

Wellness *Sense of*

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

www.senseofwellness-mag.com

#15 Eté Summer 2020 | 15€ 



Destination

RÉOUVERTURE SPAS

Comment les exploitants réagissent face à la crise du Coronavirus ?

La Bastide de Cordès (84)

Tendances

Hôtellerie et Spa
Les perspectives de consommation

Design

Covid-19
Quid de la zone humide ?

Visite guidée

Hôtels à distanciation physique
Avenir du tourisme ?

Dossier

Tour du monde du Spa en temps de crise

« Nous mettons en avant *les soins pour enfants*. Ils ne sont absolument pas un public à risque et sont pour cette réouverture une vraie stratégie. »

Isabelle Trombert

Directrice et Fondatrice
des Spas Ahimsa

➔ ISABELLE CHARRIER



Isabelle TROMBERT, la fondatrice d'Ahimsa, a créé le réseau de Spas et centres de bien-être éponyme afin que toutes les valeurs de son enseignement trouvent enfin des lieux d'expression à la hauteur de la compétence de ses étudiants et anciens élèves. Ainsi, **exploiter des Spas, au nombre de 16 aujourd'hui**, en plus de l'enseignement permet d'ancrer l'expertise d'Ahimsa dans la réalité de terrain avec en trait d'union la performance et la rentabilité.

Isabelle, quel état des lieux faites-vous de cette période de confinement et comment abordez-vous la réouverture des Spas Ahimsa ?

Isabelle Trombert : Je vais m'exprimer à travers mon propre filtre d'expérience de cheffe d'entreprise de TPE/PME. Après la stupeur d'une mise en confinement, en pleine haute saison hivernale, aussi soudaine que violente, où nous avons dû gérer la mise en sécurité de 40 personnes pour une durée indéterminée, le rapatriement chez eux pour les étrangers, et bien sûr aseptiser 16 établissements et répertorier des dizaines de milliers d'euros de stock en 24h. À cela s'ajoute l'inquiétude des collègues dans le coma ou hospitalisés, les informations par dizaines et contradictoires, la gestion de crise, les enfants à la maison lors de nos visios (sourire)... Et enfin, le début d'un bras de fer avec les banques face à qui les PME d'un secteur entier, déjà mis à mal depuis 2 ans par les crises politiques et les grèves, doivent prouver que les difficultés actuelles ne sont pas structurelles mais liées uniquement à la crise sanitaire. Ce fut 2 mois qui restent uniques en termes de partage, de travail, de collaboration et d'entraide, même entre concurrents. C'est également dans ce genre de situation que nous pouvons prendre la mesure des partenariats. Certains se renforcent, d'autres devront indéniablement être repositionnés. Techniquement et humainement, nous sommes totalement prêts pour la reprise... Émotionnellement, il y aura un avant et un après. Et tout n'est pas encore solutionné financièrement, certains dispositifs n'arrivent pas.

Concernant l'offre soins et celle des équipements, qu'allez-vous proposer et pourquoi ?

I.T. : Nous allons respecter les recommandations de la norme AFNOR pour les soins, les hôteliers vont gérer la limitation de l'accès à la piscine de l'hôtel qui sera uniquement pour les clients de l'hôtel. Nous n'ouvrirons pas les espaces aquatiques, même de façon privatisée. Ce n'est pas gérable en termes de personnel, impossible à rentabiliser et source de frustration pour les clients de l'hôtel. Comment choisir qui pourra accéder au sauna/jacuzzi parmi les 150 chambres de l'hôtel ? Le hammam restera interdit, même privatisé, et ce encore longtemps.

Peut-être que certains feront une sélection par le prix en faisant payer cher une privatisation de l'espace aquatique pour une heure. Pour ma part, si j'y ai pensé, je n'ai pas encore pris de décision et fixé un tarif.

Cela ne pourra de toute façon être créé ou envisagé qu'avec la collaboration et adhésion totale de nos partenaires hôteliers.

Je pense que le marché se réglera tranquillement les premières semaines, avec la règle de l'offre et de la demande, dans le respect des règles sanitaires.

Pour conclure, est-ce que vous sentez que la demande est présente et comment voyez-vous l'activité jusqu'à la fin de cette année ?

I.T. : Oui, je sens que la demande en local est présente. Je pense que cette stratégie, qui est la nôtre depuis toujours, travailler en local, fidéliser par la qualité de notre accueil et la personnalisation de l'expérience client, sont nos énormes points forts et vont faire la différence. Depuis 18 ans, nous avons toujours travaillé en étant centrés sur la nature, l'humain dans ce qu'il y a de plus fondamental et authentique. La crise sanitaire nous rendrait-elle tendance ?

Nous travaillons également beaucoup avec les soins pour enfants que nous maîtrisons depuis longtemps et c'est idéal car en cette période ils ne sont absolument pas un public à risque et sont pour cette réouverture une vraie stratégie. Misons donc sur les duo parents – enfants, plus que sur les seniors qu'il faut protéger encore quelques semaines. Pour ce qui est de la clientèle de l'hôtel, nous jouons le jeu à fond avec nos partenaires hôteliers. Nous avons mis en place des offres Hôtel & Spa de haute qualité, à des prix inédits afin que la clientèle française ait le goût de retrouver des destinations qui allient la culture, le patrimoine, la gastronomie et l'art du bien-être à la française. Et n'est-ce pas là un retour à l'essentiel en toute simplicité et élégance ?



Isabelle Trombert

Director and Founder of Ahimsa Spas

“We are highlighting treatments for children. They are absolutely not a public at risk and are really part of the game plan for this reopening.”

Isabelle Trombert, founder of Ahimsa, created the eponymous network of Spas and Wellness Centres so that all the values of her teaching could finally find venues of expression on a par with the skills of her students and former pupils. So, **operating Spas, 16 in number today**, and teaching have enabled Ahimsa’s expertise to take root through high performance and profitability.

Isabelle, what is your assessment of this period of lockdown and how are you tackling the reopening of Ahimsa Spas?

Isabelle Trombert: After the stupefaction of being put on lockdown in the height of the winter season, as sudden as it was violent, next came the worry of colleagues in a coma or hospitalized, a flood of information, some of which was contradictory, and being in crisis management mode. And then, the tussle with banks for whom a whole sector of SMEs, which had already been hampered over the last 2 years by political crises and strikes, had to prove that their current difficulties were not structural but solely linked to the health crisis. These past two months have been unprecedented in terms of sharing, working, collaboration and mutual assistance, even between competitors. Technically and individually, we are totally ready to get back to business! Emotionally, there will be a ‘before’ and an ‘after’. And the financial aspects haven’t been resolved yet; some aid packages haven’t arrived.

Concerning the offering for treatments and facilities, what will you be proposing and why?

I.T.: We are going to abide by recommendations in the AFNOR standard for treatments; hoteliers will handle the limitation of access to the hotel pool, which will only be available for hotel guests. We won’t be opening aquatic areas, not even for private use. It’s just not manageable in terms of personnel, impossible to run profitably and a source of frustration for hotel guests. Use of the hammam will be forbidden, even privately, and this will remain the case for a long time to come.

I think that the market will quietly regulate itself over the first few weeks, following the rule of supply and demand in compliance with health regulations.

To conclude, do you think there is still demand and how do you see business activities rolling out until the end of this year?

I.T.: Yes, I do think there is local demand. I think that this strategy, which we have always embraced, of working locally,

winning customer loyalty through a high-quality welcome and tailoring customer experiences, are enormous strengths and will really make the difference. For 18 years, we have always worked by focusing on nature and people in the most fundamental and authentic ways. Has the health crisis revealed our pioneer spirit?

We also work a great deal with children’s treatments that we have long since mastered and this is ideal as, in this period, they are absolutely not a public at risk and are really part of the game plan for this reopening.

As for the hotel clientele, we are pulling out all the stops with our hotel partners. We have set up high-quality Hotel & Spa offerings, at unbeatable prices to whet the appetite of the French clientele for destinations that combine culture, heritage, gastronomy and the French art of wellbeing. Now isn’t that getting back to the essential in all simplicity and elegance?