

Métier

Textes de Sarah Chevalley

ENQUÊTE

Contexte : Les Thermalies se tiennent du 24 au 27 janvier au Carrousel du Louvre à Paris. De plus en plus ouvert aux exposants étrangers, le salon leader du bien-être par l'eau fait évoluer la thalasso et le thermalisme vers une image plus glamour.

Constat : L'univers du bien-être s'est beaucoup démocratisé en 10 ans. À côté d'une offre haut de gamme « sur mesure » émergent des produits accessibles à tous, notamment par l'intermédiaire des coffrets cadeaux.

Enjeu : Les professionnels du bien-être cherchent à faire évoluer le secteur en s'adressant à de nouvelles cibles, notamment les jeunes, et en développant de nouvelles tendances comme les soins bio, les soins exotiques, les expériences sensorielles...

Production

Plongée dans les 7 tendances du bien-être

→ Dans la peau des ados

Les adolescents sont particulièrement sensibles à leur apparence physique tandis que les problèmes de poids concernent de plus en plus de jeunes garçons et filles. Depuis quelques années, les centres de thalasso leur proposent des cures amincissantes spécifiques comme le Miramar Crouesty dans le Morbihan ou les Thermes Marins de Saint-Malo avec un forfait de 5 jours combinant soins thalasso et activités physiques. Pendant le séjour, un menu diététique spécial a été pensé pour raviver les papilles des ados en leur redonnant goût aux légumes et aux poissons. Selon une étude réalisée par la société Kantar Media en 2011, près de 65% des jeunes filles de 11-19 ans déclarent faire attention à leur alimentation et faire du sport. Elles sont également plus de 60% à prendre soin de leur peau et à s'intéresser aux produits de soin. Les Spas et plus récemment les centres de thalasso répondent à cette nouvelle cible à l'instar d'Atlantal à Anglet qui a mis au point un forfait soin du visage adapté aux teen-agers avec gommage, épilation et cours d'initiation au maquillage. Il s'ins-

crit dans une mini-cure de 2 jours à faire en duo avec maman.

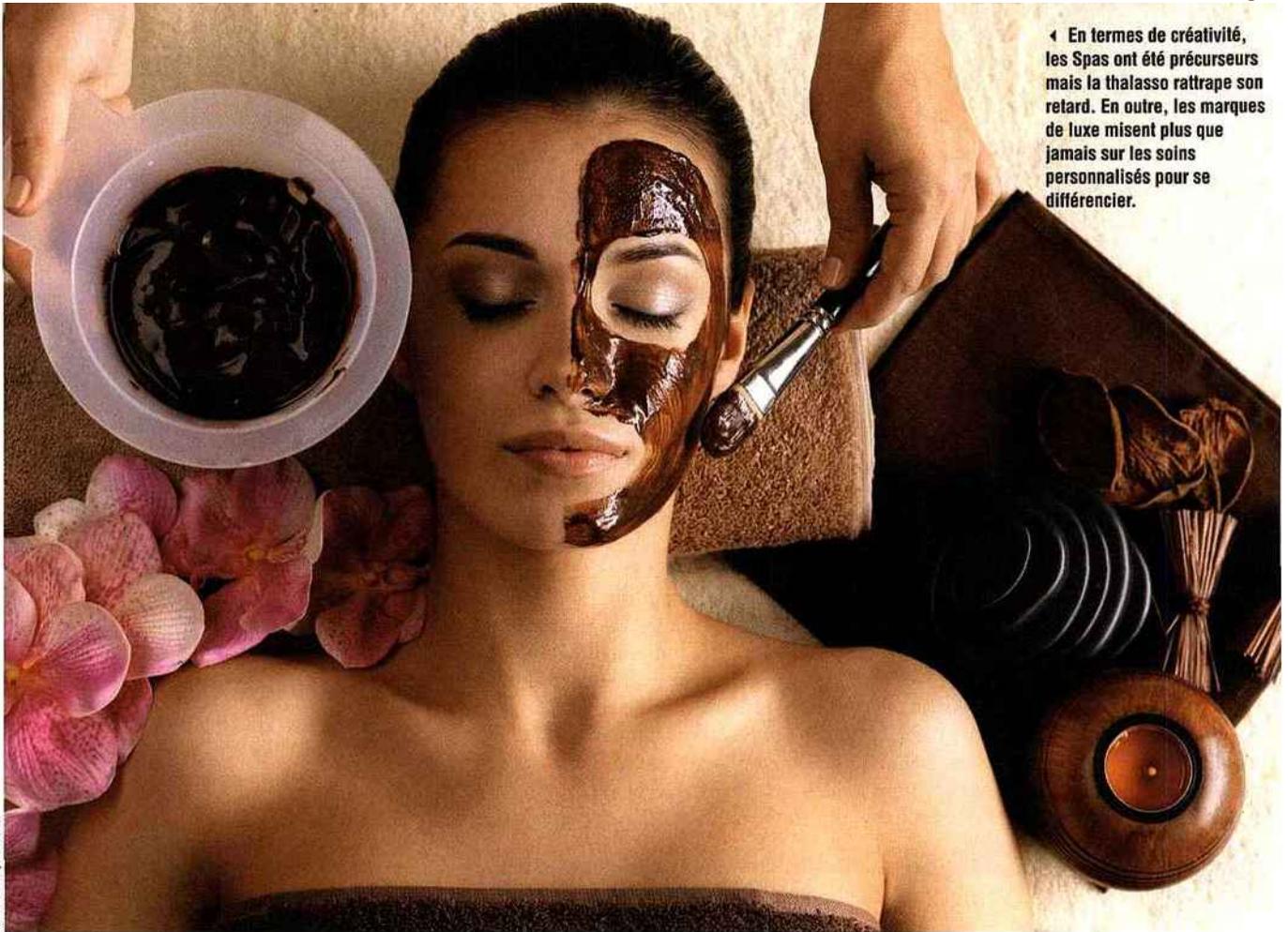
→ Le voyage immobile

Depuis 10 ans, les Spas ont poussé très loin le concept de voyage sensoriel. La marque Cinq Mondes a été l'un des précurseurs en créant des espaces luxueux et exotiques, aux parfums relaxants et aux rituels de soins inspirés des traditions de massage du monde. Cette tendance s'invite désormais en thalassothérapie. Conscients que les soins traditionnels ne font pas forcément rêver, les centres revisitent leurs classiques comme Thalazur qui propose d'associer l'enveloppement d'algues à un modelage crânien afin d'emmener le curiste à lâcher prise. Outre le besoin d'évasion, la recherche d'expérience fait partie des attentes des consommateurs de bien-être. Si les thalassos et les centres thermaux ont été les premiers à s'équiper de thérapie à infra-rouge sans chauffer l'air, de grottes de sel ou de « salle de glace », les Spas s'y mettent aussi. Le Spa du Bristol s'est inspiré du traditionnel Baniya russe pour l'un de ses rituels. Après une séance de sauna, le palace

parisien propose une friction énergique aux veniks, branches de bouleau infusées dans des huiles essentielles, pour stimuler la circulation sanguine !

→ Du bien-être en cadeau

À côté des spécialistes comme [Thalasso](#), Thalasso n°1, Thalassoline ou Allo Thalasso (les deux marques faisant désormais partie du même groupe), les coffrets cadeaux se sont imposés depuis 10 ans. Smartbox, leader incontesté, se partage l'essentiel du marché avec Wonderbox. Les deux opérateurs ont séduit plus d'un millier de Spas dans l'hexagone et beaucoup plus si l'on prend en compte les 70 opérateurs qui proposent des coffrets cadeaux. En temps de crise, les « box » en tout genre apparaissent comme un bon moyen de remplir les établissements grâce à un formidable réseau de distribution (grandes surfaces, Fnac...) sans toutefois garantir la fidélisation des clients, qui reste l'objectif principal des centres de bien-être. Autre problème, la concentration de l'activité des opérateurs de coffrets cadeaux pendant la période des fêtes de fin d'année et la diffi-



◀ En termes de créativité, les Spas ont été précurseurs mais la thalasso rattrape son retard. En outre, les marques de luxe misent plus que jamais sur les soins personnalisés pour se différencier.

culté pour les bénéficiaires à trouver un créneau avant l'expiration de la validité de leurs coffrets. À cette tendance, s'ajoute celle des sites de ventes privées qui rendent accessibles des séjours thalasso et des soins à des prix bradés jusqu'à - 80%. À l'instar du transport et des voyages, le « low cost » a gagné l'univers du bien-être obligeant les professionnels à repenser leur offre.

→ Toujours plus de personnalisation

Les soins et les messages bien-être se sont largement démocratisés en 10 ans. Ils ne sont plus l'apanage des marques de luxe qui misent plus que jamais sur les soins personnalisés pour se différencier, à la manière du Spa My Blend de Clarins au Royal Monceau. Pour chaque soin, les clients se voient proposer un diagnostic approfondi de 20 mn avec l'une des esthéticiennes qui effectue également une analyse de peau précise, via un ordinateur équipé de capteurs, ainsi qu'un entretien

sur ses habitudes de vie. Une fois le soin terminé, chacun peut repartir avec un coffret de produits My Blend adaptés à sa peau. Cette tendance concerne aussi des marques milieu de gamme comme le Spa Vichy Les Célestins, le Spa thermal de la Roche Posay ou encore Thalassa Sea & Spa. En 2013, la marque thalasso du groupe Accor propose une offre variée avec plus de soins à la carte. Des activités physiques, comme l'aqua Pilates, des modelages et des soins visage peuvent être mixés avec les soins thalasso traditionnels au rythme désiré par le client.

→ Du bio pour être-bien

Le bio s'invite depuis plusieurs années dans la cabine du Spa. Depuis 2008, la célèbre marque allemande Dr. Hauschka a ouvert sa « maison » près de la Bastille. Ce lieu éco-conçu, dans le respect des principes du Feng Shui, propose des soins articulés autour d'une méthode de stimulation lymphatique

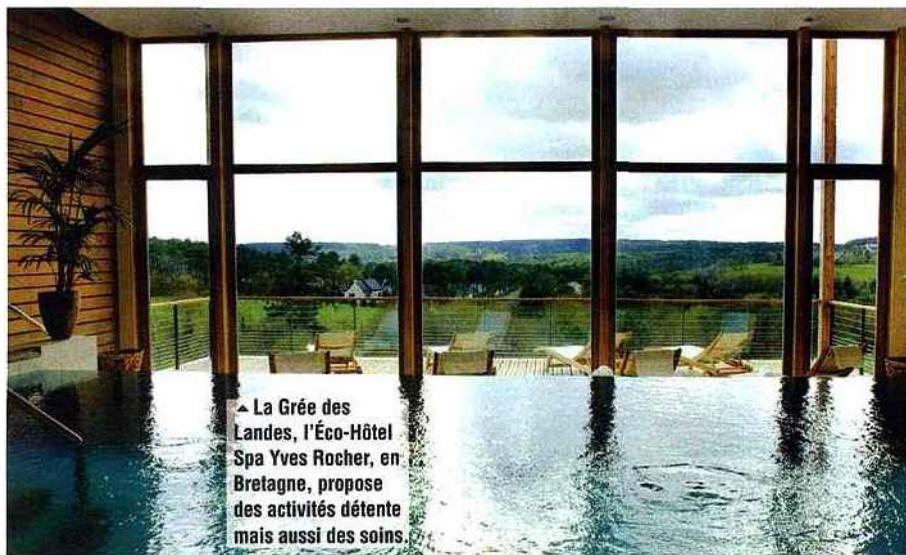
effectuée à l'aide de pinces et de mouvements manuels doux. Au cœur de la campagne bretonne, l'éco hôtel Spa Yves Rocher respecte l'environnement dans ses moindres détails : bâtiments bioclimatiques, élégant mobilier bio, produits locaux, cosmétiques végétaux... Une réussite architecturale qui démontre qu'éco conception rime aussi avec raffinement. Pour répondre aux attentes des consommateurs et des professionnels, de plus en plus demandeurs d'une démarche bien-être bio, l'organisme de certification Ecocert vient de créer un label dédié aux Spas et aux centres de thalassothérapie engagés dans une démarche environnementale. Le label « Being » garantit des prestations répondant à critères environnementaux, une gestion écologique du site ainsi que l'utilisation de cosmétiques biologiques ou écologiques et d'autres produits durables (alimentaires, textiles, parfums d'ambiance, détergents, etc.). L'un des premiers centres à recevoir ce nouveau label est le centre de thalasso de Carnac, qui propose un programme de cosmétiques biologiques et une carte de cures 100% bio.

→ Le grand retour du sport

Après l'engouement pour le fitness et l'aérobic dans les années 80, le sport tonique avait un peu disparu des cures bien-être au profit de pratiques plus douces comme les pilates ou le yoga en plein essor, avec plus d'un million d'adeptes en France. Si de nombreuses salles ont essaimé un peu partout à Paris et en région, le yoga est aussi associé à l'évasion et se pratique beaucoup dans les resorts à l'étranger. En 2013, le Six Senses Zighy Bay, situé au Sultanat d'Oman, propose un forfait « detox » avec consultation personnalisée, massages, yoga et cuisine bien-être... À côté de ces pratiques *well being*, des disciplines beaucoup plus physiques ont refait leur apparition comme le *CrossFit* qui s'appuie sur des entraînements de l'armée chronométrés et très intenses. Pratiqués en salles, ce type d'exercices n'a pas vocation à faire partie des programmes des centres

→ Les Spas médicalisés

De nouveaux espaces, à cheval entre l'institut de beauté et le cabinet médical, font leur apparition. Précurseur en France, le médi-Spa de Lyon propose aux patients des solutions pour répondre aux préoccupations liées au vieillissement cutané et aux problèmes de poids, en faisant appel aux techniques d'esthétiques médicales les plus récentes pratiquées par des médecins, des kinésithérapeutes, des esthéticiennes... Dans l'hexagone, ces pratiques sont relativement encadrées et la législation interdit aux centres de pratiquer des opérations. En revanche à l'étranger, les médi-Spas proposent aussi des traitements laser, des opérations mammaires ou encore le blanchiment des dents comme en Hongrie, leader mondial des soins dentaires. La chirurgie de la myopie est devenue l'une des spécialités de la Pologne, également réputée pour ses stations thermales comme celle de Cie-



▲ La Grée des Landes, l'Éco-Hôtel Spa Yves Rocher, en Bretagne, propose des activités détente mais aussi des soins.

© J.N. Reichel / la Grée des Landes

de bien-être. Mais certaines thalassos se sont adaptées à la demande et proposent des stages sportifs comme le Miramar Crouesty qui rend hommage à Louison Bobet et lance un stage pour les cyclistes en 2013. Le programme *Petite Reine & Thalasso* comprend un entraînement cycliste le matin et l'après-midi dédié aux soins de thalassothérapie adaptés au bien-être des cyclistes avec un menu diététique étudié.

chocinek. Située dans une vallée verdoyante, elle abrite plusieurs centres de cures dont la clinique Pod'Zezniami qui traite les affections neurologiques, rhumatismales, gynécologiques, cardio-vasculaires, ORL... sans oublier les soins esthétiques. Cette nouvelle tendance associant tourisme et soins médicaux est encore balbutiante en France mais la présence de certains de ces centres au salon *Les Thermalies* en 2013 pourrait faire évoluer les mentalités.



Karelle Geyer,
commissaire
général du salon
Les Thermalies

Mon avis...

Qu'attendez-vous de cette 31^e édition ?

Les Thermalies s'adressent au grand public mais de par son importance – plus de 33 000 visiteurs en 2012 – le salon attire aussi les tour-opérateurs et les agences de voyages même s'ils ne sont pas exposants. Sur les 300 exposants du salon, nous recensons un certain nombre d'offices du tourisme et d'hôtels. Aujourd'hui, nous avons atteint une vitesse de croisière mais le marché évolue tellement vite que nous pourrions très bien envisager de créer une nouvelle cible.

Quelles sont les grandes tendances du thermalisme et de la thalassothérapie en 2013 ?

La thalassothérapie s'ouvre de plus en plus aux influences exotiques avec des cures ayurvédiques à Carnac, des massages sonores tibétains à Bandol ou encore des séances de shiatsu à l'huile de sésame à Pornic. Le sport est également en vogue. Des stages de trail (entraînement au marathon) sont proposés à Carnac tandis que la marche nordique ou le stand-up paddle se pratiquent à Roscoff. Nous constatons également un renforcement des offres à l'étranger, en particulier dans les pays de l'est, berceau du thermalisme. Nos exposants sont avant tout européens car pour les séjours lointains, les clients privilégient les offres packagées.