

# emotion Spa

Le Magazine International  
des Professionnels du Bien-être  
*The International Magazine for Wellness Professionals*

n° 6 - Eté/Summer 2006  
Français / English

## A la une

### Calme, luxe et bien-être

*Le Spa, valeur ajoutée  
des hôtels de charme*

### De l'institut au Spa

*Témoignage  
d'un parcours sans fautes*

### Quelle marque pour quel Spa ?

*Le choix de marque  
vu par les Spa Managers*

## DOSSIER

### Spa et Marques

*Des tendances aux besoins  
des consommateurs*

Le Soleil extérieur a soif du soleil intérieur

W

www.emotionspa-mag.com

7,50 €

on en parle  
let's talk about

voyages  
travels

tendances  
trends & tendencies

univers spa  
realms of spa

# L'éthique, le nouveau chic en cosmétiques

Pascale BROUSSE

**A**vez-vous remarqué? Impossible d'ouvrir un journal ces derniers temps sans lire un article sur l'éthique ou le commerce équitable. Après avoir longuement parlé de l'écologie puis du bio, c'est le terme porteur du moment ! Les Galeries Lafayette viennent d'organiser une exposition sur le thème du commerce équitable, tandis que l'Ethical Fashion Market battait son plein au Cabaret Sauvage à Paris.

Pas un secteur n'y échappe, à commencer par l'alimentaire, avec pour emblème les cafés et chocolats Max Havelaar, largement implantés en grande distribution. Les géants du secteur ont flairé le filon et Carrefour lance pour septembre une gamme « Agir solidaire », tandis que Danone cherche à se positionner sur le créneau des yaourts biologiques en Europe. Côté mode, cette tendance émergente s'accroît sous l'impulsion du même label qui a lancé une filière « coton équitable » en mars 2005, avec le tee-shirt comme produit d'appel. La « mode solidaire » se développe également au travers de l'Ethical Fashion Show à Paris qui a rassemblé une cinquantaine de marques internationales. Le Salon Prêt à Porter Paris a embrayé sur le même thème. Tous ces signaux concrets sont donc très encourageants pour l'avenir de la planète!

Sans parler du développement du « tourisme équitable » au travers d'une dizaine de voyageurs à l'initiative du label A.T.R, Agir pour Tourisme Responsable. Suivez le guide...

## L'éthique et le bio en cosmétique

Le phénomène a pris une sérieuse ampleur depuis que de nombreuses émissions et articles de presse ont mis en avant la toxicité de certaines substances chimiques dans les produits cosmétiques (Envoyé Spécial 03.03.05, « Les cosmétiques à l'ère du doute, comment sauver sa peau »



## Ethical, the latest cosmetic chic

Have you noticed? It is impossible to open up a news paper these days without finding an article on ethical or fair trade. After having long time talked about ecology and all natural products, this is the latest trend! The Galeries Lafayette have just organized an exhibition around the theme of fair trade, whereas the Ethical Fashion Market was the place to be at the 'Cabaret Sauvage' in Paris.

No industry can escape this tendency, starting with the food industry, where Max Havelaar's coffee and chocolate are emblematic and are greatly implanted in supermarkets. The industry giants have smelled the opportunity and

Carrefour (supermarket chain) will launch in September a line called

"Agir solidaire" (Act solidary), whereas Danone is looking to position itself on the 'all-natural yogurt' market in Europe. As for fashion, the upcoming tendency is enforced by the same label that launched the fair trade cotton channel in March 2005 with its T-shirt. This "solidary fashion" has also grown with the 'Ethical Fashion Show' in Paris, with over 50 international brands.

The 'Ready-to-wear' exhibition in Paris has done the same. All these concrete signs are very encouraging for the future of our planet! "Fair Trade Travel" is also developing itself thru a dozen of tour operators with the creation of the A.T.R (Agir pour Tourisme Responsable - Act on Responsible Tourism). Follow the guide...

## Ethical and all-natural in cosmetics

This phenomenon has seriously increased ever since TV shows and news articles have brought forth the toxicity of certain chemical substances in cosmetic products ('Envoyé Spécial' (news show) 03.03.05, « Les cosmétiques à l'ère du doute, comment sauver sa peau » (Cosmetics in an era of doubt, how to save ones skin) Nouvel Observateur (news magazine) 01.05.06, "Cosmétiques, l'envers du décor: crèmes hydratantes: votre santé en danger" (Cosmetics, behind the scenes, moisturising creams: your health's in danger) Que Choisir' (magazine) 10.25.05, the book by Professor Belpomme who recommends to "limit the use of ready-to-wear products and hair dyes", etc.). "60% of the substances applied on the skin are absorbed by the body, that is to say 2kg of synthesis substances per year".



## L'éthique

Nouvel Observateur 05.01.06, « Cosmétiques, l'envers du décor; crèmes hydratantes: votre santé en danger » Que Choisir 25.10.05, livre du professeur Belpomme qui prescrit de « limiter l'usage des produits de beauté cosmétiques et teintures capillaires », etc). « 60 % des substances appliquées sur la peau sont absorbées par le corps, soit 2 kg de synthèse par an » pouvait-on notamment lire dans Le Nouvel Observateur. Après les pays anglo-saxons, scandinaves et l'Allemagne, déjà au fait depuis plusieurs années, la France est aussi touchée. Au banc des accusés : les hormones dans les crèmes solaires, les sels d'aluminium dans les déodorants (lien avec le cancer du sein), les persulfates dans les colorations capillaires, les 26 composés allergisants dans les parfums, dont la liste est consultable sur le site de l'Afssaps\* (cf site des allergies cutanées)...

Certaines marques ont réagi ; Caudalie fut l'une des premières et a depuis enlevé le paraben de tous ses produits, en communiquant activement sur le fait, puis en précisant que tous les extraits de plantes qui seront utilisés seront titrés bio Ecocert, chaque fois que cela sera possible. Crabtree & Evelyn a également indiqué « Paraben free » sur sa nouvelle ligne Naturals de 19 produits. Un bon nombre de marques japonaises ont suivi, dont celles de dermo-cosmétiques, comme par exemple Shiseido pour sa nouvelle ligne Navision, sortie en novembre dernier, sans parfum et sans paraben). Le paraben n'est pas le seul en cause, et Sanoflore revendique aujourd'hui par exemple des cosmétiques sans phtalate ni phenoxyethanol (des noms encore abscons, mais qui ont leur importance).

Du coup les marques biologiques, longtemps restées marginales, s'installent pour de bon dans les linéaires français et internationaux (Harvey Nichols, Selfridges à Londres, etc). Des marques comme Dr Hauschka sont devenues en quelques années la référence des people et des journalistes, tandis que fleurissent sans cesse de nouveaux entrants comme Suzanne aux Bains, Green People, Spiezia Organics, ou encore la très récente Themis, première marque issue du commerce équitable et labellisée Max Havelaar (oui, le voilà partout ! Normal, il représente 80% du commerce équitable en France). Avec une mention pour les marques venues du froid scandinave et des Alpes Suisses vantant la pureté : Taer, qui a lancé Moa the green balm, ou encore la bio-alpine Alpüre. Ces produits sont bien sûr exempts de colorant et parfum de synthèse et n'ont pas de sur-emballage.

Même les bébés ont leur « A-list » de produits naturels à utiliser, de Cattier à Weleda en passant par Green Mama, qui ont tous développé des lignes de soins pour petits (Elle magazine « Bébés bobos » 08.05.2006). La plupart de ces marques ont de larges gammes déjà établies et élargissent ainsi leur distribution, principalement en pharmacies (Weleda, Sanoflore,...).

Mais les marques « niches » ne sont pas les seules présentes sur le marché du naturel.

**« Au banc des accusés: les hormones dans les crèmes solaires, les sels d'aluminium dans les déodorants (lien avec le cancer du sein), les persulfates dans les colorations capillaires, les 26 composés allergisants dans les parfums, dont la liste est consultable sur le site de l'Afssaps\* ».**

**“The culprits : hormones in sun creams, aluminium salts in deodorants (related to breast cancer), persulfates in hair dye, 26 allergizing compounds in perfumes, listed of the 'Afssaps\* web site”.**

could be read in the Nouvel Observateur. Anglo-Saxon and Scandinavian countries, as well as Germany, have been aware of this problem for many years. Now it is France's turn. The culprits: hormones in sun creams, aluminium salts in deodorants (related to breast cancer), persulfates in hair dye, 26 allergizing compounds in perfumes, listed on the Afssaps\* web site (see: cutaneous allergies), etc.

Certain brands have reacted. Caudalie was one of the first, and has, ever since, taken out Paraben from all of its products, and has actively spread the news. They have stated that all of plants extracts they use will be all natural and Ecocert whenever possible. Crabtree&Evelyn is also indicating « Paraben free » on its new 'Naturals' line of 19 products, as well as many Japanese brands, including the derma-cosmetics (Example: Navision, Shiseido's new line, launched last November, perfume free and Paraben free). Paraben isn't the only guilty substance. Sanoflore is proud to show that their products are Phthalate free and Phenoxyethanol free (obscure names but which are important).

Because of this, all-natural brands, which used to be marginal, are here to stay on French and international store selves (Harvey Nichols, Selfridges in London, etc). Brands such as Dr Hauschka, have become, in a few years, a reference for jetsetters and journalists, while new brands flourish everywhere, such as 'Suzanne aux Bains', 'Green People', 'Spiezia Organics', or the very recent 'Themis', the first brand created by fair trade and distributed by Max Havelaar (yes, he is everywhere! It's normal, he represents 80% of fair trade in France). A special mention for Scandinavian and Swiss Alps brands which put forth purity: Taer, which launched 'Moa the green balm', or the all-natural alpine 'Alpüre'. These products, of course, do not contain colouring or synthetic perfumes, and do not have excessive packaging. Even babies have their « A-list » of all-natural products: from 'Cattier' to 'Weleda', to 'Green Mama', who have all developed lines of products for little ones (Elle magazine "Bébés bobos" (Baby boobos) 05.08.06). Most of these brands already have established lines of products, and are increasing their distribution, mainly in pharmacies (Weleda, Sanoflore...).

But the « specialized » brands aren't the only ones present on the market. As proof, the recent acquisition of 'Body Shop', the pioneer of ethical trade, by the L'Oréal group. This was an excellent initiative, and should favour the expansion and the notoriety of ethical cosmetics.

Brands and distribution are committed. 'Nature & Découvertes' have launched last year, in their 61 stores, numerous cosmetic products all certified Ecocert or labelled 'Cosmebio'. They were presented in May 2005 in their first catalogue "Bien-être au naturel" (Natural Wellness), with a selection of Spas and Institutes tested by their teams.





Témoignage, la récente acquisition de Body Shop, pionnier du commerce éthique, par le groupe L'Oréal. Voici une excellente initiative, qui devrait favoriser l'expansion et la notoriété des cosmétiques éthiques. Bref, les marques et les réseaux s'engagent. Nature & Découvertes a ainsi lancé depuis un an de nombreux produits cosmétiques certifiés Ecocert ou labellisés Cosmebio dans ses 61 magasins. Ceux-ci étaient présentés en mai 2005 dans leur premier catalogue « Bien-être au naturel », avec une sélection de Spas et instituts testés par leurs équipes.

#### FOCUS : L'éthique, pourquoi ça marche ?

Le but est de consommer différemment, de s'impliquer, de mettre du sens dans ses achats. C'est aussi une forme de respect: pour soi (sa santé, sa peau), et pour l'environnement. De plus, en achetant ainsi un produit venant d'un petit producteur, cela permet de créer du lien, souvent à partir d'une histoire sur l'origine de l'objet, voire sur les personnes qui l'ont fabriqué.

En outre, on est assuré de la garantie des conditions de travail et d'un salaire minimal aux producteurs, de la qualité des matières premières utilisées, des modes de production peu polluants, de favoriser l'essor des communautés locales, etc.

#### L'éthique séduit les Spas

Les Spas ne sont pas en reste, comme nous montre la récente ouverture de L'Appartement 217 à Paris, premier « Spa bio » dans la capitale à proposer des produits naturels dans un environnement issu du « Feng Shui » (nous y reviendrons dans le numéro suivant). A l'étranger, de vastes Spas équitables ont ouvert ces dernières années.

Des matériaux aux produits utilisés, tout est passé au crible. En effet, pas question d'utiliser des bois provenant de forêts déjà gravement menacées par la déforestation (comme la plupart de celles du sud-est asiatique durement touchées par les importations illégales de bois chinoises - la Chine a vu sa consommation augmenter de 70% en 10 ans - mais ce n'est pas la seule coupable).

L'eau y est la plupart du temps recyclée, les produits ménagers utilisés respectueux de l'environnement. C'est aussi le cas de certains sièges sociaux, comme celui de la marque Aveda aux Etats-Unis, autre pionnière du genre à avoir adhéré à une philosophie éthique globale, que l'on attend toujours chez nous.

#### FOCUS: Ethical, why it is popular?

The aim is to consume differently, to be implied, to make sense while buying. It's also a form of respect: for oneself (ones health, ones skin), as well as for the environment. Plus, if you buy a product from a small producer, you create a bond, because there often is a story that goes with the origin of the object, or with the person who created it.

We are sure that work conditions have been respected and that a decent salary has been given to the producer. We are also sure about the quality of raw materials used, that production means were the less polluting possible, that the growth of local communities was favoured, etc.

#### Ethical seduces Spas

Spas aren't left behind, as the recent opening of "L'Appartement 217" in Paris shows us. It is the first « all-natural Spa » in the capital to offer all-natural products in a "Feng Shui" atmosphere (we will talk more about this in our next issue). Abroad, vast equitable Spas have opened up over the years. From the materials to the products used, everything is verified. No wood from

endangered forest will be used (like most of the South-East Asian forests where illegal importations of Chinese wood has been noticed - China has seen their wood consumption increase by 70% in 10 years - but they aren't the only guilty ones).

Water is often recycled; the domestic cleaning products used are environment-friendly. It is also the case of social brands, such as Aveda in the United States, one of the pioneers of the global ethical philosophy, a brand we are still waiting for here.

« Les Spas ne sont pas en reste, comme nous montre la récente ouverture de L'Appartement 217 à Paris, premier « Spa bio » dans la capitale à proposer des produits naturels dans un environnement issu du « Feng Shui ».

“Spas aren't left behind, as the recent opening of « L'Appartement 217 » in Paris shows us. It is the first “all-natural Spa” in the capital to offer all-natural products in a « Feng Shui » atmosphere”.

Tout compte dans la démarche, ainsi il conviendra par exemple d'éviter l'usage des produits à usage unique type lingettes, qui augmentent considérablement le volume des déchets, sans parler du coût. Vive les « éco-emballages » !

Daintree Ecologde en Australie se trouve en pleine forêt tropicale, avec des chambres perchées proches de la cime des arbres. Les soins et produits sont bien sûr locaux -aborigènes. Le dépaysement est total, malheureusement ce luxe de nature a un prix ! Pour rêver, citons encore le Spa de l'île privée Frégate aux Seychelles. L'écologie est partout dans ce coin encore en partie « sauvage ». Il s'agira donc de préserver au maximum cet environnement et pour cela d'en profiter en nombre limité (32 occupants au plus).

**Bémol personnel :** j'aimerais quand même bien aussi pouvoir trouver un Spa authentique plus accessible en terme de prix, et donc moins luxueux !

Dans un registre proche, le magnifique et très aboutit Thermes Vals en Suisse a été construit en pierres du pays, alimenté par l'eau de la montagne. Ce bijou architectural a su utiliser la matière brute et les éléments environnant à merveille, et son architecte, Peter Zumthor, s'est pleinement inspiré des thermes anciens dans sa construction. Une vraie recharge minérale, où le temps coule et les pendules sont absentes.

**Les Spas français auraient tout à gagner à se lancer activement sur ce terrain. Quoi de plus cohérent ? Car comment prétendre que l'on préserve la beauté et le soin de soi sans préserver l'environnement ? Que penser de certains centres de thalassothérapie qui abusent des produits chlorés dans leur piscine ? Puisque l'on parle de tendance « Spas Back to Roots », alors, autant commencer par la base, n'est-ce pas ?**

\*Afsapps : Agence Française de Sécurité Sanitaire des Produits de Santé

It is best to avoid using single-use objects, such as towel wipes, which only increases trash volume, and increases the price. Long live ecological packaging! Daintree Ecologde in Australia is in the middle of a tropical forest, and the bedrooms are perched up in the tree tops. The care treatments and products are, of course, local - aboriginal. You are totally in another world, unfortunately, this natural luxury has a price! If you

want to dream, we could talk about the Spa on the private island of Fregate in the Seychelles islands. Ecology is everywhere in this still "wild" part of the world. We will therefore need to preserve this environment from Man as much as possible, to visit it in limited numbers of people (maximum 32 occupants).

**Personal dislike:** I would very much like to find an authentic Spa more accessible price-wise and therefore less luxurious!

Along the same lines is the magnificent and very accomplished 'Thermes Vals' in Switzerland, which was built out of local stones and is supplied with the mountain's water. This architectural gem has beautifully combined raw material with the surrounding elements. Its architect, Peter Zumthor, was fully inspired by the ancient thermal baths. A true mineral replenishment, where time drifts by and where clocks are banished.

**French Spas have everything to gain by following these inspirations. What could be more coherent? Because how can you claim to preserve beauty and take care of yourself if you don't take care of nature? What opinion should we have of Thalassotherapy centres that use too many chlorine products in their pools? Since the tendency is « Back to Roots Spas », well then, let us start at the bottom, and work up?**

\*Afsapps : Agence Française de Sécurité Sanitaire des Produits de Santé (French Sanitary Health Product Safety Agency)

## FOCUS

### Une expérience à suivre : l'Ecobio Spa

Dans le cadre d'un projet global d'écodéveloppement touristique conduit par une petite commune des Alpes-Maritimes, Villars sur Var, à 45 km de Nice et sous l'impulsion de son Maire, Edgar MALAUSSENA et de ses élus, fervents défenseurs de l'environnement, il est prévu la création d'un Ecobio Spa. Il sera construit selon les normes de l'écobiotique (géobiologie, principes de construction bioclimatique, énergies renouvelables, matériaux sains ...) et exploité en total respect de l'environnement : produits issus de la production locale (vigne, olives, plantes méditerranéennes, ...) et d'origine biologique, gestion écologique de l'eau et des rejets, gestion des déchets... **La commune cherche des partenaires investisseurs et ou gestionnaires intéressés par le projet. Ouverture prévue en 2008.**

**Pour plus de renseignements, contacter la Mairie de Villars sur Var +33 (0) 4 93 05 32 32 ou Ressourcea +33 (0) 6 16 02 36 89**

### An experiment to be followed: the Ecobio Spa

As part of a global project of tourist eco-development, led by a little commune of the Alpes-Maritimes, Villars sur Var, 45 km from Nice, and in a fit a its mayor, Edgar MALAUSSENA, and the elected representative ardent keen on environmental protection, it is planned to create an Ecobio Spa which will be built according to the ecobiotic's standards (geo-biology, principles of bioclimatic construction, renewable energies, healthy materials...) and will be exploited in total respect of the environment: products from local production (vine, olives, Mediterranean plants...) and from biological origin, ecological management of water and its rejections, waste management... **The commune searches for investors partners and/or managers interested by the project. Opening scheduled for 2008.**

**More information: contact Villars sur Var's Town Hall +33 (0)4 93 05 32 32 / or Ressourcea +33 (0)6 16 02 36 89**