

Projet de procès-verbal
de la réunion extraordinaire
du Comité Social et Economique
de l’UES Euro Disney du 13 juin 2023

La séance était présidée [redacted] [redacted]

Horaire d’ouverture de la séance : 09 heures
Horaire de clôture de la séance : 12 heures 30

direction	Invités du CSE
[redacted]	

[redacted] ent)

[redacted] ent)

[redacted] sent)

[redacted] nt)

[redacted] nt)

[redacted] ent)

[redacted] t)

[redacted] ent)

[redacted] sent)

[redacted] sent)

[redacted] nt)

[redacted] sent)

[redacted] t)

[redacted] ent)

[redacted] sent)

[redacted] ent)

[redacted] nt)

[redacted] ent)

[redacted] nt)

[redacted] sent)

[redacted] nt)

[redacted] nt)

[redacted] sent)

Représentants Syndicaux

	nt)	CGT
	t)	UNSA

Ordre du jour

1. Information des membres du Comité Social et Economique sur la transformation du Disney Village. 4
2. Approbation de l'avis motivé relatif au projet d'installation d'une table de fraisage pour la maintenance RDC émis lors de la réunion CSSCT de l'établissement Services Techniques/Ateliers Centraux du 30 mai 2023 20
3. Approbation de l'avis motivé relatif au projet d'installation d'une scie à panneaux à Staffshop émis lors de la réunion CSSCT de l'établissement Services Techniques/Ateliers Centraux du 30 mai 2023 21
4. Présentation au Comité Social et Economique de la restitution de l'appel d'offres en vue du recours à un prestataire pour les bons cadeaux de Noël 2023 (document transmis par le Secrétaire par mail séparé) 21
5. Délibération des membres du Comité Social et Economique sur le choix du prestataire concernant les bons cadeaux de Noël 2023 22
6. Présentation au Comité Social et Economique de l'appel d'offres en vue du recours à un prestataire concernant [REDACTED] l'année fiscale 2024 (document transmis par le Secrétaire par mail séparé) 23
7. Délibération du Comité Social et Economique sur le choix du prestataire concernant [REDACTED] l'année fiscale 2024 23
8. Présentation au Comité Social et Economique de la restitution de l'appel d'offres en vue du recours à un prestataire concernant les CESU millésime 2024 (document transmis par le Secrétaire par mail séparé). 24
9. Délibération des membres du Comité Social et Economique sur le choix du prestataire concernant les CESU millésime 2024 24

La séance est ouverte à 09 heures, sous la présidence

1. Information des membres du Comité Social et Economique sur la transformation du Disney Village

ntexte, il n'y a pas de nouveauté par rapport à la présentation que nous avons assurée l'année passée. Nous sommes dans la continuité de la stratégie présentée alors.

La transformation de Disney Village s'inscrit dans la stratégie de croissance de Disneyland Paris visant à accroître l'attractivité de la destination en proposant à nos guests une expérience premium.

Initiée en janvier 2023 avec les travaux de la brasserie Rosalie, la transformation du Disney Village s'inspire des retours des guests pour introduire de nouveaux concepts et proposer une nouvelle approche des zones extérieures, ainsi que la rénovation de nos actifs.

Le Disney Village ainsi transformé rassemblera les guests autour d'une expérience dans l'esprit Disney, entre décompression et amusement.

Connecteur au sein de DLP, le Disney Village s'inscrira comme une destination durable à long terme complémentaire des parcs.

Je tiens à le redire : aujourd'hui, le Disney Village fonctionne très bien. Ce n'est pas en raison d'un dysfonctionnement que nous avons décidé d'effectuer ces investissements, mais en raison de l'opportunité que représente le moment.

Sur les lignes directrices de ces investissements, il n'y a pas de surprise : nous sommes dans la continuité de ce que nous vous avons déjà présenté.

Notre première ambition est de revenir à l'esprit Disney, en s'appuyant sur l'excellence opérationnelle. Il existe une véritable excellence opérationnelle dans les boutiques et dans les restaurants. Nous allons reprendre les bases et travailler sur l'existant, et nous allons en profiter pour introduire de nouveaux concepts, aussi bien sur la restauration que sur le merchandise.

La restauration constitue une priorité.

Nous avons eu à ce sujet beaucoup de feedbacks, et nous savons que certains types de cuisines sont très recherchés. C'est le cas de la cuisine française.

Nous devons nous assurer que nous avons le bon niveau de capacités.

Sur le merch, Jean-David décrira son approche pour renouveler l'offre.

Pour effectuer ces investissements, nous allons prendre 5 à 6 ans. La transformation sera phasée.

Je le répète : cette histoire est une histoire très positive. Nous souhaitons faire toujours mieux et nous inscrire dans un futur à long terme, sur une trajectoire de croissance que l'on construit dès maintenant.

Dans la phase initiale, nous avons démarré avec la brasserie Rosalie, dont les travaux ont débuté en début d'année. L'objectif est de pouvoir ouvrir avant Noël.

Par la suite, d'autres concepts de restauration seront introduits. Nous sommes au travail sur la question et nous reviendrons devant le CSE sur le sujet.

Dans une 2e phase, nous interviendrons sur le « bloc nord. » C'est un chantier énorme de rénovation, que nous souhaitons réaliser en moins de 2 ans.

Dans une 3e phase, nous interviendrons sur tout le reste.

lieu à la fin de l'année 2022 au niveau du backstage nord : nous avons réalisé toutes les tranchées et installé les réseaux pour pouvoir aller alimenter le chantier de la zone brasserie Rosalie.

Le document d'information présente le prototype de la façade, dont la structure métallique a été posée récemment.

Pour assurer les flux liés aux travaux, nous sommes amenés à faire des travaux complémentaires.

Le document montre aussi la localisation de la plateforme mise en place pour accueillir les différentes bases vie en lien avec ces opérations.

Nous avons enfin créé un passage raccourci permettant de connecter directement le backstage sud au backstage à l'arrière du Royal Pub, ce qui a facilité les différentes opérations.

travailler sur 4 grands éléments : la première est l'ossature métallique et l'architecture. Nous avons échangé avec les salariés, et nous nous sommes mis à l'écoute des guests. En outre, nous avons l'expérience de ce design. Nous allons ôter les piliers en métal et la casquette métallique ; nous allons maintenir des façades contemporaines et modernes, mais plus chaleureuses. La visibilité sur les façades des commerces et des restaurants sera accrue, la lumière naturelle sera plus abondante à l'intérieur et nous gagnerons de l'espace. De fait, nous serons en mesure de créer une circulation dans les 2 sens, ce qui renforcera le lieu en tant que promenade.

J'en arrive au 2^e élément : dans le Disney Village, nous disposerons des références à l'univers Disney, dans le même esprit que ce que nous avons fait sur l'hôtel Marvel. Ce seront des clins d'œil à l'iconographie Disney. Le sujet est en cours de développement ; nous reviendrons vers vous sur le sujet.

En 3^e lieu, nous agissons sur les espaces communs. Je l'ai dit, nous créons 2 sens de circulation. Nous ajoutons aussi de la végétation, nous refaisons les pavages. Nous allons aussi reconquérir l'espace du mini lac pour créer une autre promenade.

Enfin, nous apportons de nouveaux concepts afin de créer de la nouveauté, principalement en restauration.

l'écran et la fan zone : cet espace est-il maintenu ?

Par ailleurs, votre projet prévoit-il l'installation de vitrines éphémères ? Pensez-vous développer le nombre de personnes qui vont intervenir dans ces vitrines ?

en. Les gens aiment s'y rassembler. D'ailleurs, cette place est couverte. Nous souhaitons donc le valoriser en l'aménageant et en améliorant la prestation et le service. Mais les décisions sur ce projet n'ont pas encore été prises.

allons pas augmenter le nombre de vitrines dans les boutiques. Ce nombre serait même appelé à baisser. Il n'y a donc pas d'impact équipe de notre côté. Les effectifs visual merchandising vont rester stables.

onographies ?

de développement. Le résultat doit être très qualitatif et fortement renouvelable.

installation d'expositions éphémères, par exemple à la sortie d'un film, regroupant des éléments de décor.

J'ai aussi pensé à une iconographie de type grands magasins parisiens au moment de Noël, une tradition que nous avons suivie pendant quelques années, sur Main Street, par le passé.

Le projet a été de redonner au Disney Village l'âme qui était la sienne par le passé, avec la Saint-Patrick, la fête de la musique, le Fiesta Latina. Nous devons utiliser la caractéristique de passerelle du Disney Village entre les hôtels et les parcs. Nous devons capter les flux en nous distinguant du reste de la destination, notamment grâce à des expositions ou des événements ponctuels.

Cela fait partie de notre stratégie. Nous sommes à l'étude. Nous observons le fonctionnement avec beaucoup d'humilité.

La bonne nouvelle, c'est que les Cast Members embarquent complètement, et les guests suivent également. Nous ramenons aussi une clientèle locale.

L'année en cours est une année de transition et d'observation.

Le projet que nous présentez semble très bétonné. Quelles sont les orientations environnementales du projet ?

Le projet dans le travail que nous menons, même si les illustrations que nous vous présentons ne le mettent pas en évidence.

Les aspects pour cette transformation, sur 2 aspects : les bâtiments ; et les espaces publics.

Sur le « bâtimentaire », nous travaillons tous les aspects en lien avec la réglementation, qui est de plus en plus incitative.

Sur les espaces publics, différents aspects sont intégrés. On travaille sur l'aspect minéral. Nous avons la volonté d'intégrer plus d'espaces verts et de végétation, ainsi que des espaces de détente, avec une double vocation : pour les personnes qui emprunteront ces zones, mais aussi pour lutter contre les îlots de chaleur.

Nous travaillons aussi sur la ressource en eau en créant un système de récupération des eaux et en favorisant l'infiltration. Enfin, nous travaillons sur les matériaux en application de différents labels.

Le projet présente une illustration du concept prévu pour l'entrée du Disney Village.

Quel est le nombre de shows et d'animations sur le lac ?

Les projets tels ne font pas partie techniquement du Disney Village. Ils n'ont donc pas été inclus dans notre projet.

t-elle ?

nt tributaire de la météo.

els va-t-il être réaménagé ?

romenade doit être privilégié. Nous l'avons bien en tête. En lien avec la brasserie Rosalie, il est envisagé de créer au bord du lac une contre-allée afin de proposer une extension extérieure. Ce serait une manière de valoriser le lac.

ucoup de guests empruntent ce passage.

pact en termes d'emploi et de conditions de travail.

Quelles sont les perspectives d'évolution de l'emploi en lien avec votre projet ?

Quels sont les impacts sur les conditions de travail, et notamment sur la question des horaires ?

Avec les modifications apportées aux parcs, on voit que les horaires ont tendance à s'étirer, plus tôt le matin et plus tard le soir.

révoit pas que la plage horaire maximale des shifts soit modifiée. Nous nous basons sur les horaires des parcs.

En tout état de cause, tous les sujets en lien avec les conditions de travail et d'hygiène seront présentés et débattus en CSSCT.

onnes.

La direction générale a affirmé sa volonté de proposer une expérience aux guests après la fermeture des parcs. Or, les parcs ferment de plus en plus tard. Nous avons besoin de connaître les implications à termes de ces évolutions sur les horaires et les conditions de travail des salariés.

Aujourd'hui, on constate déjà des difficultés, en particulier pour les salariés terminant tardivement, pour emprunter les transports en commun et rentrer chez eux. Cette contrainte est croissante.

Il est absolument nécessaire que la direction nous informe sur ces projections.

L'agrandissement du resort ne peut se faire en imposant davantage de contraintes aux salariés sur leurs conditions de travail et de transport.

C'est un sujet central que nous avons déjà soulevé à maintes reprises.

Nous devons débattre de ces sujets, que vous semblez vouloir balayer d'un revers de la main.

éducation du nombre des salariés.

Sur la question des horaires, je prends bonne note de la demande d'information. Nous répondrons dans le cadre du débat sur les orientations stratégiques.

?

ncore été fixée.

re tenus informés le plus tôt possible.

Je constate que beaucoup de sujets sont renvoyés au débat sur les orientations stratégiques. Pourtant, nous avons des questionnements relatifs aux projets de transformation qui nous sont présentés. Je regrette de ne pas obtenir de réponse.

En tout état de cause, je prends bonne note que la réponse à tous nos questionnements sur ces sujets sera apportée au moment de la présentation des orientations stratégiques.

's est-elle modifiée ?

des actions de rénovation en cuisine.

u Disney Village ?

nir une animation dans la rue. Ils seront probablement positionnés différemment.

prévue sur le cinéma Gaumont ? La sortie sera-t-elle intégrée au Disney Village ? Je précise que certaines sorties mènent à l'extérieur du Disney Village, et que les guests doivent passer de nouveau les contrôles pour entrer.

ment avec la direction des cinémas, en tenant compte des difficultés qui sont les siennes dans cette période post COVID encore précaire.

t-ils pas notre business ?

ontrent qu'ils sont en complémentarité par rapport à nos concepts. Nous suivons cependant le sujet de près.

ès près. Toute signature d'un partenaire sur merchandise donne lieu à des travaux d'évaluation importants.

empéries sont-elles suffisantes ?

e sujet. Nous allons créer des devantures intégrées à chaque enseigne, non régulières, ce qui constituera une protection en cas d'intempéries.

it ?

tre projet, qui consiste à repositionner le Disney Village sur une cible « familles. »

on revient sur les éléments que nous venons de vous présenter et sur les grandes étapes des travaux.

illé individuellement. La dynamique permettra de faire ressortir l'offre de manière très qualitative, en travaillant l'architecture, le design, les matériaux utilisés de manière cohérente.
Le concept illustratif proposé donne une idée de l'ensemble.

ont-ils pas été envisagés sur ces façades ? Des dispositions, par exemple de couverture de l'avenue, ont-elles été envisagées pour réduire le phénomène de réflexion de la chaleur ?

au niveau des espaces publics sur les îlots de chaleur, tenant compte des matériaux et des couleurs utilisés. La vocation du paysagement sera de réduire les effets de réverbération et d'accumulation de chaleur. Des arbres et zones de plantation sont prévus pour créer un effet canopée et des espaces ombragés.
Un travail d'isolation des toits sera mené.
Je prends note de la proposition sur la couverture.

pour les boutiques du Disney Village. Cette stratégie repose sur plusieurs piliers : nous souhaitons que ces « moments comptent », en extension de l'expérience des parcs ; ces lieux doivent être inclusifs ; la personnalisation doit se poursuivre ; l'interaction avec les Cast Members doit être mise en avant. Le sujet ressort fortement dans les enquêtes.
L'activité sur le Disney Village connaît des pics très forts. Il nous revient de nous assurer que, pour les guests, l'expérience soit fluide. Il est nécessaire d'assurer la plus grande autonomie des guests. Nous devons aussi définir des concepts clairs, les rendre visibles.
À la suite du COVID, dans les boutiques, nous avons dû retirer un certain nombre de mobiliers. Nous nous sommes rendu compte que ces nouvelles dispositions, qui rendaient les circulations dans les boutiques plus fluides, ont permis d'augmenter les chiffres. Nous avons capitalisé sur cette expérience en travaillant sur les flux.

Nous étudions aussi les conditions de l'encaissement : des solutions de paiement permettent aujourd'hui d'augmenter l'autonomie du consommateur. Ce sujet sera intégré dans le futur de nos boutiques.

Enfin, nous souhaitons avoir des produits uniques, exclusifs au Disney Village et limités dans le temps. Nous offrirons dans l'une de nos boutiques des produits premium. Nous allons jouer fortement les saisons, avec des zones saisonnières plus rythmées. Nous souhaitons créer une différenciation de l'expérience parcs, ce qui passe par un traitement visual merchandising spécifique.

Aujourd'hui, nous avons 5 boutiques. 3 seront refaites : l'ART GALERY, DISNEY FASHION et DISNEY FASHION JUNIOR.

Les 2 premières citées seront réunies dans un concept lifestyle. La boutique Disney Fashion Junior va devenir un concept maison.

Nous avons donc 2 concepts forts.

Nous sommes en cours de travail sur les illustrations : celles que nous vous proposons à ce stade sont des projections ; nous reviendrons vers vous avec les designs finaux.

Le concept lifestyle ciblera les adolescents et les adultes avec une offre mode et accessoires. Une partie de l'ancienne Art Gallery sera transformée en boutique premium, avec des produits haut de gamme et différenciant par rapport à ce qu'on peut trouver ailleurs. Nous mettrons aussi en œuvre des mobiliers et des présentations un peu plus haut de gamme. Dans cette boutique, nous souhaitons aussi jouer un mélange d'expérience, avec l'installation, par exemple, d'un comptoir à macarons.

Le document d'information présente des illustrations reprenant les inspirations qui sont les nôtres à ce sujet.

L'autre concept est celui de la boutique maison, avec une offre déco et objets de décoration. L'objectif est de présenter dans une seule boutique la façon dont il est possible de décorer la maison avec des produits Disneyland Paris. Cette boutique sera un mixte entre des concepts de décoration et des produits de tous les jours, de la maison, des meubles, des assiettes, etc. De grands mobiliers de présentation seront installés, permettant beaucoup de flexibilité, avec beaucoup de sobriété. Les produits parleront pour eux-mêmes. Une partie de l'offre sera exclusive.

... r les conditions de stockage. Il est apparu que, bien souvent, la grandeur du stock en coulisses n'est pas adaptée. C'est notamment vrai pour la maison, où on trouve des produits livrés en cartons très lourds et très encombrants. Il est souvent compliqué de transporter ces cartons jusqu'au stock de la boutique ; puis du stock de la boutique sur le présentoir. On constate que l'accidentologie est élevée sur ce parcours.

Côté lifestyle, on constate une initiative pour épurer le nombre de produits en présentation. Progressivement, cependant, on constate que le nombre de produits en présentation a tendance à augmenter, ce qui crée un effet « fouillis. » Des produits sont progressivement ajoutés au concept premier et finissent par gêner la circulation et les flux de marchandises.

C'est une problématique importante sur le long terme, en référence aux conditions de travail des salariés qui opèrent ces boutiques.

Je ne mets pas en cause les concepts de ces boutiques, mais je souhaite alerter sur des risques sur lesquels nous sommes enseignés par l'expérience.

Plusieurs concepts seront renouvelés au Disney Village. Cela signifie-t-il que chaque boutique disposera de ses produits de manière exclusive ? De ce point de vue, on constate aussi que, alors que les principes de démarrage sont souvent ceux-là – la proposition de produits exclusifs dans les boutiques du Disney Village –, on finit par retrouver sur les parcs les mêmes produits.

Enfin, je souhaite revenir sur la question de la démarque : depuis quelques mois, on constate que le sujet devient une problématique centrale, notamment sur les boutiques. Les équipes sont à la

recherche de moyens permettant d'éviter la démarque. Comment allez-vous gérer le problème sur les boutiques du Disney Village, en particulier sur le lifestyle où l'espace sera largement ouvert, avec une proposition de petites pièces ?

els en vigueur sur la gestion des stocks. De ce point de vue, nous ne changeons rien. Mais nous menons un travail sur la fluidité des stocks, l'adaptation des racks et l'organisation des stocks au type de produits qui sont proposés dans les boutiques.

D'ailleurs, je n'avais pas conscience qu'il existait une accidentologie spécifique sur ce type de produits. Il nous est possible de travailler en amont sur le packing, en mettant moins de marchandises dans les cartons. Nous allons prendre en compte ce sujet.

Notre objectif est de proposer les concepts les plus efficaces possibles. Ces choix seront mis à la vérité du guest. Nous devons peut-être nous adapter. J'entends l'alerte sur la tendance à rajouter des produits. Nous nous montrerons vigilants.

En 2023, nous avons réduit de près de 15 % le nombre de produits dans les boutiques : pour autant, nous allons faire un revenu supérieur. C'est une leçon du COVID, que je résumerai de la façon suivante : « moins on en met, plus on en vend. »

Les boutiques ne disposeront pas de produits totalement exclusifs pour le Disney Village. Ce serait ingérable pour les équipes et nécessiterait un agrandissement considérable de la taille des équipes pour pouvoir développer ces nouveautés. Aujourd'hui, il est que de 15 à 20 % d'offres exclusives dans les boutiques dont il est question aujourd'hui. Mais l'engagement est clair : ces produits resteront uniquement présents dans les boutiques du Disney Village.

Le dernier point de votre intervention porte sur la démarque.

En effet, nous avons constaté une véritable explosion de la démarque sur le début de l'année fiscale, avec une augmentation de 50 %. Bien entendu, ce n'est pas un phénomène exclusif à Disneyland Paris. Il s'agit d'un phénomène commun au retail sur l'ensemble du territoire français.

Des mesures ont été mises en place par les équipes opérationnelles, en collaboration avec d'autres équipes, pour limiter la démarque. Et, sur le mois de mai, on voit l'impact de ces mesures : la démarque est revenue à un niveau en ligne. Ces mesures sont passées par une vigilance accrue des Cast Members, en particulier, mais aussi par une modification du positionnement du mobilier, de nouvelles solutions de « taguage » des produits. Sur le Disney Village, nous ne sommes pas contraints, comme sur le parc, sur les antivols. Nous pouvons donc installer des antivols et des portiques seront intégrés aux boutiques, ce qui permet de limiter la démarque.

En tout état de cause, nous allons poursuivre dans la mise en place de ces actions.

projets sur la question de l'autonomie de paiement ?

a été prise à ce sujet.

Nous sommes à l'étude sur 3 options. L'objectif est de proposer des solutions de paiement qui permettent au Cast Members de ne pas rester figé derrière sa caisse. Sur une autre boutique, nous avons mené une expérimentation en équipant les salariés de tablettes et d'une petite imprimante mobile. Cet équipement permet aux Cast Members de réaliser des encaissements déportés dans la boutique. Malheureusement, cette solution n'est pas encore tout à fait satisfaisante, en raison du poids de l'équipement. Nous avons besoin de passer sur une solution plus légère. La réflexion se poursuit donc.

Nous avons aussi étudié, puis abandonné la solution d'auto encaissement type grandes surfaces, où le client se retrouve devant une borne d'encaissement automatique. Nous avons abandonné cette

solution en raison de ses implications et de ses risques concernant le nombre des interactions avec les Cast Members. Dans le cadre d'une telle solution, les interactions commerciales finissent par se résumer à la gestion des cas problématiques.

Une 3^e solution d'encaissement est en cours d'étude : le développement dans l'application Disneyland Paris d'un module en lien avec un terminal de paiement. Le téléphone est alors utilisé comme une « scanette » et un outil de paiement. Cette solution est en cours d'étude sur le plan technologique. L'étude se poursuivra sur l'année 2024 avant éventuelle validation et déploiement en 2025.

Pour les 2 boutiques dont il est question sur le Disney Village à ce stade, ces solutions ne seront pas installées. Nous maintenons 100 % de caisses fixes traditionnelles.

acé, n'est-ce pas ?

'emploi : quelle est votre vision sur les 5 ans à venir en emplois directs et indirects sur Disneyland Paris ?

éléments sur cette question lors de la présentation des orientations stratégiques, l'année dernière. Nous referons le point au moment de la prochaine séance sur les orientations stratégiques.

ra-t-elle proposée ?

ois directs.

d'une vision sur les emplois indirects.

Ma 2^e interrogation porte sur le WiFi, dont le fonctionnement est aujourd'hui très problématique sur le parc : qu'en est-il pour le futur sur le Disney Village ?

ortant. Nous sommes en cours de réflexion sur le sujet, qui nécessite des interventions techniques très lourdes sur le terrain.

mes une destination premium. Il est très important de proposer de bonnes conditions de WiFi à nos guests.

à l'étude sur le sujet. Nous avons déjà chiffré ces travaux. Les équipes de technologie sont en train d'étudier les modalités d'une coordination des calendriers de travaux. Le point est réellement pris en compte.

réhabilitation des façades et des boutiques : avez-vous prévu une réhabilitation des stocks rooms et des backstages ?

On sait qu'il existe une forte coactivité entre plusieurs métiers – entre food, merch, nettoyage, sécurité, etc. Or les backstages sont étriqués et le confort de travail des Cast Members est parfois difficile.

pte des backstages. Le projet est que l'expérience soit bonne pour tout le monde.

renons en compte les besoins en termes de stock room.

Sur les backstages, nous allons prochainement récupérer la cafétéria.

Nous avons aussi l'objectif de nous débarrasser rapidement des Algeco qui sont en place depuis 30 ans, et de réintégrer les équipes, éventuellement dans la zone administrative.

Nous avons clairement exprimé ces besoins et nous avons obtenu une enveloppe – qui reste à confirmer – pour procéder dès cette année à des réhabilitations permettant d'améliorer la vie de tous les jours ; mais également sur du long terme, pour gagner de l'espace en backstage, pour améliorer la circulation et réintégrer les équipes.

ssement, je vous rappelle qu'une étude a été réalisée il y a plus de 10 ans : cette étude montre que la présence des salariés sur le floor permet d'augmenter le chiffre d'affaires et fait baisser la démarque. Je vous invite donc plutôt à recruter qu'à réduire le nombre de salariés présents en boutique.

ire le nombre de salariés sur le floor. Mais nous prévoyons une augmentation conséquente de trafic et du nombre de transactions au niveau des boutiques. Nous ne souhaitons pas avoir à transformer les boutiques en zone de caisse. Nous allons maintenir les zones de caisse actuelle, mais nous avons besoin de trouver des solutions permettant d'absorber l'activité. En d'autres termes, nous n'allons pas réduire le nombre de caisses existantes aujourd'hui dans les boutiques, mais des solutions d'encaissement mobile devraient nous apporter des capacités supplémentaires.

ntion sur l'activité des équipes produits et sourcing : quel est l'impact de vos projets sur ces équipes ? Sont-elles appelées à retrouver des intensités de travail comparables à celles qu'elles ont connues au niveau des achats et des suivis de produit pour le 30^e anniversaire ? Cet impact est-il déjà mesuré ? Un accompagnement de ces équipes est-il prévu ?

négligeable sur les équipes merch. Cet impact a été intégré, et nous sommes à l'étude sur la façon dont les ressources sont utilisées.

Nous avons constaté, en effet, que le 30^e anniversaire s'est accompagné d'une charge de travail importante, avec une complexification, notamment avec l'ajout de la contrainte environnementale. Nous avons bien en tête ces éléments, et nous étudions actuellement la meilleure façon d'adapter nos équipes à très court terme, afin de pouvoir prendre en charge ces développements supplémentaires. C'est aussi la raison pour laquelle nous avons accéléré sur une réduction du nombre de produits. Nous souhaitons nous assurer que notre capacité de travail est en cohérence avec le nombre de produits développés.

Ces sujets ont été pris en compte en amont, sur la partie design ; c'est en cours de validation pour la partie développement de produits.

t-il davantage de produits d'adoption, c'est-à-dire des produits communs avec les différentes entités ?

prendre des produits existants dans d'autres parcs. Aujourd'hui, le taux d'adoption est situé entre 25 et 30 %. Ces produits ne sont pas développés par les équipes merchandise.

Cette proportion est amenée à évoluer, mais je ne peux me montrer plus précis. Pour certaines boutiques, ce pourrait être une solution de repli, notamment sur la partie bijoux, voire sur la partie maison.

On constate par ailleurs que la concurrence avec la plateforme shopDisney s'accroît. Nous restons vigilants sur le sujet.

Enfin, je souhaite rappeler que, sur la partie textile, il existe des goûts spécifiques qui sont liés à des tendances européennes, sur la forme des vêtements ou les couleurs utilisées. De fait, pour la boutique lifestyle par exemple, nous ne serons pas amenés à aller chercher des produits aux États-Unis. Nous n'avons pas les mêmes modèles.

nces opérationnelles et sociales.

Pour réaliser ces travaux de façade, de toitures et de changement de concept des boutiques, nous sommes dans l'obligation de fermer les 3 boutiques entre janvier 2024, après la période de Noël, et l'automne.

Les équipes concernées par cette étape 1 du projet, consacrée à la fermeture et à la rénovation, sont composées de 44 salariés merch. L'âge moyen de ces Cast Members est de 34 ans, réparti de la façon suivante : 19 Cast Members sont âgés entre 18 et 29 ans ; 11 Cast Members entre 30 et 39 ans ; 10 Cast Members entre 40 et 49 ans ; 3 Cast Members entre 50 et 59 ; un Cast Member de plus de 60 ans.

La moyenne d'ancienneté est de 8 ans, avec une ancienneté maximale de 23 ans, répartie de la façon suivante : 3 Cast Members ont moins d'un an d'ancienneté ; 18 Cast Members ont entre 1 et 5 années ; 8 Cast Members entre 6 et 10 années ; 10 Cast Members entre 11 et 19 années ; et 5 Cast Members ont plus de 20 ans d'ancienneté.

38 Cast Members sont sur un coefficient compris entre 150 et 215 ; 5 teams leaders sont entre 225 à 280 ; et la manager est sur une position de 300 à 430.

On comptabilise 30 femmes et 14 hommes.

La plage horaire journalière est comprise entre 07 heures 45 et 01 heure du matin.

Les salariés du complexe fashion, c'est à dire les 3 boutiques concernées, seront affectés sur un même emploi dans d'autres locations parcs et Disney Village après étude de leur souhait de mobilité, en considération des profils et des besoins opérationnels.

Dans un premier temps, c'est-à-dire dès demain, nous allons mener des réunions d'information collectives. Une session est prévue à 12 heures, demain ; et une autre aux alentours de 17 heures, en direction du shift de l'après-midi.

L'accompagnement individuel sera assuré sur la base d'entretiens d'accompagnement et d'expression de souhait de mobilité des salariés. Les entretiens démarreront dès le milieu de ce mois de juin et s'étendront jusqu'au milieu du mois de juillet. Un retour sera effectué auprès des salariés au milieu du mois d'août. La nouvelle affectation prendra effet le 8 janvier.

Nous souhaitons transformer ces nouvelles affectations à 100 % afin de pouvoir proposer un premier bilan à la CSSCT à la fin du mois d'août, avant la réunion ordinaire du mois de septembre.

écessaire de prendre en compte les restrictions médicales.

ifié pour prendre en charge l'accompagnement de ces salariés ? S'agit-il de la partie RH du Disney Village ?

nt démarrera-t-il ?

les parcours professionnels de tous les salariés approchés dans le cadre de cette procédure soient pris en compte. En particulier, la question de la transition professionnelle devra être abordée, en référence aux formations qui sont aujourd'hui mises en place et à disposition des salariés. Il serait positif, pour ces salariés, d'ouvrir le champ des possibles.

e recommandation.

ment sur ce point.

Le parcours géographique a été présenté dans toutes les locations merch. Beaucoup de salariés ont été déçus que leur parcours géographique soit remis à zéro du fait de la nouvelle ligne conductrice et des nouveaux points techniques qualité, savoir-faire et savoir-être pour le passage expérimenté.

Vous nous avez montré, sur la prestation de nettoyage, qu'il était possible de remettre les choses à plat et de permettre, selon les compétences des uns et des autres, une promotion. Je vous encourage

à aller à la rencontre des salariés, en effet, pour permettre des évolutions si les compétences le permettent.

e Lego Store ?

s projets et demandé à l'enseigne de participer à la rénovation de la boutique. Ils devraient donc passer par une étape de fermeture pour rénovation. Je ne suis pas en mesure de vous en préciser les dates exactes.

s échanges avec l'équipe dirigeante de l'enseigne afin de caler nos démarches.

érations des travaux, dont je rappelle qu'ils auront lieu par étape.

3 grandes zones de travaux ont été définies. La première correspond à celle dont nous venons de parler : le début des travaux est prévu pour janvier 2024. Ces travaux seront majoritairement réalisés de jour, en chantier clos et indépendant, abrité par des palissades en bois plein.

Nous devons réaliser et suivre différents dépôts d'autorisation dans le cadre de ces travaux.

L'accès au chantier se fera prioritairement par le backstage en journée, onstage la nuit, notamment pour les phases de livraisons importantes de matériaux et de structures.

Je le répète, les travaux seront réalisés par phase.

J'en arrive au planning.

Le processus de conception est en cours, ce qui permet de bien intégrer les points qui ont été évoqués pendant notre échange. Le processus de construction interviendra à partir de janvier 2024.

cessus social, les informations du CSE et de la CSSCT ont lieu aujourd'hui. Cette phase d'information est suivie de la phase d'accompagnement des salariés. Un suivi régulier sera assuré en CSSCT Disney Village, sur l'avancement des travaux, en réunions ordinaires et en réunions extraordinaires.

t traité en CSSCT services techniques ?

Aujourd'hui, nous avons beaucoup de difficultés lors des interventions sur les bâtiments du Disney Village. La question des accès pour les toitures, pour les garde-corps, notamment, est primordiale dans le cadre de la préparation de vos travaux.

Le fait de passer le point devant la CSSCT services techniques permettrait de prendre toutes les assurances de ce point de vue, afin d'éviter des difficultés pour nos techniciens en vue des interventions futures.

pes maintenance sont pleinement intégrées, ainsi que les équipes safety, pour la prévention. Les questions d'accessibilité sont donc prises en compte.

ne présentation en CSSCT services technique.

ce point et regarderons si une information est nécessaire.

ccupe du Disney Village, car il s'agit d'un point stratégique de la destination. On le sait depuis 1992, quand le Disney Village portait le nom de Festival Disney.

Nous ne pouvons que nous réjouir de ces travaux, et espérer que la rénovation créera une émulation, avec un essor du nombre de guests dans le Disney Village.

Ma première question porte sur les travaux : l'espace arrière, non exploité à ce jour, est quelque peu délaissé. Il s'agit de la zone couverte où l'écran est installé, avec les toilettes. Ne serait-il pas possible d'aménager cet espace, pour agrandir la place ; ou d'en faire une zone de stockage pour les bagages des guests ?

cette zone couverte, qui fonctionne très bien. Il s'agit d'un espace où les gens peuvent se retrouver, se rassembler. Nous souhaitons maintenir cette dynamique, qui a un rôle important dans la vie du Disney Village.

Nous avons en effet identifié un besoin en ce qui concerne les bagages. Mais il existe différents services permettant aux guest de ne pas être encombrés par leurs bagages. Il serait particulièrement dommage de créer une zone de stockage de bagages à cet endroit, qui constitue un véritable lieu de vie. Nous n'allons donc pas nous servir de cette zone pour les bagages, non.

ne les réhabilitations sur les backstages : qu'en est-il de la cafétéria ?

a au mois de mars, et une cafétéria temporaire a été installée derrière le McDo. Notre cafétéria complètement réhabilitée devrait nous être livrée au cours de la 3^e semaine du mois d'août.

cafétéria disposera-t-elle ?

te.

sur merchandise : en réponse à l'une des questions qui vous ont été posées, vous avez indiqué que vous souhaitiez organiser des événements en lien avec l'actualité. Merchandise a-t-il prévu de se saisir des 2 événements sportifs majeurs à venir que sont la Coupe du monde de rugby et les JO ? Ces événements vont-ils avoir un impact sur merchandise ou sur le Disney Village ? Des animations sont-elles prévues ?

compte, en effet, du calendrier sportif et des 2 événements que vous évoquez. Nous avons ainsi été conduits à décaler un événement musical prévu initialement sur le mois de septembre

Nous travaillons avec les équipes Entertainment, qui nous back up sur la partie musicale, afin d'organiser une célébration les vendredis et les samedis en utilisant un des pays participant à la Coupe du monde.

L'année prochaine sera aussi marquée par le Championnat d'Europe des nations de football, entre juin et juillet. Cet événement va attirer beaucoup de monde. Puis auront lieu les Jeux Olympiques. Nous allons faire vivre les terrasses sur ces événements, pour booster le business.

Le objectif est de proposer des produits sur 3 types de thèmes : un thème lié à l'actualité du parc ; un thème lié à l'actualité de la Walt Disney Company ; ou un thème extérieur.

Sur la Coupe du monde de rugby, qui constitue un événement de type niche, nous avons décidé de ne pas proposer de gamme spécifique.

En revanche, nous allons proposer une gamme Jeux Olympiques qui n'en portera pas le nom. Il s'agira d'une gamme complète de sport. Cette gamme est d'ores et déjà prête. Elle s'appuiera sur les couleurs des anneaux olympiques.

Concernant l'avenir des parkings Ventury 1 et Ventury 2 : quels sont vos projets sur le sujet ?

Concernant la destination. À ce stade, nous avons identifié le besoin de remettre au standard Disney l'ensemble de l'existant du Disney Village. Il nous faut en premier lieu mener ces projets avant d'envisager une extension. Nous sommes en réflexion sur le sujet, mais nous n'avons pas encore abouti à quelque chose de précis.

Concernant le dôme ?

Il n'y aura pas de dôme, mais pas dans ces premières phases d'intervention.

Concernant la politique salariale globale. Elle concerne les salariés de la restauration sur le Disney Village : on observe une tendance à augmenter la sous-traitance de nos restaurants. Pouvez-vous garantir que les restaurants appartenant aujourd'hui à Disneyland Paris resteront opérés par Disneyland Paris à 5 ans d'échéance ?

Concernant le travail des salariés, nous avons monté un partenariat, c'est vrai. Le travail de redéploiement des salariés a été effectué dans de bonnes conditions.

Aujourd'hui, il est particulièrement difficile de garantir quoi que ce soit sur le Disney Village. En revanche, il est connu que, sur l'ensemble de la destination, nous avons des besoins très importants de main d'œuvre, en particulier sur la restauration. À ce sujet, donc, nous n'avons pas d'inquiétude.

ignaler qu'il existe des questionnements importants parmi les Cast Members des restaurants de Disney sur le Disney Village.

ur le terrain. Nous échangeons avec les Cast Members. Le travail de rénovation que nous proposons vise aussi à répondre à ces questionnements.

iat pour les Jeux Olympiques, ou envisageons-nous un partenariat ?

levés.

nord, la partie backstage restera-t-elle accessible aux Cast Members ?

question de l'attractivité du Disney Village : par le passé, nous avons des artistes de rue et d'autres animations qui assuraient l'attractivité du Disney Village. Qu'est-il prévu, demain, avec les équipes spectacles pour augmenter le niveau des interactions sur le Disney Village et améliorer l'attractivité ?

ns l'immédiat, nous avons prévu quelques événements : fête de la musique ; Fiesta Latina ; Halloween ; Noël, etc.
En tout état de cause, sur le Disney Village, nous devons créer l'entertainment de demain.

-t-il maintenu ?

ujet, car nous savons qu'il est déterminant en termes de qualité. Nous pouvons encore nous améliorer sur la partie communication verbale. En ce sens, faire revivre les kiosques d'information est une possibilité.

Nous avons décidé de procéder à des tests au cours de l'été, inspirés de la guest experience team, avec des kiosques mobiles sur le Disney Village, afin de proposer du renseignement et de l'information, avec de la réservation de restaurant. Si cette initiative donne satisfaction, nous étudierons les modalités de sa pérennisation.

Nous menons aussi une réflexion sur un point d'information de type Welcome Center, un peu plus générique, mais nous manquons de surface. La réflexion se poursuit.

n mini City Hall, pour les périodes de fermeture des parcs ?

2. Approbation de l'avis motivé relatif au projet d'installation d'une table de fraisage pour la maintenance RDC émis lors de la réunion CSSCT de l'établissement Services Techniques/Ateliers Centraux du 30 mai 2023

SCT, il a été question d'un risque d'explosion : le chef d'établissement devait revenir vers les équipes pour apporter des précisions. Avez-vous une réponse à nous apporter ?

entatives d'information ont été transmises par le chef d'établissement aux élus CSSCT sur la gestion du risque ATEX. Sur la base du zonage effectué en octobre 2022, on sait que l'atelier en lui-même n'est pas classé ATEX dès lors que la ventilation est en marche. Le dépoussiéreur est équipé d'une alarme et se coupe automatiquement en cas de défaut de la ventilation.

Un complément a aussi été apporté sur la notice du fabricant français.

Ces éléments ont été transmis hier. Il n'y a donc pas de difficulté en la matière.

f d'établissement nous a transmis hier ces éléments d'explication complémentaire. Si d'ailleurs ils nous avaient été transmis en amont de la réunion, l'avis rendu par la CSSCT aurait été différent.

L'avis motivé relatif au projet d'installation d'une table de fraisage pour la maintenance RDC émis lors de la réunion CSSCT de l'établissement Services Techniques/Ateliers Centraux du 30 mai 2023 est mis au vote.

- Favorables 25

3. Approbation de l'avis motivé relatif au projet d'installation d'une scie à panneaux à Staffshop émis lors de la réunion CSSCT de l'établissement Services Techniques/Ateliers Centraux du 30 mai 2023

L'avis motivé relatif au projet d'installation d'une scie à panneaux à Staffshop émis lors de la réunion CSSCT de l'établissement Services Techniques/Ateliers Centraux du 30 mai 2023 est mis au vote.

- Favorables 25

4. Présentation au Comité Social et Economique de la restitution de l'appel d'offres en vue du recours à un prestataire pour les bons cadeaux de Noël 2023 (document transmis par le Secrétaire par mail séparé)

u à l'appel d'offres : Auchan ; Eden Red ; Gla [redacted] arte Française ; et Wonderbox.

La Commission des marchés recommande le prestataire EDEN RED.

nduisant la Commission à recommander EDEN RED ?

t que nous connaissons le prestataire, qui formule les mêmes offres commerciales que l'année dernière. Nous savons donc que ce prestataire est fiable.

cerne la partie accompagnement lors de la signature des salariés : cet accompagnement est particulièrement fluide grâce au matériel fourni par EDEN RED.

n : pourquoi ne pas nous tourner vers l'offre Auchan ?

n tout point à nos demandes, notamment dans l'accompagnement. Ce prestataire dispose de la meilleure offre globale sur cette prestation.

pas accès à des réductions Auchan sur tous les magasins d'Ile-de-France, n'est-ce pas ?

individuellement. Un accord passé avec l'un d'eux n'ouvre donc pas droit systématiquement à des avantages dans les autres magasins.

tribué pour les chèques de Noël ?

connaissions pas encore ce montant. Nous sommes encore dans la phase de construction du budget. Nous vous présenterons ces éléments au mois de septembre.

une information selon laquelle le CSE se montrerait « généreux » sur cette distribution.

ens, en effet.

proposer la signature électronique.

uhaité répondre à l'appel d'offres.

lancer un appel d'offres sans connaître le budget afférent ?

d'une fourchette de budget, en valeur plancher.

cher ?

ions d'euros.

5. Délibération des membres du Comité Social et Economique sur le choix du prestataire concernant les bons cadeaux de Noël 2023

Le choix du prestataire concernant les bons cadeaux de Noël 2023 est mis au vote.

- Auchan
- Eden Red 25

- Wonderbox

6. Présentation au Comité Social et Economique de la restitution de l'appel d'offres en vue du recours à un prestataire concernant les Chèques CULTURE pour l'année fiscale 2024 (document transmis par le Secrétaire par mail séparé)

du à l'appel d'offres : Auchan ; EDEN RED ; Glady ; et ILLY cadeau.
La Commission des appels d'offres recommande le prestataire EDEN RED.

oi mettre ses œufs tous dans le même panier ?

rables au point précédent : nous sommes très satisfaits de la prestation mise en œuvre l'année dernière, malgré un budget limité.
Ainsi, nous sommes en mesure de proposer une offre globale chèques cadeaux de Noël et chèques culture.

7. Délibération des membr **ique sur le choix**
du prestataire concernant **r l'année fiscale**
2024

Le choix du prestataire concernant l'année fiscale 2024 est mis au vote.

- Auchan
- Eden Red 25
- Gladys
- ILLY cadeau

8. Présentation au Comité Social et Economique de la restitution de l'appel d'offres en vue du recours à un prestataire concernant les CESU millésime 2024 (document transmis par le Secrétaire par mail séparé)

du à l'appel d'offres : Domiserve et UP.

La Commission des marchés recommande le prestataire Domiserve.

ficiaires de cette prestation sur l'année précédente ?

le nombre de bénéficiaires, mais le budget alloué s'est élevé à 8000 euros. Il est stable par rapport aux années antérieures.

ui justifient votre recommandation ?

la possibilité de proroger la date de validité des CESU a été déterminant : le maintien du prestataire nous paraît de nature à faciliter ces démarches.

9. Délibération des membres du Comité Social et Economique sur le choix du prestataire concernant les CESU millésime 2024

Le choix du prestataire concernant les CESU millésime 2024 est mis au vote.

- Domiserve 20
- UP 5

[REDACTED] l'avenant signé par les teams : quelle est la date de fin ? Les teams vont-ils retrouver les avantages perdus ?

[REDACTED] r ces avantages puisqu'ils en ont obtenu d'autres en lieu et place.

[REDACTED] ure du CSE, je suis intervenue sur la problématique des places PMR : à ce sujet, des difficultés sont identifiées sur tout le resort, et particulièrement dans les hôtels. Avez-vous fait le nécessaire ? Je rappelle que vous vous êtes engagés à revenir vers les membres du CSE. Pour l'heure, nous n'avons aucune information. Ces difficultés perdurent.

[REDACTED] uestion, et nous reviendrons vers vous ultérieurement.

La date de la prochaine réunion est fixée au 27 juin.

La séance est levée à 12 heures 30.

Secrétaire du C

[REDACTED]
