

ANNÉE

2025

RAPPORT du COMITÉ de MISSION

Rencontres

À CHALEUR AJOUTÉE

TOME 3

Accomplissements

CHATEAUFORM

S O M M A I R E

Édito	P.04
Précédemment dans <i>Rencontres à Chaleur ajoutée</i>	P.06
Raconte-moi la mission de Chateauform	P.08
Une mission concrète et puissante	P.10
Notre Comité de Mission évolue	P.12
L'oeil d'or de nos nouveaux Hôtes sur notre mission	P.14

OBJECTIF DE BIENFORMANCE N°1

CULTIVER NOTRE MODÈLE HUMANISTE	P.16
1.1 — Favoriser le bien-être par l'épanouissement au travail	P.18
1.2 — Révéler les Talents par l'audace et la responsabilisation	P.20
1.3 — Avoir des Talents ambassadeurs de la culture Chateauform	P.24
1.4 — Valoriser la diversité et l'inclusion au sein de nos équipes	P.26

OBJECTIF DE BIENFORMANCE N°2

INSPIRER NOS CLIENTS AUTANT QU'ILS NOUS INSPIRENT	P.30
2.1 — Proposer une expérience favorisant la rencontre avec soi et les autres	P.32
2.2 — Ecouter et échanger avec nos clients pour enrichir notre mission	P.36
2.3 — Concrétiser notre démarche d'influence et de partage auprès des entreprises	P.38
2.3 — Faire vivre la Chaleur ajoutée à un maximum d'entreprises et de participants	P.42

OBJECTIF DE BIENFORMANCE N°3

CRÉER DES RENCONTRES RESPECTUEUSES DES HOMMES, DES TERRITOIRES ET DU VIVANT	P.46
3.1 — Eco-concevoir les événements de nos clients en les impliquant	P.48
3.2 — Entretien, faire vivre et faire découvrir le patrimoine immobilier et naturel	P.50
3.3 — Agir au niveau local grâce à notre présence, notre recrutement, nos partenariats et nos achats	P.58

Synthèse de nos accomplissements	P.64
---	----------------------

3 ans de mission	P.66
-------------------------	----------------------

APRÈS LES

conversations

VIENT LE TEMPS DES

accomplissements

3 ans déjà que Chateauform est devenue Société à Mission. Cette mission s'inscrit dans la continuité d'un projet d'entreprise bientôt trentenaire, tout en étant notre boussole pour l'avenir.

Ces 3 années ont été marquées par des évolutions importantes : nous avons poursuivi notre croissance avec 5 nouvelles ouvertures et développé significativement Chateauform Inside. Après une année 2023 portée par l'élan post-Covid, les années 2024 et 2025 ont été plus contrastées, avec un ralentissement du marché événementiel dans un contexte économique et géopolitique instable.

Dans ce monde « FANI » – Fragile, Anxieux, Non-linéaire, Incompréhensible – notre mission joue pleinement son rôle : elle nous guide et donne un cadre à notre action. Elle nous aide à penser global, ce qui est la responsabilité de la direction, et à agir localement, grâce à notre modèle décentralisé qui libère les énergies. C'est ainsi que nous avons rendu la mission concrète : en permettant à chaque Talent et chaque équipe de lancer des initiatives alignées avec nos impacts recherchés, pertinentes pour leurs écosystèmes et adaptées aux réalités des territoires où nous opérons.

Chez Chateauform, nous faisons le choix de la singularité plutôt que de la standardisation. Cette liberté dans l'exécution rend les reportings plus complexes, cependant elle garantit la sincérité de l'engagement et stimule l'innovation au service de l'impact.

Je suis pleinement confiant dans la capacité des équipes Chateauform à continuer de diffuser notre « Chaleur ajoutée » et à faire vivre nos valeurs et nos engagements partout en Europe. Ce rapport, sans prétendre à l'exhaustivité, a pour ambition de mettre en lumière leur travail et d'inspirer nos parties prenantes.

Bonne lecture.



Gerald
Coutaudier

DIRECTEUR GÉNÉRAL DE CHATEAUFORM
INTRAPRENEUR À CHALEUR AJOUTÉE

Flasher
ou cliquer
pour lire
ou relire
le Tome 1

Précédemment dans Rencontres à Chaleur ajoutée...



Dans notre premier Tome de *Rencontres à Chaleur ajoutée*, nous présentions les origines de notre mission ancrée dans notre ADN humaniste.

Nous définissons et illustrons notamment les notions de culture humaniste, de Chaleur ajoutée, de pyramide inversée et de *bienformance* avec pour ambition d'en donner les clés à nos lecteurs.

La démarche d'adoption de qualité de Société à Mission par Chateauform est née de la conviction que : « Seule l'entreprise qui met l'humain au cœur, qui respecte le vivant et les territoires a le pouvoir de transformer durablement et harmonieusement notre monde » - Daniel & Benjamin Abittan

& le
Tome
2 !



Le deuxième Tome de *Rencontres à Chaleur ajoutée*, intitulé « Conversations », donnait la parole à ceux qui vivent et font vivre la mission de Chateauform.

NOTRE RAISON D'ÊTRE

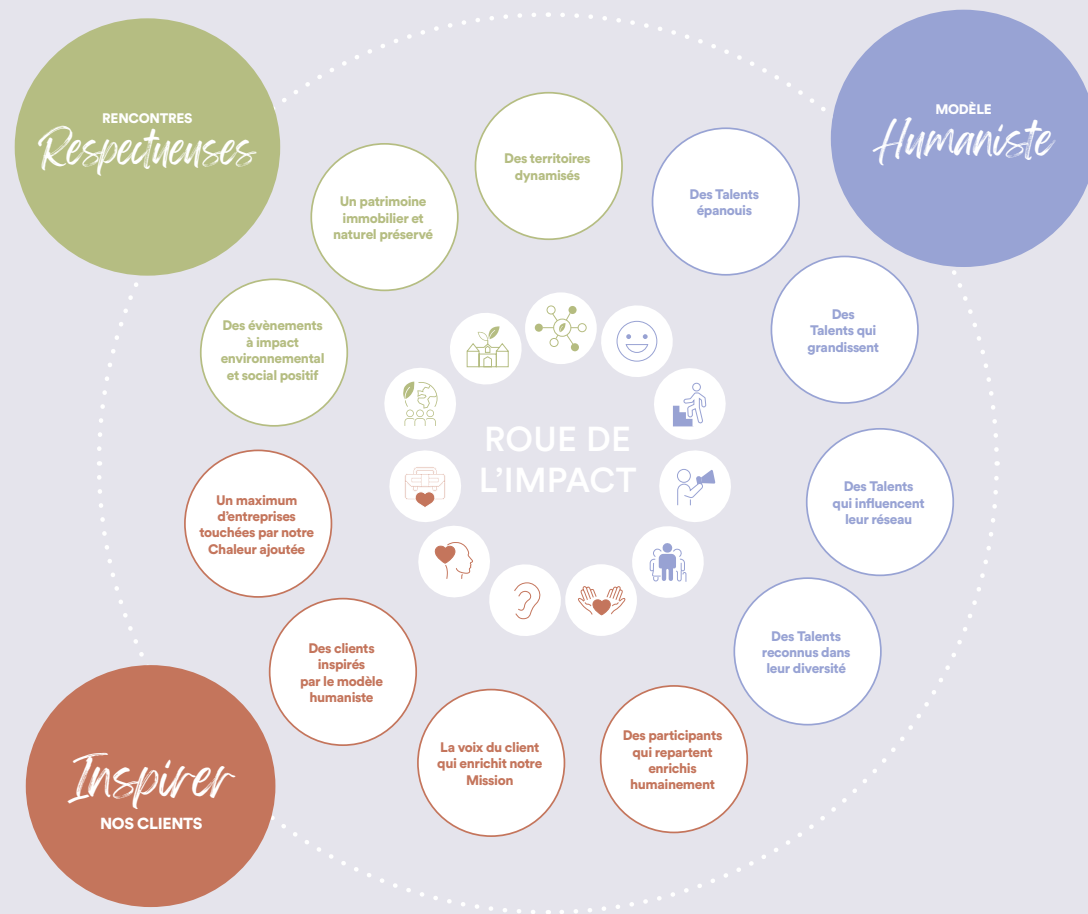
« Les équipes Chateauform insufflent leur Chaleur ajoutée à chaque rencontre pour inspirer les entreprises et leur permettre de révéler leurs talents. »

3 OBJECTIFS DE BIENFORMANCE

- 1 Cultiver notre modèle humaniste
- 2 Inspirer nos clients autant qu'ils nous inspirent
- 3 Créer des rencontres respectueuses des Hommes, des Territoires et du Vivant.

Ce 3ème Tome clôture le 1er cycle de notre mission...

En partageant de nombreux témoignages et initiatives très concrets, nous espérons démontrer ici combien notre mission est désormais vivante et vibrante partout dans l'Entreprise. Chaque initiative visant à maximiser les impacts recherchés, explicités dans notre Roue de l'Impact :



Nos plus fins lecteurs noteront que nous avons ajouté un impact à la roue (et donc au modèle de mission : « Un maximum d'entreprises touchées par notre Chaleur ajoutée »).

L'explication de cet ajout est donnée en partie 2.4 page 42.

la mission de Chateauform

Que ce soit lors d'un séminaire, d'un événement ou au sein des bureaux de nos clients, **notre mission chez Chateauform est de créer les conditions pour que les équipes se rencontrent vraiment.**

Nous œuvrons pour que les idées naissent et que les Talents s'expriment dans les moments de travail mais aussi dans les moments de respiration et de convivialité.

Nous y ajoutons ce qui compte le plus : **du lien, des émotions, des souvenirs partagés, des expériences mémorables.**



C'est tout cela qu'on appelle notre Chaleur ajoutée.

Cela est possible grâce à notre culture humaniste qui prend soin de nos Talents et grâce à nos engagements de respecter les Hommes, les Territoires et le Vivant.

Réunir, Inspirer, Engager : c'est notre façon de faire de chaque rencontre une expérience unique et porteuse de sens.

2025 : UNE MISSION CONCRÈTE ET PUISSANTE

86,9 %
des Talents déclarent
connaître et savoir
parler de la mission
de Chateaufarm*
Enquête Happy@
Chateaufarm 2025

Une gouvernance active et des équipes formées.

En plus du Comité de Mission (présenté à la page suivante), Chateaufarm a plusieurs instances très actives pour faire vivre la mission au quotidien : un Comex mission (représentants de la direction, sponsor de la mission) qui se réunit 3 fois par an en amont des Comité de Mission; le Comité de l'Engagement (composé de différents métiers terrain et support) qui se réunit 4 à 5 fois pour faire avancer, grâce à l'intelligence collective, des grands chantiers de la mission; les groupes projets thématiques etc.

Par ailleurs, la mission est présentée en ouverture et est le fil rouge du séminaire d'intégration que vivent tous les nouveaux Talents au cours des 6 mois après leur arrivée.

Pour les leaders et les ambassadeurs de la mission sur le terrain, une formation complémentaire d'une journée est proposée.

Le Rite des Eclats pour faire rayonner les meilleures initiatives au service de l'impact positif

En 2025, nous avons déployé un nouveau rite, créé fin 2024 : Les Eclats. Ce rite a pour objectif de reconnaître les initiatives inspirantes et pérennes mises en œuvre par un Talent ou une équipe, au service d'un des objectifs opérationnels de la mission.

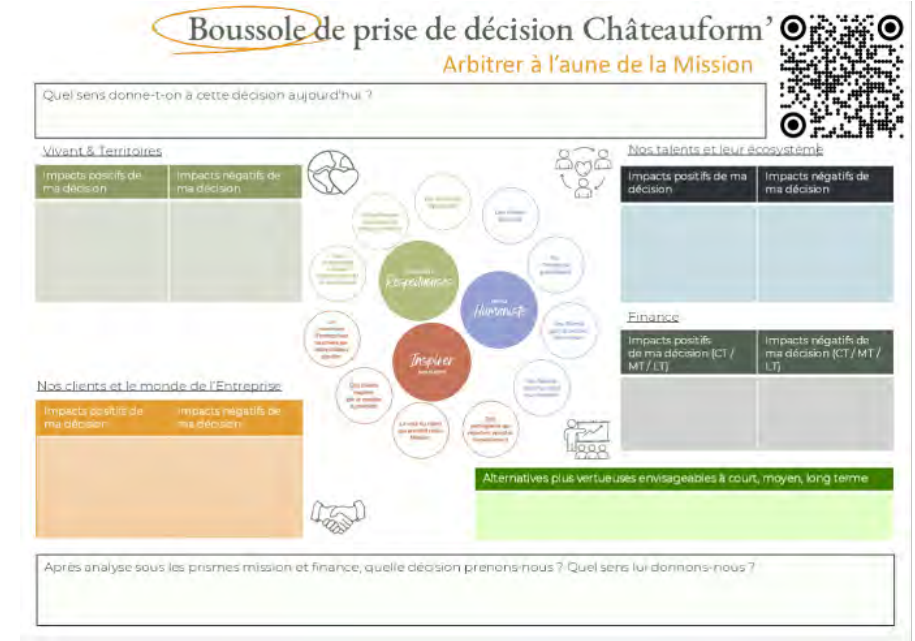
Le but est de faire connaître ces initiatives pour qu'elles soient répliquées dans d'autres espaces de l'entreprise. C'est aussi une occasion de reconnaître ceux qui se révèlent par l'audace et l'initiative.

ECLAT DE LA DÉCARBONATION &
ECLAT DE LA SINGULARITÉ



La nouvelle boussole de prise de décision

En 2025, la boussole de prise de décision a pris une nouvelle forme pour en faciliter l'utilisation.



Les Cafés Mission

Tous les 2 mois, les Talents sont invités à participer au Café Mission. Un RDV en visio au cours duquel sont communiquées les dernières actualités de la mission : avancement dans l'atteinte des objectifs et des projets et présentation de nouvelles initiatives... C'est également l'occasion de poser des questions et de trouver des réponses.

EN 2025, NOTRE COMITÉ DE MISSION ÉVOLUE...

Après 2 ans d'implication assidue, Anne THEVENET-ABITBOL (Danone), Agnès BOMPEIX-BIGOUROUX (Chateauform) et Vincent TETTAMANTI (Hermès), ont laissé leur place au sein du Comité de Mission à Clémentine ALZIAL (Directrice Générale de Malongo), Dr Feirouz GUETTICHE (Directrice Stratégie & Transformation chez Capgemini) et Stéphane TREBOZ (Couple d'Hôtes chez Chateauform).

Quant à eux, Franck MARTIN (Auteur, conférencier, consultant), Béatrice EASTHAM (Fondatrice de Green Événements et Climeet), Magaly CHARLIN (DRH de Chateauform) et Benjamin ABITTAN (DG de Chateauform en charge du périmètre Inside) conservent leur place dans le comité.

Nicolas BERETTI devient membre d'honneur de notre comité et suit les avancées du groupe à distance.



Comité de mission

4 rendez-vous et 2 rencontres dans l'année

Visio-Café du Comité de Mission

Objectif : Intégrer officiellement les 3 nouveaux membres du Comité, faire les présentations et fixer les dates des RDV de l'année.

7 Mars



19 Juin

Rencontre à Chateauform Les Puces de Saint Ouen « Business Case Regen' Ronqueux »

Après présentation détaillée de cette initiative à visée régénérative et du premier bilan, le Comité a été invité à réfléchir aux leviers qui feraient de cette expérimentation inspirante un succès business.

15
Septembre

Visio Comité

Dans un format d'information, la Manager de mission a présenté l'état d'avancement sur chacun des objectifs et les actions en cours.

16
Décembre



Des business cases thématiques pour faire réfléchir le Comité sur la conciliation entre business et mission.

Pour la première fois en 2025, nous avons décidé de traiter de sujets « business » avec le Comité de Mission pour leur partager, à livre ouvert, une préoccupation spécifique et obtenir leur regard à travers le prisme de la mission. Cette pratique nous paraît pertinente pour garantir une cohérence permanente entre activité économique et recherche d'impacts positifs.

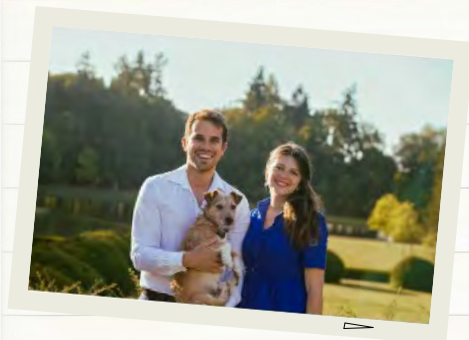
Rencontre à Chateauform Les Puces de Saint Ouen – « Business Case INSIDE »

Le Comité de Mission a été invité à réfléchir à la contribution d'Inside envers la mission et à la manière de faire vivre nos objectifs dans cette activité récente pour le Groupe.

*Flashez ou cliquez
pour découvrir
Chateauform Inside*



L'œil d'or de nos nouveaux Hôtes à propos de notre mission



lors du Séminaire de la Nouvelle Année, au cours duquel nous avons participé à différents ateliers directement ou indirectement liés à la mission. Finalement, la mission a très souvent été au cœur de nos discussions, de façon explicite ou implicite, puisque chaque Talent que nous avons rencontré a à cœur d'incarner et de faire rayonner les valeurs et la raison d'être de Chateauform.

Comment avez-vous perçu cette mission au premier abord ?

Au premier abord, la mission nous a semblé très vaste. Puis nous avons vite constaté qu'elle constituait l'ensemble des ingrédients indispensables pour réussir sur le long terme et avoir un impact positif : ADN et valeurs de l'entreprise, objectifs clairs de « bienformance » et moyens concrets pour agir.

On reproche parfois aux entreprises leurs beaux discours ; qu'en est-il de Chateauform ? Dans quelle mesure avez-vous ressenti que cette mission était concrète au quotidien ?

Chateauform est une entreprise qui fait ce qu'elle dit, dit ce qu'elle fait et ne dit pas sans avoir fait. Nous décrivions cela comme un alignement entre le discours et les actes. Dès nos premiers pas, nous l'avons ressenti : le processus de

recrutement illustre parfaitement l'envie de mettre l'humain au cœur, en se fondant sur les valeurs et les rencontres, ce qui nous a profondément marqués et confirmé qu'il ne s'agissait pas simplement de beaux discours. Ensuite, nous avons découvert différents éléments qui font vivre la mission de manière très concrète au quotidien : les rites, la pyramide inversée, l'engagement passionné de chaque Talent, la bienveillance de tous, la confiance a priori, la liberté d'intrapreneuriat qui nous est offerte, ainsi que toutes les questions de nos participants sur ce modèle si atypique et inspirant.

Qu'est-ce qui vous a le plus surpris au cours de vos six premiers mois chez Chateauform ?

Ce qui nous a agréablement surpris et le plus marqués, c'est la capacité à faire vivre cette mission au quotidien, partout et par chacun. Naturellement, sans effort, parfois même sans s'en rendre compte. Et toujours avec une touche personnelle : chacun à sa manière. Il y a autant de façons d'incarner la mission que de Talents, de Maisons, d'expériences, de pays, de métiers... ! La mission n'est pas seulement affichée dans chaque Maison : elle est traduite et mise en application concrètement par des actions inspirantes pour chaque pilier

et valorisée avec fierté lors d'échanges profondément humanistes. À l'inverse, et pour apporter un regard plus critique, il nous a semblé au départ que l'approche n'était pas toujours pensée à 360°. Certains sujets, bien qu'inscrits dans la roadmap environnementale du groupe, sont plus difficiles à adresser et avancent plus lentement (ex. : energy management). Nous trouvons cela dommage, même si nous sommes conscients des contraintes structurelles et économiques et de la nécessité de prioriser.

Avez-vous des conseils à donner à l'équipe en charge du pilotage de la mission ?

Nous avons 3 conseils :

- 1 – Rester focalisés sur les actions ayant un véritable impact et éviter de diluer celui-ci en multipliant les initiatives.
- 2 – Formuler les éléments clés de la mission de la manière la plus simple possible. C'est ainsi que nous embarquerons le mieux nos équipes et nos clients.
- 3 – Aller encore plus loin dans le partage de bonnes pratiques pour faire rayonner les meilleures initiatives grâce aux outils de communication interne (Open Source, WeConnect et Viva Engage).





CULTIVER NOTRE MODÈLE

Humaniste

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS



L'OBJECTIF 1

Cultiver notre modèle humaniste, c'est-ce que nous faisons depuis 30 ans. Cela passe par l'expression de notre pyramide inversée, l'incarnation de nos valeurs à tous les niveaux de l'entreprise et la posture de Servant Leader. Cela passe aussi par nos fertilisants : à savoir un vocabulaire qui nous est propre et des rites qui rythment la vie de nos Talents.

En 2024 et 2025, le ralentissement du secteur événementiel et un contexte géopolitique instable nous ont conduits à revoir nos principes économiques et à renforcer la variabilisation de nos coûts. Ces adaptations ont parfois fragilisé les équilibres individuels et collectifs.

Dans cette période, notre rôle était d'accompagner ces changements de manière plus rapprochée, avec des outils concrets et une communication claire, pour donner du sens et soutenir les efforts de chacun. Tout cela en préservant nos rites et nos valeurs et en mettant le sujet de « l'équilibre intérieur » au cœur de nos préoccupations.

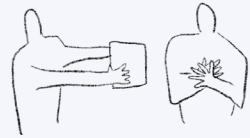


CHATEAU DE ROMAINVILLE

Nous n'en avons malheureusement pas pris la mesure assez tôt, ce qui s'est ressenti dans les résultats de l'enquête Happy, en retrait par rapport à nos standards habituels.

Ces résultats décevants fin 2025 ont permis d'identifier un enjeu fort pour l'avenir : structurer et intensifier notre accompagnement des transformations tout en faisant vivre notre culture au sein de chaque équipe.

Avec l'essor de Chateauform Inside et la présence accrue de nos Talents chez nos clients, nous devons continuer à simplifier et adapter nos pratiques pour qu'elles restent accessibles et vivantes dans des environnements variés. C'est le chapitre que nous écrivons en 2026.



73.7 %
des Talents
CHATEAUFORM
déclarent se sentir
épanouis dans leur
travail*

FAVORISER LE BIEN-ÊTRE ET L'ÉPANOUISSEMENT AU TRAVAIL

Notre enjeu :

Faire vivre notre culture au sein de chaque équipe

INDICATEURS
DE
MESURE

PÉRIMÈTRE DE L'INDICATEUR	CIBLE 2027	CIBLE 2025	GLOBAL 2025
% DE TALENTS DÉCLARANT QUE « CHATEAUFORM EST UNE ENTREPRISE OÙ IL FAIT BON TRAVAILLER »	90 %	90 %	84,5 % (non atteint)
MOYENNE BONHEUR AU TRAVAIL DES EE	8/10	8/10	8 (atteint)

2025

- En complément de la santé physique (ci-contre), nous avons initié des actions pour soutenir la **santé mentale** de nos Talents.

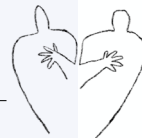
- Notre test avec For Me (soutien social et psychologique) s'est poursuivi durant toute l'année et a abouti à l'intégration de ce service dans l'offre de notre **nouvelle mutuelle** au 1er janvier 2026.

- Les « **Semaines de l'équilibre intérieur** » ont proposé pendant 2

semaines, une newsletter quotidienne aux 140 Talents et sites inscrits pour leur faire découvrir les leviers de l'équilibre intérieur et les inviter à mettre en œuvre des actions simples et impactantes.

- **Des formations internes**, telles que « La force des relations constructives » et « Faire de ses émotions une force » ont été créées pour accompagner nos Talents dans l'accueil et la verbalisation des émotions.

*Enquête Happy@Chateauform 2025



- **Une charte des Aidants** a été rédigée pour formaliser notre volonté de flexibilité, et de générosité dans l'organisation du travail de nos Talents.

- Avec l'arrivée de Benjamin, notre Animateur Santé et Sécurité, en 2024, nous avons commencé à construire une véritable culture Santé & Sécurité vivante, partagée et incarnée dans toutes nos Maisons (la **démarche Cocoon**).

- Fin 2025, 73 % de nos Couples d'Hôtes et nos Chefs sont formés et des outils structurants ont été mis en place : process

AT, catalogue EPI, supports de formation, reporting Santé & Sécurité pour toutes nos Maisons, trames de documents... Nous observons dans les Maisons les plus assidues, **des routines sécurité intégrées au quotidien** qui entraînent un véritable changement dans les comportements (plus de vigilance et plus de partage).

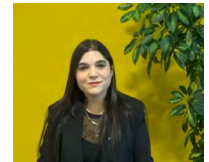
- Grâce à cette démarche, nos accidents ont pu baisser de 11 % mais l'objectif zéro accident reste notre cible.



TÉMOIGNAGE DE MARTA - TALENT DE BELLOCH

propos recueillis par Benjamin, Animateur Santé & Sécurité

Et si je te disais que ta maison fait partie des meilleures en termes de résultats sécurité 2025, à ton avis qu'est-ce qui fait que ça a autant bougé ? Ça ne me surprend pas car c'est une priorité présente dans notre quotidien. Sans aucun doute, je pense que cette amélioration vient de l'implication directe du Couple d'Hôtes et de l'importance qu'ils accordent à la sécurité sous toutes ses formes.



Qu'est-ce qui t'a plu là-dedans ? Ce que j'aime le plus, c'est que l'on a réussi à faire prendre conscience à tous les Talents de l'importance de travailler dans un environnement sûr et sans prendre de risques. Aujourd'hui, par exemple, les Talents eux-mêmes détectent et proposent des actions d'amélioration pour réaliser leur travail de manière sûre et préserver leur santé.

Quel conseil tu donnerais à une Maison qui se lance ? Je pense qu'il est très important de bien réaliser les instants sécurité avec chaque Talent. La clé est de les planifier à l'avance pour pouvoir les faire correctement. Ce sont d'excellentes occasions pour détecter des actions du quotidien qui pourraient générer des accidents de travail.

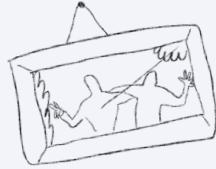
2026

- Suivi des plans d'action issus de l'enquête **Happy** à tous les niveaux de l'entreprise

- Poursuite de la démarche **Cocoon** - zéro accident

- Accompagnement de nos Leaders sur les sujets de **équilibre intérieur**

- Déploiement de la **Charte des Aidants** et des services complémentaires de notre nouvelle mutuelle



RÉVÉLER LES TALENTS PAR L'AUDACE ET LA RESPONSABILISATION

73 % des Talents déclarent pouvoir se développer grâce à l'offre globale de Chateauform

Notre enjeu :
Rendre chaque Talent acteur de son développement

INDICATEURS DE MESURE

PÉRIMÈTRE DE L'INDICATEUR	CIBLE 2027	CIBLE 2025	GLOBAL 2025	
POURCENTAGE DE TALENTS AYANT VU LEUR CONTRAT ÉVOLUER AU COURS DES 3 DERNIÈRES ANNÉES (ÉVOLUTION INTERNE)	France	30 %	20 %	20 % (atteint)

2025

- En 2025, nous avons renouvelé la « **Semaine de la Pépinière** », notre **semaine d'apprentissage 100 % dédiée aux Talents de nos Maisons** avec 241 Talents formés, 18 modules proposés et 34 Animateurs (la plupart contributeurs). Cette semaine qui s'est déroulée au Campus des Berges de Seine, a aussi été l'occasion de partager des moments de convivialité avec une soirée quizz, des goûters animés, des dîners à thème : JO, diversité, etc...

- En dehors de ce moment dédié, la Pépinière a animé 221 sessions de formation quasiment exclusivement en interne pour 1 065 formés.

- Cette année, l'accent a été mis sur **l'accompagnement des Leaders** avec les mois du leadership dédiés aux formations sur ce thème. Une attention particulière à la montée en compétences des jeunes leaders : formations, coaching individuel et coaching d'équipe.

- Renforcement de **l'apprentissage collaboratif**

- Par la méthode We Are Peers : 14 sessions / 120 participants avec des équipes internationales qui partagent enfin entre pairs grâce au distanciel.
- Par les communautés ; la toute

dernière étant la **communauté des Alchimistes** (qui regroupe les Leaders de la Maison de Famille) dont le but est de favoriser la coopération entre pairs, à l'image des coworkings des Couples d'Hôtes.

Nous avons soutenu la mobilité horizontale et verticale grâce à la formalisation des **10 étapes de la mobilité**. 159 Talents (soit 10.7 %) ont connu une mobilité en France.



TÉMOIGNAGE DE CLÉMENCE: DE RESPONSABLE RELATIONS CLIENTS À HÔTE AU CITY VELASQUEZ



J'avais envie de m'engager dans un projet concret, porteur de sens pour moi : être au cœur des événements, au contact des participants, et découvrir la richesse de nos métiers au sein des maisons. C'était aussi un retour à mes premiers amours : le terrain, à travers mes expériences passées en agence événementielle, et l'univers de la restauration qui a marqué mes débuts professionnels.

Comment as-tu été accompagnée par l'Entreprise dans ton parcours de mobilité ? J'ai été orientée vers les bonnes personnes et des experts métier, ce qui m'a permis de clarifier mon projet et de le concrétiser. J'ai également eu la chance de suivre un parcours en « école volante » à travers différentes expériences (Maisons du Séminaire, City, Inside), avec un plan de formation très riche. Aujourd'hui, cela me permet d'avoir une vision globale et de toucher à de nombreux aspects du métier.

Qu'as-tu particulièrement apprécié ? La richesse de mon parcours et celle du métier d'Hôte, qui demande de jongler avec de nombreuses missions. Venir du service commercial m'a aussi permis de mieux comprendre les réalités du terrain et de créer un lien plus fort entre ces deux univers.

Qu'est-ce qui t'a surpris ? La mobilisation des équipes internes pour la réussite de mon parcours. L'investissement, la passion des Hôtes et de l'ensemble des équipes en maison, ainsi que cette véritable envie de transmettre, aussi bien en maison que dans les Maisons de Famille.

Quel est ton œil d'or ? Persévérer pour atteindre ses objectifs. Il faut croire en ses rêves.

2026

- **Accompagnement des Leaders** à tous les stades de leur parcours (via les formations, communautés de pairs, coachings individuels et collectifs, ...).

- **Enrichissement de notre offre E-learning** pour simplifier l'accès à l'apprentissage.

- **Déploiement d'un parcours de formation à la culture du Facility Management** pour faciliter les mobilités vers notre expérience Inside et continuer à insuffler notre Chaleur ajoutée chez nos clients.

DES RITES VIVANTS À TOUS LES NIVEAUX DE L'ENTREPRISE : L'EXEMPLARITÉ DU G10 (COMEX)

Chez Chateauform, notre pyramide est inversée pour favoriser l'autonomie des équipes et libérer les énergies au service de nos clients. Notre patron, c'est le client !

Afin de rester connectés au terrain, nous encourageons nos Talents des Maisons de Famille à organiser un Retour aux sources tous les ans en équipe ou en solo, en accord avec les besoins de nos Maisons. C'est ainsi l'occasion de rencontrer ses pairs du terrain, de mieux

se comprendre mutuellement et de faire un feedback.

Et pour incarner cette approche, quoi de mieux que d'organiser le **Retour aux sources du G10 (Comex) tous les ans**.

L'équipe du G10 est allée à la rencontre des Talents du Campus des Berges de Seine en exerçant les métiers d'Hôte.sse de table, de cuisinier.e, de casseroier.e et maitre.sse de maison.



Magaly Charlin.

Responsable Talents & Culture et Richesses Humaines nous partage son bilan :

Nous avons créé de nouveaux liens avec les Talents de la maison et avons cultivé concrètement la hiérarchie plate et la pyramide inversée.

Ce rite nous a confirmé que le développement commercial se fait aussi dans nos maisons, le meilleur endroit pour connaître davantage nos clients.

Le G10 a partagé son oeil d'or à l'équipe : une équipe bienformante qui déborde de Chaleur Ajoutée pour ses participants et qui incarne au naturel la sécurité au travail (enjeu phare de 2025 pour réduire les accidents du travail). Une Maison qui peut être encore mieux « pimpée » pour améliorer toujours plus la perception de nos participants.

En conclusion, un rite qui a de nouveau tenu ses promesses d'incarnation de notre culture.



Le Vis ma vie est un de nos autres rites d'apprentissage. Cette année, la priorité étant le développement du taux d'occupation, Gérald (DG) a consacré une vingtaine de mercredis aux équipes du Service Relations Clients en France et en Allemagne, au contact du terrain, des Talents et des clients.

Ces échanges ont permis de mettre en valeur les Talents, de mieux comprendre leur quotidien et d'identifier leurs irritants.

Parmi les enseignements reçus, il ressort que nos Talents, engagés et orientés résultats, sont performants individuellement.

L'organisation en silos peut parfois déresponsabiliser et une animation des équipes doit être renforcée.

Nos outils progressent et nous aident cependant ils peuvent encore être optimisés et ne doivent pas entraver la relation directe avec nos clients.

Suite à cette « écoute terrain » l'organisation en silos a cédé la place à une animation commerciale transversale et les utilisateurs ont été intégrés beaucoup plus en amont dans la conception des outils.



Pauline Viel.

Responsable Relations Clients Allemagne témoigne :

Comment ton équipe a-t-elle vécu le Vis ma vie de Gérald ?

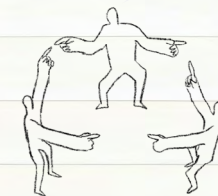
Au départ, les Talents étaient un peu impressionnés, puis ils se sont rapidement pris au jeu. Ils ont surtout beaucoup apprécié que Gérald s'intéresse concrètement à leurs missions quotidiennes ainsi qu'aux spécificités allemandes et reconnaisse leur engagement et leur expertise.

Quels en ont été les principaux enseignements pour toi et ton équipe ?

Le principal enseignement a été de ne pas être esclaves des outils ou des process quand ceux-ci ne sont pas adaptés au marché allemand et rigidifient la relation commerciale.

Quels ont été les changements observés suite à ce Vis ma vie ?

Cela s'est notamment traduit par un assouplissement de certains process, ce qui nous permet d'être plus réactifs et de fluidifier les relations clients.





AVOIR DES TALENTS AMBASSADEURS DE LA CULTURE CHATEAUFORM

82.5 % des Talents sont fiers de déclarer à d'autres qu'ils travaillent pour Chateauform

Notre enjeu :

Donner les moyens à nos Talents de faire rayonner Chateauform auprès de leur écosystème

INDICATEURS DE MESURE

PÉRIMÈTRE DE L'INDICATEUR	CIBLE 2027	CIBLE 2025	GLOBAL 2025	
% DE RECRUTEMENTS ISSUS DU BOUCHE À OREILLE	France	15 %	15 %	12.5 % (non atteint)

2025

- **Le socle de la culture** est un document, remis à chaque Talent dans son « baluchon » d'accueil, qui illustre les piliers de notre culture. En 2025, nous l'avons complètement revu pour y intégrer la mission et les impacts recherchés, comme boussole.

- **Le Club Alumni** se structure. Objectifs formalisés, rencontre annuelle, il compte aujourd'hui 243 membres qui sont de

véritables ambassadeurs. Certains sont prêts à nous retrouver, d'autres font du business ensemble.

- **Le documentaire « Chaud »** réalisé en 2024 a fait l'objet d'une nouvelle projection au sein de notre maison parisienne Les Jardins de Saint-Dominique, en présence de 65 élèves de l'école Ferrandi, en reconversion professionnelle.



Savez-vous que nos couples d'Hôtes postulent souvent de manière spontanée après avoir rencontré un couple d'Hôtes au sein d'une Maison, mais aussi de manière plus indirecte. Julia & Pierre nous racontent ce qui les a amenés chez Chateauform et leur parcours de cooptation.

TÉMOIGNAGE DE JULIA ET PIERRE HÔTES EN ECOLE VOLANTE (PARCOURS DE FORMATION)

Comment avez-vous connu Chateauform ?

Nous avons découvert Chateauform grâce à une très belle rencontre, celle de Frank L, Hôte chez Chateauform. Au fil de nos discussions lors de balades avec nos chiens, une véritable amitié s'est créée. Frank nous parlait de Chateauform avec le cœur. Il nous partageait son expérience, ses valeurs... qui se sont révélées être profondément alignées avec les nôtres. Un après-midi, Frank nous a accueillis chez lui, comme à la maison, le temps d'un goûter. Ce moment simple et sincère a été un véritable déclic. C'est à cet instant que tout a commencé, nous avons eu l'évidence que cette aventure pouvait devenir notre projet de vie.

Qu'est-ce qui vous a le plus surpris durant votre parcours de recrutement et de cooptation ?

La cooptation a été une véritable aventure humaine. Trois jours, six Maisons, chacune avec son âme et son histoire. Surtout rencontrer les couples d'Hôtes, a été un moment profondément marquant. Nous avons été particulièrement touchés par la sincérité, l'honnêteté et la transparence avec lesquelles chaque couple nous a parlé du métier, de ses réalités, de ses exigences, mais aussi de la richesse humaine qu'il offre. Ces échanges vrais, sans filtre, nous ont permis de nous projeter en toute confiance.

En quoi ce que vous vivez aujourd'hui est en ligne avec ce que vous avez entendu durant ce parcours ?

Ce que nous vivons aujourd'hui est en parfaite continuité avec ce qui nous a été partagé durant le parcours. Nous prenons pleinement conscience de la chance que nous avons, nous aimons profondément ce que nous faisons. L'amour du participant, la relation avec les Talents, et ces belles valeurs humaines qui rayonnent dans chaque Maison donnent tout son sens à notre engagement. Rien n'a été enjolivé, et c'est justement cette authenticité qui rend l'aventure Chateauform si forte et si juste pour nous.



2026

- Formalisation et suivi de notre « au revoir » (offboarding) pour en faire un outil de rayonnement.



**VALORISER LA DIVERSITE ET L'INCLUSION
AU SEIN DE NOS EQUIPES**

86.3 %
#Happy,
Je peux être moi
même

Notre enjeu :
Etre exemplaires vis-à-vis
de toutes nos parties prenantes

INDICATEURS
DE
MESURE

PÉRIMÈTRE DE L'INDICATEUR	CIBLE 2027	CIBLE 2025	GLOBAL 2025
INDICATEUR À DÉFINIR L'INCLUSION AU SENS LARGE INTÉGRANT LE HANDICAP	France	A venir	Finalisation de l'indicateur et définition du TO et de la cible 2027
			Empreinte Singularités finalisée (atteint)

2025

Suite à la rédaction de notre « Philosophie Singularités » en 2024, nous avons orienté nos actions dans **4 directions : égalité des chances, liberté d'être soi, management inclusif et devoir d'exemplarité** avec notamment :

- 2 conférences exclusives avec notre agence partenaire Yes We Are sur La singularité et Les biais et stéréotypes ;
- Test pilote de la formation « recruter sans discriminer » avec l'association « A Compétences égales » pour nos dénicheurs de Talents ;

- **Création de notre « Empreinte Singularités »** afin de suivre la progression des KPIs diversité et inclusion ;
- **Signature de la Tribune en faveur de la diversité d'origine** avec le collectif d'entreprises A.G.I.R ;
- Et nous avons poursuivi nos actions de sensibilisation, de formation et d'accompagnement en faveur du handicap avec Françoise, notre Référente handicap. **La participation au Duoday a encore progressé avec la formation de 52 duos au sein de 41 équipes.**

**TÉMOIGNAGE DE JEAN-CLAUDE,
RESPONSABLE ADJOINT AU LEARNING LAB QUI A PARTICIPÉ AU DUODAY**



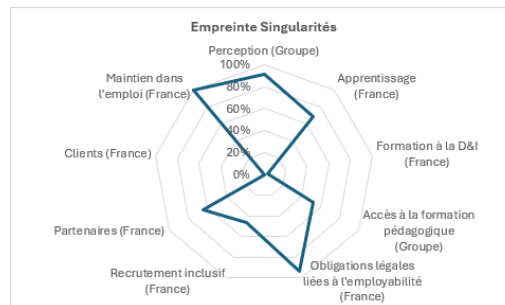
Hier, nous avons eu le plaisir d'accueillir Diana ! Pleine d'énergie et riche de son histoire, elle a partagé un moment de découverte et de convivialité avec toute la maison. En une seule journée, Diana a été enchantée par la chaleur humaine qui déborde dans nos espaces. Participer au Duoday est une expérience merveilleuse : elle confirme à nos Talents et à nos clients que l'inclusion, tout simplement, est essentielle à tous les niveaux. Nous en sommes à notre troisième participation, et à chaque édition, notre engagement grandit encore davantage. Lors de notre première année, nous avons créé un partenariat avec l'association, et aujourd'hui, nous avons le plaisir d'accompagner Cyril. Malheureusement, son handicap l'empêche

de travailler, mais nous avons relevé le défi : chaque mercredi, il profite pleinement du Learning Lab, pour s'épanouir et développer ses compétences. Lors de notre deuxième participation, notre Talent Mila a décroché un CDI. Elle avait enchanté l'accueil l'an dernier et fait désormais pleinement partie de la famille Chateauform. Le Duoday est devenu un véritable rituel pour notre maison ! Un grand merci à Françoise ALLANIC, qui nous inspire et nous guide vers une inclusion vertueuse et durable.

Favoriser l'égalité des chances commence par ouvrir nos portes aux jeunes dès leurs premiers pas en entreprise :

Biba, Hôte du City Les Puces de St Ouen, a choisi de s'investir aux côtés de la Mairie à travers le Bureau Informations Jeunesse et des entreprises locales, afin de faire découvrir nos métiers et notre modèle humaniste aux collégiens de la ville en les préparant aux oraux de stage et en les accueillant lors d'un stage d'observation. Cette année, l'équipe de City Les Puces a ainsi accueilli 6 jeunes ; ce qui a été l'occasion de leur faire découvrir un secteur d'activité et des métiers opérationnels et ainsi de leur montrer la large palette d'entreprises et de métiers dans leur propre ville !

L'empreinte Singularités mesure notre taux d'atteinte par rapport à des objectifs long terme sur 9 piliers transverses



2026



- Faire vivre notre philosophie Singularités dans ses 4 dimensions afin de faire progresser notre empreinte.
- Adhérer à une charte ou un label pour valoriser nos actions auprès de nos parties prenantes.



CONCLUSION

Franck Martin
(membre externe)



A mes yeux, l'essentiel est cette forte cohérence entre les valeurs et les pratiques RH. Quand on vous côtoie et qu'on vous connaît, on voit tout de suite que votre attention est portée au développement des Talents et que tout cela est particulièrement structuré : forte offre de formation interne, mobilité interne encouragée, communautés de pairs, accompagnement des Leaders ! C'est TOP !

Sur le sujet de l'attention croissante portée à la santé globale des Talents, je trouve que les initiatives autour de l'équilibre intérieur, la santé mentale, la sécurité au travail et la charte des aidants témoignent d'une vision élargie du bien-être au travail. Ça me plaît...
Si toutes les entreprises pouvaient avoir cette vision, le monde serait meilleur !

Concernant l'avenir, voici quelques points de vigilance sur lesquels je veux attirer votre attention : nous avons vu cette année que les changements économiques récents ont fragilisé certains équilibres et que l'accompagnement n'a pas été anticipé suffisamment tôt. **Dans une entreprise à forte culture humaniste, les périodes de transformation demandent encore plus de présence managériale et de pédagogie. Prenez-en acte !!!!**

Il y a un risque de fonctionnement en silos et il faut y faire très attention ! (...) Lorsque l'entreprise grandit, le risque est que les structures prennent le pas sur l'esprit collectif.

Ensuite, je propose de regarder de près le « défi » de la préservation et de la diffusion de la culture, avec le développement de Chateauform Inside. L'extension des activités chez les clients pose une question : comment maintenir une culture forte lorsque les Talents sont moins présents dans les maisons ? Le risque est une dilution progressive de l'expérience culturelle. Il faut l'éviter à tout prix.

Le défi sera probablement de préserver la simplicité et la lisibilité du modèle, pour qu'il reste vivant et accessible à tous.

Pour moi, vous disposez d'un modèle humaniste solide et vraiment congruent, incarné ! Le principal enjeu des années à venir sera de préserver cette culture dans un contexte de croissance, de transformation et de dispersion des équipes.



CONCLUSION

Stéphane Treboz
(membre interne)



Si 2025 devait être résumée en un mot, ce serait : vérité.

Une année où le contexte a obligé Chateauform à se regarder avec lucidité, une année où l'activité plus morose aurait pu fragiliser les convictions, une année où il était possible de céder à une prudence excessive ou au repli. Et pourtant, Chateauform est restée fidèle à ses convictions. L'entreprise a pris des décisions rapides, ajusté son modèle économique non sans contrainte et revu certaines priorités, mais elle n'a jamais renoncé à ses ambitions.

Chateauform n'a jamais dévié de ce qui la rend unique depuis 30 ans : son humanisme. Malgré la crise, l'entreprise a continué à célébrer ses rites, organiser des « vis ma vie », développer des actions en faveur de l'égalité des chances, comme par exemple la liberté d'être soi, le management inclusif ou encore le devoir d'exemplarité. La véritable richesse de l'entreprise réside dans ses Talents : des femmes et des hommes profondément engagés, qui ne considèrent pas Chateauform comme un simple employeur, mais comme une famille, un projet de vie, une manière différente d'exercer leur métier, porteuse de sens et de valeur. C'est ce qui fait la différence.

En 2026, quelque chose d'encore plus puissant peut émerger, car les Talents sont prêts. Prêts à s'engager davantage, prêts à faire des efforts, prêts à se dépasser pour préserver ce modèle auquel ils croient profondément. Ce qu'attendent parfois les équipes, c'est un message clair, porteur d'énergie et de confiance.

Chateauform a besoin d'un élan collectif inédit pour franchir une nouvelle étape. Une parole qui affirme aussi, avec lucidité et conviction, que la réussite dépendra de l'engagement de chacun d'entre nous. Parce que Chateauform nous fait confiance.

Le modèle humaniste n'est pas seulement une promesse, c'est une responsabilité partagée. C'est ensemble que Chateauform franchira cette étape décisive, une étape qui exigera des efforts, de l'engagement et parfois des sacrifices. Mais c'est précisément à ce prix que la réussite collective sera possible et durable.

C'est, sans nul doute, dans cette alliance entre humanisme et engagement collectif fort que se joue l'avenir de notre entreprise.



Inspirer nos clients

AUTANT QU'ILS NOUS INSPIRENT

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

1
Proposer une expérience favorisant la rencontre avec soi et les autres

Des Talents qui repartent enrichis humainement

2
Écouter et échanger avec nos clients pour enrichir notre mission

Être au plus proche de leurs attentes pour toujours mieux les révéler et renforcer nos engagements

3
Concrétiser notre démarche d'influence et de partage auprès des entreprises

Partager notre modèle humaniste et notre culture client pour inspirer les entreprises

4
Faire vivre la Chaleur ajoutée à un maximum d'entreprises et de participants

Un maximum d'entreprises touchées par notre Chaleur ajoutée



L'OBJECTIF 2

« Inspirer nos clients autant qu'ils nous inspirent » est probablement l'objectif le plus en lien avec l'activité économique de Chateauform puisqu'il est en lien directement à nos clients.



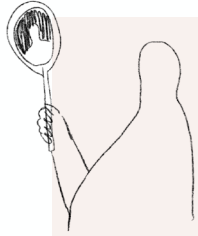
CHATEAU DE ROMAINVILLE

Quand, dans les périodes d'incertitude et d'instabilité comme nous avons connues en 2024 et 2025, les entreprises rationalisent et ralentissent le rythme de leurs rencontres, nous pensons au contraire, que plus que jamais, il faut se réunir, faire corps et créer du collectif autour de moments fédérateurs, inspirants.

Notre objectif est de faire vivre la Chaleur ajoutée à un maximum d'entreprises et de participants car c'est dans la rencontre que les liens se créent, que les idées naissent et qu'on devient armés individuellement et collectivement pour affronter l'instabilité et l'incertitude de notre époque.



Fort de cette conviction, nous avons décidé de la concrétiser par l'ajout d'un objectif opérationnel à notre 2^{ème} objectif statutaire : « Faire vivre la Chaleur ajoutée à un maximum d'entreprises et de participants ».



PROPOSER UNE EXPÉRIENCE FAVORISANT LA RENCONTRE AVEC SOI ET LES AUTRES

Notre enjeu :
Apporter un maximum de Chaleur ajoutée au sein des rencontres et dans les liens avec et dans les équipes.



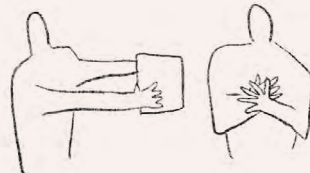
INDICATEURS DE MESURE

	PERIMÈTRE	CIBLE 2027	CIBLE 2025	RÉSULTATS 2025
NOUVEAU BILLET DOUX INTÉGRANT LA DIMENSION DE NOTRE RAISON D'ÊTRE	Vert Groupe	Non définie	Exploitation de la matière des nouveaux Billets Doux	Test de la V2 du nouveau Billet Doux – Poursuite des travaux
SCORE DE PROMOTION	Vert Groupe	Non définie	84 %	84,1 % (atteint)
TAUX DE SATISFACTION	Vert Groupe	Non définie	96 %	96,3 % (atteint)

2025

- **Le nouveau Billet Doux*** : Les travaux initiés en 2024 ont continué avec deux tests en 2025 (V2 et V3) sur 3 Maisons. Cette version introduisait des questions ouvertes pour un feedback plus qualitatif et spontané. Le déploiement est reporté à 2026 afin d'apporter des améliorations garantissant un taux de retour équivalent à l'actuel.

- **Objectif : améliorer l'expérience participants.** Les travaux de 2025 ont permis d'exploiter les commentaires spontanés pour redéfinir les éléments



clés de l'Expérience. L'ambition pour l'avenir : trouver un équilibre entre la mesure fonctionnelle (maison et qualité de prestation) et l'expérientielle.

- **Déploiement de la plateforme d'innovation OpenSource** (voir ci-contre).

* Billet Doux = questionnaire de satisfaction



TÉMOIGNAGE DE VALENTIN, FACILITATEUR DE LA CULTURE TECHNOLOGIQUE ET DE L'INNOVATION COLLABORATIVE



Valentin, peux-tu nous expliquer comment fonctionne la plateforme Open Source ?

Il s'agit d'une plateforme collaborative dédiée au partage d'innovations. Chaque jour, dans chacune de nos Maisons, nos Talents créent et améliorent le parcours de nos participants pour leur offrir la meilleure expérience possible. La plateforme Open Source permet justement de valoriser ces idées, de les partager et de s'inspirer mutuellement, elle est accessible à tous les Talents Chateauform.

Elle nous offre également un véritable cadre pour structurer le parcours de l'innovation, avec un suivi clair, des étapes clés et une visibilité sur toutes les initiatives en cours.

Combien d'initiatives ont-elles été partagées à ce jour ?

À ce jour, nous avons déjà partagé 289 idées sur la plateforme, dont 195 directement proposées par les Maisons. Ces idées couvrent l'ensemble de l'expérience participant.



Peux-tu nous parler du Like d'Or et de l'initiative qui a remporté le prix cette année ?

Le Like d'Or 2025 a été remporté par notre Maison La Borghesiana avec une initiative aussi simple qu'ingénieuse : la douche en musique. Le principe est très ludique : un QR code placé dans la douche permet d'accéder à une sélection de chansons de 3 à 5 minutes. La durée de la musique sert de repère pour gérer sa consommation d'eau, tout en gardant le côté plaisir et détente.

Qu'espères-tu pour l'Open Sources à l'avenir ?

Nous aimerions continuer à faire grandir cette plateforme et développer notre nouvelle branche, Re-Source, qui est notre solution de partage permettant de donner une seconde vie au mobilier dans nos Maisons.

Nous souhaitons également réunir plus d'innovations intégrant l'intelligence artificielle améliorant ainsi notre efficacité et nos expériences.



MARINE & MARCO - GAGNANTS DU LIKE D'OR 2025

2026

- **Finalisation du nouveau Billet Doux.**

- **Amélioration de l'analyse des retours participants pour :**

- améliorer l'expérience sur site grâce à une meilleure compréhension des enchantements et irritants de l'expérience ;
- développer de nouvelles offres en lien avec les attentes participants.

- **Déploiement du Projet PIMP pour l'embellissement des Maisons et l'amélioration du parcours participants.**

Q ZOOM SUR



CHATEAUFORM INSIDE : LA CHALEUR AJOUTÉE ET LA CRÉATION DE LIEN DANS LES IMMEUBLES DE BUREAUX

Chez nos clients, Chateauform Inside crée des instants qui rapprochent et donnent du sens. En décembre, l'équipe a transformé le lobby de Capital 8 en un marché de Noël chaleureux, accueillant 16 artisans locaux et décorations festives. Ce moment a permis aux collaborateurs de vivre une parenthèse conviviale, loin du stress, et de renforcer les liens inter-locataires.

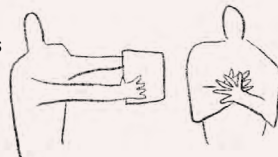
À la Tour Légende, la pause bien-être « Lumière rouge Lucibelle » a offert aux participants une expérience de photobiomodulation, avec des bénéfices concrets sur l'énergie et la réduction du stress. 27 participants ont pu profiter de l'expérience : « Une expérience hors du commun qui mérite d'être testée. Une pause pour se reconnecter à soi-même ».

Nos initiatives favorisent également la solidarité et la joie collective. À l'occasion d'une journée dédiée au don du sang, nous avons accompagné un locataire dans l'organisation d'un espace convivial pour accueillir les volontaires, générant un immense sentiment de fierté et d'engagement.

2 fois par an, se sont les « Semaines de la danse » dans la Tour Légende. L'équipe Chateauform organise et coordonne des sessions de danse qui sont des moments de partage et de bien-être physique.

Enfin, pour la Journée internationale du sourire, nous avons mis en avant la force d'un geste simple : le sourire, créateur de joie collective.

Chaque initiative, qu'elle soit festive, solidaire ou axée sur le bien-être, contribue à renforcer le lien humain et à créer des espaces où l'on se sent bien, ensemble.



CE QUE DISENT NOS CLIENTS

« Très satisfaite du service et de l'écoute. Le stagiaire a un vrai lien avec vous, il est pris en considération. On ressent des équipes souriantes. On me reconnaît, c'est plaisant. Le lien avec vous est de confiance. Vous réagissez de suite, vous arrivez à anticiper. Le site est bien entretenu, c'est toujours propre. J'aime bien quand vous changez les aménagements. Vous avez toujours des idées pour faire évoluer le site après 3 ans. »

« Tout est dans l'excellence et la douceur, nous aimerions venir une fois par semaine. »

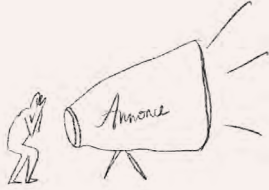
« On ne sait comment vous remercier, vous êtes d'une efficacité incroyable, malgré le changement de dernière minute (...) tout le monde a été très très réactif et facilitateur. »

« Je ne connais aucun autre site avec autant de standards de qualité ».



Flashez pour découvrir
le témoignage de Felix,
superviseur hospitalité à
la Tour Légende





ÉCOUTER ET ÉCHANGER AVEC NOS CLIENTS POUR ENRICHIR NOTRE MISSION

Notre enjeu :

Améliorer notre écoute client pour faire progresser nos offres,
pour répondre au mieux à leur attente et les anticiper.

INDICATEURS
DE
MESURE

	PÉRIMÈTRE	CIBLE 2027	CIBLE 2025	RÉSULTATS 2025
TAUX DE RETOUR DU BILLET DOUX	Vert Groupe	80 %	80 %	83,4 % (atteint)
TAUX DE RETOUR FEEDBACKS	Groupe	70 %	70 %	69,7 % (non atteint)

2025

2025 marque un tournant dans
l'écoute de nos clients.

- Le « **Lab des Emotions** » (cellule
d'analyse des retours clients et
des tendances du marché) évolue
et devient un support opérationnel
des maisons pour l'amélioration
immédiate de l'expérience
participant ; et un partenaire pour les
équipes marketing et commerciales
dans la création d'offres répondant
mieux aux attentes des clients et du
marché.

- **Analyse poussée des Billets Doux**
(questionnaires de satisfaction) sur
l'ensemble du parcours participant
visant à identifier les plans d'action
concrets pour l'amélioration de
l'expérience et le développement de
nouvelles offres.

- **Enquête auprès de nos clients**
organiseurs : identification
des points forts et des points
d'amélioration.

- **Lancement du Client Advisory**
Board (voir page ci-contre).

LANCEMENT DU CLIENT ADVISORY BOARD

Hélène Isambert, Responsable du
Développement Commercial Grands
Comptes

Qu'est qu'un Client Advisory Board ?

C'est une réunion entre pairs, en
l'occurrence ici les plus gros clients de
Chateauform (non pas un fan club mais
un groupe d'interlocuteurs exigeants) qui
apporte un regard sur l'entreprise, ses
offres de produits et de services, dans le
but de la faire progresser.

Quel est l'intérêt pour nos clients d'y participer ?

L'intérêt est triple :

- Echanger entre pairs
- Contribuer à la performance croissante
de Chateauform
- Bénéficier des innovations en primeur

Quand l'initiative a-t-elle été lancée ?

Nous avons initié des focus groupes en
2024 mais le C.A.B a été officiellement
lancé en mai 2025, en présence de
Benjamin Abittan, notre DG et de
Delphine Bouclon, qui est en charge
de la Stratégie et du Développement
Commercial pour l'ensemble du Groupe.



Dès cette première rencontre, nous avons
obtenu des « insights » précieux, grâce
aux acheteurs Meetings & Events de
grands groupes. Cela nous inspire dans
la construction de notre feuille de route
adaptée aux besoins du marché.

A quelle fréquence ce Comité se réunit- il ?

Il se réunit 2 fois par an. En 2025, les
rencontres ont eu lieu en mai et en
novembre.

Avez-vous des principes clés ?

Oui, nous en avons 2 principaux : la co-
construction et la confidentialité dans les
échanges.



2026

- **Fiabilisation de la méthodologie des feedbacks** pour gagner en neutralité et en fiabilité et
éviter les biais.

- **Etoffer le champ d'action du Lab des Emotions** pour :

- Créer de la valeur pour tous les acteurs internes en fournissant des données fiables,
pertinentes et orientées action ;

- Inclure toutes les expériences pour être à l'écoute de tous nos clients et tous nos
participants et locataires afin d'accompagner au mieux l'ensemble des activités du Groupe
(Vert, City, Event, Nomad et Inside).

2.3 CONCRÉTISER NOTRE DÉMARCHE D'INFLUENCE ET DE PARTAGE AUPRÈS DES ENTREPRISES

Notre enjeu :

Donner envie à l'ensemble de nos parties prenantes externes de s'inspirer du modèle humaniste de Chateauform au service de la gestion RH, de la relation client et de manière générale de la qualité des liens humains dans le monde professionnel.



	PERIMÈTRE	CIBLE 2027	CIBLE 2025	RÉSULTATS 2025
NOMBRE DE CLIENTS DES ATELIERS HUMANISTES (CONFÉRENCE ET PROGRAMME DE FORMATION)	France	30	15	Ce projet a été mis en standby et est compensé par la création des Rencontres Immersives et Transformatives (cf Zoom page suivante)
NOMBRE DE PRISES DE PAROLE INSPIRATIONNELLES SUR NOTRE MISSION AUPRÈS DE NOS CLIENTS (SUR L'ANNÉE)	France	60	40	43 (dépassé)
NOMBRE DE SIGNATURES INSIDE (SUR L'ANNÉE)	Global	4	4	9 (dépassé)

2025

- 15 mai : **Soirée à mission pour les fournisseurs alimentaires de Chateauform** – L'objectif : réunir nos partenaires pour une soirée inspirante autour des sujets de mission et d'impact. L'occasion pour les équipes Table, Achats et Mission de s'unir pour rappeler les engagements de Chateauform en matière d'approvisionnement local, de saison et à impact social positif.
- Été 2025 : **Mise à jour des mini-conférences « Partages**

d'expérience » autour d'une part de la culture humaniste comme levier d'engagement et de mobilisation et sur la qualité de la relation client d'autre part. Ces 2 mini-conférences sont offertes à nos clients qui le souhaitent et sont dispensées par les Hôtes ou par d'autres Leaders du Groupe.

- Novembre : **Lancement des Rencontres immersives et transformatives** avec le Séminaire ABBY (cf zoom page 40).

- 20 et 25 novembre : **Webinaire sur la qualité de la Relation Client à destination des fournisseurs de Chateauform.**

L'objectif : faire découvrir aux fournisseurs le modèle Chateauform tourné vers le client, les engagements du Groupe en faveur de la satisfaction de ses clients. Cette satisfaction client est rendue possible par son organisation en pyramide inversée et par une série de bonnes pratiques que les fournisseurs ont été invités à s'approprier. En comprenant le projet du Groupe, les fournisseurs comprennent mieux comment y prendre part.

Plus de 100 connexions et 58 fournisseurs représentés.



Des clients en Vis ma vie chez Chateauform

Pour partager à notre cliente notre démarche humaniste, Roman, Hôte chez Chateauform Inside, lui a proposé d'effectuer un Vis ma vie dans l'une de nos Maisons au Vert. Sa cliente a ainsi pu, durant 5 jours, découvrir les ingrédients de notre Chaleur ajoutée aux contacts de Talents qui ont su lui transmettre leur passion et leur engagement. A son retour, son regard sur le travail de notre équipe Inside avait considérablement changé. Les liens entre les 2 équipes, celle du client d'une part et celle de Chateauform d'autre part, s'en sont vus fortement renforcés. La relation est désormais très différente.

2026

- Développement des Rencontres Immersives et Transformatives (cf page suivante).
- Poursuite des partages d'expérience auprès des nos clients et partenaires.
- Réflexion autour de la contribution de Chateauform Inside à cet objectif.



Ce que nos fournisseurs nous ont dit à l'issu du webinaire :

- « On sent votre envie de nous inclure dans ce projet et de nous challenger dans notre engagement auprès de vous. » (Malongo)
- « Bravo pour la transparence avec laquelle vous nous avez partagé votre vision d'entreprise et particulièrement votre vision client chez Chateauform pour laquelle nous avons à n'en pas douter une avance sans commune mesure. Votre rappel de l'importance de chaque acteur au sein de votre écosystème est salubre. » (Reynaud)
- « J'ai retenu le leitmotiv de HtoH et non BtoB. Une façon originale de souligner les rapports humains comme force de nos partenariats. » (Zen Orga)

Cette initiative de Roman a été saluée d'un « Eclat » (voir rite des Eclats page 10)

ZOOM SUR LES « R.I.T.E.S » : RENCONTRES IMMERSIVES ET TRANSFORMATIVES

Inspirer nos clients

c'est aussi savoir les accompagner sur les thématiques qui sont au cœur de leurs préoccupations business actuelles. Et c'est ce que nous prétendons faire avec les Rencontres Immersives et Transformatives, créées en collaboration avec des experts sélectionnés pour leurs approches innovantes et inspirantes.



Notre promesse :

Mieux comprendre, mieux vivre, mieux collaborer, mieux interagir, mieux innover pour conduire les transformations de vos entreprises.

Les 5 grands enjeux de nos clients :
Intergénérationnel & Diversité-Inclusion,
Nouvelles technologies & Intelligence artificielle, Well-being & Santé mentale,
Transition écologique, Management.

Notre offre :

Une collection de Rencontres Immersives et Transformatives pour réunir les équipes de nos clients, leurs partenaires et leurs propres clients autour de leurs enjeux actuels et futurs*.

*L'alchimie d'un lieu
et d'un contenu pour
une véritable rencontre
transformative !*



En novembre 2025, nous avons lancé notre première « collab' » ou « R.I.T.es », le Séminaire Abby en partenariat avec Fabrice BONNIFET – président du Collège des Directeurs du Développement Durable.

Ce séminaire à destination des Comités de Direction vise à définir en 24h chrono, la roadmap stratégique de son entreprise à l'aune des meilleures pratiques mondiales de management en tenant compte des limites planétaires.



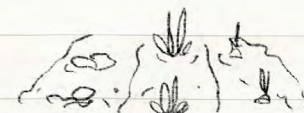
*Flasher ou cliquer
pour tout comprendre
sur Abby*



C'est à Chateauforn Regen' Ronqueux que se déroulent les séminaires Abby. Ce lieu a été choisi pour sa démarche à visée régénérative et ses partis pris forts en matière de respect des Hommes, des Territoires et du Vivant.

2026

- (Re)formuler sa Raison d'Etre avec House of Codesign et ses méthodes d'intelligence collective, à Chateauforn du Tremblay.
- Parenthèse Reconnexion à Regen' Ronqueux avec Wise & Brave.
- Holi' Herces : week-end bien-être au Chateau de Herces (offre BtoC).
- Et d'autres à venir...



**FAIRE VIVRE LA CHALEUR AJOUTÉE
À UN MAXIMUM D'ENTREPRISES ET DE PARTICIPANTS**



Pourquoi avoir ajouté un objectif opérationnel à notre modèle de mission en 2025 ?

La création de ce nouvel indicateur découle d'un échange avec le Comité de Mission fin 2024 sur la nécessité de connecter mission et business. Comment tangibiliser le fait que la performance économique de l'entreprise soit une manière de maximiser les impacts recherchés ? Comment faire comprendre le rôle clé du commerce dans la diffusion de notre Chaleur ajoutée ?

La création de cet indicateur est la réponse à ces 2 questions. A chaque fois qu'une entreprise vit l'expérience Chateauform, c'est une occasion pour elle de toucher du doigt la Chaleur ajoutée et ainsi, d'intensifier les liens humains au sein de ses équipes.

Notre enjeu :

Donner accès à la Chaleur ajoutée à un maximum d'entreprises et de participants.



	PERIMÈTRE	CIBLE 2027	CIBLE 2025	RÉSULTATS 2025
NOMBRE D'ENTREPRISES VENUES DANS L'ANNÉE	Global	5000	4400	5180 (dépassé)
NOMBRE D'ENTREPRISES AYANT EXPÉRIMENTÉ CHATEAUFORM POUR LA 1ÈRE FOIS DANS L'ANNÉE	Global	2000	1500	1848 (dépassé)
% DE CLIENTS ENTREPRISES QUI SONT REVENUS POUR LA 2ÈME ANNÉE CONSÉCUTIVE (TAUX DE REPEAT BUSINESS)	Global	50 %	50 %	43,33 % (non atteint)

4 impulsions pour créer ou entretenir le lien avec un maximum d'entreprises



2026

- Lancement du Club Meet & Learn : club pour les Directeurs Learning & Responsables d'Université d'Entreprises (3 rencontres prévues dans l'année).
- Poursuite des travaux sur l'omnicanalité pour offrir une expérience toujours plus fluide quelle que soit la porte d'entrée de notre client.



CONCLUSION

Feirouz Guettiche
(membre externe)



Feirouz a rejoint le Comité de Mission début 2025. Elle nous a partagé de vive voix ses observations et conseils pour la suite de la mission et nous les avons retranscrits ici.

« Deux qualités m’inspirent particulièrement chez vous : D’abord, **vos authenticité**. Vous ne vous rendez pas compte à quel point c’est un élément de différenciation. On voit tellement d’organisations qui parlent de bienveillance, de confiance et d’humain, mais qui, dans la réalité, dans les faits, sont en opposition avec les principes qu’elles affichent (de manière consciente ou non). J’ai pu le constater dans mes recherches et dans mes expériences professionnelles.

Vous devriez encore plus partager ces éléments ! Vos mots ne sont pas des buzz words. Votre culture se concrétise dans des actions récurrentes au quotidien.

On est inspirés par cette façon de faire confiance. Vous faites confiance à ceux qui font. Vous laissez le pouvoir d’agir. Pour vous, ceux qui font ont souvent raison. Vous laissez la place à l’intelligence collective in situ.

L’autre qualité qui m’inspire est votre **transparence**. J’ai été impressionnée par ce que vous partagez avec nous (le Comité de Mission). Cette culture de la transparence génère de la confiance.

Il y a, chez vous, une vraie volonté de **coopération**. Il y a une différence entre la collaboration et la coopération. La collaboration, c’est « je dois travailler avec toi », la coopération, c’est « j’ai envie de travailler avec toi ». Votre volonté de coopération m’a beaucoup inspirée.

Vos principes ne sont pas des éléments marketing destinés à l’extérieur. Ils sont ancrés dans l’action quotidienne.

Beaucoup d’organisations se disent client centric mais ne le sont pas en réalité, car elles fonctionnent de manière endogène (centrées sur elles-mêmes).

J’ai été étonnée de voir combien **vos organisation évolue de manière exogène**. Vous êtes toujours en train de vous demander quel est l’impact sur le client. Vous avez un souci de l’autre qui n’est pas feint. La valeur ajoutée de Chateauform c’est que ce ne sont pas des principes, mais des actes et des comportements incarnés au plus haut, de manière sincère.

Pour aller plus loin, il faut réussir à structurer ces points forts pour les communiquer au-delà des mots et montrer comment ça s’articule chez Chateauform.

Je suis fière de faire partie de ce comité qui est véritablement impliqué dans votre action. »

CONCLUSION

Clémentine Alzial
(membre externe)



J’ai été particulièrement sensible à la démarche d’écoute stratégique portée par le Client Advisory Board. Le fait de réunir des acheteurs réellement exigeants, de les écouter deux fois par an, et d’intégrer leurs retours dans la feuille de route commerciale et produit montre clairement que **Chateauform accepte d’être challengé et s’en sert pour progresser**.

J’ai aussi été marquée par le lancement des R.I.T.es (Rencontres Immersives et Transformatives). **Ce passage d’un rôle d’hébergeur à celui d’accompagnateur stratégique est ambitieux et cohérent avec l’évolution des besoins des entreprises**.

Parmi les points forts, je retrouve la **puissance du modèle humaniste : chaleur, simplicité, attentions sincères, qualité du lien. On le ressent immédiatement** — et je l’ai moi-même vécu en tant que cliente lors d’un séminaire à Marseille! Tout mon CODIR a été sensible à l’accueil et à la chaleur qui se dégageait des interactions avec nos hôtes. L’écoute multicanale est également très impressionnante, tout comme la cohérence entre la mission, les valeurs et l’expérience réelle des participants.

Côté améliorations, je perçois un risque de complexité croissante avec la multiplication des dispositifs, au détriment parfois de la lisibilité. Le repeat business en dessous de la cible montre la difficulté du marché

actuelle mais aussi qu’il reste un travail à mener sur la fidélisation.

En termes de conseils, je recommanderais de **consolider et prioriser les innovations les plus robustes, les plus emblématiques et les plus duplicables pour éviter de rester seulement au niveau local**.

Vous pourriez aussi renforcer la fidélisation via des communautés clients ou des rencontres inter-entreprises, et positionner plus clairement les R.I.T.es comme une offre stratégique, en les reliant davantage aux enjeux business et en développant des éditions thématiques ou sectorielles.

Un grand bravo à toutes les équipes Chateauform qui se démènent pour leurs clients. Vous êtes sur les bons sujets et cela va porter ses fruits à court terme !



CRÉER DES

Rencontres respectueuses

DES HOMMES, DES TERRITOIRES ET DU VIVANT



Par cet objectif, nous cherchons à valoriser le patrimoine existant et favoriser la réhabilitation des bâtiments ainsi qu'à préserver et contribuer à régénérer la biodiversité



OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

1

Éco-concevoir les événements de nos clients en les impliquant

Grâce à cet objectif, nous souhaitons améliorer la performance environnementale et l'impact social de nos événements

2

Entretenir, faire vivre et faire découvrir le patrimoine immobilier et naturel



3

Agir au niveau local grâce à notre présence, notre recrutement, nos partenariats et nos achats

Avec cet objectif, nous développons des liens avec les territoires et participons à la dynamisation de l'économie locale ainsi qu'à la création d'emplois locaux

L'OBJECTIF 3

Ce 3ème objectif de mission est probablement celui qui inspire le plus nos équipes, en particulier dans nos Maisons « au Vert » qui sont, par essence, au cœur d'un écrin naturel et de territoires avec lesquels des interactions se créent facilement.



CHATEAU DE ROMANVILLE



Afin de rendre les engagements concrets et tangibles, des outils et projets ont été déployés pour faciliter la mesure carbone des événements, la décarbonation et la généralisation des bonnes pratiques éco-responsables dans l'ensemble des Maisons.

Si nous avons pu croire que les préoccupations RSE des entreprises auraient décliné en 2025, nous avons été agréablement surpris de constater **l'intérêt maintenu de nos clients pour les sujets de décarbonation et d'éco-responsabilité. Les objectifs des directions Achats en matière de RSE se poursuivent et Chateauform y répond avec la même détermination.**

Par ailleurs, 2025 a vu éclore de nombreuses initiatives locales, en particulier en faveur de la création de liens avec les territoires dans lesquels sont présentes nos Maisons.





ÉCO-CONCEVOIR LES ÉVÈNEMENTS DE NOS CLIENTS EN LES IMPLIQUANT

Notre enjeu :
Apporter à nos clients les garanties d'événements éco-responsables cohérents avec leurs enjeux RSE et faire preuve d'exemplarité en la matière.

INDICATEURS DE MESURE

	PERIMÈTRE	CIBLE 2027	CIBLE 2025	RÉSULTATS 2025
NOMBRE D'ÉVÈNEMENTS LABELLISÉS LEAD (INCLUANT LE MÉTROPOLITAN LEAD VENUES)	Global	35	24	10 (non atteint)*
RÉALISATION DU BC ET MISE EN ŒUVRE D'UNE TRAJECTOIRE DE DÉCARBONATION	France	513 k gCO ₂ eq / k€	593 kgCO ₂ eq / k€	A venir

* L'objectif non atteint du nombre d'événements LEAD sur l'année s'explique majoritairement par l'abandon du Label LEAD Venues par Le Metropolitan. La Maison conserve néanmoins ses ambitions zéro déchet, bas carbone et à impact social positif.

2025

- Poursuite de la stratégie de **décarbonation** avec une action phare : passage à 50 % d'électricité verte sur le mix électrique en France.

- Printemps 2025 – **lancement de Re-source**, une plateforme interne d'échanges de mobilier et d'accessoires pour favoriser la seconde main et la circularité entre les Maisons.

- Depuis septembre 2025,

Chateauform propose une estimation gratuite de l'empreinte carbone des événements à tous ses clients qui le souhaitent.

- En octobre, **réaffirmation des 10 engagements pour des rencontres respectueuses des Hommes, des Territoires et du Vivant** dans toutes les Maisons Chateauform : pour des événements à ambition bas carbone, zéro déchet et à impact social positif. (voir page ci-contre).



Nos 10 engagements pour des Maisons Respectueuses des Hommes, des Territoires et du Vivant

La Maison est attentive à la sécurité et au respect des règles de conformité liées à son activité. Elle s'engage également dans une démarche responsable et durable :

1. La Maison réalise un tri de l'ensemble de ses déchets en vue de leur recyclage ou valorisation
2. La Maison n'utilise aucune vaisselle jetable
3. La Maison est équipée de fontaines à eau et ne propose pas de bouteilles en plastique en libre-service
4. Le chef et son équipe sont sensibilisés à la lutte contre le gaspillage alimentaire et adaptent la production en fonction de l'activité
5. La Maison propose systématiquement un plat végétarien en alternative aux protéines animales
6. Une solution de transport décarbonée (transport en commun, bus ou navette) est systématiquement communiquée à l'organisateur/ice
7. La Maison assure un suivi régulier des consommations d'eau & d'énergie en vue de leur réduction
8. La Maison propose quotidiennement des produits locaux et met en avant ses partenaires
9. La Maison a recours régulièrement à des ESAT et/ou participe au DuoDay
10. La Maison n'utilise aucun pesticide et pratique une tonte raisonnée de ses espaces verts

Chaque Maison est libre et autonome dans la mise en œuvre des 10 engagements, dont les Hôtes sont les garants. Ce socle commun, partagé par l'ensemble des Maisons, constitue une base à partir de laquelle chacune est encouragée à aller plus loin en développant des actions RSE innovantes, en cohérence avec son identité et son ancrage territorial.



Base commune à l'ensemble de nos Maisons

... Et des initiatives locales à travers l'Europe et les différentes activités !

Adoption de labels

Le Chalet (en Suisse) adopte le label **Swisstainable** (comme Montagne Alternative avant lui).

Le Campus de Belloch (Espagne) adopte quant à lui le Label Biosphère, à l'instar du Campus de La Mola. Ces 2 labels garantissent le fait que les sites s'engagent dans une démarche structurée de durabilité couvrant les dimensions environnementale, sociale et économique. Ils assurent la mise en œuvre d'un plan d'amélioration continue via autoévaluation ou audit externe, plan de mesures et suivi régulier.



2026

- Réécriture de la trajectoire de décarbonation
- Poursuite du plan de décarbonation, notamment passage à 100 % d'électricité verte en France.

Lutte anti-gaspi :



En France, pour l'activité Événementiel, 37 collectes ont été réalisées par SAVR, soit presque 800 kg de nourriture sauvés et redistribués à des associations, équivalents à 1776 repas.

Le partenariat avec Too Good to Go, dépasse les frontières françaises. Ce sont 8 Maisons en Europe qui proposent des paniers de produits à la vente sur la plateforme : 4 Maisons Allemandes, 1 espagnole et 3 Maisons françaises.

Ce sont au total 7 638 paniers qui ont été sauvés grâce à ce partenariat.

- Amélioration de la gestion des déchets pour l'ensemble des maisons [réduction, recyclage, optimisation]...



ENTREtenir, FAIRE VIVRE ET FAIRE DÉCOUVRIR LE PATRIMOINE IMMOBILIER ET NATUREL

Notre enjeu :

Entretien et préservation du patrimoine qui nous est confié pour pouvoir recevoir nos clients dans des lieux sûrs, accueillants et inspirants.

INDICATEURS DE MESURE

	PERIMÈTRE	CIBLE 2027	CIBLE 2025	RÉSULTATS 2025
% DU CA INVESTI PAR CHATEAUFORM ET SES BAILLEURS POUR ENTREtenir LE PATRIMOINE EXISTANT	Groupe	6 %	6 % (3 % bailleurs/ 3 % Chateauform)	3,1 % (non atteint)
% DE MAISONS AU VERT AYANT AU MOINS 1 PROJET FORMALISÉ, PILOTÉ ET SUIVI FAVORISANT LA PRÉSERVATION OU LA RÉGÉNÉRATION DE LA BIODIVERSITÉ (PRÉSERVATION DES FORÊTS COMPRISE)	Vert Groupe	50 %	25 %	50 % (dépassé)

* L'objectif de pourcentage de chiffre d'affaires consacré aux investissements sur le patrimoine existant n'a pas été atteint cette année, principalement en raison d'une vigilance accrue de nos bailleurs quant à leurs dépenses.

2025

Côté patrimoine immobilier :

- **4 ouvertures** : Schloss Fürstlich Drehna et Starnberger See (Allemagne), le 3 Mazarium (Institut de France à Paris), Campus Engie (La Garenne-Colombe).

- **Une cinquantaine de chantiers** de rénovation des bâtiments et de mise aux normes (pilotes par notre équipe « Patrimoine »).

- **Travaux de restructuration des espaces dans les Maisons parisiennes (City)**: création de grandes salles pour répondre aux nouveaux besoins de nos clients.

- Au-delà des investissements réalisés par Chateauform à hauteur de 9 millions cette année, **13,1 millions ont également été dépensés pour l'entretien, les réparations et la maintenance** de nos Maisons.

- **Lancement d'un projet de scoring RSE des projets Ouvertures** pour améliorer la performance environnementale et sociale de nos chantiers d'aménagement.

Côté patrimoine naturel :

- **Finalisation des plans simples de gestion** pour toutes les forêts concernées.

- **Lancement du maraîchage à Mareil-le-Guyon** en partenariat avec Grand Jardin (cf interview pages 55 à 57).

- **Définition des persona** au niveau de notre patrimoine et identification des risques associés avec l'aide de Biodibat et Batadapt.

Un développement qui contribue concrètement à l'entretien et au rayonnement du patrimoine européen.

Janvier 2025 – ouverture du 3 Mazarium, au sein de l'Institut de France (Paris)

Notre présence à l'Institut de France nous engage à garantir :

- Le respect de la quiétude des lieux, en particulier des salles de travail des Académiciens;
- Le respect et l'entretien des lieux;
- La mise en valeur de l'histoire patrimoniale de la Maison;
- La cohérence de nos activités avec l'esprit du lieu;
- Le rayonnement de l'Institut de France, de son histoire et de son rôle.



3 Mazarium



Schloss Fürstlich Drehna

Février – ouverture Schloss Fürstlich Drehna

A peine ouvert, le Château a participé aux Journées du Patrimoine, proposant des visites guidées et commentées par les Hôtes. L'occasion de faire découvrir ce château du 14ème siècle dont les origines architecturales remontent à la Renaissance et que Chateauform a rénové en s'inspirant des artistes du modernisme et du Bauhaus ainsi que par la scène artistique berlinoise.

2026

Patrimoine immobilier :

- Ouvertures : Waldthausen (Allemagne), Carpe Diem et d'autres projets Inside.
- Continuité de l'ADAP (accessibilité).
- Remplacement de chaudières.
- Projets de ravalements et de sécurisation.
- Finalisation et déploiement de l'outil de scoring RSE des projets Ouvertures.

Patrimoine naturel :

- Poursuite du travail initié sur la gestion des risques naturels.
- Finalisation du guide biodiversité à destination des Maisons pour inciter au développement de projets en faveur de la préservation de la biodiversité.

Interview de Marie des Dorides (Responsable Immobilier), Jérôme Bondu (Contrôleur de Gestion Capex) et Jean-Baptiste Lardeur (Responsable Patrimoine). Marie, Jean-Baptiste et Jérôme forment un trinôme garant de cet objectif de bonne gestion, bon développement et bon entretien du patrimoine qui nous est confié.



Jérôme Bondu



Marie Des Dorides

Marie, peux-tu expliquer ton rôle au sein de Chateauform ?

Je pilote et travaille sur la valorisation du patrimoine immobilier dans toutes ses dimensions : bâtiments, parcs, forêts, usages et relations avec les propriétaires. Chateauform est locataire de l'ensemble de ses lieux ; je suis l'interface avec les bailleurs et coordonne les échanges avec nos équipes internes (exploitation, finance, technique, développement).

Jérôme, peux-tu nous expliquer ton rôle dans le groupe et en quoi est-il complémentaire à celui de Marie ?

Je suis garant de la performance économique des investissements

immobiliers et techniques. Mon périmètre va des investissements liés aux renouvellements (rénovation, remplacement d'équipements...), au maintien (mise en conformité sécurité, accessibilité, normes environnementales), au développement (ouvertures de nouvelles Maisons, agrandissements, nouveaux concepts) et projets plus structurants.

Et toi, Jean-Baptiste, en quoi consiste ton rôle au sein de ce trinôme et plus largement au sein de Chateauform ?

Je suis responsable de la de maintenance de nos maisons, des travaux de rénovation, de nos maisons existantes et en développement et de l'aménagement de nos espaces. Mon équipe est composée d'experts travaux, maintenance, aménagement et décoration. Nous accompagnons les bailleurs et investisseurs dans les programmes travaux et nos hôtes dans la maintenance pour que nos lieux répondent à nos standards de qualité, sécurité, accessibilité et conformité environnementale.



Jean-Baptiste Lardeur

Quels sont les enjeux de Chateauform en matière d'entretien du patrimoine ?

Ils sont triples : respect du caractère historique de nos maisons, maintenance, adaptation énergétique et environnementale.

L'objectif principal est de permettre une expérience participant agréable avec toutes nos équipements et installations disponibles et fonctionnelles.

Marie, en général, comment fonctionnons-nous avec les propriétaires des lieux ?

Nous travaillons avec les propriétaires dans une logique de partenariat long terme, fondée sur la confiance, la transparence et la clarté des responsabilités.

Même si les lieux ne nous appartiennent pas, nous les exploitons avec une exigence de locataire responsable. Nous sommes présents dans nos sites en moyenne depuis une quinzaine d'années et nous nous engageons à travers des baux longs, généralement supérieurs à 9 ans.

Cette durée nous permet de construire avec les bailleurs une vision partagée des investissements, pensée dans le temps long.

Au-delà des grands projets, Chateauform réalise des dépenses régulières d'entretien des lieux qu'elle exploite, qu'avez-vous fait en 2025 ?

2025 a été une année de structuration et de sécurisation du patrimoine, avec 3 priorités :

En 2025, nous avons poursuivi la mise en place et l'élargissement de périmètre d'une maintenance nationale préventive sur plusieurs éléments vitaux des Maisons (chaufferie, système incendie, ventilation, toiture, plomberie, assainissement, ...). Nous avons désormais une analyse plus détaillée par Maison de nos enjeux d'investissements à court, moyen et long terme.

Quels sont les projets en 2026 ?

Nos priorités :

- Poursuivre l'adaptation du patrimoine pour des Maisons plus performantes et adaptées aux contraintes climatiques.
- Renforcer l'engagement des bailleurs sur les sujets structurels.
- Mieux piloter grâce à la data immobilière pour objectiver les arbitrages.
- Lier patrimoine, exploitation et performance économique pour soutenir le taux d'occupation et la qualité de l'expérience client.

ENTREtenir, FAIRE VIVRE ET FAIRE DÉCOUVRIR LE PATRIMOINE NATUREL

Nos actions pour préserver nos forêts et la biodiversité qu'elles renferment sont pilotées par les équipes Patrimoine et Immobilier.

Depuis 3 ans, notamment avec la création du poste de « Monsieur Arbre », une série d'actions structurantes a été déployée :

- Mise en place de Plans Simples de Gestion pour toutes les forêts de plus de 20 hectares, en partenariat avec les propriétaires, communes et départements.



- Réalisation d'états des lieux pour les forêts de moins de 20 hectares afin d'assurer un suivi adapté face au changement climatique, aux maladies et aux enjeux de sécurité des visiteurs.

- Conduite de diagnostics complets (sanitaire, mécanique, maladies, ravageurs, préconisations de tailles) avant toute intervention, avec recours à des experts forestiers pour les arbres remarquables si nécessaire.



- Maintien de rémanents au sol lors des coupes pour favoriser la création d'humus, et création de chablis naturels en cas de chute d'arbres pour enrichir la mosaïque forestière et soutenir la biodiversité.

- Réalisation des tailles uniquement en période de descente de sève (octobre à mars).

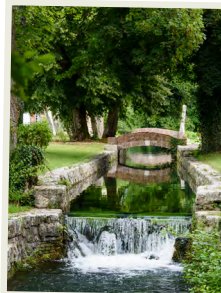
- Interdiction de l'éêtage des arbres en bonne santé.

- Création de niches écologiques dans les zones ne présentant pas de risques.

- Adoption du port semi-libre pour les arbres situés dans des environnements complexes (routes, parkings, bâtiments), privilégiant le maintien d'un port naturel et la taille des seules branches nécessaires.

- Stockage du bois à proximité des zones d'intervention et réutilisation ou dispersion des copeaux en forêt lorsqu'aucune maladie ne l'empêche.

- Nettoyage systématique des outils de coupe en cas de présence de maladies (suie, chalarose du frêne) afin d'éviter toute contamination.



Zoom sur les serres de chateauform de Mareil Le Guyon en partenariat avec Grand Jardin



Interview croisée de Christelle & Jean-Luc, couple d'Hôtes à Mareil et Romain, fondateur de Grand Jardin



en cuisine. J'ai naturellement pensé à Chateauform en voyant l'engagement du Groupe, et des valeurs proches des miennes. Puis la rencontre avec Jean-Luc et Christelle m'a convaincu de me lancer à fond dans le projet !

Jean-Luc, quand tu as découvert l'initiative de Grand Jardin, tu as tout de suite sauté sur l'occasion de la mettre en place au Château de Mareil. Pourquoi ?

Avec Chef et Christelle, nous avons toujours été très sensibles à la volonté de Chateauform de développer de nouvelles fermes (après celle de Regen' Ronqueux). Dès les premiers échanges avec Romain, le courant est tout de suite passé. La visite de la ferme Grand Jardin au Mercure Le Coudray-Montceaux a été déterminante : les pratiques maraîchères, la vision et la culture d'entreprise résonnaient pleinement avec nos valeurs. Il est rapidement devenu évident que nos projets pouvaient se rencontrer et prendre vie ensemble à Mareil.

Romain, peux-tu nous expliquer le concept proposé par Grand Jardin et pourquoi tu as souhaité le proposer à Chateauform ?

Grand Jardin est avant tout une destination au cœur du Perche, qui propose une immersion dans la vie d'une ferme engagée en agroécologie. L'objectif est de rendre désirables une alimentation et un tourisme plus responsables. Pour avoir plus d'impact, j'ai commencé à proposer à des lieux de séjour de les aider à produire sur place une partie des légumes, fleurs et fruits préparés dans leurs cuisines. Grand Jardin installe des jardins maraîchers dans la demeure, et gère l'ensemble de la production, qui est directement amenée

Suite de l'interview ->

Jean-Luc, dans les grandes lignes, quelles ont été les grandes étapes pour démarrer le projet ?

La première étape a consisté à travailler étroitement avec la Mairie afin de faire évoluer le PLU et d'obtenir les autorisations nécessaires à l'implantation des serres. Nous avons ensuite collaboré avec la Chambre d'Agriculture pour analyser les sols et poser des bases solides au projet. En parallèle, il était essentiel d'embarquer nos Talents et de les associer dès le départ à cette aventure collective.

S'est ensuite ouverte la phase de contractualisation du partenariat entre Chateauform et Grand Jardin, menée avec le service juridique. Enfin, est arrivée la phase de la construction de la ferme. Avant même de voir pousser les

premiers légumes, nous avons fait grandir le projet ensemble. Grand Jardin a pris en charge les serres, la clôture, le local et la préparation des sols, tandis que Mareil s'est occupé



de l'irrigation et de l'électrification du site.

Romain, où en est le projet aujourd'hui ? Les résultats sont-ils satisfaisants ?

Nous venons de terminer notre première année de production de légumes à Mareil. Début 2025 nous avons installé nos équipements et préparé nos planches de culture, et les premières récoltes ont eu lieu à partir de mai. Je suis super fier du travail de mon maraîcher, Nicolas, qui a su transformer un bout de prairie en un jardin maraîcher ultra productif. Et je



retiens aussi une belle aventure collective avec les équipes de Mareil, qui nous ont fait confiance et ont déjà cuisiné plusieurs tonnes de nos légumes.

Christelle, comment la cuisine et le reste de l'équipe se sont-elles approprié le projet ?

Dans un premier temps, même si le projet bénéficiait du soutien de l'équipe, chacun était plutôt

dans une phase d'observation. Progressivement, Christophe, notre Chef, s'est intéressé de près au travail de Nicolas, notre maraîcher. L'arrivée des premiers légumes a marqué un véritable tournant : la brigade, puis les Hôtes de table, se sont pleinement approprié le projet, avec une grande fierté à l'idée de proposer aux participants des légumes issus de notre propre ferme.

Avec Jean-Luc, notre plus grande satisfaction aujourd'hui est de voir l'équipe de cuisine construire ses menus en fonction de la production de la ferme. Ce n'est plus la recette qui dicte les besoins, mais bien ce que la terre nous offre. Une approche totalement nouvelle, porteuse de sens et d'inspiration.



Christelle, comment la démarche est-elle accueillie par les participants que

vous accueillez en séminaire ? Quels retours avez-vous de leur part ?

L'accueil est extrêmement positif. Les participants sont ravis de déguster des légumes locaux, frais, cueillis à maturité et cultivés dans le respect de la terre. Des légumes qui étaient auparavant plus difficiles à proposer s'imposent désormais comme une évidence dans l'assiette.



Nous communiquons simplement et régulièrement sur la ferme, en invitant nos participants à la visiter et à échanger avec Nicolas. Une expérience qu'ils vivent avec beaucoup de curiosité et de plaisir. Chaque semaine, Matthieu, notre ambassadeur du « jardin à l'assiette », compose le panier de la semaine à partir des plus beaux légumes arrivés à maturité, renforçant encore ce lien direct entre la terre et la table.

AGIR AU NIVEAU LOCAL GRÂCE À NOTRE PRÉSENCE, NOTRE RECRUTEMENT, NOS PARTENARIATS ET NOS ACHATS

Notre enjeu :

Faire de notre présence dans 7 pays une force pour les territoires, en développant des partenariats locaux qui créent valeur économique et lien social.



	PERIMÈTRE	CIBLE 2027	CIBLE 2025	RÉSULTATS 2025
% DE MAISONS AYANT AU MOINS 1 PARTENARIAT « NON-BUSINESS » AVEC DES ACTEURS OU DES ÉVÉNEMENTS LOCAUX	Global	90 %	70 %	47 %* (non atteint)
NOMBRE DE PARTENARIATS AVEC DES FOURNISSEURS LOCAUX ET EN CIRCUIT COURT POUR NOS ACHATS	Chateauform France et Paris	A définir	Faire un état des lieux	135 (Atteint)

Ce chiffre bien en-deçà de l'objectif s'explique par la difficulté d'avoir un reporting exhaustif et ne reflète probablement pas de manière complète la réalité du terrain.

2025

- Réaffirmation de nos **engagements en matière d'achats locaux et de circuits courts** et communication auprès des équipes de cuisine dans la newsletter Achats interne.

- Reporting des achats en circuit court en France pour identifier le potentiel de développement par Maison.

- Travail avec l'ensemble des fournisseurs F&B sur le développement d'offres locales.

- Poursuite des initiatives locales au service de la création de liens au

niveau des territoires dans lesquels Chateauform est implantée : partenariats associatifs, accueil d'écoles, portes ouvertes pour les Journées du Patrimoine, ouverture des Châteaux pour des festivités communales etc.

2026

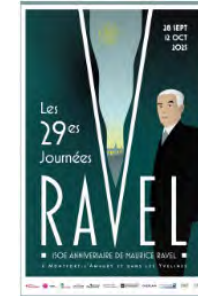
Poursuite du développement des achats locaux.

- Plus de projets locaux en lien avec les territoires.

QUAND CHATEAUFORM OUVRE SES PORTES POUR DES ÉVÉNEMENTS LOCAUX... 4 EXEMPLES PARMIS PLUSIEURS DIZAINES !



Accueil de la Journée du Développement Durable À Chateauform Château de Crécy-la-Chapelle(77), en partenariat avec la Mairie et plusieurs entreprises locales. Une journée sous le signe de l'écologie et de la convivialité.



Partenariat du Chateauform Château des Mesnuls (78) avec les Journées Ravel, édition spéciale pour les 150 ans de l'artiste. Accueil de 120 participants lors d'un concert donné dans la salle Ernau du château, suivi d'un déjeuner à l'Orangerie et enfin de 3 sessions de visite guidée du château.



Participation aux Journées du Patrimoine A l'instar de plusieurs Maisons au Vert, la Salle Wagram a ouvert ses portes à l'occasion des Journées du Patrimoine. Accompagnée de conférencières, l'équipe a pu faire découvrir, gratuitement, au grand public, l'histoire de la salle Wagram et son architecture. Cet événement a été soutenu par la Mairie du XVIIème arrondissement, dans le cadre de leur événement « Patrimoine Insolite ».



Vide Grenier à Chateauform Château de Neuville-Bosc (60) en partenariat avec la mairie.

La Maison a également accueilli le **repas de Noël des enfants de l'école** quelques jours plus tard.



Participation au **Marché de Noël de Rothenbuch (Allemagne)** : en partenariat avec la commune, mise à disposition des espaces extérieurs du château (parkings, allées, cour intérieure) pour accueillir la crèche géante et une partie des stands. Chateauform tient à cette occasion son propre stand.

Une année très riche pour notre projet phare à visée régénérative



Février : Un nouveau couple d'Hôtes prend les rennes de la Maison et du projet. Profondément engagés, Camille & Simon ont eu, dès leur arrivée, de grandes ambitions pour la Maison.

Février : Un groupe d'étudiants du programme Lumia sur l'économie régénérative qui a étudié le projet Regen' Ronqueux, propose une restitution du business case à l'équipe. Un moment d'inspiration et de dynamisation du projet.



Mars : Semaine de mobilisation et de sensibilisation de l'équipe et définition des projets individuels et collectifs en faveur de la Maison à visée régénérative.

Un peu plus tard, dans l'année, Sacha (maraîcher de la maison) obtiendra l'éclat des voisins pour les synergies développées avec le centre d'accueil des demandeurs d'asile de Bullion et le recrutement de notre casseroier Nasratullah. Et l'équipe intégrera Sophie, alternant en cuisine, dans le cadre du partenariat avec des « Etoiles et de femmes ».



Printemps : Premières réflexions sur les offres de séminaire à impact et création d'un catalogue d'activités locales autour de la reconnexion à soi, au vivant et aux autres ; avec une approche tête-cœur-corps.

Collaboration avec 2 associations pour le développement de la biodiversité :

- Azimut 230 : Expérimentation de suivi des chauves-souris. Travail engagé avec des écologues pour analyser et préserver la biodiversité du site.
- Agrof'ile : Participation à un chantier de construction d'une haie sèche pour un agriculteur voisin.



Intégration de l'Association Destination Vallée de Chevreuse qui œuvre pour la dynamisation de l'attractivité du territoire.

Décembre : Lancement de l'offre Séminaire Abby en partenariat avec Fabrice Bonnifet (voir page 41).

Regen' Ronqueux en quelques chiffres :

- 30** équipes qui ont choisi Ronqueux pour son projet à visée régénérative (notamment des acteurs très engagés tels que : Regen'School, le C3D, Positive Company, Expanscience...)
- 4,5** tonnes de légumes bio produits dans les serres et consommés par la cuisine et celles des châteaux de Rochefort-en-Yvelines et le Domaine de La Voisine, ainsi que par notre traiteur Nomad ;
- 6** tonnes de légumes déclassés sauvés grâce au partenariat avec Atypique ;
- 2** séminaires Abby.



↩
Beatrice Eastham
 (membre externe)

Qu'as-tu observé qui démontre que Chateauform poursuit véritablement ses ambitions et qu'elle se donne les moyens de les atteindre ?

Je suis et accompagne les aventures de Chateauform depuis près de 9 ans. J'ai d'abord été témoin de sa certification ISO20121, fin 2019, qui était déjà une grande étape de structuration de ses engagements RSE.

L'adoption de la qualité de Société à Mission il y a maintenant 3 ans a, me semble-t-il, été décisive dans la volonté de «monter d'un cran» comme ils aiment le dire. Et je dois dire que c'est assez réussi.

Ce qui est marquant, c'est la détermination de Chateauform à progresser en permanence sur les sujets RSE mais également sa volonté d'être pionnier en la matière. Cela est particulièrement explicite dans l'évolution des pratiques dans chacune de leurs maisons (voir les 10 principes

pour des rencontres Respectueuses), sa contribution à faire évoluer et connaître le Label LEAD (Label Événements à Ambition Durable), son adoption de l'outil Climeet pour l'évaluation de l'empreinte carbone des événements de ses clients et évidemment avec son expérimentation du modèle à visée régénérative à Regen' Ronqueux.

J'ai le sentiment que l'engagement de Chateauform ne vacille jamais. Malgré le «backlash» de la RSE dont on parle beaucoup depuis plus d'un an, Chateauform reste déterminé à maximiser ses impacts positifs et être toujours une entreprise inspirante pour son écosystème. En témoigne sa participation prochaine à la CEC (Convention des Entreprises pour le Climat) !



Qu'identifies-tu comme points forts ?

Le principal point fort de Chateauform repose sur ses équipes et la qualité de leur engagement dans le projet de l'entreprise. La culture d'entreprise y est pour beaucoup : s'accorder sur le WHY (la mission) et laisser la pleine autonomie sur le HOW (comment atteindre les impacts recherchés).



Qu'identifies-tu comme points d'amélioration ? / Avez-vous un conseil ?

Je pense que Chateauform pourrait mieux valoriser l'accompagnement de ses clients en matière de RSE : labellisation LEAD des événements, mesure de l'empreinte carbone, mise en avant des opportunités de séminaires à impact, valorisation de l'offre Regen' Ronqueux... Cela permettrait de sensibiliser encore plus les entreprises aux enjeux de l'événementiel responsable.



SYNTHÈSE DE NOS RESULTATS

N°	OBJECTIFS OPÉRATIONNEL	INDICATEURS	PÉRIMÈTRE DE L'INDICATEUR	CIBLE 2027	CIBLE 2025	RÉSULTAT 2025
1_ CULTIVER NOTRE MODÈLE HUMANISTE						
1.1	Favoriser le bien-être par l'épanouissement au travail	% de Talents déclarant que « Chateauform est une entreprise où il fait bon travailler »	Global	90 %	90 %	84,5 %
		Moyenne bonheur au travail des Entretien annuel d'évolution	France	8/10	8/10	8/10
1.2	Révéler les Talents par l'audace et la responsabilisation	Pourcentage de Talents ayant vu leur contrat évoluer au cours des 3 dernières années (évolution interne)	France	En cours de définition	10 %	20,0 %
1.3	Avoir des Talents Ambassadeurs de la culture Chateauform	% de recrutements issus du bouche à oreille	France	15 %	15 %	12,5 %
1.4	Valoriser la diversité et l'inclusion au sein de nos équipes	Indicateur à définir l'inclusion au sens large intégrant le handicap	France	A venir	Finalisation de l'indicateur et définition du T0 et de la cible 2027	Empreinte singularité finalisée
2_INSPIRER NOS CLIENTS AUTANT QU'ILS NOUS INSPIRENT						
2.1	Proposer une expérience favorisant la rencontre avec soi et les autres	Nouveau Billet Doux intégrant la dimension de notre Raison d'être	Vert Groupe	Non défini	Exploitation de la matière des nouveaux BILLETS Doux	Test Billet Doux V2 - Poursuite des travaux
		Score de promotion	Vert Groupe	A valider en fonction du nouveau Billet Doux	A valider en fonction du nouveau Billet Doux	84,10 %
		Taux de satisfaction	Vert Groupe	A définir en fonction du nouveau Billet Doux	A valider en fonction du nouveau Billet Doux	96,30 %
2.2	Ecouter et échanger avec nos clients pour enrichir notre mission	Taux de retour du Billet Doux	Vert Groupe	80 %	80 %	83,40 %
		Taux de retour feedbacks	Groupe	70 %	Mise en place d'une méthode pour analyser les verbatims	69,70 %
2.3	Concrétiser notre démarche d'influence et de partage auprès des entreprises	Nombre de clients des Ateliers Humanistes (conférence et programme de formation)	France	30	15	Abandon
		Nombre de prises de parole inspirationnelles sur notre Mission auprès de nos clients (sur l'année)	France	60	40	43
		Nombre de signatures Inside (sur l'année)	Global	4	4	9
2.4	Faire vivre la Chaleur ajoutée à un maximum d'entreprises et de participants	Nombre d'entreprises venues dans l'année	Global	5000	4400	5180
		Nombre d'entreprises ayant expérimenté Chateauform pour la 1ère fois dans l'année	Global	2000	1500	1848
		% de clients entreprises qui sont revenus pour la 2ème année consécutive (taux de repeat business)	Global	50 %	50 %	43 %
3_ CRÉER DES RENCONTRES RESPECTUEUSES DES HOMMES, DES TERRITOIRES ET DU VIVANT						
3.1	Eco-concevoir les événements de nos clients en les impliquant	Nombre d'événements labellisés LEAD (incluant Le Métropolitain LEAD Venues)	Global	35	24	10
		Réalisation du BC et mise en œuvre d'une trajectoire de décarbonation	France	513 kgCO ₂ eq / k€	593 kgCO ₂ eq / k€	A venir
3.2	Entretien, faire vivre et faire découvrir le patrimoine immobilier et naturel	% du CA investi par Chateauform et ses bailleurs pour entretenir le patrimoine existant	Groupe	6 %	6 % (3 % bailleur / 3 % Chateauform)	3 %
		% de Maisons au Vert ayant au moins 1 projet formalisé, piloté et suivi favorisant la préservation ou la régénération de la biodiversité (préservation des forêts comprise)	Global	50 %	25 %	50 %
3.3	Agir au niveau local grâce à notre présence, notre recrutement, nos partenariats et nos achats	% de Maisons ayant au moins 1 partenariat « non-business » avec des acteurs ou des événements locaux	Global	90 %	70 %	47 %
		Nombre de partenariats avec des fournisseurs locaux et en circuit court pour nos achats	Chateauform France et Paris	A définir	A définir	135

CONCLUSION

3 ans de Mission :

fin du premier cycle



C'est avec une immense fierté que nous concluons ce rapport, qui clôturé le premier cycle de la mission de Chateauform.

2026 viendra avec son lot de nouveautés portées par l'ambition de continuer à faire grandir notre mission et ses impacts.

Notre enjeu collectif : faire de notre mission un atout stratégique pour l'entreprise, boussole de la transformation et guide dans le développement d'Inside.

Nous souhaitons continuer à inspirer les entreprises et à nous inspirer, nous aussi, de nos clients et de notre riche écosystème pour faire face aux enjeux d'aujourd'hui et de demain.

En route pour 2026...



Cette trilogie de la mission de Chateauform vous a inspiré.e ?
Elle vous a donné envie de mettre en place quelque chose de nouveau ou de différent dans votre entreprise ? Racontez-nous !



Envie de nous partager vos retours et inspirations ou d'en discuter autour d'un café ?
Contactez notre Manager de Mission
Claire SCHWARTZ
cschwartz@chateauform.com

CHATEAUFORM

Merci à tous nos Talents,
à nos Clients,
à nos Partenaires et merci à
vous chères Lectrices, chers
Lecteurs.

*Au plaisir de notre
prochaine conversation.*

WWW.CHATEAUFORM.COM

01 30 28 69 69