



Famille du média : **Médias professionnels**  
Périodicité : **Mensuelle**  
Audience : **N.C.**  
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**  
**Economie-Services**



Edition : **Decembre 2021**  
Journalistes : **Emilie Niel**  
Nombre de mots : **1529**  
Valeur Média : **10000€**



**Sur le terrain** Hôtel chaîne intégrée

## Hôtel Canopy by Hilton Paris Trocadéro **Un concept moderne voué à se développer**

Situé au 16, avenue d'Eylau dans le très chic 16<sup>e</sup> arrondissement de Paris, le Canopy by Hilton Paris Trocadéro est le 1<sup>er</sup> établissement de la marque à s'installer en France. L'hôtel, ouvert depuis le 11 mai 2021, a été pensé pour offrir une nouvelle approche de l'hôtellerie et de l'expérience client, notamment à travers sa conception considérée comme une véritable « extension naturelle » de son environnement immédiat.

**S**i la marque d'hôtels lifestyle de Hilton Canopy by Hilton existe déjà à travers 28 établissements dans le monde entier, c'est au printemps 2021 que le 1<sup>er</sup> hôtel français du nom a ouvert ses portes. Au cœur du 16<sup>e</sup> arrondissement de Paris, le Canopy by Hilton Paris Trocadéro propose ses 123 chambres à une clientèle business la semaine, et touristique le week-end.

Avant de devenir le Canopy by Hilton Paris Trocadéro, l'imposant bâtiment de l'avenue d'Eylau était une station électrique, transformée en locaux pour la société française de distribution de gaz GRDF en 2008. Le célèbre architecte Jean-Philippe Nuel a repensé l'ensemble pour en faire cet hôtel de 7 étages baigné de lumière, à la décoration évoquant autant son passé industriel que l'Art déco et les années 30.

« Les hôtels de la marque Canopy cherchent toujours à rendre hommage à leur environnement local, et cet hôtel ne fait pas exception », explique Phil Cordell, responsable mondial de Canopy by Hilton. « La décoration intérieure de cet hôtel s'inspire de la passionnante histoire du Trocadéro. Nous avons également disposé au sein de l'hôtel quelques "spécialités parisiennes" pour permettre à nos clients de profiter au mieux de leur séjour dans la capitale. Maintenant que les voyages reprennent, nous sommes impatients de partager l'expérience Canopy avec nos futurs clients dans cet arrondissement emblématique. »

### **UNE CUISINE CRÉATIVE ET ZÉRO DÉCHET**

« Il a fallu trois ans et demi pour faire de ce bâtiment technique l'hôtel qu'il est aujourd'hui », explique Dominique Lorent, directrice générale des lieux. « L'immense verrière couvrant le restaurant a notamment été mise en place pour créer un puits de lumière, et l'agencement de l'espace a été pensé pour fluidifier les déplacements, les échanges et les contacts. L'atmosphère devient ainsi conviviale, surtout au Canopy Central où est servi le petit-déjeuner, et



Famille du média : **Médias professionnels**  
Périodicité : **Mensuelle**  
Audience : **N.C.**  
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**  
**Economie-Services**



Edition : **Decembre 2021**  
Journalistes : **Emilie Niel**  
Nombre de mots : **1529**  
Valeur Média : **10000€**

au restaurant L'Art Nouveau. » Ce dernier à la capacité d'accueil d'une centaine de couverts est ouvert tous les jours, et propose une cuisine à la fois technique et créative signée Robin Kubarek.

Passé par l'hôtel Régina ou le Hilton Paris La Défense pendant neuf ans comme sous-chef, le chef privilégie ici des produits issus du circuit court et les associations de saveurs surprenantes, à travers une carte de saison évolutive (changée toutes les 3 semaines), mise au point à partir de produits frais et responsables. Les approvisionnements s'effectuent auprès de producteurs de France ou d'Île-de-France, mais aussi en direct depuis la petite fromagerie ou la boulangerie de quartier. Céleri iodé en croûte de sel, œufs de truite



Rooftop

© Emilie Niel



Dominique Lorent, directrice générale

© Emilie Niel



Le restaurant sous la verrière d'envergure

© Emilie Niel

& salicorne ou Poitrine de porc marinée, tatin d'échalotes & jus citronnelle précèdent ainsi des réalisations sucrées gourmandes, à l'image de la Pavlova meringue, sésame noir et clémentine ou du « Végétal » (pomme, coing et Oabika). Le chef prône notamment l'écoresponsabilité en cuisine, à travers des plats « zéro déchet » où les produits sont utilisés dans leur totalité, jusqu'aux épluchures qu'il transforme en chips. Deux formules « L'Esprit Nouveau » sont proposées (entrée, plat ou plat, dessert et entrée, plat, dessert), pour un ticket moyen situé aux alentours de 40 euros (boisson comprise). Une carte « snack » (veloutés, Comté et bœuf croustillant façon Yakitori, julienne de légumes ; Océan bread...) est également disponible ainsi

qu'une autre, de « finger food », dédiée au rooftop. Celui-ci peut accueillir jusqu'à 80 personnes, et jouit déjà d'une belle réputation – notamment grâce à sa vue imprenable sur la tour Eiffel et les toits de Paris. Un succès appelant les équipes dirigeantes à réfléchir au moyen de laisser cette terrasse ouverte même en hiver, afin d'y proposer des événements festifs ou musicaux à l'année.

**UNE POLITIQUE RSE CONFIRMÉE**

Suite à l'engagement de Hilton en 2018 à diviser son empreinte environnementale par 2, mais aussi de doubler son investissement dans l'impact social pour 2030, l'écoresponsabilité est particulièrement importante au sein du Canopy. Elle est -

**Repères**

- TO : 45 %
- Investissement : 97 M€
- Chambres : 123, de 22 à 60 m<sup>2</sup> (dont 4 destinées aux personnes à mobilité réduite)
- Prix des chambres : de 299 € à 1 200 € (suite avec vue)
- Staff complet : une quarantaine de collaborateurs
- Restaurant :
  - Capacité d'accueil : 100 couverts
  - Ticket moyen : environ 40 € (boisson comprise)
  - Petit déjeuner : 28 €
  - Staff : 10 en cuisine, 8 en salle
- Bar
  - Espaces flexibles adaptables aux événements
  - Transfer Lounge
  - Salle de lecture
  - Salle de fitness de 106 m<sup>2</sup>
  - 22 places de parking
  - Rooftop végétalisé



Le bar

© Emilie Niel





Famille du média : **Médias professionnels**  
Périodicité : **Mensuelle**  
Audience : **N.C.**  
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**  
**Economie-Services**



Edition : **Decembre 2021**  
Journalistes : **Emilie Niel**  
Nombre de mots : **1529**  
Valeur Média : **10000€**



© Hôtel Canopy by Hilton Paris Trocadéro

notamment mise en valeur à travers le système exclusif de Hilton « LightStay », affichant les objectifs de chaque hôtel du Groupe en matière de gestion des déchets, d'eau et d'énergie. « Partout dans l'hôtel, notre approche RSE est très présente au quotidien », souligne Dominique. « On la retrouve à travers la cuisine zéro déchet du chef, ou encore le remplacement des bouteilles en plastique par des bouteilles en verre par exemple. » Même les 22 places de parking du Canopy by Hilton Paris Trocadéro incluent 3 places pour les véhicules électriques. Et l'hôtel va encore plus loin en s'engageant pour la préservation du bois de Boulogne (avec la mairie du 16<sup>e</sup>). Une politique qui semble d'ores et déjà séduire la clientèle locale, et internationale, principalement issue

des pays européens voisins. « Nous nous attendons aussi à accueillir des voyageurs venus des Émirats et des États-Unis dans un avenir proche. »

**CONFORT, ÉLÉGANCE ET MODERNITÉ**

« Les retours sont très positifs depuis l'ouverture », poursuit Dominique, qui a noté un attrait particulier des clients pour la localisation de l'hôtel situé à un kilomètre de la tour Eiffel et à 10 minutes de l'Arc de Triomphe, des Champs-Élysées et du

bois de Boulogne. Le confort de l'hôtel y est aussi beaucoup : espace flexible dédié aux réunions d'entreprise, réceptions et autres événements ; centre de fitness ouvert 24h/24, aux appareils cardio et musculaires TechnoGym®... Sans oublier les 123 chambres élégantes et contemporaines, décorées avec goût et simplicité. Toutes disposent d'un lit signature équipé de la technologie Serta Cool Balance (maintenant l'équilibre de la température corporelle et renforçant le centre du matelas) et d'une machine à café Nespresso. De 22 m<sup>2</sup> pour les plus petites à 60 m<sup>2</sup> pour le duplex, elles observent une superficie moyenne de 27 m<sup>2</sup>. Les suites ne font en revanche pas moins de 38 m<sup>2</sup>, et toutes les chambres Premium bénéficient d'une vue sur la tour Eiffel.

En plus de ces services et installations, le Canopy by Hilton Trocadéro offre à ses hôtes le plaisir de déambuler au fil des œuvres d'art exposées – celles-ci faisant partie intégrante de l'établissement. L'hôtel est en effet partenaire de la Fiac, de Paris Photo et du Palais de Tokyo. En octobre par exemple, l'hôtel présentait et proposait à la vente les œuvres de l'artiste digitale et urbaine Stéphanie Raphaël, engagée pour la mise en lumière de la puissance et de la parole des femmes.

Emilie Niel ■



© Emilie Niel

**CANOPY BY HILTON, UN IMPORTANT DÉVELOPPEMENT À VENIR**

12<sup>e</sup> marque du groupe Hilton – également la dernière à intégrer le marché français – Canopy by Hilton devrait continuer à se développer sur le territoire à travers plusieurs autres ouvertures. Un second hôtel de la marque devrait notamment ouvrir dans le Quartier latin à Paris en 2022. « L'expansion de Hilton prend encore de l'ampleur, et nous prévoyons de tripler notre portefeuille dans les 5 prochaines années. L'introduction de nouvelles marques, dont Canopy by Hilton, témoigne de la qualité des partenaires avec lesquels nous travaillons pour nous développer dans tout le pays », explique Patrick Fitzgibbon, vice-président directeur du développement EMEA Hilton.

Si les Canopy by Hilton Zagreb, Reykjavik, Londres et Madrid existent aussi à ce jour, la majorité des établissements de la marque est actuellement implantée sur le territoire américain.

« Nous sommes ravis d'ouvrir trois nouveaux hôtels à Paris dans les mois à venir. Avec ces ouvertures, nous renforçons la présence de Hilton à Paris tout en nous préparant à ajouter 25 hôtels à notre portefeuille en France dans les cinq prochaines années. Le Canopy by Hilton Trocadéro est un hôtel exceptionnel, qui surplombe l'horizon parisien avec sa vue sur la tour Eiffel, et qui devrait devenir un des hôtels préférés de nos membres Hilton Honors du monde entier. Alors que les voyages internationaux reprennent peu à peu, nous sommes impatients d'accueillir nos clients dans nos nouveaux établissements à Paris », déclare Simon Vincent, vice-président exécutif EMEA. Les Canopy vont très prochainement se multiplier : plus de 30 entités sont en cours de développement dans 16 pays.

