

## LUXE CALME VOLUPTÉ

Urbain ou balnéaire, le spa se caractérise par une ambiance apaisante servie par une décoration généralement luxueuse, mais sobre. La fonctionnalité de l'agencement et le sens du détail font partie intégrante de la prestation.

Le spa propose un choix impressionnant de soins du visage et du corps. Les protocoles de soins sont de grandes qualités et sont souvent le reflet du savoir-faire des plus grandes marques de cosmétique.

Le ressourcement par l'eau figure inmanquablement dans les soins proposés. Le spa prodigue à volonté bains hydromassants, douches au jet, divers enveloppements d'actifs marins ou exotiques, bains de vapeur et autres techniques orientales ancestrales revisitées par l'occident.

Le massage tient une place privilégiée dans le spa. Sa durée participe à la qualité et les techniques les plus parachevées proviennent des traditions d'Asie et d'Orient. Une importance toute particulière est généralement accordée à la piscine ou au bassin, cet élément d'architecture constitué d'ailleurs la pièce maîtresse du spa et le cœur du concept.

## COMMENT LE SECTEUR DU SPA ÉVOLUE-T-IL ?

Le spa connaît un véritable succès en Europe, à tel point que le rythme de création des nouvelles entités laisse entrevoir l'émergence d'un véritable phénomène de société.

Cette évolution se fait sentir en France de manière marquée depuis deux ans. On recense dans la presse un nombre croissant d'ouvertures dans des endroits prestigieux.

Les projets de spa en milieu urbain ne se comptent plus, à tel point que les hôtels haut de gamme doivent maintenant intégrer les prestations d'un spa pour rester dans le vent.

Aux Etats-Unis, en Angleterre, et en Allemagne notamment, poussés par les grandes chaînes hôtelières internationales, les spa se sont taillés la part du lion. La thalassothérapie y est émergente, mais freinée par des raisons culturelles, voire historiques, liées aux difficultés de pompage de l'eau de mer.

Certains autres pays comme l'Espagne et la Grèce cherchent actuellement leur propre voie entre un concept de spa et de thalassothérapie.

En France, le spa reste avant tout synonyme de bainéothérapie de luxe et les destinations de prestige se situent avant tout sur Paris, dans la périphérie des grandes métropoles, dans certains sites touristiques d'exception, ainsi que dans les stations balnéaires ou de montagne.

Rien que pour la France, Thalga Spa Management dénombre actuellement une vingtaine de projets de «destination spa», c'est-à-dire intégrant de l'hébergement, et une cinquantaine de projets de «day-spa», ou spa de ville.

Espérons cependant que cette nouvelle image du spa européen ne devienne pas une application «fourre-tout». La tendance consiste actuellement à appeler spa tout ce qui n'est pas de la thalassothérapie. C'est une vision très réductrice et dommageable. Le caractère multiforme de ce nouveau concept tend à favoriser cette possible récupération d'image. Mais tout comme la thalassothérapie à une époque en France, le spa va devoir affirmer clairement son image et défendre sa spécificité. C'est l'objectif principal d'une organisation internationale comme l'ISPA qui regroupe plus de 500 spa adhérents.

## QUELLE EST LA PLACE DES ENTREPRISES FRANÇAISES DANS CETTE ÉVOLUTION ?

Le métier de conseil dans le domaine du spa et de la thalassothérapie a fortement évolué depuis quelques années.

Les sociétés de conseil se sont professionnalisées car elles ont dû s'adapter

aux exigences toujours plus grandes de leurs clients. Il existe aujourd'hui quelques entités de conseils spécialisés sur le marché mondial capables de remettre en un temps raisonnable l'ensemble d'un projet clef en main.

La difficulté principale tient à la pluridisciplinarité qu'exigent ces projets pour être menés à bien. Il faut pouvoir mobiliser une somme de compétences pour pouvoir répondre sérieusement et simultanément à des problèmes d'architecture, de conception technique, de gestion opérationnelle et de commercialisation.

Cela implique une équipe de gens expérimentés au service d'une certaine idée du métier de la thalassothérapie et du spa. Des groupes hôteliers ou des marques se permettent cet investissement.

L'objectif principal des sociétés de conseil en spa consiste avant tout à aider les investisseurs à mener à bien une aventure de création de projet. Leur première mission est que leurs projets ouvrent dans les meilleures conditions. Cela nécessite de l'écoute, des aptitudes à la négociation et une forte capacité d'adaptation, car il faut respecter la sensibilité et le souhait du client tout en lui permettant d'intégrer rapidement les règles d'un métier exigeant. Il faut également faire éviter au

partenaire les pièges d'une activité fortement consommatrice de capitaux financiers pendant les premières années. Tout le monde sait que dans ce secteur d'activité, les erreurs se paient comptant.

## LE SAVOIR-FAIRE FRANÇAIS À LA THALASSOTHÉRAPIE EST-IL UN PLUS ?

Les autres pays ne nous ont pas attendus pour forger leurs concepts en matière d'hydrologie. Chaque peuple possède sa propre tradition de soins par l'eau, source universelle de vie. Le savoir-faire français est reconnu de manière incontestable à l'étranger en matière de thalassothérapie, mais l'industrie du spa est déjà très active et structurée dans les pays anglo-saxons ainsi qu'en Extrême-Orient.

Signe des temps, nous vivons chaque jour les effets de la mondialisation. Concernant les spa, l'Europe vit déjà les conséquences de ce «melting pot» conceptuel. En fait, chaque projet, reste à réinventer. Les opérateurs du marché sont actuellement en pleine effervescence à la recherche de nouvelles valeurs pour lancer de nouveaux centres. Par exemple, l'idée du «Tropical Spa» fait actuellement fureur dans le milieu des investisseurs.

Une solide expérience dans le métier de la thalassothérapie est incontestablement un atout maître pour appréhender ces nouveaux horizons. A condition de ne pas arriver sur le terrain bardé de certitudes. ■

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

BTS esthétique cosmétique	Session 2005
Gestion de l'entreprise	ETESGES
Coefficient : 3	Page : 9/12
	Durée : 4 heures

## ANNEXE N°5

Résultat partiel de l'enquête menée auprès de 150 personnes.

2 questions ont été posées sur le comportement des personnes en fonction du prix d'un forfait SPA DÉTENTE (3 heures – soins détente visage et corps).

**Question n°1 :** Au-dessous de quel prix n'auriez-vous pas recours à cette prestation, redoutant une trop mauvaise qualité ?

**Question n°2 :** Au-dessus de quel prix n'auriez-vous pas recours à cette prestation, la jugeant trop chère ?

N1 = nombre de personnes ayant répondu à la question n°1.

N2 = nombre de personnes ayant répondu à la question n°2.

PRIX (€)	N1	N2
115	30	0
120	42	0
125	36	9
130	21	12
135	15	24
140	6	48
145	0	39
150	0	18
TOTAL	150	150

Examen ou concours : ..... Série\* : .....  
 Spécialité/Option : .....  
 Repère de l'épreuve : .....  
 Épreuve/sous-épreuve : .....  
 (Préciser, s'il y a lieu, le sujet choisi)

Numérotez chaque page (dans le cadre en bas de la page) et placez les feuilles intercalaires dans le bon sens.

**ANNEXE 6 (à rendre avec la copie)**

**PRIX D'ACCEPTABILITÉ**

PRIX	PRIX MINIMUM ACCEPTÉ			PRIX MAXIMUM ACCEPTÉ			MARCHE
	N1	N1 %	N1% cumulé	N2	N2 %	N2% cumulé	
115							
120							
125							
130							
135							
140							
145							
150							

**ANNEXE 6 bis (à rendre avec la copie)**

**TABLEAU DE L'EMPRUNT**

Année	Capital restant dû en début d'exercice	intérêt	Capital remboursé	Annuité	Capital restant dû en fin d'exercice
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					

BTS esthétique cosmétique	Session 2005
Gestion de l'entreprise	ETE5GES
Coefficient : 3	Durée : 4 heures
	Page : 11/12

### Le locataire a de nombreuses obligations.

En dehors de son obligation essentielle qui est de payer le loyer et les charges aux termes convenus dans le contrat, le locataire a plusieurs autres obligations.

#### Ne pas modifier les locaux

Le locataire ne peut pas modifier les locaux loués. La plupart des baux interdisent d'ailleurs expressément au locataire de changer la distribution des lieux, de toucher au gros œuvre... sans l'accord préalable du bailleur. Bien entendu, le locataire doit respecter une telle disposition, sinon il risque la résiliation du bail sans indemnité.

**Le locataire peut changer d'activité.** En principe, le locataire doit exercer l'activité mentionnée dans son contrat. Mais, sous réserve d'en informer préalablement le propriétaire, il peut s'adonner à une activité connexe ou complémentaire, voire différente.

En principe, le locataire doit respecter la destination des locaux telle qu'elle résulte du contrat (voir p.20). Sauf en cas de bail « tous commerces », toute modification de l'activité du locataire suppose donc l'accord du bailleur. Cependant, les articles 34 à 34-8 du décret de 1953 organisent une procédure dite de déspecialisation permettant au locataire d'adjoindre à son activité principale des activités complémentaires qui ne seraient pas expressément prévues par le bail, voire de changer totalement d'activité, et ce, malgré l'opposition du bailleur (art. 34 à 34-8 du décret de 1953). La déspecialisation peut être partielle ou totale. Une clause du bail interdisant au locataire la déspecialisation serait nulle (art. 35 du décret de 1953).

#### La déspecialisation peut être partielle...

Le locataire a le droit d'adjoindre aux activités prévues à son bail des activités connexes ou complémentaires, tout en continuant d'exercer son activité d'origine (art. 34 du décret de 1953). Le locataire doit avertir le propriétaire de son intention pour lui permettre de constater éventuellement le caractère connexe ou complémentaire de l'activité.

#### Le locataire doit avertir le propriétaire à l'avance

Le locataire qui souhaite étendre son activité doit en avertir le propriétaire à l'avance, par l'intermédiaire d'un huissier (une lettre recommandée avec accusé de réception n'est pas suffisante). La notification doit préciser la nouvelle activité envisagée. Elle doit impérativement intervenir avant l'exercice de la nouvelle activité, sinon le locataire risque la résiliation du bail (cass. civ. 3<sup>e</sup> du 26.11.91, *Mouillard c/Sté HLM La Campinoise*), ou encore le refus de renouvellement du bail sans indemnité d'éviction (cass. civ. 3<sup>e</sup> du 24.10.90, *pourvoi n° 88-18.644*).

Sources : Extrait - Les Baux commerciaux - Le particulier - N° 9328 - MAI 2000

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