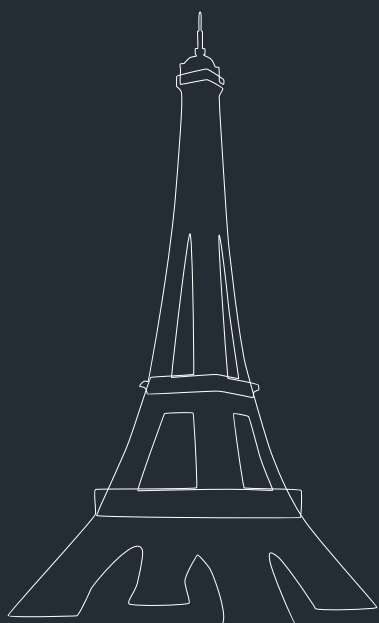


TOUR EIFFEL
Esteem.

HÔTELS & MAISONS RESPECTABLES

À quelques pas du Champ-de-Mars et de la Tour Eiffel, un nouvel hôtel au nom évocateur a récemment ouvert ses portes : Esteem Tour Eiffel. Bien plus qu'un simple groupe hôtelier, Esteem affiche en effet une philosophie avant-gardiste reposant sur une valeur cardinale : le respect de ses collaborateurs et l'importance accordée aux liens entre les hôtes et le personnel. Se définissant comme « groupe d'hôtels engagés et une maison respectable », cet opérateur d'un nouveau genre, fondé en 2022 par Timothée de Courcy, transforme le concept traditionnel de l'hôtellerie en une expérience intime et profondément humaine.



L'histoire D'ESTEEM

2020

Pendant le premier confinement, en 2020, Timothée de Courcy, alors à la tête du groupe hôtelier Helzear depuis 15 ans, fait une découverte qui ébranle sa perception du travail. Tandis que ses établissements sont contraints de fermer leurs portes, il est le témoin privilégié d'une solidarité exceptionnelle qui se déploie au sein de ses équipes. Pour permettre au personnel de l'hôpital Saint-Joseph de travailler, le groupe met en place en à peine 48h une jolie chaîne de solidarité.

Timothée de Courcy, soutenu par son réseau d'entrepreneurs, donne bénévolement la possibilité aux soignants de dormir dans un de ses établissements situé à 500 mètres de l'hôpital. Ensemble, ils organisent des déplacements en 2 CV avec chauffeurs, des dîners concoctés par un restaurateur et des petits-déjeuners livrés par une boulangerie.

Dans ce contexte de crise, cette rencontre avec l'essence même de l'humain le bouleverse et lui fait prendre conscience du potentiel inexploité de ce précieux capital dans le secteur hôtelier.

2022

Deux ans plus tard, en 2022, une décision s'impose avec clarté : il fonde Esteem, un groupe hôtelier novateur faisant du respect, de la valorisation du travail et du bien-être de ses employés la clé de voûte de sa réussite. La mission d'Esteem vise dès lors à révolutionner le contrat social au cœur de l'hôtellerie, en mettant en exergue l'expérience humaine sous toutes ses facettes.

2023

En 2023, Esteem prend littéralement forme à travers Esteem Tour Eiffel, un premier hôtel situé dans le 15e arrondissement de Paris et un Manifesto puissant, annonciateur de 10 mesures résolues et engagées. Ces lignes directrices deviennent le fil conducteur de tous les nouveaux établissements du groupe. Grâce à ces mesures ambitieuses, Esteem, opérateur hôtelier unique en son genre, démontre que ce secteur a la pouvoir de s'élever humainement et de faire des nobles valeurs de solidarité et de respect une priorité.

En révolutionnant le contrat social de l'hôtellerie, le groupe ouvre la voie à une nouvelle approche du travail et de l'entreprise, axée sur l'humain et l'échange.

Esteem, DES HÔTELS ENGAGÉS

Au cœur de cet écrin hôtelier empreint de valeurs nouvelles, chaque aspect est minutieusement pensé pour donner vie à la vision de Timothée de Courcy. Ainsi s'amorce une ère nouvelle, placée sous le signe de l'humain, de la reconnaissance et de la bienveillance. Désormais, Esteem guide les pas des voyageurs vers la célébration de la richesse humaine.



Plus qu'un séjour : une expérience humaine unique...

Avant même de franchir les portes des établissements, les hôtes sont immergés, dès leur réservation, dans l'ambiance Esteem, chaleureuse et intimiste. À travers le partage de son Manifesto, le groupe hôtelier invite ses hôtes à se sentir pleinement acteurs de ce vivre-ensemble.

Le Manifesto

DES VALEURS PARTAGÉES DÈS LA RÉSERVATION

Chez Esteem, l'hôte reçoit symboliquement le Manifesto par e-mail au moment de sa réservation. Ce document, empreint de l'engagement de l'opérateur hôtelier pour un service à la clientèle exemplaire, est également le manifeste de l'attention portée aux détails et de la volonté de créer un environnement accueillant et bienveillant pour chacun.

En partageant sa philosophie et en faisant preuve de transparence, Esteem érige les fondations idéales pour bâtir des liens solides entre son personnel et ses hôtes, tout en incitant ces derniers à se sentir véritablement acteurs avant même leur arrivée.

Formé avec un soin méticuleux, le personnel ne se voit pas seulement doté de compétences techniques, mais affiche aussi une aptitude à communiquer lui permettant de partager au mieux le savoir-faire propre à Esteem.



UNE RELATION DIRECTE AVEC UN COLLABORATEUR DÉDIÉ...

Misant sur une expérience hors norme, Esteem offre à ses hôtes un séjour placé sous le signe de l'humain en lui attribuant un interlocuteur dédié.

Celui-ci peut communiquer instantanément par WhatsApp, répondre à toute interrogation, prodiguer des recommandations locales, s'occuper des réservations ou simplement converser.



Ce rôle, bien loin de se cantonner à celui d'un concierge ou réceptionniste traditionnel, s'érige en celui d'un guide personnel en « terre étrangère ». Pour une expérience hôtelière imprégnée d'une dimension humaniste, où chaque interaction est chaleureuse et accueillante, à l'image d'une maison de famille.

Adhérant pleinement à cet état d'esprit, le personnel Esteem ne s'efface pas au profit d'une invisibilité aujourd'hui dépassée, au contraire, il se veut composante essentielle de l'expérience hôtelière.

Les femmes de chambres, par exemple, en uniforme noir et blanc, arborent un badge avec leur prénom, permettant aux clients de les reconnaître et de les saluer personnellement. Dans ce souci de placer l'humain au centre, les clients peuvent trouver dans leur chambre un QR code unique (à scanner avec un téléphone) révélant le nom et le visage des femmes de chambre, des concierges et de tous ceux qui ont accompagné leur séjour.

Ce geste simple, mais significatif renforce le lien et met en valeur le précieux travail des « artisans de l'ombre », rappelant que derrière chaque détail se cache(nt) un ou plusieurs collaborateurs dévoués.



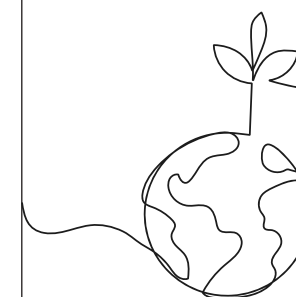
... SOUTENU PAR DES MESURES CONCRÈTES

Fort de cette philosophie ambitieuse, Esteem redéfinit également les normes de rémunération, de formation et de conditions de vie au sein de l'entreprise grâce à des mesures concrètes.

Axée autour de quatre piliers, son ambition vise à instaurer un environnement de travail équitable, épanouissant et respectueux de l'environnement. Reconnaissance immédiate du travail accompli, le salaire minimum y est, par exemple, équivalent à 110 % du SMIC hôtelier.

Ces dispositions claires s'accompagnent également de mesures consacrées au bien-être en entreprise et au développement personnel des employés : Timothée de Courcy a tenu à internaliser les tâches ménagères, laborieuses missions pour autant plus que nécessaires, sans faire appel à la sous-traitance, à valoriser la formation et à prévoir une répartition des horaires plus juste et plus équilibrée, favorisant l'harmonie entre vie professionnelle et vie privée.

Par ailleurs, Esteem incarne les valeurs du développement durable en s'obligeant à minimiser son impact environnemental et en intégrant des pratiques durables au sein de ses opérations. Un engagement fort pour la préservation de l'environnement qui souligne la responsabilité de ce groupe hôtelier envers la planète et les générations futures.



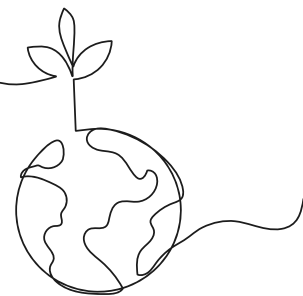
Les 13 mesures

RÉMUNÉRATION

1. **Internaliser** le ménage.
2. **Fixer** un SMIC interne à hauteur de 110 % du SMIC hôtelier.
3. **Faire participer** tous les collaborateurs à la performance de l'entreprise.
4. **Garantir** l'équité homme-femme en matière de salaires.
5. **Proposer** à tous une mutuelle familiale prise en charge à 50 % par l'entreprise.

FORMATION

6. **Faire bénéficier** chaque membre du personnel de chaque hôtel d'un plan de formation (interne et externe) établi et revu annuellement.
7. **Proposer** à tous les collaborateurs une formation minimum tous les ans.
8. **Encourager** l'inclusion des personnes en situation de handicap, en réinsertion ou issues de la diversité en formant les directeurs au recrutement, au management et en sensibilisant les collaborateurs.
9. **Proposer** à tous les collaborateurs une formation de gestion budgétaire personnelle.



CONDITIONS DE VIE

10. **Offrir** une journée de repos bimestriel à toutes les femmes de chambre et aux valets de chambre.
11. **Améliorer** la répartition du planning pour le travail de nuit et de week-end.
12. **Participer** au loyer du logement des collaborateurs les plus modestes.

ENVIRONNEMENT

13. **Réduire** l'impact environnemental en sensibilisant le personnel à nos engagements (réduction du plastique, actions anti-gaspillage, sourcing local, gestion des déchets, utilisation de produits d'entretien éco-responsables).

Esteem

TOUR EIFFEL, UNE PREMIÈRE SIGNATURE HÔTELIÈRE UNIQUE

Au cœur d'Esteem Tour Eiffel, le présent s'entremêle harmonieusement avec le passé. Dès l'entrée dans ce bâtiment longiligne situé (adresse xxx), l'esthétique urbaine du début du siècle saisit le visiteur. À quelques pas, la tour Eiffel et son armature métallique s'imposent, plus loin, la Statue de la Liberté et les tours saillantes de Beaugrenelle jouent une partition de miroirs et de fer. Tous ces matériaux bruts tels que la brique, l'acier et le verre dialoguent avec grâce, rappelant l'âge d'or de l'ère industrielle. Dans cette enclave parisienne, l'esprit du travail, de l'engagement et de la valorisation de l'humain est également célébré à travers l'architecture.

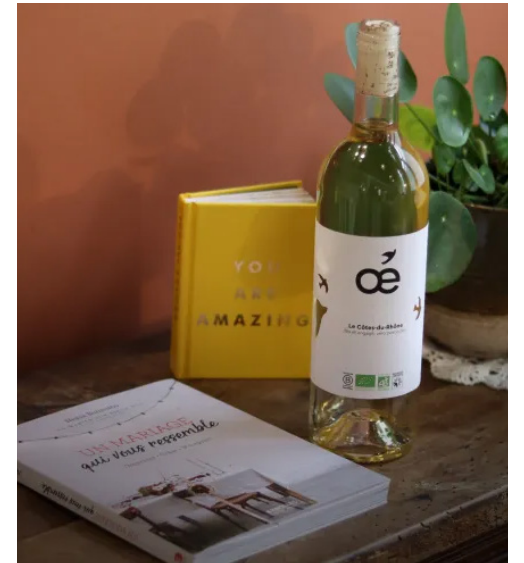
Les espaces collectifs d'Esteem Tour Eiffel, comme les 29 chambres réparties sur quatre étages, ont été pensés par le cabinet parisien d'architecture intérieure et de décoration Marc Hertrich & Nicolas Adnet qui cultivent, avec leur équipe, une certaine idée du chic et du style français. Aménagé avec soin, ce premier établissement Esteem convie aussi dans son décor, à la fois brut et accueillant, les créations de l'artiste française Clémence Amette, également directrice artistique du lieu. Ses œuvres colorées se fondent dans une sélection minutieuse d'objets choisis pour leur lien avec Paris et l'ingéniosité humaine (liste).

De la réception aux salles de bains, ornées de carreaux de métro agrémentés de robinetterie noire mate, émane de l'hôtel une atmosphère évoquant un voyage dans le temps, plongeant les visiteurs dans un Paris en pleine éclosion.



Une gastronomie ENGAGÉE AVEC LE BAR OÉ

Engagé en faveur de l'environnement et du commerce équitable, l'hôtel s'unit à la marque de vin biologique Oé pour ouvrir le « Bar Oé » au rez-de-chaussée de l'établissement.



«

Nous avons pour vocation de créer ici un lieu de rencontres et d'engagement. Nous y proposons des vins français issus des productions de nos vignerons partenaires, mais aussi une gastronomie du territoire composée de planches et de snacks à partager, locaux, biologiques et de saison. »

souligne Thomas Lemasle, cofondateur de Oé.



En effet, les valeurs partagées par Esteem et Oé s'expriment directement dans ce Bar qui privilégie des options respectueuses de l'environnement et de l'éthique.

Fromages, charcuteries, tartinades, légumes marinés... Une grande partie de la carte méticuleusement sourcée provient ainsi de marques «B Corp», un label en pleine expansion regroupant des entreprises respectant des normes sociales et environnementales élevées et s'inscrivant dans une démarche de progrès.

Chez Esteem, tout est ainsi pensé pour offrir aux hôtes un séjour où luxe et engagement s'unissent harmonieusement.



Interview

DE CLÉMENCE AMETTE

COMMENT EST
NÉ CE PROJET ?

Le projet m'a été proposé par mon agent, Astrid Boutaud, qui est la directrice des Pointures et qui travaillait déjà sur Esteem avec Timothée de Courcy. J'ai été immédiatement inspirée par son idée de placer l'humain et le respect de l'autre au coeur de ce groupe hôtelier. L'objectif est de redonner du sens à l'effort et de bouleverser les codes traditionnels de l'hôtellerie et du travail en général.

QUEL A ÉTÉ VOTRE
PROCESSUS CRÉATIF
POUR ESTEEM ?

Pour «Esteem», j'ai discuté longuement avec Timothée avant de commencer. Nous avons rapidement une certaine complicité. Comme l'humain est au coeur de ses préoccupations, il était crucial pour moi que l'identité du lieu reflète cette histoire. Il m'est donc apparu évident de choisir une signature manuscrite pour le nom et le logo. En tant qu'artiste, je joue avec les ratures, l'encre, les tâches et l'authenticité. J'ai donc suggéré une signature unique à la main. Couplée à une typographie bâton, le logo est intemporel, distinctif et facilement reconnaissable.

QUELLE A ÉTÉ VOTRE
VISION EN TANT QUE
DIRECTRICE ARTISTIQUE ?

Timothée et moi-même étions portés par le désir que la décoration soit en parfaite harmonie avec le concept et le manifeste. Ainsi, nous avons opté pour des photographies et des illustrations qui incarnent et mettent en exergue le travail et le respect du personnel hôtelier. Cette douceur, cette réserve contribue à permettre au client de se sentir serein, tout en considérant le travail déployé par le personnel pour assurer ce confort. L'invisible, la discrétion, se devait d'être judicieusement mis en relief.

DOSSIER DE PRESSE

QUELLES PIÈCES
AVEZ-VOUS CHOISIES
POUR DÉCORER LE LIEU ?

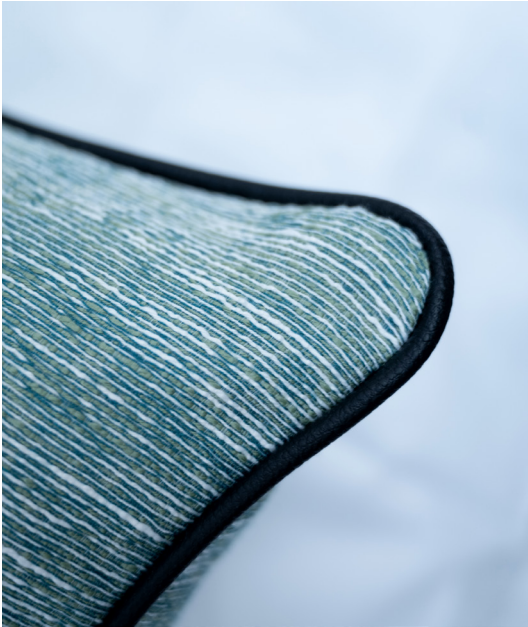
Nous voulions raconter Paris et l'hôtellerie dans toute sa noblesse, son élégance et son éthique. Je souhaitais conjuguer plusieurs styles : des visuels chinés, d'autres découverts au gré de mes visites, certains créés par mes soins. On retrouve donc d'anciennes publicités, des clichés de la Tour Eiffel à différentes époques, mes dessins et des photos de personnel d'hôtel intemporel. J'avais envie que la décoration des chambres soit plutôt discrète mais joyeuse. J'ai traité les visuels avec des touches dorées patinées et un sépia nuancé, conférant une harmonie graphique avec du caractère.

Pour le choix des images, nous avons opté pour une progression temporelle, afin de composer une fresque chronologique.

- L'éveil*
- L'arrivée du voyageur*
- Le trajet*
- La soirée*
- La nuit*

QU'EST CE QUI EN FAIT
UN HÔTEL UNIQUE
À VOS YEUX ?

Définitivement son manifeste. Décrivez-nous l'établissement... C'est un hôtel délicieusement cossu, empreint d'une vraie élégance. L'établissement est conçu à partir de matériaux à la fois nobles et durables, aspect qui m'est cher.





Interview

ASTRID BOUTAUD

COFONDATRICE, LES POINTURES

**QUELLES SONT
LES ORIGINES DE CE
PROJET SINGULIER ?**

Timothée de Courcy, à la tête d'Esteem, m'a contactée, inspiré par une révélation survenue durant la période du Covid. Il était profondément ému par le dévouement exemplaire du personnel de ses établissements hôteliers, des âmes volontaires qui n'ont pas hésité à travailler avec le corps médical en ces temps de crise sanitaire. Émue par son récit, j'ai accepté de le rejoindre dans l'aventure. Il a donc sollicité l'expertise de ma société de conseil, Les Pointures, pour définir l'essence de la marque ainsi que pour créer le nom et l'identité visuelle qui lui seraient attribués. Il va sans dire que j'ai accueilli cette proposition avec un enthousiasme sincère et une confiance indéfectible.

**QUELS CHALLENGES
ONT JALONNÉ
CETTE AVENTURE ?**

Il n'est jamais facile de casser les codes établis et d'installer une nouvelle marque dans un paysage très concurrentiel. Néanmoins, l'aspiration de Timothée à inaugurer des hôtels mettant en lumière un respect du personnel, des clients et de l'environnement a permis de soulever des montagnes !

**QUEL A ÉTÉ VOTRE
PROCESSUS CRÉATIF
POUR ESTEEM ?**

Nous avons sollicité l'ensemble des collaborateurs afin de cerner leurs aspirations, leurs valeurs et leurs attentes. Dans un second temps, nous avons imaginé une plateforme de marque servant de socle identitaire à l'enseigne hôtelière à venir. Sorte de catalyseur pour des réflexions sur le parcours du client, le design des établissements et les initiatives éthiques. Ensuite, nous avons discerné et incarné les éléments fondamentaux de cette marque naissante pour les diffuser auprès d'une communauté alignée sur des valeurs et affinités communes, incluant collaborateurs, clients et partenaires. Enfin, nous avons suivi un processus de création guidée de nom et d'identité visuelle, sur la base de ces éléments.

DOSSIER DE PRESSE

**SI VOUS DEVIEZ
CARACTÉRISER ESTEEM
EN TROIS ADJECTIFS...**

Je décrirais Esteem comme étant pionnière, militante et généreuse.

**QU'EST-CE QUI
CONFÈRE À ESTEEM
SA SINGULARITÉ ?**

Esteem est le premier ensemble hôtelier qui instaure la responsabilité sociale comme pierre angulaire de son modèle économique grâce à des engagements simples, réalistes, et inédits.

**QUELLE EST
VOTRE PERCEPTION
DE L'UNIVERS HÔTELIER ?**

En termes positifs, je vois l'hôtellerie comme une sphère où l'expérience du client et la qualité du service se trouvent au premier plan, créant un environnement dans lequel le raffinement et le bien-être occupent une place centrale. Cependant, il me faut aussi souligner la face moins reluisante de ce domaine, à savoir des équipes souvent exploitées et malheureusement méconnues, qui œuvrent dans l'ombre sans obtenir la reconnaissance méritée pour leurs contributions indispensables.

**QUELLE EST
VOTRE EXPÉRIENCE EN
MATIÈRE D'HÔTELLERIE ?**

Mon expérience dans le domaine de l'hôtellerie se révèle d'une variabilité notable, s'étendant d'expériences malheureusement décevantes à des moments inoubliables, témoignant ainsi des disparités qui caractérisent ce secteur.



TOUR EIFFEL
Esteem.

HÔTELS & MAISONS RESPECTABLES



DOSSIER DE PRESSE

