

FR UK N° 31 - Automne / Autumn 2012

The Spa Business Magazine for Wellness professionals

emotionSpa Magazine

EXCLUSIF
LE BAROMÈTRE
DE L'ECONOMIE ET
DES TENDANCES SPA
THE BAROMETER
OF SPA BUSINESS
AND TRENDS

DOSSIER

Le Spa face aux enjeux
de la rénovation hôtelière
Spas facing the challenges
of hotel renovations

CRÉATEURS INSPIRÉS INSPIRED CREATORS

Spa en 2 étoiles *2 Star hotel Spa*
Spa des neiges *Snow Spa*
Aqua bien-être - *Aqua wellbeing*

CONCEPTS

Spa dédié aux femmes
Golf & Spa, l'alliance gagnante
A Spa dedicated to women's wellbeing
Golf & Spa, a winning combination

ISSN 1779 - 9929 - 15€

www.emotionspa-mag.com

LES 10 TENDANCES DU SPA

10 trends in the Spa industry

par/by Pascale BROUSSE
et Hugo WILLEMIN

SI, EN 2012, LA QUÊTE DE MIEUX-ÊTRE EST UN ENJEU DE SOCIÉTÉ MAJEUR, LA CLIENTÈLE DES SPAS EST EN PREMIÈRE LIGNE ET ATTEND DES BÉNÉFICES AVERÉS. COMME EN RETAIL, L'OFFRE DE BIEN-ÊTRE DEVIENT UNE PROMESSE D'EXPÉRIENCE. LES INNOVATIONS FLEURISSENT ET L'OFFRE SE COMPLÈTE, JUSQU'À DEVENIR HOLISTIQUE. LES ACTEURS CHOISSENT DES POSITIONNEMENTS MARQUÉS AMBITIEUX, QUI VONT JUSQU'À REDÉFINIR LE SPA.

IF THE SEARCH FOR WELLBEING IS A MAJOR ISSUE FOR SOCIETY IN 2012, THEN SPA CUSTOMERS ARE AT THE FRONT OF THE QUEUE AND EXPECT PROVEN BENEFITS. AS IN RETAIL, THE WELLBEING OFFERING HAS BECOME THE PROMISE OF AN EXPERIENCE. INNOVATIONS ARE FLOURISHING AND THE OFFERING IS DEVELOPING, TO THE POINT OF BECOMING HOLISTIC. MARKET PLAYERS ARE CHOOSING CLEAR, AMBITIOUS POSITIONS IN THE MARKET WHICH WILL REDEFINE THE SPA.

LE SOIN EN SPA, MOMENT D'EXPERIENCE & PLAISIR IMMEDIAT

A Spa Treatment is an experience providing instant pleasure

////////////////////
L'offre Spa s'adapte aux attentes consommateurs, en quête de sensations et toujours plus exigeants.

Spa offerings adapt to the expectations of increasingly demanding customers looking for sensations

48 EMOTION SPA Magazine



SENSATIONS PER AQUA, LE RENOUVEAU DU METIER

Spa et Thalasso développent de nouvelles expériences autour de l'eau : fontaine de glace, douche horizontale, ou encore couloir de pluie.

LE + INNOVANT: Au Japon, l'équipement Head Soda Spa permet des soins à l'eau gazeuse, enrichie en gaz carbonique, pour une meilleure aération du cuir chevelu.

LE + INNOVANT: La Cryothérapie, soin de l'extrême à l'efficacité prouvée (puissant stimulateur psychique et analgésique, meilleure élasticité du collagène, diminution des tensions inter-tissulaires...). Auparavant réservée aux sportifs, elle permet toutes les déclinaisons : chambre froide, cryolipolyse, cryosauna, etc. L'Institut de Cryothérapie (Var), référence en la matière, soigne autant les athlètes que les particuliers (cures tonifiantes).

SENSATIONS PER AQUA THE REVIVAL OF THE PROFESSION

Spas and Thalassotherapy centres are developing new water-based experiences: ice fountains, horizontal showers, and even rain corridors.

MOST INNOVATIVE: In Japan, Head Soda Spa equipment can be used for carbonated water-based treatments, enriched with carbon dioxide, for

better airing of the scalp.

MOST INNOVATIVE: Cryotherapy - a treatment which has been proven to be extremely efficient (a powerful physical and analgesic stimulator, better collagen elasticity, a decrease in inter-tissue tension etc.). Previously for sportsmen and women, it can also be used in a variety of other settings: cold room, cryolipolysis, cryosauna etc. The Institut de Cryothérapie (Var, France), a benchmark in the field, treats athletes as often as it treats the general public (a tonifying course of treatment).

QUINTE SENS : THE NEW RELAX

La relaxation, qui constitue LA demande principale en Spas (massage = 85% de la demande)***, devient multisensorielle :

- La Healing Music (musicothérapie) pour compléter le massage. Lebe Sound propose régénération et rajeunissement du corps par des sons qui permettent aux différents organes et membres de retrouver leur résonance initiale.

LE + INNOVANT : Le La de Lancôme, massage relaxation au diapason.

- The Power Nap ou le sommeil pour déconnecter : du développement des bars à siestes (YeloSpa, le précurseur à NYC en 2007 et Zen, le 1^{er} à Paris en 2011) jusqu'aux pauses conçues comme de véritables voyages immobiles via la stimulation des sens.

LE + INNOVANT: La Cabine d'Immersion Sensorielle (écran full HD et bande son) à l'Aquamoon (place Vendôme à Paris, à lire p.58).

QUINTE SENS: THE NEW RELAXATION

Relaxation, the main expectation from Spas (massage = 85% of demand)***, becomes multisensory:

- Healing Music (music therapy) to complete a massage. Lebe Sound offers regeneration and rejuvenation of the body through sounds which enable the different organs and limbs to find their initial resonance once again.

MOST INNOVATIVE: La by Lancôme, a relaxing, massage with tuning fork harmony.

- The Power Nap or sleeping to recharge the batteries: from developing bars to siestas (YeloSpa, the forerunner, in NYC in 2007, and Zen, the first in Paris, in 2011) and breaks designed as stationary voyages through the stimulation of the senses.

MOST INNOVATIVE: The Sensory Immersion Treatment Room (full HD screen and soundtrack) at Aquamoon (place Vendôme in Paris, read more on p.58).

L'ambition beauté du Spa

Au-delà du bien-être, le Spa vise la beauté de la tête aux pieds via :

- Des offres spécifiques (hair Spa, nail & brow bars...).
- Des soins globaux (boom des cures détox développement de l'anti-âgeing...).
- Sans oublier la technologie (laser, radiofréquence, cavitation)... pour un Médi-Spa de pointe, complémentaire de l'offre beauté traditionnelle.

LES + INNOVANTS :

- Le Longevity Wellness Resort à Monchique (Portugal), positionné sur l'age-management et la longévité, propose une offre complète (injections, laser, ozonothérapie, thérapie détox... jusqu'aux nutriments par intraveineuses).

- Le Spa Source La Roche Posay nouvellement refait, avec le Dermaspa et l'Unité Anti-Age, espace médicalisé où l'on consulte dermatologues et coaches esthétiques (médecine et cosmétique anti-âge, lasers), 1^{er} du genre en France. (à lire EMOTION SPA Magazine 30).

THE BEAUTY CARE AMBITION OF SPAS

Beyond wellbeing, Spas are aiming to provide head-to-toe beauty care with:

- Specific offers (hair Spa, nail & brow bars, etc).
- All-round treatment (boom in detox treatments, development of anti-ageing treatments, etc).
- Not to mention the technology (laser, RF, cavitation) for a state-of-the-art Medispa, in addition to the traditional beauty care offer.

MOST INNOVATIVE:

- The Longevity Wellness Resort in Monchique (Portugal), which focuses on age management and longevity, has a full offering (injections, laser treatment, ozonotherapy, detox therapy, and even intravenous nutrients).

- The newly renovated Le Spa Source La Roche Posay with Dermaspa and Anti-Ageing Unit, a medicalised area where you can consult dermatologists and aesthetic coaches (anti-ageing medicine and lasers), is the no.1 destination of its type in France (read more in EMOTION SPA Magazine 30).

LA REASSURANCE DE L'INFO ONLINE

La clientèle ultra sollicitée veut des résultats prouvés et s'informe avant tout :

- Spaevidence.com, portail créé en 2011, démontre les bénéfices santé des thérapies et soins existants en Spa (acupuncture, traitement cellulite, massage, etc.) en se basant sur des études cliniques.

LE + INNOVANT : Wizpert, plateforme online qui permet à l'utilisateur d'entrer en relation via Skype avec un expert dans un domaine spécifique (sport, santé, bien-être...) pour lui poser ses questions.

THE REASSURANCE OF ONLINE INFORMATION

The over-targeted clientele wants proven results and finds the information themselves first:

- Spaevidence.com, a portal created in 2011, shows the health benefits of existing Spa therapies and treatments (acupuncture, cellulite treatment, massage etc.) with the aid of clinical studies.

MOST INNOVATIVE: Wizpert, an online platform which allows users to communicate via Skype with an expert in a particular field (sports, health, wellbeing etc.) and to ask specific questions.

SPAING, CURE DE BIEN-ÊTRE *SPAing: a course of wellbeing treatment*

Le séjour Spa évolue vers une offre polymorphe, qui s'adapte à tous types de destination.

Stays at Spas are moving towards a polymorphous offering which can be adapted to all types of destinations.



Spa for kids, un potentiel polémique

Le concept pour les 6-17 ans, dynamique aux Etats Unis, provoque la controverse en France :

- Sensé participer à l'appréhension du corps d'après certains, mais accusé par les pédo-psychiatres d'érotiser le corps des enfants.
- Adaptation de l'offre, plus ludique (protocoles écourtés et soins gourmands comme le bain lait-fraise ou barbe à papa du Spa After the rain, réservé aux kids un mercredi après-midi par mois).

LES + INNOVANTS :

- Paradis d'une femme à Paris et ses Instants Girly (fish pédicure, maquillage, soin ou massage), véritables goûters beauté avec Champomy et boudoirs.
- Arrivée sur le marché des marques de mode enfants : Hello Kitty Beauty Spa à Dubaï (A lire p.30) ou le Pop Up Spa Bonpoint pour initier les mamans au massage des enfants (jusqu'à 10 ans).

SPA FOR KIDS: A POTENTIAL CONTROVERSY

The concept for 6-17 year olds, which is thriving in the USA, is causing controversy in France:

- According to some, it contributes to uneasiness about the body, and child psychiatrists accuse it of eroticising children's bodies.
- Adaptation of the offer to make it more playful (shortened protocols and food-themed treatments like the After the rain Spa's strawberry milk and candy floss baths, which are just for children on one Wednesday afternoon per month).

MOST INNOVATIVE:

- Paradis d'une Femme à Paris, for the girls about town (fish pedicure, make-up, treatment or massage), beauty tea parties with Champomy (fizzy apple juice) and ladyfinger biscuits.
- Arrival of fashionable brands for children on the market: Hello Kitty Beauty Spa in Dubai (Read more on p.30) or Bonpoint's Pop-Up Spa to introduce mums to the benefits of massage for children up to the age of 10.

50 EMOTION SPA Magazine

BESPOKE : LE NOUVEAU LUXE

Pour distinguer son offre, le luxe mise sur une personnalisation poussée des soins :

- Les diagnostics pré-soin (peau, nutrition, lifestyle...) permettent de s'adapter aux attentes et besoins de chaque client.

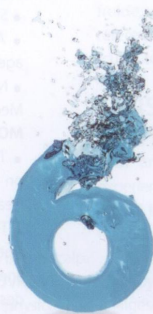
LE + INNOVANT : les produits de soins My Blend (Spa Clarins) permettent une customisation des formules (plus de 400 possibilités) grâce aux concentrés d'actifs choisis par les beauty coachs selon les besoins cutanés spécifiques du client et du moment.

BESPOKE: THE NEW LUXURY

To distinguish its offering, Luxury sectors are relying on more personalised treatments:

- Pre-treatment diagnoses (skin, nutrition, lifestyle etc.) allow centres to adapt to the requirements and needs of each client.

MOST INNOVATIVE: the My Blend treatment products (Spa Clarins) provide bespoke formulas (more than 400 possibilities) thanks to the active ingredient concentrates chosen by beauty coaches according to the specific skin needs of the client as well as ad-hoc requirements.



LOW COST CARE, le bien-être toujours plus accessible

L'offre bien-être se démocratise et le Spa s'implante dans le quotidien du client via un soin simplifié, pratique, voire automatisé :

- Offres promotionnelles online (Groupon), couponing, Ventes Privées, Smartboxes...
- Pour inspiration : Bubble Beauty en gares et CarrefourPlanet espace beauté, la coupe de cheveux immédiate sur le trajet (un modèle présent au Japon de longue date).

LE + INNOVANT: le concept de « centre de bien-être » Therach'i (franchises), met la relaxation à portée de tous : lits de massage thermique, plateforme oscillante tonifiante ou encore bains de pieds purifiants à ions négatifs.

LOW COST CARE: even more accessible wellbeing

Wellbeing is becoming more accessible and Spas are becoming part of daily life for clients with simplified, practical, and even automated treatments:

- Online promotional offers (Groupon), vouchers, private sales, Smartboxes etc.
- For inspiration: Bubble Beauty in train stations and beauty care zones at CarrefourPlanet for an instant, mid-journey haircut (a business model that has been around for a long time in Japan).

MOST INNOVATIVE: the concept of Therach'i 'well-being centres' (franchises), makes relaxation available to all: thermal massage beds, tonifying oscillating platform, and even purifying negative-ion foot baths.



LE SPA, POLARISATION DU MARCHÉ

Spa : polarisation of the market

Crise oblige, le marché du Spa cherche de nouveaux relais de croissance à travers une offre au ciblage affiné. Because of the crisis, the Spa market is looking for new means of growth through more targeted offers.

INTEGRATIVE WELLNESS : THE NEW HYBRID SPA

L'ambition consommateur de gérer au mieux son capital santé place le Spa au centre d'un healthcare system***, jusqu'à devenir « lifestyle management provider » (soin, nutrition, sport, yoga, méditation...) :

- Miraval en Arizona (US) et Kamalaya Koh Samui en Thaïlande, emblématiques de l'approche santé intégrative.
- Le Beauty Spa L. Raphaël à l'hôtel Martinez, 1^{ère} initiative holistique française avec sa formule « croisière beauté », (à lire EMOTION SPA Magazine 30).

LES + INNOVANTS :

- Le projet Resort Shaolin Chi, en Chine dans le berceau du bouddhisme, se centre sur l'unité corps-esprit en couplant les principes médicaux de l'Asie et de l'Occident.
- Et toujours Henri CHENOT à Merano, pape de la détox avec une approche globale corps-nutrition, (à lire EMOTION SPA Magazine 25).

INTEGRATIVE HEALTH: THE NEW HYBRID SPA

The ambition of consumers to manage their health better puts the Spa at the centre of a healthcare system centre***, to the point of becoming a 'lifestyle management provider' (treatment, nutrition, sport, yoga, meditation etc.):

- Miraval in Arizona (US) and Kamalaya Koh Samui in Thailand are emblematic of the 'integrative health' approach.
- The Beauty Spa L. Raphaël at the Martinez hotel, the first holistic initiative in France, with its 'beauty cruise' formula (read more in EMOTION SPA Magazine 30).

MOST INNOVATIVE:

- The Shaolin Chi Resort project, in the cradle of Buddhism in China, is centred on body-mind unity by coupling Asian and western medical principles.
- And once again Henri CHENOT in Merano, the King of detox, with an all-round body-nutrition approach, (read more in EMOTION SPA Magazine 25).

SPAING, LE BIEN-ETRE A LOUER

Le Spa devient un indispensable de tous les séjours et voyages :

- Boom des Spas en résidence de tourisme : Spa ô des Cimes présent dans 90% des résidences CGH ; mais aussi Club Med qui crée 35 Spas (partenariat Les 5 Mondes, Nuxe, etc.) et 15 espaces bien-être éphémères.
- Les soins sont adaptés aux destinations et loisirs, comme MMV et son Soins Signature Grand Froid en montagne.

LE + INNOVANT :

- Le Chalet à Verbier, avec Spa privatif de luxe à louer (18 personnes), cinéma, discothèque...pour des séjours anti-âge ou minceur.

SPA-ING: WELLBEING FOR HIRE

Spas are becoming a Must for all types of breaks and holidays:

- Boom in Spas in tourist residences: Spa ô des Cimes is in 90% of CGH residences; also Club Med which is creating 35 Spas (partnerships with Cinq Mondes, Nuxe, etc.) and 15 temporary wellbeing areas.
- Treatments are adapted to destinations and leisure activities, like MMV and its signature Grand Froid en Montagne treatment.

MOST INNOVATIVE:

- Le Chalet in Verbier is a luxury Spa for hire (18 people) with cinema, disco, etc. for anti-ageing and slimming breaks.

A greater green Spa comme parenthèse végétale

Le Spa s'épanouit loin des villes pour proposer une immersion verte totale, à la manière d'un écolodge.

- Eco-conception et nouveaux codes de design; l'éco-label Green Globe a développé une certification spécifique au Spa en collaboration avec Six Senses, pionnier en matière d'éco-green Spa

- Exploitation des atouts locaux et sustainability en ligne de mire

LE + INNOVANT :

- L'Heure Végétale d'Yves Rocher, Spa éco-conçu au cœur des landes bretonnes, avec sa cabane juchée à 5 mètres et son offre soin « végétalisante » (promenade oxygénante, soin à base de plantes bio...), (à lire EMOTION SPA Magazine 30).

A GREATER GREEN SPA: A VEGETAL INTERLUDE

Spas are blossoming far from towns to offer complete 'green' immersion in the style of an eco-lodge.

- Eco-concepts and new design codes; the Green Globe eco-label has developed certification specific to Spas in collaboration with Six Senses, a pioneer in the field of eco-Spas.

- Focus on using local assets and sustainability.

MOST INNOVATIVE:

- L'Heure Végétale from Yves Rocher, an eco-Spa designed in the heart of the Brittany moors, with their treatment room perched 5 metres up, and their 'vegetal' treatment offering (oxygenising walk, organic plant-based treatment etc.), (read more in EMOTION SPA Magazine 30).



Mon avis

FR DU SPOT URBAIN AUTOMATISÉ À LA CURE OÙ MÉDITER, LA FRANCE S'OUVRE À DES POSSIBILITÉS MULTIPLES ; JUSQU'À SUIVRE LA VOIE PORTEUSE DU BIEN-ÊTRE INTÉGRATIF, à l'instar de l'hôtel Cala Rossa à Porto-Vecchio qui propose « 1 semaine pour découvrir les outils du mieux-vivre et de la gestion du stress » avec le Dr D. LAMBOLEY, spécialiste des médecines énergétiques.

Malgré la crise et une maturité annoncée, le secteur du Spa ne cesse de se renouveler, pour notre plus grand bien (être).



My opinion

UK FROM THE AUTOMATED URBAN LOCATION TO A COURSE OF SPA TREATMENTS INVOLVING MEDITATION, FRANCE IS OPENING UP TO MULTIPLE POSSIBILITIES AND IS NOW GOING DOWN THE PROMISING ROAD OF 'INTEGRATIVE WELL-BEING'. This follows the example of the Cala Rossa hotel in Porto-Vecchio which offers '1 week to discover improved living and stress management resources' with Dr. D. LAMBOLEY, a specialist in energy medicine.

Despite the economic crisis and supposedly reaching maturity, the Spa sector continues to renew itself for our greater good, or rather well...being.