

Wellness *Sense of*

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

www.senseofwellness-mag.com

#18 Printemps *Spring* 2021 | 15€ 

Dossier

**Le Spa et le bien-être
dans le monde d'après**
Des experts français parlent
de la « nouvelle normalité »

Business

La France
Le marché prioritaire pour les opérateurs hôteliers
Covid-19
Les conséquences sur les projets hôteliers

Destination

Nouveautés
soins et cures
en France

Tendances

Beauté & Bien-Être
Les incontournables
2021

Zoom sur

Les facialistes
La crème des
expertes françaises

Design

Spas Hôteliers
Zoom sur
les ouvertures 2021



DOSSIER

Le Spa et le bien-être dans le monde d'après...

Des experts français parlent
de la « nouvelle normalité »

 ISABELLE TROMBERT

À l'approche de ce thème, mes mains sont restées quelque temps en suspens au-dessus du clavier, avec tant d'hésitations. Ce que j'écris aujourd'hui sera-t-il encore valable ne serait-ce que dans un mois ? L'exercice est d'autant plus périlleux que j'ai la chance d'échanger régulièrement avec des leaders du Wellness à l'étranger, qui expliquent que la situation est différente d'un pays à l'autre. **Cependant, certains points fondamentaux et universels ressortent, et je vais tâcher de partager avec vous une potentielle projection vers l'avenir de notre secteur.**

Sur le plan économique, et par conséquent la gestion opérationnelle, l'année Covid 2020-2021 a complètement remis à plat nos modes de fonctionnements et redistribué les cartes dans de nombreuses situations. Plus particulièrement sur le plan de l'hygiène où beaucoup de choses ont dû être repensées pour une prise en charge en toute sécurité des clients, mais aussi pour préserver celle du personnel qui a lourdement été mis à contribution.

Cependant, tous nos experts, à l'unanimité, se sont accordés à dire que cette période n'a pas créé une nouvelle « tendance Spa ». **Les tendances étaient déjà présentes mais nous sommes retrouvés dans un accélérateur incroyable qui a fait de notre futur notre présent, en quelques semaines seulement !** Cet arrêt de productivité a permis la prise de recul nécessaire et créé l'espace pour analyser, décortiquer, implémenter et accomplir, souvent de façon collaborative, l'énorme travail de fond dont notre secteur avait tant besoin.

Alors le Wellness dans le monde d'avant... et surtout dans le monde d'après, tour d'horizon à 360° !

Pour leur contribution à la rédaction de ce dossier LAB EXPERT, merci à nos experts :

Nathalie Bouchon Poiroux : Co-fondatrice de Cinq Mondes

Isabelle Charrier : Éditrice et Directrice de la Rédaction de Sense of WELLNESS Magazine

Benoit Creus : Président de Verre et Quartz

Jean-Guy De Gabriac : Fondateur de Tip Touch, conférencier et consultant international

Romain Dupont : Président du réseau Spa de France

Marie-Paule Leblanc-Peru : Présidente de Spa-A

Franck Trecco : Président d'Hydroconcept

Cécile Troude : Responsable de la Formation chez Deep Nature

REPORT

Spa and wellbeing in the world after...

Experts from France talk about the "new normal"

Approaching this topic, I paused for a while... my fingers hovering over the keyboard with so much hesitation. Will what I write today still be valid in a month's time? A tricky exercise that seemed all the more so as I have the opportunity to talk with Wellness leaders abroad on a regular basis, and our conversations tell me just how different the situation can be from one country to another. **However, there are some fundamental and universal points and I will endeavour to share with you a potential projection of where our industry will be in the future.**

From an economic and, therefore, operational management perspective, the 2020-2021 Covid year completely upended our way of working and led us to redefine numerous situations. Particularly in terms of hygiene where many elements had to be reorganized in order to ensure a safe experience for our clients as well as a safe working environment for team members who have been considerably impacted. Nonetheless, all experts are unanimous in saying that this period hasn't created a new "Spa trend". The trends were already there but, over the course of just a few weeks, we found ourselves amid unprecedented disruption that propelled our present into the future at a daunting pace! So, Wellness in the world before... and more importantly after...here's a 360° overview!

L'essentiel en un regard

Ce LAB EXPERT a été traité sous l'angle de 12 items dont vous retrouvez la synthèse dans ce tableau. Le vécu et le regard de chacun de nos intervenants est repris de façon développée par la suite, avec leur expérience de terrain mais aussi leur vision du Wellness de demain, afin de répondre aux nouvelles exigences sanitaires, qui vont probablement perdurer un certain temps, mais aussi aux nouveaux besoins des client(e)s. Une source d'inspiration et de réflexion pour tous les exploitants ainsi que pour les fournisseurs du secteur !

<i>Le Spa</i>	<i>Dans le Monde d'avant...</i>	<i>...Dans le Monde d'après</i>
Soins Cabine	Rituels de marques et sensoriels.	Personnalisés et « thérapeutiques ».
Planning	Les soins se succèdent « à la chaîne » et les clients vont et viennent librement dans un espace humide non valorisé.	Le temps de l'après-soin (environ 15 minutes) reste préservé pour le retail et la relation client.
Produits	Spas souvent multimarques, orientés principalement sur la (grande) notoriété du partenaire principal.	Les marques de niche s'imposent aux côtés des grandes marques. Des gammes plus courtes, recentrées sur l'essentiel, porteuses de valeurs fortes, afin de répondre aux nouveaux besoins des consommateurs.
Retail	Anecdotique sur les Spas hôteliers. Elle est parfois en conflit avec la vente en ligne et les réseaux de masse (parapharmacie, web et discount). De plus, rares sont les Spas qui laissent du temps, entre chaque soin, pour la vente additionnelle.	Basée sur l'expertise des praticiens beauté et Wellness, le retail est fluide, en complémentarité intelligente avec le digital (push du local store). Le retail devient une vraie expérience, consécutive du soin et un temps réel est accordé à cet acte de conseil nécessaire à la rentabilité d'un Spa.
Recrutement	Beaucoup de turnover (48% en moyenne), une pénurie de compétences, peu de rémunération rapportée aux compétences et aux responsabilités.	Nécessité de fidéliser les équipes, de les monter en compétence pour répondre à une attente exigeante des consommateurs. Former de véritables Spa experts et donc ceci implique une revalorisation de la rémunération et la proposition d'un plan de carrière.
Management des Équipes	Un management souvent trop vertical avec peu d'animation et de dynamique d'équipe. Le praticien reçoit la formation aux soins par le ou les marques partenaires et il base le reste sur son expérience, ses collègues et son bon sens. Peu de perspectives d'évolution hormis celle de devenir Spa manager.	Un management durable sur la montée en compétence des équipes dans leur expertise, via une évaluation régulière des compétences, plus de suivi des acquis et une relation sincère en toute transparence. Une carrière riche pouvant le porter à devenir thérapeute, coach de vie, formateur, référent qualité, responsable guest et membres club... et non seulement Spa manager.
Management Opérationnel	Spa en fonctionnement distant de la dynamique hôtelière et analytique approximatif. Spa comme un mal nécessaire, minimisation des pertes.	Sphère Wellness au centre de la promesse client, nécessité d'englober le Spa comme pilier central de la rentabilité et de la stratégie de l'établissement hôtelier. Le Spa devient le moteur et plus uniquement un service additionnel.
Zone Humide	Incontournable pour l'exercice de l'activité, rarement valorisée, en accès illimité, voire même en gratuité. Le client l'explore librement selon son envie, sans vraiment être conseillé sur ses envies et/ou besoins.	Organisée, à forte valeur ajoutée, plus exclusive, encadrée et animée. Ce qui s'y passe est spécifique et maîtrisé avec l'expertise en finalité. Une zone travaillée en yield management afin d'optimiser sa rentabilité et son investissement conséquent mais ô combien stratégique et nécessaire pour en faire un vrai atout concurrentiel.



Linge & Coûts

Pas de normes sanitaires obligatoires, une grande approximation dans l'intégrité des pratiques, ou certains établissements se permettaient de ne pas changer tout le linge à chaque client : le fameux retournement de serviettes ! Peu ou pas de désinfection, peu ou pas de surchaussures, pas toujours de tongs jetables à usage unique... pas de zone de séparation linge propre et linge sale dans les Spas, souvent oubliée par les architectes ! Des économies certes mais très limitées pour l'intégrité du client et des équipes.

Finement repensés, les protocoles sont extrêmement précis : calibrage, comptage et chiffrage. Les marques tiennent compte de la démarche RSE afin de réduire les consommables et l'utilisation parfois excessive de linge, en trouvant des alternatives écoresponsables. L'ère de l'accès à la zone humide du Spa « tout gratuit » avec linge en libre-service est révolue.

Management Opérationnel & Outils de Gestion

Analyse globale des recettes et des dépenses avec peu de prise en compte des charges fixes. Rares sont les établissements à optimiser les plannings et les ressources.

L'analyse des KPI a été menée en profondeur et les tableaux de revue mensuelle extrêmement précis sont désormais le quotidien des directeurs de Spa. Le Spa se pilote aussi finement que l'hébergement et la restauration. Il va devenir très compliqué pour les établissements n'ayant pas de logiciel de gestion de Spa de suivre cette obligation de rentabilité.

Formation

Basé sur la formation initiale, nos experts confirment que le niveau général est très disparate selon les écoles où elle est dispensée. Formations de marques à la prise de poste par les équipes du fournisseur ou les collègues de travail.

Nécessité que les Spas praticiens atteignent le niveau d'experts beauté ou d'experts Wellness holistique. La formation continue mixte digital et présentiel, elle est régulière et pas uniquement une fois par an pour une remise à niveau.

Parcours

Parfois sans logique, il n'est pas réellement pris en compte et rarement valorisé. On parle de « packages » Spa, souvent stéréotypés, sans véritables expériences.

Il est cadré, mûrement réfléchi côté hygiène, intimité et qualité sensorielle. On parle d'expérience Spa.

Promesse

Basée sur la sensorialité, la relaxation et l'évasion.

Basée sur le résultat, l'amélioration physique et mentale, le changement de vie devient un besoin.