur le système Galaxy car jusqu'à [redacted] à cette information ?

[redacted] réponds que les ventes seront disponibles à partir du 28 mars 2024, ils ne [redacted] sur le système Galaxy, il sera disponible d'abord sur le CRC, les premiers clients seront attendus 2 semaines après le lancement du produit sur la plateforme.

[redacted] ise que la vente se fera sur la GSS APP et non sur le système Galaxy.

[redacted] ajoute que la vente sur Galaxy se fera pour les clients avec des paiements [redacted] s de besoin de le configurer.

[redacted] ande si c'est comme la vente du Premier Access ?

[redacted] ponds que positivement à sa question.

[redacted] emande si la vente se fera uniquement pour les clients du BENELUX ou bien clients présents sur l'hôtel ?

[redacted] épond que la vente sera ouverte à tous les clients avec des problèmes de [redacted] ou bien ceux qui ne souhaite pas télécharger l'application ou qui n'ont pas de smartphone, ou ceux qui souhaite payer uniquement en espèce.

demande si le produit pourra être ajouté sur la carte des clients (le magic pass) ?

réponds que c'est un produit digital mais un logo sera ajouté sur la carte réceptionniste que d'informer les clients sur les produits achetés.

mande si les 300 places seront-elles suffisantes pour combler des clients ? Elle pose la question sur le manque de visuel aux différentes tailles des clients ?

ond de faire la différence entre les deux clients, ceux qui ont réserve et ceux e spectacle, les chiffres (300 places) sont en bas pour garder une majorité des emplacements pour les clients car la capacité est de 400 places. Pour le spectacle Dream les places peuvent monter jusqu'à 600 places. La promesse est donnée que les clients vont avoir une bonne visibilité sans pour autant parler du temps surtout que le lancement s'effectue dans les meilleures conditions pour les salariés et que pour l'instant le niveau de la demande n'est pas encore connu. La zone est très longue donc la visibilité est garantie pour l'ensemble des clients car l'espace est large pour accueillir l'ensemble des visiteurs.

ande si le client mécontent demande un remboursement est ce que cela

lique que le remboursement est possible en cas de panne ou d'annulation otification est faite pour informer les clients du remboursement instantané notamment pour le spectacle Disney Dream dès réception de l'information des services internes (PC OPS), le délai de remboursement n'est pas encore communiqué.

mande si le recrutement est prévu ? et bien si c'est déjà fait ?

lique des positions additionnelles sont prévu (11 en total 4 sur la parade et reams). La semaine du 11 mars début de formation des salariés formateurs, concernant le recrutement c'est en cours.

accumulation des ventes ne va pas accentués la charge des salariés ?

répond qu'en ce qui concerne les Hôtels, la digitalisation simplifie et les clients et on garde en tête qu'on réinvente le métier du concierge en assistant de service et donner un service de qualité ainsi conseiller les clients. Il ajoute que les files sont moins longue au niveau de la concierge, il continue qu'il trouve que les concierges sont plus motivés car leur travail ne s'arrête pas uniquement à la réservation des restaurants.

ajoute que la charge de travail aurait tendance à diminuer et à changer

mande si le conseil sur place des clients des salariés, la charge est uit qui demande des explications et de la vente sur place ce qui ajoute une charge supplémentaire aux salariés ?
Les emplacements de la parade et du spectacle nocturne seront-t-ils balisés ?

[REDACTED] explique que les ventes ne sont pas objectivées, pas de DisneyTop ni à la vente), c'est un produit qui ne se vend pas sur place c'est pour répondre à demande des clients dans le besoin (manque de CB, ou de téléphone, paiement en espèce) c'est uniquement en digitalisation et pour dépanner les clients.

[REDACTED] demande que si le produit se vend tout seul, pourquoi laisser la porte

[REDACTED] explique que les ventes sur place c'est uniquement pour combler les manque de produit déjà réserver, et pour les clients non digitaux et le paiement en espèce. Un rappel a été fait à certain hôtel car le système mis en place pour ces ventes n'était pas exploité et qu'il fallait l'utiliser pour ne pas perdre les licences. Les salariés sont là pour assister les clients uniquement.

[REDACTED] demande si on pouvait consulter le nombre de ticket restant à la vente ?

[REDACTED] expliquer que dans la réservation est possible de voir sur le produit n de tickets sont disponible ; des alertes seront données quand le produit n'est plus disponible à la vente à J-1 ou J-2.

[REDACTED] demande s'il y a un cota pour les hôtels ?

[REDACTED] ponds que non pas de cota pour les hôtels pour la vente.

[REDACTED] ajoute que ce ne sera pas le canal principal de vente pour ce produit.

[REDACTED] partage sa vision que ces produits sont destinés pour les clients qui viennent de loin, notamment les clients du Ranch Davy Croquet, qui reviennent l'après-midi sur le parc pour profiter et qui décident d'aller voir le spectacle Dreams, et qui souhaite être sûr de visionner le spectacle Dreams dans les meilleures conditions, ce sont ce type de clients qu'on souhaite toucher avec ce type de produit.

[REDACTED] demande si dans le cas ou une famille arrive avec leurs tickets à 3 sonne s'ajoute le jour même, comment faire en cas d'indisponibilité des tickets ?

[REDACTED] explique que malheureusement pas de possibilité d'ajout ni de laissé libre. Il ajoute que les clients des hôtels ont le privilège de faire leur réservation en avance et qu'ils peuvent avoir des délais pour ajouter des réservations via l'application et qu'à J-10 on n'est jamais au complet.

[REDACTED] explique qu'elle ne peut pas s'engager sur le J-10 sur ce produit-là Premier Access, Ultimate, qui n'sont pas du même montant. Elle ajoute qu'on ne pousse pas à la vente, et que c'est du digital et on accompagne le client pour se faire sur place en hôtel. Elle ajoute que ce n'est pas le canal de vente principal.

[REDACTED] ajoute que si demain le produit ne se vend pas, on n'imposera pas au ndre, on se posera la question sur le temps d'attente qui est moindre

et que cela ne se vendra pas naturellement des deux côtés. Ça sera des situations creuses simplement.

demande si le client a accès au temps d'attente sur les produits Ultimate

explique que le temps d'attente est indiqué sur l'application. En avance, on a accès au temps d'attente que sur place, au vue des tarifs appliqués, les clients peuvent se dire qu'il est possible d'essayer de faire une journée sans et voir l'achat pour la journée qui arrive.

demande au vue du choix de l'emplacement, ou la vue peut être gâcher par qui sont en face de cet endroit, comment faire en cas d'un spectacle réduit, en cas de non sortie des drones ? l'emplacement VIP pour la parade à disparu (initialement il était en début de la parade) ou a été placé ce nouvel espace VIP ?

intervient et rappelle à Cécilie qu'il est en attente de réponse à sa demande des zones, et demande de bien vouloir indiquer les zones sur la présentation.

pond qu'il y aura bien un balisage des zones avec un pupitre sur lequel sera un scan, avec indication d'emplacement réservé, Cécilie indique les emplacements des salariés pour la parade, et pour le spectacle Dream, également un balisage et un pupitre afin d'aiguiller et d'orienter les clients. Elle répond que l'emplacement VIP est toujours en place pour le spectacle Dreams. Et en ce qui concerne le spectacle réduit, la vente ticket se fait uniquement pour le grand spectacle, et non l'Electrical Sky Parade n'est pas inclus dans cette vente, si le show garanti est celui de Dreams. À partir du mois de septembre, la vente se fera sous le nom du spectacle nocturne uniquement, les conditions de vente sont claires pour les clients. En cas de spectacle réduit, si le client n'est pas content, il peut contacter les services de réclamation (guest com) pour exprimer son mécontentement, et le service est souple et à l'écoute des réclamations et fera le nécessaire en ce sens. Et si on cas d'annulation du spectacle, le client sera automatiquement remboursé.

demande à Cécilie de bien vouloir nous indiquer l'emplacement VIP et la sortie des clients lors de la parade

indique qu'elle ne voit pas où était l'emplacement, mais elle ne dispose pas de plan. Elle enseignera et reviendra vers nous. Elle indique que l'entrée se fera sous le porche et que la sortie se fera naturellement dès le retrait des cordes.

demande de comment se passe pour la dispensaire (ajout des produits non inclus dans la réservation) pour les clients, est ce que ce processus est bien documenté et pensé pour la conciergerie ?

explique que c'est le même processus qu'avant et que c'est le même processus déjà disponibles. Pas d'obligation d'imprimer les magic pass en cas d'ajout.

emande si des emplacements PMR avec ce nouveau dispositif est
és la personne en fauteuil roulant ne pourra pas profiter de la parade.

lique qu'il n'y a pas de zone PMR prévu pour ces clients là car cela se fera
clients.

emande que les questions soient orientées sur sujet des hôtels
estions sont intéressantes mais que cela devrait être orientés sur
l'établissement.

explique que des clients PMR peuvent faire partie des clients de l'hôtel
tions légitimes à poser.

tinue que les emplacement PMR ne sont pas prévu pour se faire.

ajoute que les clients ayant payé le tarif pour avoir un emplacement dédié
tion de céder la place pour les personnes à mobilité réduite. Comment faire
dans ces cas-là ?

ique que l'emplacement n'est pas prévu et que l'emplacement PMR est
r à ce problème.

joute que ces emplacement PMR mis à disposition ne sont disponible que
PMR et deux accompagnateurs, et que la personne qui paie le prix doit
avoir un emplacement dédié. On ne doit pas conditionner ce genre de situation au bon vivre
des clients.

joute que l'embauche supplémentaire a été faite en ce sens et que les
ire en ce sens.

joute qu'il est nécessaire de prévoir un emplacement PMR pour éviter les
t gênante.

joute que ces questions seront remontées au service concerné et que
issement Hôtel Spécifique. Il ajoute que les salariés sur place auront
la charge de régler ce genre de situation.

ande si c'est un produit digital, pourront nous voir combien de

explique qu'on peut voir si des places restent disponible mais pas de
nseigner les clients. Pour les équipes opérationnelles, un rappel est
envoyé pour prévenir les sold outs pour les tickets.

mande si des formations sont prévus pour les salariés de la réception

explique que oui et que des supports seront prévus pour les différents
s d'informations seront dispensé par les formateurs terrains sur les
deux locations, sous format de flyers.

demande combien de temps faudra t il pour cette formation ?

réponds par le temps qu'il faudra au différents échange avec les

demande si cette information de la vente a fuité sur internet ?

explique qu'une information a été communiquée sur le site sans plus de détails.

demande si une information vue sur des social médias sur deux i ?

explique qu'un test sera fait sur deux spectacles la semaine qui arrive mais cela test et ne sera pas de longue durée. Pour l'instant, ceci n'est pas en vente et aucune validation n'est donnée pour ces deux spectacles. Elle précise que c'est uniquement en test sans plus.

demande si la zone va être augmenter la zone PMR va bloquer pour le spectacle Dreams, comment faire ?

explique que l'agrandissement se fera par de l'autre côté sans impacter la zone n cas on ne touche a la zone PMR.

demande le rappel des prix des produits additionnels.

répète :

5€ et peut aller jusqu'à 10€.

et peut monter à 190€.

par spectacle et par personne.

- Pour le reste c'est 19€ pour la parade ou DREAMS et par personne.

demande si des réponses seront apportées sur les questions qui sont

viendra vers pour les emplacements VIP et l'amélioration de la zone PMR, faites ce jour sera communiqués aux équipes dédiées.

explique la zone PMR restera là ou elle se trouve et que pas de

mercie Aranud et Cécilie pour les échanges durant cette réunion ainsi onnes présentes sur place et en distanciel.

Fin de séance à 11H45.