

Sensuelle odalisque contre narcisse tonique

par Siska von SAXENBURG

Les tendances actuelles de l'industrie des spas

Dans un monde qui s'affole, une nouvelle tendance émerge : celle du temps pour soi. A cette nouvelle philosophie individualiste, clé du développement personnel, il fallait des temples : les spas sont arrivés. Et si ces nouveaux établissements du bien-être étaient plus qu'une mode, un vrai trait de civilisation ?

Le mot spa est aujourd'hui mis à toutes les sauces. Pas le moindre institut, pas le moindre hôtel de luxe qui se respecte qui n'affiche victorieusement son étiquette «spa». Ces trois lettres, abréviation du célèbre *sanus per aqua* (la santé par l'eau), n'ont rien à voir avec la ville de Spa, quoi qu'elle prétende. Si le mot a connu un tel succès, c'est avant tout parce qu'il est facile à mémoriser... et qu'il se prononce de la même façon dans tous les pays du monde.

Même la France, pourtant bien pourvue en thalassothérapies et en centres thermaux, a succombé à la mode. Question à 100 euros : A quoi reconnaît-on un spa ? A une combinaison de soins du corps et de prestations à base d'eau, vous diront certains. La confusion avec la thalassothérapie et le thermalisme s'avance à grands pas. Pourtant, les vertus curatives de l'eau ne sont ici qu'accessoiries. Le spa peut dispenser ses mêmes bienfaits en ville ou au fin fond du désert. D'où l'éclosion des spas urbains et autres *day spas*. D'autres amateurs vous répondront que le spa est un endroit privilégié où l'on s'occupe de vous. Cela ne vous rappelle pas les instituts de beauté ? Le spa pourrait-il être assimilé à un institut ? Bien sûr, on vient s'occuper de son corps et de sa beauté, mais «avec du sens». L'esprit, lui aussi, doit y trouver son compte. Notion bien vague... Nous ne sommes pas plus avancés.

DES DÉBUTS EN CALIFORNIE...

C'est dans son histoire même que nous trouvons sa justification. Même si sa tradition remonte à plusieurs siècles en Asie, «l'esprit spa» est réellement né en Californie, à la fin des années 60. Attirés par la mode des *ofuros* japonais, bains très chauds que

l'on prend en famille, les Américains inventent les «hot tubs», des bains chauds versés dans des baignoires rustiques, en fait des tonneaux de chêne récupérés dans les exploitations viticoles. C'est l'époque des communautés, du *flower power*, du retour vers les vertus ancestrales de la terre... qui n'apparaissent idylliques que vues de loin, par de jeunes contestataires qui rêvent d'une autre civilisation.

Les hot tubs sont aussi le rêve impossible de l'homme d'affaires stressé : il vient s'y tremper, mâchonne sereinement... avant de finir sous la main experte d'une masseuse. Une famille italienne, les Jacuzzi, perfectionne le système en équipant la baignoire de pompes et de jets pour masser certaines parties du corps : ils connaîtront un succès rapide et leur nom devient très vite synonyme de baignoire à remous. La Californie esquisse à cette époque l'idée d'une quête d'harmonie entre l'esprit et le corps, l'espoir d'une nouvelle ère pour l'homme, le New Age. Hommes et femmes stressés viennent dans les spas pour alterner massages, soins du corps et méditation. C'est l'ère du *spawpering* (dérivage, en traduction littérale) qui commence, retour improbable vers une enfance rêvée.

Bientôt, le phénomène traverse le Pacifique et revient à ses sources, en Asie. Une Asie qui, forte de sa tradition, l'améliore et le codifie. L'International Spa Association est ainsi née à Singapour et non aux Etats-Unis. Les hôtels de luxe comprennent rapidement que la tendance spa va renforcer leur chiffre d'affaires. Le Four Seasons inaugure ses premiers espaces détente aux Maldives, à Bali, en Thaïlande et en Indonésie et le Banyan Tree, un des plus beaux concepts hôteliers du monde, construit ses hôtels autour des arbres sans les abattre. On y pratique les plus beaux rituels de spas, à base de produits naturels et de plantes cultivées à leur seul usage.

Car le rituel de spa est indispensable. La clientèle, de plus en plus exigeante, vient chercher une rupture avec le quotidien. Tout doit lui contribuer à faire voyager mentalement et physiquement le client. L'environnement et les soins proposés doivent être «records». Avant tout relaxants et déstressants, les soins, eux aussi, se veulent exceptionnels : massage à la tequila et aux pépins de raisin ou encore à la fleur de sel de Porto-Vecchio, massage aux pierres précieuses, gommage au miel ou enveloppement à la crème, les cartes de soins de ces lieux d'exp-

pression sont de véritables invitations au rêve.

Mais le fin du fin reste le rituel personnalisé de plusieurs heures. Citons parmi les plus demandés le *hilar indonésien* : deux heures trente alternant pompage aux épices, enveloppement au vanille, douche en plein air, massage aux huiles essentielles et bain de fleurs odorantes. A l'instar des couturiers, les spas très hauts de gamme conçoivent leurs propres rituels et les signent de leur griffe (GivENCHY).

Dans cette recherche de soins élaborés, chaque région garde sa spécificité. Les Etats-Unis ont toujours un côté un peu tonique, remise en forme et fitness, l'Asie teinte ses soins de quête spirituelle, et l'Europe tente de rattacher la notion de spa à ce qu'elle possède déjà. Sa forte tradition thermale (qui remonte aux Romains) et son engouement récent pour la thalassothérapie lui donne un avantage. Pourtant, la notion de spa n'est guère en accord avec l'optique médicalisée de ces deux disciplines. Le thermalisme en France est lié à l'idée du troisième âge et de la maladie. Ne dit-on pas que l'on part en cure, donc pour guérir ? De même la thalassothérapie reste associée à une idée de remise en forme tonique et d'effort. Pourtant, surtout sur l'air du temps, certains établissements jurent déjà la carte de la confusion en se rebaptisant abusivement du nom de spa. Et parfois, cela fonctionne !

CEUX QUI RÉUSSISSENT

Mais, à de rares exceptions près, les véritables réussites dans ce domaine sont le fruit d'une véritable réflexion et d'un concept élaboré avec rigueur. Mais pour connaître le succès, il vaut mieux ni improviser, ni bricoler. ■ ■ ■

PARLONS CHIFFRES

Bref, le terrain est vaste. Assez pour attirer bon nombre d'investisseurs, persuadés que le spa est le placement à la mode. Effectivement, comme tout marché en expansion, le domaine des spas semble particulièrement lucratif. Pourtant, les risques guettent tout non professionnel se lançant dans l'aventure.

D'abord, par méconnaissance des problèmes techniques. Un spa utilisant de grandes quantités d'eau devra s'assurer d'un réseau bouclé et s'adresser à un professionnel, car de nombreux problèmes techniques peuvent survenir. Certains entrepreneurs se sont spécialisés dans ce domaine, et avant de risquer son argent, une consultation s'impose.

Il s'agit aussi de bien déterminer les techniques manuelles pratiquées et de ne pas s'éparpiller. Réfléchissez aussi à la rentabilité : certains soins immobilisent l'esthéticienne trop longtemps pour s'inscrire de façon durable dans votre carte de soins. Cette carte de soins sera la signature de l'établissement. Nous ne saurions trop vous conseiller de prendre votre temps pour l'élaborer.

Enfin, le montant des investissements. En mettant à part les days spas, encore peu exploités en France, l'investissement moyen d'un spa de bonne tenue va de 2 à plus de 7 millions d'euros. Il faut être particulièrement sûr de sa rentabilité pour se lancer dans un tel projet. Là où des professionnels tels que Claude Renaudin (créatrice des spas Givenchy) ou Jean-Louis Poiroux (un ex de L'Oréal, concepteur des spas Cinq Mondes) obtiennent des résultats pharamineux, des amateurs pourront laisser leur mise.

Pourtant, l'enjeu est de taille. Et attirera forcément de nombreux investisseurs ignorants. Au-delà d'un simple phénomène de mode, les spas sont amenés à perdurer. Mais, comme dans tout marché qui s'ouvre, n'en profiteront que ceux qui auront su s'entourer de professionnels ou faire preuve d'un savoir-faire sans faille. La bataille des spas a commencé, il ne s'agirait pas que l'esthétique la laisse livrer sans elle ! ■

Le spa est un endroit d'exception où l'on aime venir se ressourcer le temps de quelques heures (day-spa) ou de quelques jours (destination spa). C'est la version moderne, anglo-saxonne, du centre de balnéothérapie. On peut également dire qu'il s'agit d'un concept «voisin» du centre de thalassothérapie haut de gamme, la partie paramédicale et les vertus de l'eau de mer en moins. Mais le spa cultive d'autres vertus. C'est un lieu où la détente et le plaisir des sens règnent en maîtres.

Sources : extrait Nouvelles Esthétiques -numéro spécial SPA
Novembre 2003 - n°554

BTS esthétique cosmétique	Session 2005
Gestion de l'entreprise	ETE5GES
Coefficient : 3	Durée : 4 heures
	Page : 7/12