

# spa.

BEAUTE

Lefay Resorts.



LE MAGAZINE DES DÉCIDEURS  
spa | beauté | bien-être | santé

N°110 | DÉCEMBRE 2024



BEAUTY STREET

Mode Professionnelle

- PARIS -

*Enchanter*  
CHAQUE INSTANT



*Choisissez le meilleur pour vous*

www.beautystreet.fr \* Tél : 01 42 27 57 73



# SOMMAIRE

## DÉCEMBRE 2024

1	Couverture <i>Lefay Resorts.</i>
4	Le Village Spa de Beauté
5	ÉDITO Pourquoi tout reste encore à faire avec le spa hôtelier ? <i>par Florence KOWALSKI</i>
6	Le cycle de conférences 100 % spa
8	Que peut-on attendre d'un soin signature ?
10	Le Concours du Meilleur Spa Praticien 2025
14	LE PARCOURS CLIENT idéal en 2025 <i>par Tiphaine MODESTE, Cynthia BOGIRAUD, Stéphanie CRESPEL, et Elise FOUREAU-TALBOT</i>
20	Spa création
22	Créez un PROGRAMME DE FIDÉLITÉ ATTRACTIF pour votre spa <i>par Galya Ortega</i>
26	TROUVER DES CLIENTS avec instagram en partant de zéro <i>par Florence KOWALSKI</i>
32	Spa soins
46	SPAS D'INDONÉSIE : tradition et modernité en équilibre parfait ! <i>par Ruth INDIATHI</i>
50	JE SPÉCIALISE MON SPA dans l'anti-âge <i>par Florence KOWALSKI, Alexandra CAUCHIE et Naomi VILLAS</i>
56	Spa thermalisme
60	Proposer une retraite bien-être pour développer l'attractivité et la rentabilité de votre spa <i>par Florence KOWALSKI</i>
64	Spa thalasso
72	Prestations de qualité et gestion externalisée : COMMENT FAIRE ? <i>par Florence KOWALSKI</i>
78	Comment CONSERVER VOS SALARIÉS ?
77	ABONNEZ-VOUS !
80	Spa actualités

spa.  
de BEAUTE



LE MAGAZINE DES DÉCIDEURS  
spa | beauté | bien-être | santé

N°110 DÉCEMBRE 2024

14



32



64



# Le Village spa. de BEAUTE



12 • 13 • 14 avril 2025  
PARIS, Porte de Versailles



**Le seul événement  
totalement dédié au Spa sur  
12 000 m<sup>2</sup>**

Programme - Exposants  
[www.congres-esthetique-spa.com/village](http://www.congres-esthetique-spa.com/village)

SPONSOR OFFICIEL



**Corpoderm**  
Healthcare & Beauty

# EDITO

spa.  
BEAUTE

Publié par  
la Société d'Édition Les Nouvelles Esthétiques

Direction Rédaction Publicité  
7 avenue Stéphane Mallarmé - 75017 Paris  
Tél. 01 43 80 06 47  
www.spa-de-beaute.fr

**Directrice de la publication**

Isabelle Pierantoni

**Rédactrice en chef**

Laure Jeandemange

**Rédactrice en chef adjointe**

Michèle de Lattre

**Rédactrice**

Alizée Boschin

**Chef de rubrique**

Doriane Frère

**Directrice des événements**

Cécile Klajer

**Directrice de la publicité**

Yolande Martorana

**Suivi technique Congrès  
et publicité**

Héloïse Mongin

**Responsable financier**

Delphine Lebreton

**Maquette**

Farid Messaoudi

**Impression**

Jiménez Godoy, S.A.

Crta. de Alicante Km 3

30160 Murcia, Espagne

Tél. +34 968 85 04 00

ISSN 24315176

© «Les Nouvelles Esthétiques – Spa de Beauté»

**Prix de l'abonnement**

France métropolitaine

(11 numéros) : 33 €

**Règlement :**

chèque bancaire – carte bleue

La reproduction même partielle des articles et des documents qui figurent dans ce magazine est interdite. Les manuscrits et les photos envoyés à notre journal ne sont pas rendus, sauf accord préalable avec la direction. Les articles que nous publions dans Spa de Beauté sont la propriété de notre journal qui peut en disposer à sa guise.



# Pourquoi tout reste encore à faire avec le spa hôtelier ?

Début novembre, s'est tenu le salon EquipHotel, principal salon français de l'hôtellerie et de la restauration, qui se déroule tous les deux ans.

Échanger avec les visiteurs professionnels m'a permis de comprendre que l'univers du spa hôtelier véhicule encore un énorme paradoxe.

D'une part, les hôteliers sont de plus en plus en demande de bien-être dans leurs établissements : pour leurs clients, même quand ils n'ont pas de spa, mais aussi de plus en plus pour leurs collaborateurs. Ils réclament du bien-être physique et mental.

D'autre part, alors que le spa est le lieu de bien-être par excellence au sein de l'hôtel, force est de reconnaître que les hôteliers sont encore trop peu à s'y intéresser réellement :

- les directrices et directeurs spa peinent encore à se faire une place au sein du comité de direction (alors que les directeurs hébergement et restauration en font d'office partie) ;
- encore aujourd'hui, on attend surtout du spa de la satisfaction et de l'expérience client, mais pas forcément du revenu ;
- les personnes qui connaissent bien l'hôtellerie savent que les investissements liés au spa (choix de la marque de soins ou des tables de massage) suscitent traditionnellement chez eux moins d'intérêt que l'achat de nouveaux éléments de décoration pour la chambre ou la validation d'une nouvelle carte pour le restaurant.

Alors que faut-il faire ? Se dire que c'est comme ça et que ça ne changera pas ? J'y vois au contraire une opportunité de communiquer toujours plus auprès des hôteliers sur les enjeux du bien-être et la façon dont, nous, marques de soins, équipementiers, formateurs, consultants spa..., pouvons les aider à s'emparer de la promesse wellness. Objectif : faire du bien-être de leurs clients et de leurs collaborateurs, plus uniquement une offre secondaire mais un vrai levier de revenu.

Ça vous semble utopique ? Moi en tout cas j'y crois !

FLORENCE KOWALSKI,  
Social Media Manager et Ghostwriter  
spécialisée en hôtellerie et bien-être



# Le cycle de conférences spa

Le Village Spa a mis au point un cycle de conférences exclusivement dédié au spa. Ses caractéristiques ? Des tables rondes réunissant des experts de terrain, ultra-pratiques, et non publicitaires. L'objectif : vous apporter des solutions concrètes pour aujourd'hui et une vision claire de ce que sera le spa demain.

Pour organiser ces trois journées de Congrès, nous avons sélectionné trois personnalités reconnues pour leur expertise, leur franc-parler et leur enthousiasme à faire grandir le Spa. Pour les quatre tables rondes qu'elles organisent chaque jour, elles s'entoureront d'experts qui vous donneront tous les conseils pour faire de votre spa un modèle de réussite.

## Samedi 12 avril 2025

Journée de tables rondes organisée par Florence Kowalski, Ghostwriter & Social media Manager, Hôtellerie & bien-être

### POURQUOI COMMUNIQUER EST UN ENJEU STRATÉGIQUE POUR LES SPAS EN 2025 ?

La communication est un enjeu stratégique, qu'elle soit à destination des clients, des prospects, des futures recrues, des équipes en place... En 2025, la communication change de dimension et passe du statut de «simple» boîte à outils marketing à celui de pilier stratégique pour développer un spa rentable. En 2025, le spa sera communicant ou ne sera pas.

La plus grosse erreur ? Voir la communication comme un ensemble d'outils (newsletters, réseaux sociaux, posts de recrutement, site Internet, carte des soins...) à utiliser

individuellement plutôt que comme une stratégie globale au service d'un objectif : développer un chiffre d'affaires rentable.

Le but de cette journée est de vous aider à construire une stratégie de communication autour de 4 piliers articulés en 4 tables rondes :

- Communiquer pour se faire connaître
- Communiquer pour vendre selon les nouveaux codes
- Communiquer pour recruter en spa
- Communiquer pour fidéliser ses équipes.

# Dimanche 13 avril 2025



Journée de tables rondes organisée par Galya Ortega, Spa Consultante d'expérience, spécialisée dans le positionnement stratégique des spas, soins intégratifs, création de soins signature et formation du personnel

## LA CRÉATION DE VOTRE SPA DE A À Z, JUSQU'À LA RENTABILITÉ

Ciblez les actions justes et pertinentes pour la création de votre spa. Elles sont fondamentales pour réussir votre ouverture qui définira votre déploiement ultérieur. Il sera toujours temps, d'ajuster quelques éléments par la suite en fonction de votre expérience. Mais il est vital de poser des bases solides et cohérentes. Tout repose sur une bonne analyse, des choix, et une mise en place avec le bon personnel.

Au cours de cette journée, vous comprendrez et apprendrez à mettre au point votre concept,

ajuster votre architecture d'intérieur, choisir votre stratégie produits et soins, recruter le bon personnel, et activer la commercialisation et la rentabilité de votre spa.

Voici les 4 tables rondes pratiques que je vous propose :

- Concept et création architecturale
- La stratégie de choix de la marque
- Recruter la bonne équipe
- La commercialisation de votre spa jusqu'à la rentabilité.

# Lundi 14 avril



Journée de tables organisées par Tiphaine Modeste, Directrice Expertise Spa Bien-Être

## [RE] DONNER LA PLEINE PUISSANCE DANS MON SPA

Le paysage des spas évolue chaque année avec son lot d'opportunités et de défis à relever.

Plannings en dents de scie, difficultés dans la gestion des équipes, faibles performances de ventes ou santé financière mise à mal, les spas ont du plomb dans l'aile.

Si vous êtes manager, gérant ou porteur d'un projet de création de spa, soyez au rendez-vous de cette journée riche en échanges et pratiques qui vous permettra de propulser votre activité à un autre niveau autour de 4 tables rondes :

- Les grandes causes d'échecs dans l'exploitation d'un spa en 2025
  - Comment cultiver le bon état d'esprit pour gérer et développer mon spa en 2025 ?
  - Histoire de réussite : "J'ai redonné de la puissance à mon spa et ça a tout changé"
  - Votre plan d'actions pour augmenter le CA de votre spa
- Objectif de la journée : prendre du recul sur votre activité, vous inspirer et vous équiper des outils qui font la réussite des spas.

7

LE TROPHÉE DU  
**Meilleur Soin  
Signature**

Mettez en valeur votre spa et votre hôtel !  
Remise des prix au Village Spa, lors du  
**54<sup>ème</sup> Congrès International  
Esthétique & Spa**  
les 12, 13 et 14 avril 2025  
Porte de Versailles

SPONSOR OFFICIEL

**SKYY**  
SIMPLE. SMART. SPA.

**Infos et Inscriptions : [www.congres-esthetique-spa.com](http://www.congres-esthetique-spa.com)**

# QUE PEUT-ON ATTENDRE D'UN SOIN SIGNATURE ?

Ça y est les inscriptions pour le Trophée du Meilleur Soin Signature 2025 sont ouvertes !

C'est une formidable opportunité pour valoriser votre spa dans le Village Spa à l'occasion du Congrès International Esthétique & Spa, pour créer une cohésion d'équipe autour de ce challenge, pour communiquer auprès de vos clients.

Un soin signature est le fruit d'un long travail. Le Congrès International Esthétique & Spa souhaite récompenser, devant tous les acteurs du secteur, les établissements qui sauront faire voyager le client de manière originale tout en marquant de façon claire chaque étape du parcours client, chaque étape du soin, de son identité. Voici ce que les membres du jury 2025 attendent d'un soin signature.

8



**COLETTE AUDEBERT**  
Spa directrice de palaces.  
Aujourd'hui, consultante  
wellness et sport.

S'il est sorti de son contexte, je souhaiterais retrouver des indices de sa conception ou de son histoire avec

l'utilisation optimale de l'environnement proche comme le terroir par exemple.



**ALEXANDRA CAUCHY**  
Formatrice internationale  
cosmétique et spécialiste  
anti-âge.

Un soin signature est la narration d'un voyage sensoriel cohérent et aligné avec la vision et

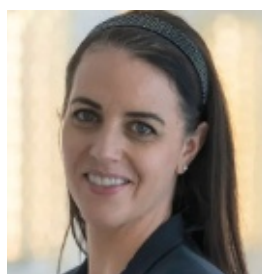
l'expertise du praticien ainsi que l'établissement où il est dispensé. Il doit être unique par son approche, incorporant de l'innovation, tout en révélant l'essence du créateur.



**JESSICA DEGEMANN**  
Spa manager et praticienne  
de soins holistiques.

D'un soin signature, j'attends une expérience immersive et personnalisée, où chaque détail contribue à une évasion sensorielle et émotionnelle.

Je recherche un sanctuaire de calme et de sérénité, avec des parfums subtils et un éclairage doux. L'accueil chaleureux avec des petites attentions en fin de soin, et une approche holistique sont essentiels. En résumé, c'est une véritable escapade revitalisante et inoubliable.



**CHARLOTTE GINOLIN**  
Spa directrice Four Seasons  
Megève.

Un soin signature pour moi est un voyage qui laisse un véritable souvenir. Une expérience surprenante, unique, et qui ne craint pas

de sortir des sentiers battus en prenant en compte tous les sens. Une proposition audacieuse qui va plus loin que le bien-être... une rencontre qui touche l'âme.





**LAURE JEANMANGE**  
Rédactrice en chef des  
Nouvelles Esthétiques et de  
Spa de Beauté, organisatrice  
du Congrès International  
Esthétique & Spa.

Un soin signature est un  
concentré de l'ADN du

lieu. C'est une belle histoire qui est racontée de façon  
originale à travers les cinq sens. Et c'est tout le talent de  
la praticienne de présenter cette histoire où rien n'est  
laissé au hasard.



**GALYA ORTEGA**  
Spa Consultante d'expérience,  
spécialisée dans le  
positionnement stratégique  
des spas, soins intégratifs,  
création de soins signature et  
formation.

Un soin signature doit

m'immerger totalement dans l'univers, l'ADN de  
l'établissement. Je ressens un sentiment d'unité en  
commun avec le soin. Le soin est pour moi un univers  
tout entier.



**CLAIRE LIEBBE**  
Directrice de la formation  
pendant 20 ans chez Dior.  
Aujourd'hui spa consultante  
Internationale.

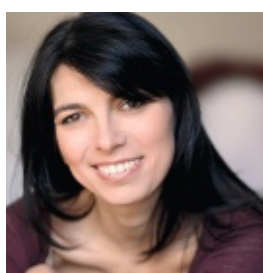
J'attends d'un soin signature,  
qu'il ne ressemble à rien  
d'existant, qu'il me fasse

vivre un moment inattendu, comme une merveilleuse  
histoire qu'on me raconterait à travers des mains et des  
sensations. Je veux être surprise ! Cela peut être l'histoire  
du lieu, de son fondateur, de la marque utilisée ou  
d'autre chose, et que cela se vive dans une composition  
unique et sensorielle qui me laisse une mémoire dans le  
corps, comme un ancrage positif auquel me relier.



**CÉCILE TROUILLER**  
Formatrice et spa  
consultante.

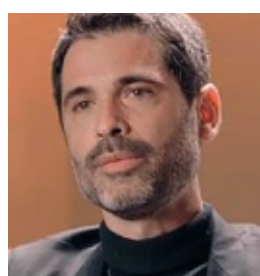
Un soin signature doit  
raconter une histoire  
qui va nous plonger dans  
l'univers du spa. Il doit être  
unique.



**ANAÏS ORTEGA**  
Directrice wellness du  
groupe hôtelier Noemys.

J'attends d'y retrouver  
l'identité et la philosophie  
du spa et de l'hôtel s'il y  
est attendant. Il doit signer  
l'ADN de l'hôtel ou le

positionnement du spa. Je souhaite vivre dans ce soin  
une immersion totale et vivre ce soin avec tout  
mon être.



**SÉBASTIEN WILD**  
Créateur du Prieuré des  
Sources et des formations Les  
Compagnons du Wellness.

Un soin signature doit incarner  
celle ou celui qui l'a créé. On  
doit identifier sa démarche,  
son être et son expertise. Il doit

également être un trait d'union entre le contenant (le lieu)  
et le contenu (le soin). Le soin signature doit incarner une  
synthèse de ce que le créateur a appris tout au long de son  
parcours mais débarrassé de toutes ses influences pour que  
son vrai « moi » s'exprime. Seul le temps long le permet.

**Votre soin signature répond à ces attentes ?**

Inscrivez-vous : [www.congres-esthetique-spa.com](http://www.congres-esthetique-spa.com)  
et rendez-vous sur la scène du Village Spa ! ♣



Infos  
Inscriptions



# Le Concours du Meilleur Spa Praticien

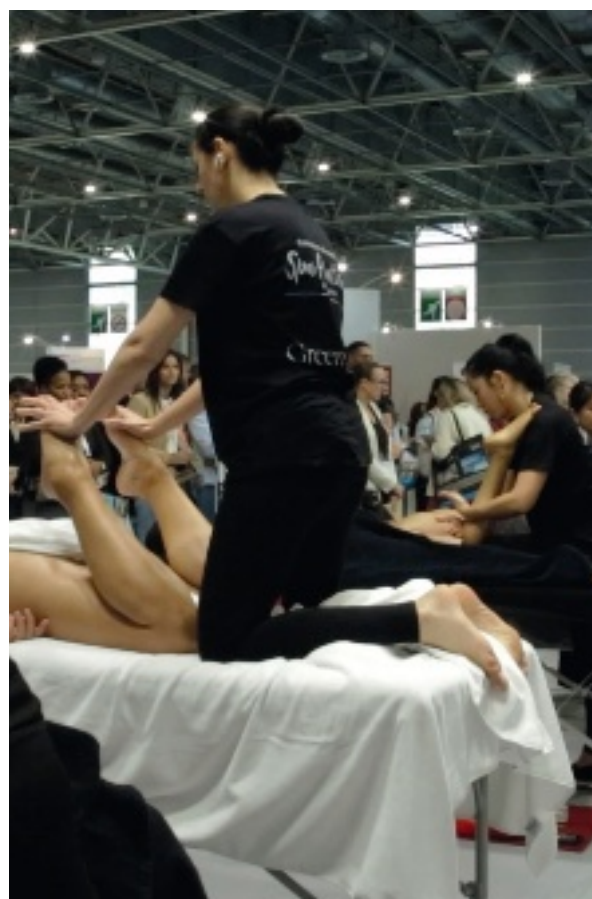
..... par Jean-Eric Knecht, Président Éléance France

À l'occasion du Congrès International Esthétiques & Spa, dans le cadre du Village Spa, la FFEspa et Éléance France vous donnent rendez-vous pour participer et assister au Concours du Meilleur Spa Praticien de France 2025. Ce Concours est devenu est un véritable événement dans l'univers du massage et, cette année, grande nouveauté, il y aura également un concours dédié au visage !

## LA 11<sup>ème</sup> ÉDITION DU CONCOURS DU MEILLEUR SPA PRATICIEN DE FRANCE 2025

Ce concours est désormais un événement dont la renommée dépasse nos frontières et motivé par la création de rencontres entre passionnés du monde du spa, du bien-être et du massage. Une compétition dont le niveau ne cesse de monter d'année en année, fédératrice de talents, de passions, de projets communs autour de ce qui nous unit : le bien-être. C'est aujourd'hui un rendez-vous annuel incontournable de la profession pour lequel les candidats se préparent parfois pendant toute une année avec pour objectif de décrocher la désormais fameuse « Médaille d'Or », de plus en plus prisée et reconnue dans notre secteur et dont la reconnaissance professionnelle augmente elle aussi chaque année. →

Jean-Eric Knecht,  
Président du Groupe  
Éléance France





ELEGANCE  
FRANCE  
ORGANISATEUR OFFICIEL

11<sup>ème</sup> édition

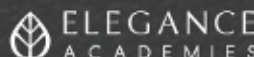
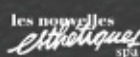
# Concours du meilleur Spa Praticien de France



**Les 12, 13 et 14 Avril 2025**

54<sup>ème</sup> Congrès International Esthétique & Spa  
Paris Expo Porte de Versailles

Inscription sur le site du congrès  
[www.congres-esthetique-spa.com](http://www.congres-esthetique-spa.com)





En partenariat avec de grandes marques cosmétiques, spas de luxe et fabricants d'équipements, le concours, c'est avant tout trois jours de compétitions durant lesquels se retrouvent exploitants de spa, managers opérationnels de spa, spa praticiennes, et porteurs de projets du secteur du spa et du bien-être.

### Les catégories Massage Corps

Les catégories «Neuromusculaire» et «Énergétique» désormais historiques sont complétées pour la deuxième année consécutive par la catégorie «Free Style» laissant aux candidats une grande liberté de créativité et la possibilité d'accessoiriser la prestation. Tous les candidats, professionnels ou étudiants venant de France et de nombreux pays, sont invités à concourir pour le plus grand plaisir des nombreux visiteurs du Congrès et spectateurs enthousiastes de cette compétition.

Cette année, le nombre de concurrents augmente, la couverture médiatique également, enfin les compétitions seront filmées en live !

### LA GRANDE NOUVEAUTÉ 2025 : LA 1<sup>ère</sup> ÉDITION DU «CONCOURS DU MEILLEUR PRATICIEN VISAGE DE FRANCE»

Enfin un Concours pour les spécialistes du visage !

La France est le bassin de l'esthétique moderne, le creuset des marques cosmétiques les plus prestigieuses, le laboratoire des technologies les plus novatrices, et le trésor des techniques manuelles du visage les plus enseignées et travaillées. Il nous fallait un grand concours afin de permettre, enfin, aux professionnel(le)s de venir se rencontrer dans une compétition fraternelle mais non moins éliminatoire. Il nous fallait un concours qui mette enfin à l'honneur cette technicité, ces gestes, ce savoir-faire. Mais, ne vous y trompez pas, il y a des grand(e)s professionnel(le)s dans tous les pays du monde, et ils/elles vont venir se mesurer à vous, chez vous, en France, à Paris !

### Qui peut participer ?

Ce Concours est ouvert à toutes et tous les professionnels et apprenants en techniques manuelles du visage, esthéticien(ne)s, praticien(ne)s, facialistes, dermatotechnicien(ne)s, face therapists... Venez démontrer votre savoir-faire, votre passion, venez rencontrer les autres spécialistes, venez partager.

### L'organisation du Concours

Ce Concours se déroulera sur trois journées avec une thématique par jour :

- le samedi : Réjuvenation-Anti-Age,
- le dimanche : Eclat-Glow up,
- le lundi est une compétition ouverte aux étudiant(e)s autour de la thématique «Facialiste».

### Prêt à vous challenger ?

Inscrivez-vous, préparez-vous, et faites de votre mieux pour gagner. Participez à ce grand événement, venez vous confronter aux talents français et internationaux de notre secteur, en un mot, venez partager vos valeurs. Rejoignez la communauté du «Meilleur Spa Praticien de France» sur sa page Facebook et inscrivez-vous online sur le site du Congrès : [www.congres-esthetique-spa.fr](http://www.congres-esthetique-spa.fr). Restez connecté et soyez au rendez-vous des prochains lives «Questions/Réponses» avec la participation du jury de l'édition 2025. N'attendez plus, participez, et venez soutenir tous les talents de ces compétitions ! 💧



**Concours du meilleur**  
**Praticien Visage**  
**de France**



**Les 12, 13 et 14 Avril 2025**

54<sup>ème</sup> Congrès International Esthétique & Spa  
Paris Expo Porte de Versailles

**Inscription sur le site du congrès**  
**[www.congres-esthetique-spa.com](http://www.congres-esthetique-spa.com)**





# LE PARCOURS CLIENT IDEAL EN 2025

Conférence organisée par Tiphaine MODESTE, Directrice Expertise Spa Bien-Être, avec Cynthia BOGIRAUD, Business Mentor chez Expertise Spa Bien-Être, Stéphanie CRESPEL, Coach-Formatrice chez Expertise Spa Bien-Être, et Elise FOUREAU-TALBOT, Coach-Formatrice chez Expertise Spa Bien-Être, au Village Spa lors du 53<sup>ème</sup> Congrès International Esthétique & Spa (Paris, avril 2024).

Voici les clés à optimiser pour que votre parcours client soit 100% réussi. L'expérience de votre client dans votre spa ne se limite pas au soin en cabine, c'est tout un parcours à penser dans les moindres détails pour vous différencier et gagner en rentabilité.



Stéphanie CRESPEL, Elise FOUREAU-TALBOT, Tiphaine MODESTE et Cynthia BOGIRAUD.

## LA NOTION DE PARCOURS CLIENT

### Stéphanie Crespel

Avant de travailler pour E.S.B.E., dans mon spa, l'important pour moi était la qualité de la prestation et l'hygiène. Je pensais alors être au top du parcours client mais j'ai découvert que c'était beaucoup plus complexe. Je me suis rendu compte qu'il me manquait la connaissance de mes clients :

- Qui venait chez nous ?
- Pourquoi venaient-ils chez nous ?
- Comment nous avaient-ils connu ?

Je n'avais pas de supports pour mieux connaître mes clients et les suivre. Je n'avais pas de fiche de check in, ni de fiche de suivi, ni même de diagnostic ! Autant d'informations qui me manquaient dans mon fichier clients pour un meilleur suivi :

- Est-ce un client que l'on connaît ?
  - Est-il déjà venu ?
  - Quels soins a-t-il fait lors de la dernière visite ?
- J'avais créé des soins signatures mais si je voulais répondre encore plus aux besoins de mes clients, il fallait vraiment le questionner sur leurs besoins, leurs attentes et aller encore plus loin dans les détails de leur prise en charge.
- Et je n'avais aucun suivi de satisfaction client non plus :
- Est-ce que la prestation avait été satisfaisante ?
  - Qu'avait-il apprécié ?
  - Qu'aimerait-il redécouvrir chez nous ?
- Finalement, on ne posait pas assez de questions...

### **Le parcours client ne se résume pas au soin cabine**

Elise Foureau-Talbot

Les praticiennes sont très attachées à répondre à l'expérience client en cabine, mais ce qu'il se passe avant et après le soin reste très flou. Et même les réceptionnistes ont tendance à se reposer sur l'expérience vécue en cabine. Encore aujourd'hui, j'entends lors de différents appels mystères : «La praticienne adaptera son soin en fonction de vos besoins». Il n'y a pas cette approche avant le soin pour savoir comment sublimer l'expérience client, et comment garder le contact en sortie de soin ? C'est encore plus vrai en spa saisonnier, les équipes sont très concentrées sur le protocole qui devra être appris en une semaine et beaucoup moins sur le souci du détail et la prise en charge globale du client.

Tiphaine Modeste

C'est une notion qui reste assez floue pour les équipes. Quand j'étais en cabine, j'étais préoccupée par ne pas être en retard et me rappeler quelles manœuvres faire à quel moment. J'étais concentrée sur la technique et beaucoup moins sur l'aspect clientèle.

### **PRISE EN CHARGE CLIENT VS PARCOURS CLIENT**

Cynthia Bogiraud

Très souvent, le parcours client est assimilé à la prise en charge du client, alors qu'il y a une différence fondamentale. La prise en charge client consiste à bien s'occuper du client à l'instant T, quand il est là, et pas forcément avant et après sa visite. Il est important de savoir que ce sont les détails qui font toute la différence. Si tout se passe très bien dans votre spa, interrogez-vous pour savoir comment faire encore mieux pour sublimer cette expérience client et faire la différence. Au travers de votre parcours client, c'est l'incarnation de votre identité, de votre concept qui garantit l'unicité, l'exception et l'excellence.

### **LA NOTION DE PARCOURS CLIENT POUR LES PRATICIENNES**

Tiphaine Modeste

La prise en charge, c'est lorsque vous êtes avec votre client, en train de lui parler, avant de réaliser la prestation. Le parcours client, c'est la partie de l'expérience sur laquelle vous avez un peu moins de contrôle, il débute dès le moment où le client prend connaissance de votre spa, soit par le bouche à oreille, soit par vos réseaux.

*Il faut reconnecter les équipes au relationnel plutôt qu'à l'opérationnel*

### **Quelle est l'image que l'on perçoit en tant que client de votre spa ?**

Puis vient la visite. Quelle est la relation que vous avez construit au travers du marketing, au travers d'appels de suivi, la relation que vous allez continuer d'avoir avec votre client qui est déjà venu chez vous, une fois qu'il est reparti et que le soin est terminé ?

Elise Foureau-Talbot

Les équipes sont concentrées sur les protocoles, ce qu'il se passe en cabine, beaucoup moins sur le souci du détail et surtout d'avoir cette conscience de la prise en charge globale du client et se souvenir de sa mission au sein du spa : comprendre le client, ses besoins, l'expérience qu'il est venu chercher, et l'accompagner du moment où il arrive au spa jusqu'à la fin de sa prise en charge, et pas uniquement dans cet aspect cabine. Ayez en tête ce souci du détail global. Il faut reconnecter les équipes au relationnel plutôt qu'à l'opérationnel.

### **CHANGER LES HABITUDES**

Cynthia Bogiraud

Pendant la visite, lorsque la praticienne est avec le client, c'est un moment qui est plutôt maîtrisé par les praticiennes. Mais au fur et à mesure des années d'expérience, on va prendre des habitudes : des bonnes et des moins bonnes. La difficulté consiste à déconstruire les mauvaises habitudes.

### **Tout dépend de vous**

Ces changements impliquent l'équipe mais ça passe d'abord par le leader, la spa manager, l'assistante manager, c'est à vous de changer vos propres habitudes car c'est vous la source d'inspiration de l'équipe, et l'équipe devra prendre exemple sur ce qui a été décidé en termes de parcours clients et de stratégie du parcours client. Avant tout, il faut réfléchir à une stratégie et après c'est de la mise en application qui passe par le leadership de la spa manager. Et très souvent, on pense plutôt à l'opérationnel, mais il faut réfléchir à tout ça en amont en se mettant comme objectifs de changer certaines habitudes urgemment.



*Lors d'une réservation en ligne, recontactez votre client pour que la relation client débute réellement*

## L'EXEMPLE D'UN PARCOURS CLIENT HAS BEEN

### Stéphanie Crespel

J'ai plusieurs expériences aussi bien personnelles qu'en tant que coach formatrice. Je vous relate une expérience téléphonique pour une prise de rendez-vous. J'aime beaucoup les massages et je suis assez difficile. Il me semblait avoir trouvé le spa à la hauteur de mes exigences, j'ai donc téléphoné pour prendre rendez-vous. Le téléphone a sonné pendant très longtemps et, finalement, quelqu'un décroche mais j'ai tout de suite senti qu'elle n'était pas disponible. Je la dérangeais. La conversation a été interrompue à plusieurs reprises. Finalement, je choisis le massage,

le jour et je la questionne sur la durée, je n'avais pas eu d'informations à ce sujet, ce qui me semble pourtant être la base... Je la questionne donc sur la durée de la prestation, elle me répond «une heure», mais que, si je préfère, «ça peut être trente minutes».

Je précise donc:

- «Je m'excuse, j'ai l'habitude d'avoir des soins plus complets, d'au moins une heure trente, je prends peu de temps pour moi et j'ai besoin d'avoir une prestation un peu plus longue.»

- «Ah non, on ne fait pas une heure trente de massage. C'est une heure et puis c'est tout. C'est déjà bien fatigant vous savez.»

Je ne m'attendais pas du tout à cette réponse, j'espérais une expérience complète et qu'on me propose en complément du massage quelque chose car mon souhait était de prendre du temps pour enfin m'occuper de moi ! Pourquoi ne pas me faire découvrir une prestation complémentaire pour me détendre avant mon soin, ça aurait pallié le soin qui était limité ?

Suite à cette prise de rendez-vous où j'avais vraiment eu le sentiment de déranger, comment me dire «J'ai tellement hâte d'y être !» ? L'expérience client est déjà gâchée rien qu'au moment de la réservation !

### Tiphaine Modeste

Ne culpabilisez pas, le parcours client parfait n'existe pas ! L'important est d'avoir ce petit temps d'analyse, et c'est une vraie difficulté de se remettre en question car quand on a la tête dans le guidon, c'est compliqué de prendre du recul. Et quand on fait sa propre analyse, on va bien sûr percevoir des détails à optimiser mais on n'ira pas de façon complète au fond des choses avec une analyse très factuelle.

## RÉINVENTER VOTRE PARCOURS CLIENT

### La réservation

#### Elise Foureau-Talbot

Au moment de la réservation, prenez le temps de connaître ou reconnaître le client qui souhaite réserver, car c'est là que débute la prise en charge client. C'est un nouveau client ? Questionnez-vous : «Qu'est-ce que je peux faire pour lui donner envie de venir et lui présenter mon USP, mon concept ?». Votre client ne doit pas avoir l'impression de déranger, il doit au contraire se sentir accueilli, il a confiance pour venir dans votre spa. Si c'est un client qui existe déjà, quel plaisir pour le client de se sentir reconnu, que la réceptionniste ait pris le temps de noter son nom dans le fichier clients pour pouvoir avoir une parole, une attention par rapport à sa dernière venue.

### Expérience client et prise de rendez-vous en ligne

Votre client a pris son rendez-vous en ligne. Tout d'abord, analysez votre planning :

- Est-ce que le rendez-vous a été optimisé en fonction du créneau ?

- Est-ce vous avez un temps supplémentaire après le rendez-vous ?

Puis, programmez un temps pour contacter ce client pour effectuer les étapes cruciales de la réservation, à savoir un mini diagnostic pour vous assurer que la prestation réservée par le client correspond bien à ses attentes, et pour lui proposer quelque chose de plus complet. Vous aurez ainsi optimisé le créneau réservé par le client.



### Tiphaine Modeste

Imaginez : vous avez un planning avec encore de la place et vous avez des réservations en ligne, vous avez donc ici un véritable levier pour vendre du temps en plus ! Contactez votre client et dites : «Nous sommes ravis d'avoir reçu votre réservation, tout est confirmé de notre côté, je voulais prendre quelques instants pour valider avec vous pourquoi vous avez choisi cette prestation...». Ainsi, vous recréez du lien. Si le planning est rempli avec des réservations en ligne, regardez de quelle façon et à quel moment dans votre parcours client vous pouvez reprendre ce moment de diagnostic, peut-être que ce n'est pas spécifiquement au moment de la réservation mais pendant la visite que vous avez des leviers.

### Cynthia Bogiraud

Il arrive fréquemment quand la carte de soins est un peu complexe avec plusieurs soins visage, plusieurs massages, qu'au moment de réserver son soin en ligne, le client se trompe sur ce qu'il lui faudrait réellement. Je vous rappelle que savoir lire une carte de soins, ce n'est pas son métier ! Sur place, il arrive fréquemment que le client profite d'un soin mais qui n'est pas adapté. C'est le risque avec la réservation en ligne. Le client est finalement déçu de son soin et vous risquez de le perdre. D'où l'importance de le recontacter après la réservation en ligne pour vous assurer que tout est parfait. C'est à partir de cet échange que la relation client va débuter.

### Tiphaine Modeste

Avant la visite, au moment de la réservation, vous devez essayer de comprendre par quelle émotion le client passe juste avant d'arriver chez vous et comment doit-il se sentir ?

## **Le diagnostic**

### Stéphanie Crespel

Une fois le client dans votre spa, faites un diagnostic car c'est ce qui va vous permettre de personnaliser tous les soins : que ce soient des soins que vous avez créés ou bien les soins de vos marques partenaires.

Mettez-vous à la place de votre client et demandez-vous :

- Pourquoi il est venu ?
- Quelles sont ses attentes ?
- Comment veut-il se sentir à la fin du soin ?
- Quels résultats veut-il obtenir ?

Et tout va découler logiquement, c'est un entonnoir. Plus vous allez poser de questions, plus vous allez pouvoir déterminer le soin idéal pour votre client et c'est ainsi que vous ne ferez jamais les mêmes soins. Et lorsque c'est mis en place, je peux vous assurer que les praticiennes s'éclatent littéralement ! Elles ne font plus jamais le même soin alors qu'elles sont parfois dans des spas où elles enchaînent les massages à longueur de journée. C'est un challenge de se dire : «Que vais-je proposer à mon client ?». En proposant du sur-mesure, les praticiennes prennent vraiment du plaisir.

### Tiphaine Modeste

Les spas ont souvent l'impression de réaliser un diagnostic mais ça n'en n'est pas un car vous n'avez pas été chercher l'essence même du «pourquoi votre client est là aujourd'hui ?». Le client bon-cadeau va vous dire qu'il vient dans votre spa à la suite d'un bon-cadeau (sous-entendu, ce n'est pas vraiment lui qui a choisi). Les praticiennes sont souvent bloquées dans leur diagnostic des clients bons cadeaux : elles ne savent pas comment rebondir, ni quoi apprendre ou recommander à leurs clients. Mais c'est oublier qu'un client bon cadeau, c'est aussi un être humain, un corps humain qui a peut-être des tensions. Il peut repartir plus léger, avoir appris des choses sur sa peau, son bien-être. Faites de vrais diagnostics, car c'est le cœur même de ce qui fait, que vous allez avoir cette expérience signature qui fera revenir le client.

## **LE PARCOURS CLIENT COMME OUTIL DE RENTABILITÉ**

### **Le rebooking**

### Cynthia Bogiraud

Après sa visite dans votre spa, votre client peut être déçu que vous ne lui proposiez pas de revenir. Il est important d'optimiser cette étape-là de votre parcours client car le rebooking est un outil pour remplir votre agenda à coup sûr ! Anticipez et ne vous retrouvez pas avec un planning vide. Le rebooking est un outil formidable pour optimiser la rentabilité de votre spa. Lorsque vous ouvrez votre spa, c'est un challenge de remplir votre agenda dès l'ouverture, il faut vraiment vous appliquer à mettre en place le rebooking. Sinon, vous aurez beaucoup plus de travail après la visite du client. →

*En proposant des soins sur-mesure, les praticiennes ne s'ennuient plus car elles ne font jamais le même soin*



Photo : Kenstocker.



Photo : Tylan/peopletimages.com.

### Le suivi

Il est également important de mettre en place un système de suivi après la visite de votre client car, pour des raisons quelconques, le client n'a pas son agenda, n'a pas son planning du mois prochain ou vous dit préférer prendre rendez-vous en ligne... L'idée est de vous organiser de façon à avoir un système de suivi de tous ces clients qui n'ont pas repris rendez-vous pour les relancer. Et ça, en général, ce n'est pas apprécié des spa managers et des équipes car vous craignez de déranger votre client, vous ne savez pas quoi lui dire... Mais cela se prépare, écrivez des textes, entraînez-vous, car c'est une étape qui vous permet de rentabiliser votre parcours client.

Et si vous constatez que votre taux d'occupation baisse, avant d'imaginer des stratégies pour tenter de chercher des clients en masse, réfléchissez avant tout à quoi faire avec vos clients déjà présents pour qu'ils reviennent régulièrement ! Ces actions de relances vous évitent d'avoir à dépenser une énergie physique et financière à recruter de nouveaux clients alors que vous avez un vivier de clients qui existe ici et qui n'attend que de revenir ! Il y a plein de choses à faire avec vos clients qui sont déjà dans votre fichier en mettant en place une stratégie de relances et de suivi.

*Formez-vous,  
c'est une grosse  
remise en question  
mais c'est essentiel*

## LES ÉTAPES POUR METTRE EN PLACE UN PARCOURS IDÉAL

### L'audit

#### Tiphaine Modeste

La première étape est d'analyser, de faire votre audit par une société externe ou par une connaissance un peu lointaine autour de vous. Cela va vous donner un aperçu de l'expérience client vécue chez vous. L'idée est d'avoir un check-up complet de ce qu'il se passe chez vous, y compris une fois que la porte de la cabine est refermée !

### La formation

#### Stéphanie Crespel

C'est bien de former votre équipe sur les soins, la vente... Mais il ne faut pas vous oublier vous, car c'est vous qui transmettez le message, la vision, et si déjà, vous n'êtes pas au clair et que votre message est décousu, comment voulez-vous que l'équipe puisse faire passer le message auprès des clients ? Formez-vous, c'est une remise en question, mais c'est un point essentiel. Une spa manager doit se former à la stratégie et à l'expérience client, elle doit se former au management des ventes de son équipe et bien sûr travailler en continu sur son leadership et sa façon de communiquer avec son équipe. Combien de spa managers nous disent : « Mon équipe n'est pas motivée par la vente ». Mais vous, l'êtes-vous vraiment ? Quelle image donnez-vous par rapport à la vente et au service client ?

### OPTIMISEZ VOTRE PARCOURS CLIENT EN CONTINU

#### Elise Foureau-Talbot

Chaque année, il faut penser et repenser votre parcours client, retravailler cette vision. Mettez en place des réunions d'équipe autour de ce sujet tout au long de l'année. Organisez-vous des temps administratifs où vous travaillez sur des outils pour développer ce parcours client. Il est aussi important de sortir de votre spa, de vivre des expériences dans d'autres spas pour vous remettre dans cette posture de client et avoir envie d'aller toujours un cran plus loin avec vos clients. L'important est de vous remettre en question en permanence et ne pas laisser une routine s'installer.

#### Cynthia Bogiraud

Travailler votre parcours client, c'est sortir de ce côté protocolaire pour aller chercher quelque chose de plus personnalisé, de plus cohérent par rapport à votre concept, pour vous donner des chances de vous différencier et d'avoir des clients qui deviennent fan de votre spa.

### A RETENIR

Dans un contexte de plus en plus concurrentiel, où les plannings subissent de véritables montagnes russes, nous vous invitons vraiment à travailler sur la rétention de votre fichier clients. Grâce à l'optimisation continue de votre parcours client, vous vous donnerez vraiment les moyens de faire la différence et d'entrer véritablement dans l'ère du « Human to Human » avec un engagement très fort. ♦

  
**VISMARA**  
BEAUTY & SPA DESIGN  
DISTRIBUTION EXCLUSIVE FRANCE



  
**EQUILIBRE**  
ESTHETIQUE

Mobilier haute couture  
made in Italy



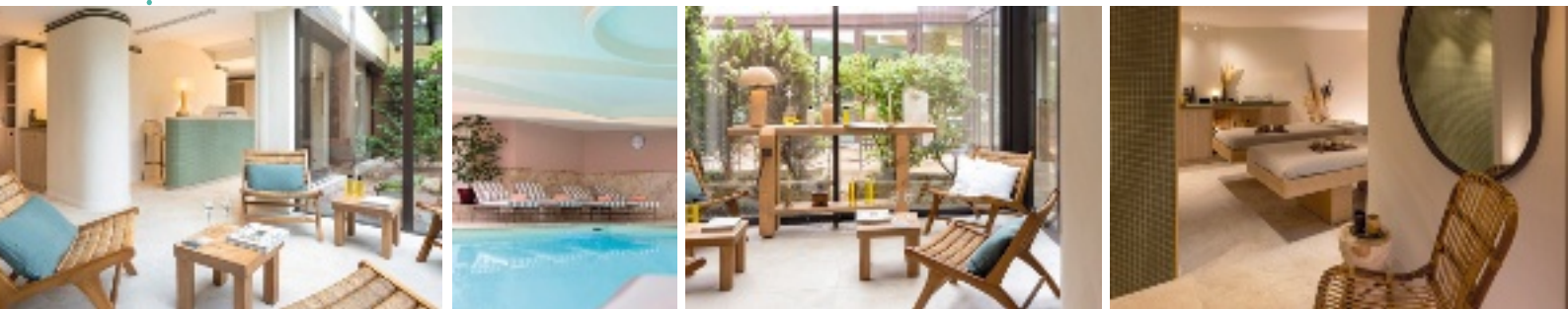
SHOWROOM - 2 RUE ALEXIS DE TOCQUEVILLE, 92160 ANTONY  
01.56.45.24.87  
[www.equilibreesthetique.fr](http://www.equilibreesthetique.fr)

# spa création

Nous avons sélectionné pour vous les dernières créations de spas.

## BIEN-ÊTRE NATUREL EN CHAMPAGNE

L'Hostellerie Briqueterie & Spa - Champagne, maison de charme 5 étoiles nichée au cœur de la nature champenoise, dévoile le premier spa signé Maison Caulières en France.



Maison Caulières, Le Spa est un espace bien-être dédié au lâcher-prise et à la relaxation. Il offre une expérience sensorielle, alliant le pouvoir des huiles végétales naturelles et un savoir-faire ancestral transmis de génération en génération. Doté de deux salons de soins et d'un hammam, Maison Caulières, Le Spa est le temple du corps et de l'esprit. Sa palette de soins et rituels pour le corps bénéficie de toute l'expertise Maison Caulières, maître huilier depuis 1714. Sa collection d'huiles végétales naturelles extrêmement pures sont issues d'un pressage à froid de graines de lin, de colza et de tournesol. Chaque soin

s'inspire de la nature, et révèle tous les bienfaits de ces huiles, riches en actifs pour le corps et pour la peau, manifestant une relaxation profonde et un lâcher-prise complet. Sur les conseils des praticiennes, chaque client compose, au Bar de Nature Maison Caulières, son assemblage de graines et huiles pour confectionner un soin adapté à ses besoins et préférences.

Ce voyage sensoriel se poursuit dans la tisanderie, où des infusions à base de plantes soigneusement sélectionnées et sucrées au miel de la maison se dégustent dans le confort d'un décor "comme à la maison" réalisé sur-mesure à la main, par des artisans français.

## UN NOUVEAU SPA À L'ÎLE MAURICE

**Le nouveau Legend Hill Resort & Spa (44 chambres et suites), perché sur une montagne surplombant l'océan et la montagne du Morne, est un établissement de luxe, qui offre une vue spectaculaire.**

### THE LEGEND SPA

Le spa du Legend Hill Resort complète cette immersion sensorielle et offre une bulle de bien-être hors du temps. Il propose une régénération profonde du corps et de l'esprit tout en stimulant les cinq sens. Au cœur des 250 m<sup>2</sup>, de l'entrée jusqu'aux cabines de soin, la vue sur l'océan est partout célébrée grâce à une décoration aux tonalités sobres, associant les teintes taupe, beige et terracotta. Le mobilier en velours et chêne, la douce lumière et les suspensions poétiques offrent un écrin relaxant pour profiter d'un moment suspendu. Dans les cinq salles de massage, les protocoles de



soins personnalisés sont signés par Cinq Mondes qui sait puiser dans les meilleures techniques issues du monde entier. C'est au travers de la direction experte d'Avinash, la spa manager, que le client découvre une réelle approche holistique. Il intègre aux pratiques traditionnelles mauriciennes la luminothérapie naturelle pour synchroniser avec les cycles du soleil tout au long de la journée. La salle de fitness dotée d'équipements dernier cri propose notamment du coaching sur-mesure ainsi que des cours de yoga. Pour parfaire cette expérience, un hammam traditionnel convie le client à une véritable oasis de détente.

## BIEN-ÊTRE À PHUKET

**Layan Life by Anantara est un nouveau centre de bien-être révolutionnaire à Phuket, qui vient d'ouvrir dans le paradis familial en bord de mer de l'Anantara Layan Phuket Resort.**

Alliant technologie de pointe et anciennes traditions de guérison thaïlandaises, et s'appuyant sur plus de deux décennies d'expertise en bien-être d'Anantara Hotels & Resorts, Layan Life propose des programmes sur-mesure de trois à dix jours, utilisant une approche globale du bien-être, qui célèbre les principales étapes de la vie. Les clients sont invités à entreprendre un voyage de bien-être enrichissant où le pouvoir de guérison naturel joue un rôle essentiel.

### DES PROGRAMMES SUR-MESURE

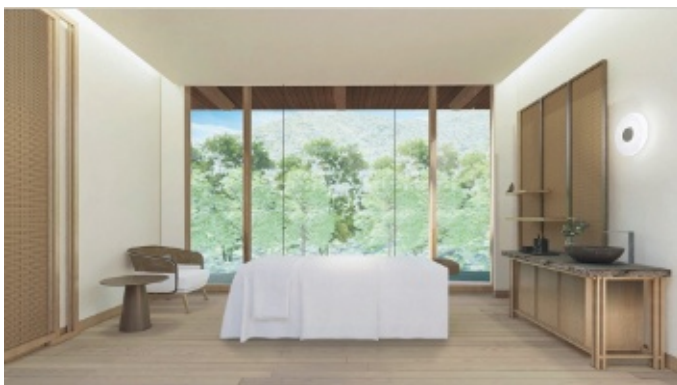
Les programmes sont créés par des médecins spécialisés et des praticiens de la médecine thaïlandaise, et associent sagesse ancestrale avec des évaluations et diagnostics médicaux avancés, une nutrition bien-être sur-mesure et un accompagnement fitness. Le résultat est une approche de bien-être très spécialisée et complète qui aborde divers objectifs de santé, tels que la santé, la gestion du poids, la réduction du stress, la forme physique et l'anti-âge. Layan Life by Anantara honore le parcours de la vie, en célébrant ses étapes et chapitres grâce à une approche multi-facettes de la santé et du bonheur. Le parcours Layan Life commence par une consultation de bien-être complète, suivie d'un bilan diagnostique incluant des tests épigénétiques et une physiothérapie avancée avec des scans corporels 3D pour révéler un véritable plan de santé personnalisé. Les résultats sont ensuite analysés par une équipe d'experts composée de professionnels de la santé, de médecins en médecine thaïlandaise et de physiothérapeutes, qui élaborent des programmes sur-mesure utilisant la méthode Life, qui intègre quatre piliers clés du bien-être : la médecine de la longévité, la médecine traditionnelle thaïlandaise (MTT), la médecine complémentaire et la médecine du mode de vie.



L'identité de Layan Life est ancrée dans l'héritage thaïlandais d'Anantara et honore les quatre éléments fondamentaux de la médecine traditionnelle thaïlandaise (MTT) : la terre, l'eau, le vent et le feu. Les traitements proposés par des spécialistes respectés de cette pratique ancestrale incluent des remèdes à base de plantes et des thérapies manuelles pour rétablir l'équilibre du bien-être physique, mental et spirituel, complétés par des thérapies médicales et holistiques de pointe.

### UN ESPACE EXCEPTIONNEL

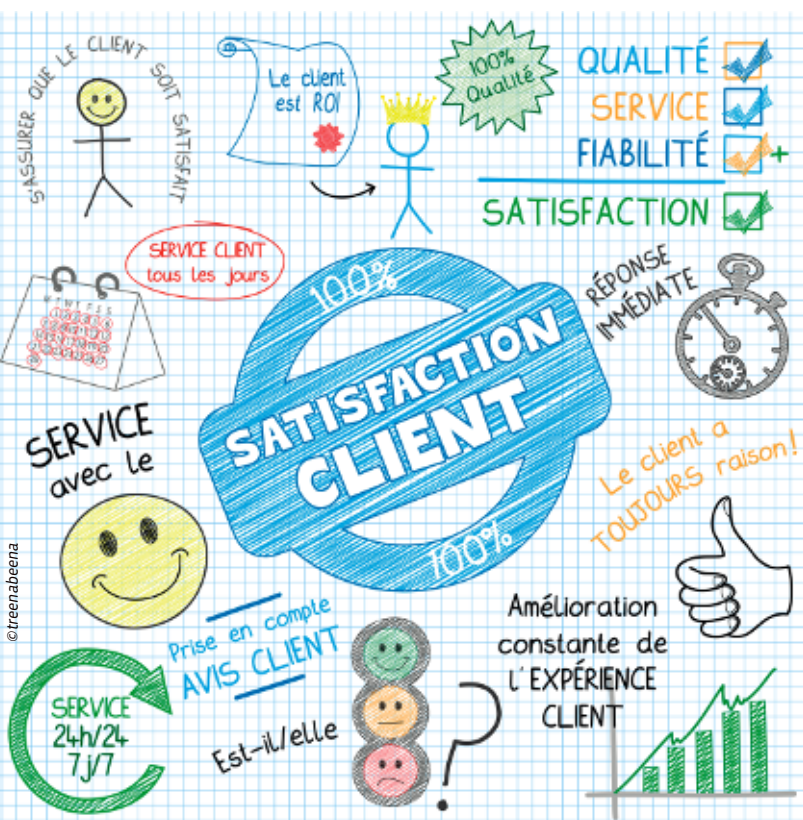
Installé dans un espace biophilique de 1 762 m<sup>2</sup>, entouré de jardins tropicaux et de la mer d'Andaman apaisante, Layan Life by Anantara est conçu pour s'intégrer harmonieusement à la nature et tirer parti de l'emplacement, le bâtiment arbore des tons neutres, des espaces ouverts et aérés, ainsi qu'une abondance de lumière naturelle. Réparti sur deux étages, le niveau inférieur comprend une salle de sport, un studio de yoga et de Pilates équipé des dernières technologies, des salles de méditation et un espace d'hydrothérapie avec des bassins revitalisants, des saunas et un hammam. Le niveau supérieur abrite des installations médicales et holistiques, des salles de consultation, de physiothérapie, de MTT, des traitements esthétiques, des procédures IV et des traitements médicaux tels qu'une cryothérapie, une chambre hyperbare et des thérapies hydro-coloniques. Un dispensaire d'herbes thaïlandaises y est également installé, où des herbes personnalisées sont prescrites. Le Spa Anantara du complexe enrichit l'expérience de bien-être avec une variété de traitements, des expériences indigènes, des thérapies spa et hydro, des rituels spirituels et enrichissants, ainsi que des soins high-tech pour le visage, incluant les massages signatures Anantara et les thérapies sonores avec bols chantants himalayens.



# CRÉEZ UN PROGRAMME DE FIDÉLITÉ ATTRACTIF POUR VOTRE SPA

par Galya Ortega

Créer un programme de fidélité efficace, rentable, attractif et original pour un spa nécessite une compréhension approfondie des besoins et des attentes des clients. La fidélisation est essentielle pour assurer la satisfaction des clients et encourager leur retour.



Le paradoxe de ce type de stratégie, c'est que quelles que soient les idées que vous pouvez avoir, où vous allez recueillir des données, les traiter, faire des offres, appliquer des récompenses ou des avantages, vous devez mettre en place la mise en œuvre de A à Z dès le début. Sans quoi vous allez vous trouver à la tête de beaucoup d'informations, vous serez submergé par la quantité parfois désordonnée.

## LA MISE EN ŒUVRE À ÉTABLIR AU PRÉALABLE

La mise en œuvre préalable n'est pas anodine. Au contraire, elle fait partie de votre ADN. Il n'y a pas de recette universelle. Posez-vous la question de qui vous êtes et surtout de votre communication «intime» avec votre clientèle. Quels que soient les outils informatiques et les fichiers d'analyse, ils doivent traduire la nature de votre clientèle et quelles sont ses habitudes. Par exemple, c'est très différent si vous utilisez une marque de cosmétiques connue ou si votre valeur ajoutée est la qualité des mains de vos praticiennes. L'analyse de données ne sera pas la même. C'est seulement lorsque vous serez parvenu à une vision claire et la plus exhaustive possible que vous pouvez faire appel aux outils informatiques de gestion de la relation client.

Il en est de même pour les outils de communication comme les newsletters, les notifications sur les téléphones ou les affichages.

Ne tombez pas dans le piège de vous dire que vous voulez tout le monde en tant que clients et que la majorité sera fidèle et engagée. Non. Faites-vous un socle de fidèles qui vont attirer les autres.

En synthèse et pour la mise en œuvre, il est crucial de :

- **Analyser les données** : utilisez des outils de gestion de la relation client pour analyser les habitudes de consommation et ajuster le programme en conséquence grâce à des outils informatiques.

- **Avoir une communication claire** : assurez une communication claire et constante sur les avantages du programme de fidélité via des newsletters, des affichages dans le spa, et des notifications mobiles.

Ouvrir un spa requiert une certaine attention et une stratégie complexe. Mais l'ouverture n'est que le premier pas. La réussite dépend de la suite. Lorsque l'établissement est ouvert, la communication est vitale pour faire venir les clients. La première fois n'est pas si compliquée. Ils sont là, chez vous et vous donnez le meilleur de vous-même pour les satisfaire. Cependant, la concurrence est rude et la fidélité des clients n'est pas toujours au rendez-vous.

Comment faire en sorte qu'ils se fidélisent, si possible à long terme, et soient de surcroît vos ambassadeurs ?

## Choisissez les bons mots

Pour toute communication et surtout dans le domaine de la fidélisation, il y a des mots-clés incontournables à utiliser en fonction de vos intentions. Faites ressortir vos intentions à communiquer à votre clientèle. Par exemple, parlez de la notion de «produit exclusif, innovant ou original». N'hésitez pas à revendiquer la «Garantie de satisfaction, Satisfaction garantie, Service clientèle exceptionnel» ou encore des résultats qui seront «Rapides, efficaces, résultats garantis». Travaillez sur des phrases d'accroche qui vous sèmeront tout au long de vos outils et qui finiront par faire partie de votre ADN.

## LES DIFFÉRENTS OUTILS DE FIDÉLISATION

- **Cartes de fidélité ou abonnement** avec un système de points : proposez des abonnements qui permettent aux clients d'accéder à certains services de manière illimitée ou à prix réduit chaque mois. Offrez cette carte où les clients peuvent accumuler des points pour chaque visite ou achat. Après un certain nombre de points, ils peuvent obtenir des services gratuits ou des réductions. Les clients accumulent des points pour chaque euro dépensé. Par exemple, 1 euro dépensé = 1 point. Tant de points donnent droit à un produit (c'est l'occasion de déstocker les invendus), un soin «main libre», ou une séance de hammam ou sauna ou encore un massage gratuit de 30 minutes, voire un soin du visage gratuit. Bien que cela semble très attractif, les enquêtes démontrent qu'en France ce type de programme fonctionne moins bien que dans d'autres pays. Pourquoi ? Les Français sont vigilants sur le fait de fournir des renseignements personnels sans pouvoir les contrôler. Un autre élément joue en défaveur des abonnements, c'est la réglementation qui est très stricte en matière de protection des données, ce qui rend les entreprises frileuses à ce type de développement. D'autre part, souvent les programmes sont complexes et peu transparents.

- **Réductions anniversaires** : offrez des réductions spéciales pour les anniversaires de vos clients. Cette orientation est nettement plus appréciée, bien que pas toujours simple à mettre en œuvre car le client le perçoit comme une véritable personnalisation, cela crée un lien plus personnel entre le spa et le client et cela n'a lieu qu'une fois par an. Mais attention, faites une véritable proposition de cadeau d'anniversaire, car en cas de «mesquinerie» ou d'une approche trop artificielle ou trop «marketing», vous perdez le client.

- **Consultations gratuites** : offrez des consultations gratuites ou des mini-services (comme des massages express) pour vos clients fidèles. C'est une très bonne idée qui vous permet de faire découvrir une nouvelle gamme, un nouveau soin ou une approche exclusive. C'est comparable aux avant-premières de cinéma.

- **Suivi personnalisé** : envoyez des rappels pour des rendez-vous, des offres personnalisées basées sur les préférences de vos clients, ou des vœux pour des événements spéciaux comme les anniversaires, fête des Mères, réussite à des examens pour les jeunes.

Le suivi personnalisé implique un gros travail de fourmi afin de suivre chaque client selon ses consommations, les confidences en cabine et ses goûts apparents. En ce sens, la tenue d'un fichier détaillé par client et bien organisé, afin de le transférer dans un système informatique pour mieux l'exploiter, est lourd à mettre en place et à gérer.

- **Programmes de soins personnalisés** : offrez des programmes de soins personnalisés en fonction des préférences et de l'historique de vos clients. Cela fait partie de la même approche que le suivi personnalisé. C'est un projet excellent, même s'il est un peu lourd à gérer. Les clients adorent cela.

- **Surprises et cadeaux** : envoyez des petites surprises ou des cadeaux personnalisés pour remercier vos clients de leur fidélité.

Par exemple, certains spas offrent des abonnements à Netflix, Spotify ou autre plateforme, en valorisant le cadeau sur le plan du bien-être. Les clients recherchent des programmes qui correspondent à leur style de vie, à leurs habitudes et à leurs aspirations.

*Certains spas offrent des abonnements à Netflix ou Spotify*





*Les journées VIP  
donnent l'impression  
aux clients de faire  
partie d'un «Club  
de privilégiés»*

- **Journée VIP** : organisez des événements spéciaux pour les membres fidèles avec des réductions supplémentaires, des soins exclusifs, ou des sessions de bien-être. Ce principe de «Journée VIP» est une excellente idée, d'autant plus que cela permet parfois aux clients de se rencontrer et d'avoir l'impression qu'ils font partie d'un «club de privilégiés».

#### **PROGRAMME DE PARRAINAGE**

Parrainer en gagnant des points pour soi est une clé d'avenir. Vos clients sont vos porte-parole. Cela fidélise encore davantage vos clients actuels et développe une clientèle future. Réfléchissez bien à votre programme de parrainage afin de structurer et de proposer des avantages avec la meilleure démarche possible à la fois facile, attractive et rentable pour tous. En contrepartie, vos clients actuels vous amènent de nouveaux clients et reçoivent des réductions, des produits gratuits ou de l'argent.

- **Récompenses pour le parrain** : offrez des points ou des réductions pour chaque nouveau client apporté par un membre existant. Ou encore, proposez une journée où les clients peuvent amener un ami gratuitement ou à tarif réduit.

- **Double points pour le parrain** : pour chaque nouveau filleul qui réserve un soin, le membre gagne le double de points pour cette transaction.

- **Récompense de recommandation** : offrez des réductions ou des services gratuits à vos clients qui recommandent de nouveaux clients.

Attention, le cadeau doit rester dans les limites de la rentabilité.

#### **OFFRES PARTICULIÈRES**

Ces animations sont fondamentales pour la sensation de vie de votre spa. C'est un gros travail, mais très riche et positif car vous serez perçu comme dynamique, évoluant en permanence et surtout comme «créateur d'une communauté». Cette communauté est votre groupe de clients. Vos clients individuels et fidèles seront fiers d'en faire partie, comme une élite de choix.

- **Offres saisonnières** : créez des promotions spéciales pendant les fêtes, les événements ou les saisons pour attirer les clients.

- **Soirées VIP** : organisez des événements spéciaux pour les clients fidèles, comme des soirées VIP avec des démonstrations de nouveaux produits ou des séances de soins gratuites.

- **Ateliers et formations** : proposez des ateliers sur des thèmes liés au bien-être, comme l'aromathérapie, les bains sonores, la méditation ou les techniques de relaxation.

#### **OFFRES PARTENAIRES**

Ce type de partenariat qui se présente sous plusieurs formes est une source non-négligeable d'offres et de fidélisation.

Cela implique un gros travail de commercialisation périphérique, mais c'est un socle qui vous permet de vous développer au-delà du simple soin, car vous avez des partenaires et vos clients bénéficient de leurs avantages (dîners, invitations, produits, sport, etc.). Cela élargit votre identité et fidélise votre clientèle de façon plus stable.



- **Collaborations locales** : partenariats avec des entreprises locales pour offrir des réductions ou des offres combinées (ex. un dîner à prix réduit avec un soin spa, une séance de cinéma ou un cours dans une salle de sport).

Cela implique une démarche individuelle afin de négocier ce type de partenariat. Vous pouvez le faire vous-même ou recruter une aide commerciale spécifiquement pour cette mission.

- **Services complémentaires gratuits** : offrez des petites attentions comme des boissons, des collations saines, ou des produits d'essai.

### Engagement et initiatives écologiques

Ceci est un sujet important pour la fidélisation car vous faites état de vos valeurs et de vos convictions. Les clients y sont très sensibles.

- **Récompenses écologiques** : offrez des points supplémentaires pour les actions écoresponsables (ex. utilisation de serviettes réutilisables, participation à des ateliers écologiques). Proposer des récompenses écologiques est de très bon aloi et souvent bien perçu par la clientèle.

- **Produits respectueux de l'environnement** : mettez en avant des produits et services écologiques et offrez des points bonus pour leur achat.

### COMMUNICATION PROACTIVE ET APPLICATION MOBILE

Voilà un aspect de la fidélisation insuffisamment exploité actuellement en spa. Une application mobile dédiée permet de maximiser votre potentiel à tous points de vue. Vous profitez de la nouvelle génération de communication. L'appli devient votre assistant personnel. Elle sert de guide de référence rapide, de conseils de personnalisation et d'informations sur l'utilisation de votre spa. Évidemment, pour installer un tel système, il vous faut faire appel à un professionnel spécialiste.

- **Application dédiée** : développez une application mobile où vos clients peuvent suivre leurs points, réserver des soins, recevoir des offres exclusives et des notifications.

- **Newsletter ou blog** : envoyez régulièrement des newsletters avec des informations sur vos nouveaux services, des conseils de bien-être, et des offres spéciales.

- **Présence sur les réseaux sociaux** : maintenez une présence active sur les réseaux sociaux pour engager votre communauté, partager des promotions, et recueillir des avis.

### FEEDBACK ET AMÉLIORATION CONTINUE

On ne s'ennuie jamais dans un spa ! Cela bouge tout le temps. Cela évolue, change, adapte et échange. Tout repose sur cette amélioration permanente. Et pour cela, il faut faire des sondages, des audits, des tests en aveugle, afin de vous remettre en question et évoluer. Les clients apprécient cette volonté d'amélioration et adorent qu'on leur demande leur avis. Ils aiment participer à votre évolution et sont honorés que vous teniez compte de leur avis.

Ensuite, cela va entraîner des formations ou des stages ou encore des redistributions des postes et rôles dans l'établissement. Cette volonté d'excellence fidélise la clientèle.

- **Sondages et avis** : demandez régulièrement des avis et des retours d'expérience pour améliorer les services.

- **Récompenses pour feedback** : offrez des points ou des réductions pour les clients qui remplissent des sondages ou laissent des avis

- **Formation continue du personnel** : assurez une formation continue du personnel pour garantir un service de haute qualité.

En combinant ces éléments, vous pouvez créer un programme de fidélité qui non seulement fidélise les clients existants, mais attire également de nouveaux clients grâce à des offres attractives et originales. ♦

*Proposer des récompenses écologiques est très bien perçu par les clients*



# TROUVER DES CLIENTS AVEC INSTAGRAM EN PARTANT DE ZÉRO

.....Par Florence KOWALSKI, Social Media Manager et Ghostwriter spécialisée en hôtellerie et bien-être

**Vous avez travaillé sur votre cible clients, vous savez donc précisément qui vous voulez faire venir dans votre spa. Pour les contacter, vous avez pensé à Instagram, mais vous vous demandez comment réussir à émerger et être vu des bonnes personnes... Voire si c'est le bon outil pour ça. La réponse est oui. Et pour y arriver, la méthode à suivre est ici. Suivez le guide !**

## QUE PENSE L'ALGORITHME INSTAGRAM DES NOUVEAUX COMPTES ?

Préambule important : non, ce n'est pas parce que vous créez un compte Instagram en partant de 0 en 2025 que vous n'avez aucune chance d'émerger. Bien au contraire !

### Nouveau compte = plus de lisibilité pour Instagram

Quand on crée un nouveau compte Instagram spécialement pour son spa, cela permet de démarrer avec une stratégie claire, orientée vers un public précis. Or l'algorithme d'Instagram favorise les comptes qui engagent un public bien défini et actif. C'est pour cette raison qu'il est souvent préférable de créer un nouveau compte que de réutiliser votre compte personnel en changeant de nom sous prétexte que «Ça vous fait déjà une base de followers et ça évite de partir de zéro», sauf peut-être si ce compte est exclusivement dédié au bien-être, à votre vision du métier, aux massages que vous pratiquez... mais je sais d'expérience que c'est rarement le cas.

### Nouveau compte = identité forte

De plus, en créant un compte spécifique pour votre spa, vous mettez en place, dès le départ une ligne éditoriale cohérente autour de vos piliers de contenus. Cela facilite la création d'une identité forte et identifiable par votre audience. Ce sera plus difficile avec un compte sur lequel vous aurez publié jusque-là des contenus variés sans direction claire.

### Nouveau compte = taux d'engagement plus élevé

Dernière chose : on sait désormais que l'algorithme Instagram tend à booster les nouveaux comptes pour encourager leur croissance initiale. Ainsi, le taux d'engagement (nombre de personnes qui interagissent avec votre compte) sur un nouveau compte peut être plus élevé car il attire souvent des abonnés qui s'intéressent véritablement à la thématique. Un ancien compte peut lui avoir des abonnés passifs ou non pertinents, qui ne likeront ni ne commenteront jamais vos publications, ce qui enverra à l'algorithme Instagram un message selon lequel votre compte n'est pas intéressant puisqu'il suscite peu de réactions par rapport à la taille de votre audience. Si vos publications ne sont pas intéressantes, alors ce compte ne mérite pas d'être «poussé» (c'est du moins ce que «pensera» l'algorithme...).

### Instagram favorise désormais les «petits» comptes

Autre bonne nouvelle : une étude de Metricool, spécialiste des réseaux sociaux (sortie en septembre 2024), indique que les **tiny** comptes (0-500 followers) et les **small** comptes (500-2000 followers) sont les grands gagnants de l'algorithme Instagram nouvelle version, que ce soit en termes de visibilité, d'engagement (nombre d'interactions entre comptes) ou de reach (nombre de comptes atteints par une publication).



Donc, exit l'idée selon laquelle créer un nouveau compte en 2025 ça ne sert à rien parce qu'il n'y a plus de place sur Instagram..... Reste maintenant à savoir comment bien le créer et quels contenus publier !

### LES BONNES PRATIQUES POUR LA CRÉATION DE VOTRE COMPTE INSTAGRAM

La création d'un compte ne commence pas lorsque vous vous connectez à Instagram pour remplir le formulaire en ligne et choisir votre nom. Elle commence bien en amont.

#### Positionnez votre spa grâce à des piliers de contenus bien définis

Votre premier travail, qui conditionnera fortement l'émergence (ou non) de votre compte auprès de vos futurs clients, est de réfléchir aux contenus que vous allez publier. Ce sont les piliers de contenus (je vous en parle régulièrement dans Spa de Beauté), c'est-à-dire les deux ou trois sujets dont vous allez parler régulièrement sur votre compte. Vous les définirez en fonction des produits que vous vendez, des prestations que vous proposez, de vos passions si elles touchent au bien-être bien sûr, de votre propre histoire...

Un compte Instagram pour un spa n'est pas un compte personnel et n'est pas non plus un support publicitaire. En effet votre compte doit contenir des conseils beauté et bien-être, des astuces pour rester en forme au gré des saisons, une astuce sommeil de chaque membre de votre équipe... C'est ça que vos futurs clients veulent. Vous pourrez y partager des retours clients, des focus sur tel produit ou tel soin, votre vision du bien-être... et

vous aurez forcément un focus fort sur ce qui vous différencie : votre cible client spécifique, votre emplacement unique, ce que vous proposez...

#### «Pourquoi venir dans votre spa ?»

Pourquoi viendrait-on chez vous plutôt que chez votre concurrent ? C'est bien la réponse que l'on doit trouver à travers chacune de vos publications. Ayez en tête que l'algorithme d'Instagram valorise les comptes qui se positionnent sur un sujet bien défini. Si vos contenus sont cohérents entre eux, l'algorithme comprendra mieux à qui montrer vos contenus et les «poussera» auprès des personnes que vous ciblez.

#### Rédigez une bio «algorithme friendly»

Votre bio est cruciale pour la première impression quand on arrive sur votre compte mais aussi pour l'algorithme. Elle doit contenir des mots-clés précis en lien avec votre domaine d'expertise. Ce sera le premier indicateur pour permettre à l'algorithme de définir la nature de votre compte, catégoriser vos contenus et décider à qui le montrer. Quelques conseils pratiques :

- **Utilisez des hashtags ou mots-clés** spécifiques (ex : #wellness, #spaexpert) pour faciliter le référencement par l'algorithme.
- **Mentionnez vos USP** (unique selling points) ou services clés de manière concise.
- **Incluez un appel à l'action** comme «Réservez votre soin» ou «Découvrez notre offre fête des Mères» pour guider votre utilisateur dans son parcours sur votre compte.
- **Précisez la localisation géographique** de votre spa, le type de soins proposés (ex : Massages/Soins visage/Sauna...) et ce qui vous caractérise (ex : «Le spa maman-enfants» ou «Prendre soin de soi après 50 ans»...). Évitez tout jeu de mots ou effet de style à cet endroit, vous devez aller droit au but !

#### Soignez votre feed mais n'en faites pas trop...

On a longtemps dit que le feed, c'est-à-dire le mur de contenus qui s'affiche sur votre compte sous forme de grille, devait être esthétique, harmonieux, élégant, raffiné... Alors oui, vous devez avoir une cohérence de polices, de couleurs, de typologies de photos... Cela doit être agréable à l'œil, à la fois à la vue et à la lecture, mais l'enjeu n'est plus le même aujourd'hui... L'important désormais est ce que vous publiez et sous quel format.

#### QUELS CONTENUS PUBLIER SUR INSTAGRAM POUR TROUVER DES CLIENTS ET PROSPECTER ?

Vous entendez certainement beaucoup de confrères ou consœurs vous dire qu'ils passent beaucoup de temps à publier de façon régulière sur Instagram et que ça ne leur rapporte rien alors qu'ils publient à jours et heures fixes depuis plusieurs semaines... Effectivement, ça peut être dissuasif...

*Votre bio est cruciale pour l'algorithme d'Instagram. Elle doit contenir des mots-clés précis !*





*Ne misez surtout pas sur le format des stories pour acquérir de nouveaux clients*

Et pourtant, avec une routine d'engagement adaptée (cf. plus loin) et en respectant le fonctionnement de l'algorithme en termes de contenus et formats, vous pouvez éviter cela !

#### **Le contenu-clé : le contenu d'acquisition**

Vous avez vos piliers de contenus. Et on vous a parlé de contenus inspirants, éducatifs ou amusants... On vous a aussi parlé storytelling, cas client, citation, unpopular opinion...

Vous avez fait un mix de tout ça mais pour l'instant, les résultats sont décevants. Vous ne touchez pas de nouvelle audience. Votre nombre de followers stagne et, surtout, vous ne générez pas d'interactions avec vos publications...

Pourquoi ? Parce que toutes ces règles, très pertinentes en tant que telles, ne servent à rien si vous ne créez pas des contenus d'acquisition.

#### **Qu'est-ce que le contenu d'acquisition ?**

Un contenu d'acquisition sur Instagram est un contenu spécialement conçu pour attirer de nouveaux abonnés, prospects ou clients potentiels vers votre compte. Ce type de contenu vise à augmenter la visibilité de votre marque et à inciter des personnes qui ne vous connaissent pas encore à interagir avec vous, vous suivre ou passer à l'action (comme prendre rendez-vous par exemple). Il se concentre donc sur la découverte, l'engagement et le fait d'attirer de nouveaux utilisateurs. Ce sont donc des contenus spécifiques.

Un contenu d'acquisition se caractérise par :

- **Un attrait immédiat** : le visuel est accrocheur, la thématique est attractive et le titre est percutant. Objectif : rendre le contenu vraiment remarquable.
- **Une valeur ajoutée réelle pour votre cible** : son contenu résout un vrai problème de votre cible ou au moins amène un début de réponse avec des informations ou des bénéfices clairs. Grâce à ce contenu, votre cible a l'impression de commencer à résoudre son problème. C'est ce qui va l'attirer.
- **Son interactivité** : il encourage l'audience à liker, partager, commenter, sauvegarder ou entrer en contact avec vous grâce à des sondages, des questions, des stickers d'engagement...
- **Son ciblage précis** : les hashtags utilisés sont pertinents, la localisation est indiquée, il est repartagé par d'autres comptes pertinents par le biais de partenariats si vous avez la possibilité d'en créer, même avec des personnalités locales...

#### **Le secret ? La connaissance de votre cible**

En fait, le contenu d'acquisition, c'est celui qui fait dire à votre client potentiel, quand il le voit passer sur Instagram «Super, ça c'est fait pour moi, je vais le lire, le regarder car ça va vraiment me servir, c'est fait pour moi !». Pas facile a priori... Et pourtant, si vous connaissez bien votre cible client et ses problèmes, et si vous avez bien défini vos piliers de contenus, à partir de ça, vous saurez quels contenus créer pour susciter cette attraction.

#### **Les exemples concrets**

Ainsi, si votre spa est spécialisé sur l'anti-âge, vous partirez des problématiques de votre cible (ex : j'ai des taches sur la peau qui apparaissent avec le soleil) auxquelles vous apporterez une réponse, même partielle. Par exemple : «Voici trois astuces testées et approuvées pour atténuer leur apparence». N'ayez pas peur de montrer votre propre expertise et évitez surtout les posts «wikipedia», souvent trop longs. Ils sont peut-être plus scientifiques mais n'auront aucune dimension personnelle et ne déclencheront pas cette réaction de «Oui ça me parle, c'est exactement ce que je vis, je ressens, donc je veux voir ce contenu !».

Imaginons que votre nouveau soin signature est un massage qui doit aider à l'amélioration du sommeil et qui inclut notamment l'utilisation de pierres semi-précieuses et d'huile de chanvre. Vous souhaitez communiquer sur cette prestation sous l'angle «les enjeux du sommeil pour la santé» pour ainsi amener votre soin comme une solution à un sommeil dérangé.

Vous n'allez pas faire un post qui explique comment fonctionne le sommeil avec ses différentes phases, ses recommandations médicales... (ça c'est le post «wikipedia»). Vous allez plutôt pouvoir faire un réel ou une série de stories dans l'esprit 1 story/1 jour où chaque praticienne présentera son astuce «sommeil» personnelle ou alors les vertus des pierres pour mieux dormir...

### **QUELS FORMATS PUBLIER SUR INSTAGRAM POUR TROUVER DES CLIENTS ET PROSPECTER ?**

Tous les formats de publication ne permettent pas de créer des contenus d'acquisition. Une erreur courante est de ne faire que des stories quotidiennes. Parfait pour toucher les gens qui vous suivent déjà mais inutiles pour trouver de nouveaux clients car il y a très peu de chances qu'elles apparaissent dans l'onglet Explorer de vos prospects.

#### **L'onglet Explorer**

Pour rappel, l'onglet Explorer (la petite loupe en bas de votre compte Instagram) est une fonctionnalité d'Instagram conçue pour aider les utilisateurs à découvrir de nouveaux contenus, comptes et publications en fonction de ce qu'ils ont l'habitude de consommer. L'algorithme d'Instagram analyse les types de contenus avec lesquels un utilisateur interagit (notamment les publications qu'il a aimées, sauvegardées ou commentées) et crée ensuite un flux personnalisé de contenus qui correspond à ses centres d'intérêt. C'est aujourd'hui la seule façon que votre spa soit découvert par des personnes qui ne vous connaissent pas encore mais qui pourraient devenir vos clients demain. Or cet onglet n'intègre que des photos, des vidéos et des réels (certaines stories publiques et recommandées peuvent être reprises mais pas les vôtres sauf si vous êtes une «personnalité publique» ou un(e) influenceur(se) avec un nombre de followers déjà conséquent. Donc ne misez pas tout sur ce format.)

#### **Le Reel, le format d'acquisition phare**

N'abandonnez pas les stories car elles permettent d'engager votre communauté existante mais si vous voulez aller chercher de nouveaux followers (potentiels futurs clients), imposez-vous de faire des réels sur des sujets qui répondent à vos problématiques clients. Filmez-vous en facecam en train de répondre à une problématique de vos clients (par exemple, «Quel type de massage choisir quand vous venez chez nous pour la première fois ?»), sous-titrez, ajoutez une cover (couverture de réel), un son tendance si besoin et lancez-vous ! Si vous êtes en phase de développement de votre compte, faites cela une à deux fois par semaine et les résultats viendront.

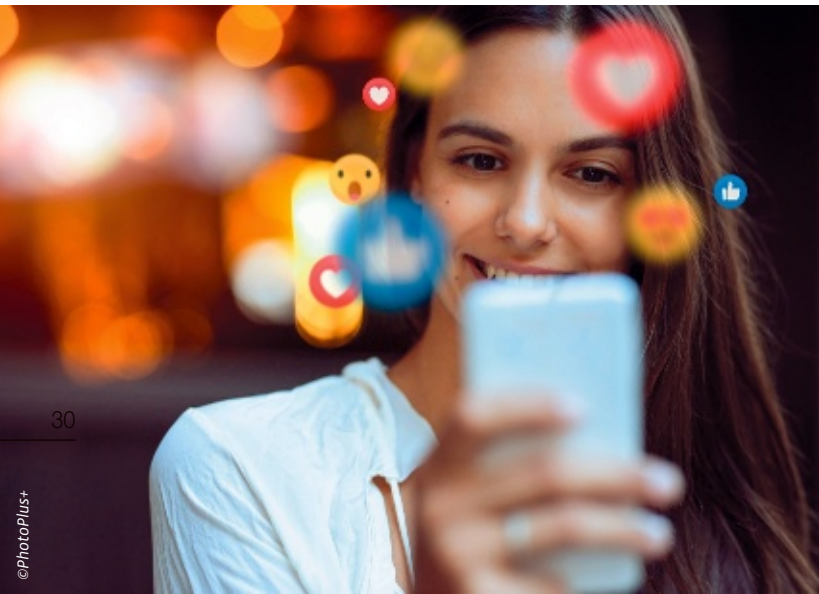
### **L'ATOUT CLÉ COMPLÈTEMENT SOUS-ESTIMÉ : LA ROUTINE D'ENGAGEMENT**

Publier les bons contenus au bon format vous permettra de faire émerger votre compte auprès de l'algorithme et d'obtenir qu'il soit poussé dans le feed Explorer de personnes qu'Instagram identifie comme des cibles client pertinentes pour vous. Mais vous pouvez également contribuer activement au développement de votre audience en mettant en place une routine d'engagement quotidienne qui se décomposera comme suit :

- Identifiez les comptes des spas concurrents où vous pensez que se rend votre clientèle cible. Identifiez quatre ou cinq comptes maximum pour commencer pour créer une routine d'engagement réaliste.
- Consultez leurs publications et regardez qui (c'est-à-dire quels comptes) les ont commentées.
- Consultez ces mêmes comptes. Bien entendu, limitez-vous à un nombre de comptes en essayant d'identifier les plus actifs.
- Si vous vous rendez compte que les titulaires de ces comptes sont effectivement des clients potentiels pour vous, n'hésitez pas à interagir avec, soit en répondant à un commentaire fait sous le compte d'un concurrent, soit en commentant directement une de leurs publications. Attention, pas de promotion de vos services à ce stade ! Vous êtes là pour engager la conversation. Libre à cette personne ensuite de vous répondre et d'aller voir votre compte pour, éventuellement, vous suivre.
- Faites cela régulièrement.

*Il est préférable que le spa hôtelier possède son propre compte Instagram*





30

©PhotoPlus+

*Voyez Instagram  
comme un  
véritable outil de  
commercialisation et  
de prise  
de rendez-vous*

Vous pouvez également interagir avec eux directement en MP mais attention, en douceur et pas en présentant votre offre en frontal !

Il s'agit d'une démarche de prospection classique (aller là où sont les clients de ses concurrents) que vous appliquez à Instagram. L'objectif est que ces personnes aient envie, au travers de vos échanges, de s'intéresser à vous et à votre compte.

Qu'elles aillent le consulter et qu'elles aient finalement envie de s'y abonner. Ce profil de follower est très valorisé par l'algorithme car c'est quelqu'un qui va liker votre compte après avoir interagi avec. L'algorithme aura donc le réflexe d'afficher vos publications dans le feed explorer de comptes identiques à celui-là. Donc si cette personne fait bien

partie de votre cible client, vous réussirez à toucher de plus en plus de comptes de clients potentiels !

### **Qui gère la routine d'engagement ?**

La routine d'engagement est à faire quotidiennement et peut être un peu chronophage au départ mais elle facilite la création d'une audience saine et vraiment utile sur Instagram. Et surtout, elle permet d'utiliser

à terme cet outil non pas comme un simple réseau social sur lequel vous aurez parfois l'impression de perdre votre temps, mais comme un véritable outil de commercialisation et de prise de rendez-vous. Donc de génération de chiffre d'affaires ! Pas évident bien sûr de faire ça en tant que spa manager mais vous pouvez peut-être faire participer l'ensemble de votre équipe en confiant à chacun(e), à tour de rôle, l'animation du compte ? Vous pouvez peut-être aussi confier ça à votre réceptionniste en lui dégageant un peu de temps sur ce sujet. Attention, c'est la régularité qui primera mais si vous publiez entre quatre et cinq fois par semaine, avec au moins un réel, vous pouvez vraiment réussir à faire émerger votre compte ! Si vous comptez sur Instagram pour développer concrètement votre spa, alors allez-y !

### **LE SPA HÔTELIER DOIT AVOIR SON COMPTE INSTAGRAM**

Pour toutes les raisons évoquées ci-dessus, si vous êtes un spa hôtelier, il est préférable que vous ayez votre propre page Instagram si vous voulez vraiment vous en servir pour aller trouver des clients. Autrement, vous n'aurez pas, dès le départ, des piliers de contenus aussi clairs (ils seront généralistes car pensés pour l'ensemble de l'hôtel) et vous ne maîtriserez pas vraiment vos contenus. La stratégie ci-dessus sera donc difficilement applicable. Certains hôtels ont bien compris l'intérêt de créer un compte pour leur spa car ce dernier est autonome sur sa communication et dispose d'un outil supplémentaire de visibilité et de promotions de dernière minute, si importantes pour le spa. N'hésitez donc pas à argumenter en ce sens auprès de votre responsable marketing !

Vous savez désormais que pour faire émerger votre compte Instagram en partant de 0 vous devez :

- vous faire aider par l'algorithme grâce à des contenus et des formats adaptés,
- et vous tenir à une routine d'engagement quotidienne et structurée.

Ayez bien en tête que, même en 2025, la tâche n'est pas impossible si vous intégrez bien cela. Alors maintenant que vous connaissez les règles du jeu, il ne vous reste plus qu'à vous lancer ! 💧

GENESIS

85



Me

*technologie*  
*all in one pour*  
*des solutions*  
*illimitées*

Puissance élevée, polyvalence et efficacité dans un **appareil multitechnologie** conçu pour obtenir des **résultats optimaux** dans de multiples indications esthétiques.

Une technologie soutenue par des **preuves cliniques solides** avec des **résultats prouvés, durables et visibles dès la première séance.**

**Corpoderm**

Healthcare &amp; Beauty

05 32 09 79 08

mesoestetic@corpoderm.com  
shop.corpoderm.com

the element for skincare experts

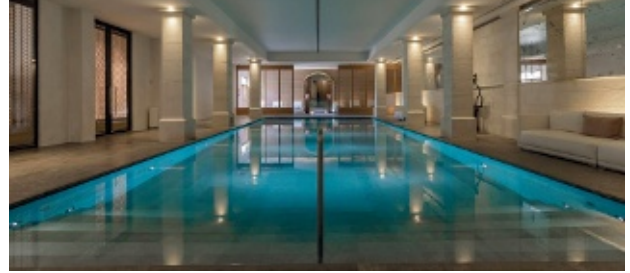


# spa soins

Découvrez dans cette rubrique les soins signatures, les nouvelles escales, les nouveaux rituels, les massages... proposés par les spas les plus prestigieux.

## VINOTHÉRAPIE ET PHYTOTHÉRAPIE EN PROVENCE

Coquillade Provence offre une nouvelle expérience qui allie vinothérapie et phytothérapie.



Les bains infusés à la lavande promettent une évasion qui permet de détendre le corps sous la chaleur aromatique et relaxante de la plante. Pour une expérience complète, les soins du visage à la lavande exploitent des propriétés anti-inflammatoires et antiseptiques, idéales pour calmer les peaux sensibles et favoriser un teint reposé. Ces soins offrent une approche holistique du bien-être, utilisant le pouvoir guérisseur de la lavande pour créer une atmosphère de sérénité.

### VINOTHÉRAPIE : LES RAISINS À L'HONNEUR

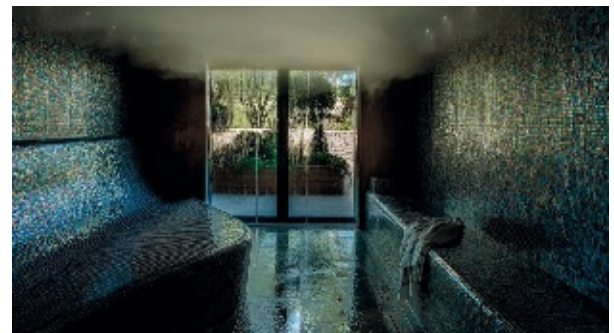
S'inspirant du vignoble du Domaine de la Coquillade, le spa de l'hôtel présente la vinothérapie, une approche du bien-être qui exploite les bienfaits du raisin et de la vigne pour la peau, en lui apportant des propriétés drainantes, antioxydantes et anti-âge. Les traitements de vinothérapie à Coquillade Provence sont conçus pour offrir une expérience revitalisante, comme le gommage aux pépins de raisin, qui exfolient et renouvellent la peau grâce aux vertus naturelles des polyphénols de raisin. Les soins du visage à base de vin utilisent les bienfaits anti-âge du resvératrol, un puissant antioxydant présent dans la peau du raisin, pour raffermir et hydrater la peau et lui donner un éclat de jeunesse. Également, une expérience réconfortante avec les enveloppements corporels au raisin couvrant le corps d'un traitement nourrissant et détoxifiant qui élimine les impuretés et améliore l'élasticité de la peau.

### PHYTOTHÉRAPIE : L'ESSENCE MÊME DE LA PROVENCE

Coquillade Provence a introduit des soins signature infusés de lavande récoltée localement. Connue pour ses propriétés thérapeutiques, la lavande est utilisée depuis des siècles en Provence pour sa capacité à apaiser l'esprit. Les soins signatures à la lavande sont réalisés pour plonger dans l'essence paisible de cette plante emblématique. Les massages, rythmés sur le glissement de l'huile de lavande, détendent les muscles tendus et favorisent la relaxation, notamment avec le massage «L'or Bleu», un massage aux mouvements doux et enveloppants utilisant des pochettes d'herbes médicinales.

### UN SPA D'EXCEPTION

Le Spa Coquillade, le plus grand de la région, qui s'étend sur 2 000 m<sup>2</sup> offre une gamme d'installations haut de gamme, y compris une piscine intérieure et extérieure chauffées et des espaces de détente inspirés des jardins provençaux. Les soins des marques Tata Harper et Nescens viennent compléter cette expérience bien-être. En alliant luxe et durabilité, Coquillade Provence s'affirme comme la destination idéale pour les clients en quête de détente et de reconnexion avec la nature. Avec la vinothérapie et la phytothérapie, le spa propose une occasion unique de découvrir le pouvoir qu'offrent les bienfaits naturels.





## UNE APPROCHE AUTHENTIQUE DU BIEN-ÊTRE

Le groupe hôtelier Sunlife dévoile sa nouvelle offre bien-être, baptisée Glow.



Plaçant l'île Maurice et sa culture au cœur de sa vision, le groupe réinvente ses spas, sa gamme de soins et ses expériences pour incarner la destination avec toujours plus de justesse, faisant de sa beauté et de sa générosité, les clés d'un bien-être holistique. Glow incarne le rayonnement et l'énergie du soleil mauricien. Cette nouvelle signature bien-être invite les voyageurs en quête de ressourcement à co-créer leur expérience du bien-être et ainsi à rayonner intérieurement et extérieurement. Une vision holistique qui s'incarne à travers trois piliers :

- l'énergie élémentaire, source de vie,
- l'énergie nourricière, source de croissance,
- l'énergie créatrice, source d'épanouissement.

### RENOUER AVEC SA CRÉATIVITÉ, TOUTE UNE EXPÉRIENCE

«Sunlife se distingue par son approche holistique de la culture mauricienne, et la façon dont celle-ci donne ses couleurs à chaque étape du voyage» explique Reshma Dookheea, Cluster Spa Manager de Sunlife. C'est sur cette idée que de nouvelles expériences bien-être ont été imaginées. Pensées en complément des soins au spa et des attentions proposées par les hôtels, elles complètent le parcours bien-être au sein des établissements. Sur un format de 90 minutes, les nouveaux ateliers bien-être proposent à leurs participants de se connecter à la culture mauricienne, tout en faisant parler leur créativité. Parmi eux :

- Thérapie sonore : cette pratique holistique utilise des instruments pour émettre des vibrations sonores, comme des bols tibétains, des tambours chamaniques, des flûtes indigènes ou encore le kamele (une harpe africaine). Elle vise à favoriser la relaxation de ses participants.
- Sandscape : alliant créativité et sérénité, cet atelier d'art-thérapie invite ses participants à un



moment d'évasion en pleine conscience. Tout en traçant un mandala dans le sable, c'est la beauté de la vie et son aspect éphémère qui sont célébrés.

- L'instinct du corps : cet atelier intuitif fait découvrir la danse mauricienne traditionnelle, le séga. En s'appropriant ses mouvements et ses codes, les participants apprennent à lâcher prise et à vibrer au rythme de ses airs entraînants.
- L'art de raconter des histoires : à travers cet atelier verbal, les participants sont initiés aux techniques de narration. Guidés par un artiste qui leur raconte l'histoire du marronnage à Maurice, ils sont encouragés à laisser libre cours à leur imagination pour créer des récits, offrant ainsi une belle opportunité de se connecter à la destination.

### IMMERSION DANS LES SPAS SUNLIFE

L'île Maurice est un véritable melting pot culturel. Un métissage dont la destination tire fièrement parti jusqu'aux confins de l'imagination... Et le massage n'y échappe pas. À la croisée des pratiques africaines, européennes et asiatiques, il se transforme en un art subtil qui mêle les techniques des trois continents. Mettant à l'honneur la diversité culturelle de l'île Maurice, les nouveaux massages signature Glow offrent une expérience des sens unique, pour soulager et apaiser le corps et l'esprit. D'une durée de 120 à 150 minutes, ils s'accompagnent d'un rituel complet pensé pour amener le client à un état de relaxation profond.

## ESCAPE HOLISTIQUE EN CALIFORNIE

Bienvenue à Greater Palm Springs. Nichée au coeur d'un désert propice à la reconnexion et à la sérénité, cette région est une destination



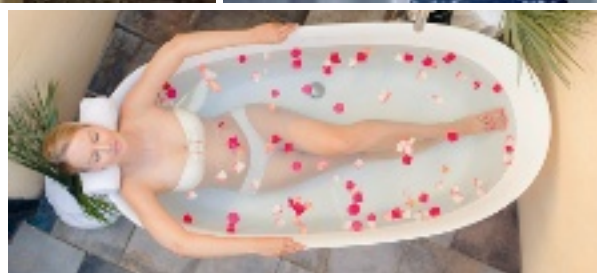
Que le client opte pour des bains sonores, des retraites spirituelles ou des soins haut de gamme, chaque ville de ce territoire emblématique offre des expériences uniques conçues pour revitaliser à la fois le corps et l'esprit. Au milieu des paysages de montagne pittoresques et des palmiers, cette oasis du sud de la Californie invite à vivre un éventail varié d'expériences qui rajeunissent à la fois le corps et l'esprit.

### 1. PALM SPRINGS : OASIS DE SÉRÉNITÉ

Dans cette ville emblématique du désert californien, les clients peuvent découvrir le «Desert Hot Springs Yoga on the Rocks», une fusion unique entre yoga et randonnée au coeur des formations rocheuses désertiques. Une pratique en plein air originale qui offre une connexion profonde avec la nature environnante permettant une harmonie complète entre le corps et l'esprit. Le Palm Springs Yacht Club Spa, niché au sein du luxueux hôtel Parker Palm Springs, propose une approche distinctive du bien-être. Ce spa de prestige se distingue par son ambiance inspirée des yachts de luxe, où les clients peuvent se détendre dans un cadre extravagant tout en bénéficiant de soins d'hydrothérapie sophistiqués. Avec ses rituels exclusifs, allant des massages profonds aux soins corporels complets, ce sanctuaire est un incontournable pour vivre des moments de pure détente dans un contexte d'exception.

### 2. COACHELLA : LE POUVOIR TRANSFORMATEUR DU SON

À quelques kilomètres de Coachella, l'Integratron Sound Bath est un édifice en forme de dôme étrange. À la fois une œuvre architecturale et une expérience sonore immersive pour l'harmonisation des fréquences corporelles, des bains sonores de 60mn transportent le client dans un état de relaxation profonde grâce à 22 bols chantants en cristal de quartz. Chacun d'entre eux est relié aux centres énergétiques ou chakras du corps, où le son est une source de nutrition pour le système nerveux. Chaque session consiste en une symphonie vibratoire qui plonge le client dans un état de relaxation profonde et méditative.



### 3. INDIAN WELLS : UNE EXPÉRIENCE BIEN-ÊTRE EN APESANTEUR

Nouvelle expérience proposée depuis cette année à Indian Wells, le Floating Sound Bath proposé au Tommy Bahama Miramonte Resort & Spa, combine la sensation unique de flottaison et des vibrations sonores. Le client est allongé dans une piscine chauffée, tandis que des sons apaisants se diffusent dans l'eau, créant une harmonie totale entre le corps et l'esprit. Cette approche moderne du bien-être allie technologie et relaxation physique, pour un effet thérapeutique des plus efficaces.

### 4. INDIO : UNE RETRAITE SPIRITUELLE EN PLEIN DÉSERT

Située à l'est de Palm Springs, Indio abrite Sacred Desert Alchemy Retreats, des retraites privées axées sur des pratiques chamaniques, des cercles de guérison énergétique et des séances de yoga au coeur du désert. Loin du stress quotidien, le client est invité à se reconnecter avec son essence spirituelle grâce à des pratiques ancestrales, sous la guidance de chamans et d'experts en guérison énergétique, offrant une véritable opportunité de transformation intérieure à celui qui recherche un éveil spirituel profond et une reconnexion avec la nature sacrée du désert.

### 5. LA QUINTA : LA FUSION DU LUXE ET DE LA NATURE

Le client en quête de régénération peut se rendre au La Quinta Resort & Club Spa, qui offre des soins inspirés du désert. En utilisant des ingrédients naturels tels que l'argile et les plantes locales, ce spa propose des rituels enveloppants pour purifier le corps et apaiser l'esprit. Chaque soin est conçu pour raviver l'énergie intérieure et nourrir la peau, tout en respectant l'environnement naturel du désert. Le cadre paisible de l'établissement, avec ses jardins luxuriants et ses vues imprenables sur les montagnes, rend l'expérience encore plus apaisante.

priviliégée pour les amateurs de bien-être et de relaxation.

## 6. RANCHO MIRAGE : L'EXCELLENCE DU BIEN-ÊTRE

Célèbre pour le tennis, Rancho Mirage offre aussi la quintessence du luxe en matière de bien-être au Ritz-Carlton Spa. Ce lieu renommé propose des soins de haute volée, incluant des massages sonores réalisés avec des bols tibétains et des rituels énergétiques utilisant des pierres volcaniques chauffées. Chaque soin est pensé pour créer une synergie entre relaxation physique et équilibre énergétique. Le cadre somptueux et les soins personnalisés font de ce spa un lieu incontournable pour le client à la recherche d'une expérience de détente complète et sophistiquée. La ville se prépare à accueillir prochainement le Sensei Wellness Spa au Sensei Porcupine Creek Palm Springs Wellness Retreat. Ce futur espace de soins holistiques proposera des traitements personnalisés basés sur l'intelligence artificielle et des pratiques millénaires. Le client pourra bénéficier d'une approche sur-mesure, mêlant équilibre corporel et mental dans un cadre luxueux.

## 7. DESERT HOT SPRINGS : LES VERTUS DES SOURCES MINÉRALES

Desert Hot Springs est célèbre pour ses sources chaudes naturelles, et l'une des meilleures façons d'en profiter est de se rendre au Two Bunch Palms Resort. Ce spa thermal propose une expérience immersive dans des sources chaudes minérales, connues pour leurs vertus curatives. Outre les bains minéraux, l'établissement offre une large gamme de soins holistiques, tels que les enveloppements au sel de la Mer Morte qui revitalisent la peau tout en purifiant l'organisme, parfait pour relâcher toutes les tensions accumulées. Le Spring Resort & Spa propose également une expérience unique axée sur la purification du corps et de l'esprit. Grâce à ses bains chauds naturels et ses soins énergétiques, cet établissement est un sanctuaire de bien-être où le client peut se régénérer en profondeur. Situé dans un cadre paisible, loin de l'agitation, il offre une parenthèse de calme et de sérénité absolue.



## 8. PALM DESERT : HARMONIE ENTRE LUXE ET BIEN-ÊTRE NATUREL

Direction le Spa at Desert Springs (JW Marriott Desert Springs Resort & Spa) à Palm Desert. Ce sanctuaire moderne luxueux, niché au cœur d'une oasis luxuriante de jardins exotiques et plans d'eau, combine des rituels ancestraux et des techniques de soins de pointe. Le spa propose des massages thérapeutiques avec des huiles essentielles du désert, ainsi que des enveloppements corporels inspirés des traditions amérindiennes, pour une relaxation profonde et une purification du corps.

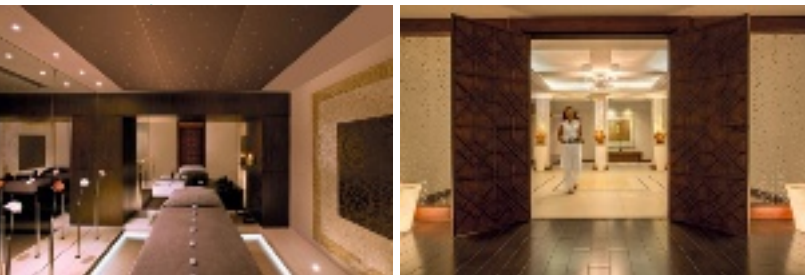
## 9. LES DÉSERTS : TERRES DE VOYAGES HOLISTIQUES

Pour une escapade immersive, Desert Reset Retreats propose un programme complet de retraites axées sur la transformation holistique du corps et de l'esprit dans le désert de Joshua Tree. La retraite inclut des sessions d'hypnothérapie de guérison, du hatha yoga, du qi gong, les Tibetan 5 Rites of Rejuvenation, des massages thérapeutiques réparateurs, des bains sonores aux bols tibétains, des exercices de respiration et des danses extatiques ancestrales. Parmi les moments forts, le rituel de libération et d'attraction par le feu, des méditations de connexion à la nature, et l'apprentissage de techniques d'auto-guérison. La région de Palm Springs conjugue toutes les facettes du bien-être, ancestrales ou modernes, alliant luxe, nature et pratiques spirituelles. Destination idéale pour le client en quête de sérénité et d'épanouissement personnel, qu'il soit à la recherche d'une retraite introspective ou d'un soin holistique luxueux et raffiné pendant son voyage.



## SPA DANS UN PARADIS TROPICAL

Dans l'île Maurice, l'Hôtel The Residence Mauritius (169 chambres et suites) se trouve le long de l'une des plus belles plages de l'île, Belle Mare.



### LE SPA DE THE RESIDENCE MAURITIUS

The Sanctuary est un espace de 850 m<sup>2</sup> dédié à la relaxation et au rajeunissement du corps, de l'esprit et de l'âme. Ce temple du zen et de la détente comporte dix salles de soin et propose un vaste choix de massages ainsi que des programmes sur-mesure aux bienfaits thérapeutiques, inspirés des techniques asiatiques. Ces soins de beauté ont été conçus par la marque de luxe espagnole Natura Bissé, dont le concept exclusif

de «Haute Beauté» fonctionne comme par magie pour faire ressortir la brillance et l'éclat naturel. Pour une expérience spa unique, The Sanctuary dispose également d'un pavillon au centre du jardin tropical, donnant sur le lagon, offrant ainsi un espace de bien-être créé pour réduire le stress et restaurer l'équilibre.



36

## ALPINOThÉRAPIE EN MONTAGNE

Concept unique développé et pratiqué exclusivement par Grandes Rousses Hotel & Spa à l'Alpe d'Huez, l'Alpinothérapie est à la montagne ce que la thalassothérapie est à la mer.



Cette méthode bien-être permet de vivre une expérience basée

sur les cinq ressources naturelles essentielles de la montagne : l'altitude, le froid, la lumière, les minéraux et les végétaux. Elle se décline au Spa des Alpes, avec des soins à la carte et en plusieurs types de séjours.

### LE RITUEL UN JOUR AILLEURS

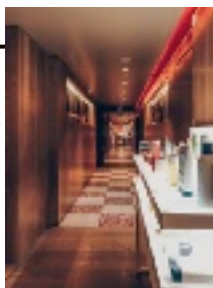
Le rituel individuel «Un jour ailleurs» permet une première approche de l'Alpinothérapie sur toute une journée et inclue les repas, activités et soins. «L'escapade» est organisée sur trois jours et allie les soins corporels, à base d'huile d'Alpinothérapie, pratiqués au Spa des

Alpes (massage, lithothérapie et luminothérapie) ainsi que des activités physiques dans les alpages pour une reconnexion à la nature et à soi-même. Parmi les activités proposées, les clients peuvent découvrir des randonnées douces en pleine conscience à la découverte de l'Oisans minéral et végétal, une séance de yoga en montagne ou bien encore une relaxation en profondeur à travers un bain sonore aux bols de quartz.

## AU SOMMET DU BIEN-ÊTRE

À Chamonix, au pied du Mont-Blanc, il existe un hôtel mythique, l'Hôtel Mont-Blanc\*\*\*\*\*, qui est l'escale idéale pour prendre un bol d'air de rêve au cœur des Alpes.

Son spa de 250 m<sup>2</sup> permet de se prélasser et de profiter des bienfaits des soins et modelages Clarins. Et plus particulièrement, après une longue journée de ski, du Modelage-Soin Haute Montagne Spécial Ski qui élimine les tensions musculaires et articulaires. À l'extérieur,



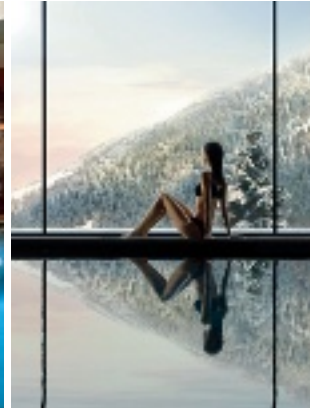
la piscine chauffée et le Jacuzzi permettent de profiter de la vue spectaculaire sur le massif du Mont-Blanc.

## DÉTENTE ABSOLUE DANS LES DOLOMITES

Nichée au cœur des majestueuses Dolomites, classées au patrimoine mondial de l'UNESCO, Lefay Resort & Spa Dolomiti offre une expérience luxueuse et immersive au sein d'un cadre naturel à couper le souffle.

Connu pour son approche holistique du bien-être, l'établissement allie harmonieusement nature, bien-être et gastronomie. Cet hiver, Lefay Resort & Spa Dolomiti propose une escapade exceptionnelle mêlant détente, aventure et plaisirs culinaires.

Ce séjour de 4 nuits ou plus, du 21 au 24 décembre, combine des soins exclusifs au sein du vaste Lefay spa de 5 000 m<sup>2</sup>, des moments gourmands au restaurant et des activités de plein air au cœur des sommets enneigés.



## BIEN-ÊTRE À MARRAKECH

Envie de faire le plein de vitamine D en cette fin d'année ? Direction le Riad XO à Marrakech, une Maison d'hôtes au charme exquis qui a ouvert ses portes il y a bientôt un an !



Côté bien-être, le spa du Riad XO est un concentré de wellness et de bienfaits. The place to go pour faire le plein de soins traditionnels marocains et d'incontournables rituels de beauté ! Rien de plus agréable que de se faire chouchouter après avoir arpenté les ruelles de la cité. Pour drainer et stimuler le corps dans son entier, le client mise sur l'expérience authentique et sensuelle du hammam beldi !



Il choisit parmi tous les massages proposés et se laisse aller sous des mains expertes. Pour le visage et le corps, soins, gommages et modelages sont à base de produits locaux et bio. Des cours de yoga et de fitness sont également proposés.



## SERVICE AUX ABONNÉS

Abonnement  
Renouvellement  
Changement d'adresse  
Autres questions

isabelle@nouvelles-esthetiques.com  
Tél. 01 43 80 06 47  
www.nouvelles-esthetiques.com

## UN NOUVEL ESPACE HOLISTIQUE À MERANO

Fleuron du Sud-Tyrol italien, situé au pied des majestueuses Dolomites, près de la frontière autrichienne, le Palace Merano est depuis de nombreuses années une référence incontournable en matière de spa médical.



Réputé pour ses soins à la croisée de la médecine traditionnelle chinoise et de la médecine occidentale la plus avancée, alliant médecine intégrative, longévité et détoxination, le Palace Merano franchit aujourd'hui une nouvelle étape dans son engagement envers le bien-être global en inaugurant son nouveau département Revital Relax & Balance, dédié à la relaxation, à la gestion du stress et à l'harmonie intérieure. Ce nouvel espace holistique offre un cadre d'exception pour retrouver sérénité et équilibre et vient compléter l'offre des départements Revital existants : Santé & Nutrition, Bioénergétique, Hydro-fangothérapie, Spa & Fitness. L'Espace Revital Relax & Balance, véritable oasis de relaxation, crée une atmosphère enveloppante propice à une sérénité absolue. Il est dédié au bien-être global et à l'amélioration du style de vie. Situé en rez-de-jardin, dans une aile isolée du Palace Merano avec vue sur le parc, l'Espace Relax & Balance offre une atmosphère apaisante pour retrouver l'harmonie intérieure, la conscience, une reconnexion avec soi et un sentiment de paix.

### UNE EXPÉRIENCE UNIQUE

L'Espace Relax & Balance du Palace Merano est un havre dédié au bien-être absolu, où chaque détail est conçu pour favoriser l'épanouissement physique et mental et offrir une expérience de sérénité et de détente sans pareille.

- Yoga Massage : expérience anti-stress qui libère les tensions, améliore la souplesse et favorise une relaxation profonde et consciente, synchronisée avec la respiration.
- Floating Therapy : plongeon dans une relaxation unique dans la cabine d'isolation sensorielle, où la flottaison crée un état de lâcher-prise absolu.
- Reflective Connective Massage : technique avancée qui stimule, revitalise et renforce le tissu conjonctif pour un soulagement ciblé de la douleur et de la tension.
- Mindfulness : pratique de méditation guidée pour atteindre un état profond de relaxation, de concentration, de conscience de soi et de l'environnement.

- Total Relax : traitement de réflexologie ciblée utilisant des techniques de massage spécifiques sur les zones distales telles que les pieds, les mains et le visage, pour un bien-être total.

- Chaise-longue 4 Sens : expérience de relaxation pure par une stimulation douce des quatre sens avec une surface chaude, des vibrations douces, une composition sonore et un parfum subtil pour atteindre un état méditatif.

- Éveil énergétique : pratiques matinales en groupe comprenant méditation, étirements et techniques de respiration pour réveiller l'énergie vitale.

### LE PROGRAMME RELAX & BALANCE

L'Espace Relax & Balance du Palace Merano dévoile son programme éponyme, exclusif, dédié à l'harmonie intérieure et à la sérénité absolue. Idéal pour ceux qui souhaitent renouer avec leur espace intérieur et faire l'expérience du calme, de la clarté mentale et d'une connexion profonde avec eux-mêmes. La réduction du stress et des tensions physiques et mentales contribue à améliorer la qualité du sommeil, à stimuler la créativité et à favoriser la concentration. Le programme propose des traitements tels que le massage yoga et la Floating thérapie, conçus pour relâcher les tensions dans le corps grâce à la relaxation psychophysique et à la prise de conscience de la respiration yogique.

#### Les différents traitements

- Alimentation Detox ou Biolight
- Analyse de sang – indices de stress
- Bilan bioénergétique – indices de stress
- Traitements bioénergétiques anti-stress
- Floating thérapie
- Yoga massages
- Massages énergétiques
- Cures hydro-fango énergétiques
- Visites médicales

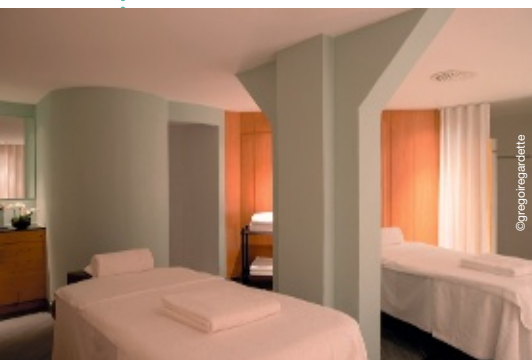
Les traitements du programme Relax & Balance peuvent aussi être réservés à la carte, en complément d'un autre programme.



©gregoiregardette

## UN HAVRE DE PAIX À ZERMATT

Schweizerhof Zermatt (95 chambres et suites) est une maison de montagne au luxe simple mais authentique. Un refuge convivial, bouillonnant d'énergie positive.



©gregoiregardette



©alpinimages

Surplombé par les sommets du canton suisse du Valais, dont le Cervin, ce village de montagne de renom inspire et séduit. Zermatt est le berceau de l'alpinisme. Le Spa Nescens est fidèle à l'esprit de la maison : un havre de paix niché au cœur des Alpes. Il propose une gamme de massages du corps et de soins anti-âge Nescens, pour

accompagner le corps et l'esprit au cœur d'une expérience montagnarde unique. L'expertise et la personnalisation sont garanties, car le menu des soins est adapté aux besoins et aux souhaits de chacun. Une piscine intérieure, trois saunas, un bain turc et un centre de remise en forme avec vue sur le jardin complètent l'offre de bien-être.



©gregoiregardette

## DES RITUELS EXCLUSIFS

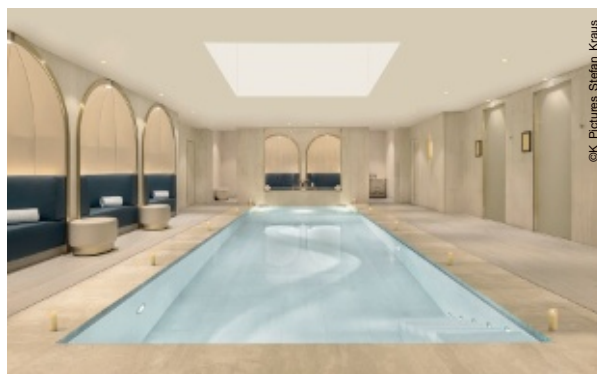
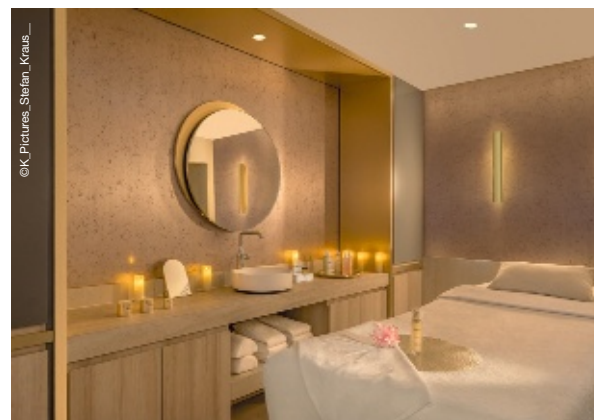
Niché au cœur de l'Hôtel 5\* Maison Albar-Le Vendome à Paris, le Spa Vendome est bien plus qu'un simple lieu de détente, c'est un joyau de 350 m<sup>2</sup> de bien-être où le temps semble s'arrêter pour offrir une expérience sensorielle inoubliable.



©K\_Pictures\_Stefan\_Kraus

Le Spa Vendome possède une piscine sous un puits de lumière naturelle, un bain à remous, un hammam, une douche sensorielle et un studio fitness. Pour accéder à ce havre de paix, le client emprunte son escalier historique, véritable œuvre d'art recouverte d'une somptueuse mosaïque des années 1930. Ses rituels exclusifs en font un véritable temple de bien-être et de beauté, où chaque détail est soigneusement pensé afin d'offrir une expérience d'exception et sublimer le corps et l'esprit.

©K\_Pictures\_Stefan\_Kraus



©K\_Pictures\_Stefan\_Kraus

Le Spa Vendome se distingue par ses soins du visage, signés par la maison suisse La Colline : ils activent le métabolisme cellulaire, remédient aux signes de l'âge, hydratent en profondeur et redonnent éclat et vitalité.



## RELAXATION À LA MONTAGNE, À COURMAYEUR

Nichée au pied du Mont-Blanc, Courmayeur Mont-Blanc est la destination rêvée pour un séjour hivernal inoubliable, alliant raffinement et élégance dans un écrin naturel préservé.

Courmayeur Mont-Blanc est réputée pour ses évasions bien-être. Les hôtels haut-de-gamme de la station disposent d'espaces dédiés à la relaxation avec spas, saunas, hammams, et offrent la possibilité de réaliser des massages et des soins de beauté à base de produits locaux comme le miel, le raisin noir et la pomme reinette.

### LA MAISON D'EAU

Niché au coeur de la nature alpine, au sein de l'hôtel L'Auberge de La Maison, avec une vue imprenable sur les Alpes, le spa propose des parcours bien-être et des soins sur-mesure. Véritable havre de paix, La Maison d'Eau invite les visiteurs en quête de relaxation à régénérer l'esprit et le corps en harmonie avec la nature.



### AU MASSIF

Situé au sein de l'hôtel du même nom, ce spa est l'endroit idéal pour vivre une expérience relaxante. Avec ses différents espaces et ses soins uniques, le Spa Au Massif est réputé pour ses rituels anti-stress et régénérants à travers son parcours Bioaquam, inspiré du pouvoir curatif de la forêt, de l'eau et de la montagne.

### Le Spa Gran Baïta

Avec sa piscine intérieure et extérieure chauffée à 32°, ses espaces de chromothérapie, un hammam ainsi que son espace détente disposant de soins à base des produits de la région, ce spa permet de vivre un moment unique.

### Les Thermes de Pré Saint-Didier

À quelques minutes de Courmayeur, se trouve ce temple incontournable de la relaxation en plein coeur des Alpes italiennes. Dans ce site datant de 1800, l'expérience bien-être est unique et idéale pour s'échapper du stress quotidien grâce aux différents espaces propices à la détente. Cascades vivifiantes, piscines et Jacuzzi extérieurs, grottes salines ou encore salle de relaxation panoramique, les Thermes de Pré Saint-Didier sont le lieu parfait pour une évasion reposante.



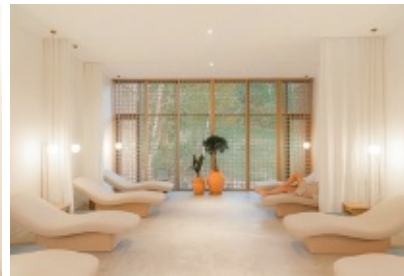
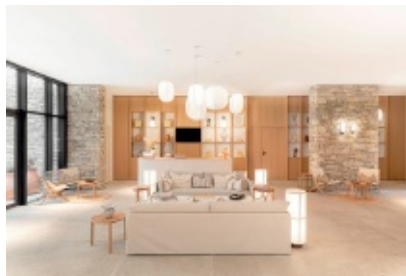


## PLAISIRS D'HIVER EN PROVENCE

L'hiver est la saison idéale pour s'occuper de soi, loin des villes, dans le silence de la campagne, pour quelques jours de total lâcher-prise dans la douce chaleur du tout nouveau spa du Couvent des Minimes de 2 500 m<sup>2</sup>.

Au programme : quelques longueurs dans une piscine chauffée à 28° degrés, une leçon de yoga, un plongeon revigorant après un passage au sauna, les bienfaits d'un parcours aquatique, des douches sensorielles, une grotte de sel aux pouvoirs purifiants et le bonheur de s'abandonner aux mains expertes des thérapeutes le temps d'un long massage. Parmi l'éventail des soins proposés, Alexia Leyrat, la spa manager, a sélectionné pour ses clients des soins de saison, particulièrement adaptés aux rigueurs de l'hiver :

- Un massage enveloppant de 90 minutes à l'«Huile Fabuleuse au Karité» qui favorise la détente musculaire, nourrit la peau et la protège durablement. Parfait contre le dessèchement dû au froid et aux vêtements trop couvrants, aux tensions musculaires et à la fatigue accumulée. Un véritable booster d'énergies.
- Un massage drainant de 60 ou 90 minutes à l'«Huile Souplesse Amande» qui stimule la circulation et apporte au corps une bienheureuse sensation de légèreté.



## REVITALISATION DANS LES POUILLES

Vair Spa, le spa primé du Borgo Egnazia, a dévoilé une nouvelle carte de traitements qui adopte une approche globale du bien-être, touchant les dimensions physiques, mentales, émotionnelles et même spirituelles.

L'approche globale offerte par le Vair Spa en fait un espace de bien-être unique dans les Pouilles. Pour la première fois, le spa introduira des diagnostics avancés, mélangeant à la fois la nature et la science pour atteindre un résultat d'exception pour ses clients. Les nouvelles offres introduisent une approche nuancée du bien-être, en proposant des traitements personnalisés qui non seulement procurent de la détente, mais soutiennent et améliorent le bien-être général du client. La philosophie de Vair englobe la personne dans sa totalité, la guidant vers un sens plus profond de la découverte et de la conscience de soi. Aujourd'hui, la mise en œuvre de diagnostics avancés aidera davantage les clients à comprendre leur corps et leur esprit et à se connecter à leur soi intérieur. Il est important de noter que l'introduction



de diagnostics avancés - tels que l'analyse d'impédance bioélectrique et l'oligoscan - sera simplement le point de départ du voyage et de l'expérience d'un client à Vair Spa. Les résultats des diagnostics détermineront le parcours de chaque client qui sera adapté en conséquence pour promettre une expérience approfondie.

## AMÉLIORER SON SOMMEIL

**The Longevity Spa du Portrait Milano à Milan, lance un nouveau programme Sleep Better pour améliorer la qualité du sommeil et le bien-être général, gages d'une meilleure santé à long terme.**

Élaboré pour favoriser un sommeil plus paisible et réparateur, cette cure de 3 ou 6 jours permet de récupérer l'énergie perdue et de réduire les effets négatifs de l'insomnie, améliorant ainsi la qualité de vie à court et à long terme.

### DÉROULEMENT DE LA CURE

Sleep Better débute par une consultation personnalisée avec un expert en longévité et nutrition. Objectif : analyser attentivement la situation individuelle et déterminer les soins les plus adaptés à chacun. La cure peut alors commencer, comprenant un certain nombre de traitements high-tech. Elle comprend ainsi des séances quotidiennes de Cryosuite Total Body, au cours desquelles le corps est exposé à des températures extrêmement basses pendant quelques minutes, en vue de stimuler une série de réactions positives dans tout l'organisme, telles qu'une meilleure circulation et une augmentation de la vitalité.

### Flottaison

Autre traitement-phare inclus dans le protocole : The Ultimate Biohacking. Ce dernier repose sur la thérapie de flottaison sèche, une technologie innovante exploitant les bienfaits de la privation sensorielle pour améliorer le bien-être régénératif. Elle produit des effets positifs sur le sommeil, la concentration et la récupération physique et mentale. La technologie infrarouge (NIR) stimule les processus naturels du corps via une lumière rouge et des radiations non ionisantes, améliorant la circulation et soulageant les douleurs musculaires et articulaires. Cette thérapie, associée à l'hydrogène-oxygène, réduit le stress oxydatif et l'inflammation, favorisant la récupération et la longévité cellulaire.

### Massages

Sleep Better comprend également un certain nombre de massages, dont le Deep Blue, un massage holistique permettant de relâcher les tensions du stress quotidien et de retrouver un sommeil réparateur, ainsi que les massages Re-balance et Intensive Recovery qui font tous deux plonger dans un profond état de relaxation psychophysique.



Ph. Tim Labarda



Ph. Tim Labarda

### Exercices physiques

Le programme est complété par des séances quotidiennes d'exercices physiques Longevity Fitness, sous la houlette d'un coach personnel. Ce circuit exclusif s'adapte aux besoins de chacun grâce à une technologie brevetée, qui garantit 30 % de résultats supplémentaires en un temps identique. Cette expérience connectée permet de personnaliser chaque session d'entraînement en fonction des objectifs individuels.

### THE LONGEVITY SPA : LE MEILLEUR DU BIOHACKING

Le programme Sleep Better fait partie de la collection exclusive de Longevity Programs de 3 à 6 jours proposés par The Longevity Spa, qui mettent à profit les techniques les plus en pointe en matière de biohacking pour atteindre différents objectifs ciblés : minceur, recharge énergétique, amélioration du sommeil, détox corporelle et spirituelle, rajeunissement et renforcement des défenses immunitaires.

### L'HÔTEL PORTRAIT MILANO

Ces programmes sont idéalement combinables avec un séjour au Portrait Milano qui l'abrite. Ce 5 étoiles niché au cœur du Quadrilatero de la Moda de Milan, au sein d'un ancien séminaire historique rénové à l'écart des rues, est le cocon de luxe idéal pour accompagner les cures de son spa – et particulièrement le programme Sleep Better. Entouré de voies piétonnières et de jardins, c'est en effet une véritable oasis de paix et de sérénité au cœur de Milan, propice au repos et à la méditation. Avec sa sélection d'oreillers (en bambou pur, à mémoire de forme, coussins pour nuque, etc.) et son linge de lit Frette en satin de coton à longues fibres ultra doux, sa literie est idéale pour promouvoir un sommeil réparateur.

## PARENTHÈSE BIEN-ÊTRE

Dans cette dynamique, le groupe H8 Collection propose à ses clients des moments de détente et de sérénité au cœur de ses hôtels de prestige, grâce aux Spas Clarins de certains de ses hôtels.

Ces lieux dédiés au soin et à la relaxation offrent des expériences sur-mesure, pensées pour répondre aux besoins spécifiques de chacun, particulièrement en cette saison hivernale.

### LES HAUTS DE LOIRE\*\*\*\*\*

Un séjour passé dans le domaine des Hauts de Loire est aussi le moment rêvé pour prendre du temps pour soi. Le Spa by Clarins propose un sauna, un hammam, des cabines de soins individuelles ou en duo, un salon de relaxation, un bar à produits. Les soins proposés sont exclusivement issus de l'expertise Clarins et le personnel du spa est entièrement formé par ses soins.

### HÔTEL MONT-BLANC CHAMONIX\*\*\*\*\*

Après l'ivresse des sommets, rien de tel que de plonger dans la piscine extérieure chauffée été comme hiver, qui s'étire sur 14 mètres donnant une vue imprenable sur le massif du Mont-Blanc. A moins que le client ne préfère se prélasser dans les 250 m<sup>2</sup> du spa et de son hammam. Sauna, douche



expérience, équipements high-tech de fitness et soins sont autant d'occasion de respirer et de lâcher prise.

### LA MAISON D'UZÈS\*\*\*\*\*

A travers 150 m<sup>2</sup> de détente, le spa offre une fusion parfaite entre l'excellence de La Maison d'Uzès et l'expertise de Clarins. Aménagé sous un remarquable ensemble de voûtes romanes où affleurent encore les fondations de murailles romaines, le Spa Clarins accueille ses clients dans ce sanctuaire de bien-être où l'art du soin rencontre la tradition provençale.

### LE VIEUX CASTILLON\*\*\*\*

Ici s'ouvrent les portes du grand herbier de Provence. Ce lieu calme et apaisant est entièrement consacré au bien-être pour les inconditionnels des rituels de beauté et d'équilibre intérieur. Un Jacuzzi complète cet espace. Se recharger en beauté, en énergie, c'est aussi pour le corps et l'esprit la signature du Vieux Castillon. Comme un moment pour soi, toujours magique et savoureux.



## SÉRÉNITÉ À OMAN

Niché dans la péninsule sereine de Musandam, au nord d'Oman, Six Senses Zighy Bay invite les couples à une escapade idyllique, au milieu de paysages à couper le souffle.

Détente et rajeunissement les attendent au tout nouveau Beach Sanctuary de l'hôtel. Niché sur le sable blanc, les couples peuvent se laisser aller à des soins de spa apaisants en plein air, accompagnés par la brise marine. Avec une vue panoramique sur l'océan, les massages tels que deep tissue, Tension Soother et thai massage, promettent de faire disparaître le stress et de laisser les clients rafraîchis. Les clients peuvent également accéder au Six

Senses Spa, un havre de technologie avancée, de nutrition, de mouvement et de pleine conscience. Ici, ils peuvent s'évader dans un monde de tranquillité, réinitialiser leurs intentions et retrouver l'équilibre du corps et de l'esprit grâce à des thérapies et des rituels révolutionnaires. Des programmes de bien-être sur-mesure sont également disponibles, avec des durées et des objectifs différents, qu'il s'agisse du sommeil, de la désintoxication ou de la gestion du poids.

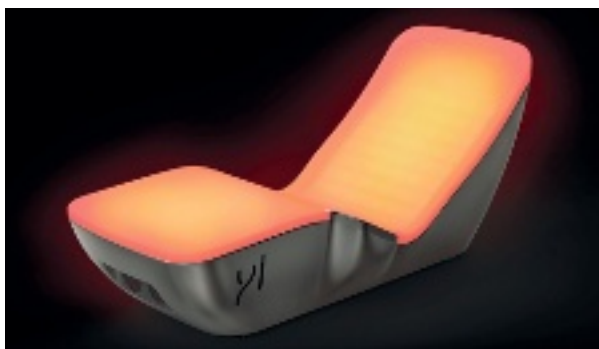


## LUMINOTHÉRAPIE À MOLITOR

**Le Spa Molitor, lieu emblématique du bien-être à Paris, enrichit son offre avec une nouvelle expérience de luminothérapie alliant innovation technologique et relaxation.**

Molitor propose désormais à ses clients deux dispositifs de pointe pour une approche globale du soin et du rajeunissement : l'Energy Lounger et le masque visage Led Lucibel. Le

L'Energy Lounger est un appareil combinant thérapie par la lumière rouge et thérapie par proche infrarouge, ce qui permet de traiter l'ensemble du corps. Conçu pour favoriser la relaxation, le rajeunissement cellulaire et le bien-être général, ce dispositif ergonomique stimule les capacités naturelles de guérison du corps, soulage le stress, réduit la douleur et améliore la santé de la peau. Chaque séance permet de profiter d'une relaxation profonde et d'un effet régénérant accru. Très efficace pour récupérer après un long déplacement, Energy Lounger aide également les voyageurs à récupérer à la



suite de dérèglement du corps lié à un décalage horaire. En complément, Molitor propose également le masque de beauté Led Lucibel. Le, un dispositif qui utilise la photobiomodulation Led pour stimuler la régénération des cellules du visage. La lumière Led rouge recharge celles-ci en énergie pour stimuler la production de collagène, d'élastine et d'acide hyaluronique, apportant ainsi un effet repulpant, lissant et tonifiant. Grâce à ses Leds spécifiques pour chaque zone du visage, cette technologie offre une réponse ciblée et personnalisée. Sa dose énergétique unique, absorbée par les cellules du visage, permet un résultat immédiat avec une peau reposée et éclatante dès la première séance. En combinant l'Energy Lounger et le masque Led Lucibel. Le, le spa de Molitor propose une véritable synergie technologique qui agit à la fois sur le corps et l'esprit. Ce traitement double action permet d'apaiser les tensions, de dynamiser le métabolisme et d'améliorer visiblement l'état de la peau. 15 min, 25 €. 30 min, 50 €.

## RETRAITES BIEN-ÊTRE À SAINT-TROPEZ

**Arev St Tropez, tout nouveau boutique hôtel cinq étoiles, l'un des rares établissements ouverts toute l'année dans le village, est ravi offrir à ses clients une immersion unique dans l'esprit authentique de Saint-Tropez.**



### LES NOUVELLES OFFRES D'HIVER POUR LA SAISON 2024

«**Escapade bien-être Arev**» : pour les clients en quête de détente et de revitalisation, cette escapade propose une pause ressourçante au Spa Arev x Maison ST. Disponible pour tout séjour de deux nuits, l'offre comprend un soin du visage sur-mesure, une séance de luminothérapie, un massage signature, un cours de yoga matinal ainsi qu'un atelier autour des plantes aromatiques locales et de l'huile d'olive animé par le maître jardinier de l'hôtel.

«**Arev Retreats x Maison ST & Contour Paris**» : en exclusivité avec Maison ST & Contour Paris, Arev Saint-Tropez présente également des retraites intensives de bien-être, conçues pour transformer le corps et l'esprit en 4 à 7 jours. Ces retraites sur-mesure combinent bilans corporels, fitness, yoga et traitements détox, avec des repas «Lo(w)-cal» spécialement conçus pour maximiser les résultats de cette expérience immersive. Grâce à une technologie esthétique de pointe, non invasive, qui permet d'obtenir des effets rajeunissants visibles et durables, l'équipe élabore des plans personnalisés pour cibler la perte de poids, la lutte contre le vieillissement et le développement du corps et de l'esprit.

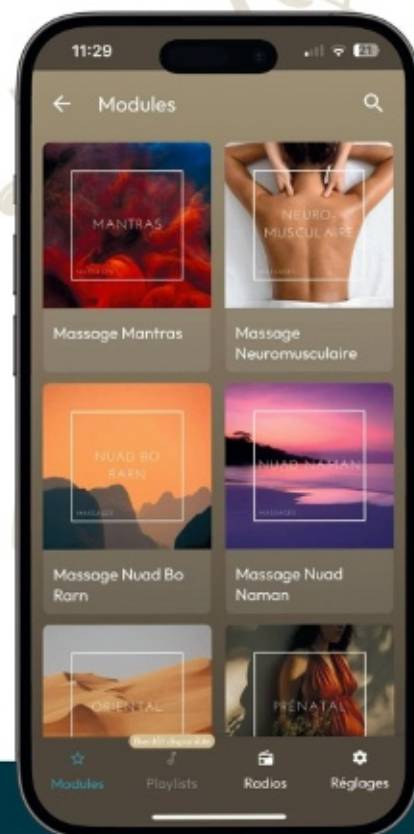
# Music Source

La plateforme musicale des professionnels du bien-être



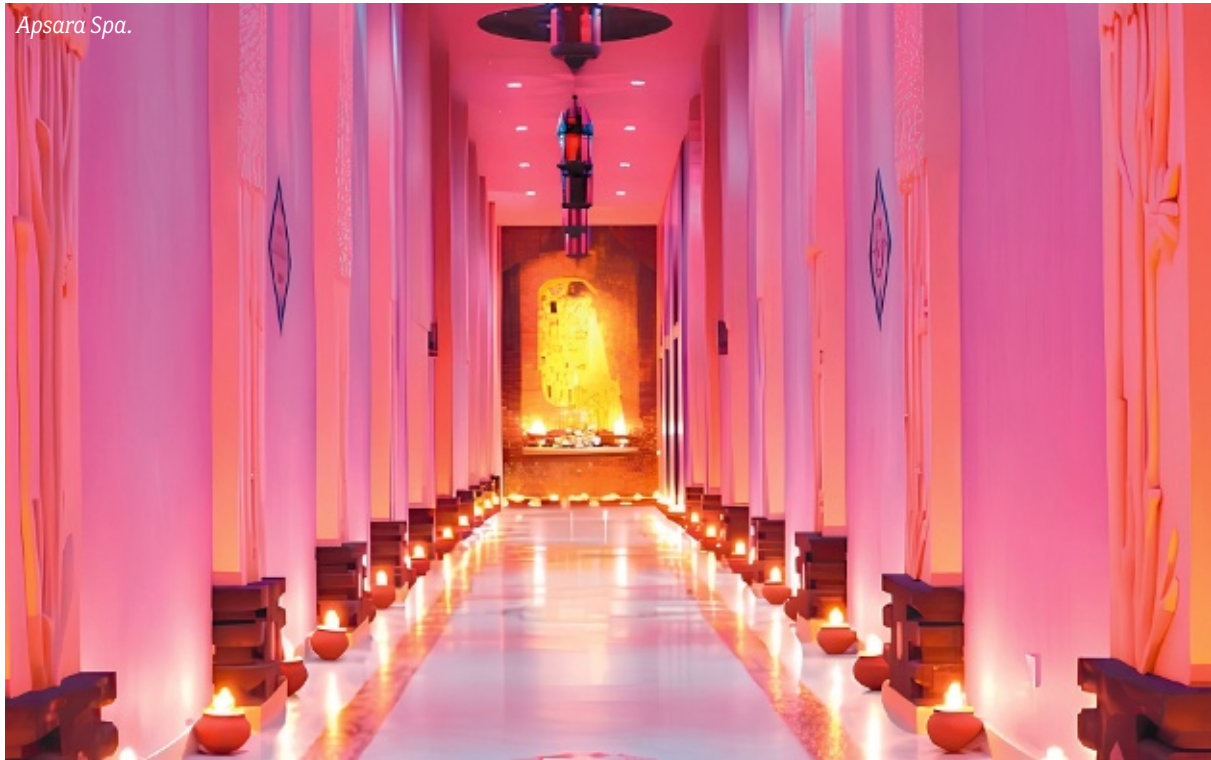
- Diffusez des modules musicaux conçus spécifiquement pour chaque typologie de soin ou de massage.
- Choisissez vous-même la durée de votre accompagnement musical, de 35 à 125 minutes.
- Créez, téléchargez et écoutez vos propres playlists, même hors connexion.

Chaque module musical est composé selon les spécificités héritées des neurosciences : fréquences, harmoniques, ondes, sons binauraux...



Télécharger dans  
l'App Store

DISPONIBLE SUR  
Google Play



# SPAS D'INDONÉSIE : tradition et modernité en équilibre parfait !

..... par Ruth INDIATHI, Directrice du Village Balinais, Paris, Bali

Plonger dans l'univers des spas en Indonésie, c'est s'offrir un voyage sensoriel, sensuel et spirituel, où le passé et le présent se rencontrent harmonieusement. Entre le charme intemporel des traditions javanaises et l'innovation des spas modernes de Bali, le choix peut sembler difficile. Ruth Indiathi explore ces spas avec un regard à la fois professionnel et passionné.



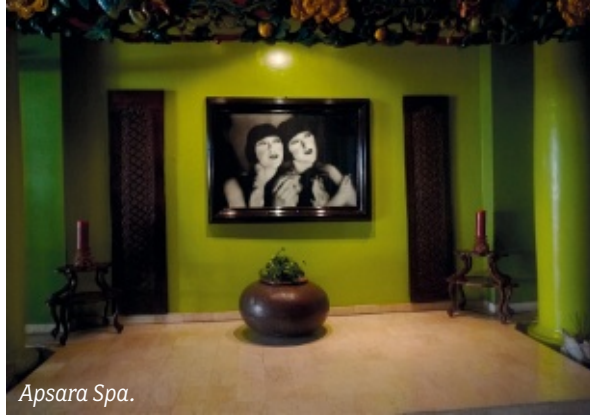
## **APSARA SPA TUGU MALANG, JAVA : UN VOYAGE SENSORIEL ET SPIRITUEL**

À deux heures de voiture de Surabaya, sur l'île de Java, à Malang, se trouve un spa mythique : l'Apsara Spa de l'Hôtel Tugu. L'Apsara Spa tire son nom des nymphes célestes de la mythologie hindoue et bouddhiste, incarnant la grâce et la sensualité. Entourée de décorations artistiques romantiques, dont une énorme et célèbre reproduction du « Baiser » de Gustav Klimt, j'emprunte le couloir qui mène à l'entrée de l'Apsara Spa. Dans l'authenticité des objets d'époque, dans cette atmosphère au charme fou et pénétrant réunissant des

objets d'arts premiers, de style colonial, d'influence chinoise, javanaise, autour de l'amour, de la sensualité du corps dans les années folles, parfois rassemblés de manière surréaliste mais toujours avec beaucoup de goût, je m'apprête à vivre une expérience spa unique : être traitée comme une Apsara le temps de deux soins.

## **Le bain de relaxation, sensoriel et floral**

Illuminée par la lumière traversant les vitraux rouges de la porte d'entrée représentant une multitude d'Apsaras dansantes, de magnifiques fleurs fraîches flottent sur l'eau chaude d'une sublime baignoire artisanale argentée, faite main, qui se situe au milieu de la cabine. Je me baigne dans un grand bassin de fleurs tropicales. La spa thérapeute me sert différents jus frais et sains, appelés Jamus, à base de curcuma, gingembre, citron



*Nous sommes plus dans un musée surréaliste que dans un spa*

et d'épices telles que la cannelle. Une expérience savoureuse qui purifie mon corps et détend mon esprit. C'est un moment de pure connexion avec les éléments de la biodiversité indonésienne, son or vert, comme j'aime à le dire, tous les sens sont exaltés.

### **Le massage javanais**

C'est dans l'interprétation du massage javanais par le Tugu Malang, version Apsara, que l'expérience continue. En effet, je retrouve dans la fusion entre le massage javanais profond et le toucher délicat, inspiré de la danse des Apsaras, l'incarnation de cette dualité entre énergie et douceur, profondeur tonique et lenteur envoûtante, que je considère comme essentielle pour un massage balinais réussi. J'insiste toujours auprès de mes élèves sur l'importance du contraste en massage balinais pour amplifier le ressenti et toucher à la fois le corps et l'esprit. Ce massage que je viens de recevoir en est une parfaite illustration.

### **Les manœuvres**

Ce massage est constitué de nombreuses manœuvres réalisées de manière chronologique des pieds vers la tête en rythme avec ma respiration. Les pétrissages des pouces sont ciblés, réalisés de manière tranquille et se combinent à de nombreux lissages, les techniques avec les paumes sur les épaules se déploient spécifiquement quand la thérapeute ressent les tensions pour accentuer sa pression tout en ménageant mon confort et ma détente. Je retiens notamment comme techniques pour accentuer les effets de contraste entre les pressions profondes à deux pouces, précises et douces, et avec les paumes des mains, puissantes

et enveloppantes. La masseuse a réalisé une véritable chorégraphie qui éveille les sens et m'hypnotise, tandis que la musicalité balinaise varie en permanence. C'est là que l'on trouve l'essence même du bien-être balinais !

### **Ce qui plaît aux clients**

J'ai ensuite eu l'opportunité d'échanger quelques mots avec la spa manager. Elle est très fière d'avoir réussi à faire revivre les massages traditionnels javanais dans l'esprit ancestral et que ces soins soient expérimentés par les clients dans cet environnement architectural unique, plus proche d'un musée surréaliste que d'un spa. C'est ce qui attire ici les clients : l'architecture historique du spa et son charme authentique, colonial et bien plus ancien encore.

### **Le conseil**

Voici son conseil pour les professionnels du spa en France : « Utilisez la biodiversité qui vous entoure, les odeurs des fleurs fraîches, la douceur et le sourire du pays dans lequel vous vivez, et mettez en avant les valeurs humaines. Rappelez votre histoire pour donner une dimension enracinée à votre spa ».

### **Mon ressenti**

J'ai plongé dans le bain culturel et authentique de ce spa. J'ai aimé la sensation d'ancrage dans le sol, dans les racines de ma vie, dans le romantisme que dégage ce spa qui produit des effets de revitalisation et de ressourcement puissant.

Apsara Spa, Hôtel Tugu Malang, Java : 80 € pour deux heures de bain floral combiné à un massage javanais Apsara.





The Edge Spa.

### THE EDGE SPA, BALI : LUXE ET INNOVATION

De Java à Bali, le contraste est saisissant, mais mon expertise en massage balinais reste mon fil conducteur. Nous voilà dans un autre monde, celui de The Edge, l'un des joyaux actuels de Bali. Ce spa est actuellement considéré à Bali comme l'un des plus beaux et des plus tendances de l'île.

#### Un spa avec de l'eau au sol, partout...

Situé à environ deux heures de l'aéroport, tout au sud de Bali, à Uluwatu, cette région très connue pour ses plages de surfeurs l'est également pour ses magnifiques temples balinais qui surplombent l'océan. Le spa se situe en contrebas d'un jardin tropical avec une vue splendide sur l'océan à l'infini. Accroché à la paroi rocheuse de cette magnifique falaise, à la frontière entre la terre et la mer, se trouve The Edge, le spa ! Ce spa intègre la mer dans ses locaux puisque tous les équipements des cabines sont immergés dans quelques six centimètres d'eau claire, filtrée et traitée.

*Toutes les cabines  
sont immergées  
dans quelques  
centimètres  
d'eau claire*

Les masseuses, quant à elles, portent des bottes en caoutchouc. L'hygiène y est irréprochable. Cela apporte de la fraîcheur sensorielle qui pondère la sensation de chaleur de l'extérieur, et une sensation d'apaisement et de tranquillité.

Ce spa est pour moi un modèle d'innovation, l'élément aquatique y est magnifié : l'océan et le bleu du ciel pénètrent par les grandes baies vitrées et inondent de leurs lumière bleue le spa. Ils mettent en mouvement le sol aquatique qui s'anime et reflète les rayonnements lumineux. La sensation agréable de fraîcheur et régressive de caresse de l'eau calme et tranquille sur les pieds contraste avec la chaleur ambiante qui enveloppe le corps. Là, en cet instant, ce sol liquide est une invitation à ralentir qui s'impose à tous les clients. C'est une invitation à la lenteur, à l'enracinement, à l'appréciation de l'instant qui se mesure à la mélodie unique de l'eau qui chante à chacun de nos pas légers en contraste avec la sensation de puissance immuable de l'océan que voit. Côté traditionnel, on utilise des instruments traditionnels de méditation, principalement le Toxane, un outil léger en bois teck qui a la forme d'un marteau. Cette approche qui combine présent et passé me fascine.

#### Le massage balinais de The Edge

Allongée sur la table ovale, imitant une forme aquatique qui pourrait rappeler un coquillage, pausée là, le regard flotte entre le bleu du ciel, de l'océan, et du sol aquatique. Je suis bien loin du rythme de la vie en France...



The Edge Spa.



**Les accessoires** : pour ce massage, l'esthéticienne utilise divers instruments habituellement dédiés à la méditation : Genta, deux petites clochettes, et un Toxane, un marteau en bois léger pour réaliser les percussions. En peignoir bleu batik balinais, dans la salle de massage où nous nous tenons, deux masseuses apportent avec elles, sur un plateau, un verre rempli de jus de coco, curcuma, cannelle et miel, ainsi que des serviettes fraîches. La boisson est excellente, très rafraîchissante et stimulante. Nous nous rafraîchissons également avec les serviettes sorties du frigo. Assise au bord de la table, toujours en peignoir, la masseuse m'invite à fermer les yeux, me fait respirer profondément trois fois, puis elle frappe trois fois sur un Genta, instrument utilisé par les prêtres balinais durant les cérémonies pour appeler l'énergie. Déjà très détendue, elle prend mon peignoir et je m'allonge sur la table.

**Le massage vibratoire** : recouverte d'une serviette, elle réalise un massage vibratoire par tapotements légers sur tout le corps avec le Toxane. C'est la spécificité de ce soin. Ce qui rend unique la séance, c'est aussi la petite musique calme de l'eau liée au déplacement de la masseuse autour de la table. Pour le reste, les techniques de massage : pressions palmaires sur tout le corps, ciblage des tensions par des techniques spirales avec les coudes autour de la scapula, techniques de lissage avec les avant-bras sur la nuque, pressions et étirements circulaires sur la base de la boîte crânienne avec l'ensemble de la pulpe des doigts. Le massage balinais à l'huile de frangipanier dure 90 minutes. Légèrement douloureux, je me relâche, je me laisse faire. Ce massage balinais The Edge est extrêmement relaxant, j'ai la sensation d'être portée par une puissance incroyable.

### Le petit-déjeuner...

Après 90 minutes de pur bien-être, le plaisir se prolonge par un petit déjeuner au bord de la piscine, face à l'océan au lodge Blue Sky ! C'est l'une des autres spécificités de ce spa. Pour moi, ce moment est une autre incarnation de l'esprit balinais : « Prendre soin de soi, c'est aussi savoir savourer chaque instant, entouré de beauté et



de sérénité ! ». Nous voilà au bord de la piscine avec un magnifique petit déjeuner à prendre comme on le veut, dans la piscine ou sur nos transats...

The Edge Spa, Uluwatu, Bali : 140 € par personne pour un massage au spa et petit déjeuner au lodge.

### À RETENIR

Les spas d'Indonésie offrent un voyage entre tradition et modernité, où chaque expérience est un apprentissage. Avec Ruth Indiathi, c'est toute la richesse de cet héritage qui se dévoile, que ce soit dans les spas les plus authentiques de Java, les établissements de luxe de Bali ou durant les formations en immersion qu'elle prépare minutieusement pour une poignée de stagiaires privilégiées.

Pour les professionnels du bien-être, suivre les enseignements de Ruth au Village Balinais, c'est l'assurance de maîtriser un art, de vivre un moment unique d'épanouissement corporel, d'expérimenter une autre philosophie de vie et de faire un voyage unique sensoriel et spirituel dans les énergies de Bali et Java. Découvrez les prochaines formations immersives de Ruth Indiathi à Bali en 2025 : [www.levillagebalinais.com](http://www.levillagebalinais.com) ♦

*Pour le massage, elle utilise beaucoup un marteau en bois léger*

# JE SPÉCIALISE MON SPA DANS L'ANTI-ÂGE

Conférence organisée par Florence KOWALSKI, Social Media Manager et Ghostwriter spécialisée en hôtellerie et bien-être, avec Alexandra CAUCHIE, Spa manager expérimentée, Formatrice spécialisée en anti-âge, et Naomi VILLAS, Spa manager, Fondatrice de la Maison de Beauté Maison Navi, ..... au Village Spa dans le cadre du 53<sup>ème</sup> Congrès International Esthétique & Spa (Paris, avril 2024).

Entre appareillage de plus en plus perfectionné et techniques toujours plus pointues, le rêve de l'éternelle jeunesse continue de faire rêver les clients... et les professionnels du spa désireux de se spécialiser.



Gérer ou créer un spa en 2025 sans positionnement marketing est suicidaire dans 9 cas sur 10 ! L'offre de spa est de plus en plus importante partout en France. Vous ne pouvez plus avoir une offre généraliste, en espérant vous adresser à tout le monde... pour finalement finir noyé dans la concurrence. En un mot, vous devez vous PO-SI-TION-NER.

## L'OBLIGATION D'AVOIR UN VRAI POSITIONNEMENT

*Florence Kowalski*

Se positionner signifie que vous choisissez la raison pour laquelle les clients viennent chez vous. Ne pas vous positionner veut dire que vous êtes ouvert à tout le monde en proposant toutes les prestations. Si vous faites ça, vous avez deux risques :

- un risque au niveau charges car, comme vous vous adressez à tout le monde, vous allez devoir offrir un maximum d'équipements et de prestations différentes, sinon vous allez susciter de l'insatisfaction. De plus, quand une personne devra recommander à quelqu'un d'aller dans un spa, elle ne pensera pas à vous car elle ne saura pas vous décrire de façon précise,
- si vous choisissez de ne pas vous positionner et de dire : «Mon spa propose des massages et des soins visage, c'est tout ce qui m'intéresse», le risque est que les gens passent devant votre spa sans s'arrêter car il n'aura rien de spécial. Le seul critère de différenciation sera le prix. Et lorsque vous commencez à jouer sur le critère du prix, ça devient très dangereux.



©Deenja.cobys/peopleimages.com

En mettant en avant une expertise, vous vous différenciez de la concurrence et les clients sont prêts à payer précisément pour ce que vous proposez sinon ils vont ailleurs. Oui, vous restreignez votre cible mais vous pourrez générer plus de marge.

## POURQUOI LE POSITIONNEMENT ANTI-ÂGE EST INTÉRESSANT ?

### Alexandra Cauchie

Aujourd'hui, dans un univers ultra-concurrentiel, vous positionner en anti-âge permet de vous différencier de la concurrence, de développer votre expertise, votre image, attirer une clientèle vraiment très intéressée et pouvoir fidéliser cette clientèle prête à investir dans des soins plus qualitatifs, des produits pointus et des technologies en lien avec l'anti-âge. Le client sait pourquoi il vient, il est fidélisé sur le long terme, c'est vraiment une stratégie gagnante. Et vous allez même pouvoir développer ce suivi à la maison avec les rituels de beauté à recommander.

### Naomi Villas

J'ai travaillé dans des instituts classiques et en spas hôteliers. Lorsque je me suis installée, j'ai pris ce qu'il y avait de mieux en spa hôtelier pour ouvrir mon propre espace. L'expérience client et tout le suivi que l'on peut avoir sur de l'anti-âge, je l'ai mis dans mon espace et c'est pour ça qu'aujourd'hui je me démarque. Parfois, les gens ne se souviennent pas du nom de mon espace mais disent «Ah oui, c'est le centre spécialisé dans les soins de la peau !». J'ai un positionnement clair et les clients viennent pour ça.

## LA MONTÉE EN COMPÉTENCES DE L'ÉQUIPE

### Alexandra Cauchie

Vous faites le choix de vous positionner, mais après, il faut assurer une qualité de service : offrir une expertise et donc des connaissances plus poussées au client. Quand un spa fait le choix d'une marque anti-âge, j'interviens pour former l'équipe et je me rends compte qu'il y a différents niveaux, je dois m'adapter et passer plus de temps avec certaines praticiennes. La formation continue est donc primordiale. Il est impératif que les praticiennes se forment en permanence avec leurs propres moyens en se renseignant, en lisant des magazines, en se rendant au Congrès International Esthétique & Spa, en ayant une veille sur toutes les avancées, les nouvelles marques, les nouvelles techniques, tout cela offre un épanouissement personnel en tant que professionnel. Il ne faut pas hésiter à suivre des formations car c'est ainsi que la qualité des soins va augmenter.



© hedgehog94

## La formation continue, c'est gagnant/gagnant

### Florence Kowalski

En tant que praticienne, je me suis offert une formation avec une facialiste. Et lorsque je dois faire un soin et que la marque indique dans son protocole un temps de massage libre, je me rends compte qu'en introduisant des manœuvres plus techniques j'élève le niveau du soin.

### Alexandra Cauchie

En tant qu'exploitant de spa, vous pouvez vraiment augmenter le niveau de votre équipe. Dans l'idéal, il faut investir dans la formation et laisser le temps à l'équipe de se former. Sur l'instant T, ça peut paraître compliqué à mettre en place d'un point de vue opérationnel mais sachez que c'est un investissement sur le long terme. Oui, il va peut-être falloir fermer les cabines ou mettre l'équipe de côté pendant quelques jours mais après vous aurez un retour sur investissement qui est gagnant.

### Florence Kowalski

Si vous avez la plus belle des promesses, sachez qu'il faut que vous montiez votre équipe à ce niveau d'excellence. Il y a la marque, l'appareillage, mais le premier investissement, c'est la formation, et en délivrant un soin avec une formidable technique manuelle, surtout en visage, vous êtes déjà sur du «très haut de gamme» et vous n'avez pas fait des millions d'investissement.

## Le rôle des marques dans la formation

### Naomi Villas

La formation pour moi est simple : si la spa praticienne ne maîtrise pas, elle ne fait pas. Je ne peux pas être toute seule à m'occuper de la formation, j'estime payer assez cher mes partenariats avec les marques, c'est donc à elles d'apporter la formation, de m'aider à développer mon espace. →

*Il y a la marque, l'appareillage, mais le premier investissement, c'est la formation*

*Pensez à bien intégrer votre nouvelle technologie dans un parcours client global*

#### Florence Kowalski

Toutes les marques vont vous dire qu'elles font de l'anti-âge mais certaines marques ont plus de résultats, donc testez et validez le dispositif de formation, en ayant en tête que sur l'anti-âge, il y a beaucoup de manuel et pour que ça soit bien fait il faut une vraie technicité. La formation en anti-âge est très importante car elle conditionne la réussite. C'est du gagnant/gagnant car si vous maîtrisez parfaitement la marque et les protocoles, vous vendez mieux, vous vendez plus et vous commandez plus chez le fournisseur, c'est un cercle vertueux. La formation est un très gros levier de management, les niveaux ne sont pas les mêmes au sein d'une équipe, l'intérêt de chacune des salariées n'est pas le même,

l'idée est d'accompagner les praticiennes à monter en compétences en fonction de leurs envies, cela peut permettre de révéler et développer des talents.

#### **Le e-learning**

##### Naomi Villas

Le e-learning on est obligé d'y passer, c'est une très bonne chose et ça faisait partie de mon cahier des charges quand je recherchais une marque. Pour une formation initiale, il est obligatoire de rencontrer nos marques en présentiel, mais après, le e-learning est indispensable pour faire des refresh permanents.

##### Alexandre Cauchie

Je m'adresse aux marques de cosmétiques, il est absolument indispensable d'avoir une stratégie e-learning. Bien sûr, ça ne remplacera jamais le présentiel car en spa, le toucher est essentiel, mais c'est un support qu'il faut adapter avec des tutos, des refresh en visioconférence. C'est totalement actuel et c'est absolument indispensable.

##### Florence Kowalski

Le turn over en spa représente un vrai budget. Sur la base de ce que vous fournit la marque, vous pouvez

créer un cursus de formation en interne, qui n'évite pas le passage de la formatrice de la marque mais si vous avez fait ce petit travail en interne, alors, lorsque la formatrice se déplace, la base est acquise et elle peut passer plus de temps sur des spécificités.

#### **LA TECHNOLOGIE**

##### **Sélectionnez votre technologie en fonction de votre cible**

##### Florence Kowalski

Vous devez créer votre offre anti-âge en partant de votre client idéal et identifier ses besoins. Vous ne pouvez pas créer votre offre en vous disant : «J'aime bien cette marque, cette technologie, maintenant, je vais tout agencer». À quel besoin de votre client idéal allez-vous répondre ? Et à partir de là, vous identifiez quels protocoles, quelles technologies seront utiles.

##### **Il n'y a pas que le coût d'achat !**

##### Alexandra Cauchie

Les avancées technologiques offrent une belle complémentarité pour créer une offre très complète. Mais il faut bien vous renseigner, prendre du recul et faire attention à vos coûts de revient. Beaucoup d'appareils sont mixés avec les soins manuels, c'est une offre qui peut être globale et intéressante, mais il faut faire attention à votre coût de revient.

##### Florence Kowalski

Lorsque vous investissez dans un outil, il y a le coût de la machine et le coût des consommables. N'oubliez pas de bien réintégrer ces consommables dans la marge de votre soin. Il vaut mieux renoncer à certains soins qui finalement sont trop chers en termes de rentabilité plutôt que de les proposer en vous disant que c'est un produit d'appel ! Un produit d'appel où vous perdez de l'argent, c'est compliqué...

D'autre part, lors du choix de votre technologie, prenez le temps de penser à votre parcours client pour avoir des étapes de soins, des prestations complémentaires entre elles.

## Nouez un vrai partenariat

### Naomi Villas

Je ne voulais pas d'une technologie que l'on voit partout, sinon il n'y a plus de différenciation. Et je ne voulais pas non plus que l'appareil soit la star du centre, il fallait que ce soit nous, que les clients viennent pour nos conseils, pour l'expérience client, pour le cadre. L'appareil vient en complément, nous aider à maximiser les résultats du soin manuel. J'ai recherché un partenaire qui allait jouer le jeu car je deviens leur vitrine.

### Florence Kowalski

Avoir de l'appareillage permet d'avoir des soins d'une qualité identique et éviter des différences de ressentis entre deux praticiennes. C'est aussi une façon de faire s'élever les praticiennes. Dans votre négociation avec un futur partenaire, marque ou technologie, n'hésitez pas à leur demander s'ils ont des plans d'investissements à vous proposer.

## VOUS POSITIONNER, CE N'EST PAS VOUS ENFERMER

### Florence Kowalski

Choisir un positionnement vous permet d'afficher une expertise. Mais, malgré tout, vous pouvez proposer d'autres soins à côté. C'est un service que vous offrez à votre clientèle, mais ce n'est pas une prestation d'appel, car le taux horaire qui fera référence pour vous, ce sera ce que vous gagnez avec de l'anti-âge.

### Naomi Villas

Mes clients sont entrés par le soin du visage mais sont en demande d'autres prestations. J'ai donc recherché des prestations esthétiques en respectant mon image de marque pour être en cohérence avec l'ADN de mon centre. Ainsi, par exemple, les épilations que nous proposons sont hypoallergéniques.

### Florence Kowalski

Vous positionner, ce n'est pas vous enfermer dans quelque chose. Vous positionner, c'est mettre un marqueur : « Nous sommes ici, nous rayonnons autour mais nous sommes ici ». Une fois que les clients vous



©Tatiana Bozkova

53

ont donné leur confiance, ce n'est pas rare qu'ils vous donnent l'idée d'aller sur autre chose, et souvent cela sera cohérent avec votre offre de départ car ils vous ont identifié pour ça.

## De l'anti-âge à la minceur

### Naomi Villas

Mon sujet est l'anti-âge mais ma vision de l'anti-âge, c'est le mieux vieillir, donc ce que nous faisons sur le visage, nous le faisons aussi sur le corps. Il était logique pour moi d'adapter les mêmes exigences et critères que je fais pour le visage au corps, surtout que l'on peut faire du corps en manuel, mais aussi avec de la technologie.

### Florence Kowalski

Et la minceur, c'est toute l'année, le bien-être global, c'est toute l'année. Naomi est venue à la minceur, non pas par un appareillage, mais parce que cela correspondait à une vision globale.

*Attention à ne pas avoir un produit d'appel qui vous fait perdre de l'argent*





*Vous positionner,  
c'est mettre un  
marqueur et vous  
différencier*

### L'activité physique

#### Naomi Villas

Dans le cadre d'une prise en charge globale, l'idée est d'aller chercher des collaborations avec les autres commerçants de la ville, du quartier, car il faut tisser une toile et aller chercher la ressource que vous n'avez pas.

#### Florence Kowalski

Il faut vous faire connaître car c'est ce qui peut faire naître des idées. Par exemple, Naomi fait trois live dans la semaine autour de la thématique du sport, c'est ainsi que des partenariats peuvent se créer. Il y a toujours des choses à essayer. Ne pensez pas que comme les structures n'existent pas, il ne se passera rien. Vous pouvez tout à fait trouver des professionnels dynamiques qui seront en cohérence avec votre positionnement.

#### Alexandra Cauchie

En spa hôtelier, le sport est automatiquement inclus dans cette offre globale. Si vous êtes un day spa et que vous n'avez pas l'équipement, ne vous fermez pas de portes. C'est l'occasion de créer des partenariats. Élargissez votre réflexion et offrez quelque chose de pertinent et d'un peu hybride.

### L'AVENIR

#### La beauté in & out

#### Alexandra Cauchie

Selon moi, l'anti-âge devient de plus en plus global, donc n'hésitez pas à créer une offre globale en accompagnant le client également à la maison. La micro-nutrition se développe énormément et c'est très intéressant, en complément des soins cabines et des rituels de cosmétiques.

#### Florence Kowalski

Nous sommes sur ces concepts de beauté in & out. L'intérêt, c'est que c'est du retail, et c'est là que vous faites le plus de marge.

#### Alexandra Cauchie

Vous pouvez augmenter l'expérience client en proposant une dégustation en lien avec votre proposition, je pense notamment aux poudres de collagène, c'est une plus-value et une expérience soin global.

#### L'influence coréenne

#### Naomi Villas

Dans l'avenir, je pense que nous serons très influencés par l'Asie et en particulier par la skin care coréenne. Dans notre culture occidentale, nous prenons soin de nous lorsque les problèmes sont là, alors que dans la culture asiatique et particulièrement coréenne, ils sont dans la prévention avec des habitudes, des techniques très simples. En tant que professionnels, c'est sur du retail que l'on crée pour le client des routines sur-mesure préventives pour tout ce qui est lié à la dégénérescence de la peau et de l'âge.

#### Positionnez-vous en tant que spa expert

#### Florence Kowalski

La routine à la maison ne consiste pas simplement à dire ce qu'il faut utiliser comme cosmétiques, c'est prendre la parole régulièrement sur vos réseaux sociaux, prendre position pour qu'on vous reconnaisse comme la personne qui a des convictions, des connaissances dans le domaine. Le coût d'acquisition d'un client est très élevé, revendre à un client qui vous a déjà fait confiance, qui connaît votre niveau de prix, ce n'est que du bénéfice! ♦



## pbi : UN SEUL FOURNISSEUR, TOUTES LES SOLUTIONS

Le choix le plus large en équipement et produits pour votre spa mobilier, appareils, ambiance et décoration, produits jetables, linge textile, produits et accessoires spécifiques pour le massage, produits pour Hammam, Sauna & Balnéo, accessoires de soins, soins du visage & du corps, manucure & pédicure, épilation, produits solaires & de bronzage, cils & sourcils, maquillage...

### Votre équipement SPA complet

Nous sommes les spécialistes de l'équipement des spas. Nous avons le savoir-faire, les ressources et tous les produits dont vous avez besoin pour votre SPA.

### Nos références

ACCOR Hôtels, Anantara, Center Parcs, Cheval Blanc, Club Med, Eden Rock, Four Seasons, La Réserve, Mandarin Oriental, Hôtels Barrière, Hôtel Métropole Monaco, Kempinsky Hôtels, Mandarin Oriental, Rosewood Hotels, Six Senses, Saint Regis, Thalassa Sea & Spa...



MOBILIER



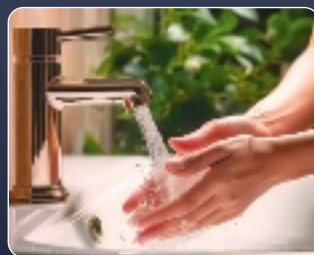
MANUCURE & PÉDICURE



AMBIANCE & DÉCORATION



REVENTE



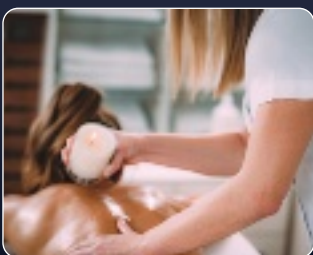
HYGIÈNE



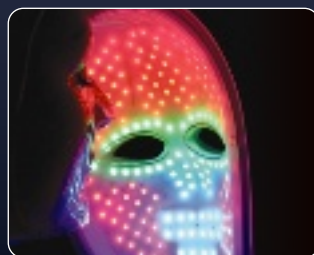
USAGE UNIQUE



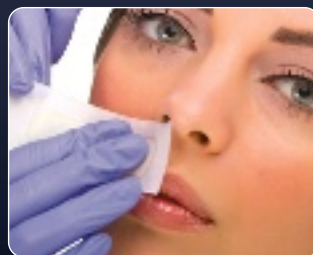
LINGE TEXTILE



MASSAGE & SOINS



APPAREILS & TECHNOLOGIE



ÉPILATION



TOUTE NOTRE OFFRE EN  
 SCANNANT LE QR CODE

# spa thermalisme

Nous vous livrons dans ces pages toute l'actualité relative au thermalisme.

## SOIGNER LES VOIES RESPIRATOIRES

**Rhinite, bronchite, sinusite, otite, mais aussi asthme et allergies saisonnières... Pour doper son immunité, espacer les crises et atténuer leur sévérité, direction Amnéville, Bagnères-de-Luchon ou Allègre-les-Fumades, trois stations thermales du groupe Arenadour spécialisées dans la prise en charge des voies respiratoires.**

Plus de 200 virus différents provoquent des rhumes. Près de 10 millions de bronchites aiguës sont diagnostiquées en France chaque année... Ces chiffres génèrent une consommation importante de médicaments chez l'enfant comme chez l'adulte. Il existe pourtant une médecine naturelle pour prévenir ou prendre en charge les infections respiratoires : la cure thermique. C'est la répétition de plusieurs soins quotidiens pendant les 18 jours de cure qui permet de renforcer l'immunité de la sphère ORL, de tenir à distance les virus et d'éviter le risque de chronicité. Les techniques de soins utilisent l'eau thermale sous trois formes : eau, vapeurs et gaz.



### LA CURE VOIES RESPIRATOIRES PEUT SE FAIRE :

- à Amnéville, au cœur de la Moselle, à 20 min de Metz : la station des actifs.
- à Bagnères-de-Luchon, au cœur des Pyrénées : les eaux thermales les plus soufrées de France et un vaporarium naturel unique en Europe.
- aux Fumades, seule station thermale du Gard, aux portes des Cévennes : le temple de la double orientation.

## SOINS THERMAUX ET MÉNOPAUSE

**Les soins thermaux sont une réponse apaisante aux symptômes de la ménopause.**

Les centres thermaux s'engagent à offrir des solutions efficaces pour accompagner les femmes durant la ménopause, en adoptant une approche globale et holistique. Plutôt que de considérer cette phase comme une pathologie, les cures thermales la traitent comme une étape naturelle de la vie, visant à atténuer ses inconvénients. Parmi les soins proposés, la stimulation des ovaires et l'amélioration de l'aspect des muqueuses utérines figurent en bonne place, avec un objectif clair : réduire la fatigue et les douleurs souvent associées à cette période. Les traitements locaux, tels que l'irrigation vaginale, permettent de mettre l'eau thermale en contact direct avec les muqueuses, apportant une action antalgique et décongestionnante. Des études ont montré que certaines eaux thermales, comme celles de Bourbon-l'Archambault, possédaient des propriétés décongestionnantes, tandis que d'autres, comme celles d'Evau-les-Bains, stimulaient l'ovulation, apportant ainsi un soutien aux femmes en quête d'équilibre hormonal. L'impact hormonal des eaux thermales est également significatif. Certaines sources thermales sont reconnues pour leur capacité à stimuler les sécrétions

hormonales féminines, favorisant un rééquilibrage hormonal durant la ménopause. Les effets bénéfiques des eaux sur l'équilibre hormonal et la congestion suggèrent qu'elles peuvent offrir un soulagement efficace face à des symptômes tels que la sécheresse vaginale et les bouffées de chaleur. De plus, l'effet calmant de certaines eaux peut être précieux pour gérer le stress et favoriser un bien-être général. Cette synergie entre soins locaux et immersion dans un environnement apaisant permet aux femmes de retrouver sérénité et confort au cœur de cette période de transition. Les cures thermales s'affirment ainsi comme un allié précieux, alliant tradition et innovation pour le bien-être féminin.





## LE THERMALISME APRÈS UNE OPÉRATION

**Après une prothèse de hanche ou un traumatisme osseux, les cures thermales sont une vraie solution de rééducation et de réparation.**

Les eaux thermales sont réputées pour leurs propriétés antalgiques et anti-inflammatoires. Chaque station thermale possède une composition d'eau unique, adaptée à différents besoins thérapeutiques. Ces eaux, souvent riches en soufre, bicarbonates ou silicates, apaisent les douleurs articulaires, améliorent la souplesse des tissus et stimulent la circulation sanguine. Les bains en eaux thermales permettent ainsi de soulager les tensions post-opératoires, tout en favorisant une récupération musculaire plus rapide et durable. Ces bienfaits, associés à des soins personnalisés et un encadrement médical spécialisé, font des cures thermales un soutien essentiel pour retrouver équilibre, mobilité et bien-être après une période de convalescence. Que ce soit après un traumatisme ou une intervention orthopédique, ces approches offrent une prise en charge globale, à la fois physique et psychologique, pour une reprise sereine du quotidien.

### PROGRAMME SPÉCIFIQUE POUR LA RÉCUPÉRATION APRÈS PROTHÈSE DE HANCHE

Au cœur de l'Auvergne, le centre thermal du Mont-Dore propose un module dédié aux patients ayant subi la pose d'une prothèse de hanche, l'une des interventions chirurgicales les plus courantes en France. Près d'un million de personnes en sont porteuses, et ce programme, adossé à une cure conventionnée de trois semaines en rhumatologie, offre une réponse innovante et personnalisée pour faciliter le retour à une vie normale. Ce programme offre un accompagnement ciblé et pluridisciplinaire. Les soins sont orchestrés autour de techniques médicales avancées et d'activités physiques adaptées. Parmi elles, la neurostimulation électrique transcutanée (TENS), qui aide à soulager les douleurs tout en renforçant les muscles fessiers, essentiels à la bonne intégration de la prothèse. En complément, des séances de Pilates et d'Aquabike en piscine thermale viennent améliorer la mobilité tout en douceur. Des ateliers pratiques, tels que Ergonomie et gestes du quotidien et Étirements, souplesse et respiration, permettent aux patients de retrouver confiance et d'acquérir les bonnes postures pour éviter les rechutes. En parallèle, un volet diététique propose des conseils pour limiter les effets secondaires des anti-inflammatoires, notamment sur le microbiote intestinal, contribuant ainsi à un mieux-être général. Innovante, la cure inclut également des séances d'hypnose et d'auto-hypnose. Ces techniques aident à mieux gérer la douleur, offrant aux patients des outils concrets. Le centre thermal du Mont-Dore s'affirme ainsi comme une référence pour ceux qui souhaitent retrouver rapidement autonomie et confort après une prothèse de hanche, dans un cadre naturel et apaisant.



### LES BIENFAITS DES EAUX THERMALES POUR LA RÉÉDUCATION DES TRAUMATISMES OSSEUX

Dans le cadre majestueux des Hautes-Pyrénées, les Thermes de Barèges proposent des programmes spécifiques dans le cadre de la rééducation ostéo-articulaire. Fortes de leur réputation, ces eaux millénaires, riches en calcium et en fluor, sont un atout précieux dans le traitement des séquelles traumatiques. Fractures, entorses, luxations ou encore ostéoporose : la Barégine, un composant unique de ces eaux, joue un rôle déterminant dans la consolidation osseuse et la réparation des tissus endommagés. Que ce soit pour les retards de consolidation, l'algodystrophie ou les séquelles post-amputation, le centre thermal propose des soins adaptés pour favoriser une rééducation rapide et durable. Les pathologies complexes, telles que les coxarthroses, les gonarthroses opérées ou les ostéomyélites, bénéficient également des vertus curatives de ces eaux thermales, en complément des traitements médicaux classiques. Ici chaque soin est pensé pour répondre aux besoins spécifiques des patients souffrant de pathologies traumatiques. La pélothérapie, par exemple, est une application des boues thermales chaudes sur les zones douloureuses, permettant aux minéraux de pénétrer en profondeur grâce à la chaleur. Les bains thermaux offrent quant à eux un effet sédatif et relaxant, facilitant la reminéralisation et soulageant les tensions musculaires. Ces soins, qui ont fait l'objet d'essais cliniques, permettent une amélioration significative de la mobilité, tout en offrant un effet décontractant et antalgique. Avec ce programme thérapeutique, les Thermes de Barèges offrent un cadre idéal pour une récupération complète et durable.

### ACCOMPAGNER LA MÉNopause

**Les Thermes d'Enghien-les-Bains proposent une mini-cure ménopause sur une durée de cinq jours.**

Ce programme est conçu pour permettre aux femmes de vivre la ménopause en toute sérénité, transformant cette étape de vie en un moment d'équilibre et d'apaisement. La mini-cure met l'accent sur des soins adaptés pour soulager les effets secondaires de la ménopause, en intégrant des techniques de relaxation, des traitements esthétiques, ainsi que des soins thermaux qui favorisent le bien-être physique et mental. Les participantes bénéficient d'un cadre paisible, propice à la détente et sont accompagnés par une équipe de professionnels formés pour répondre aux besoins spécifiques des femmes durant cette période de transition.

## THERMALISME ET CURES POST-CANCER

Les cures thermales post-cancer sont devenues incontournables pour les patients en rémission, alliant les bienfaits des eaux



58

Selon les chiffres communiqués par la station thermale La Roche-Posay, depuis 2007, plus de 20 000 patients ont déjà bénéficié des cures post-cancer proposées à la station, signalant ainsi un intérêt croissant pour ces programmes qui prennent en charge, de manière spécifique et adaptée, les divers effets secondaires des traitements : sécheresse cutanée, cicatrices post-chirurgicales, séquelles de radiothérapie, mais aussi fatigue chronique et troubles psychologiques.

### À LA ROCHE-POSAY

Référence incontournable dans le domaine des cures thermales post-cancer, la station de La Roche-Posay s'est imposée, depuis 2007, comme un pilier essentiel pour les patients en rémission. Avec plus de 20 000 personnes accueillies pour des cures spécialisées, ce centre thermal est reconnu pour son expertise et son engagement sans faille dans l'accompagnement des patients après un parcours thérapeutique éprouvant. La cure de trois semaines s'adresse à ceux qui ont traversé divers types de cancers : du sein, gynécologiques, ORL, digestifs, ou encore les cancers de la peau. Elle est conçue pour répondre aux besoins spécifiques des patients, en réhabilitant la peau et en rétablissant l'équilibre physique et psychologique. Les soins proposés visent à accélérer la cicatrisation, assouplir les tissus, réduire les fibroses, améliorer la circulation veino-lymphatique et réhydrater la peau. Mais au-delà de l'aspect thérapeutique, cette cure permet également une restauration profonde de l'estime de soi, dans un cadre apaisant et bienveillant. La Roche-Posay ne se contente pas de soigner les

séquelles physiques du cancer, elle intègre également un suivi psychologique et un accompagnement global qui facilitent le retour à une vie normale et sereine. Depuis 2018, le programme s'est élargi pour inclure les enfants et adolescents, en particulier ceux en rémission de leucémies et lymphomes. Un rôle fondamental dans cet accompagnement est également joué par le Pavillon Rose, un espace dédié à la réhabilitation post-cancer qui symbolise l'engagement de La Roche-Posay envers le bien-être global des patients. Ce lieu, empli de douceur et de sérénité, est conçu pour offrir un soutien personnalisé et aider les patients à se réappropriier leur corps, tout en favorisant les échanges et la solidarité entre personnes ayant traversé des épreuves similaires. C'est un lieu où se tissent des liens précieux, où chaque patient peut retrouver espoir et confiance.

### À LA BOURBOULE

Au cœur des montagnes volcaniques de l'Auvergne, la station thermale de La Bourboule se distingue par son expertise dans le soin post-cancer, en particulier pour les patients confrontés aux séquelles dermatologiques des traitements anticancéreux. Spécialement conçue pour accompagner la rééducation cutanée, la cure de 18 jours se concentre sur l'accélération de la cicatrisation et la réhydratation de la peau, tout en contribuant à soulager les brûlures, les cicatrices et les effets indésirables de la chimiothérapie et de la radiothérapie. Les soins proposés reposent sur l'utilisation de l'eau thermale aux vertus apaisantes et réparatrices, favorisant la pénétration d'actifs cicatrisants. La cure à La Bourboule se distingue par une approche sur-mesure, prenant en compte les séquelles spécifiques de chaque patient, qu'il s'agisse de cicatrices hypertrophiques, de sécheresse cutanée, d'inflammation des muqueuses ou encore de troubles liés à l'irritation post-radiothérapie. Ce programme sur 18 jours se distingue également par son rôle dans le soutien moral des patients, en contribuant à la reconstruction de l'estime de soi et en favorisant le retour à une vie normale après les traitements. Fort de partenariats avec des centres de cancérologie, comme le Centre Jean-Perrin du CHU de Clermont-Ferrand, La Bourboule participe activement à des initiatives de sensibilisation, comme Octobre Rose, afin de promouvoir les bienfaits des cures thermales dans le parcours post-cancer.

## thermales à des soins ciblés pour une récupération optimale.

### AVEC LA CHAÎNE THERMALE DU SOLEIL

Depuis 2012, la Chaîne Thermale du Soleil offre la prise en charge post-cancer, en particulier pour les femmes en rémission du cancer du sein. Fort de son expertise, le réseau de stations thermales accompagne chaque année plusieurs centaines de femmes dans leur parcours de réhabilitation et de récupération. Le programme d'accompagnement et de réhabilitation post-thérapeutique proposé par les établissements thermaux de la Chaîne Thermale du Soleil se distingue par une approche holistique et spécialisée. Sur une durée de deux à trois semaines, elle permettant de lutter contre les effets secondaires des traitements. Ces cures favorisent la reconstruction physique, psychologique et sociale des patientes, tout en optimisant leur qualité de vie et en réduisant les risques de récurrence. Les bienfaits naturels de l'eau thermale sont au cœur de cette approche, traitant les cicatrices, les brûlures post-radiothérapie, l'œdème du bras après ablation des ganglions axillaires et les troubles musculo-squelettiques. Des soins dispensés par des professionnels formés spécifiquement à l'accompagnement post-cancer, sont associés à des activités adaptées, telles que des ateliers de relaxation, de remise en forme, et des suivis psychologiques individuels. Cette approche intégrative est également soutenue par un suivi personnalisé après la cure, permettant d'évaluer les progrès et

de pérenniser les bienfaits sur le long terme. C'est un véritable séjour thérapeutique unique pour se réapproprier son corps, retrouver confiance et bien-être et se préparer à reprendre une vie plus sereine.

### Savez-vous que... Les programmes thermaux spécifiques post-cancer sont pris en charge

En effet, l'Assurance Maladie propose désormais une prise en charge à hauteur de 50 % pour le Programme thermal Spécifique Post-Cancer du Sein, soit 350 € sur un tarif total de 700 €. Une aide précieuse pour accompagner les patientes dans leur rétablissement après une épreuve aussi douloureuse que le cancer, en leur proposant une approche holistique et régénérante. Cette cure, qui se doit d'être adossée à une cure thermale conventionnée, est un véritable soutien thérapeutique. Prescrite par le médecin traitant, elle permet de compléter les soins traditionnels par une approche plus ciblée, centrée sur la récupération post-cancer. À cette prise en charge de 50 %, s'ajoute un forfait de 65 % pour la cure thermale de base, sur une période de 18 jours ou 12 jours, en fonction des prescriptions médicales. Ce dispositif favorise l'accès à des soins thermaux et post-cancer de qualité, permettant ainsi de retrouver équilibre et sérénité dans un cadre apaisant. Une opportunité unique de concilier soins médicaux et bien-être dans une démarche profondément réparatrice.

59

## NOËL À ABANO

L'Hôtel Terme Due Torri est un hôtel charmant, romantique et relaxant dans la zone piétonne d'Abano Terme.



Ses atouts : son spa avec sa boue thermale et ses traitements pour couples pour ne pas perdre une minute ensemble, ses piscines thermales à l'intérieur et à l'extérieur pour s'immerger dans le bien-être chaud de l'eau thermale.

### LE PROGRAMME HI-DÉTOX

C'est un séjour de 7 jours en pension complète qui promet d'extraordinaires moments de bienfaits thermaux et de plaisirs sensoriels.

Il comprend des applications de boue Détox fort impact, des bains thermaux Détox pour intensifier l'action de détoxification de la boue, des séances d'inhalations avec eau thermale, et d'aérosols avec eau thermale, des massages Deep Tissue Method, des massages hémolympatiques, un traitement abdomen, fesses, cuisses, un rituel peeling du corps à l'huile d'olive et un Fango Emotion.



# Proposer une retraite bien-être pour développer l'attractivité et la rentabilité de votre spa

..... par Florence KOWALSKI, Social Media Manager et Ghostwriter spécialisée en hôtellerie et bien-être

Entre l'engouement croissant pour le wellness au quotidien, le besoin de se retrouver avec soi-même d'une part, et la recherche de rentabilité d'autre part, l'organisation de retraites wellness est une alternative de plus en plus recherchée par les hôteliers.

Le principe est simple. Il consiste à organiser un séjour sur une thématique bien-être (yoga, méditation, qi-gong...) au sein d'un hôtel où les participants dormiront, mangeront et profiteront de soins et massages. L'organisateur est généralement la personne qui anime la retraite et à ce

titre, initie le séjour. En s'adressant à un hôtelier, il a ainsi un lieu de pratique et offre une solution d'hébergement à ses participants. Pour l'hôtel, ce sont des clients qui dormiront et consommeront sur place. De plus ils sont «amenés» par l'organisateur et ne mobilisent donc aucun budget commercial pour l'hôtelier pour les faire venir.

## L'EXPERTE : CHARLOTTE COINTEMENT, SPA DIRECTICE DU GRAND-HÔTEL DU CAP-FERRAT, À FOUR SEASONS HOTEL

Pour vous donner un maximum d'astuces pour exploiter au mieux cette opportunité, j'ai échangé avec Charlotte Cointement, directrice du spa du Grand-Hôtel Four Season du Cap Ferrat. Charlotte a débuté sa carrière dans les départements Housekeeping (en 2013), puis Guests Relations (en 2020) du prestigieux Four Seasons George V à Paris, avant de tomber sous le charme du spa. Elle a organisé

plusieurs séjours bien-être dans son établissement en 2024 et nous partage ses réflexions et ses astuces pour faire de ces événements de vraies opportunités pour votre établissement.

### Comment avez-vous mis en place ces retraites bien-être au Grand-Hôtel du Cap-Ferrat ?

Lors de ma prise de poste au spa du Grand-Hôtel du Cap-Ferrat au mois de mars, j'ai eu à cœur de créer des expériences inoubliables pour nos clients.



Charlotte Cointement



J'ai donc organisé quatre expériences immersives alliant bains glacés et séances de gongs. Ces sessions visaient à offrir une approche holistique du bien-être en journée (sans nuit sur place), en combinant les bienfaits revitalisant de la thérapie par le froid avec la relaxation profonde des vibrations sonores des gongs, pour une vraie reconnexion corps-esprit. Je voulais également tester l'intérêt des clients de l'hôtel et de la clientèle locale pour de futures retraites bien-être.

#### Déterminer la cible

J'ai ensuite travaillé sur un projet de retraite pour le mois d'octobre qui correspond à notre basse saison. Je voulais une thématique forte, qui s'adresse à une clientèle précise : les femmes. Sur trois jours (du jeudi soir au dimanche midi), nous avons proposé une expérience tout compris incluant l'hébergement, les repas, les soins au spa, des séances de méditation guidées, de yoga face à la mer, des randonnées en pleine nature et une séance de gongs. Pour l'occasion, nous avons privatisé une villa de l'hôtel, offrant un cadre intime et exclusif, en retrait du reste de l'établissement.

#### **Comment organiser une retraite ?**

Un Palace c'est une énorme machine à faire tourner et, comme pour tout établissement hôtelier du sud de la France, le mois d'octobre est peu rempli de façon naturelle. Nous devons donc, chacun à notre niveau, trouver des alternatives pour générer du chiffre d'affaires. Et puis le besoin de mieux-être est une vraie réalité en 2024... C'est dans cet objectif que j'ai initié ces retraites et, pour une première fois, j'ai choisi de collaborer avec une experte en bien-être que je connaissais bien : Marta Hobbs, coach en leadership, mentor spirituel, entrepreneure et fondatrice de Soul Care® Meditation. C'est une personne qui a déjà une forte notoriété (124 000 followers sur Instagram) et qui organise déjà ce type de séjour à Paris. Je pense vraiment que le choix du thème et des partenaires est crucial pour assurer le succès d'une retraite bien-être.

#### **Comment avez-vous choisi la thématique de cette retraite ?**

Pour moi c'était important de bien identifier les tendances actuelles dans le domaine du bien-être. Pour notre établissement, j'avais réfléchi à trois problématiques qui intéressent de nombreuses femmes aujourd'hui : gestion du stress, amélioration du sommeil ou détox digitale. Trouver un thème qui va faire venir, c'est la base.

Le thème doit permettre d'établir un programme équilibré, tenant compte de la durée de la retraite, ni trop limité ni trop vaste. Je savais qu'un thème trop large pourrait diluer l'expérience et donc faire une promesse de transformation moins claire et moins précise, tandis qu'un thème trop étroit pourrait ne pas attirer assez de participants. Il faut penser à des éléments qui rendront la retraite unique, comme des traitements exclusifs, des équipements de pointe ou des activités originales.

*Pensez à des soins exclusifs et des activités originales pour rendre la retraite unique*

#### **Quels ont été vos critères pour choisir votre organisatrice ?**

Évidemment, c'est important de choisir des praticien(ne)s ou expert(e)s dont la spécialité se marie avec le thème choisi. En plus, à l'ère des réseaux sociaux et de la communication, c'est plus simple, pour la réussite de la retraite, de choisir des professionnels reconnus qui ajouteront de la crédibilité à l'évènement et attireront le public auquel ils parlent déjà tous les jours. Il faut aussi choisir une personne qui aura une clientèle cohérente avec celle de l'hôtel. Le Grand-Hôtel Cap-Ferrat est un palace et le prix des chambres est très élevé. J'ai aussi choisi Martha Hobbs car elle se positionne, dès son compte Instagram, sur les retraites bien-être «luxe» à Paris (Luxurious wellness retreats), donc je savais que sa clientèle correspondrait à celle qui a les possibilités financières de s'offrir un séjour dans notre établissement.





*Choisir des professionnels reconnus ajoute de la crédibilité à votre retraite*

### **Conseillez-vous de collaborer avec un seul ou plusieurs partenaires ?**

Même si c'est plus difficile en termes de coordination pour la spa manager, je pense qu'il ne faut pas hésiter à choisir plusieurs partenaires qui se complètent pour une vraie expérience complète. Par exemple, un coach de yoga, un nutritionniste et un thérapeute holistique dans un domaine précis.

### **Certains hôteliers ont l'impression qu'organiser des retraites bien-être, c'est prendre un risque financier car il faut dépenser de l'argent (matériel, communication, thérapeutes...) avant d'en gagner. De votre côté, avez-vous fait des investissements particuliers ?**

Nous n'avons pas fait d'investissements particuliers car j'ai choisi une structure de rémunération à faible risque, le paiement à la commission. L'organisatrice était rémunérée uniquement sur un pourcentage du chiffre d'affaires encaissé. Si on ne vend rien, on ne débourse rien. Nous aurons certes passé du temps en communication et peut-être investi dans des publications Instagram et des visuels sur le site web, mais c'est minime. En plus, ça va vraiment donner envie au partenaire que vous avez choisi de communiquer de son côté parce que sans ça, pas de retraite donc pas de revenu.

### **Le paiement à la commission n'est pas le seul business model pour ces retraites bien-être. Avez-vous envisagé d'autres options ?**

Je me suis renseignée auprès de consœurs du Four Seasons qui avaient déjà organisé ce genre d'évènement et j'avais identifié trois options de «rentabilisation» possibles pour ces séjours :

- **Paiement du forfait complet à l'organisateur** (100 % fixe) : on paie un montant fixe au responsable de retraite, quel que soit le nombre de participants.
- **Modèle hybride (fixe + commission)** : on paie à l'organisateur un montant garanti plus faible pour sécuriser son temps et son engagement, complété par

une commission basée sur le nombre de participants (plus ils sont nombreux et plus le variable est élevé).

- **Échange/troc** : dans certains cas, on peut proposer un échange «marchandise» plutôt qu'un paiement. Cela se fait beaucoup dans notre domaine, pour des prestations pas trop élevées car tout le monde ou presque est partant pour recevoir un soin, surtout dans un établissement comme le Grand-Hôtel du Cap-Ferrat.

En réalité, chacun de ces modèles présente différents niveaux de risque. En vous lançant dans l'organisation de cette première retraite bien-être, choisir une approche à faible risque avec des paiements à la commission, vous permettra de limiter votre exposition financière si la retraite n'est pas complète ou ne génère pas suffisamment de revenus.

### **Est-ce que les participants sont des consommateurs de soins au spa ?**

Les participants aux retraites sont généralement des consommateurs de soins au spa. Ils recherchent des expériences complètes de bien-être et de ressourcement que l'on retrouve au travers des activités incluses dans les retraites. Nous avons «imposé» un massage par personne dans les packages que nous vendons mais la majorité a d'elle-même réservé un second soin durant le séjour.

### **Pour la restauration, ont-ils eu des demandes particulières pour le restaurant ?**

La partie restauration de la retraite a été entièrement gérée en interne, en collaboration avec la direction de la restauration et les chefs de cuisine. Nous avons conçu des repas sains, composés de produits locaux, naturellement riches en vitamines et minéraux. Nous avons évité un thème trop restrictif comme le sans gluten, les régimes spécifiques ou le jeûne. Notre objectif était de rester aligné avec le luxe de l'hôtel, en offrant des repas avec des produits de haute qualité, pour une expérience gastronomique raffinée et équilibrée. De plus, en échangeant avec les clients, je me suis rendu compte que ce n'est pas parce qu'on vient en retraite de yoga qu'on ne veut manger que des graines...

### **Qui sont les clients de ces retraites : des extérieurs ou des personnes résidant à l'hôtel ?**

Au même titre que le choix du thème et des partenaires, le choix de notre clientèle cible est crucial pour assurer le succès d'une retraite bien-être.

- **Clients hôtel** : si vous optez pour une retraite très haut de gamme et immersive, les clients de l'hôtel sont un bon choix. Ces clients sont souvent à la recherche de nouvelles expériences différentes de ce dont ils ont l'habitude. Ils attendent beaucoup du standing de l'établissement. Un séjour bien-être pourrait les intéresser, surtout s'ils sont déjà fidèles à l'hôtel. Ils peuvent également être séduits par la continuité de ces expériences entre différents établissements de Four Seasons.

- **Clients locaux** : si vous cherchez à avoir une approche plus accessible et régulière, les clients locaux pourraient être une option plus stable. Les habitants de la région peuvent être intéressés par une pause bien-être sans devoir voyager loin. Il faudra donc prévoir des séjours plus courts (retraite sur un week-end par exemple) et les tarifs devront être moins premium que pour la clientèle hôtel. Il faut également penser à proposer un tarif sans les nuitées. Vous pouvez commencer par tester leur intérêt pour le bien-être en organisant plusieurs événements réguliers sous forme de pop-up, comme nous l'avons fait au Grand-hôtel du Cap-Ferrat. Si ça fonctionne sur du format à la journée, vous pouvez aller plus loin. C'est ce que nous avons fait de notre côté avec des soundbath pour commencer. Cela nous a permis de valider que nous avions la clientèle !

### **Comment avez-vous commercialisé ces retraites ?**

La commercialisation est très stratégique pour réussir à vendre votre retraite. Même si nous nous appelons Four Seasons, cela ne veut pas dire que nous remplissons systématiquement nos événements. Nous communiquons comme pour les autres nouveautés spa :

- retraite incluse dans le check-in et les communications pré-séjour,
- présence dans les chambres (brochures),
- création d'événements avant la retraite notamment des ateliers «pop-up (au format plus court). Et bien sûr, utilisation des réseaux sociaux et site Internet. Ne sous-estimez surtout pas cette partie parce qu'autrement tout le travail fait en amont ne servira à rien si vous n'avez pas assez de clients !

### **Cette activité de retraite bien-être en spa hôtelier est encore assez peu développée en France et vous avez organisé votre première retraite cet été. Quel bilan en tirez-vous ?**

Nous avons eu beaucoup d'intérêt et de retours positifs sur le programme. Nous avons eu 8 participantes (majoritairement des clientes locales de Monaco).  
- Nous avons aussi profité de la présence de Marta Hobbs pour enrichir l'expérience de nos clients et de

nos équipes. Nous avons organisé des séances de méditation guidée le matin pour les clients hôtels (une dizaine de participants) et le soir pour les employés (une vingtaine de participants). Nous avons aussi ouvert à la clientèle extérieure notre séance de Gong prévue dans le programme de la retraite et nous avons eu 5 participants (hôtels et locaux).

### **Quels conseils supplémentaires pourriez-vous donner à des spa managers tentées par ce genre d'activité ?**

Même si la retraite telle qu'elle avait été prévue initialement a été modifiée, nous en avons tiré de très précieux enseignements :

- Ne vous limitez pas à la clientèle hôtel, ouvrez un quota de places aux extérieurs. Certes, ça ne vous fera pas de chiffre d'affaires hébergement mais ça permet d'élargir la cible et d'aller chercher une clientèle susceptible de revenir par la suite.
  - Variez les formats afin d'avoir un «gros» produit (la retraite la plus chère et la plus complète) qui sera complétée par des produits complémentaires (une séance sunset meditation, une autre pour le lever du jour, un bain de gongs de trois heures...).
- Cela vous permettra également de vous adresser à un plus grand nombre de clients car tous n'ont pas le temps ni les moyens d'intégrer ce genre d'évènement dans sa version complète dans leur quotidien.
- Désormais quand vous pensez wellness clients, essayez aussi de penser wellness collaborateurs. Ils sont hyper demandeurs en 2025 et si votre coach et les équipements (gongs) sont sur place, profitez-en pour leur proposer des séances dédiées. Aucun impact économique si personne ne s'inscrit mais le bénéfice sera top en termes de marque employeur et de perception du bien-être au travail.
  - Ne sous-estimez jamais la communication autour de l'évènement, surtout si vous n'en avez encore jamais fait. Ce n'est pas parce que vous avez une marque d'hôtel forte, avec un coach bien-être réputé (Marta Hobbs a 121 000 followers sur Instagram...) que vous remplirez votre événement. Promouvoir une Wellness Retreat dans un groupe comme Four Seasons, qui n'est traditionnellement pas associé à ce type d'expérience, est un vrai défi par rapport à d'autres marques hôtelières comme Six Senses, déjà reconnues pour leur offre bien-être. Donc communiquez, communiquez et communiquez ! 💧



# spa thalasso

La thalasso n'en finit pas d'évoluer ! Des cures santé, du sport, des soins, des massages, de la nutrition... Voici tout ce qu'elle propose.

## RÉCUPÉRATION POST-OPÉRATOIRE

Après une opération chirurgicale ou une longue maladie, la convalescence peut être un processus complexe et exigeant. Dans cette perspective, les cures de thalasso apparaissent comme des solutions, offrant un mélange harmonieux entre les bienfaits de l'eau et des soins thérapeutiques ciblés.



L'eau de mer, utilisée en thalassothérapie, est naturellement riche en oligo-éléments et minéraux tels que le magnésium, le calcium et le potassium. Ces éléments, essentiels à la régénération cellulaire, pénètrent facilement dans l'organisme par la peau, favorisant ainsi la cicatrisation, la relaxation musculaire et la réduction des inflammations. La densité de l'eau de mer, supérieure à celle de l'eau douce, offre une meilleure portance qui facilite les mouvements sans contrainte pour les articulations fragilisées. Ce soutien naturel est particulièrement bénéfique lors des séances de rééducation, permettant une remise en mouvement douce et progressive.

### RÉÉDUCATION POST-TRAUMATIQUE AUX THERMES DE SAINT-MALO

Après une fracture, une entorse ou une blessure musculaire, le retour à la mobilité peut s'avérer laborieux, souvent freiné par la douleur ou la peur de se blesser à nouveau. Aux Thermes Marins de Saint-Malo, la rééducation post-traumatique est basée sur l'alliance unique de la médecine sportive et des bienfaits du milieu marin. C'est précisément dans ces moments de fragilité que la thalassothérapie offre une solution inestimable. En effet, la récupération articulaire y est accélérée, portée par les vertus apaisantes et régénératrices de l'eau de mer. Ce séjour de 6 jours, particulièrement recommandé après la phase d'immobilisation, s'adresse à ceux qui, sans perte d'autonomie, souhaitent réapprendre à bouger sans douleur.

Encadré par une équipe composée de trois médecins, dont un spécialiste en rééducation fonctionnelle et deux médecins du sport, ainsi que des kinésithérapeutes, ce programme est conçu pour répondre aux besoins spécifiques de chaque curiste. La rééducation en piscine permet de mobiliser progressivement le membre traumatisé. Les séances aquatiques aident à rétablir les amplitudes articulaires et à renforcer la musculature, tout en soulageant les tensions. Pour les patients en perte de mobilité, un dispositif d'assistance est mis à disposition.

### CURE EXPERTISE SANTÉ À LA THALASSO SEA & SPA DE QUIBERON

À la Thalassa Sea & Spa de Quiberon, la récupération post-traumatique s'élève au rang d'expertise. Situé au cœur de la nature sauvage bretonne, cet établissement iconique propose un programme de 6 jours entièrement dédié à la remise en forme post-convalescence. Grâce à une combinaison de soins thalasso et d'approches thérapeutiques innovantes, la Cure Expertise Santé offre une parenthèse régénérante où chaque soin est pensé pour retrouver mobilité, souplesse et bien-être. En avant de la cure, un entretien préliminaire avec un kinésithérapeute référent permet de cerner les besoins. Le premier jour, un bilan approfondi vient affiner les soins. À cela, s'ajoute une consultation en nutrition pour optimiser les résultats. Le programme de six jours prévoit des séances de kinésithérapie individuelle, et des séances en bassin pour assouplir et réactiver les articulations. La cure ne se contente pas de soigner le corps, elle vise à rétablir un équilibre global. Avec des séances de fasciathérapie, d'ostéopathie ou encore de respirologie, chaque geste est pensé pour apaiser les tensions et harmoniser les énergies. Pour ceux en quête de souplesse et de coordination, des activités en salle avec un coach sportif et des séances de yoga ou de Méthode Munz Floor viennent compléter ce programme de rééducation de haut niveau. L'ensemble est pensé pour offrir une approche douce, mais efficace, en faveur d'une récupération physique et mentale optimisée.



## AFFRONTER L'HIVER

**Pour faire le plein d'énergie et passer un hiver en pleine forme, le Sofitel Quiberon Thalassa Sea & Spa propose un nouveau programme exclusif Vitalité hivernale.**

Ce programme de quatre jours repose sur la santé bleue, une approche utilisant les bienfaits des éléments marins pour revitaliser et régénérer le corps et l'esprit, tout en renforçant l'immunité. Grâce aux minéraux et oligo-éléments marins, il aide à combattre la fatigue hivernale et à préparer le corps pour le printemps.

### UNE EXPÉRIENCE DE BIEN-ÊTRE 100 % RÉGÉNÉRANTE

Le programme Vitalité hivernale inclut 12 soins répartis sur 4 jours, à raison de 3 soins par jour, ainsi qu'un rendez-vous conseil personnalisé. Chaque soin a été sélectionné pour redynamiser le corps, avec une alternance de traitements marins et holistiques. Le programme débute par un rendez-vous conseil en nutrition, pour apprendre les meilleures pratiques alimentaires en hiver et renforcer les défenses naturelles. Une séance de yoga nidra ou de méditation permet de développer des techniques de relaxation profonde et d'améliorer le sommeil, véritable booster de vitalité. Pour reminéraliser le corps, deux enveloppements aux algues sont proposés, offrant tous les bienfaits des minéraux marins. Le programme comprend également des soins signatures comme le bain



©Creaturart

de mer hydromassant, une détente sous pluie marine apaisante, et des séances d'hydrojet musicô-relax et de jets sous-marin détente. Le programme est également étoffé d'un drainage marin et d'un modelage sous pluie marine. Le modelage Au Bonheur du Ventre, l'un des soins phares, permet de soulager les tensions abdominales et de favoriser un confort global. Enfin, un soin visage Algologie, puisant dans la richesse des algues marines, redonne éclat et fraîcheur à la peau, idéal pour retrouver un teint lumineux pendant l'hiver. Le programme Vitalité hivernale constitue une véritable opportunité de traverser l'hiver en pleine forme et de booster son immunité. Grâce à des soins marins associés à des techniques bien-être innovantes, cette cure permet de renforcer les défenses naturelles, de retrouver de l'énergie et de se préparer en douceur à l'arrivée du printemps. Le Sofitel Quiberon Thalassa Sea & Spa, avec son expertise bien-être reconnue, propose ce séjour revitalisant pour ceux qui cherchent à allier détente, soin et préparation du corps aux saisons à venir.

65

## DÉTENTE CRÂNIENNE

**Prévithal, héritier de la prestigieuse filiation avec Le Normandy, centre de rééducation et de réadaptation en milieu marin, démontre un savoir-faire indéniable qui confirme son excellence dans les bienfaits de l'eau de mer, pilier de son activité historique.**

Ses cures thalasso et soins spa subliment les ressources maritimes, offrant une expérience unique. Aux portes de Granville, avec vue sur les Îles Chausey et à proximité du Mont-Saint-Michel, Prévithal bénéficie d'une situation géographique idéale.



Pour éviter de se laisser submerger par les tensions du quotidien, la détente crânienne peut s'avérer très efficace. Grâce à des manipulations légères et subtiles du crâne et du sacrum, le client atteint un état de relaxation profonde. Cette pratique vise à relâcher les tensions et améliorer la circulation du liquide céphalo-rachidien autour du cerveau et de la moelle épinière.

### LA DÉTENTE CRÂNIENNE POUR RELÂCHER LES TENSIONS

En plus de ce soin qui rééquilibre le système nerveux, le client peut profiter d'un accès illimité à l'espace marin. Face à la mer et baigné de lumière naturelle, l'espace marin en eau de mer chauffée à 32°C propose plusieurs ateliers qui massent, détendent, tonifient, soulagent les articulations tout en améliorant la circulation sanguine.

## LA BRETAGNE, UNE MINE DE RESSOURCES INCOMPARABLES POUR LA SANTÉ

Les 14 centres Thalasso Bretagne invitent leurs clients au cœur d'une nature authentique et vibrante d'énergie, pour faire le plein



66

Selon la définition officielle, la thalasso est «l'utilisation combinée des bienfaits du milieu marin, qui comprend le climat marin, l'eau de mer, les boues marines, les algues et autres substances extraites de la mer».

Le professionnalisme et la qualité des soins délivrés dans les établissements bretons font figure de référence, grâce au dynamisme du secteur dans la région, et à un environnement particulièrement favorable aux soins de thalassothérapie.

### LE CLIMAT MARIN BRETON, UN SHOT DE MINÉRAUX ET D'OLIGO-ÉLÉMENTS

Pureté de l'air (il y a peu de germes en bord de mer), taux d'humidité élevé et stable, pression atmosphérique élevée, vent, ensoleillement favorable à la synthèse de la vitamine D : le climat marin est particulièrement bénéfique pour la santé.

### Le «+» made in Bzh

En Bretagne, le phénomène de marnage est très important. Les marées se succèdent inlassablement, découvrant jour après jour un écosystème constitué d'algues, de rochers, de coquillages, qui viennent enrichir l'air en sels minéraux, oligo-éléments, iode... Par ailleurs, sous l'effet du brassage des vagues et du vent, l'air marin est hautement chargé en ions négatifs. Ensemble, ils diffusent leurs bienfaits dans l'organisme, l'air marin agissant comme un brumisateur naturel à chaque inspiration. Voilà pourquoi les exercices physiques et les balades en plein air font partie d'un séjour de thalassothérapie. Et voilà pourquoi le climat marin breton est particulièrement bénéfique à la santé.

### Qui fait quoi ?

- **Les ions négatifs** : ces super conducteurs favorisent les échanges entre les cellules et la pénétration de l'oxygène au niveau des poumons, boostant ainsi la ventilation pulmonaire et les capacités respiratoires. Ils stimulent également l'action d'enzymes et activent la sécrétion des hormones et de neuromédiateurs telle la sérotonine, «l'hormone du bonheur». Ainsi, ils contribuent à améliorer l'oxygénation des tissus, le tonus, l'humeur ou encore la qualité du sommeil.
- **L'iode** : en Bretagne, l'atmosphère est plus iodée qu'ailleurs du fait de l'amplitude des marées. Son action sur la thyroïde, le système nerveux et le métabolisme des graisses s'en trouve renforcée.

### L'EAU DE MER, UN CONCENTRÉ DE SANTÉ

L'eau de mer est au cœur de la thalasso. Elle se compose principalement d'eau, de chlorure de sodium (le sel de table) et de sels minéraux, tels que le magnésium, le potassium et le calcium, tous précieux pour la santé. Elle contient aussi une soixantaine d'oligo-éléments : cuivre, manganèse, soufre, zinc... Comme l'a démontré le biologiste René Quinton à la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle, sa composition est proche de celle du plasma sanguin humain, 104 minéraux et oligo-éléments en commun, raison pour laquelle elle est facilement assimilable par notre organisme. L'eau de mer renferme également du plancton - végétal et animal. Dans une eau chauffée sous 45°C, le phytoplancton libère des substances antivirales et antibactériennes : un antidote naturel, idéal pour se protéger et renforcer la résistance de l'organisme. Par ailleurs, on y trouve quantité d'ions négatifs. Ceux-ci pénètrent aisément dans l'organisme à travers la barrière cutanée, favorisent les échanges entre



©Christian Musat

## de minéraux et leur offrir un supplément de shot d'air iodé.

les cellules et aident le corps à se reminéraliser : un véritable «anti-fatigue» naturel, qui donne un coup de fouet et augmente la résistance à la maladie.

### Qui fait quoi ?

Le calcium marin contribue à fortifier les os, le potassium marin nourrit la fibre musculaire, le magnésium marin est connu pour son action sur le stress et les douleurs (musculaires, articulaires), etc. Le secret d'un bain (bouillonnant ou hydromassant), soin star d'une cure de thalasso ? Le corps est immergé dans une eau de mer chauffée entre 36°C et 38°C (proche de la température du corps) pendant 12 à 15 mn minimum. Sous l'effet de la chaleur, les pores de la peau se dilatent, et les micronutriments contenus dans l'eau de mer traversent la barrière cutanée, grâce à l'action des ions négatifs, qui créent un petit courant électrique entre l'eau de mer (chargée négativement) et le derme (chargé positivement). Ils sont ensuite véhiculés par voie sanguine dans l'organisme, qui se recharge selon ses besoins, par effet osmotique. Sous l'effet mécanique des jets, le bain exerce également un effet massant et/ou drainant.

### LES ALGUES ET LES BOUES : LA BRETAGNE, JARDIN DE LA THALASSO EN FRANCE

Les algues marines sont constituées à 80% d'eau de mer et le reste en sels minéraux, oligo-éléments, sucres complexes, protéines et lipides. Elles renferment 500 à 1 000 fois plus d'iode que l'eau de mer, et sont généralement utilisées sous forme de gel pour enrichir les bains. Elles servent aussi à la fabrication de crèmes d'algues, qui sont chauffées et utilisées pour réaliser les enveloppements d'algues. Ce soin de thalasso majeur a une puissante action reminéralisante sur les organismes. Selon la variété utilisée, les algues délivrent également des bienfaits détoxifiants, hydratants, amincissants... Trois ou quatre espèces d'algues sont utilisées principalement pour réaliser les soins de thalasso. Elles sont regroupées en quatre grandes familles : algues bleues, brunes, rouges et vertes. En thalasso, les algues brunes (fucus, laminaires) sont prisées pour leurs vertus fortifiantes, reminéralisantes et hydratantes. Il s'agit principalement de fucus et de laminaires, que l'on reconnaît à leurs longs rubans sur la plage et les rochers. Le fucus a également des propriétés détoxifiantes et amincissantes. C'est le cas aussi de l'algue rouge *Palmaria Palmata* (ou dulse).



### Le «+» made in Bzh

**Les algues marines** utilisées dans les centres de thalasso proviennent majoritairement de Bretagne, jardin de la thalasso en France. Elles sont issues notamment du parc naturel de la mer d'Iroise, une zone protégée qui s'étend à la pointe du Finistère. Un écosystème unique, façonné par les marées, les courants et les tempêtes. Avant d'être livrées aux centres de thalasso, elles sont récoltées fraîches, à pied ou en bateau. Puis elles sont acheminées vers les usines pour y être transformées dans les 24h, afin de préserver leurs qualités. Une véritable mine de nutriments, gorgée d'oligo-éléments, de sels minéraux, de vitamines, d'acides aminés...

### Qui fait quoi ?

Les boues marines se composent de sédiments marins. Très riches en sels minéraux, oligo-éléments, vitamines et oxygène, elles s'utilisent en cataplasme ou directement sur la peau, au niveau des articulations et des zones douloureuses. Grâce à la chaleur et à leur concentration en micronutriments, elles ont un effet décontractant, détoxifiant et anti-douleur.



*Les 14 établissements Thalasso Bretagne, du Nord au Sud : Les Thermes Marins de Saint-Malo, Emeria Dinard, Spa Marin du Val André, Roz Marine Thalasso Resort, Valdys Resort Roscoff, Valdys Resort Douarnenez, Relais Thalasso Bénodet, Thalasso Concarneau Spa Marin Resort, Sofitel Quiberon Thalassa sea & spa, Miramar La Cigale Hôtel Thalasso & Spa Arzon-Port du Croesty, Castel Clara Thalasso & Spa Belle-Ile-en-Mer, Barrière La Baule Thalasso & Spa, Valdys Resort Pornichet-Baie de La Baule, Relais Thalasso Pornichet-Baie de La Baule.*

## CURES POST-CANCER EN THALASSO

La cure thalasso post-cancer utilise les bienfaits de l'eau de mer et des soins marins pour favoriser la régénération physique et



Grâce à des séances de rééducation en piscine, des massages et des soins à base d'algues, ces programmes apaisent les douleurs, stimulent la circulation et combattent la fatigue persistante. Enrichie par des activités de relaxation et un suivi psychologique, elle permet aux patients de retrouver progressivement force et sérénité.

En 2025, les cures post-cancer sont plus que jamais l'opportunité d'une reconstruction physique et mentale, pour une véritable renaissance.

### CHEZ PRÉVITHAL

Après les traitements lourds et éprouvants, la cure post-cancer de Prévithal se présente comme un cocon de régénération et de réconfort. Conçue pour les patients en rémission, cette cure de six jours allie les vertus de l'eau de mer et des soins spécialement adaptés, permettant une récupération en douceur et une reconquête progressive du corps. Les bains de mer hydromassants, enrichis au lait, offrent une détente profonde tout en nourrissant la peau, tandis que les enveloppements de boue marine et ceux au coton et aloe-vera favorisent la réparation cutanée et apaisent les douleurs résiduelles. Le programme s'articule autour de soins pour le corps et l'esprit : des séances de sophrologie, de sophrologie aquatique et de massage californien permettent d'atteindre une détente complète, favorisant le bien-être émotionnel. Les massages relaxants à la bougie, ainsi que les soins du visage, apportent à la fois une régénération de la peau et une relaxation totale. Le corps, souvent affaibli par les traitements, bénéficie également de séances de marches oxygénantes ou nordiques, associées à un bilan diététique personnalisé et à un coaching sur-mesure, pour aider à retrouver une vitalité optimale. Cette cure, placée sous le signe de la douceur et de la réparation,

est un véritable accompagnement post-thérapeutique.

### AU CASTEL CLARA

Dans le cadre enchanteur de Belle-Île-en-Mer, le Castel Clara, Thalasso & Spa, lance une cure post-cancer novatrice, spécialement conçue pour ceux qui souhaitent se ressourcer après les traitements lourds du cancer. Ce programme de 6 jours offre un véritable renouveau en combinant thalassothérapie, naturothérapie, musicothérapie et méditation aquatique, pour une régénération complète du corps et de l'esprit. Dès l'arrivée, une consultation avec un naturopathe permet d'adapter les soins et les conseils nutritionnels. L'accent est mis sur une approche holistique, où chaque soin répond aux besoins physiques et émotionnels de manière personnalisée. L'une des grandes innovations de cette cure réside dans l'utilisation de la musicothérapie et de la méditation aquatique. Guidée par un musicothérapeute diplômé, la relaxation musicale plonge le patient dans un état de lâcher-prise profond, tandis que la méditation aquatique, véritable moment de sérénité, utilise les bienfaits de l'eau pour apaiser corps et esprit. Les soins thalasso, tels que les enveloppements d'algues au magnésium, les bains hydromassants et les massages ayurvédiques, apportent une revitalisation intense, en éliminant les toxines et en rééquilibrant les énergies. Le massage «Sérénité Océane», en particulier, se distingue par ses mouvements enveloppants, offrant un apaisement des tensions nerveuses et musculaires. Parallèlement aux soins, des activités sportives douces et des balades encadrées permettent de retrouver une souplesse articulaire et musculaire, tout en profitant de l'air marin vivifiant de Belle-Île. L'environnement naturel exceptionnel de l'île devient un véritable allié pour se reconnecter à soi-même, loin du stress quotidien. Le Castel Clara propose ainsi un séjour dans un cadre où le temps semble suspendu, offrant une parenthèse de bien-être et de régénération au cœur de la nature.

### CHEZ THALAZUR

La cure post-cancer au féminin de Thalazur offre une approche globale et réparatrice, pour restaurer l'équilibre après les épreuves des traitements. Ce programme, composé de 24 soins et activités, inclut des soins spécifiques et personnalisés qui accompagnent les femmes sur le chemin de la rémission. En partant des enveloppements reminéralisants aux algues, au magnésium et à la spiruline, jusqu'aux bains de mer enrichis de pulpe d'algue rouge et

## mentale après les traitements.

d'hibiscus, chaque soin a été pensé pour revitaliser et renforcer les défenses naturelles du corps. Les soins ne se limitent pas à la sphère physique, mais touchent également le bien-être mental. Le programme inclut des séances de sophrologie aquatique, de réflexologie crânienne, et de digitopuncture, permettant de libérer les tensions et d'améliorer la qualité de vie globale. Les massages sont spécialement adaptés pour apaiser les douleurs et favoriser la circulation. Une attention particulière est également portée à la beauté et au soin de soi avec des soins du visage et une beauté des mains. Avec une consultation médicale, un conseil diététique et un bilan sportif, ce séjour thalasso apporte à chaque femme un soutien précieux et personnalisé dans sa guérison post-cancer.

### À EMERIA DINARD

À Emerica Dinard, Ma Parenthèse Bain de Jouvence est un programme très apprécié des curistes qui ont traversé les épreuves du cancer. Depuis sa création, cette cure spécifique s'est imposée comme une bouffée d'oxygène essentielle pour les personnes en rémission, alliant expertise médicale et bien-être. Conçu en collaboration avec une sénologue des centres hospitaliers de Rennes-Cesson-Sévigné, ce parcours est un accompagnement holistique pour les patients en rémission complète, après des traitements souvent invasifs et éprouvants. Sur cinq jours, Ma Parenthèse Bain de Jouvence propose une gamme complète de soins : de la nutrition spécialisée à la relaxation, en passant par les Fleurs de Bach, la faciaithérapie bien-être et des soins de thalasso ciblés. Ce programme se distingue par l'ajout de trois nouveaux soins essentiels : un modelage des jambes apaisant, un modelage sous pluie marine revigorant et un bassin de flottaison, conçu pour assouplir le corps et induire un profond lâcher-prise mental. Ce parcours, symbolise la régénération et l'harmonie retrouvée, permettant au corps de reprendre possession de ses forces et de se reconnecter à un bien-être global.

### À LA THALASSO DE CONCARNEAU

Depuis 2022, le centre de thalassothérapie de Concarneau se distingue par son Programme Régénérant post-cancer, conçu pour offrir aux personnes en rémission un parcours de détente profonde et de revitalisation. Cette cure, pensée comme un retour à soi, invite à renouer avec son corps, apaiser ses tensions et réapprendre à vivre après les épreuves du cancer. Le programme propose une série de soins alliant

hydratation, relaxation et reminéralisation, pour retrouver un équilibre aussi bien physique que mental. Au menu : un gommage revitalisant au gingembre, suivi de bains hydromassants au lait précieux pour nourrir la peau en profondeur et de bains hydromassants aux algues laminaires, riches en minéraux essentiels. Les enveloppements relaxants et reminéralisants aux trois algues, ainsi que des soins hydratants Cold Cream, viennent compléter cette routine régénérante. Pour apaiser l'esprit et détendre le corps, la cure inclut également des séances d'aquagym, des massages signature et une relaxation guidée, permettant une immersion totale dans le bien-être.



## PHYSIODERMIE AUX FLAMANTS ROSES

**Les Flamants Roses ont un nouveau partenaire :  
Méthode Physioderme.**

Depuis 50 ans, les experts scientifiques de Physioderme développent, dans leur laboratoire à Genève, une «méthode» de soin qui associe le meilleur de la nature aux dernières technologies de pointe suisses. Le savoir-faire reconnu des techniques de soin associé à l'efficacité des actifs garantit un moment à la fois performant et relaxant. Les Flamants Roses proposent ainsi 5 soins du visage pour femmes et hommes (de 85 à 150€). Ces soins sur-mesure utilisent des produits riches en actifs naturels encapsulés, mieux tolérés par tous les types de peaux, avec la possibilité de personnaliser le soin pour rééquilibrer la peau et lui redonner tout son éclat naturel.



## POUR LES FUTURES MAMANS

**En 2025, les Thermes Marins de Saint-Malo enrichissent leur offre en proposant un nouveau soin spa visage et corps très complet pour un moment de relaxation unique : le Soin Future Maman.**

Depuis toujours, l'écoute et l'attention font partie des valeurs fortes des Thermes Marins de Saint-Malo, et ce soin en est une nouvelle illustration. Chaque étape a été minutieusement pensée pour répondre aux besoins spécifiques des futures mamans et s'adapter à leur grossesse. Les gestes sont enveloppants, doux et répétitifs, offrant une sensation de calme pour le corps et l'esprit. Les mouvements ciblés apportent des bienfaits concrets : ils diminuent les tensions, soulagent les jambes lourdes, donnent un coup d'éclat à la peau et réduisent les signes de fatigue. Tout au long du soin, la position de la future maman est étudiée pour garantir un confort optimal et sécurisé, le tout dans un véritable cocon de bien-être.

### LE SOIN FUTURE MAMAN

Ce soin comprend :

- Démaquillage du visage pour rafraîchir le teint avec l'Eau Micellaire à base d'algue Himanthalia et de levure.
- Massage apaisant du cuir chevelu et visage avec la Crème de Massage au Beurre de Karité.
- Massage de la nuque, des bras et des mains, pour une détente totale.
- Application sur le visage d'un Masque Coup d'Eclat à l'aloë vera et acide hyaluronique.
- Massage des jambes, pour relancer la circulation sanguine.
- Application de sérum et de crème pour parfaire le teint.
- Relaxation du dos pratiquée en position assise.

## KOBIDO AUX THERMES MARINS DE SAINT-MALO

**Les expertes du spa des Thermes Marins de Saint-Malo se sont inspirées d'une méthode ancestrale mais dans l'air du temps, et ont développé le Soin Kobido by Thermes Marins de Saint-Malo, une expérience inédite et étonnante, un soin signature à découvrir.**

Très précis, le Kobido by Thermes Marins de Saint-Malo travaille sur chaque zone du visage et du cou avec une minutie remarquable et codifiée. Pressions de la main, pincements, lissages et drainage... rien n'est laissé au hasard. Lors de l'élaboration de ce soin, chaque geste a été soigneusement positionné et ajusté au millimètre près, en tenant compte des spécificités de la peau, du système sanguin, lymphatique, énergétique et musculaire. Une attention particulière a également été portée au rythme, à l'intensité des pressions de chaque mouvement, à son impact énergétique ainsi qu'à l'écoute du ressenti de chacun. Des gua sha en quartz aux propriétés rafraîchissantes apportent une touche de fraîcheur délicieusement enivrante et viennent chouchouter la peau. Dernière étape : des produits cosmétiques de la gamme Signature Thermes Marins de Saint-Malo, aux textures variées ultra sensorielles, viennent, en fin de soin, parfaire cette expérience unique. Résultat : une expérience véritablement exceptionnelle, avec des résultats visibles dès la première séance. Un véritable lifting manuel qui donne à la peau un effet repulpé, plus frais et un ovale redessiné.



## THALASSO ET CANCER DU SEIN

**La Cure Mieux Vivre le Cancer, mise au point par Côté Thalasso, permet de retrouver confort et dynamisme.**

Cette cure, réalisée durant la maladie ou post-cancer, ne ressemble à aucune autre. Chaque curiste est choyée et encadrée dès son arrivée. Elle consiste en un protocole global et

personnalisé qui permet de reprendre son souffle, d'améliorer sa qualité de vie et de s'accorder une véritable parenthèse de bien-être.

Elle n'est pas uniquement post-cancer mais peut être réalisée à tout moment de la maladie. Ainsi, cette cure cancer permet de reprendre confiance en soi et en l'avenir, de lutter contre l'anxiété et les troubles du sommeil.

Photo : Tamara.



La seule technologie capable de stimuler  
chaque millimètre de la peau



**SOIN D'EXCELLENCE CORPS & VISAGE**  
**MINCEUR | JEUNESSE | BIEN-ÊTRE**



[www.icoone-beauty.com](http://www.icoone-beauty.com)

04 75 25 00 55 | [contact@allcare-in.com](mailto:contact@allcare-in.com)



# Prestations de qualité et gestion externalisée : COMMENT FAIRE ?

..... par Florence KOWALSKI, Ghostwriter & Social media Manager, Hôtellerie & bien-être

Confier son spa à un prestataire extérieur quand on est hôtelier a toujours existé. Mais depuis le Covid et les difficultés de recrutement, des sociétés de gestion de spas plus ou moins sérieuses fleurissent. Voici comment procéder pour que cette solution ne porte pas préjudice à l'image de votre spa.



72

©anatolij

Depuis quelque temps, certains prestataires plus ou moins scrupuleux ont monté des structures à la va-vite avec des thérapeutes pas toujours totalement formés et ont su profiter des difficultés de recrutement des hôteliers ou de leur peur de ne pas y arriver pour placer leurs services. Résultat : des situations surprenantes, comme ces formatrices de marques de soins qui accueillent, à l'occasion de formations en soins visage «experts» dans des hôtels 5\* parisiens, des masseurs non formés...

Cas isolé ? Pas vraiment selon les témoignages. Sans compter les retours de praticiens indépendants passés par ces organismes pour débiter et à qui on a pu proposer de 15 à 20 € par heure de massage ou qui n'ont jamais réussi à se faire payer quand ils ont annoncé qu'ils partaient. Quant à l'hygiène et au savoir-être, il semblerait que certaines serviettes soient utilisées de façon vraiment «très» intensives...

Le but de cet article n'est pas de faire le procès d'opérateurs peu scrupuleux ni de vous dissuader d'externaliser votre spa car c'est un modèle économique qui peut répondre à votre besoin. L'objectif est :

- d'identifier les conditions nécessaires pour proposer des prestations spa externalisées de qualité, qui créent des expériences client à la hauteur du standing de l'hôtel ;
- de présenter les points de vigilance à avoir absolument en tête si demain vous souhaitez faire appel à un prestataire extérieur pour votre spa.

## **RAPPEL : LA GESTION EXTERNALISÉE DE SPA, ÇA FONCTIONNE COMMENT ?**

L'exploitation d'un spa hôtelier peut se faire de deux façons :

- soit il est géré en interne par l'hôtelier, avec sa propre équipe spa ;
- soit l'hôtelier le confie à un prestataire externe. Dans ce deuxième cas, deux possibilités s'offrent à lui.



## Le modèle d'externalisation le plus classique : la gestion externalisée du spa

L'hôtel ne s'occupe pas du tout du spa. Il confie alors les clés à un prestataire extérieur qui en assure la gestion, depuis la définition de la carte des soins au recrutement de ses équipes, en passant par le choix de la marque, la formation, l'encaissement des soins, le ménage quotidien...

- **Le principal intérêt** est de ne pas endosser la responsabilité sociale (le recrutement des équipes et le paiement des salaires, quoi qu'il arrive...). Il n'encaisse pas non plus le chiffre d'affaires mais uniquement une commission sur celui-ci, définie contractuellement.

- **L'inconvénient** est que les intérêts des parties en présence, hôtelier et gestionnaire de spa, ne sont pas forcément les mêmes. Expérience avant revenus pour le premier, revenus avant expérience pour le second. Cela peut donc rapidement devenir compliqué et c'est l'une des principales causes qui amène les hôteliers à revenir sur ce genre de modèle.

## Le modèle mixte : autonomie pour les équipements humides et recours à un prestataire extérieur pour les massages

L'hôtel peut aussi décider d'avoir une offre bien-être mais pas de spa ouvert en permanence. C'est souvent le cas quand un hôtel a une ou deux cabines de soins, insuffisantes pour créer un spa rentable en tant que tel mais néanmoins disponibles pour proposer des massages à leurs clients uniquement sur réservation. Dans d'autres cas, où le spa est suffisamment ambitieux (sauna, hammam, piscine...), pour être ouvert en permanence et géré par une équipe dédiée, c'est un choix spécifique. Soit l'hôtelier a eu des déboires avec l'équipe spa, qui a souvent moins de culture hôtelière que le reste des équipes et ne souhaite plus d'équipe en interne, soit il ne réussit pas à recruter et, dans ce cas, il estime que ce sera plus simple de tout déléguer.

Le schéma de fonctionnement de ces hôteliers est le suivant :

- les parties humides sont ouvertes en permanence aux clients de l'hôtel, avec ou sans réservation, gratuitement ou moyennant un tarif d'entrée,
- la partie «soins» n'est ouverte que lorsque des soins sont réservés,
- ces soins sont bookés par les clients auprès de la réception de l'hôtel,
- ces soins sont assurés par des prestataires en massage qui viennent à la demande, réalisent leurs soins et s'en vont.

Dans ce cas, l'hôtel fait appel à des free-lances indépendants ou des prestataires spécialisés dans le massage à domicile qui leur envoient, sur demande, des thérapeutes spa en free-lance payés au massage. Généralement, le prestataire gère les soins et les consommables et l'hôtelier prend en charge le ménage et le linge. Pour la marque de cosmétiques et la carte, c'est selon l'accord entre les deux.



© Delphine Donson.

Les difficultés de recrutement dans l'univers du spa post Covid ont conduit de nombreux hôteliers à choisir, dès l'ouverture de leur spa, ce second modèle.

Le principal avantage pour les hôteliers  
Comme avec le gestionnaire externalisé, ils n'ont pas à se préoccuper de la rentabilité du spa à proprement parler puisqu'ils n'ont que des charges variables (linge, produits de soin) qu'ils ne décaissent qu'en cas de chiffre d'affaires généré. De plus, ils rentabilisent les installations humides grâce à des «day spa» (accès spa pour les personnes ne résidant pas à l'hôtel) et en répercutant une partie de ce coût dans le prix des chambres pour les clients de l'hôtel ou en entrée payante.

### L'inconvénient

L'expérience spa est-elle en danger ?

Par contre, l'apparente «tranquillité» de la délégation à un prestataire qui gère des masseurs en free-lance n'est pas si évidente :

- l'hôtelier ne maîtrise plus aussi bien le parcours client global : ce n'est pas quelqu'un de l'hôtel qui prend en charge le client spa, donc il y a un risque de rupture d'expérience client,
- pas d'ouverture systématique des cabines le matin comme dans un spa traditionnel (puisque il n'y a pas d'équipe spa) : il faut trouver une autre solution pour chauffer l'huile et les oshiboris et éviter ainsi que ce soit froid en début de soin,
- les réceptionnistes de l'hôtel qui reçoivent les demandes du client ne sont généralement pas formés pour vendre le spa, donc il y a peu de chances d'upsell derrière (vente de soins plus longs, rebooking ou ventes produits),
- dans un contexte de ventes de dernière minute en croissance, le process manque de souplesse car on ne peut pas confirmer immédiatement au client le soin et on peut encore moins le prendre en soin immédiatement.

*Pour tester le modèle, signez un contrat d'un an renouvelable*



Or, de plus en plus de clients sont habitués au «walk-in» à l'étranger (ex : beauté des mains, beauté des pieds...),  
- sauf exception, l'hôtelier ne connaît pas par avance le CV des thérapeutes en free-lance qui interviennent dans son établissement. Il n'a jamais la certitude que la personne qui viendra faire un soin visage à l'un de ses clients ait un CAP Esthétique et une véritable expertise visage (ça devrait être le cas sur le papier, mais dans les faits, ce n'est pas toujours le cas...).



Or, dans un hôtel avec une clientèle internationale qui a l'habitude de ce genre de soin, le risque d'insatisfaction client est réel. Sans compter qu'un soin visage nécessite légalement un CAP Esthétique (article 16 de la loi du 5 juillet 1996 et du décret du 2 avril 1998 pour rappel).

#### COMMENT LIER QUALITÉ ET PRESTATAIRE EXTÉRIEUR ?

J'ai échangé avec Camille Becht, fondatrice de Camille Becht Massages, qui met à disposition des hôtels alsaciens son pool de free-lances, pour identifier toutes les bonnes pratiques à adopter. J'ai aussi demandé à Noélia Segadé,

praticienne en massages free-lance depuis plusieurs années à Paris, qui a travaillé avec différentes agences, de nous partager quelques bonnes (et moins bonnes) pratiques.

Objectif : que vous ayez toutes les cartes en mains pour externaliser votre expérience spa dans les meilleures conditions possibles !

**Si aujourd'hui un hôtelier souhaite externaliser son spa, quelles garanties peut-il avoir concernant la qualification des spa thérapeutes qu'on va lui envoyer ? Doit-il demander à choisir les profils, ou est-ce l'agence qui, en fonction des disponibilités, envoie les praticiens de son choix ?**

Je pense que chaque prestataire fonctionne différemment. Certains fonctionnent uniquement sur

demande, d'autres bloquent des disponibilités pour les hôteliers à la demande de ces derniers pour qu'ils puissent dire oui à leurs clients sans avoir à appeler le prestataire...

Cela va dépendre du nombre de free-lances dont dispose le prestataire. Par exemple, en ce qui nous concerne, nous mettons notre logiciel interne à disposition des hôtels pour qu'ils puissent consulter les disponibilités des praticiens, ajouter des soins et les confirmer immédiatement au client. Cela nous permet de garantir une réactivité sous deux heures, souvent moins. Pour ce qui est des praticiens, nous les testons tous et ils suivent une journée d'intégration. Nous leur fournissons un cadre d'accueil à apprendre et les évaluons sur ces bases s'ils souhaitent que nous augmentions leur taux horaire. Nous vérifions également que tous disposent d'une assurance responsabilité civile professionnelle valide. Enfin, nous nous assurons qu'ils effectuent diverses prestations pour respecter la loi et ainsi éviter toute requalification en salariat déguisé. Nous ne sommes pas les seuls à proposer cela. Mais ces éléments sont des points importants à valider lors du choix du prestataire en massages pour éviter de très mauvaises surprises.

Les hôteliers doivent aussi pouvoir demander :

- à ne plus recevoir un praticien spécifique si ça ne s'est pas bien passé (le motif doit rester non discriminant),
- à avoir un thérapeute femme ou homme selon les préférences de leurs clients. En France, encore beaucoup de clients préfèrent être massés par une femme mais ce n'est pas le cas partout. Ce critère fait partie des standards LQA de l'hôtellerie de luxe auxquels la clientèle internationale est souvent habituée.

#### On voit pas mal de free-lances en massage enchaîner les soins sans même connaître les caractéristiques de l'hôtel où ils interviennent. Comment éviter cela ?

Cela va dépendre de la façon dont l'hôtelier s'organise. S'il travaille avec des free-lances indépendants, ces derniers vont chercher à optimiser leur planning. S'ils ne connaissent pas bien les lieux où ils interviennent ou s'ils sous-estiment les temps de transport d'un établissement à l'autre, ils peuvent vite se laisser déborder et, dans ce cas, ça peut vraiment être préjudiciable. Quand vous passez par un prestataire spécialisé en massages, il est normalement bien informé de ce fonctionnement et il s'organise pour que l'hôtelier ne se retrouve pas dans ce genre de situation. L'important est de vérifier le processus d'onboarding de ses free-lances. En ce qui nous concerne, nous fournissons à nos thérapeutes une check-list et des vidéos spécifiques pour chaque hôtel, couvrant tous les aspects depuis l'entrée jusqu'à la cabine. Ces ressources montrent où trouver le nécessaire, où chercher et déposer les serviettes, comment nettoyer après les soins, etc. C'est quelque chose d'assez simple à faire pour un hôtelier, il suffit d'un portable et de quelques vidéos : accès du personnel (pour éviter que les free-lances ne passent par

*Parfois, il n'y a qu'une formation de quelques heures pour apprendre quatre protocoles !*

l'entrée client), récupération des tenues en lingerie, accès au spa et mise en place cabine pour savoir où sont les produits et comment tout remettre en état après le soin. Malheureusement tous ne prennent pas le temps de nous fournir cela.

### **Qu'est-ce qui est le plus compliqué à gérer pour un hôtel qui externalise son spa ?**

Sans hésiter, les demandes de dernière minute. Parfois, les hôtels ajoutent des soins à leur planning pour 16h30 le jour même alors qu'il est 16h00... Je leur explique que c'est impossible matériellement parlant, ce qui me semble évident... mais ça ne l'est visiblement pas pour eux ! L'autre point difficile, c'est que beaucoup d'hôteliers souhaitent maintenir des tarifs «bas» et abordables pour leur clientèle, sans se soucier de la rentabilité pour nous, afin que nous puissions rémunérer décemment l'équipe. Dès que nous essayons d'augmenter légèrement nos tarifs, c'est le branle-bas de combat. Ce qui peut être compliqué, c'est quand le prix d'un soin équivaut au prix d'une nuit d'hôtel. Je comprends que ce soit difficile d'augmenter ces tarifs pour améliorer les marges des prestataires mais si nous souhaitons préserver la qualité de notre travail, nous n'avons pas d'autre solution.

Dans l'hôtellerie de luxe où le prix des chambres est trois ou quatre fois plus élevé qu'une heure de massage, ce problème se pose moins.

### **Comment trouver des spa thérapeutes free-lances dans un contexte de recrutement très tendu ?**

Ce n'est pas simple et c'est aussi la raison pour laquelle la qualité des spa thérapeutes free-lances n'est pas toujours homogène. C'est l'une des raisons pour lesquelles j'ai créé mon école de massages. Beaucoup de nos free-lances proviennent de notre propre organisme de formation. Le bouche-à-oreille joue aussi un rôle important dans notre processus de recrutement. Il y a aussi de plus en plus de free-lances en massage qui sont conscients de la difficulté de trouver suffisamment de clients pour vivre de leur activité sans dépendre trop d'un seul.

### **Selon vous, quelles sont les conditions pour que l'expérience spa délivrée en externalisant reste la meilleure possible ?**

Pour moi, la qualité de l'expérience spa dépend avant tout des personnes impliquées, qu'elles soient externes ou salariées. Un salarié peu motivé ou fatigué ne procurera pas forcément un massage sincère. En revanche, un prestataire externe est généralement plus motivé, dynamique et à l'écoute du client. Les salariés respectent souvent mieux les codes du spa, tandis que les externes s'adaptent davantage aux besoins des clients. Bien entendu, un spa thérapeute qui aura eu deux jours de formation «Intégration» par l'hôtel où il exerce en tant que salarié devrait, normalement, avoir un processus de prise en charge client plus «calé» sur les recommandations de la marque mais si un thérapeute free-lance veut offrir une belle expérience client, il y arrivera également sans souci. →

## PRATICIENNE SPA EN FREE-LANCE, ÇA SE PASSE COMMENT ?

Noélie Ségadé est thérapeute en massages en free-lance depuis plus de dix ans à Paris. Elle a travaillé (et travaille encore aujourd'hui) avec différentes entreprises qui proposent les services de free-lances en massages aux hôteliers parisiens. Elle livre ses conseils aux hôteliers en recherche de free-lances et aux futur(e)s spa thérapeutes indépendant(e)s pour identifier les bonnes pratiques... et les moins bonnes !

«Être spa thérapeute free-lance est une opportunité de grandir très vite en expérience, de voir différents types de clientèles et d'évoluer dans de magnifiques endroits. Cependant, c'est un rythme intense, qui demande beaucoup d'organisation mais aussi beaucoup de clairvoyance car il y a de plus en plus d'entreprises qui emploient des free-lances en massages. Et parmi elles, il y a vraiment du bon et du moins bon !»

### **Quels hôtels font appel à des thérapeutes spa en free-lance comme vous ?**

Ce sont des hôtels 4\*, 5\* et Luxe. Quand j'échange avec eux, entre deux soins, je comprends que la difficulté à trouver du personnel est leur première motivation. Pour trouver des spa thérapeutes à la fois qualifié(e)s, orienté(e)s clientèle et culture du détail, et capables d'excellence, est presque impossible. Le fait que le spa soit souvent en sous-effectif rend le travail épuisant mentalement et physiquement et le niveau du salaire est vraiment faible. Si on ajoute les loyers élevés sur Paris et le fait que la demande en spa thérapeutes est également importante en province, cela explique le marché très tendu dans la capitale et le besoin de free-lances.

### **Comment se passent les recrutements ?**

Cela dépend vraiment des prestataires et de la personne qui dirige la structure. Si c'est un(e) ex-thérapeute en massage, il/elle va gérer le recrutement en direct et ce sera sérieux. Par contre, j'ai travaillé avec plusieurs agences où j'ai été recrutée par des personnes qui n'y connaissent rien en massages : secrétaires, réceptionnistes, gestionnaires, maquilleurs, ex-policier (!), prof de yoga... J'ai passé des entretiens d'agence dans une chambre d'enfant dans un HLM, dans des appartements, avec des gens qui ne font pas la différence entre un os et un muscle contracté, parce que ce n'est pas leur métier... Désormais, pour moi, ça c'est un red flag (signal négatif) surtout quand après ils nous envoient dans des hôtels de luxe...

### **Est-ce que les hôtels vous testent à leur tour avant de vous confier leurs clients ?**

Les palaces et certains établissements 5 étoiles et luxe demandent à faire des tests «main» et à rencontrer les thérapeutes en amont pour les valider mais cela représente un tout petit pourcentage. Dans ce cas, la pratique sera un massage sur-mesure ou un soin visage standard car la personne est rarement formée à la marque de soins du spa. Mais dans la majorité des cas, la spa manager ne connaît pas le CV des thérapeutes en free-lance qui viennent faire les soins. En d'autres termes, l'hôtelier n'a jamais la certitude que la personne qui viendra faire un soin visage à un(e) de ses client(e)s a un CAP Esthétique et une véritable expertise visage. Or, dans un hôtel avec une clientèle internationale qui a l'habitude de ce genre de soin, le risque d'insatisfaction client est réel.

### **Êtes-vous formé(e)s aux marques et protocoles des hôtels dans lesquels vous intervenez ?**

Pas toujours. Parfois il y a une formation de quelques heures pour voir quatre protocoles par exemple. On a rarement les protocoles de massages pour réviser, par souci de confidentialité. Autrement, une agence m'a demandé un jour de prendre une heure pour former des alternants dont la formation en massage était prévue deux mois plus tard pour leur montrer un massage et qu'ils puissent travailler le jour même... En fait, la majeure partie du temps, nous utilisons ce que nous avons appris en amont et nous improvisons. Comme beaucoup de clients ne connaissent pas le massage, très souvent ça passe mais on ne devrait pas travailler ainsi.

Très sincèrement, c'est le cadre dans lequel le spa thérapeute va évoluer qui va impacter la nature de l'expérience. Et ce cadre peut être donné en interne par une spa manager impliquée, autant qu'en externe par un prestataire professionnel et investi.

### Quels conseils donneriez-vous à un hôtelier qui veut externaliser son activité spa ?

#### Travaillez avec un pool de free-lances, idéalement avec un partenaire spécialisé.

Un seul free-lance ne pourra jamais être disponible 7 jours sur 7, de 8h à 20h, contrairement à une entreprise qui en gère plusieurs et peut offrir une meilleure réactivité,

un facteur clé pour la satisfaction client aujourd'hui. Il est préférable de privilégier une entreprise qui collabore avec plusieurs free-lances et qui a une méthode de recrutement fiable, des procédures de gestion bien établies et une expérience significative.

De nombreux hôteliers préfèrent traiter directement avec des free-lances pour conserver une plus grande marge financière, mais ils ne réalisent pas qu'un free-lance peut ne pas être constamment disponible ou réactif. De plus, un free-lance seul réagit selon ses propres méthodes. S'il a été salarié en spa de luxe, il aura certains standards. S'il a travaillé en spa urbain, il en aura d'autres. Les deux sont très bien mais ne véhiculent pas la même image. À chaque

lieu, correspond un profil de free-lance et, en tant que prestataires en massages, nous sommes capables de guider nos clients sur les personnalités qui leur conviendront le mieux.

#### Rédigez un contrat en vérifiant bien les diplômes.

Il est essentiel de rédiger un contrat, de vérifier les qualifications du free-lance et de s'assurer qu'il/elle travaille également ailleurs pour éviter le risque de requalification en tant que salarié déguisé (risque

*En externalisant votre spa, vous savez que la rentabilité n'est pas l'objectif premier*



de dépendance économique excessive à un seul client). Cette règle est souvent ignorée par les hôteliers et les free-lances et pourtant le risque est réel. Il faut aussi vérifier qu'il possède une assurance responsabilité civile professionnelle pour pouvoir se retourner contre lui en cas de litige avec un client. Soit c'est l'entreprise intermédiaire qui gère ces aspects légaux et administratifs, soit c'est l'hôtelier via son service Ressources Humaines.

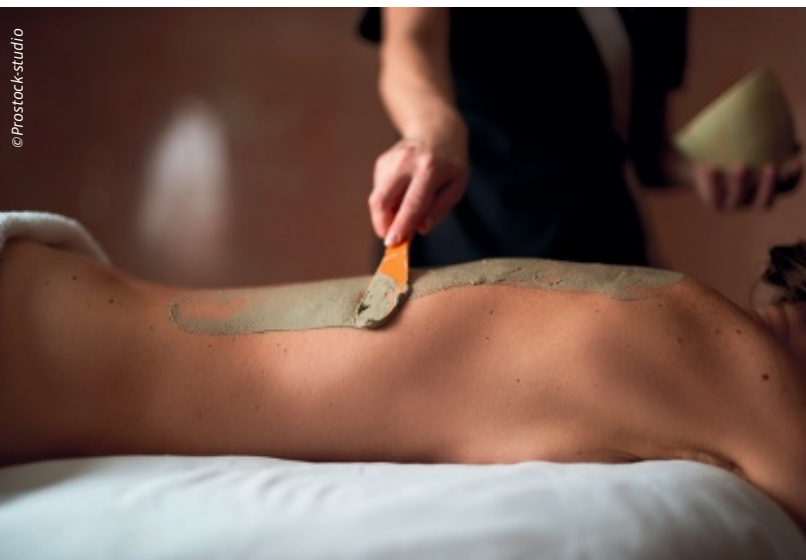
#### N'hésitez pas à tester vos candidats free-lances.

Tester un massage est indispensable pour évaluer la qualité des prestations proposées par votre candidat thérapeute free-lance. Si vous n'avez pas l'habitude d'évaluer ce type de prestation, c'est peut-être une raison supplémentaire de travailler avec un prestataire spécialisé qui saura mener ces recrutements. Par exemple, un hôtelier ne saurait peut-être pas juger la pertinence du discours de présentation des soins et des questions de début de séance ou la prise en compte d'une pathologie dans la réalisation du massage.

#### Marge financière vs qualité de l'expérience client... et tranquillité d'esprit pour l'hôtelier.

Certes, la marge financière ne sera pas la même en passant par un gestionnaire de free-lances en massages plutôt qu'en direct avec des indépendants, mais la tranquillité d'esprit a un prix. Quand vous externalisez le spa, de quelque façon que ce soit, vous savez que la rentabilité n'est pas l'objectif premier. Par contre, c'est important que les clients soient 100 % satisfaits et que l'hôtelier n'ait rien à gérer à ce sujet.

Pour tester le modèle, le plus simple est de mettre en place un contrat d'un an renouvelable pour évaluer si le fonctionnement correspond à la fois au lieu et à la clientèle. Sans oublier bien sûr de donner à votre prestataire toute l'assistance dont il aura besoin (formation des équipes en réception, communication en interne et auprès des clients...). ♦







# COMMENT CONSERVER VOS SALARIÉS ?

Pour 2025, quels seront les leviers les plus attractifs pour recruter et garder vos salariés ? C'est la question que Rosaly, entreprise française à impact social, a posée à 3 102 salariés\* afin de mieux connaître les critères de recrutement et de fidélisation qui séduiront le plus l'année prochaine.

Si certains critères restent logiquement en tête des préoccupations des Français, comme le salaire, les avantages sociaux, d'autres émergent sensiblement et présagent des bouleversements plus importants dans les années à venir : la

notion de personnalisation. Les salariés sont de plus en plus attirés par des avantages en adéquation avec leurs besoins et leurs attentes : télétravail ou non, acomptes sur salaires, avances de frais, etc. C'est un facteur qui pèsera de plus en plus lourd dans leur choix de carrière», a commenté Arbia Smiti, fondatrice de Rosaly.

## LES 4 ATOUTS EMPLOYEURS 2025 : ARGENT, ENVIRONNEMENT, AVANTAGES ET RYTHMES DE TRAVAIL

Sans grande surprise, l'argent reste le critère numéro 1 pour attirer ou fidéliser les salariés et ce, pour plus de 86 % des Français. L'aspect financier comprend la rémunération mais également les services liés à la rémunération comme les acomptes sur salaire, les avances de frais de santé, etc. Le deuxième choix concerne

l'environnement de travail pour 61 % des répondants, juste devant les avantages sociaux à 58 % comme les crèches, les tickets restaurants, etc.

Enfin, la possibilité de choisir son rythme de travail arrive à la quatrième place avec 57 % de représentativité. 100 % télétravail, mixte ou retour total au bureau : ce sera aux salariés de choisir ce qui leur convient le mieux.

En tant que salarié(e), quels sont les trois facteurs qu'une entreprise doit sublimer pour vous attirer ou vous fidéliser ?	
Réponses	Pourcentages
Un salaire attractif et des services liés novateurs (acomptes, avances de frais de santé, etc.)	86 %
Un meilleur environnement de travail (bureaux flexibles, etc.)	61 %
Une multitude d'avantages sociaux (crèche, transports, tickets resto, etc.)	58 %
Le choix du rythme de travail : présentiel, télétravail ou mixte	57 %
Des évolutions internes définies et des opportunités de carrière	49 %
Un accès à la formation (VAE, etc.)	44 %
Une image de marque exemplaire (RSE, etc.)	39 %
Une bonne communication externe, interne et transparente	23 %

\*Enquête réalisée en ligne auprès de 3 102 salarié(es) de plus de 18 ans en octobre 2024.

## QUELS AUTRES AVANTAGES POSSIBLES ?

Pour les entreprises qui ne sont pas capables d'augmenter les salaires de leurs employés, il reste 5 autres solutions pour les retenir ou les attirer.

N° 1 : Primes, indemnités et autres gratifications annuelles sont prisées par 78 % des Français.

N° 2 : 65 % sont sensibles à la participation aux bénéfiques et autres intéressements.

N° 3 : L'acompte sur salaire instantané et accessible à tout moment est plébiscité par plus de 61 % des salariés.

N° 4 : Les comptes entreprises (PEE, PER, CET, etc.) sont également intéressants pour 55 % des personnes interrogées.

N°5 : Enfin, l'avance des frais de santé est un avantage non négligeable qui séduit plus de 52 % des salariés.

Si une entreprise est incapable d'augmenter votre salaire, quels sont les avantages qui peuvent vous séduire pour rester ou vous embaucher ?	
Réponses	Pourcentages
Primes, indemnités et gratifications annuelles	78 %
Participation aux bénéfiques, intéressements	65 %
L'acompte sur salaire instantané et accessible à tout moment	61 %
Comptes entreprises (PEE, PER, CET, etc.)	55 %
L'avance des frais de santé	52 %
Mutuelle d'entreprise	49 %
Alimentaires : tickets, chèques, etc.	44 %

## DES RESSOURCES HUMAINES SENSIBLES AUX AVANTAGES PERSONNALISÉS

À la question «Seriez-vous plus fidèle à une entreprise qui propose des avantages sociaux personnalisés pour répondre aux besoins individuels ?» plus de 67 % des salariés répondent par l'affirmative.

Une notion très importante qui permet de toucher chaque salarié en fonction de ses priorités et besoins.

Seriez-vous plus fidèle à une entreprise qui propose des avantages sociaux personnalisés pour répondre aux besoins individuels ?	
Réponses	Pourcentages
Oui	67 %
Non	33 %

## 2025 : UNE ANNÉE PLACÉE SOUS LE SIGNE DE L'ARGENT

Pour la nouvelle année qui approche, plus d'un Français sur deux (51 %) est prêt à changer d'employeur si celui-ci lui propose une rémunération plus importante.

Pour passer à l'acte, 48 % d'entre eux demanderaient une augmentation de salaire comprise entre 6 % et 10 %.

En 2025, seriez-vous prêt(e) à changer d'entreprise pour un salaire plus important ?	
Réponses	Pourcentages
Oui	51 %
Non	49 %
Si oui, pour quel pourcentage d'augmentation de salaire êtes-vous prêt(e) à démissionner ?	
Réponses	Pourcentages
Entre 1 et 5 %	25 %
Entre 6 et 10 %	48 %
Entre 11 et 15 %	20 %
Plus de 15 %	7 %

## 39 % DES FRANÇAIS VEULENT VRAIMENT CHANGER DE TRAVAIL EN 2025

En revanche, dans les faits, une grande majorité des Français ne sont pas prêts à démissionner en 2025 juste pour obtenir plus d'avantages salariaux et sociaux. C'est

ce que déclarent 58 % des personnes interrogées. Dans le détail, seulement 18 % sont disposés à changer de job et 21 % envisagent cette possibilité l'année prochaine. 💧

En 2025, allez-vous chercher une société qui propose plus d'avantages salariaux et sociaux ?	
Réponses	Pourcentages
Oui absolument	18 %
Oui c'est probable	21 %
Non	58 %
Je ne sais pas	3 %

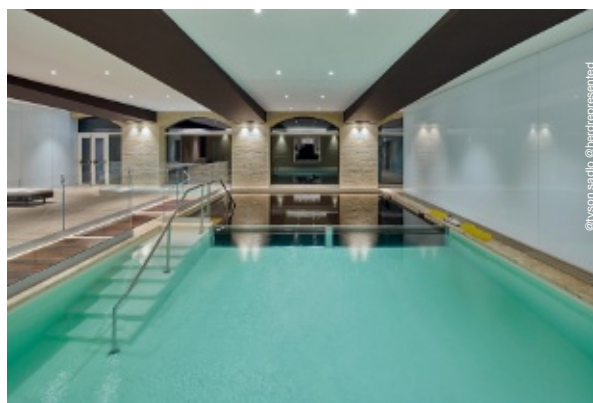
# spa actualités

Il se passe toujours quelque chose dans le monde du spa ! Nous avons fait pour vous un tour d'horizon et vous livrons ici l'essentiel de l'actualité du spa.

## LA MEILLEURE DESTINATION SPA

Les lecteurs du magazine de voyage américain **Condé Nast Traveler** et de sa version britannique viennent d'élire le **Palazzo Fiuggi** parmi leurs meilleures destinations spa au monde.

Décernés par les centaines de milliers de lecteurs de ces deux médias, appelés à évaluer spontanément leurs expériences de voyages en ligne, les Readers'Choice Awards sont les prix les plus anciens et les plus prestigieux de l'industrie du voyage Outre-Atlantique et Outre-Manche. Situé sur une colline au milieu d'un parc privé de 20 hectares à 50 minutes de Rome, le Palazzo Fiuggi constitue l'aboutissement d'années de recherche scientifique et médicale, et de développement de protocoles innovants par une équipe d'experts de premier plan dans leurs domaines respectifs. Combinant des traitements traditionnels holistiques à la médecine traditionnelle occidentale la plus avancée ainsi qu'à une ligne alimentaire unique, cette retraite médicale propose une approche à 360 degrés pour le bien-être corporel et moral. Bénéficiant de 102 suites et d'une villa privée, les clients peuvent choisir parmi de nombreux programmes de bien-



être différents, pendant leur séjour dans cette luxueuse propriété cinq étoiles, basés sur quatre approches uniques : longévité, régime et détox, régénération et équilibre, ou médical et diagnostic. Tous ces programmes sont personnalisés pour aider les clients à atteindre leurs objectifs individuels. Le régime alimentaire y est également personnalisé, selon des plans dirigés par le spécialiste de la génétique et de la sénescence, le Dr David Della Morte Canosci, et le chef trois fois étoilé Michelin, Heinz Beck. Le Palazzo Fiuggi propose également un spa ultramoderne, des piscines, un espace d'exercices Movement Lab, des thermes romains et une clinique médicale, qui participent aux traitements.

## UN DES MEILLEURS HÔTELS D'EUROPE

Le plus grand magazine de voyage en Angleterre **Condé Nast Traveller** a dévoilé son classement annuel des meilleurs hôtels du obtenant la 3<sup>ème</sup> place dans la catégorie «Rest of France» au sein de la rubrique **Best Hotels in Europe** avec un score remarquable

Nichée au cœur de Saint-Martin-de-Ré, la Villa Clarisse & Spa (9 chambres et suites) a récemment obtenu sa cinquième étoile, témoignant de l'engagement de toute l'équipe à offrir un service d'exception et une expérience inoubliable à ses clients. En associant charme d'antan et confort

contemporain, cet établissement incarne l'authenticité et l'hospitalité qui font la renommée de l'île de Ré. Cette année, la Villa a enrichi son offre avec l'ouverture d'un spa, conçu en harmonie avec l'esprit de l'île de Ré, permettant une véritable évasion sensorielle grâce à





## ENCORE UNE RECONNAISSANCE POUR SHA !

**SHA obtient à nouveau la reconnaissance de *World's Best Wellness Clinic* en 2024.**

SHA a de nouveau remporté le titre de *World's Best Wellness Clinic* 2024 et d'autres prix importants décernés par les World Spa Awards, de prestigieux prix mondiaux pour l'excellence dans le secteur de la santé, du bien-être et de la longévité.



SHA a ouvert ses portes en 2008, à la suite d'une expérience personnelle de transformation de la santé d'Alfredo Bataller Parietti, son fondateur, qui a retrouvé sa qualité de vie en modifiant les bases de son alimentation et en combinant des thérapies naturelles avec les dernières avancées de la médecine occidentale. En 16 ans d'existence, SHA a développé une méthode intégrative qui a été testée par plus de 70 000 personnes.



**monde. La Villa Clarisse & Spa se distingue cette année en de 98,46 %.**

des soins d'excellence. Le Spa de la Villa Clarisse est un véritable sanctuaire de bien-être, offrant deux cabines de soins, dont l'une est spécialement conçue pour les gommages, massages et soins humides. Les clients peuvent également profiter d'un espace de remise en forme.

## À LIRE : RANDOS SPA EN FRANCE

**Quoi de mieux qu'un Jacuzzi, un sauna, un hammam ou même un massage pour conclure une journée de randonnée en beauté ?**

Avec Randos Spa en France, le lecteur parcourt de magnifiques sentiers et termine chaque excursion en s'immergeant dans l'eau chaude et apaisante d'un spa. Claire Couturier, grande amatrice de marche et de bien-être, a soigneusement sélectionné 50 itinéraires originaux à travers toute la France, garantissant une expérience de détente après l'effort. Des sources chaudes aux spas luxueux en passant par les thalassos de rêve.

Pour chaque itinéraire, le lecteur retrouve toutes les informations essentielles : longueur de la balade, dénivelé, niveau de difficulté, itinéraire détaillé et fichiers GPX à télécharger. De plus, une description du type de spa qui l'attend à l'arrivée l'aidera à choisir la randonnée parfaite pour lui.

### LE CHOIX DES SPAS

Plus de 130 établissements ont été recensés pour la rédaction de cet ouvrage. Le choix a été fait de couvrir autant que possible la totalité de l'Hexagone, afin de représenter un maximum de régions et une diversité de paysages, et de privilégier des spas dont l'entrée n'excède pas 50 € par personne, un budget déjà conséquent pour un randonneur, mais fort limitant pour ce genre d'établissement.

Les adresses mentionnées ont été ensuite sélectionnées pour leur qualité, tout en veillant également à contenter une diversité de publics : ce guide recense aussi bien des spas ouverts aux familles que des espaces de détente réservés aux adultes. Enfin, l'eau naturellement chaude a été privilégiée pour des raisons écologiques, et si possible avec des vertus.

Les établissements sélectionnés, tous différents, sont décrits le plus fidèlement possible afin d'aider le lecteur à effectuer son choix en toute connaissance de cause. Ils présentent tous d'indéniables qualités.



## LA FORMATION DES COMPAGNONS WELLNESS ENFIN OUVERTE À TOUS

Après avoir été réservée aux collaborateurs des spas le Prieuré des Sources pendant près de 20 ans, la technique et l'approche, créées par Sébastien Wild, sont enfin accessibles aux professionnels du wellness.

Cette formation, dispensée uniquement par le Maître Artisan Sébastien Wild, vous apportera une réelle montée en compétences par un apprentissage méthodique ayant fait ses preuves auprès de milliers de clients, et pour les managers, un formidable moyen de fidéliser vos équipes en ouvrant un nouveau champ d'action que nous appellerons «coach prévention santé».

Cette formation repose sur 3 piliers :

- Savoir-faire : apprentissage du socle technique du massage le Prieuré des Sources + cours



- d'anatomie pour comprendre l'interaction des manœuvres enseignées, leurs impacts et résultats + initiation aux testings articulaires du rachis.

Durée 3 jours / Tarif 800€.

- Savoir-être : l'art de la réception, de la communication (recueil de la parole et anamnèse bien-être) et de la compréhension des besoins clients en opposition à l'envie.

Durée 2 jours / Tarif 600€.

- Faire savoir : initiation à l'art du débriefing et incarnation de votre savoir-faire auprès des clients et/ou des recruteurs.

Durée 2 jours / Tarif 600€.

Ces formations sont exclusivement réservées aux professionnels du wellness souhaitant approfondir leurs connaissances théoriques et manuelles par une approche mêlant l'aspect physique et émotionnel. Elles sont indépendantes les unes des autres mais nous conseillons de les faire dans l'ordre pour une vision à 360°.

Contact et demandes d'informations : Emma Duquesne [emma@leprieuredesources.com](mailto:emma@leprieuredesources.com)

Téléphone : +33(0)6 70 04 48 08



## L'OCCITANE EN PROVENCE RÉCOMPENSÉ

Les World Spa Awards 2024 ont décerné le prix «Best Spa Brand» à L'Occitane en Provence pour la deuxième année consécutive !



Depuis plus de 20 ans, L'Occitane cultive l'art du bien-être avec une approche holistique et multisensorielle, inspirée par l'art de vivre et le savoir-faire provençal. L'Occitane a acquis une reconnaissance internationale pour la qualité et l'expertise de ses spas, l'efficacité de ses produits, mais aussi pour l'expérience client globale qu'elle propose. Les World Spa Awards récompensent des établissements du monde entier pour leur engagement dans les secteurs de l'hôtellerie de luxe du voyage. Les lauréats ont été

sélectionnés à l'issue d'un processus de vote auquel ont participé un panel d'experts du secteur, professionnels des spas et du bien-être, ainsi que le public. L'obtention de cet Award valorise le prestige et la réputation d'une marque référence dans le secteur du bien-être.





*the* **BEAUTY** *you can* **TOUCH**

Le traitement complet qui combat la **CELLULITE**, les **ADIPOSITÉS LOCALISÉS** et le **RELÂCHEMENT CUTANÉ**

**5 ACTIONS EN UN SEUL TRAITEMENT:**

Réduit la douleur | Draine  
Vascularise | Remodèle | Tonifie

TECHNOLOGIE **BREVETÉE** | 100% **NON-INVASIF**  
**RÉSULTATS** CLINIQUEMENT PROUVÉS

Endospheres® est l'**unique technologie brevetée**  
qui utilise la **Microvibration Compressive**®



Endospheres® est breveté, fabriqué et distribué par Fenix Group srl | 100% MADE IN ITALY

**evolution**®  
**La troisième génération d'Endospheres**®

La **technologie la plus avancée** d'Endospheres®  
Evolution® révolutionne le traitement abdominal en  
amplifiant l'effet de la Microvibration Compressive sur les adipocytes.

DÉCOUVREZ Evolution  
[www.endospheres.com](http://www.endospheres.com)



# Noël sous le signe de l'évasion

Offrez bien plus qu'un cadeau, offrez une échappée sensorielle unique !

BAÏJA vous invite à surprendre vos clientes avec des coffrets exclusifs, véritables invitations au voyage.

À travers des senteurs exotiques et des textures envoûtantes, nos coffrets transforment chaque soin en une expérience d'évasion inoubliable.

Cette année, laissez la magie de BAÏJA envelopper vos clientes et réinventer l'esprit des fêtes avec des univers où couleurs, senteurs et émotions s'unissent pour des moments de bien-être.



BAÏJA

Rejoignez le réseau BAÏJA : [contact@baija.com](mailto:contact@baija.com) ou au 01 49 38 00 96