Sense of Wellness

Le Magazine de l'Innovation Spa & Wellness à 360°

www.senseofwellness-mag.com

#19 ***Eté Summer 2021*** | 15€

NOUVELLE FORMULE

DOSSIER

Gestion & Exploitation d'un Spa

Les outils incontournables pour un pilotage efficace

News
RELANCE DU TOURISME EN FRANCE

Concept
VITALITY BY SWISSÔTEL

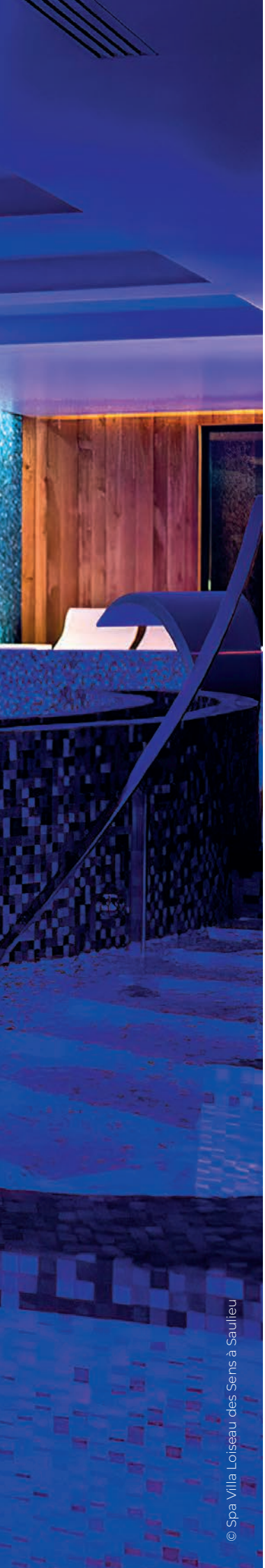
Cosmetic
LE MARKETING D'INFLUENCE

Design
PROJETS & OUVERTURES SPAS

Gestion & exploitation d'un Spa

Les outils incontournables pour un pilotage efficace

PAR ISABELLE TROMBERT


© Spa Villa Loiseau des Sens à Saulieu

Ce dossier est l'un des plus importants que j'ai pu écrire depuis le début de ma collaboration avec Isabelle Charrier. Tous les experts qui interviennent dans cet article ont dévoilé les coulisses de leur métier, avec franchise et transparence, je les en remercie aussi pour cela. Effectivement, ce n'est pas facile de révéler ses best practices de gestion, particulièrement lorsque l'on est consultant, et c'est la maitrise de ces ratios qui font la différence...
Bien sûr, j'aurais pu écrire sur ce sujet toute seule car après tout, j'ai 20 ans de métier et j'ai exploité jusqu'à 16 Spas en même temps. Mais sincèrement cela n'aurait eu absolument aucun intérêt. Et mon Ego doit bien admettre qu'une fois de plus j'ai appris. J'ai apprécié les conversations animées, pleines de débats et parfois de divergences.
Il n'y a pas une vérité dans le secteur complexe du Spa. Il y a autant de vérités que de projets. Cet article a donc pour but de vous donner de grands repères mais aussi de vous faire prendre conscience de l'intérêt d'être conseillé par des experts afin de prendre du recul sur le pilotage de son Spa et (re)penser sa stratégie opérationnelle. Analyser et comprendre les situations pour agir et prendre les meilleures décisions, c'est ce que nous vous proposons avec ce dossier sur la gestion et l'exploitation d'un Spa à 360°.

Pour leur contribution à ce dossier LAB EXPERT, nos remerciements à :
Nathalie Bouchon-Poiroux : Co-fondatrice Cinq Mondes.
Sydney Dalmayrac : Président Fondateur Star Wellness.
Brigitte Dumont de Chassart : Architecte d'intérieur – Consultant.
Romain Dupont : Président du réseau Spas de France.
Tristan Lagarde : Co-directeur général adjoint Phytomer.
Caroline Mahé-Léa : Responsable d'exploitation chez Thalgo Cosmetic.
Jérémie Navarro : Directeur chez Pure Informatique – Booker.
William Simon : Président STCI (Spa Thalasso Création Ingénierie).
Laëtitia Vesperini : Présidente STCG (Spa Thalasso Conseil Gestion).

Spa management and operations
The essential tools for operational efficiency

This report is one of the most important that I have written since I began my collaboration with Isabelle Charrier. It offers behind-the-scenes insights from industry experts who have shared their business acumen with candour and transparency. For this, they have my deepest gratitude. Indeed, the sharing of best practices in business management isn't something that comes easily, particularly among consultants, and it is mastery in performance measurement that makes all the difference... Yes, I could have decided to write about this topic alone; after all, I do have 20 years' experience in the industry and have operated up to 16 Spas simultaneously. But the truth is, it wouldn't have made sense to do it alone. And my ego has to admit that, once again, I have learnt through this process. I really enjoyed our lively conversations sparking debate and sometimes differences of opinion.
There is no one-solution-fits-all in the complexity of the Spa industry. There are as many truths as there are projects. **This article therefore aims to provide you with key markers and raise awareness about the utility of being guided by experts in order to take a step back, reframe perspective and (re)think strategy.** Analysing and understanding situations to make better decisions, take action and steer operations in the right direction, this is what we offer with this 360° report on Spa management and operations.

WILLIAM SIMON
Président STCI

BRIGITTE DUMONT DE CHASSART
Interior Designer

LE COÛT D'UN SPA

Question N°1 d'un porteur de projet : combien coûte un Spa ?

William Simon, expert dans l'accompagnement opérationnel pour la création de Spa et Thalasso, distingue plusieurs catégories de côuts liés à la création ou la réhabilitation d'un Spa.
> Le gros œuvre, entre 800 et 1500 € m² selon la complexité du projet. (Excepté si bâtiment déjà existant ou plateau hors d'eau hors d'air)
> Le second œuvre, les lots techniques et l'aménagement de l'espace aquatique du Spa entre 1200 et 1600 € m² pouvant atteindre les 2500 € m² dans certains projets très haut de gamme aux matériaux luxueux.
Brigitte Dumont de Chassart, architecte d'intérieur depuis plus de 30 ans dans les secteurs de l'hôtellerie de luxe et du Spa, souligne les questions à clarifier avant de contacter un concepteur de Spa : Le bâtiment est-il neuf ou existant ? Quels sont les pièces ou les locaux qui seront affectés au projet ? Quels sont les accès clients ? Accès direct pour la clientèle de l'hôtel ? Pour l'accueil de la clientèle extérieure, faut-il créer un accès propre ? Quel parcours client est souhaité ? Quels sont ou seront les intallations techniques et les locaux possibles pour la gestion des fluides ? Les (ré)habilitations nécessaires (Climatisations, déshumidifications, prises d'air, ventilations, voiles à percer...) ? La gestion du bruit ajoute-t-elle des contraintes ? Pour le centre de fitness, s'il y en a déjà un, faudra-t-il également le remanier ou l'intégrer au Spa ?
Le point de départ d'un projet est de travailler en équipe sur le programme qui permet de définir et affecter tous les espaces : client, consultant et architecte, pour aboutir à un plan fiable.

Peut-on aujourd'hui envisager le chiffrage zone humide et zone sèche de façon distincte ?

Pour **William Simon** : *« Dans les phases avancées d'un projet, nous pourrions effectivement distinguer les coûts de réalisation/m² entre la zone humide et la zone sèche, c'est techniquement possible bien que cela nécessite du temps à analyser les différentes estimations. Il faudra raisonner par lots. Il faut noter que la zone humide est réputée plus coûteuse que la zone sèche, mais la zone humide est indissociable du concept Spa. Il faut raisonner en "concept global" donc, à mon sens, il n'est pas nécessaire de dissocier la zone humide de la zone sèche. La zone humide fait partie du concept Spa. »*
Selon **Brigitte Dumont de Chassart** : *« Il est important d'aller chercher un équilibre de rentabilité sur chaque zone. La zone humide est le pilier de l'attractivité de l'établissement. Les outils pour la rentabiliser peuvent être : un parcours soin global type destination wellness, des journées bien-être, des cours payants, des soirées privées, des évènementiels... »*

Peut-on faire une proportionnelle du coût d'investissement par nombre de clés ?

Tous les experts du Spa interviewés pour cet article comprennent cette logique de raisonnement hôtelier mais la déconseillent vivement, tant les projets Spa ne peuvent entrer dans ces schémas. La règle des proportionnelles que l'on retiendra restera donc le coût au m².

The cost to open a Spa

The project owner's N°1 question: how much does it really cost to open a Spa?

William Simon, expert in the construction and commissioning stages in the creation of Spas and thalassotherapy centres, breaks down into two categories the cost of creating or renovating a Spa.
> Structural work, between €800 and €1,500/m² according to the complexity of the project (unless the building already exists or, in the case of a new build, when roofing and glazing have been carried out
> Fitting work, 2nd fix installations and the Spa's water facilities, between €1,200 and €1,600/m². Certain luxury projects with premium materials can reach €2,500/m².
Brigitt**e Dumont de Chassart,** interior architect with 30 years' experience in the luxury hospitality and Spa industries, highlights key questions to address before contacting a Spa designer:
Is the building new or existing?
Which spaces or units will be attributed to the project?
Where are the client entry points? Is there direct access for hotel guests?
Does an entry point need to be created for non-resident clients?
What is the desired traffic flow?
Where are the technical facilities and potential units for fluid management or where will they be? What (re) developments are necessary? (Air conditioning, dehumidification, air intakes, ventilation systems, walls to be knocked through, etc.).
Does sound management add constraints?
If a fitness centre already exists, will it also need to be remodelled or integrated within the Spa?

Is it possible, today, to consider wet and dry area costs separately?

For William Simon: *"The wet area is known to be more expensive than the dry area. However, the wet area is inextricably linked to the Spa concept. It is important to adopt a 'global concept' approach so, in my opinion, it isn't necessary to dissociate the wet area from the dry area. The wet area is part of the Spa concept."*
According to **Brigitte Dumont de Chassart:** *"It is important to aim for a balance between each area's profitability. The wet area is the foundation of the property's attractiveness."*

Ahimsa

devient

L'ESPRIT A

OPÉRATEUR SPA & DESTINATION BIEN-ÊTRE D'EXCEPTION

La référence en expérience client haute-couture,
Pour faire de votre spa la signature exceptionnelle de votre établissement.

www.lesprit-a.com