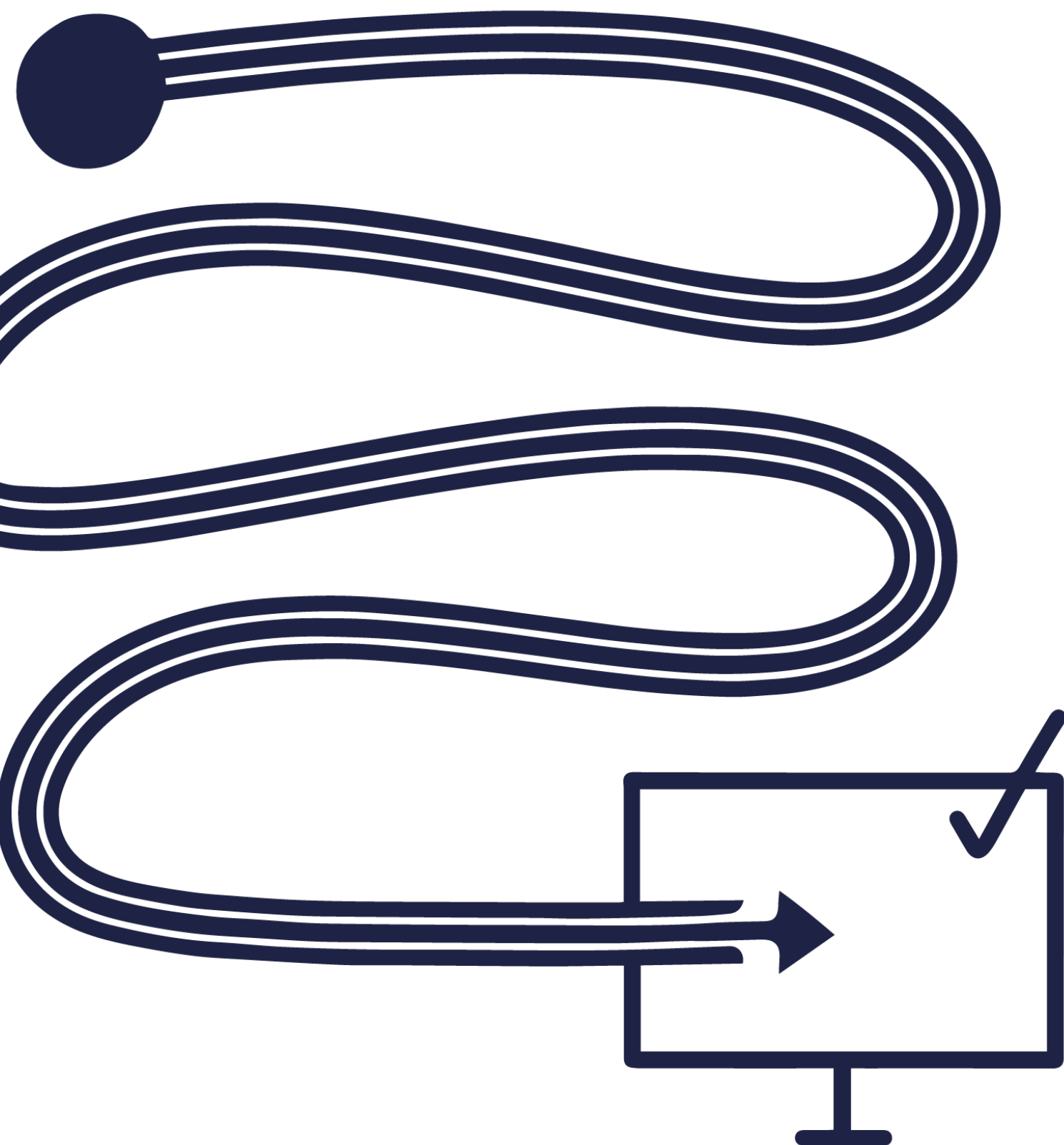
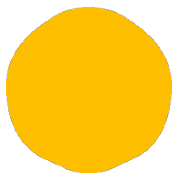




PLAN PLURIANUAL DE ACCESIBILIDAD DIGITAL

2025-2028





INTRODUCCIÓN

OBLIGACIONES REGLAMENTARIAS DE PUBLICACIÓN

El artículo 47 de la «Ley francesa n.º 2005-102, de 11 de febrero de 2005, relativa a la igualdad de derechos y oportunidades, la participación y la ciudadanía de las personas con discapacidad», complementada en 2016, establece la obligatoriedad de que todos los servicios de comunicación en línea sean accesibles para todos.

De conformidad con el párrafo III del citado artículo 47, el plan plurianual, con una duración máxima de tres años, presenta la política de la entidad interesada en materia de accesibilidad digital.

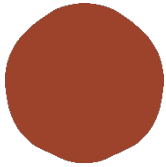
Por ello, contiene información sobre la gobernanza, la organización interna implementada, las acciones de capacitación, los procesos de los proyectos, las relaciones con los subcontratistas y las políticas de pruebas y auditorías.

UN ENFOQUE DE CO-CONSTRUCCIÓN

Para convertir este proyecto en un proyecto coherente y unificador de una cultura organizativa colectiva que involucre a todas las partes interesadas internas, Club Med adoptó un enfoque de inteligencia colectiva para elaborar su plan plurianual de accesibilidad digital.

Los talleres realizados permitieron identificar las acciones y los recursos que debían movilizarse, así como definir las bases del proyecto para materializar, cuanto antes, su compromiso con una política proactiva de accesibilidad digital, en consonancia con la política societaria en materia de discapacidad, inclusión y diversidad.





LA POLÍTICA DE ACCESIBILIDAD DE CLUB MED

POLÍTICA DE CLUB MED SOBRE DISCAPACIDAD Y ACCESIBILIDAD DIGITAL

Club Med está implementando una política proactiva de accesibilidad digital. Esta estrategia se implementa en consonancia con sus valores fundamentales y, en particular, la inclusión. La no discriminación y la inclusión social son la base del proyecto y, en un sentido más amplio, de la política de responsabilidad social del grupo, con el fin de garantizar el acceso universal a sus servicios para todos sus usuarios, sin excepción.

Un compromiso que ya está integrado en la estrategia del grupo.

Los diferentes acuerdos de la empresa relativos al empleo de personas con discapacidad, estando el último de ellos actualmente en curso (2024-2026), confirman la estrategia de marca empleadora basada en los valores de diversidad e inclusión. En términos concretos, esto se traduce en una atención especial durante el proceso de contratación y el desarrollo profesional de los empleados en cuestión, así como en la no discriminación hacia ellos.

Los registros de accesibilidad materializan sus compromisos diarios en cada uno de los servicios y entidades del grupo.

DESAFÍOS DE LA ACCESIBILIDAD DIGITAL EN CLUB MED

Además de alinear el proyecto con los valores y el propósito corporativo de Club Med, la accesibilidad digital aborda diversos desafíos concretos, tanto sociales como técnicos.

Desafío de imagen de marca empleadora y política de contratación y capacitación:

Los clientes y empleados del grupo cada vez son más sensibles y están más atentos a los valores de las entidades y empresas; la marca empleadora y el posicionamiento de la



empresa son un desafío cada vez más estratégico.

Este posicionamiento influye, especialmente, en la política de contratación de nuevos empleados para satisfacer plenamente las expectativas de los candidatos; la página web de «carreras profesionales» del grupo (clubmedjobs.com) es uno de los ejemplos más significativos.

Por lo tanto, la política de capacitación es un importante desafío para fidelizar a los empleados y mantener sus habilidades a largo plazo.

Al inicio del proyecto, Club Med carecía de capacitación específica en accesibilidad digital. Por lo tanto, uno de los principales desafíos fue apoyar el desarrollo de habilidades de los empleados en esta área específica de inclusión.

Acogiendo a personas con discapacidad:

Desde hace varios años, Club Med lleva a cabo un programa específico para recibir a personas con discapacidad en diversos resorts de todo el mundo.

Para ofrecer a sus clientes información clara, la accesibilidad de los resorts Club Med se evalúa para 4 tipos de discapacidad (visual, auditiva, cognitiva y motora), y posteriormente, se publica en las páginas web comerciales en francés. Esta evaluación se realizó para el 100 % de los resorts de Francia y para una lista de otros resorts de todo el mundo.

Esta política de recepción física debería ampliarse mediante el cumplimiento de la normativa en materia de herramientas digitales que faciliten la recepción y la estancia de los clientes, y ampliar así la experiencia del cliente a 360 grados en materia de accesibilidad.

Desafíos en la dirección de la política digital:

La organización de Club Med y su presencia específica en los diferentes continentes hacen que la supervisión de proyectos digitales sea un reto importante, dada la descentralización de la gestión de dichos proyectos.

La elaboración de mapas de proyectos completos y su exhaustividad se convierten en un desafío cada vez más importante a la luz de una estrategia para que todos los objetos, productos y servicios digitales cumplan con la normativa.

Este desafío cobra aún más importancia, ya que la renovación de cada uno de los equipos en los diferentes países dificulta el mantenimiento del mismo nivel de calidad para cada uno de los productos y servicios digitales.

Dimensión grupo/país:

Este posicionamiento geográfico múltiple plantea la cuestión de adaptar una política de accesibilidad en cada uno de los países donde el grupo está presente y, por lo tanto, del cumplimiento de las políticas nacionales de cada uno de los países de establecimiento.

Por lo tanto, parece esencial considerar una estructura que permita una estrategia global a nivel del grupo, la cual puede adaptarse al contexto de cada país donde se distribuyen los servicios y productos.

Subcontratación y compras:

Debido a la subcontratación y al uso de editores externos para la adquisición y el desarrollo de algunos de sus productos y servicios digitales, la evolución de la política de compras representa un desafío importante para garantizar la coherencia de una estrategia de accesibilidad digital. Para la estrategia comercial del grupo, es fundamental asegurar las relaciones contractuales y tener en cuenta estos criterios en las licitaciones.

Complementariedad con el enfoque de ecodiseño

La accesibilidad digital no debe considerarse un proyecto aislado. Debe integrarse plenamente con el enfoque de ecodiseño digital en curso para adoptar una estrategia digital responsable para el grupo en los próximos años.

INICIATIVAS Y ACCIONES EXISTENTES EMPRENDIDAS

Los temas de discapacidad, inclusión y diversidad no son nuevos para Club Med. Ya se han emprendido diversas acciones para promover una mayor accesibilidad, incluso en el ámbito de la accesibilidad digital.

Gestión de la accesibilidad física en las distintas ubicaciones del grupo.

Desde hace varios años, se está llevando a cabo el proceso de hacer accesibles los establecimientos de Club Med abiertos al público en la zona de Francia y las Antillas, y la información sobre el nivel de accesibilidad física para clientes y usuarios está disponible en los registros de accesibilidad.

Soluciones para adaptar las condiciones laborales y los puestos de trabajo de los empleados.

En el marco de esta misma estrategia, ya se han implementado diversas soluciones para facilitar las condiciones laborales de los empleados, en particular, mediante la adaptación del puesto de trabajo o el teletrabajo (pantallas grandes, software específico...). Recurrir a proveedores externos especializados para la selección de materiales es una de las medidas que ya se están adoptando en el ámbito de la accesibilidad física.

Acciones concretas y primeros logros para abordar las discapacidades digitales

Desde enero de 2024, se han iniciado los primeros trabajos para que la página web de la Fundación Corporativa Club Med (amisfondationclubmed.com) cumpla con la normativa, mediante la realización de una auditoría y la implementación de las primeras medidas correctivas. Este proyecto también permitió llevar a cabo las primeras acciones de concienciación y capacitación para los empleados, en particular, para los perfiles de diseñadores UX y UI .

También se ha iniciado una auditoría de las páginas web clubmed.fr y clubmedjobs.com.

DESTINATARIOS DE LA POLÍTICA DE ACCESIBILIDAD DIGITAL

Público interno:

1. Los actores de la gobernanza: Quentin Briard, director ejecutivo de Marketing, Digital y Tecnologías y miembro del Comité Ejecutivo, desempeña un papel fundamental en el «patrocinio estratégico» y el seguimiento de la implementación de las políticas de accesibilidad.

2. El personal interno, en particular, las personas con discapacidad, se beneficia directamente de las mejoras aportadas a las herramientas digitales y a la organización del trabajo.
3. Los distintos departamentos y divisiones de Club Med, incluidos los de compras, recursos humanos, el departamento de sistemas de la información y las unidades de negocio comerciales, participan en la implementación de la política de accesibilidad digital.

Público externo interesado:

1. Usuarios y clientes: todos los clientes de Club Med que utilizan servicios y productos digitales para organizar sus estancias.
2. Todos los proveedores externos: debido a la alta externalización de proyectos digitales, es fundamental que los proveedores cumplan con los estándares de accesibilidad y participen en la implementación de acciones correctivas si fuera necesario:
 - Proveedores y editores de software
 - Proveedores de servicios digitales de propiedad intelectual y desarrollo
 - Agencias de comunicación
 - Trabajadores independientes y colaboradores específicos
 - Páginas web asociadas que ofrecen soluciones de venta en línea
 - ...

PRODUCTOS DIGITALES IMPLICADOS

Páginas web y aplicaciones:

- Página web B2C de Club Med: Bélgica / Canadá / Suiza / Chile / China / Indonesia / Israel / Asia / Japón / Corea del Sur / Nueva Zelanda / Tailandia / Reino Unido / Sudáfrica / Argentina / Australia / Brasil / República Dominicana / Hong Kong / México / Malasia / Perú / Singapur / Turquía / Taiwán / Alemania / Dinamarca / España / Francia / Irlanda / Italia / Latinoamérica / Países Bajos / Noruega / Portugal / Rusia / Suecia / Ucrania / Estados Unidos / Uruguay



- Página web de desarrollo: clubmeddevelopment.com
- Página web anexa de EE. UU.: ideatravel.com/d/150512_23952.htm
- Página web de marca empleadora: clubmedjobs.com
- Página web de los artistas: clubmedlive.fr
- Página web de la fundación: amisfondationclubmed.com
- Sitio web de los proveedores: suppliers.clubmed.com
- Página web corporativo: corporate.clubmed
- Mi aplicación Club Med (aplicación móvil)

Aplicaciones internas y B2B:

- Agente de viajes de Club Med (sistema de reservas de agencias asociadas)
- Información de Club Med (herramienta de información de productos)
- Salesforce (motor de reservas B2B)
- Aplicaciones de RR.HH.
- Aplicación de Contabilidad y Finanzas

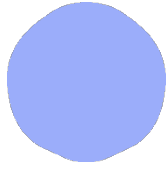
ÁMBITO NORMATIVO APLICABLE A LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE CLUB MED

El análisis del catálogo de productos y servicios digitales de Club Med permite identificar los dos marcos normativos de accesibilidad digital a los que se ajusta Club Med.

1. Debido a su condición de empresa con un volumen de negocio superior a 250 millones, Club Med está sujeta a las obligaciones del artículo 47 en lo que respecta a la publicación de la siguiente información:
 - a. Mención del nivel de cumplimiento en la página de inicio de las páginas web y objetos digitales bajo su responsabilidad editorial.
 - b. Publicación de una página de declaración de accesibilidad en cada una de las páginas web y objetos digitales.
 - c. Publicación del plan de accesibilidad de la entidad.
 - d. Publicación del plan anual de la entidad, actualizado cada tres años desde la implementación de la estrategia de accesibilidad digital.

2. Al publicar servicios en línea sujetos a la ley francesa de 7 de marzo de 2023 que transpone el acto legislativo europeo para los servicios de telefonía, medios audiovisuales, comercio electrónico, banca y transporte, Club Med está sujeto a la obligación de respetar un nivel de accesibilidad del 100 % para dichos servicios.





GOBERNANZA DE LA ACCESIBILIDAD DIGITAL DE CLUB MED

ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DIGITAL

La organización actual de la producción digital de Club Med se basa en un modelo altamente descentralizado. Cada entidad funcional, ya sea un servicio empresarial o una región geográfica, es autónoma en la realización de sus proyectos digitales, tanto internos como externos. Este enfoque distribuido permite agilidad y adaptación local, pero limita la coordinación global de los desafíos transversales como la accesibilidad digital.

Los intercambios informales y ciertas prácticas compartidas (en materia de RGPD, seguridad o compras) permiten cierta homogeneización, pero actualmente ninguna gestión centralizada garantiza que la accesibilidad se tenga en cuenta sistemáticamente en todos los proyectos digitales.

ORGANIZACIÓN DE LA POLÍTICA EN MATERIA DE DISCAPACIDAD E INCLUSIÓN

Hasta la fecha, la política de discapacidad está liderada por el departamento de RSC y patrocinio, que define y coordina las acciones de los servicios, principalmente, a favor de la integración y el acompañamiento de los empleados con discapacidad en Francia. También se encarga de la elaboración de informes anuales. Sin embargo, hasta la fecha, la accesibilidad digital no se incluye dentro de sus competencias.

Esta disociación entre producción digital e inclusión digital ha propiciado una reflexión sobre la gobernanza, con el fin de garantizar una consideración coherente, eficaz y transversal de los desafíos de accesibilidad digital en toda la organización.

GOBERNANZA PROPUESTA: UN MODELO MATRICIAL COORDINADO

Ante las limitaciones de los modelos «orgánicos» basados únicamente en la gestión digital o la RSC, la gobernanza elegida se basa en un modelo matricial. Su objetivo es combinar la autonomía de las entidades con una coordinación estratégica compartida.

1. Apoyo estratégico de alto nivel

La accesibilidad digital está patrocinada por un miembro del Comité Ejecutivo, lo que garantiza su visibilidad en los comités de auditoría y refuerza su legitimidad estratégica.

2. Entidad de referencia transversal

La Secretaría General/Departamento Jurídico está designada como entidad de referencia para la gestión general y garantiza:

- El seguimiento del plan plurianual y su plan de acción anual.
- La coordinación de comités.

3. Enlaces comerciales operativos

Dentro de los servicios empresariales, se designan responsables de accesibilidad digital. Su función es:

- Priorizar los proyectos.
- Asegurar que los proyectos cumplan con las normas (auditoría, corrección, seguimiento).
- Servir de enlace operativo para la entidad de referencia.

4. Enlaces locales de las unidades de negocio («*angels*»)

En cada unidad de negocio, los coordinadores locales (o «*angels*») garantizan la aplicación de las normas de accesibilidad digital a su nivel. Participan en el mapeo de los proyectos digitales e informan sobre cualquier necesidad o dificultad que encuentren.

5. Órgano de toma de decisiones: el Comité de Accesibilidad Digital

Este comité transversal es el núcleo de la gobernanza operativa:

- Se reúne dos veces al año, siendo una de las reuniones un mes antes de la del comité de auditoría.
- Incluye: la entidad de referencia, los responsables de área y los directores de las distintas líneas de proyecto.

- Se ocupa del seguimiento del plan de acción, el cumplimiento, las priorizaciones anuales y la definición de acciones correctivas.

6. Red comunitaria y una comunicación estructurada

Una red interna de «Accesibilidad Digital» respaldará esta gobernanza, compartiendo herramientas, mejores prácticas y recursos.

Se elaborará una política de comunicación interna para:

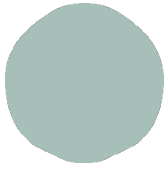
- Concienciar a los equipos sobre la accesibilidad digital.
- Promover las acciones emprendidas.
- Apoyar el desarrollo de habilidades de los referentes.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y ASISTENCIA

En aras de la transparencia y un contacto cercano tanto con los usuarios como con el personal, se ha habilitado una dirección de correo electrónico específica para informar sobre cualquier problema o deficiencia relacionada con la accesibilidad digital:

 accessibilite@clubmed.com

Esta dirección sirve como punto de entrada único para recopilar comentarios, solicitudes de asistencia o sugerencias de mejora. También contribuirá a respaldar la estrategia de seguimiento y mejora continua del plan plurianual.



ORGANIZACIÓN PARA LA CONSIDERACIÓN DE LA ACCESIBILIDAD DIGITAL DE CLUB MED

El trabajo colaborativo entre los departamentos ha permitido identificar cinco proyectos, además de la gobernanza, que permitirán a Club Med consolidar de forma duradera su política de accesibilidad digital y sistematizarla para satisfacer las necesidades de los usuarios internos y externos.

NUEVA ORGANIZACIÓN DE PROYECTOS DIGITALES

P2. Creación de referentes de proyectos y la implementación de procesos basados en herramientas como una evolución de los procesos de producción digital.

La producción de servicios digitales depende tanto de los procesos de desarrollo de productos digitales como de la organización de pruebas y auditorías para poder medir el progreso y alcanzar los objetivos.

Para garantizar la producción de productos digitales que cumplan con el nivel de accesibilidad exigido por la gobernanza, el proyecto de evolución de los procesos de producción digital tiene como objetivo integrar la accesibilidad en cada etapa de la producción. Esta integración se logrará mediante el desarrollo de una sólida política de marcos de referencia para los equipos empresariales, apoyándose en la experiencia externa para garantizar la transferencia de habilidades y la autonomía de los equipos.

Nuevos proyectos, correcciones y modificaciones de los planes de producción digital, consideración de la accesibilidad.

La organización de los procesos de producción digital de Club Med permite integrar la accesibilidad en nuevos proyectos o correcciones sin tener que replantear las etapas de dichos procesos.

Mejorar la accesibilidad y tenerla en cuenta requiere, ante todo, la implementación

progresiva de marcos de referencia y herramientas disponibles para los diferentes equipos, con el fin de proporcionar estándares de producción comunes en una organización descentralizada.

Varias acciones respaldan esta nueva estrategia, entre otras, las que se muestran a continuación:

- Implementación de «kits de herramientas» con requisitos previos de accesibilidad digital durante las sesiones informativas del proyecto (apoyo de una agencia externa para un proyecto digital).
- Implementación de directrices de UX.
- Generalización de la carta gráfica común y fortalecimiento del sistema de diseño interno como marco técnico para el desarrollo de proyectos.
- Definición de las reglas de validación de «accesibilidad digital» para cada proyecto.

Estas propuestas se basan en la consolidación o generalización de prácticas ya existentes que integran la accesibilidad en determinadas producciones. Es fundamental garantizar su generalización y consideración por parte de todos los equipos en todos los países donde se implemente.

Esto implica una sólida coordinación entre los equipos en la producción digital.

P3. Controles de validación: gestión coordinada de la política de cumplimiento, auditoría y pruebas de usuario inclusivas.

Para garantizar la calidad de todos sus productos y servicios digitales, Club Med se basa en una estrategia de gestión y control del cumplimiento normativo mediante una política coordinada de auditorías y pruebas inclusivas.

Más concretamente, se están abordando cuatro acciones para implementar esta nueva dirección:

- El despliegue de herramientas de control comunes que permitan a cada área

«autocontrolar» sus producciones y desarrollos.

- El establecimiento de procesos de control en las etapas clave de los procesos digitales mediante la instauración de reglas de control específicas en materia de accesibilidad.
- La creación de una política de auditorías periódicas para verificar el cumplimiento continuo de los productos y servicios.
- La implementación de pruebas inclusivas para pruebas de uso reales que complementen las verificaciones técnicas y normativas de las auditorías, garantizando así una consideración integral de las necesidades del usuario en términos de accesibilidad.

Estas distintas acciones requieren reforzar la dimensión organizativa actual de coherencia en los procesos de creación y desarrollo de productos y servicios digitales.

Consideración de los comentarios de los usuarios

La organización actual de los comentarios de los usuarios ya permite tratar y considerar las solicitudes específicas de los usuarios.

Además, la política de pruebas A/B de los desarrollos de los productos y servicios existentes también proporciona un marco operativo para integrar los criterios de accesibilidad digital en la elección final de los desarrollos y las correcciones.

Uso de expertos externos para establecer una «unidad experta en accesibilidad digital».

Para garantizar la implementación de su nueva política digital, los equipos de Club Med ya cuentan con el apoyo de expertos externos en accesibilidad dentro de sus propios equipos.

Esta experiencia permite intervenir en todas las fases clave de los proyectos:

- Enmarcado y diseño
- Desarrollo
- Pruebas y pruebas funcionales.

La intención es, claramente, invertir en la transferencia de habilidades para, con el tiempo, lograr que los equipos sean autónomos y desplegar la experiencia interna en accesibilidad digital para el desarrollo futuro de productos y servicios.

La creación de una «unidad experta en accesibilidad» resulta aún más viable dado que la unidad UX ya funciona como una unidad de referencia transversal para todos los equipos digitales, más allá de los productos «B2C». Por lo tanto, puede convertirse legítimamente en la unidad de referencia interna para la accesibilidad digital.

PROYECTOS QUE APOYAN EL PROGRAMA DE ACCESIBILIDAD DIGITAL

La importancia de los cambios, tanto en lo que respecta a la evolución de las competencias de los empleados como al uso de proveedores externos para desarrollar los productos y servicios digitales de Club Med, implica diversas acciones que apoyan el programa de accesibilidad para garantizar su durabilidad y coherencia.

P4. Capacitación y concienciación: un plan de formación específico.

Formar a los empleados responsables de implementar la accesibilidad e integrar estas habilidades en los nuevos procesos de contratación son desafíos fundamentales.

Esto permitirá que la accesibilidad digital sea una política duradera y garantizará la calidad de los equipos responsables del desarrollo de productos digitales.

Esta política se puede dividir en tres tipos de acciones:

P5. Política de comunicación y concienciación mediante el desarrollo de una comunidad interna.

Dar visibilidad a la política de accesibilidad digital del grupo, tanto internamente como ante el público externo también es un importante desafío y una acción que se incluye en la continuidad del trabajo de los equipos encargados de su implementación.

El hecho de posicionar al grupo como un grupo comprometido con la política de accesibilidad digital debería ayudar a integrar el tema en la realidad cotidiana de los

equipos. Esto también ayudará a afrontar el reto de posicionarse en un sector donde otros actores están progresando en la consideración de la accesibilidad digital en su política digital.

Esta movilización también incluye acciones específicas para concienciar a todos los empleados.

Será importante involucrar, lo máximo posible, a los empleados con discapacidad para crear una red de embajadores internos.

Por lo tanto, se pueden llevar a cabo cinco categorías de acciones durante el período de implementación del plan plurianual de accesibilidad digital:

- El desarrollo de una red interna o comunidad de accesibilidad digital.
- La inclusión de empleados con discapacidad (de forma voluntaria) en la implementación y evaluación de los progresos en materia de accesibilidad digital.
- Campañas de concienciación recurrentes.
- Una política de comunicación interna, en particular, en lo que respecta al progreso y los avances para lograr que los diversos productos y servicios cumplan con la normativa.

P6. Política de compras y relaciones contractuales

Garantizar que los proveedores externos tengan en cuenta la política de accesibilidad asegurará la aplicación de los criterios de conformidad para los productos y servicios desarrollados en caso de subcontratación.

Esto requiere una serie de acciones «técnicas» y legales para integrar la cuestión de la accesibilidad digital en la política contractual de las distintas entidades de Club Med. Estas acciones abarcan desde la búsqueda y cualificación de proveedores hasta la garantía y verificación del cumplimiento de los criterios de accesibilidad en los productos que ofrecen dichos proveedores.

Dos condiciones subyacen a la evolución de esta política contractual:

- La capacitación de los compradores.
- La evolución del pliego de condiciones y cláusulas contractuales del marco general de las condiciones de compraventa.

Por lo tanto, es necesario incluir cláusulas contractuales específicas, por ejemplo, haciendo obligatorio el cumplimiento de las normas de accesibilidad.

En la fase previa, mecanismos como las cuadrículas o los cuestionarios de cumplimiento pueden ayudar a identificar a los subcontratistas capaces de cumplir con los requisitos de accesibilidad.

