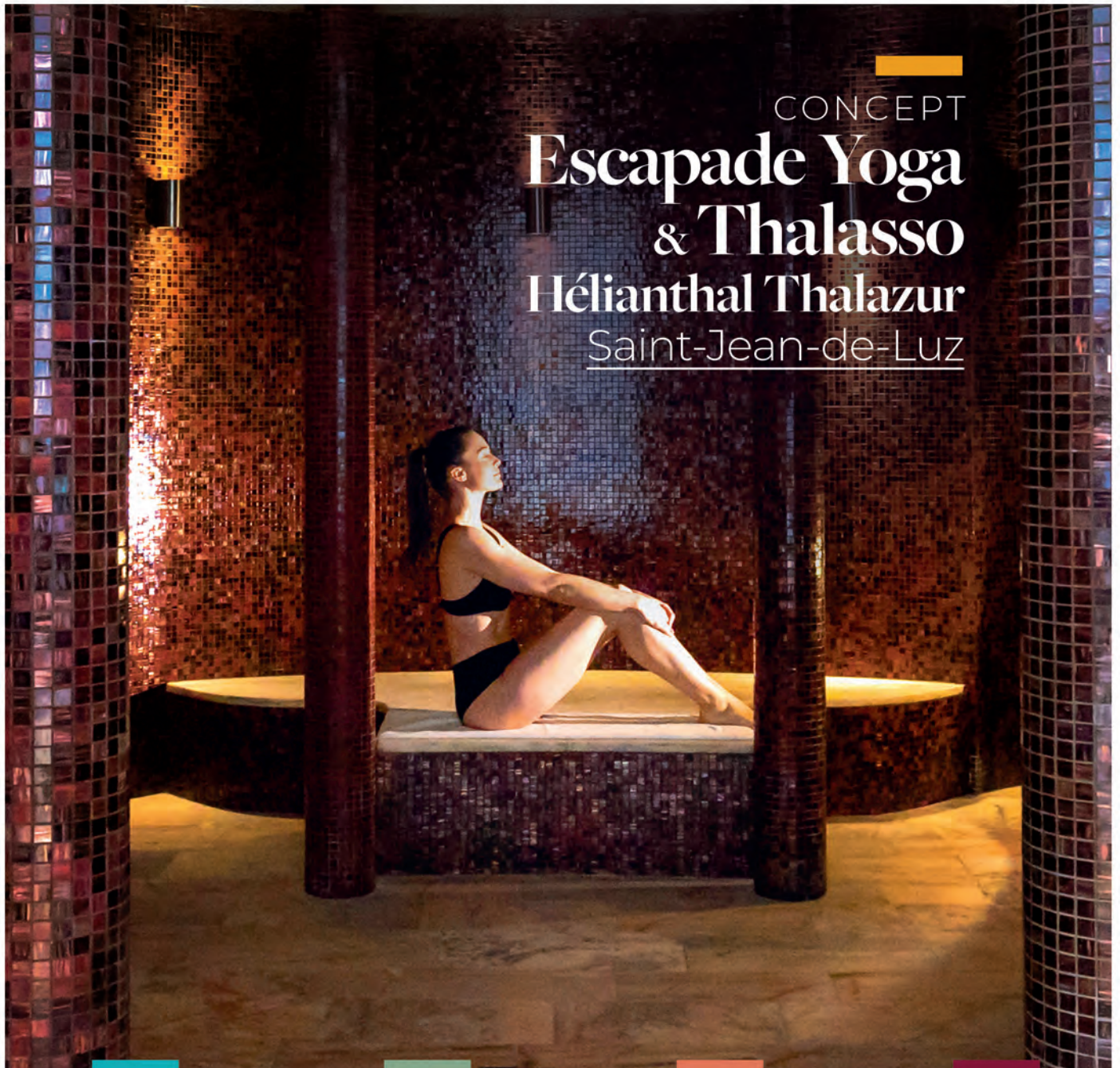


Wellness *Sense of*

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

www.senseofwellness-mag.com

#22 Printemps *Spring* 2022 | 15€  



CONCEPT

Escapade Yoga & Thalasso

Hélianthal Thalazur

Saint-Jean-de-Luz

News

EquipHotel 2022
Une édition très attendue et déjà plébiscitée

Cosmetic

Snow Group
ambitionne de devenir un acteur majeur du Wellness

Design

Le Bulgari Hotel Paris
Dernier né des hôtels ultra-luxe de la capitale

Dossier

Wellness Hospitality 2022
Les ouvertures Spas les plus attendues

PHYTOMER

À VOS CÔTÉS DEPUIS 50 ANS



(mer)ci

Votre confiance
est notre plus beau cadeau

Ce 50^{ème} anniversaire est l'occasion de vous remercier, vous les professionnels, qui au quotidien faites vivre notre passion : la beauté et le bien-être par la mer. L'occasion aussi de renouveler notre engagement pour inventer avec vous, main dans la main, un soin toujours plus éthique, plus performant et plus respectueux de la peau et de la planète.



PHYTOMER, PARTENAIRE DES PLUS BEAUX SPAS

phytomerpro.fr

Sense of Wellness

The 360° Spa & Wellness Innovation Magazine

(mer)ci



PHYTOMER

*Nous sommes ravis de célébrer nos 50 ans à vos côtés.
Interview exclusive en page 10.*

MATRIX

UNE EXPÉRIENCE ÉCLAIRÉE DU FITNESS

Des hôtels réputés dans le monde entier font confiance à **Matrix** pour ses **solutions** uniques et **personnalisées**.

Profitez de notre **expertise** et de nos 40 ans d'expérience au service du **bien-être** de vos clients et pour votre **réussite**

Quelques-unes de nos références :

Ritz Health Club Paris (France),
Four seasons hôtel des Bergues (Suisse),
Marriott Marble Arch London (Grande-Bretagne),
Le Chabichou Courchevel (France),
Brenner's Park-Hotel & SPA Baden Baden (Allemagne),
Royal Hainaut Spa & Resort Hotel (France)
et bien d'autres encore

www.matrixfitness.fr
marketing@jhtfrance.fr
+ 33 (0)1 30 68 62 80
matrix fitness france

f @ in





Hotel &
Restaurant
Meetings
upgrade your hospitality

RETROUVEZ NOUS STAND D35



CINQ MŌNDES
PARIS

RITUELS DE BEAUTÉ
DU MONDE

PLUS DE 1000 SPAS,
GRANDS MAGASINS
ET MAGASINS RETAIL
HAUT DE GAMME

- Une présence dans 35 pays à travers le monde
- La Dermapuncture, une méthode exclusive pour des Soins signatures uniques
- Une gamme complète de 70 produits
- L'efficacité prouvée des médecines traditionnelles du monde

POUR TOUTE DEMANDE DE RENSEIGNEMENTS
Mathilde Maye - mmaye@cinqumondes.com

www.cinqumondes.com



Edito

[N°22 - Printemps / Spring 2022]

Un concentré d'inspiration !

Votre nouveau Sense of WELLNESS Magazine est là. Des interviews, des enquêtes, des portraits, des tendances, mais aussi des chiffres et des exclus... En bref, un condensé de l'actu Wellness à 360° pour ce nouveau numéro, qui je l'espère, sera un concentré d'inspiration pour vous !

« Lab Expert vous présente un tour d'horizon en chiffres du secteur Wellness Hospitality avec un zoom sur les ouvertures les plus attendues. »

ISABELLE CHARRIER

Éditrice et Directrice de la Rédaction

Commençons par **LAB NEWS** qui s'ouvre sur les 50 ans de Phytomer avec une interview exclusive de Mathilde Gédouin-Lagarde, petite-fille du fondateur, fille du président et directrice générale adjointe, qui nous explique les temps forts de ce 50^e anniversaire mais aussi sa vision de la marque pour les années à venir. L'univers de l'Hospitality Wellness bouge avec le développement de nouveaux groupes hôteliers, à lire p.14 et p.18, qui montre que le secteur du bien-être a le vent en poupe. Une dynamique qui se vérifie par les chiffres dévoilés par le Global Wellness Institute qui prévoit que l'économie mondiale du bien-être atteindra 7 000 milliards de dollars en 2025, p.16.

Dans **WELLNESS LAB**, destination la Côte basque, avec une escapade Yoga et Thalasso, à Thalazur Hélianthal Saint-Jean-de-Luz. Après 10 mois de travaux et 30 millions d'euros d'investissement, cette adresse phare de la Côte basque dévoile son nouveau visage, visite guidée p.31. Tour de France des nouveautés soins et cures en Thalasso et Thermalisme, p.43 qui vous fera découvrir les dernières tendances en matière de bien-être.

Dans **COSMETIC LAB**, l'actualité des marques et fournisseurs est plus riche que jamais. Entre lancements, nouveaux rituels, nouveaux équipements et... nouvelles ambitions, une mine d'inspiration pour enrichir votre offre de soins et répondre aux nouvelles attentes clients, p.52 à 76.

Dans **DESIGN LAB**, zoom sur le Bulgari Hotel Paris, visite guidée du dernier né des hôtels ultra-luxe de la capitale, p.91, avant de vous faire découvrir deux Spas innovants : celui du Spa Lyon Plage, le plus grand Spa intramuros de France p.79 et le Spa Sisley de Fleur de Loire à Blois, le projet à 7 millions d'euros du chef 2 étoiles Christophe Hay, p.82.

Ouvertures et projets Spas qui sont nombreux et qui méritaient bien que l'on y accorde un dossier, rendez-vous p.101 avec **LAB EXPERT** pour un tour d'horizon en chiffres du secteur Wellness Hospitality ainsi qu'un zoom sur les ouvertures les plus attendues.

Il me reste à vous donner rendez-vous au salon Hotel & Restaurant Meeting, au Palais des Festivals de Cannes, du 20 au 21 avril et au Forum Hotel & Spa, le 2 juin prochain, au Four Seasons George V Paris, pour continuer à échanger et à partager avec vous... en live cette fois !

En attendant ces deux rendez-vous... Bonne lecture !

✉ icharrier@senseofwellness-mag.com LinkedIn : [isabelle-charrier-82825811](https://www.linkedin.com/in/isabelle-charrier-82825811) Facebook : [isabelle.charrier.90](https://www.facebook.com/isabelle.charrier.90)

Concentrated inspiration!

Let's begin with **LAB NEWS** which leads on Phytomer's 50 years with an exclusive interview of Mathilde Gédouin-Lagarde who tells us about the highlights of this 50th anniversary and her vision for the brand over the coming years. The Wellness sector has the wind in its sails and this momentum is corroborated in the statistics revealed by the Global Wellness Institute which forecasts that the global Wellness economy will reach 7,000 billion dollars by 2025, page 16. In **WELLNESS LAB**, we head off to the Basque Coast for a Yoga and Thalasso break at Thalazur Hélianthal Saint-Jean-de-Luz. In **COSMETIC LAB**, pages 52 to 76 are packed with the latest news from brands and suppliers. **DESIGN LAB** places the spotlight on the Bulgari Hotel Paris. Join us on page 91 for a guided tour of the latest ultra-luxurious hotel in the capital. Next stop, page 101 with **LAB EXPERT** and an overview of the statistics from the Wellness Hospitality sector and a close-up look at the most anticipated openings. All that remains is to invite you to join me at the Hotel & Restaurant Meeting at the Palais des Festivals in Cannes on 20th and 21st April and at the Forum Hotel & Spa on 2nd June at the Four Seasons George V Paris, to continue our conversations and share the latest news with you... this time in person!

Happy reading!

THALGO

LA BEAUTÉ MARINE



ÉVEIL À LA MER

Les soins démaquillants
revitalisants



www.thalgo.fr

La mer
vous veut
du bien

Sommaire

[N°22 - 120 pages d'inspiration]



Lab News

10 PHYTOMER

50 ans de passion et d'engagement
50 years of passion and commitment

14 LE GROUPE BORDELAIS MILLÉSIME

poursuit son plan de développement en France et en Europe
Millésime, the Bordeaux-based group
continues its development in France and Europe



16 L'ÉCONOMIE MONDIALE DU BIEN-ÊTRE

atteindra 7 000 milliards de dollars en 2025
The global wellness economy will reach 7,000 billion dollars by 2025

20 LA PHILOSOPHIE AÏA

Une nouvelle approche de la santé positive
The aïA philosophy, a new approach to positive health

22 EQUIPHOTEL 2022

Une édition très attendue et déjà plébiscitée
A highly anticipated edition



24 FORUM HOTEL & SPA 2022

Le rendez-vous des leaders de l'hôtellerie haut de gamme et du bien-être
Industry leaders gather to discuss the future of luxury hospitality and Wellness

26-28 NOMINATIONS

Vincent Pimont, Katia Schaffhauser, Jean-Luc Pleuvry
Isabelle Clerger-Schlumberger
Appointments

42 NOUVEAUTÉS SOINS ET CURES EN FRANCE

en Thalasso et Thermalisme
New treatments and retreats in France in Thalassotherapy and Balneotherapy

50 CARDO PARIS

La ligne de maillots de bains qui allie sport, chic et mode
The swimwear line that combines sport with elegance and fashion

Wellness Lab

30 ESCAPADE YOGA & THALASSO HÉLIANTHAL THALAZUR SAINT-JEAN-DE-LUZ

Thalazur nous avait promis une métamorphose pour son site Hélianthal Saint-Jean-de-Luz et bien c'est une promesse tenue. Après 10 mois de travaux et 30 millions d'euros d'investissement, cette adresse phare de la côte basque dévoile son nouveau visage, où l'identité Art Déco des lieux et la culture traditionnelle basque sont respectées et sublimes. Visite guidée...

Thalazur had promised a metamorphosis for its site Hélianthal in Saint-Jean-de-Luz and the result lives up to the promise. After 10 months of renovation works and a 30-million euro investment, the well-known address on the Basque Coast unveiled its new establishment, where its Art Deco identity and traditional Basque heritage have been respected and enhanced. Join us for a guided tour...

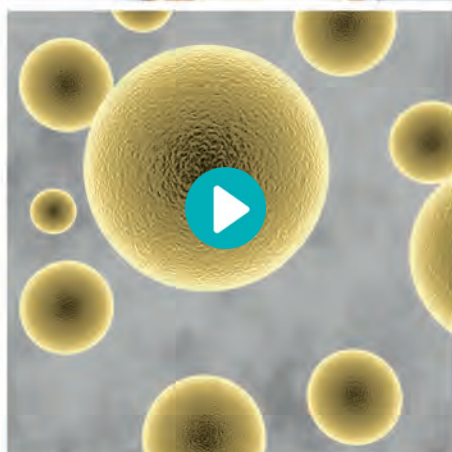




Hotel &
Restaurant
Meetings
upgrade your hospitality

RETROUVEZ NOUS STAND A07

La
Science
Cosmétique



cellcosmet 
Switzerland

Programme cellulaire intensif

**Hautement concentré
en extraits cellulaires stabilisés**

Pour celles qui cherchent à atténuer
les signes visibles du temps



+



A DÉCOUVRIR DANS NOS SPAS PARTENAIRES

Le Spa Akasha de l'hôtel Lutétia Paris / Les Cures Marines Trouville / Les Thèmes Marins Monte-Carlo /
Le Spa de l'hôtel de la Cité Carcassonne

POUR PLUS D'INFORMATIONS

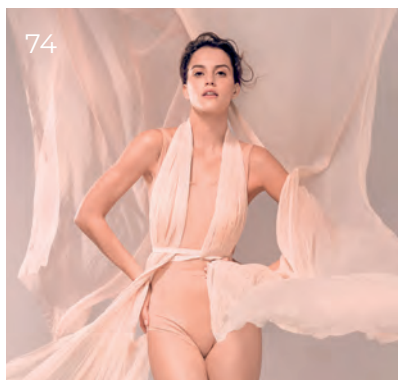


Emma Lucas — elucas@beautybc.com



Contents

[N°22 - 120 pages of inspiration]



Lab Expert

100 WELLNESS HOSPITALITY 2022

Tour d'horizon en chiffres
Zoom sur les ouvertures Spas
les plus attendues

Overview of the figures
Focus on the most
anticipated openings



Cosmetic Lab

52 SNOW GROUP

ambitionne de devenir un acteur majeur du secteur Wellness
Snow Group has the ambition to become a key player in the Wellness industry

54 YON-KA

Le succès d'une Maison française et familiale
The success of a family-run, French company

56 DECORTÉ

Partenaire des Aman Spas
Partners with Aman Spas

58 SWISSLINE

Combinaison du luxe, du glamour et de la science
A blend of luxury, glamour and science

60 PAYOT

récompensée lors des Prix d'Excellence de la Beauté Marie Claire 2022
Payot is a winner of this year's Marie Claire Prix d'Excellence Beauty Awards

66 THALGO CRÉE EVEIL À LA MER

Les soins démaquillants marins qui revitalisent toutes les peaux en un seul geste
Thalgo creates Éveil à la Mer
Marine facial cleansers that will revitalise all skin types in one splash

72 CARITA LANCE PRO.MORPHOSE R.F

Une machine à radiofréquence dernière génération
Carita launches Pro.Morphose R.F., a next-generation radiofrequency device

73 BEAUTIGLOO

Le coffret beauté réfrigéré pour cosmétiques et outils de massage
The refrigerated beauty box for skincare products and massage tools

74 SOIN MINCEUR EXPRESS THALION

aux perles aminçissantes gommantes
Slimming Express: a treatment by Thalion with slimming exfoliating pearls

Design Lab

78 LE SPA LYON PLAGE DE L'HOTEL LYON MÉTROPOLE

Ouverture du plus grand Spa intramuros de France
Opening of the biggest city Spa in France

82 FLEUR DE LOIRE HOTEL & SPA 5*

Le projet à 7 millions d'euros de Christophe Hay
Fleur de Loire, 5-star Hotel & Spa, Christophe Hay's 7-million euro project

86 LES NOUVEAUX SPAS SOTHYS

Zoom sur les derniers partenaires de la marque
The new Sothys Spas, spotlight on the brand's latest partnerships

88 PULLMAN PARIS MONTPARNASSE

dévoile son nouveau visage
Pullman Paris Montparnasse unveils its new look

90 LE BULGARI HOTEL PARIS

Visite guidée du dernier né des hôtels ultra luxe de la capitale
A guided visit of the capital's most recent ultra-luxury hotel

FILLMED

LABORATOIRES



MADE IN FRANCE

SKIN PERFUSION*
LA BEAUTÉ DE LA PEAU RÉVÉLÉE

www.fillmed.fr

Pour devenir partenaire, contacter le service client via : serviceclient.fr@fillmed.com ou 01 88 40 13 17

* Produits exclusivement vendus en institut et spa. Contact de vigilance (notification d'un effet indésirable) : vigilance@fillmed.com.

SXP-098-09-2021

Phytomer

50 ans de passion et d'engagement



En 2022, la marque familiale Phytomer fête ses 50 ans. Un demi-siècle de passion, d'engagement et d'innovation, qui a permis à la marque made in Saint-Malo de rayonner aux quatre coins du monde. Mathilde Gédouin-Lagarde, petite-fille du fondateur, fille du président et directrice générale adjointe, nous explique les temps forts de ce 50^e anniversaire mais aussi sa vision de la marque pour les années à venir.

 PAR ISABELLE CHARRIER

Mathilde, j'ai commencé à travailler avec votre grand-père Jean, fondateur de la marque, puis avec Antoine, votre père qui dirige l'entreprise et, depuis 2010, avec vous et votre mari Tristan. Trois générations qui ont fait grandir et évoluer Phytomer. Ces 50 ans sont aussi l'occasion de retracer les dates clés de la marque.

Mathilde Gédouin-Lagarde : Tout commence en 1972 avec mon grand-père Jean Gédouin. C'est en expérimentant sur lui-même les bienfaits des bains d'eau de mer, via les prémices de la balnéo, qu'il a eu l'idée de fonder Phytomer afin d'amener la mer à la ville et de transformer la mer en soin de la peau. Jean débute avec des soins corps aux poudres d'algues et à l'OLIGOMER® (le concentré d'eau de mer iconique de la marque) avant de rapidement installer son 1^{er} laboratoire de formulation dans la ferme de ses grands-parents, en 1978. Extension après extension, nous sommes restés fidèles à ce 1^{er} laboratoire de la baie du Mont-Saint-Michel, où notre centre de d'innovation et de production occupe désormais 10 000 m² et se situe à l'avant-garde de la cosmétique naturelle : entre le centre de cultures cellulaires et d'analyse génétique, les serres bioclimatiques de plantes marines bio, les laboratoires de biotechnologies...

En 1981, mon père Antoine Gédouin rejoint l'entreprise familiale et initie un développement international impressionnant qui fait rapidement de Phytomer une des marques leaders du Spa à l'échelle mondiale pour bientôt atteindre 80 pays. En 1991, nous participons à la création de ISPA (International Spa Association) en Floride, qui va structurer notre industrie du bien-être à l'échelle mondiale. En 1997, Jean transmet la présidence de Phytomer à son fils Antoine. La saga familiale continue à s'écrire plus que jamais autour de la passion pour la mer, le bien-être et l'innovation.

Les années 2000 marquent une nouvelle étape dans le développement de Phytomer.

M.G.L. : Effectivement Isabelle, en 2000, nous créons notre 1^{er} Spa flagship à Saint-Malo (l'ancêtre du Phytomer Spa Émeraude ouvert en 2015), à l'heure où en France il n'existait pas ou très peu d'offres Spa dédiées au ressourcement. S'en suivront deux autres flagships Phytomer centrés sur le bien-être, cette fois-ci à Paris : le Phytomer Spa Étoile en 2019 et le Phytomer Spa Trocadéro en 2021. Des projets Spa stratégiques, pilotés par Tristan Lagarde (mon mari et co-directeur adjoint) et moi-même, qui avons rejoint l'entreprise en 2010, pour assurer la transition écologique et digitale,

et poursuivre la success story familiale aux côtés de mon père Antoine. Au cœur de la marque, il y a aussi sa démarche éco-responsable sincère : depuis le début, nous fabriquons nos produits en Bretagne dans le respect de la peau et de l'environnement. En 2007, nous installons des jardins filtrants pour nettoyer les eaux de production. Une installation avant-gardiste qui préfigure de tous nos engagements pour une cosmétique durable. Notamment la création en 2012 d'un laboratoire de biotechnologies qui nous permet de faire pousser en couveuses les algues les plus fragiles et d'offrir un maximum de performance à la peau. Ou encore en 2017, notre 1^{ère} certification ECOVADIS, qui récompense notre démarche RSE et nous classe parmi les entreprises les plus écologiques. Nous sommes depuis lors certifiés GOLD chaque année ce qui nous place parmi les 5 % des entreprises les mieux notées tous secteurs confondus. En 2021, le lancement de notre ligne Bio Cyfolia et la refonte de nos packagings dans des matériaux durables et recyclables sont venus révéler au grand jour nos engagements.



« En 50 ans, Phytomer n'a pas pris une ride. En 1972, tout était déjà là : la passion, le bien-être, la force des ingrédients naturels. »

MATHILDE GÉDOUIN-LAGARDE ET TRISTAN LAGARDE
co-directeurs généraux adjoints Phytomer



Les Laboratoires Phytomer sont une référence mondiale en matière de cultures d'algues. Et un centre biotech à la pointe de toute la cosmétique naturelle.



Phytomer

senseofwellness-mag.com
Guide des Fournisseurs



Phytomer est une entreprise familiale indépendante, connue pour son éthique de travail. Autant de valeurs que vous exprimez dans votre série « Phytomer people » qui nous fait découvrir au fil des mois les portraits de vos collaborateurs sur votre page Instagram. Comme vous le dites si bien Mathilde, vous souhaitez ouvrir l'album de famille...

M.G.L. : Notre passion pour la mer s'est transmise, de père en fils, de fils à fille. Les trois générations partagent le même rêve : amener la mer à la ville, offrir les bienfaits de la mer partout et à tous. Pour célébrer nos 50 ans, nous voulons rendre hommage à tous ceux qui ont participé à cette histoire d'amour entre la mer et le soin, entre la performance et le bien-être, entre les clients et leurs produits préférés. Il y a nos précieux collaborateurs bien sûr que je souhaite remercier chaleureusement. Mais aussi tous les professionnels de la beauté - dans les 10 000 Spas partenaires de la marque à travers le monde, avec leur art de pratiquer les protocoles, de conseiller, de prendre soin des autres - sans qui Phytomer n'existerait pas.

Mathilde, 50 ans c'est aussi l'occasion de regarder en avant pour imaginer le futur de Phytomer au travers de sa vision du soin que vous souhaitez toujours plus éthique, plus performant et plus respectueux de la peau et de la planète. De quoi séduire encore plus de Spas.

M.G.L. : Phytomer est une marque pionnière de la beauté et du bien-être qui, il y a 50 ans, imaginait déjà le monde d'aujourd'hui. Un monde dans lequel on cherche à se reconnecter à l'essentiel : à la nature, au bien-être mental et physique, aux autres. Notre philosophie résonne plus que jamais avec les attentes des clients d'aujourd'hui, ce qui explique l'intérêt accru des Spas hôteliers et des resorts haut-de-gamme pour notre marque, avec des beaux partenariats initiés ces derniers mois, comme par exemple Emeria à Dinard ou le Koh-I Nor 5* à Val Thorens, et très bientôt les Etangs de Corot. Depuis 50 ans, tous nos produits sont fabriqués en Bretagne dans nos laboratoires à la pointe du développement durable, qui respectent la nature et les hommes. Dans 50 ans, grâce aux biotechnologies marines, la santé bleue deviendra réalité. Phytomer est déjà pleinement engagé sur cette voie du soin naturel, responsable et éthique.



Parmi les produits iconiques de la marque : **Rosée Visage** (à gauche), lancée en 1979, une lotion démaquillante tonique aux plantes de bord de mer relaxantes, qui depuis a connu une véritable success story. Il s'en vend un flacon dans le monde toutes les 4 minutes. **Pionnière XMF Crème Suprême** (à droite), lancée en 2012 et entièrement reformulée cette année, concentre toute l'expertise scientifique et sensorielle de la maison. Un bijou de biotech et de raffinement qui se classe parmi les best-sellers de Phytomer en France et dans le monde.



Phytomer est partenaire de 10 000 Spas dans le monde et possède 3 flagships, un à Saint-Malo et deux à Paris : le Phytomer Spa Étoile (*notre photo*) ouvert en 2019 et le Phytomer Spa Trocadéro ouvert en 2021.

Phytomer is the partner of 10,000 Spas worldwide and has three flagships, one in Saint-Malo and two in Paris: Phytomer Spa Étoile (*our photo*) that opened in 2019 and Phytomer Spa Trocadéro that opened in 2021.

Phytomer : 50 years of passion and commitment

In 2022, the Phytomer brand will be celebrating its 50th anniversary. Mathilde-Gédouin-Lagarde, the brand founder's granddaughter, Chairman's daughter and deputy general manager, told us what the brand has in store for its 50th anniversary, as well as her vision for the brand moving forward.

Mathilde, I first worked with your grandfather Jean, the brand's founder, then with Antoine, your father who is at the company's helm, and since 2010, with you and your husband Tristan. Three generations of leaders who have cultivated Phytomer's growth and evolution. The brand's 50th anniversary is also the perfect time to look back at some key moments for the brand.

Mathilde Gédouin-Lagarde: It all began in 1972 with my grandfather, Jean Gédouin. After experiencing first-hand the benefits of seawater bathing, when balneotherapy was only just emerging as an important treatment method, he had the idea of founding Phytomer. Jean started out with body treatments based on algae powder and OLIGOMER® (the brand's iconic seawater concentrate), before rapidly setting up his 1st cosmetic lab in his grandparents' farm in 1978. Our innovation and production centre now occupies

10,000m² and is at the forefront of natural skincare.

In 1981, my father Antoine Gédouin joined the company and initiated its substantial global development that rapidly turned Phytomer into one of the leading Spa brands worldwide: the brand's presence will soon be spanning 80 countries. In 1997, Jean transferred Phytomer's chairmanship to his son, Antoine.

And Phytomer's development reached another milestone in the noughties...

M.G.L.: Indeed Isabelle, in 2000, we created our 1st flagship Spa in Saint-Malo (the forerunner of the Phytomer Spa Émeraude that opened in 2015). At that time, in France there weren't, or hardly, any Spas offering wellness approaches. Then followed two additional Phytomer flagships focusing on wellness, this time in Paris: Phytomer Spa Étoile in 2019 and Phytomer Spa Trocadéro in 2021. Strategic Spa projects, led by Tristan Lagarde (my husband and co-deputy general manager) and myself. We joined the company in 2010 to lead its digital and environmental transition, and continue, alongside my father Antoine, to strive for success. Also at the brand's core are sincere sustainability commitments: since the beginning, we have been manufacturing our products in Brittany, with a deep respect for the skin and environment. In 2012, the launch of our Bio Cyfolia range and the reworking of our packaging with sustainable and recyclable materials, made our long-standing commitments visible to all.

Phytomer is an independent, family-run company that is well-known for its work ethic; values that are highlighted in your series "Phytomer People".

M.G.L.: A passion for the sea was passed down from father to son, from son to daughter. Three generations sharing the same dream: bring the benefits of the sea to the city, everywhere and for all. To celebrate our 50th anniversary, we wanted to pay tribute to each and every one who has contributed to the love story between the sea and wellbeing: the company's team members of course, to whom I extend my deepest gratitude, as well as all the beauty professionals – from the 10,000 partner Spas worldwide – without whom Phytomer wouldn't exist.

Mathilde, a 50th anniversary is also the opportunity to imagine Phytomer's future...

M.G.L.: Phytomer is a pioneering beauty and wellbeing brand that, 50 years ago, was already imagining the world we know today. A world where we want to reconnect to what is essential in life: nature, mental and physical health, relationships. Now, more than ever before, our philosophy is resonating with clients' expectations, which explains luxury resorts' growing interest in the brand and the interesting partnerships set in motion over these last few months. In 50 years, thanks to marine biotechnologies, blue health will have become a reality. Phytomer is already fully engaged in the path of natural, sustainable and ethical treatments.



Les Fragrances de Camylle sont diffusées dans les plus beaux Spas du Monde



© Création & Design SoW.COM - ichARRIER@senseofwellness-mag.com

SAUNA - HAMMAM - BALNÉO - SPA - MASSAGE - DIFFUSION DE FRAGRANCES

Découvrez l'univers sensoriel Camylle sur www.camylle.com

Proudly **MADE IN FRANCE**



RETROUVEZ NOUS STAND D37

Wellness BUSINESS News

PAR ISABELLE CHARRIER



Parmi les dernières acquisitions du groupe Millésime : le Château de Léoignan, près de Bordeaux, et le Château de Théoule, sur la baie de Cannes, qui ouvriront au deuxième trimestre 2023.

Le groupe bordelais Millésime poursuit son plan de développement en France et en Europe

Millésime est né en 2014 de la passion et de l'envie d'Alexandra et Philippe Monnin de créer des Maisons qui leur ressemblent, totalement centrées sur leurs Hôtes et qui cassent les codes de l'hôtellerie traditionnelle. Fort de ses dernières acquisitions, le groupe bordelais continue son développement en France mais aussi en Europe...

L'ANNÉE 2021 a été marquée par la finalisation des acquisitions du Château de Brindos sur la côte basque, qui ouvrira ses portes le 15 avril prochain (*lire p.106*) ; et celles du Château de Léoignan, près de Bordeaux, et du Château de Théoule, sur la baie de Cannes, qui ouvriront au deuxième trimestre 2023 et qui représentent un investissement de 69 M€. Entre 200 et 250 personnes seront ainsi recrutées pour les trois futures Maisons. « *Le développement se poursuivra cette année, grâce au soutien des investisseurs, sur le marché français : plusieurs régions sont à l'étude pour une implantation de Millésime, comme la Bourgogne et Loire pour les Maisons au cœur des Vignes ; Paris et la Provence pour les Maisons Iconiques ; Marseille et Bordeaux pour les Maisons au cœur des Villes* », commente Philippe Monnin.

Le développement du groupe se poursuivra également à l'international. Ainsi, après le Portugal, Millésime est fier d'annoncer sa nouvelle implantation en Hongrie, au cœur de Budapest. Fin 2023, « La Perle du Danube » accueillera une Maison Millésime de 2000 m², bâtie sur les fondations d'un bâtiment de 1888 classé Monument Historique, qui réunira 30 suites uniques, un restaurant, un bar et un espace bien-être. Au cœur de Budapest, entre la ville festive et les célèbres bains, il comptera également un magnifique parc pour profiter de son séjour en toute sérénité. D'ici trois ans Millésime espère compter dans ses rangs entre 15 et 20 établissements, 700 salariés et un chiffre d'affaires oscillant entre 40 et 50 M€.



« L'année 2021 a été marquée par la finalisation des acquisitions du Château de Brindos et celles du Château de Léoignan et du Château de Théoule. »

PHILIPPE
ET ALEXANDRA MONNIN
Co-fondateurs Millésime

Millésime, the Bordeaux-based group continues its development in France and Europe

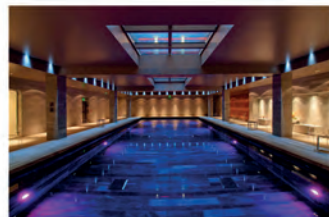
Millésime was born in 2014 from a passion for hospitality when Alexandra and Philippe Monnin committed to creating innovative Maisons that challenge the traditional aspects of hospitality. With its recent acquisitions, the Bordeaux-based group continues its development, both in France and Europe... In 2021, the acquisition was finalised of Château de Brindos on the Basque Coast that's opening its doors on 15th April (*read p.107*), as well as Chateau de Leognan near Bordeaux, and Chateau de Theoule in the Bay of Cannes, which will be opening during the second quarter 2023 and that represents a 69-million euro investment. Between 200 and 250 people will be hired for the three future Maisons. The group also continues its development beyond its national borders. After Portugal, Millésime is proud to announce its new establishment in Hungary, in the heart of Budapest. End of 2023, the "Pearl of the Danube" will welcome a 2,000m² Millésime establishment, built on the foundations of a listed building that dates back to 1888, comprising 30 unique suites, restaurant, bar and wellbeing space.



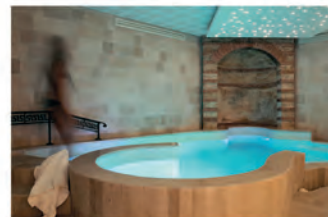
ILS NOUS FONT CONFIANCE



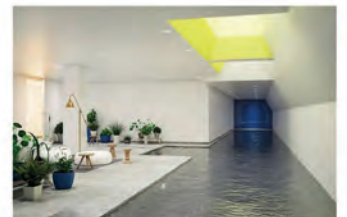
DOMAINE DU GOLF DE
ST CLOUD
ILE DE FRANCE



HÔTEL DE
BOURGTHEROULDE
MARIOTT*****
ROUEN



HOSTELLERIE BÉRARD
RELAIS & CHATEAUX****
LA CADIÈRE D'AZUR



HÔTEL PARISTER*****
PARIS 9^{ème}

116 bis, Avenue des Champs-Élysées, 75008 Paris
www.terrake.fr

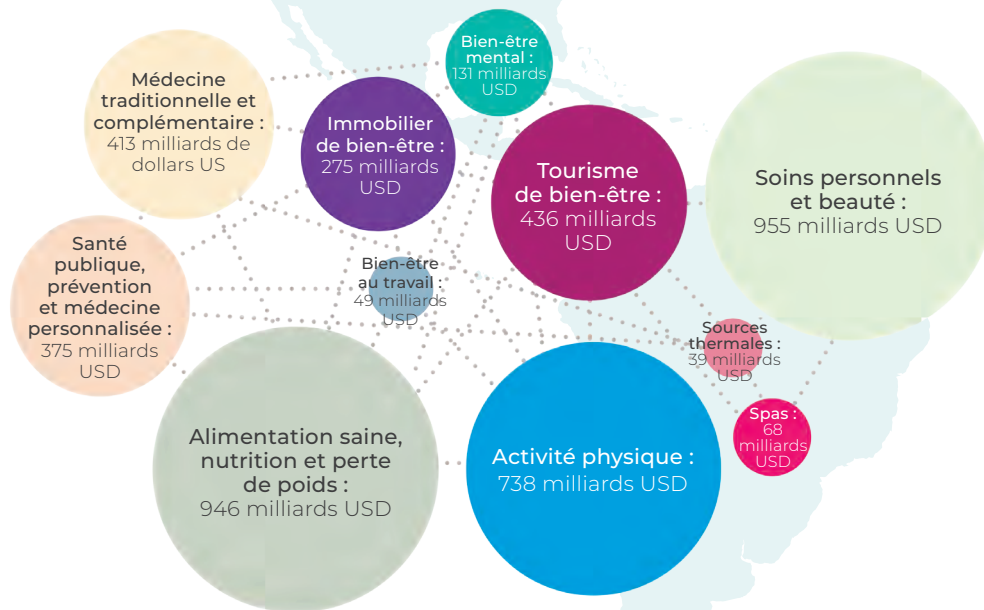
L'économie mondiale du bien-être atteindra 7 000 milliards de dollars en 2025

Lors du dernier Global Wellness Summit, le Global Wellness Institute a présenté les toutes nouvelles données du marché du bien-être, montrant l'impact de la pandémie sur notre secteur ainsi que les perspectives d'ici 2025, année où le marché devrait atteindre 7 000 milliards de dollars.

Revue de détails en chiffres.

 PAR ISABELLE CHARRIER

Économie mondiale du bien-être : 4,4 milliards de dollars



Note: Numbers do not add to total due to overlap in sectors.
Source: Global Wellness Institute

 GLOBAL WELLNESS
INSTITUTE™

+ 10 % DE CROISSANCE PAR AN

INTITULÉE « *The Global Wellness Economy: Looking Beyond Covid* », cette étude fournit de nouvelles données de marché sur l'économie globale du bien-être, tout en explorant l'impact de la Covid-19 sur l'industrie, et ce que l'avenir réserve au secteur. Ainsi, Ophelia Yeung et Katherine Johnston, chercheuses principales et co-auteurs du rapport, estiment : « *L'économie mondiale du bien-être est passée de 4 300 milliards de dollars US en 2017 à 4 900 milliards de dollars US* ». Sous l'impact de la pandémie et des conséquences sanitaires qui en ont découlé, ce chiffre a chuté de 11 % en 2020 à 4,4 milliards de dollars. **Cependant, le GWI prévoit que le marché du Wellness reviendra au niveau d'avant pandémie en 2021 (à savoir 5 000 milliards de dollars) et qu'il va croître de 10 % jusqu'en 2025, d'où ce prévisionnel impressionnant de 7 000 milliards de dollars US. Un marché dominé à 90 % par l'Asie-Pacifique, l'Amérique du Nord et l'Europe.**

Comme le soulignent les deux co-auteurs : « *Cette mise à jour de la recherche est cruciale, car 2020 est l'année décisive qui a divisé à jamais l'histoire - et la trajectoire de l'économie du bien-être - avec un "avant" et un "après" Covid-19* ».



« L'avenir du marché du bien-être est incroyablement prometteur et devrait croître de 10 % par an jusqu'en 2025. »

KATHERINE JOHNSTON & OPHELIA YEUNG
Directrices de Recherche Global Wellness Institute



PAOMA
PARIS

LE RITUEL BEAUTÉ ÉCO-ÉTHIQUE

Rituels holistiques prestigieux, les soins PAOMA allient l'expertise manuelle de facialistes d'exception à une gamme de produits naturels, novateurs et certifiés bio.

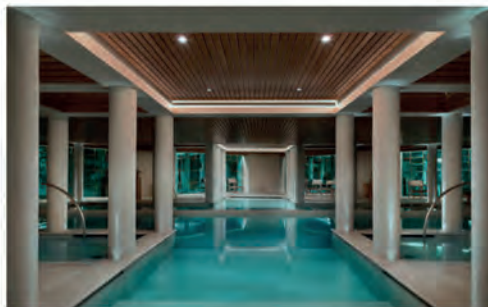


DECORTÉ

UNE NOUVELLE DIMENSION DE SOIN VENUE DU JAPON



Decorté, partenaire des Spas Aman.



Aman Le Mélésin à Courchevel.

Decorté dévoile une approche holistique de la beauté japonaise grâce à des soins aux ingrédients rares et aux formulations pointues qui transforment visiblement la peau et l'esprit.

POUR PLUS D'INFORMATIONS



Emma Lucas - elucas@beautybc.com

UNE ANALYSE DÉTAILLÉE DES ONZE SECTEURS DU BIEN-ÊTRE

Pour la première fois, le rapport du GWI fournit des chiffres et une analyse détaillée pour les onze secteurs du bien-être : pré-pandémie, pandémie et taux de croissance futurs ; des données régionales et nationales riches ; et les grandes tendances qui auront un impact sur chaque secteur post-Covid. **Les valeurs 2020 du GWI pour les 11 secteurs, par ordre de taille, sont les suivantes :**

- > Soins personnels et beauté : 955 milliards USD
- > Alimentation saine, nutrition et perte de poids : 946 milliards USD
- > Activité physique : 738 milliards USD
- > Tourisme de bien-être : 436 milliards USD
- > Médecine traditionnelle et complémentaire : 413 milliards de dollars US
- > Santé publique, prévention et médecine personnalisée : 375 milliards USD
- > Immobilier de bien-être : 275 milliards USD
- > Bien-être mental : 131 milliards USD
- > Spas : 68 milliards USD
- > Bien-être au travail : 49 milliards USD
- > Sources thermales : 39 milliards USD

L'immobilier de bien-être a affiché le taux de croissance le plus élevé (22 %), suivi du bien-être mental (7,2 %), de la santé publique, de la prévention et de la médecine personnalisée (4,5 %) et de l'alimentation saine, de la nutrition et de la perte de poids (3,6 %). Les secteurs qui ont le plus reculé sont le tourisme de bien-être (-39,5 %), les Spas (-38,6 %) et les sources thermales (-38,9 %). Ailleurs, les soins personnels et la beauté (-13 %) et l'activité physique (-13 %) ont enregistré une légère baisse. Cependant, la technologie du fitness en tant que sous-secteur a affiché une croissance significative de 29,1 %, grâce à la croissance des abonnements digitaux.

Pour l'avenir, le rapport prévoit que les quatre secteurs à la croissance la plus rapide entre 2020-2025 seront : le tourisme de bien-être (20,9 %), les sources thermales (18,1 %), les Spas (17,2 %) et l'immobilier de bien-être (16,1 %).

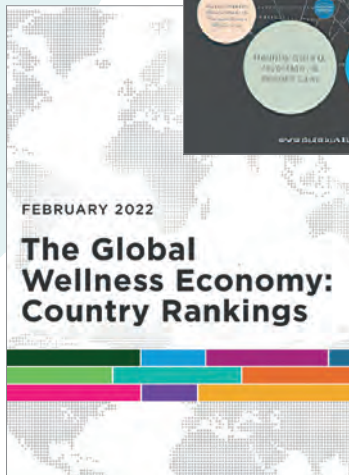
> Vous pouvez lire le rapport 2021

sur l'économie mondiale du Wellness via ce lien :

<https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/the-global-wellness-economy-looking-beyond-covid/>

Pour conclure, en février dernier, le GWI a publié un nouveau rapport qui complète celui sur l'économie mondiale du Wellness. Ainsi, « *The Global Wellness Economy: Country Rankings* » compare, classe et analyse les marchés du bien-être dans 150 pays, à consulter via ce lien :

<https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/2022-global-wellness-economy-country-rankings/>



The global wellness economy will reach 7,000 billion dollars by 2025

At the last Global Wellness Summit, the Global Wellness Institute presented all the latest wellness market data showing the impact of the pandemic on our sector and the outlook for the coming years with the market being forecast to reach 7,000 billion dollars by 2025.

So Ophelia Yeung and Katherine Johnston, senior researchers and co-authors of the report have determined that the "the global wellness economy went from 4,300 billion US dollars in 2017 to 4,900 billion US dollars". With the impact of the pandemic and the ensuing health consequences, this number fell by 11% in 2020 to 4.4 billion dollars. However, GWI predicts that the Wellness market will return to its pre-pandemic level in 2021 (namely, 5,000 billion dollars) and that it will grow by 10% up until 2025, hence this impressive forecast of 7,000 billion US dollars.

For the first time, the GWI provides figures and a detailed analysis for the eleven wellness sectors: pre-pandemic, during the pandemic and future growth rates, along with rich regional and national data, and also the major trends that will have an impact on each post-Covid sector.

Wellness real estate posted the highest growth rate (22%), followed by mental wellness (7.2%), public health, prevention and personalised medicine (4.5%), and healthy eating, nutrition and weight loss (3.6%). The sectors that declined the most are wellness tourism (-39.5%), Spas (-38.6%) and thermal/mineral springs (-38.9%). Also a slight drop was recorded in personal care and beauty (-13%) and physical activity (-13%). However, the subsector fitness technology posted significant growth of 29.1%, thanks to development in digital subscriptions.

Looking forward, the report forecasts that the four fastest growing sectors between 2020 and 2025 will be wellness tourism (20.9%), thermal/mineral springs (18.1%), Spas (17.2%) and wellness real estate (16.1%).

In February of this year, GWI published a new report that is a companion to its Global Wellness Economy: Looking Beyond Covid. Entitled "The Global Wellness Economy: Country Rankings", it compares, ranks and analyses wellness markets in 150 countries and can be downloaded via this link:

<https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/2022-global-wellness-economy-country-rankings/>



« Un projet ambitieux de remise en beauté d'Emeria Dinard va être lancé en octobre 2022 pour une durée de 6 mois. »

HERVE DUPERRET
Directeur général adjoint
Forstyle Hôtels Collection

Après avoir acquis le Parister à Paris puis Alliance Pornic fin 2020, Forstyle Collection enrichit son offre avec la Thalasso de Dinard l'an passé, qui devient le 1er janvier 2022 : Emeria Hôtel Thalasso & Spa.

Forstyle Hôtels Collection

Un nouvel acteur du secteur Wellness Hospitality

Avec toujours l'envie et le besoin de relever de nouveaux défis, l'homme d'affaires breton Christian Roulleau a décidé de diversifier ses activités en créant un pôle hôtelier. Forstyle Hôtels Collection, la division hôtelière du groupe For-Bzh, est dirigée par sa fille Cécile Geffroy et Hervé Duperret.

 PAR ISABELLE CHARRIER

LE GROUPE FORSTYLE HÔTELS COLLECTION a pour vocation d'offrir une expérience hôtelière de haute qualité à tous les voyageurs en quête de bien-être. Chaque établissement est une destination à part entière, une identité forte et singulière, minutieusement choisie pour plonger chaque convive dans l'atmosphère unique d'une ville ou d'un quartier. « *Forstyle Collection c'est une nouvelle génération d'hôtels, la promesse de vivre une expérience empreinte d'émotions, définie par le caractère de sa destination* », souligne Hervé Duperret.

Après avoir acquis le Parister à Paris puis Alliance Pornic fin 2020, Forstyle Collection enrichit son offre avec la Thalasso de Dinard l'an passé, qui devient le 1er janvier 2022 : Emeria Hôtel Thalasso & Spa. Inaugurée en 1990, cette adresse iconique de la côte d'Émeraude, située face à l'île de Cézembre aux portes de Saint-Malo et du golf de St-Briac, accueille depuis plus de 30 ans une clientèle venant de tous les horizons pour se ressourcer. Un projet ambitieux de remise en beauté de l'ensemble des espaces de l'établissement va être lancé en octobre 2022 pour une durée de 6 mois. Réouverture avril 2023 où Emeria Dinard Thalasso & Spa promet d'accueillir ses clients dans une ambiance chic et décontractée pour des séjours uniques. Rendez-vous est pris...

Forstyle Hôtels Collection A new player in the Wellness Hospitality industry

Always willing to take on new challenges, the Breton entrepreneur Christian Roulleau has decided to diversify his business by creating a hospitality division. Forstyle Hotels Collection, the group For-Bzh's hospitality brand, is led by his daughter Cécile Geffroy and Hervé Duperret. Forstyle Hôtels Collection's ambition is to provide exceptional hotel experiences to travellers in search of wellbeing. Each hotel is a destination within itself, with a singular, strong identity, and has been carefully selected so each guest is immersed in a unique city or countryside atmosphere. After acquiring Parister in Paris, followed by Alliance Pornic at the end of 2020, Forstyle Collection further expanded its portfolio last year with the Dinard Thalasso, which on 1st January 2022 became: Emeria Hotel Thalasso & Spa. An ambitious renovation project of the establishment will begin in October 2022 and last for 6 months. In April 2023, Emeria Dinard Hotel Thalasso & Spa will reopen and welcome its guests in a thoughtfully curated, elegant yet relaxed, atmosphere for a unique stay. The date has been set...

La French Latitude, 1^{er} site de réservations en ligne exclusivement dédiée aux belles adresses françaises

ALORS QUE PRÈS DE 80 % DES FRANÇAIS préparent désormais leurs escapades sur le web, aucun site spécialisé ne permettait jusqu'à présent de retrouver et de réserver facilement les plus belles adresses de France, que ce soit un hôtel à Paris, une villa de caractère sur la plage, un chalet en montagne ou une chambre d'hôtes de charme à la campagne. Une problématique qui a conduit Réjane Narbonnet, la fondatrice du site La French Latitude, à imaginer une « frenchothèque » de lieux à forte personnalité qui se concentre sur la qualité et offre une sélection restreinte, ciblée et localisée.

Avant d'intégrer La French Latitude, chaque adresse est sélectionnée selon un cahier des charges strict (confort, service, environnement, décoration, équipements, ambiance...). Quelques 50 hôtels ont déjà rejoint le site, parmi lesquels le Grand Hôtel du Soleil d'Or à Megève, le Plan B à Chamonix, Le Coucou à Méribel, Le Sinner et The Hoxton à Paris, la Villa Maia à Lyon, Le Domaine de Rymyska en Bourgogne, l'Hôtel Yndo à Bordeaux... Enrichie chaque semaine de nouvelles adresses, La French Latitude comptera plus de 150 établissements d'ici la fin de l'année 2022.

La French Latitude, the 1st online booking site exclusively for the best accommodation in France

Although close to 80% of French people prepare their holidays online, up to now, there weren't any specialised websites where travellers could easily explore, find and book their ideal accommodation in France, whether it be a chic hotel room in Paris, an original beach villa, a cosy chalet in the mountains or a charming bed and breakfast in the countryside. It is from this observation that Rejane Narbonnet, the founder of La French Latitude online booking site, decided to curate characterful addresses and offer a selection of handpicked, detail-oriented establishments with a focus on quality. Before joining La French Latitude, each establishment is assessed according to exacting standards. Around 50 establishments have already joined the website.



Environ 50 hôtels ont déjà rejoint le site French Latitude parmi lesquels Le Coucou à Méribel.

« Enrichie chaque semaine de nouvelles adresses, La French Latitude comptera plus de 150 établissements d'ici la fin de l'année 2022. »

REJANE NARBONNET

Fondatrice et directrice @ La French Latitude

Groupe GM ouvre sa filiale aux USA

AVEC UN PORTEFEUILLE de plus de 50 marques prestigieuses, y compris des marques développées en interne, Groupe GM compte parmi les plus grands fournisseurs au monde de produits d'accueil pour le secteur hôtelier. Déjà numéro un en France, Groupe GM a ses propres usines en Europe, mais travaille aussi en partenariat avec une sélection de fournisseurs dans d'autres régions du monde.

Même si Groupe GM opère déjà depuis 15 ans sur le marché américain via un distributeur indépendant, l'ouverture de sa filiale à Hallandale en Floride, a pour ambition stratégique de resserrer les liens avec la clientèle de l'un des plus grands marchés hôteliers au monde et d'ajouter de nouvelles lignes à son portefeuille, tout en privilégiant l'amélioration continue de ses pratiques via des initiatives telles que le programme Care About Earth. Tous les acteurs du groupe s'engagent à développer des produits et des solutions durables, engagement qui sera encore consolidé par la nouvelle division américaine.

Groupe GM opens a subsidiary in the USA

With a portfolio of over 50 prestigious brands, including some developed internally, Groupe GM is one of the leading amenities suppliers in the hotel industry. Although Groupe GM has been present for 15 years in the American market via an

independent distributor, the opening of its subsidiary in Hallandale, Florida, results from the strategic vision of building closer client relationships in one of the biggest hotel markets worldwide and add new brands to its portfolio while continuously developing its practices via initiatives such as the Care About Earth programme. All of the group's stakeholders are committed to developing sustainable products and business solutions, a commitment which will be further consolidated by the new American subsidiary.



La philosophie aïA, une nouvelle approche de la santé positive

Fondée par la thérapeute Peggy Benoist, aïA est une structure originale qui accompagne à 360° les personnes en quête de mieux-être. Son principe : rassembler le meilleur des thérapies et médecines douces au service d'une santé positive.

The aïA philosophy, a new approach to positive health

Founded by psychotherapist Peggy Benoist, aïA is an original organisation that provides a 360° process to accompany individuals on their quest for better wellbeing. The principle: gather together the best therapies and alternative treatments that support positive health. Although one-off consultations can be booked in any four areas of expertise: Psychotherapy, Coaching, Nutrition and Body, the main strength of the aïA concept lies in the possibility of experiencing a comprehensive therapeutic process that is coordinated by one therapist who is the point of contact. In this process, there is an initial consultation with the point of contact where the therapist listens to precisely understand the client's needs and what is at stake. After that, the aïA team of experts elaborates the process that is put into action over an average of 15 sessions. Lastly, an assessment/recommendation consultation brings the process to an end and prepares post-treatment wellbeing. The focus of each course of treatment varies according to the issue at hand, in keeping with the four areas of aïA's expertise: Psyche & Emotions, Coaching & Potential, Body & Relaxation, Nutrition & Balance.



aïA EST LA CONTRACTION DE APONIA qui, dans la philosophie épicurienne, incarne l'absence de troubles corporels : aïA dessine donc une voie concrète vers le mieux-être. Même si l'on peut y réserver qu'une simple consultation dans l'un des 4 pôles d'expertises - Psychothérapie, Coaching, Nutrition et Corps - le point fort du concept aïA réside dans la possibilité de s'inscrire dans un véritable parcours de soins, coordonné par un thérapeute référent. Ce dernier planchera avec un collègue complet de spécialistes pour choisir les thérapeutiques les plus cohérentes et les orchestrer en une feuille de route ajustée à la demande de la personne et qu'il adaptera au fur et à mesure du parcours.

« Déployé au centre aïA de Paris Victor Hugo, notre parcours de soins s'articule autour de trois temps forts, sur une durée de trois à six mois », précise Peggy Benoist. Ainsi, un premier entretien mené par le thérapeute référent précise la demande et cerne les enjeux. Puis une mise en action, autour d'une quinzaine de séances, du processus élaboré par l'équipe d'experts aïA. Enfin, l'entretien bilan/conseil clôture la démarche et prépare l'après.

Les axes de thérapies varient selon la problématique à travailler. Ils s'inscrivent dans l'un des quatre pôles aïA :

- > **Psyché & Émotions** : hypnose, psychothérapie, sexothérapie, thérapie de couple, art thérapie, thérapie de l'addiction, sophrologie, breathwork, traitement des traumatismes par les mouvements oculaires.
- > **Coaching & Potentiel** : coaching de santé, professionnel ou personnel.
- > **Corps & Relaxation** : reiki, shiatsu, ayurveda, réflexologie plantaire, yoga et yoga périnatal, massages thérapeutiques et bien-être.
- > **Alimentation & Équilibre** : naturopathie, nutrition. **I.C.**
- > **Informations** : www.aia-experience.com



« aïA, c'est une
approche intégrative
qui réunit un éventail
de thérapies
et de médecines
naturelles dans
une vision de santé
globale. »

PEGGY BENOIST
Fondatrice de aïA

le bio,
le raffinement,
l'efficacité



ÉCO-RESPONSABILITÉ
POTS RECHARGEABLES
SOCIO-PARTICIPATION



GAMMES VISAGE ET CORPS

Labellisées, éco-certifiées, rêvées, conçues
et fabriquées en France

PROTOCOLES DE SOINS

Techniques et exclusifs :
5 protocoles visage . 3 protocoles corps



SOINS TECHNIQUES VISAGE



SOINS ÉVASION CORPS



ESTIME
& SENS

www.estimate-et-sens.fr

Contact commercial
Emmanuelle BUCHER
emmanuelle@estimate-et-sens.fr

06 32 76 68 55

estimateetsens

EquipHotel 2022, une édition très attendue et déjà plébiscitée

EquipHotel revient du 6 au 10 novembre 2022 à Paris Porte de Versailles et le moins que l'on puisse dire, c'est que cette édition 2022 est très attendue. Salon BtoB international de référence pour les hôteliers, EquipHotel met en lumière les innovations, produits et services, de plus de 1 200 entreprises exposantes françaises et internationales. La thématique 2022 : une hospitalité engagée...

 PAR ISABELLE CHARRIER

POUR CELLES ET CEUX qui ne le savent pas encore, EquipHotel est LE rendez-vous professionnel et international de référence du secteur de l'hôtellerie, organisé tous les deux ans à Paris, où décideurs, prescripteurs et porteurs de projets du CHR rencontrent les fournisseurs et découvrent leurs nouveautés et innovations durant 5 jours. **Pour cette nouvelle édition, EquipHotel se concentre sur l'hospitalité engagée.** Dorénavant, les clients d'hôtels, de restaurants et de Spas veulent être en confiance, rester connectés tout en étant dépayés, bénéficier d'offres raisonnées autant que raisonnables. Les dynamiques plus respectueuses de l'environnement sont plébiscitées. Terroirs, territoires, « slow tech » et « slow living », économies d'énergies ou autres mobilités douces sont autant de nouveaux points forts pour un établissement : expérience client oblige.

Quant à l'expérience du salarié, celle-ci devient une priorité. Attractivité, esprit d'équipe, inclusion, fidélisation sont au cœur de l'organisation d'un hôtel, d'un restaurant ou d'un Spa. « *La société évolue. Les comportements et les métiers aussi. Il faut s'adapter. EquipHotel multipliera donc, en novembre prochain, les débats et les points de vue d'experts, pour aider les professionnels de l'hôtellerie et de la restauration à anticiper ces changements, les apprivoiser, les surmonter* », explique Béatrice Gravier, directrice du salon et de la division Hospitality & Food au sein de RX France. EquipHotel va donc décliner ces notions à travers cinq thématiques « engagées » : le durable, l'attractivité, le digital, l'agencement et le bien-être. Des sujets primordiaux pour positionner un établissement, le différencier de ses concurrents, marquer les esprits des clients pour mieux se démarquer.



EquipHotel 2022, a highly anticipated edition

EquipHotel is back!
The event will be held from 6th to 10th November 2022 at Paris Porte de Versailles and this is, to put it mildly, a highly anticipated edition. The theme for 2022 is Conscious Hospitality...read on for the rundown!

« Sur cette édition 2022, les visiteurs pourront ainsi rencontrer de nombreux fournisseurs, dont la plupart n'exposent que sur EquipHotel. »

BÉATRICE GRAVIER
Directrice du salon
et de la division Hospitality
& Food, RX France

For those who are not already in the know, EquipHotel is THE professional and international event setting standards in the Hotel Industry sector and is held every two years in Paris. Decision-makers, purchasing advisors and project owners in the CHR sector can meet suppliers to discover their new offerings and innovations over a 5-day period. EquipHotel is concentrating on conscious hospitality at this new edition. Hotel, restaurant and Spa clients now want to feel reassured and remain connected while breaking from their usual routine and enjoying offers that are both well-reasoned and reasonable. As for the employee's experience, this has become a priority. Employer appeal, team spirit, inclusion, and employee retention are central to the organisation of a hotel, restaurant or Spa. EquipHotel will, therefore, approach these notions through five "conscious" themes: sustainability, drawing power, digital technologies, layout design and wellbeing. These are vital subjects when it comes to positioning an establishment, differentiating it from its competitors and making an impression on clients in order to best stand apart.

90 % DE LA ZONE SPA DEJA VENDUE

Le marché du Wellness se porte très bien, il suffit de lire les chiffres du Spa (p.16) révélés lors du Global Wellness Summit en octobre dernier. Alors que le secteur de l'institut rencontre des difficultés, celui du Spa continue sa croissance, avec encore cette année et dans les deux ans à venir, de nombreuses créations ainsi que nous le confirment les architectes et concepteurs de Spa et comme le montre aussi notre dossier Lab Expert (à lire p.101). Une dynamique qui se ressent sur EquipHotel avec une croissance de 15 % de la zone Spa pour cette édition 2022, que l'on retrouvera sur le Pavillon 7.3. En effet, à l'heure où nous écrivons, EquipHotel a pratiquement bouclé ses réservations d'espaces sur la zone Spa. Quant à la zone premium, gérée par Sense of WELLNESS Magazine, il reste à date un seul stand de disponible.

Sur cette édition 2022, les visiteurs pourront ainsi rencontrer de nombreuses marques et fournisseurs, dont la plupart n'exposent que sur EquipHotel, parmi lesquels Beauty BC avec Cellcosmet, Décorté et Paoma, Biologique Recherche, SwissLine, Payot, Maria Galland Paris, Olivier Claire, Académie Scientifique de Beauté, Yonka, Thalio, PBI, Vinésime, Lemi via leur distributeur français Beautytech, Thémaé, Luno, Aquatonale, Beautigloo, mais aussi Snow Group avec Algotharm, Cinq Mondes et Deep Nature, Phytomer, Pure Informatique Booker, Nilo, Matrix Fitness, Star Wellness, Hydroconcept, Verre & Quartz...

Une zone Spa qui sera magnifiée par l'espace Talk Wellness de 150 m², dédié aux conférences et au networking, que j'aurai le plaisir d'animer 5 jours durant. Nous vous en dirons plus dans notre prochain numéro...

Pour recevoir votre invitation à EQUIPHOTEL 2022,
n'oubliez pas de vous abonner GRATUITEMENT
à notre newsletter hebdo via notre site :
www.senseofwellness-mag.com



113 000

visiteurs lors
de l'édition 2018

113 000 visitors
at the 2018 edition

77%

des visiteurs ont un rôle
majeur dans les achats

77 % of visitors play
a major role in purchasing

15%

de croissance de la
zone Spa pour l'édition 2022

15% growth
of the Spa area

The Wellness market is in very good shape, as you can see by simply reading through the statistics and facts (p. 16) revealed during the Global Wellness Summit in October of this year, and as is shown in our Lab Expert report (p. 101). The effects of this momentum are being felt by EquipHotel 2022 with a 15% growth in the Spa area, which can be found in Pavilion 7.3. Indeed, at the time of writing, EquipHotel has almost completed reservations for exhibition spaces in the Spa area. As for the premium area, managed by Sense of WELLNESS Magazine, to date only one stand remains available. In this 2022 edition, visitors will be able to meet a multitude of brands and suppliers, most of whom only exhibit at EquipHotel, among them are Beauty BC (Cellcosmet, Décorté and Paoma), Biologique Recherche, SwissLine, Payot, Maria Galland Paris, Olivier Claire, Académie Scientifique de Beauté, Yonka, Thalio, PBI, Vinésime, Lemi via their French distributor Beautytech, Thémaé, Luno, Aquatonale, Beautigloo, and also Snow Group with Algotharm, Cinq Mondes and Deep Nature, Phytomer, Pure Informatique Booker, Nilo, Matrix Fitness, Star Wellness, Hydroconcept, Verre & Quartz, and more besides.



© Favart

Forum Hotel & Spa 2022

Le rendez-vous des leaders de l'hôtellerie haut de gamme et du bien-être

La 14^e édition du Forum Hotel & Spa aura lieu le 2 juin prochain au Four Seasons George V Paris. Ce rendez-vous incontournable, organisé par Mme Vladi Kovanic, réunit de prestigieux fournisseurs du secteur Wellness avec des leaders internationaux de l'hôtellerie.

L'ÉDITION 2022 aura pour thème : « *Sortir des sentiers battus* », un sujet inspirant dans une période où créativité et résilience sont nécessaires pour se projeter dans ce fameux monde de demain. Pour traiter ce sujet, un parterre d'intervenants remarquables, à commencer avec l'invité d'honneur, bien connu du secteur et fidèle de cet événement : le brillant **Roger Allen**, CEO, Resources for Leisure Assets. Citons également : **Jean-Luc Pleuvry** (directeur des opérations Groupe Relais Thalasso) qui a été le premier à recevoir le Blue Diamond en 2017, le **Dr Franz Linser**, fondateur et CEO de Linser Hospitality, **Jean-Guy de Gabriac** qui interviendra lui aussi sur le Wellness 2.0 comme accélérateur de croissance stratégique en 2022, ainsi que **Cornelia Kausch**, une éminente experte dans le domaine de l'industrie hôtelière. **Sammy Gharieni**, Diamond Sponsor de l'événement, parlera d'un thème qu'il connaît bien : « *Sortir des sentiers battus dans le segment du luxe* ».

Cette journée de networking s'achèvera par un moment toujours très attendu : la remise du Blue Diamond et du Black Diamond qui récompensent respectivement la personnalité Thalasso et le Spa Manager de l'année 2022. Comme sur les précédentes éditions, Sense of WELLNESS Magazine est partenaire presse Diamant de l'événement et se voit l'honneur de remettre cette année le Black Diamond.

Un rendez-vous à ne pas manquer donc, qui est aussi l'occasion de rencontrer de manière privilégiée les fournisseurs, sponsors de l'événement : Gharieni, Swissline, Château Berger, Biologique Recherche, Corpoderm, Lemi, mais aussi : Iyashi Dôme, Olivier Claire, RKF, Matrix, Crystal Connexion, Sommerhuber, Gemology, MF Bougies, ou encore : Luno, Phytomer, Vinésime, Alquivimia, Sequoiasoft, Rice Force et How to Spa.

> [Pour assister au Forum Hotel & Spa](#), Sense of WELLNESS Magazine VOUS OFFRE 10 % DE REMISE.
> Pour en profiter, connectez-vous via ce lien : www.forumhotspa.com/fr/inscription/
et entrez le CODE PROMO : SWHS22

Forum Hotel & Spa 2022, Industry leaders gather to discuss the future of luxury hospitality and wellness

The 14th edition of Forum Hotel & Spa will take place on 2nd June at the Four Seasons George V Paris. This unmissable event, organized by Vladi Kovanic, gathers prestigious suppliers from the Wellness industry with international hospitality leaders.

The 2022 edition is organised around the theme "Thinking outside the box", an inspiring approach in these times where creativity and resilience are necessary to contemplate and plan for the much talked about world of tomorrow...

The topic is addressed by a remarkable panel of speakers, starting with the guest of honour and no stranger to the event, the brilliant Roger Allen, CEO at Resources for Leisure Assets. Other speakers include Jean-Luc Pleuvry (operations director at Groupe Relais Thalasso) who was the first Blue Diamond recipient in 2017, Dr. Franz Linser, founder and CEO at Linser Hospitality, Jean-Guy de Gabriac who will be talking about Wellness 2.0 as a strategic growth accelerator in the hospitality industry, and well-known hospitality expert Cornelia Kausch. Sammy Gharieni, the event's Diamond Sponsor, will speak about a theme he knows well: "Thinking outside the box in the luxury industry". This networking event will end with what is always a highly-anticipated moment: the Blue Diamond and the Black Diamond award ceremony that celebrates a talented personality respectively in the Thalassotherapy industry and the 2022 Spa Manager of the year.



« Le Forum Hotel & Spa est l'occasion de networker entre leaders de l'industrie Wellness dans un cadre haut de gamme. »

VLADI KOVANIC
Organisatrice du
Forum Hotel & Spa



Hôtel Four Seasons George V Paris

FORUM
HOTEL & SPA
in Paris

14TH edition
2 Juin 2022
www.forumhotspa.com

NEW FORMAT • NOUVELLE FORMULE

Réalisation www.ecom-design.fr - Photos : DR & 123RF



Thinking outside the box

Sortir des sentiers battus

Spa Thalassothérapie Thermalisme



The European rendez-vous for leaders
in the top-end Hotel and Wellness industry

Le rendez-vous international des leaders
de l'hôtellerie haut de gamme et du bien-être

International experts | Networking
Opportunity for your business | New trends

Black and Blue Diamond Awards | Simultaneous translation Limited number of places

Experts internationaux - Opportunité pour vos projets - Tendances
Black et Blue Diamond Awards - Traduction simultanée - Nombre de places limité

Informations for sponsors and participants / Informations pour les sponsors et participants
www.forumhotspa.com - contact@forumhotspa.com - tel 00 331 42 40 90 77

Nomi nations

Vincent Pimont apportera une riche expérience, à la fois au sein du Peninsula Paris, ainsi que dans l'industrie hôtelière de luxe.



Vincent Pimont prend la direction générale de The Peninsula Paris

Après le départ de Mauro Governato du Peninsula Paris, le Groupe a confirmé la nomination de Vincent Pimont au poste de directeur général du Peninsula Paris, l'un des plus beaux Spalaces parisiens. Vincent Pimont apportera à cette position une riche expérience, à la fois au sein de la légendaire propriété Peninsula de l'avenue Kléber, ainsi que dans l'industrie hôtelière de luxe.

NATIF DE NORMANDIE, Vincent Pimont a obtenu une maîtrise en administration des affaires (MBA), spécialisée en gestion hôtelière internationale au sein de la prestigieuse école d'hôtellerie et de management Vatel. Il a ensuite entrepris une carrière de 15 ans à différents postes de direction pour de grands groupes hôteliers en Europe et aux États-Unis, notamment au sein d'entreprises telles que InterContinental Hotels & Resorts et The Walt Disney Company.

M. Pimont a rejoint le groupe The Peninsula Hotels en novembre 2007 en tant que directeur hébergement à The Peninsula Pékin, avant d'être promu au poste de directeur d'hôtel en mai 2010. En février 2014, il a intégré les équipes The Peninsula Paris en tant que directeur d'hôtel, un poste qu'il a occupé jusqu'en 2017 - et au sein duquel il a démontré une profonde implication à l'occasion de la première ouverture d'une propriété Peninsula en Europe. Au début de l'année 2017, M. Pimont a réintégré The Peninsula Pékin en tant que directeur général, où sous sa direction, l'hôtel a reçu une multitude de prix et de récompenses, notamment une étoile Michelin décernée au restaurant Jing.

Vincent Pimont joins The Peninsula Paris as Managing Director

Vincent Pimont will be bringing a wealth of experience to his new role both in the legendary Peninsula on Avenue Kléber and in the luxury hotel industry.

Originally from Normandy, Vincent Pimont graduated from the prestigious Vatel hotel management school with an MBA specialising in international hotel management. He then set out on a career spanning 15 years in various executive positions for major hotel groups in Europe and the United States, particularly in companies such as InterContinental Hotels & Resorts and The Walt Disney Company.

Mr. Pimont joined The Peninsula Hotels group in November 2007 as rooms director at The Peninsula Beijing before being promoted to resident manager in May 2010. In February 2014, he joined the teams at The Peninsula Paris as hotel manager, a position he held until 2017. He returned to The Peninsula Beijing at the beginning of 2017 as general manager and, under his management, the hotel received a multitude of prizes and awards, not least a Michelin star awarded to the Jing restaurant.



Spa L'OCCITANE

La promesse d'un voyage sensoriel sur les terres ensoleillées de Provence.



Une présence marque et des fonctions support dans près de 90 pays.

Des protocoles de soin *inspirés de la nature*, testés et aux *résultats prouvés*.

Une offre Spa *intégrée* au parcours client en hôtel et un *accompagnement dédié*.

La mission de *créer de la valeur* auprès de nos partenaires exclusifs, dans des *destinations exceptionnelles*.

Nominations



Katia Schaffhauser

Nouvelle directrice de la Maison de Beauté Carita Paris

L'EXCELLENCE COMME QUOTIDIEN, voilà ce qui définit Katia Schaffhauser, nommée à la direction de la Maison de Beauté Carita à Paris, depuis début février. Originaire de la vallée de Munster, Katia prend la direction de son premier Spa en 1996 alors qu'elle vient de fêter ses 21 printemps ! C'est le début d'une aventure passionnée faite de rencontres, de valeurs, de défis et autres challenges avec pour objectif de sans cesse faire progresser les codes de la profession. Katia est à l'origine de concepts et de créations qui lui permettent de devenir l'une des références de la profession. De l'Alsace au Royal Parc Evian en passant par l'Hôtel du Palais à Biarritz, tel un chef d'orchestre, elle déroule sa partition pour mener avec ses équipes chaque Spa vers le succès. Elle rejoint Paris en 2014 pour gérer l'ouverture du Peninsula, premier établissement de la marque en Europe, avant d'intégrer le Ritz dont elle dirigera le Spa durant cinq ans, avant d'accepter ce nouveau poste, fait de nouveaux défis !

Every day excellence is an expression that perfectly fits Katia Schaffhauser, who was appointed director of Carita's Maison de Beauté in Paris at the beginning of February. Katia has been the driving force behind concepts and creations that have enabled her to become a major reference in our profession. From the Royal Parc Evian in Alsace and Hotel du Palais in Biarritz, like an orchestra conductor, she rolls out her musical score to lead her teams in each Spa to success. In 2014, she went to Paris and oversaw the opening of the Spa at the Peninsula, the brand's first establishment in Europe and then joined the Ritz, where she was in charge of the Spa for five years.

Jean-Luc Pleuvry

Nouveau directeur général des opérations du Groupe Relais Thalasso

EN JANVIER DERNIER, Jean-Luc Pleuvry a pris la direction des opérations du Groupe Relais Thalasso, l'un des principaux acteurs du secteur sur le marché français. Cet expert du tourisme et de la thalassothérapie vient renforcer la structure du groupe, aux côtés de Jean-Pascal Phélippeau (Président) et Anne Phélippeau (Vice-Présidente) pour les aider dans le développement de la marque. Après des études de comptabilité-gestion, il découvre le monde du tourisme en rejoignant le Club Méditerranée pendant 3 ans. Passionné par cet univers, il rejoint le Groupe Accor en 1991 aux Antilles et reste 7 ans entre la Guadeloupe et la Martinique. Il gravit tous les échelons : Directeur Tourisme et Loisirs, Directeur d'hébergement, Directeur de la restauration puis Directeur Adjoint. Jean-Luc Pleuvry rentre ensuite en métropole pour prendre sa 1^{ère} direction d'hôtel au Novotel Sénart puis il retourne dans l'hôtellerie de loisirs, celle qu'il préfère, en devenant Directeur du site de Thalazur Antibes. En 2007, il prend le poste de Directeur des Opérations pour la marque Thalazur qu'il développe activement puis en devient le Directeur Général.



In January of this year, Jean-Luc Pleuvry took up the role as director of operations of the Relais Thalasso Group, one of the sector's main players in the French market. After studying accounting and management, he discovered the world of tourism when working at the Club Méditerranée for three years. Captivated by this universe, in 1991 he went on to join the Accor Group in the West Indies and steadily worked his way up through the ranks. Jean-Luc Pleuvry then headed back to mainland France to take up his first role as hotel director before returning to the leisure hotel industry by becoming Director of the Thalazur Antibes site. In 2007, he was appointed Director of Operations for Thalazur, dynamically developing the brand before going on to become General Director.



Isabelle Clerger Schlumberger

Nouvelle directrice de l'Ambassade Biologique Recherche Paris

ISABELLE CLERGER SCHLUMBERGER a pris la responsabilité de l'Ambassade Biologique Recherche, vaisseau amiral de la marque, située sur les Champs-Élysées à Paris. Après l'obtention d'un diplôme d'état de Masseuse-kinésithérapeute et quelques années d'exercice en libéral, Isabelle intègre le Spa du Four Seasons George V en 2000. Un an après, elle prend la supervision de l'équipe de masseuses du Spa ainsi que des intervenants extérieurs. Après avoir passé 11 ans dans ce magnifique espace, elle participe comme responsable opérationnelle à la réouverture du Spa du Bristol en 2011. En 2014, elle rejoint le Peninsula pour l'ouverture du Spa, comme adjointe de Katia Schaffhauser, dont elle prend la direction en 2017 à la suite du départ de cette dernière pour le Ritz. Après plus de 7 ans au Spa The Peninsula Paris, Isabelle referme ce chapitre pour rejoindre une autre incroyable Maison où elle va pouvoir poursuivre sa passion entre luxe, service et enthousiasme.

Isabelle Clerger Schlumberger has taken charge of the Biologique Recherche Embassy located on the Champs-Élysées in Paris. After graduating as a state-registered physiotherapist and working in her private practice for several years, Isabelle joined the Spa at the Four Seasons George V in 2000. She spent 11 years in this magnificent venue before going on to be operational manager at the reopening of the Spa at the Bristol in 2011. Then, in 2014, she joined the Peninsular for the opening of the Spa as assistant to Katia Schaffhauser before taking up the role of manager in 2017 when Katia left for the Ritz.



THÉMAË

PARIS



[INNOVATION BIOCOSMÉCEUTIQUES]

La 1^{ère} marque experte du soin par le thé, innove en développant des BioCosmécéutiques, véritable puissance synergique entre une biotechnologie brevetée [C.4.T] et des actifs biomimétiques naturels et ultraconcentrés.

THÉMAË forme au remodelage et Lifting fasciathérapeutique, ultrapersonnalisé pour une efficacité immédiate et durablement clean.

Une jeunesse infusée par le In&Out Tea Therapy® qui répond aux nouvelles exigences des consommateurs.

LA JEUNESSE INFUSÉE





Photo ci-dessus

Hélianthal n'est pas un hôtel ordinaire, il fait partie de l'histoire de la ville depuis 1989. Adresse phare de la côte basque depuis plus de 30 ans, sa métamorphose était donc très attendue.

Photo ci-dessous

Le hall d'accueil a été repensé et invite les clients à venir se détendre et découvrir une nouvelle décoration mariant l'élégance des années 30 à la douceur d'un design contemporain, ponctué de détails sur la culture basque.



Escapade Yoga & Thalasso

Hélianthal

Thalazur Saint-Jean-de-Luz

Thalazur nous avait promis une métamorphose pour son site Hélianthal Saint-Jean-de-Luz et bien c'est une promesse tenue. Après 10 mois de travaux et 30 millions d'euros d'investissement, cette adresse phare de la côte basque dévoile son nouveau visage, où l'identité Art Déco des lieux et la culture traditionnelle basque sont respectées et sublimes. Visite guidée...

 PAR ISABELLE CHARRIER - PHOTOS : THALAZUR

Avec son emplacement exceptionnel, les pieds dans le sable, et idéalement situé au cœur de la célèbre station balnéaire de Saint-Jean-de-Luz, Hélianthal n'est pas un hôtel ordinaire, il fait partie de l'histoire de la ville depuis 1989. Adresse phare de la côte basque depuis plus de 30 ans, sa métamorphose était donc très attendue. Afin que la rénovation soit à la hauteur de l'investissement financier de Thalazur, le groupe n°1 de la Thalasso en France a choisi de se faire accompagner par l'architecte d'intérieur Jean-Philippe Nuel, signature emblématique dans l'univers de l'hôtellerie et grand maître dans l'art de faire renaître des fleurons de l'Art Déco. Un projet entre terre et mer qui a puisé son inspiration dans la modernité des lignes épurées et graphiques inspirées par l'architecture paquebot des années 30 de Mallet-Stevens, mais aussi dans les codes balnéaires de Saint-Jean-de-Luz afin d'apporter légèreté et formes plus fluides à l'ensemble, et bien entendu dans la culture basque avec son identité forte.

D'ailleurs, un soin tout particulier a été apporté à la mise en valeur du savoir-faire local, en choisissant des entreprises emblématiques comme la Maison Jean Vier qui signe pour l'établissement une ligne exclusive de coussins aux couleurs emblématiques de la région (le rouge et le bleu) que l'on retrouve dans les chambres, ou encore les poteries Goicoechea qui ponctuent les espaces, amenant élégance et caractère.

Un hôtel qui se réinvente sur le fond et la forme, puisque comme le souligne Nicolas Lacroux, directeur des lieux : « *Le parcours client a été repensé et ce dès l'arrivée puisque désormais celle-ci se trouve côté mer, révélant un hall, véritable lieu de vie ouvert sur l'extérieur, invitant chacun à profiter des services de l'établissement, que vous soyez résidents de l'hôtel ou non* ». Plus que jamais, Hélianthal se veut un établissement au cœur de la vie de Saint-Jean-de-Luz, grand ouvert aux Luziens !



JEAN-PHILIPPE NUEL
Architecte d'intérieur

Ci-contre Architecte de formation, Jean-Philippe Nuel est, dans le domaine hôtelier, une signature internationale de l'architecture d'intérieur de luxe. Parmi ses réalisations les plus iconiques, on compte le Grand Hôtel-Dieu de Lyon et l'Hôtel-Dieu de Marseille (Intercontinental), l'Hôtel Molitor et les Cures Marines de Trouville (MGallery), Le Cinq Codet à Paris ou encore La Villa Borghese à Rome (Sofitel). Jean-Philippe Nuel considère chaque projet comme une aventure humaine, créative et riche de rencontres et de partages.

Yoga & Thalasso Retreat

Hélianthal Thalazur Saint-Jean-de-Luz

Thalazur had promised a metamorphosis for its site Hélianthal in Saint-Jean-de-Luz and the result lives up to the promise. After 10 months of renovation works and a 30-million euro investment, the well-known address on the Basque Coast unveiled its new establishment, where its Art Deco identity and traditional Basque heritage have been respected and enhanced. Join us for a guided tour...

With its exceptional site, right on the beach and ideally located in the heart of the famous seaside resort of Saint-Jean-de-Luz, Hélianthal is no ordinary hotel, it has been a part of the town's history since 1989. Being a well-known address on the Basque Coast for the last 30 years, its metamorphosis was, therefore, a highly anticipated one. To ensure the renovation would meet the ambition of Thalazur's financial investment, the leading French thalassotherapy group chose the guidance of interior designer Jean-Philippe Nuel, an emblematic creator in the world of hospitality who masters the art of reviving iconic Art Deco interiors. Particular care was put into giving pride of place to local know-how, by choosing emblematic companies such as

Maison Jean Vier that created an exclusive line of cushions designed with the region's characteristic colours (red and blue) which adorn the guest rooms, along with Goicoechea whose pieces of pottery enhance various spaces with elegance and character. A hotel that has reinvented itself in both form and content, Hélianthal aims more than ever to be an establishment at the heart of town life, open wide to locals!



La saison 2022 s'annonce
excellente avec un TO
de 70 à 80 %.

Une rénovation qui a été d'autant plus complexe qu'elle s'est déroulée en plusieurs étapes, pandémie oblige, mais qui finalement ont permis une montée en charge progressive. En effet, **en juillet 2020, après 10 mois de travaux**, l'hôtel dévoile son nouveau visage avec le restaurant l'Atlantique, lui aussi entièrement rénové, et son exceptionnelle terrasse face à la baie, désormais accessible sans être obligé de rentrer dans l'hôtel. Un nouvel espace est aussi créé : le bar à tapas « Erdiko » (central en basque), qui assoit le caractère local et convivial des lieux, ouvert lui aussi aux non-résidents de l'hôtel. « Cette ouverture fin juillet 2020, sans clients Thalasso et Spa, nous a permis de lancer le produit sur la partie hôtellerie et restauration, une sorte de pré-opening qui a vraiment été utile par la suite », commente Nicolas Lacrouts, directeur d'Hélianthal Thalazur Saint-Jean-de-Luz.

Second confinement en octobre 2020, l'établissement ferme, mais cette période permet cependant d'avancer sereinement sur les travaux de la Thalasso et du Spa, sans craintes des nuisances auprès des clients. C'est donc un tout nouvel espace qui ouvre en mai 2021 qui lui aussi va se

lancer, service après service, contraintes sanitaires obligent. « Nous avons d'abord commencé par l'activité Hôtel Spa en proposant nos massages. Cela nous a permis de nous rôder et de finaliser les détails sur cette zone », poursuit-il. « Nous avons ensuite pu rouvrir le parcours marin, puis les soins de Thalasso, ce qui nous a permis de faire revenir le personnel au fur et à mesure et ainsi faire monter en puissance l'ensemble de l'établissement, étage par étage ».

Depuis juillet 2021, le nouvel Hélianthal rencontre un vrai succès, même si la 3^e vague de la Covid a eu un impact sur la fréquentation. Un succès qui se vérifie dans les chiffres puisque comme le souligne Nicolas Lacrouts : « En termes de résultats, nous sommes au-delà de ce que nous avions prévu. Le budget 2022 correspond à ce qui était prévu sur le business plan 2024 en activité, et c'est un objectif que nous allons atteindre ». En effet, la saison 2022 s'annonce excellente avec un TO de 70 à 80 %, et ce malgré une augmentation de +15 % sur les chambres, due à la montée en gamme de l'ensemble de l'établissement, et parfaitement justifiée au regard des prestations et des équipements désormais proposés.

The project raised the challenge of orchestrating the renovation over several phases, for reasons dictated by the pandemic. Ultimately, however, it allowed for a progression in operational workload. Indeed, in July 2020, after 10 months of works, the hotel unveiled its renovation with the restaurant L'Atlantique which had also been renovated, and its beautiful terrace facing the bay that is now accessible without having to enter the hotel. Then came the second lockdown in October 2020. The establishment closed and during this period, was able to advance smoothly in the renovation of the thalassotherapy and Spa facilities, without worrying about the impact of noise on the client experience. A whole new space opened in 2021 and there again, abiding by health measures, services were launched in phases. Since July 2021, the new Hélianthal has been met with great success, despite the impact of the 3rd Covid wave on the number of visitors. This success is confirmed in the figures: the 2022 season is looking bright with occupation rates between 70 and 80%.



NICOLAS LACROUTS
Directeur Hélianthal Thalazur
Saint-Jean-de-Luz

Ci-contre

Natif du Béarn, Nicolas Lacrouts connaît bien le Pays basque puisqu'il a suivi ses études au Lycée hôtelier de Biarritz. En 2000, il intègre les établissements du groupe à Caen comme responsable de restauration puis il évoluera ensuite à Arcachon, La Rochelle puis en région parisienne. En manque de sa région natale, et aussi par goût du challenge, Nicolas Lacrouts prend la direction d'Hélianthal Thalazur Saint-Jean-de-Luz en 2014, rentré l'année précédente dans le giron du n°1 de la Thalasso en France. Il a accompagné avec brio la rénovation du site mettant un point d'honneur à redonner à Hélianthal son aura passée.



Spa Guerlain, The Woodward
Genève



l'Art
the Art of fine linen
du linge raffiné



Credit Photo Galy, Cocano

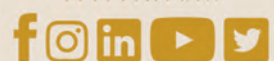
Nous contacter

rkf@rkf.fr

+33 (0)3 39 03 41 20

Nous suivre

www.rkf.fr



Création de 10 nouvelles suites dont 4 en duplex avec terrasse privative et vue plongeante sur l'océan.



Photo du haut : Grande nouveauté de ces travaux, la création de 10 nouvelles suites, dont 4 duplex avec terrasse privative de 30 m² face à l'océan.

Photo ci-dessus à gauche : Les chambres sont spacieuses, et ce dès la première catégorie (chambre supérieure) avec une superficie de 24 m² et font la part belle au bleu luzien.

Photo ci-dessus à droite : L'autre restaurant des lieux, l'Erdiko, trait d'union avec la ville, où l'on goûte l'expression de la générosité de la culture basque que ce soit en assiette ou par la décoration qui met en lumière les artisans locaux : les poteries Goicoechea, les claustras créés par Alki, les œuvres d'art de Franck Cazenave ou encore les toiles tendues de la société Atrium imprimées de mots basques.

Photo p.35 : Le restaurant & bar lounge L'Atlantique offre une ambiance lumineuse, mêlant élégance et raffinement des codes années 30, à la naturalité des codes balnéaires. Must-have : la vaste terrasse qui surplombe la plage avec sa vue panoramique sur la baie.

Concernant l'univers des chambres de l'hôtel, Jean-Philippe Nuel a une nouvelle fois choisi de s'inspirer des années 30 et de mêler l'ambiance balnéaire et la convivialité basque. Les 106 chambres sont réparties sur les 5 niveaux de l'hôtel et orientées côté cour, rue ou patio. Divisées en 6 catégories, elles sont toutes spacieuses, et ce dès la première catégorie (chambre supérieure), avec une superficie de 24 m². Certaines offrent en supplément des balcons privatifs, équipés de table et chaises, mais aussi de transats pour celles avec terrasses. Un upgrade qui en vaut la peine en haute saison, afin de profiter de la belle luminosité de la région. Côté rangement, important lorsque l'on vient en séjour Thalasso, c'est plutôt bien pensé et optimisé, en plus d'être un vrai atout déco très graphique. Toutes les chambres offrent de belles salles de bain ou salles d'eau avec douche à l'italienne, dans les tons gris, noirs et blancs. Mais la grande nouveauté de ces travaux vient de la création de 10 nouvelles suites : 3 juniors suites, 3 suites et 4 suites duplex avec terrasse privative de 30 m² face à l'océan, pouvant accueillir jusqu'à 5 personnes pour une superficie de 60 m².

Côté restauration, aux commandes des deux restaurants, « L'Atlantique » avec sa cuisine bistrannique et le bar à tapas « Erdiko », le chef basque Nicolas Borteyru, originaire d'Hasparren. Pour la petite histoire, le chef a commencé sa carrière à l'Hélianthal en 1989 comme stagiaire ; un peu plus de 30 ans après, retour aux sources, la boucle est bouclée. Fidèle au concept exclusif des « 5S » du groupe Thalazur : « *Des produits de Saison remplis de Saveurs, issus de Situations géographiques exceptionnelles, cuisinés Sainement, avec Simplicité* », le chef Nicolas

Borteyru compose une cuisine authentique et créative, où les produits issus de producteurs du Pays basque sont à l'honneur, pour des créations aussi gourmandes qu'équilibrées.

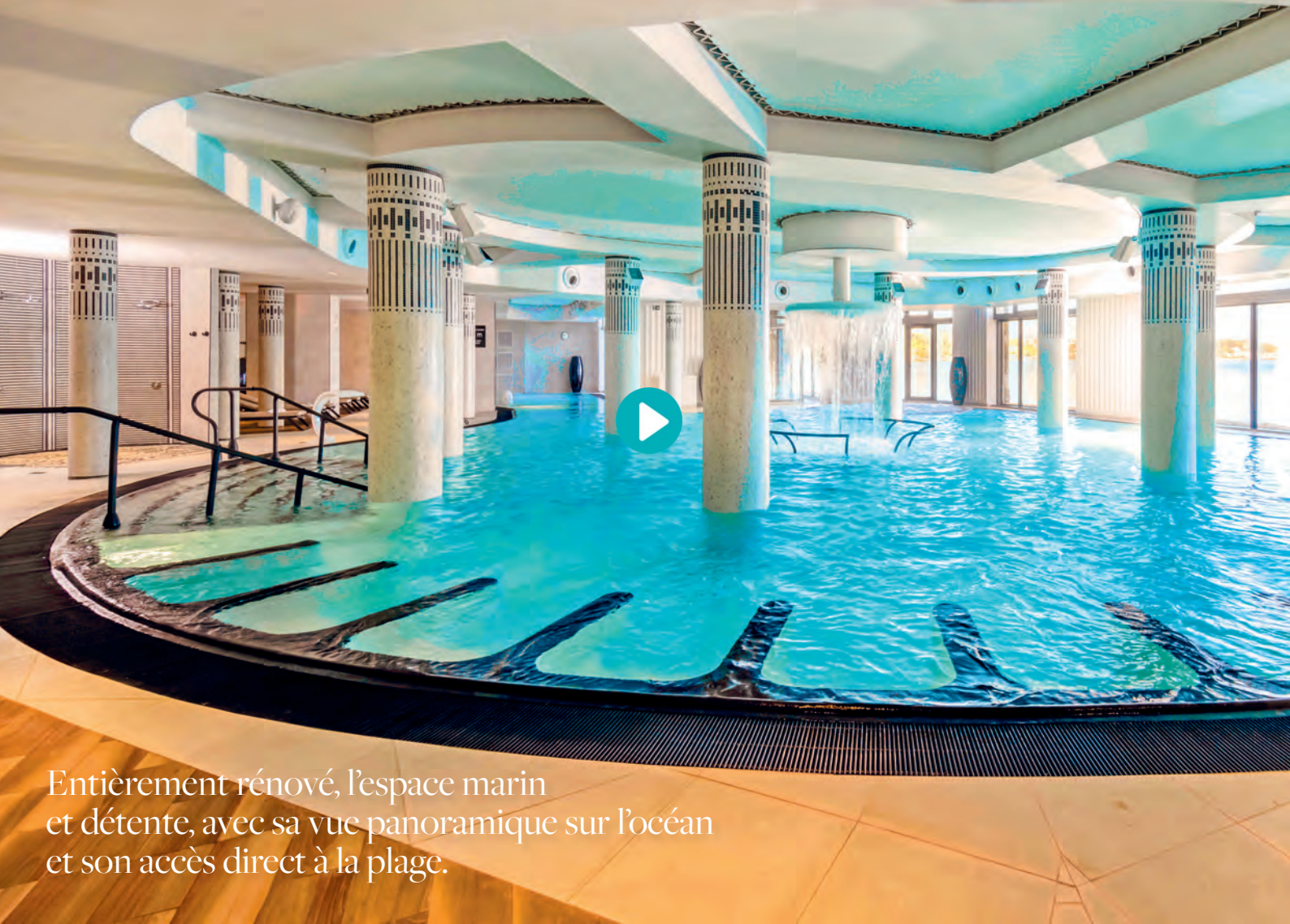
Côté déco, on ressent plus que n'importe où dans l'hôtel, cette ambiance balnéaire, tant on a l'impression de monter dans un majestueux paquebot, pour une traversée des saveurs. Jean-Philippe Nuel a eu la bonne idée de conserver les sublimes luxes Art Déco d'origine et d'orner les murs avec des œuvres d'artistes locaux comme celles de Delphine Priem, que l'on retrouve aussi à la Thalasso, avec ses gracieuses océanides dansant sur l'eau telles des ballerines.

Quant au bar, c'est une attraction à lui seul qui occupe un mur entier, ambiance Gatsby qui se prolonge sur la terrasse dès la belle saison pour une ambiance lounge, très prisée des résidents de l'hôtel tout comme des locaux. Pour celles et ceux qui veulent goûter à l'expression de la générosité de la culture basque, que ce soit dans l'assiette ou par la décoration, rendez-vous au bar tapas « Erdiko ». Dans une ambiance décontractée, ce lieu résolument tourné vers le partage, propose des produits frais et locaux, que ce soit le matin pour petit-déjeuner, le midi sous forme de snacking, l'après-midi pour prendre le thé ou le soir autour de tapas signatures et d'une jolie carte de vins locaux tels que le Txakoli ou encore les domaines d'Irouleguy ainsi que des cocktails classiques et signature parfaitement maîtrisés. Trait d'union avec la ville, ce lieu de vie donnant sur les jardins de l'hôtel avec sa belle terrasse, est devenu une place to be incontournable de Saint-Jean-de-Luz.



Regarding the interior design of the guest rooms, Jean-Philippe Nuel has again chosen to draw inspiration from the 30s and to blend the seaside atmosphere with Basque hospitality. The 106 guest rooms are spread over 5 floors and divided into 6 categories. Some have private balconies furnished with table and chairs, as well as loungers for the rooms with a terrace. The biggest change that has come out of this renovation is the creation of 10 new suites: 3 junior suites, 3 suites and 4 duplex suites with a 30m² private terrace overlooking the ocean and a surface area of 60m²; they can accommodate up to 5 people.

Basque chef Nicolas Borteyru is at the helm of the hotel's two restaurants, "L'Atlantique" that pays tribute to bistrannique and the tapas bar "Erdiko". The chef crafts an authentic and creative cuisine where produce sourced in the Basque Country is given pride of place in dishes that are as delicious as they are balanced, in line with the group Thalazur's exclusive "5S" concept: "Seasonal produce full of Savour and from exceptional geographic Situations, along with Salubrious cooking and Simplicity". For guests wishing to experience the Basque culture's generosity, the food and decor at the tapas bar "Erdiko" is the ideal spot.



Entièrement rénové, l'espace marin et détente, avec sa vue panoramique sur l'océan et son accès direct à la plage.

Le parcours marin d'eau de mer de 300 m², chauffée à 33°, propose de nombreuses animations : pédijets, sièges massants, cascade, bains à remous, aquabeds... mais aussi cours d'aquagym.

Point d'orgue des lieux : le centre de Thalasso qui a bénéficié lui aussi d'une rénovation complète, avec une distribution beaucoup plus fluide et des espaces optimisés, permettant de recevoir jusque 140 curistes en simultanée. Ainsi le Spa marin & beauté a quasi doublé sa surface, passant de 300 à 500 m², et comprend désormais 12 cabines de soins, dont deux duo avec bains à remous et hammam privés. Plus indéniable, presque toutes les cabines bénéficient d'une vue sur la baie de Saint-Jean-de-Luz, et on peut même entendre le ressac de l'océan durant ses soins, mieux que n'importe quelle musique ! Côté soins, la carte est large avec entre autres les rituels proposés par Thalgo, partenaire historique des lieux et par Payot, choisie plus récemment afin de diversifier l'offre esthétique et bien-être. « *Bien que les massages soient toujours la demande n°1 du Spa, nos soins du visage ont beaucoup progressé depuis l'intégration de Payot* », commente Cyril Dechelotte, directeur d'exploitation de la Thalasso et du Spa. « *Payot a donné un nouvel élan à notre carte de soins, mais aussi à notre équipe en proposant une offre différente et complémentaire à ce que nous proposons déjà avec Thalgo* ».

Côté espace hydrothérapie, ce sont désormais une quarantaine de cabines, avec balnéos et lits d'enveloppement dernière génération de chez Stas Doyer, mais aussi la nouvelle génération d'Hydrojets permettant un programme de modelage sur l'ensemble du corps et la zone trapézoïdale, et enrichis d'un dôme combinant

cinq applications différentes telles la lumière, l'air, la couleur, les arômes et le soin. Une cabine individuelle de cryothérapie corps entier signée Cryojet et un Iyashi Dôme, l'authentique sauna japonais, complètent l'offre de cette zone.

Point de liaison de ces deux espaces, l'espace marin et détente, avec sa vue panoramique sur l'océan et son accès direct à la plage. Le parcours marin d'eau de mer de 300 m², chauffée à 33°, propose de nombreuses animations : pédijets, sièges massants, cascade, bains à remous, aquabeds... mais aussi cours d'aquagym. Un sauna finlandais, un hammam dans la grande tradition orientale (*photo de notre couverture*), une cascade de glace pilée, ainsi qu'une salle de repos avec vue sur l'océan, complètent les équipements de cette zone.

Un bel espace cardio-fitness propose deux espaces indépendants, face à l'océan, avec une première salle pour profiter des appareils de cardio et une seconde salle pour suivre les cours des professeurs de gym. Ces deux espaces sont proposés en libre accès toute la journée aux clients de l'hôtel et sur abonnement ou entrée à la journée aux extérieurs qui représentent d'ailleurs 15 % du CA de la Thalasso avec environ une centaine de membres en abonnement mensuel

**> À partir de 220 €/mois en accès semaine, de 9h à 13h
> À partir de 370 €/mois en accès privilège 7jours/7
de 9h à 19h45).**

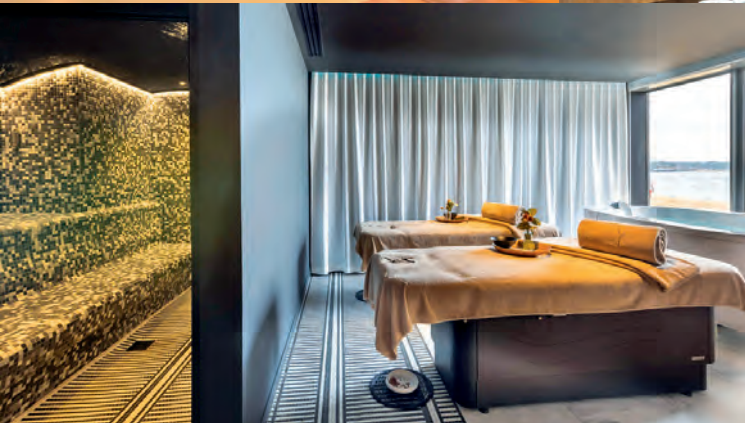
(Wellness Lab) Destination



CYRIL DECHELOTTE
Directeur d'exploitation
Thalassothérapie & Spa

Ci-contre

Après des études au Lycée hôtelier Albert Bayet à Tours, Cyril Dechelotte débute sa carrière dans l'hôtellerie, d'abord à Tours avant de rejoindre en 2001 Thalazur Arcachon en tant que responsable hébergement. En 2005, la Thalasso Serge Blanco lui propose le poste de directeur commercial Thalasso, fonction qu'il occupera 8 ans, avant de revenir chez Thalazur où il mettra en place l'offre bien-être sur le site de Cabourg. Fort de cette expertise et de sa parfaite connaissance du Pays basque, c'est tout naturellement que le groupe lui propose de prendre la direction de la Thalasso et du Spa d'Hélianthal Saint-Jean-de-Luz en 2014 où il retrouve Nicolas Lacrouts avec lequel Cyril avait travaillé à Thalazur Arcachon.



Photos ci-dessus : Le Spa marin & beauté comprend désormais 12 cabines de soins, dont deux duo avec bains à remous et hammam privés. Plus indéniable, presque toutes les cabines bénéficient d'une vue sur la baie de Saint-Jean-de-Luz.

Photo ci-dessous : La décoration du Spa marin & beauté rappelle les bains de mer de l'époque avec aux murs les œuvres de Delphine Priem, une artiste locale qui met en scène de gracieuses océanides dansant sur l'eau telles des ballerines.



The establishment's highlight is its thalassotherapy centre, which has also been entirely renovated, resulting in traffic patterns that create more fluidity and spaces that have been optimized to be able to welcome up to 140 guests at a time. The surface area at the marine & beauty Spa has almost doubled, from 300 to 500m², and now offers 12 treatment rooms including two double equipped with private whirlpool bath and hammam. Its comprehensive treatment menu features among other services, rituals designed by Thalgo, the establishment's historic partner, and treatments with Payot, brand that was recently chosen to diversify the beauty and wellbeing offering. As for the hydrotherapy space, there are now around 40 treatment rooms with whirlpool baths and next generation treatment beds for body wrap and hydrojets by Stas Doyer. A whole body cryotherapy room by Cryojet and the authentic Japanese sauna Iyashi Dôme complete this area's offering. These two spaces are connected to each other by the marine hydrotherapy facilities offering panoramic views over the ocean and direct access to the beach. The 300m² seawater pool, heated to 33°, offers a large array of relaxing water features. The facilities also include a Finnish sauna, hammam, ice fountain and relaxation room with ocean view. Last, but not least, a beautiful cardio fitness area has two independent rooms overlooking the ocean, one equipped with cardio exercise equipment and the second dedicated to group fitness classes.

Nouveauté 2022 : la cure Immersion Yoga & Thalasso, un duo parfait pour prendre soin de soi !



En France, la pratique du yoga a augmenté de 300 % en 10 ans avec quasi 11 millions de français qui ont pratiqué au moins une fois le yoga ces trois dernières années*. Bien entendu, la pandémie a boosté la découverte du yoga grâce au digital qui a aidé à sa large diffusion, puisque quasiment 3 millions de pratiquants ont commencé le yoga durant le confinement. Aujourd'hui les $\frac{3}{4}$ font du yoga deux fois minimum par mois tandis que la moitié ont une pratique hebdomadaire. Des chiffres qui font prendre conscience que le yoga n'est pas une passade mais bien une discipline avec laquelle il faut compter dans le monde du bien-être. Un contexte plus que propice pour lancer cette nouvelle cure de 6 jours, 6 nuits, associant yoga et thalasso à l'Hélianthal Thalazur Saint-Jean-de-Luz. Cependant le yoga ce n'est pas nouveau pour l'établissement qui, depuis 2014, propose 3 cours par semaine qui sont toujours pleins. « Depuis 2 ans, Nicolas et moi avons cette idée en tête d'associer le Yoga et la Thalasso pour offrir un ressenti de bien-être décuplé, mais il nous fallait trouver le bon prestataire afin de lancer ce séjour que nous voulions à l'année et non juste sur des semaines dédiées », précise Cyril Dechelotte.

Au programme de cette cure : 3 séances de 75 min de yogas différents, par groupe de 6 personnes maximum afin de favoriser un suivi personnalisé :

> **Le yin yoga** est un style de yoga au rythme lent, incorporant les principes de la médecine traditionnelle chinoise, avec des asanas qui durent plus longtemps que dans d'autres styles.

> **Le hatha yoga**, le plus pratiqué aujourd'hui, est une pratique lente et détendue afin de se recentrer sur soi et d'être à l'écoute de son corps. Pour ce faire, les postures

doivent être maintenues suffisamment longtemps : environ 3 minutes par posture auxquelles on associe le contrôle du souffle (pranayama) et la concentration.

> **Le yoga vinyasa** est une pratique dynamique et sportive du yoga, dans laquelle chaque mouvement est initié par la respiration. En plus d'être une activité physique complète, il confère de nombreux bienfaits sur le corps, la santé et l'esprit.

« En complément de ces 3 séances de yoga sur mesure, le curiste a la possibilité de participer tout au long de sa semaine aux séances de yoga dispensés par les coachs, tous formés à la discipline », souligne le directeur de la Thalasso. Pratiquer le yoga permet de se connecter à son corps et à sa dimension intérieure, un travail sur soi qui trouve aussi son prolongement dans la « marche en pleine conscience » sur la plage, un moment fort de la cure qui ajoute une dimension supplémentaire à la pratique de la pleine conscience.

Les soins de Thalasso relaxent et reminéralisent le corps, tandis que les massages comme le Modelage Ayurvédique Marma by Thalgo ou encore le massage signature basque, exclusif Thalazur Saint-Jean-de-Luz : Uhaïna à l'algue rouge (cf. notre encadré), amènent harmonie et relaxation profonde.

> **Cure Immersion Yoga & Thalasso,
6 jours/6 nuits/26 soins et activités,
à partir de 2 148 € par personne
en chambre double supérieure et demi-pension.**

(*) Étude 2021 du SNPY (Syndicat National des Professeurs de Yoga).

In France, the practice of yoga has increased by 300% over 10 years, with almost 11 million French people who have practiced yoga at least once over the last three years.

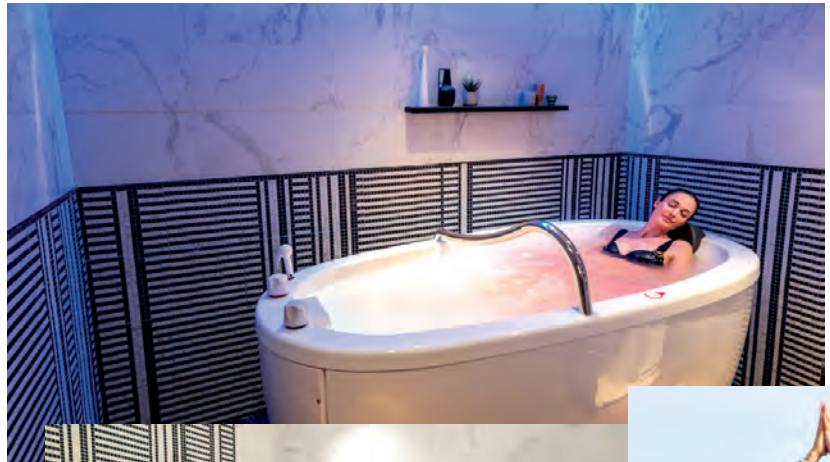
In light of the French appetite for yoga, it seems only natural that Hélianthal Saint-Jean-de-Luz has launched a new 6-day/6-night programme that combines yoga with thalassotherapy. On the programme's menu: three 75-min sessions of different types of yoga, in groups of 6 people maximum to ensure personalised instruction.

> **Yin yoga** is a slow-paced style of yoga that incorporates elements of Traditional Chinese Medicine.

> **Hatha yoga**, currently the most popular style of yoga, is also a slow-paced and calming practice that helps recenter and listen to your body. To achieve this, poses should be held for a sufficiently extended period of time: approximately 3 minutes per pose, combined with breath control (pranayama) and focus.

> **Vinyasa yoga** is a dynamic, more athletic style where each movement is initiated through breath.

Thalassotherapy treatments relax and remineralise the body while massages, such as the Marma Ayurvedic Massage by Thalgo or the signature Basque massage exclusive to Thalazur Saint-Jean-de-Luz, named Uhaïna with red algae (read the box below), bring harmony and deep relaxation.



Photos ci-dessus : La combinaison entre le yoga et les soins de thalasso permet de se reconnecter à soi tout en relaxant et reminéralisant son corps.

Photo de droite : Les 3 séances de yoga sur mesure de cette cure sont dispensées par Clémence Calvet, une professeure très à l'écoute, qui sait parfaitement s'adapter au niveau de chacun, pour faire de votre séance de yoga un moment de plaisir et d'enrichissement personnel indéniable.

Zoom sur

LE MASSAGE SIGNATURE BASQUE UHAÏNA À L'ALGUE ROUGE

J'ai eu un vrai coup de cœur pour ce massage signature proposé dans la cure Immersion Yoga & Thalasso, dont le nom Uhaïna signifie vague en basque, et qui illustre fort bien la grâce et la fluidité des mouvements. Créé en 2015 avec les équipes du Spa et un cabinet de formation, ce massage est inspiré des éléments du Pays basque : l'air avec l'haize hegoa « vent du sud », la terre avec la corniche, la plage et l'estuaire, et l'eau avec la mythique vague de Belharra, bien connue des surfeurs de la région. Un tryptique qui va ainsi agir sur trois flux énergétique, circulatoire et lymphatique. Ce massage est prodigué avec une crème de modelage à l'algue rouge, emblématique de la baie de Saint-Jean-de-Luz,

récoltée de mi-septembre à mi-mars. Uhaïna est un véritable massage « corps-esprit » qui permet, outre sa profonde relaxation, de se recentrer et de revenir à soi.

> **Proposé aussi en soin à la carte : 50 min, 115 €**



Focus on

SIGNATURE BASQUE MASSAGE UHAÏANA WITH RED ALGAE

I absolutely loved this signature massage that is part of the Yoga & Thalasso programme. Its name, Uhaïna means wave in Basque and it perfectly illustrates the grace and fluidity of the massage. Created in 2015 with the Spa teams in collaboration with a training and consultancy company, this massage draws its inspiration from elements in the Basque Country and addresses the three flows: energy, blood and lymphatic circulation.

Grâce à cette rénovation, la Thalasso a enregistré des chiffres records. À titre d'exemple, en décembre dernier, l'activité bon cadeaux a doublé versus l'année record avant rénovation. Des résultats qui montrent l'engouement des clients locaux pour le nouvel Hélianthal. « Bien entendu, la rénovation s'est accompagnée d'une augmentation de nos tarifs mais qui a été bien perçue au regard des équipements et infrastructures désormais proposées », commente Nicolas Lacrouts. « Une adhésion en local qui se vérifie aussi sur la progression du CA des soins à la carte, tant au niveau des massages que des soins du visage », complète Cyril Dechelotte.

Côté séjours Thalasso, la rénovation a séduit les clients historiques des lieux, tout en faisant revenir ceux qui attendaient la mue d'Hélianthal. Les nouvelles cures ont aussi trouvé un public plus jeune qui représente le pic de la clientèle les weekends et qui vient également en court séjour, que ce soit de Bordeaux, des Landes, de Toulouse et même de Paris, désormais à 4 h, grâce à la Ligne Grande Vitesse. Un engouement qui s'est vérifié lors du dernier salon Les Thermalies à Paris avec une progression de +50 % du site, ce qui fait d'Hélianthal Saint-Jean-de-Luz la destination n°1 du groupe Thalazur, devant le site de Cabourg qui tenait jusque maintenant un leadership autoritaire.

Thanks to this renovation, the thalassotherapy has achieved record figures. For example, last December, sales of gift certificates were twice as high as during the best year prior to renovation. These results demonstrate the enthusiasm of local clients for the new Hélianthal. "Of course, the renovation also came with a rise in our prices, but this has been well received in view of the equipment and facilities that are now offered", says Nicolas Lacrouts. In terms of thalassotherapy retreats and holidays, the renovation has won over the establishment's long-standing clients while also inspiring others, who were awaiting Hélianthal's metamorphosis, to come back. The establishment's new programmes have also been successful with a younger clientele which represents the majority of weekend and short stay visitors.



La rénovation a séduit les clients historiques des lieux, tout en faisant revenir ceux qui attendaient la mue d'Hélianthal.

DERNIÈRE IMPRESSION

L'objectif de cette rénovation de grande envergure était de métamorphoser ce lieu, sans pour autant altérer l'âme de cet établissement iconique. Pari gagné avec ce néo-Hélianthal qui a su garder son identité Art Déco, tout en magnifiant la culture traditionnelle basque avec respect et modernité. Un site qui a aussi su faire évoluer son offre bien-être, au travers de nouvelles cures thématiques, répondant ainsi aux attentes d'une clientèle plus experte en termes de bien-être, sans se départir des fondamentaux qui font le savoir-faire de Thalazur, dont la base-line est, je vous le rappelle, « L'Art de prendre soin de vous ».

N'oublions pas l'humain, car le plus beau lieu du monde est sans sens ni consistance sans un personnel bienveillant qui l'anime, et sur ce point Hélianthal Thalazur Saint-Jean-de-Luz excelle, car chacun(e) s'emploie à vous faire profiter pleinement de votre séjour bien-être en osmose avec l'océan et cette terre basque si attachante... Eskerrik asko!

LAST AND LASTING IMPRESSION

This major renovation aimed to transform the iconic establishment without altering its spirit. The challenge has been successfully met by this neo-Hélianthal that has kept its Art Deco character while enhancing traditional Basque culture in a meaningful and modern way. The wellbeing offering has evolved, with new themed packages that meet the expectations of savvy clients while staying aligned with the fundamentals and know-how of Thalazur, whose compelling baseline is "The Art of taking care of you".



IYASHI DÔME
INTERNATIONAL

HAUTE TECHNOLOGIE JAPONAISE
SANS CONTACT ET MAINS LIBRES

Depuis presque 20 ans au service des professionnels de l'esthétique, du bien-être et de la santé, l'authentique Sauna Japonais à infrarouges longs vous donne l'accès à des soins de détox profonde dont les bienfaits sont reconnus et prouvés par des études cliniques mesurées

DETOX | MINCEUR | ANTI-ÂGE
PRÉPARATION | RÉCUPÉRATION MUSCULAIRE



Nouveautés soins et cures en France en Thalasso et Thermalisme

Force est de constater que la pandémie a été un accélérateur de tendances, faisant émerger de nouvelles cibles clients ainsi que de nouvelles attentes en matière de santé et de bien-être. Les centres de thalassothérapie et les centres thermaux se réinventent donc cette année encore pour y répondre. Tour de France des nouveautés Wellness, dans l'ère du post-Covid!

 PAR ISABELLE CHARRIER

PORNIC : LA SANTÉ EN ÉQUILIBRE

Après presque deux ans de crise sanitaire, les maux récurrents du moment sont des problèmes de dos dus au télétravail et des problèmes psychologiques liés au stress. Avec ses deux orientations : Dos ou Anti-Stress, la **nouvelle cure Équilibre Santé d'Alliance Pornic Hôtel Thalasso & Spa** vise à calmer les maux qu'ils soient physiques ou psychiques. En apportant à l'organisme les bienfaits naturels marins associés aux soins de haute technologie, elle régénère profondément l'organisme. La cure comprend 26 soins proposés sur 5 jours avec : cinq bains hydromassants, trois argiles des Moutiers (dos) ou trois enveloppements relaxants (anti-stress), trois douches à affusion, deux lits « Andumédic », un Physioscan, un Oligoscan, deux séances de Miltaled (orientation dos ou anti-stress), trois massages kiné « spécial dos » ou trois modelages aromatiques. Ces soins sont complétés par un atelier postural (option dos) ou méditation et sophrologie (option anti-stress), deux Aquapilates et deux séances de Pilates en salle.



Avec ses deux orientations : Dos ou Anti-stress, la nouvelle cure Équilibre Santé d'Alliance Pornic Hôtel Thalasso & Spa vise à calmer les maux qu'ils soient physiques ou psychiques.

Dans le cadre de cette cure, la Thalasso de Pornic propose le Gniom Check, la première analyse du microbiotique intestinal basée sur l'ADN et permettant des recommandations personnalisées. C'est un test complet pour mettre en exergue des problèmes du système immunitaire, émotionnels et de sédentarité. Les résultats sont accompagnés de recommandations personnalisées et dotés d'un programme alimentaire adapté. Ils feront ensuite l'objet d'une consultation avec une diététicienne de la Thalasso de Pornic afin d'en comprendre tous les tenants et aboutissants.



New treatments and retreats in France in Thalassotherapy and Balneotherapy

There is no denying that the pandemic has accelerated existing trends, creating windows of opportunity with new potential clients and new expectations in terms of health and wellbeing. Find out more about the new Wellness experiences that are in store around the country, in the post-Covid era!

PORNIC: BALANCED HEALTH

Almost two years after the health crisis started, there has been an increase in back pain issues caused by "pandemic posture" while working from home, as well as of mental health issues caused by stress. With its two paths: Posture and Anti-Stress, the new treatment programme Health in Balance at Alliance Pornic Hotel Thalasso & Spa aims to relieve the feeling of unwellness, whether physical or mental. By providing the body with the natural benefits of seawater combined with high-tech treatments, the overall experience deeply reboots and restores energy levels. The programme includes 26 treatments over 5 days and includes the establishment's unique Gniom Check, the first gut microbiota analysis based on DNA and the starting point to the centre's personalised recommendations. This highly comprehensive test allows for a focus on issues related to the immune system, emotional health and a sedentary lifestyle.

CHAÎNE THERMALE DU SOLEIL : MINI-CURE SLOW NATURE

La nature est pleine de ressources, la médecine thermale aussi... Pour retrouver naturellement le chemin de la santé, de la sérénité et du bien-être, **la Mini-Cure Slow Nature** se vit aux Thermes du Mont-Dore. Cette immersion bienfaisante permet de diminuer le stress et l'anxiété, élaguer les pensées négatives, entretenir sa forme physique et surmonter les angoisses accumulées ces derniers mois.

La Mini-Cure Slow Nature propose des activités extérieures (promenade en forêt, marche méditative, 5 spas forestiers, séance de Tai Chi en forêt). À ceux-ci s'ajoutent 22 soins thermaux ressourçants et apaisants (bains thermaux aux résineux, cataplasmes d'argile chaude maturée aux plantes, jets hydromassants en piscine thermale, modelages relaxants à l'huile essentielle de sapin, séance de réflexologie plantaire, sophrologie anti-stress), l'accès aux bains vapeur et à la salle de fitness avant ou après les soins.

Cette cure, également proposée aux Thermes de Bains-les-Bains, la Preste-les-Bains et Greoux-les-Bains, peut se suivre à l'occasion d'une cure conventionnée 18 jours ou seule, durant 6 jours.



CHAÎNE THERMALE DU SOLEIL : SLOW NATURE MINI BREAK

Nature is full of resources, as is balneotherapy for preventive health... To naturally find the path back towards better health, serenity and wellbeing, the Slow Nature Mini Break at the Thermes du Mont-Dore is a nurturing, regenerative experience that reduces stress and anxiety. The treatment programme associates outdoor activities and 22 balneotherapy treatments to soothe and recharge your batteries.



NOUVELLE-AQUITAINE : THÉRAPIE DIGITALE EN THERMALISME

Depuis l'été dernier, les curistes peuvent découvrir, dans les stations thermales de la Nouvelle-Aquitaine : Bliss[®] un dispositif thérapeutique de réalité virtuelle. Dispositif médical de type 1, il permet de réduire la sensation de douleur et d'anxiété. C'est un véritable complément à la cure pour retrouver sérénité et bien-être. Déjà implanté en milieu hospitalier, Bliss[®] rejoint désormais les établissements thermaux pour apporter un soin complémentaire au curiste. Il intègre des solutions innovantes qui combinent le potentiel de la réalité virtuelle, des techniques sonores et de la musique, sur la douleur des patients.

Bliss[®] est issu de la collaboration avec les médecins, les spécialistes et les infirmières qui l'utilisent au quotidien dans leur pratique pour traiter la douleur et l'anxiété des patients. La solution Bliss[®] est mise en œuvre pour les patients au moyen de lunettes vidéo 3D et d'un casque audio spécialement paramétrés pour offrir la meilleure expérience aux patients et la meilleure efficacité contre la douleur et l'anxiété lors de gestes médicaux. Le soignant met en œuvre la solution auprès du patient en un instant, avec un résultat rapide sur sa douleur et son anxiété.

NOUVELLE AQUITAINE : DIGITAL BALNEOTHERAPY

Since last summer, at the balneotherapy centres in the Nouvelle-Aquitaine region, Spa-goers can explore the benefits of a new virtual reality therapeutic solution called Bliss[®], a class I medical device that reduces the feeling of pain and anxiety. This experience is incorporated into treatment programmes to promote serenity and wellbeing. Already used in hospitals, Bliss[®] has now entered the field of balneotherapy as an interdependent element of any treatment programme. It integrates innovative solutions that combine the potential of virtual reality with the analgesic effects of sound techniques and music.



« Point fort de cette cure : les modelages prodigués avec la Gelée pure d'eaux-mères de Guérande. »

CAROLINE MAHE-LEA
Directrice des Exploitations Thalgo

CONCARNEAU : IMMUNITY BOOST

Boosting the immune system thanks to the fundamentals of thalassotherapy, this is what the Thalasso de Concarneau has in mind with its new Premium Remineralising Programme where treatments are boosted with mother liquors from Guérande that are highly concentrated in marine magnesium. The treatments have three modes of action: **First of all, transcutaneous application** with seawater baths that help eliminate toxins and absorb marine minerals and trace elements. Furthermore, and the highlight of this programme, massages are performed with the Pure jelly of Guérande mother liquor. These mother liquors, with 8 to 10 times higher concentrations of minerals and trace elements than seawater, are exceptionally rich in magnesium, calcium, phosphorus, sodium and potassium, present in the form of active ions.

Breathwork is the second and paramount mode of action. While walking along the coast, the oxygenation workshop sheds light on how to breathe in the sea air, breathwork that can then be used in any circumstances and more mindfully.

Last, but not least are the oral supplements: Thalgo's ampoules L'Océane, a hypertonic marine plasma that is pure as it hasn't been diluted in another water, and particularly rich in essential minerals (sodium, potassium, magnesium, calcium...) and trace elements.

CONCARNEAU : BOOSTER SON IMMUNITÉ

Booster son immunité grâce aux fondamentaux de la thalasso, c'est que propose la Thalasso de Concarneau avec cette **nouvelle cure Premium Reminéralisante qui booste ses soins en eaux-mères de Guérande**, ultra-concentrées en magnésium marin. Concrètement, les soins vont agir à 3 niveaux :

Tout d'abord, par voie transcutanée : l'eau de mer chaude est naturellement myorelaxante et décontractante. Un bain d'eau de mer rebooste : la vasodilatation obtenue par une température à 37/38° favorise l'élimination des déchets et l'absorption des oligo-éléments et des sels minéraux marins. Riches en oligo-éléments et en iode, les soins d'algues accélèrent l'élimination des toxines. Point fort de cette cure : les modelages prodigués avec la Gelée pure d'eaux-mères de Guérande. Ces eaux vivantes, 8 à 10 fois plus concentrées en minéraux et oligo-éléments que l'eau de mer, sont exceptionnellement riches en magnésium, calcium, phosphore, sodium et potassium, présents sous forme d'ions actifs. Au moment du massage, la texture gelée enveloppe le corps avec un effet seconde peau pour maximiser l'échange osmotique et décupler son efficacité : les carences en minéraux sont compensées, les tensions musculaires sont soulagées, l'élimination des toxines est favorisée, la barrière cutanée est réparée, l'action anti-stress favorise le sommeil.

La voie respiratoire est souveraine : l'air marin est électrisé, riche en ions négatifs qui purifient l'air et qui sont très facilement assimilables. Le temps d'une balade en bord de mer, l'atelier oxygénation apprend comment bien respirer cet air marin : un travail aux bienfaits immédiats pour reprendre conscience de son souffle, en comprendre la mécanique pour la réutiliser ensuite en toutes circonstances et en pleine conscience.

Enfin, l'absorption par voie orale d'ampoules L'Océane Thalgo, un plasma marin hypertonique, pur car non dilué par une autre eau, est particulièrement riche en minéraux (sodium, potassium, magnésium, calcium...) et en oligo-éléments essentiels. Obtenu par microfiltration à froid de l'eau de mer puisée au large des côtes bretonnes, près de l'île de Groix, il comprend 84 éléments marins actifs : un véritable trésor aux propriétés régénératrices et rééquilibrantes remarquables, qui apporte toute l'énergie vitale de la mer. Tout est réuni pour tirer le meilleur d'un séjour thalasso sensoriel et hyper-riminéralisant !

GHARIENI

TECHNOLOGIES WELLNESS

Triple thérapie
détox



The Johnstown Estate
Johnstownbridge, Irlande

TECHNOLOGIES 100% MAINS LIBRES

PEUT ÊTRE COMBINÉ AVEC VOS TRAITEMENTS RÉGULIERS !



GHARIENI
www.gharieni.com

Remodelage
du corps



Psammo thérapie



Mandarin Oriental Doha Qatar

Thérapie vibro-
acoustique binaurale



La Butte aux Bois Lanaken, Belgique

SAINT-JEAN-DE-LUZ : RETRAITE IMMERSIVE

Du 14 au 18 mars dernier, Le Grand Hôtel Thalasso & Spa Loréamar***** a lancé sa toute première retraite immersive : **Énergie Vitalité & Breathwork**, avec la pionnière du Breathwork en France, maître Reiki et coach spirituel, Susan Oubari, fondatrice de Breathe in Paris. Ce programme exclusif combine donc la cure Énergie Vitalité créée au Loréamar, dont l'objectif est d'activer les énergies vitales et de renforcer les défenses naturelles de l'organisme, à des séances de Breathe in Paris qui combine quatre piliers : la méditation, le Reiki, le coaching et le Breathwork, autour du travail du lâcher-prise.

Pour les néophytes de cette discipline, le Breathwork est une technique de méditation active basée sur une respiration par hyperventilation. C'est un processus puissant d'exploration et de croissance personnelle qui consiste à modifier son état de conscience pour explorer les émotions, réduire l'anxiété et le stress, améliorer le système digestif et les performances physiques. « *Le Breathwork est purement expérientielle et aucune séance ne se ressemble* », souligne Susan Oubari. Cette technique intense permet d'optimiser la santé et la performance, avec une respiration guidée qui consiste à respirer de façon contrôlée et rythmée en deux temps, par la bouche, allongé au sol et sur une musique adaptée. Quand le Breathwork est associé avec la méditation, le Reiki et le coaching, l'expérience est encore plus puissante. Elle permet d'activer les énergies vitales et de renforcer les défenses naturelles de l'organisme. Une immersion de 5 jours qui permet aussi de repartir avec de nouvelles techniques Wellness, en attendant, espérons-le, les prochaines dates pour une nouvelle retraite immersive.

Ce séjour comprend 8 soins et 1 atelier de Naturopathie, 8 séances de Breathe in Paris via différents ateliers, 4 nuits en chambre supérieure ainsi que la pension complète Healthy.



« L'objectif de ce programme spécial est d'amener à la grande conscience, la passion, la reconnexion et à un sentiment de soi réaffirmé. »

SUSAN OUBARI
Fondatrice de Breathe in Paris

SAINT-JEAN-DE-LUZ : IMMERSIVE RETREAT

From 14th to 18th March, the 5-star Grand Hôtel Thalasso & Spa Loréamar launched its very first immersive retreat: Energy, Vitality and Breathwork with the pioneer of breathwork in France, master Reiki practitioner and spiritual coach, Susan Oubari, founder of Breathe in Paris. The exclusive programme combined Loréamar's Energy and Vitality stay, that aims to activate the flow of vital energy and strengthen the body's natural defenses, with sessions of Breathe in Paris that are based on four pillars: meditation, reiki, coaching and breathwork, to work on letting go. Her practice of breathwork optimises health and performance through intense sessions of guided exercises focused on controlling a two-step breathing rhythm, through the mouth, lying on the floor and with specifically chosen music. When breathwork is associated with meditation, reiki and coaching, the experience is even more impactful. It helps activate the flow of vital energy and strengthens the body's natural defenses.



THALION



CRÉATEUR DE COSMÉTIQUE MARINE

Les laboratoires THALION puisent au cœur de la Mer d'Iroise des actifs surpuissants de bien-être et de beauté. Créateur d'actifs marins brevetés, de galéniques innovantes et de soins signatures exclusivement manuels, nous valorisons l'excellence du savoir-faire à la française. Seule marque marine de prescription exclusivement distribuée par des professionnels de la beauté, THALION sublime une beauté saine et naturelle.



PARTENAIRE DE RÉFÉRENCE DES PLUS BEAUX SPAS ET INSTITUTS DANS PLUS DE 50 PAYS À TRAVERS LE MONDE.



PORNICHET : TOUR DU MONDE DES MESSAGES



Le nouveau programme **Séjour Traversée du Monde** (5 jours/6 nuits/24 soins), imaginé par les équipes du Relais Thalasso Château Les Tourelles à Pornichet, entraîne les curistes dans une évasion salubre et éminemment relaxante, avec au programme chaque jour : deux soins de thalasso et un massage de 50 min par jour.

Top départ au Maroc avec le massage Majorelle qui débute par une purification de la peau avec un gommage au savon noir et au sel touareg dans le hammam, suivie d'un massage dans la plus pure tradition. Puis direction l'Asie avec un massage Balinaise associant techniques ayurvédiques et chinoises. Escale en Australie avec un massage Océanie inspiré des techniques ancestrales aborigènes. Direction les États-Unis avec un massage californien ultra-relaxant. Fin de la traversée à Hawaï avec un Lomi Lomi, fait de longs mouvements et de travail en profondeur pour une détente totale.

BIARRITZ : SOINS D'ICI ET D'AILLEURS

Le nouvel espace Thal'Sens de Biarritz Thalmar enrichit son offre de soins, de 50 à 75 min, issus de traditions bien-être, venus du monde entier. Commençons par l'Inde avec le Soin Malibu, massage corporel et apaisant, ou encore le Soin Shiva, massage corporel énergétique indien, pour rééquilibrer le flux énergétique interne, stimuler le cerveau et harmoniser les chakras. Pour les jambes lourdes, le Soin Brahma permet de rééquilibrer la circulation sanguine grâce à des techniques de massage spécifiques des jambes et des pieds.

Direction le Japon avec le Shiatsu Bien-Être qui associe digitopuncture et travail corporel doux, pour stimuler la respiration et les défenses immunitaires tout en agissant sur l'anxiété.

Finissons avec le pays du sourire avec le Soin Thaï Bien-Être qui combine digitopuncture et travail musculaire tonique, pour rétablir l'équilibre entre le corps et l'énergie vitale, tout en agissant sur les tensions musculaires, les contractures, le stress et la rigidité.

PORNICHET : MESSAGES AROUND THE WORLD

The new programme **World Travels** (5 days/6 nights/24 treatments), created by the team at Relais Thalasso Château Les Tourelles in Pornichet, takes Spa-goers on a healthy and eminently relaxing trip. The first destination is Morocco with the Majorelle massage that begins by purifying scrub with black soap and Tuareg salt in the hammam, followed by a traditional massage. The trip then continues to Asia with a Balinese massage that combines Ayurvedic and Chinese influences; a stopover in Australia with the Oceania massage, inspired by age-old Aboriginal techniques. The next destination is the USA with an ultra-relaxing Californian massage. The travels around the world end in Hawaii, with a Lomi Lomi massage that works deeply into the muscles with continuous flowing movements for a feeling of total relaxation.

BIARRITZ : TREATMENTS INSPIRED BY CULTURE AND TRADITION

The new wellbeing space Thal'Sens at Biarritz Thalmar has expanded its offering with 50 to 75-min treatments inspired by traditions from all over the world. Let's begin in India, with the Malibu Treatment, a soothing body massage, the Shiva Treatment, an Indian energy massage to harmonise chakras, and the Brahma Treatment that relieves tired heavy legs and boosts circulation. The next destination is Japan with the wellbeing Shiatsu session to stimulate the flow of oxygen and immune defenses, also with a positive impact on relieving anxiety. We end with the Land of Smiles with the wellbeing Thai Treatment that combines acupressure with energetic motions that relieve muscle tension, to connect the body with the flow of vital energy.

PAYOT

P A R I S



PIONNIER ET EXPERT DANS LES SOINS PROFESSIONNELS,
PAYOT signe une collection
de **NOUVEAUX** rituels Visage & Corps innovants

À DECOUVRIR AU VERSO NOS 3 NOUVEAUX RITUELS CORPS

PAYOT

P A R I S

PIONNIER ET EXPERT DANS LES SOINS PROFESSIONNELS,
PAYOT SIGNE UNE OFFRE SUR-MESURE POUR LES SPAS HÔTELIERS
AVEC DES RITUELS VISAGE ET CORPS INNOVANTS



LE MASSAGE ÉNERGÉTIQUE,

un massage tonifiant aux pierres chaudes, d'inspiration Suédoise et associé à la lithothérapie pour rééquilibrer, détendre et énergiser.

LA PARENTHÈSE RÉCUPÉRATRICE,

un massage réconfortant pour les parents, d'inspiration Californienne pour lutter contre les tensions générales et celles post-grossesse.

L'ÉTIREMENT RÉPARATEUR,

un massage décontractant, inspiré du stretching et des étirements sportifs pour un moment de bien-être physique et mental.

LA BEAUTÉ EN MOUVEMENT

**DINARD :
INNOVATION RELAXATION**

Proposé cette année à Emeria Dinard, le programme **La Parenthèse Lâcher-Prise** (6 jours/24 soins) associe les bienfaits de l'eau de mer à un ensemble de soins de relaxation, dont certains sont innovants. Après un rendez-vous avec un expert, les soins répondent à 3 objectifs :

- > Lâcher prise et se recentrer via des séances d'aquaréspiration dans un bassin d'eau de mer chaude, ainsi que des séances de relaxation immersive et des séances de micro-sieste.
- > Se détendre grâce aux soins de thalassothérapie qui vont apporter à l'organisme les bienfaits naturels marins en régénérant et reboostant l'organisme.
- > Se relâcher au travers de massages relaxants et plus particulièrement de massages kansu (*notre photo*). Ce soin est issu de la pratique ayurvédique et permet d'évacuer l'élément feu, traiter la colère, mais aussi l'anxiété, et combattre l'insomnie et le stress. Il favorise également la circulation de l'énergie vitale dans le corps.

DINARD : INNOVATIVE RELAXATION

Offered this year at Emeria Dinard, the Letting Go Spa break (6 days/24 treatments) combines the benefits of seawater with a variety of relaxation treatments that include some innovative experiences.

After a consultation with an expert, the programme begins with 3 objectives:

- > Letting go and recentering via aquabreathing sessions in a heated seawater pool as well as immersive relaxation sessions and microsleap sessions.
- > Utter relaxation with thalassotherapy treatments.
- > Slowing down and tranquility thanks to relaxing massages, in particular the kansu bowl massage. This Ayurvedic treatment promotes the flow of vital energy in the body.



**PLENEUF VAL ANDRE :
PARENTHÈSE DÉTENTE ET ÉNERGIE**

Pour finir ce tour de France des nouveautés Wellness, destination les Côtes d'Armor et plus précisément au Spa Marin du Val André, tout proche de la Baie de Saint-Brieuc, qui propose le **nouveau mini-programme « Val Détente »** permettant aux gens de reprendre leur souffle avant de retravailler. Au programme : 2 jours pour se recharger en énergie grâce aux bienfaits de la thalasso. Chaque journée comprend un modelage confort ou relaxant, allié à un soin d'hydrothérapie marine. Une courte parenthèse bien pensée pour un maximum d'effets !

**PLENEUF VAL ANDRE :
RELAXATION AND ENERGY**

The exploration of new Wellness experiences around France ends in the Cotes d'Armor, more precisely at the Spa Marin du Val André with its new thalassotherapy break "Val Détente" that is designed for busy people who need to recharge their batteries. The 2-day programme includes one relaxation massage and one seawater hydrotherapy treatment each day.

(Wellness Lab) Coup de cœur

Cardo Paris

La ligne de maillots de bains qui allie sport, chic et mode

Incontournable de notre univers : le maillot de bain, mais force est de constater qu'allier style, chic et technique, quelle que soit votre morphologie, est rarement une chose acquise, y compris dans les plus grandes marques. Et bien Emmanuelle Cardosi, fondatrice de Cardo Paris, a réussi cette alchimie complexe avec sa ligne Swimwear française, qui a su conquérir les Spas les plus exigeants.

 PAR ISABELLE CHARRIER

DU BONNET DE BAIN SANS COUTURES...

DEPUIS 2014, Emmanuelle Cardosi, créatrice de la marque française Cardo, révolutionne l'univers de la piscine avec sa ligne de maillots de bain et d'accessoires qui allient style, confort et élégance. Une aventure qui commence par un bonnet de bain, autre accessoire indispensable des Wellness addicts. Emmanuelle, créatrice de Cardo Paris, est une aqua-gymnaste de longue date. Son pire cauchemar il y a encore quelques années ? Le bonnet de bain. Qui, d'ailleurs, n'a jamais redouté cette demi-sphère en silicone qui ne sied à personne et compresse le crâne ?

C'est de ce constat qu'est né Cardo Paris. Pendant trois ans, Emmanuelle a mis au point un bonnet de bain innovant, déperlant, sans coutures, aussi élégant que confortable : le bien-nommé Cardo. Le succès fut immédiat et de nombreux clients l'encouragèrent à créer des maillots de bain et des accessoires de piscine dans le même esprit de simplicité. C'est ainsi qu'a vu le jour une gamme de maillots de bain pour femmes et des accessoires bien pensés pour accompagner les nageuses soucieuses de leur silhouette et qui ne veulent pas faire de compromis ni sur le confort des coupes, ni sur la technicité des matières, ni sur leur élégance : « la silhouette Cardo » est née !

« J'ai dessiné mes maillots pour que les femmes aient plaisir à s'entraîner dans des tenues qui aient de l'allure et du style même à la piscine, lieu qui en manquait cruellement. »

EMMANUELLE CARDOSI
Présidente Cardo Paris



Le modèle Cardolo est le maillot de bain une pièce qui convient à toutes les morphologies, avec ses larges bretelles qui ne glisseront jamais lorsque vous nagez à la piscine. Ce maillot de bain convient à toutes les poitrines même les grandes tailles allant jusqu'au bonnet E. On peut l'associer avec le bonnet de bain Cardo.

Cardo Paris

The swimwear line that combines sport with elegance and fashion

The most essential item in any Spa-goer's bag is the swimsuit, however shopping for swimwear that combines style, elegance and technology, regardless of body shape, is no easy feat, even with the most popular brands. Well, Emmanuelle Cardosi, founder of Cardo Paris, has mastered the complex alchemy with her line of French swimwear that has won over the most exacting Spas.

The adventure began with a swim cap, another essential on the list of Wellness addicts. Emmanuelle, the creator of Cardo Paris has been a swimmer and aquagym enthusiast for as long as she can remember. But putting on her swim cap was a real nightmare. And who can't relate to the ordeal of stretching an unflattering, rubbery, half-moon shaped helmet over their head? This was the starting point for Cardo Paris. Over three years, Emmanuelle worked on developing an innovative, water-repellent, seamless swim cap that's as elegant as it's comfortable: the aptly-named Cardo met with immediate success, numerous clients encouraged Emmanuelle to create swimsuits and accessories in the same spirit of simplicity: the "Cardo silhouette" was born!

... AUX MAILLOTS DE BAIN ÉLÉGANTS ET ÉCORESPONSABLES



Les maillots de bain Cardo Paris sont conçus en France et fabriqués en Italie. Certifiés Oeko Tex, résistants à l'eau de mer et au chlore et garantis 3 ans, ils ont déjà séduit de nombreux Spas et Thalassos parmi lesquelles Le Ritz, Le Lutetia ou encore Le Bulgari à Paris, mais aussi Le Cheval Blanc à Courchevel, l'Hôtel du Palais à Biarritz ainsi que Les Cures Marines de Trouville.

Parmi les principaux atouts des maillots de bain Cardo : des tissus techniques doubles ou doublés pour ne pas être saisi par le froid lorsque l'on entre dans l'eau et cela affine la silhouette de surcroît ce qui n'est pas un élément

négligeable ; une facilité pour les enfiler et les enlever en un clin d'œil ; pas d'étiquette qui gratte puisqu'elles sont imprimées à même le tissu ; un confort et un excellent maintien grâce à des bretelles larges qui ne tombent pas et bonus : ils sèchent vite tout en étant particulièrement résistants, avec une gradation de maillots qui va du 36 au 48 car, comme le dit joliment Emmanuelle, « *les femmes majuscules veulent aussi porter des vêtements seyants* ».

Côté tarifs vendus au public, c'est la très bonne surprise, au regard de la qualité des produits. Il faut compter une soixantaine d'euros pour le maillot le plus simple et un peu plus de 300 € pour le modèle le plus travaillé, tandis que les deux modèles masculins sont eux commercialisés à 49 €.



Informations

www.cardoparis.com

The swimwear line by Cardo Paris has already won over many Spas and Thalassos, including Le Ritz, Lutetia and Bulgari Spa in Paris, as well as Le Cheval Blanc in Courchevel, Hotel du Palais in Biarritz and Les Cures Marines in Trouville. Among the many great features of Cardo swimsuits: two layers or lined high-tech fabrics lessen the chill when entering the water; easy and quick to put on and take off; no scratchy labels as they are printed directly on the fabric; comfort and excellent support; and an extra bonus: they dry quickly and are particularly resistant. French sizes range from 36 to 48.

Photos de gauche à droite

Le modèle Cardovive, le maillot de bain dont toutes les femmes sportives rêvent. Sans armatures et taillé dans un tissu contrecollé gainant, il soutient dans l'effort lorsque l'on nage à la piscine ou dans la mer. Son dos zippé ajoute une touche moderne à la silhouette. Aucun risque de transparence avec le modèle blanc car les maillots de bain Cardo sont doublés.

Le modèle 50', avec ses deux larges bretelles croisées, est un hommage aux années 50. Il dévoile joliment le dos, quant à son décolleté en cœur, il soulignera avantagement la poitrine et maintient parfaitement le ventre.

Le modèle Corsetto, esprit années 30, sans armatures, est taillé dans un tissu hautement gainant et sculptant. Il donne la sensation d'enfiler un maillot de bain amincissant car il maintient agréablement et dessine les courbes.

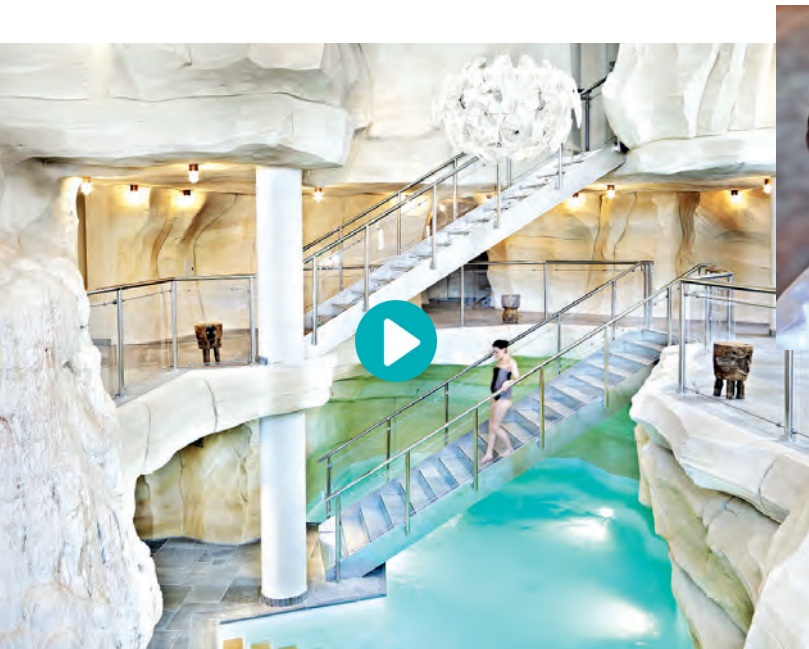
Cardo Paris, c'est aussi une collection d'accessoires, le mythique bonnet de bain mais aussi des serviettes cheveux séchage rapide, des serviettes de piscine, des serviettes poncho, toutes en éponge de bambou et notre coup de cœur : la jupe pour maillots de bain, résistante à l'eau chlorée, elle est aussi pratique qu'un paréo, le style en plus !

Wellness COSMETIC News

PAR ISABELLE CHARRIER

Snow Group ambitionne de devenir un acteur majeur du secteur Wellness

C'est dans cette optique qu'est né Snow Group, en septembre 2020, suite au rapprochement de Deep Nature et du Groupe Batteur, actionnaire entre autres des Laboratoires Gilbert, de Cinq Mondes et d'Algotherm.



Spa Deep Nature Arc 1950, l'un des plus grands Spas des Alpes



« Gérant une soixantaine de Spas, le groupe Snow rassemble plus de 500 employés et réalise près de 50 millions € de CA dans 45 pays. »

JULIEN PATTY
PDG de Snow Group

Snow Group has the ambition to become a key player in the Wellness industry

It is to this end that the Snow Group was formed in September 2020, following a joint venture between Deep Nature and the Batteur Group, a shareholder of various companies including Gilbert Laboratories, Cinq Mondes and Algotherm.

With such shareholdings, Snow Group brings together the companies Deep Nature and Cinq Mondes, as well as the management of the Algotherm brand that will become, like Deep Nature and Cinq Mondes, a professional brand for Spas and beauty salons. "Our three skincare brands, each with their strong brand identity, will provide our partners with a rich pool of complementary experiences and know-how, to help industry professionals fully master the creation and management of a Spa", says Julien Patty. "So Spa development consultancy services will continue, building on 15 years' management experience, for all of our partners, both cosmetic brands and hoteliers", added the CEO of Snow Group (in reference to Spa NOW).

Snow Group also operates around sixty Spas, employing over 500 people in 45 countries, with a turnover of close to 50 million euros. The next few years promise to be exciting due to various projects Snow Group has in the pipeline, starting in 2022 with Cinq Mondes' 20th and Algotherm's 60th anniversaries. Watch this space...

FORT DE CET ACTIONNARIAT, Snow Group rassemble les sociétés Deep Nature et Cinq Mondes, et intègre également la gestion de la marque Algotherm qui deviendra, comme Deep Nature et Cinq Mondes, une marque exclusivement professionnelle à destination des Spas et instituts. « Nos trois marques de cosmétiques, chacune avec son identité forte, enrichiront nos partenaires de leurs expériences et de leurs savoir-faire complémentaires pour apporter aux professionnels de notre secteur une maîtrise totale de la création à la gestion d'un Spa », souligne Julien Patty. « Ainsi, l'offre de conseil au développement de Spas continuera, forte des 15 années d'expérience de gestion, tant pour nos partenaires cosmétiques que pour les partenaires hôteliers », poursuit le PDG de Snow Group (en référence à Spa NOW).

Gérant également une soixantaine de Spas, le groupe Snow rassemble plus de 500 employés et réalise près de 50 millions d'euros de chiffre d'affaires dans 45 pays. Julien Patty en assure les fonctions de PDG, tandis que Cédric Batteur en est le Vice-Président. Le rapprochement permet aussi à Snow Group de bénéficier des moyens nécessaires pour renforcer ses équipes, mettant l'accent sur la qualité, la production et le marketing, ce qui permettra de mener une politique d'innovation régulière pour servir au mieux leurs clients et partenaires.

Les prochaines années devraient être extrêmement stimulantes grâce aux projets qui vont animer Snow Group, à commencer en 2022 par les 20 ans de Cinq Mondes et les 60 ans d'Algotherm. À suivre...



ALGOTHERM

LA FORCE DES OCÉANS DEPUIS 60 ANS

La mission d'Algotherm est d'aller toujours plus loin dans sa connaissance et sa maîtrise des richesses de l'océan, trésor de vie et de beauté.

Respect de la peau et respect de l'environnement marin font partie de nos valeurs, au même titre que la volonté de vous proposer une expérience sensorielle unique pour des rituels de soin marins activateurs de beauté et de bien-être.

Et parce que nous sommes dans une quête permanente d'innovation, notre laboratoire de R&D a mis au point 6 complexes innovants dont un brevet exclusif, pour des résultats visibles et démontrés sur la peau.

POUR TOUTE DEMANDE DE RENSEIGNEMENTS
Mathilde Maye – mmaye@cinqmondes.com

WWW.ALGOTHERM.FR

Yon-Ka

le succès d'une Maison française et familiale



68 ans après sa création, Yon-Ka demeure une maison de cosmétique française, indépendante et familiale. Créée en 1954, la petite marque artisanale, développée par des passionnés de botanique - Cécile, Ernest et Charles Mühlethaler - épaulés par des chimistes, est devenue LA référence en phyto-aromathérapie et a su séduire les Spas hôteliers. Eric Mérand, directeur France, Belgique et Luxembourg de la marque, nous dévoile les dernières actualités de Yon-Ka et ce qui fait son succès sur le marché très convoité du Wellness.

 PAR ISABELLE CHARRIER

« Notre démarche RSE fait partie de nos piliers fondateurs tout comme l'Efficacité Naturelle, l'Excellence de Formulation, L'Expertise du Geste et L'Expérience Polysensorielle.. »

ERIC MÉRAND
Directeur France,
Belgique et Luxembourg

La nature et la science au cœur du soin, cette approche très en vogue aujourd'hui, fait de Yon-Ka une marque plus que jamais dans l'air du temps.

Eric Mérand : En effet Isabelle, dès le départ, Yon-Ka a pris le parti de toujours privilégier les ingrédients naturels, extraits de plantes et huiles essentielles pour développer des soins aussi efficaces que sensoriels. C'est aussi cette passion pour la nature, la science et la beauté, qui a inspiré Françoise (biochimiste) et Catherine (esthéticienne) Mühlethaler, aux commandes de la Maison depuis 1968, pour développer l'entreprise dans le pur respect des valeurs léguées par leurs parents. Avec chacune une vision très avant-gardiste et rupturiste du bien-être et de la beauté, les héritières de la marque ont bâti le succès de Yon-Ka grâce au développement de produits phytoaromatiques naturels associés à des actifs biotechs, aussi efficaces que sensoriels, alliés à la précision de gestuelles de soin en cabine. Et c'est ainsi qu'ensemble, elles ont créé la signature de la marque, ce que l'on appelle l'Expérience Yon-Ka. Les 68 ans d'existence ont ancré la marque dans 60 pays, aujourd'hui présente et très plébiscitée à l'international. Un succès qui va continuer son essor avec la demande de naturalité des consommateurs.

Une naturalité qui s'exprime plus que jamais au travers du produit iconique de la marque : « La Lotion Yon-Ka » qui chaque année se réinvente dans une version collector qui incarne aussi les valeurs d'engagement environnemental de la marque.

E.M. : Depuis 2014, cette brume phytoaromatique, notre best-seller avec un flacon vendu toutes les 3 min dans le monde, est réinterprété par des artistes féminines. Pour cette nouvelle édition limitée, Yon-Ka a souhaité mettre en lumière la magie de la « nature sauvage » éblouissante. Pour cela, le choix s'est porté sur Sue Miano, artiste peintre passionnée par la technique de l'aquarelle, connue sous le nom de @colorsbysue sur Instagram. C'est dans cette composition simple mais chargée de sens que l'on retrouve tout l'aspect poétique de Yon-Ka à travers les peintures de la flore et des petites abeilles, ce qui est aussi un clin d'œil à l'engagement de la marque pour l'association « un toit pour les abeilles » qui agit pour la biodiversité, tant en France qu'à l'international. Yon-Ka s'est depuis toujours engagée à protéger et préserver la nature en commençant par l'approvisionnement de ses actifs végétaux dans le respect de la biodiversité et des hommes, afin de limiter l'impact environnemental grâce à des filières durables. Nous avons aussi développé des packagings plus responsables : étuis, tubes, flacons verre et notices 100 % recyclables et imprimées avec de l'encre végétale (notices qui sont amenées à disparaître d'ici peu), cartons obtenus à partir d'arbres gérés durablement par une société suédoise qui fait partie des 100 entreprises les plus respectueuses du développement durable dans le monde... et Yon-Ka travaille sur de nombreuses autres pistes.



La Lotion Collector 2022, revisitée par Sue Miano, déclinée en deux versions : peaux normales à grasses et peaux sèches. Pour cette nouvelle édition limitée, Yon-Ka a souhaité mettre en lumière la magie de la « la nature sauvage » éblouissante.

Autant de valeurs qui séduisent les Spas hôteliers, plus que jamais engagés dans une démarche RSE. À ce sujet Eric, faites-nous un tour d'horizon de vos principaux partenaires, plus particulièrement en Europe et en France.

E.M. : Notre démarche RSE fait partie de nos piliers fondateurs, tout comme l'Efficacité Naturelle, l'Excellence de Formulation, l'Expertise du Geste et l'Expérience Polysensorielle. Ce sont ces engagements, ces valeurs, qui ont convaincu de nombreux hôteliers de nous faire confiance. Dernièrement, nous sommes fiers de compter désormais parmi nos partenaires Spas hôteliers : l'Ôpuke Thermal Pools and Spa en Nouvelle Zélande et, en France, Le Vallon de Valrugues & Spa 5*, l'Hôtel Alta Peyra 4* dans les Alpes et nous venons de signer Les Bories & Spa 5* à Gordes, dans le Vaucluse.



Yon-Ka

senseofwellness-mag.com
Guide des Fournisseurs

La Lotion Collector 2022,
revisitée par Sue Miano, dans sa
version peaux normales à grasses.



Yon-Ka, the success of a family-run, French company

Yon-Ka remains an independent, family-run, French skin company 68 years after its creation. Founded in 1954 by Cecile, Ernest and Charles Mühlethaler, assisted by chemists, the small brand crafted by botanic enthusiasts has become THE reference in phytoaromatherapy and won over the hotel Spa market. Eric Merand, brand director, France, Belgium and Luxembourg, tells us about what is new at Yon-Ka and what has made the brand so successful in the highly-coveted Wellness market.

Nature and science at the heart of skincare... This approach sums up a lot of what is happening in the beauty industry right now, so Yon-Ka happens to be bang on-trend.
Eric Mérand: Indeed Isabelle, since its inception, Yon-Ka has always been making natural ingredients, plant extracts and essential oils, the brand's first choice for developing skincare that is both effective and sensorial. It is also this passion for nature, science and beauty that has inspired Françoise (biochemist) and Catherine (beauty therapist) Mühlethaler, at the company's helm since 1968, to grow the company with a steadfast commitment to the values passed down to them by their parents. Each with an avant-garde and disruptive vision of wellbeing and beauty, the brand's heirs have built Yon-Ka's success by combining

natural, phytoaromatic product development with effective and sensorial biotech ingredients, and technical mastery in professional treatments. All of these elements, combined together, have created the brand's signature, what is called the Yon-Ka experience. A success that will continue to grow with the clear push from consumers when it comes to natural products.

A focus on green beauty that is all the more expressed by the brand's iconic product: "La Lotion Yon-Ka" that each year reinvents itself in a collector's edition that also embodies the brand's sustainability commitment.

E.M.: Since 2014, this phytoaromatic mist – our best-seller with one bottle sold every 3 minutes worldwide – is reinterpreted by female artists. For this new limited edition, we joined forces with Sue Miano, an artist who is passionate about watercolour painting techniques. In this composition, that is both simple and full of meaning, one can see Yon-Ka's poetic dimension through the depiction of plants and bees, which also alludes to the brand's commitment to the non-profit organisation "Un toit pour les abeilles" (a roof for bees) fighting for biodiversity both in France and abroad. Yon-Ka has always been committed to protecting and

preserving nature, starting with its supply of raw materials where the brand has always advocated for biodiversity and sustainable working conditions, in order to reduce environmental impact thanks to supply chain sustainability. We have also developed more sustainable packaging solutions and we are also working on many other pathways to create sustainable change as a company.

Hotel Spas are very receptive to brands putting these values into action, as they are also focusing on their CSR commitments. About this Eric, could you give us an overview of your main partnerships, particularly in Europe and France?

E.M.: Our CSR policies represent one of the brand's founding pillars, along with Natural Effectiveness, Formulation Excellency, Professional Treatment Mastery, and Polysensorial Experience. It is these commitments, these values that have convinced numerous hoteliers to partner with us. We are proud to count among our latest partnerships: Ôpuke Thermal Pools and Spa in New Zealand, and in France, the 5-star Le Vallon de Valrugues & Spa, 4-star Hôtel Alta Peyra in the Alps, and we have just signed an agreement with the 5-star Les Bories & Spa in Gordes, Vaucluse.



Parmi les dernières ouvertures Spas de Yon-Ka, l'Hôtel de Luxe 5* **Les Bories & Spa** à Gordes.

Decorté

Partenaire des Aman Spas



« Un partenariat né de la synergie entre deux marques emblématiques. »

JÉRÔME PALATIN

Président de Beauty BC
Distributeur de Decorté en France



Decorté

senseofwellness-mag.com
Guide des Fournisseurs



Decorté Partners with Aman Spas

The famous and ultra-luxurious Japanese beauty brand Decorté (Kosé group) has signed a global partnership with Aman Spas. Moving forward, the brand has joined establishments such as Aman Tokyo, Amanyangyun (Shanghai), Aman Le Mélézin (Courchevel, France) and the Aman Spa at The Connaught (London). With a vision of excellence, Aman Spas has chosen Decorté's prestigious line: AQ Meliority.

LA CÉLÈBRE ET TRÈS LUXUEUSE MARQUE de beauté japonaise Decorté (groupe Kosé) a conclu un partenariat avec les Spas Aman à travers le monde, notamment à l'Aman Tokyo, à l'Amanyangyun (Shanghai), à l'Aman Le Mélézin (Courchevel, France) et à l'Aman Spa at The Connaught (Londres). « Decorté s'inscrit mutuellement dans cette volonté permanente du groupe Aman qui est d'innover et d'élargir sa vision du bien-être tout en promouvant une expérience holistique et luxueuse », comme le souligne Jérôme Palatin, PDG de Beauty BC, distributeur de la marque en France.

C'est dans cette optique d'excellence qu'Aman Spa a choisi la ligne prestige de Decorté : AQ Meliority (notre photo) dont l'ingrédient phare n'est autre que l'extrait de thé Benifuki provenant de l'île de Yakushima, un site classé au patrimoine mondial de l'UNESCO, où ce thé vert biologique est cueilli à la main et soigneusement conservé avant d'être transformé. L'extrait de Benifuki améliore la stabilité structurelle des cellules de croissance de la peau, la rendant plus réceptive aux signaux de la régénération cellulaire.



Codage

senseofwellness-mag.com
Guide des Fournisseurs

Codage déploie son concept Spa dédié aux hôtels 5* : « Maison Codage »

FORTE DE SON EXPERTISE DE GESTION via son flagship parisien « Maison Codage », ouvert en 2016 dans le Marais, ainsi que de sa collaboration avec de nombreux Spas hôteliers en France et dans le monde (Four Seasons, Beachcomber, Accor, Shangri-La, etc.), la marque cosmétique made in France va plus loin et développe désormais son concept Spa clé en main : « Maison Codage », créé et opéré par la marque directement. Premier Spa « Maison Codage » en date : le Kimpton Saint Honoré 5*, ouvert à Paris à l'automne dernier. En février, c'est au tour du Roch Hotel & Spa 5*, situé à Paris, de dévoiler sa « Maison Codage » (notre photo).

Un concept qui a aussi séduit la nouvelle marque d'Accor : SO Hotels & Resorts qui se veut l'incarnation du luxe audacieux pour un positionnement haut de gamme et tendance. Ouverture prévue au 1^{er} semestre dans le très tendance quartier du Marais à Paris. Bien entendu, dans chaque « Maison Codage », on retrouvera le savoir-faire unique de la marque basée sur une approche de haute cosmétologie répondant aux besoins nutritionnels de chaque peau. Pour une expérience toujours plus exclusive et unique, le laboratoire myCODAGE s'installe dans les Spas « Maison Codage » et permet de confectionner sur place votre sérum sur-mesure, après un diagnostic complet de la peau, labellisé au nom de l'hôtel et du client. Cinq autres « Maison Codage » sont actuellement en cours de signature en France et en Europe pour des ouvertures prévues entre fin 2022 et le 1^{er} semestre 2023.

Codage rolls out its Spa concept for 5-star hotels: "Maison Codage"

Having gained extensive experience managing its Parisian flagship "Maison Codage" and collaborating with numerous hotel Spas in France and around the world, the Made-in-France skincare brand has taken another step in developing its turnkey Spa concept "Maison Codage", created and operated by the brand. The first "Maison Codage" Spa opened at the 5-star Kimpton Saint Honoré in Paris last autumn, followed by the 5-star Roch Hotel & Spa, located in Paris, which also unveiled its "Maison Codage" in February. The concept has also won over SO Hotels & Resorts, the new brand by Accor, with an opening planned in the hip Marais neighbourhood of Paris during the 1st semester. Contracts for five other "Maison Codage" in France and Europe are currently being signed, with openings planned between end of 2022 and the 1st semester of 2023.

DES SOINS VENUS DU MONDE ENTIER



SPA DU MONDE
PARIS

UN RITUEL DE SOIN COMPLET POUR CHACUNE DES 5 DESTINATIONS

SPA DU MONDE est une marque française de qualité professionnelle plaçant bien-être et évasion au cœur de ses soins. **Déclinée en 5 univers, la gamme SPA DU MONDE fait voyager chacun de vos sens d'un continent à l'autre en fonction de vos goûts et de vos envies** : Excursion tropicale, Balade en Rizière, Flânerie dans les Calanques, Jardin de Majorelle ou Promenade marine.

SPA DU MONDE propose, pour chaque destination, un rituel de soin complet. De l'étape d'exfoliation purifiante à l'étape d'enveloppement revitalisant en passant par un modelage intensément relaxant, associez l'originalité des soins et la diversité des textures pour réinventer vos prestations à l'infini.



Made
in France



SOINS SPA MAINS & PIEDS



UN RITUEL COMPLET DES MAINS AU PARFUM DOUX & EXOTIQUE

Depuis des siècles, dans de nombreuses cultures, les mains sont considérées comme le miroir de l'âme. Dans la médecine naturelle, la vitalité et la personnalité peuvent être lues dans nos mains.

Nos ongles peuvent également refléter nos besoins et nos déficiences corporelles. C'est pourquoi, il est d'autant plus important de leur prêter attention et de créer un rituel juste pour elles. Les ingrédients phares de la gamme ont été sélectionnés pour leur efficacité et pour vous offrir les meilleurs résultats.

Laissez-vous séduire par leur parfum doux et exotiques, adaptés aux mains, ongles, corps et pieds.

Détendez-vous et explorez ces moments inoubliables...



Sans
solvant!



DES CONSULTANTS SUR TOUTE LA FRANCE
POUR VOUS CONSEILLER DANS VOTRE RÉGION

 **Beauty**®
savoir acheter Tech
Distributeur exclusif **Lemi**

contact@beauty-tech.fr - 01 34 72 10 00
www.beauty-tech.fr

Swissline

combinaison du luxe, du glamour et de la science

Fondée en Suisse en 1989, Swissline by Dermalab s'est toujours concentrée sur des soins de la peau anti-âge performants, portés par son héritage dans la thérapie cellulaire. Une expertise qui a permis à la marque de fusionner avec brio les dernières avancées scientifiques aux meilleurs ingrédients naturels, pour créer des formules régulièrement primées et une approche unique du soin : La Glamscience. Un concept que nous explique Christophe Lesueur, PDG de Swissline.

 PAR ISABELLE CHARRIER

Christophe, présentez-nous Swissline et votre concept soin : La Glamscience

Christophe Lesueur : Swissline est connue pour créer des produits axés sur la science qui visent à combler le fossé entre les soins médicaux et cosmétiques, en utilisant des formules avancées qui contiennent des actifs botaniques et des ingrédients tels que l'acide hyaluronique, le collagène, la niacinamide, les pré et probiotiques et le madécassoside. Nous avons d'ailleurs été la première marque Suisse à lancer le madécassoside sur le marché des soins de la peau en 2006 dans notre gamme retail Cell Shock Age Intelligence™, ainsi que dans ses produits et traitements professionnels. Le madécassoside a été utilisé pour aider à minimiser l'inflammation post-intervention, après les peelings, les lasers et la dermabrasion, et à prolonger la durée des résultats de ce type de traitement.

L'orientation axée sur les résultats de Swissline est associée à une approche expérientielle luxueuse. Comme nous ne trouvons aucun mot pour incarner notre positionnement de marque, nous avons décidé d'en créer un : Glamscience, un mélange de science suisse et de glamour authentique qui séduit tout particulièrement nos Spas partenaires.

Swissline est aujourd'hui distribuée dans une trentaine de pays et a su séduire de prestigieux Spas grâce à son concept Glamscience et à ses protocoles de soins experts.

C.L. : En effet Isabelle, Swissline connaît un bel essor ces dernières années et nous avons d'ailleurs créé notre « Golden Circle » qui regroupe une collection de Médi-Spas et de Spas haute couture dans des hôtels 5 étoiles, des cliniques

médicales et des points de vente haut de gamme où l'on peut retrouver l'expertise science et glamour de Swissline. Nous proposons ainsi une collection de soins professionnels de 30 à 90 min, où le sur mesure est la règle, via des techniques spécifiques à la marque comme notre massage signature qui propose des mouvements de tonification et de stimulation des muscles du visage, tout en lissant les rides. Le soin qui incarne le mieux l'expertise de Swissline est sans conteste le Grand Soin au Collagène Pur de 90 min, avec l'application d'un film de collagène pur à 92 % sur le visage et le cou, qui a la particularité de posséder une structure moléculaire identique à 97 % à celle du collagène de la peau. Swissline est plus qu'une marque anti-âge, notre volonté est de préserver la jeunesse de la peau et pour ce faire, nous proposons des soins et des produits qui vont améliorer les mécanismes d'autoréparation cutanée et combattre l'inflammation. C'est aussi cela qui nous distingue de nos concurrents et qui s'incarne aussi parfaitement dans notre gamme Cell Shock Age Intelligence.

Swissline s'articule autour de 6 collections. Parmi les dernières innovations de la marque : Brightening Diamond Serum et Brightening Diamond Essence dans la gamme Cell Shock White.

C.L. : Cell Shock White allie le meilleur de la thérapie anti-âge à la technologie éclaircissante la plus avancée. Au cœur de la formulation : peptides, vitamine C stabilisée, arbutine et glutathione, ainsi que de VRAIS diamants. Produit phare de cette ligne, le Brightening Diamond Serum a remporté de nombreuses et prestigieuses distinctions comme le Beauty Awards Marie Claire ou encore le Spa China Awards. Nous venons d'enrichir cette ligne avec le lancement de notre Brightening Diamond Essence qui favorise une exfoliation optimale pour une peau visiblement plus lumineuse et qui complète les 9 autres produits déjà présents dans cette collection. Nous aurons d'ailleurs le plaisir de mettre en avant toute l'expertise soins et retail de Swissline, lors du salon Equiphotel, qui se déroulera du 6 au 10 novembre prochain à Paris.



« Swissline, des formules régulièrement primées et une approche unique du soin : La Glamscience. »

CHRISTOPHE LESUEUR
PDG Swissline by Dermalab



Swissline, a blend of luxury, glamour and science

Founded in Switzerland in 1989, Swissline by Dermalab has always been focused on high-performance anti-ageing skincare backed by the brand's proven track record in cellular therapy. An expertise that has enabled the brand to successfully merge the latest scientific advances with the best natural ingredients, creating award-winning formulations and a unique approach to skincare: Glamscience. We spoke with Christophe Lesueur, CEO Swissline, about the concept.

Christophe, please tell us more about Swissline and your treatment concept: Glamscience.

Christophe Lesueur: Swissline is known for creating science-based

products that aim to bridge the gap between medical procedures and skincare, using advanced formulations with botanical extracts and active ingredients such as hyaluronic acid, collagen, niacinamide, pre- and probiotics, and madecassoside. Swissline combines results-focused skincare with a luxurious, experiential approach. Because there wasn't a word that could fully encapsulate our brand positioning, we decided to create one: Glamscience, a blend of Swiss science and authentic glamour that has won over our partners, particularly Spas.

Swissline is currently distributed in around thirty countries and is present in prestigious Spas.

C.L.: Indeed Isabelle, over the last years, Swissline has become a fast-growing brand. We have even created our "Golden Circle" that gathers together a collection of medical and haute couture Spas at 5-star hotels, clinics and upscale stores offering Swissline's expertise in science and glamour. The treatment that best epitomises

Photos ci-dessus à gauche

Le Grand Soins au Collagène Pur de 90 min, avec une application de film de collagène pur à 92 % sur le visage et le cou, qui a la particularité de posséder la même structure moléculaire identique à 97 % que le collagène de la peau.

Parmi les gammes phares de Swissline, **Cell Shock White** avec son sérum primé de nombreuses fois et le dernier né de la gamme : Brightening Diamond Essence.

Autre gamme phare : **Cell Shock** réduit les signes du vieillissement cutané. Lancée il y a 25 ans, les formules ont évolué et ont été enrichies de nouvelles technologies.

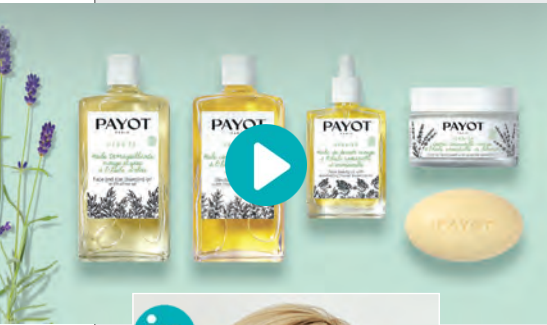
Swissline's expertise is, without a doubt, the 90-minute treatment Le Grand Soins au Collagène Pur, which includes the application of a 92% pure collagen sheet on the face and neck. Its particularity is that its molecular structure is 97% identical to the skin's own collagen.

Among the brand's latest innovations are Brightening Diamond Serum and Brightening Diamond Essence from the Cell Shock White range.

C.L.: Cell Shock White combines the very best in anti-ageing skincare with the most advanced skin brightening technology. At the heart of the formulation: peptides, stabilised vitamin C, arbutin and glutathione, as well as REAL diamonds. The range's flagship product, Brightening Diamond Serum, has received numerous and prestigious awards such as the Beauty Awards Marie Claire and Spa China Awards. We have recently developed this range with the launch of Brightening Diamond Essence that promotes optimal exfoliation and leaves skin visibly brighter and glowing, expanding on the 9 other products in this collection.



Parmi les partenaires Spas de Swissline, **le Bürgenstock Hotels & Resort Lake Lucerne** en Suisse qui vient d'ouvrir son 4^e hôtel, le spectaculaire **Waldhotel Health & Medical Excellence** avec un Spa de 1 300 m².



Payot récompensée lors des Prix d'Excellence de la Beauté Marie Claire 2022

C'EST LORS DE LA 36^E ÉDITION des très convoités Prix d'Excellence de la Beauté Marie Claire que Payot a remporté le Prix France pour sa gamme bio « Herbière », certifiée Ecocert. Une gamme volontairement courte, clean et naturelle, s'affranchissant de tout ingrédient controversé, avec un rituel de cinq soins : trois huiles (démaquillante, visage et corps), une barre de massage et une crème hydratante. Les actifs stars ? Des huiles essentielles et des extraits botaniques de thym, lavande, immortelle, romarin et olive. Une gamme qui se veut aussi volontairement minimaliste avec des flacons et des pots sans étuis et des packagings écoconçus, pour un impact réduit sur la planète.

Lancé à l'automne dernier avec succès, la gamme Herbière va s'enrichir prochainement de nouvelles références. Une volonté qui marque l'engagement Clean et Green de Payot qui va également lancer cette année des formats écorescharges.



« Séduire les Spas avec une ligne courte et engagée qui repose sur le bien-être, la détox et la naturalité des produits. »

FANNY DUFOURT
Directrice France et Belgique

Payot is a winner of this year's Marie Claire Prix d'Excellence Beauty Awards

It was during the 36th edition of the prestigious Marie Claire Prix d'Excellence Beauty Awards that Payot was announced a winner for its organic and Ecocert-certified brand "Herbière". Its range is purposely simple, offering clean and

natural formulations free of controversial ingredients and five products for a self-care and beauty routine: three oils (cleansing, face and body), a massage bar and a moisturizer. The star active ingredients? Essential oils and botanical extracts of thyme, lavender, immortelle, rosemary and olive. The packaging also highlights the brand's focus on minimalism: pots and jars come without cases and everything is ecodesigned to reduce their impact on the environment.



Payot

senseofwellness-mag.com
Guide des Fournisseurs

Le Maquis 5* à Bonifacio et la Coquillade 5* à Gordes accueillent Biologique Recherche

C'EST SUR L'ÎLE DE BEAUTÉ, et plus spécifiquement à Bonifacio, que la très réputée marque française Biologique Recherche proposera désormais son expertise de soin sur mesure à l'Hôtel & Spa Version Maquis Citadelle 5* (*photo en haut*), un charmant boutique hôtel de 22 chambres et suites, suspendu entre ciel et terre. Un Spa de 600 m² dirigé par Maud Turcano, ce véritable sanctuaire de repos offre une vue imprenable sur Bonifacio et ses fortifications.

Parmi les récentes ouvertures de la marque, le Relais et Châteaux La Coquillade Provence Resort & Spa 5* (*photo en bas*), un véritable Village Wellness avec son spectaculaire Spa de 2 000 m², perché sur une colline à proximité du parc naturel régional du Lubéron, a également été séduit par Biologique Recherche. Comme le souligne Marianna Heurtel, Spa manager des lieux : « Les solutions ultra-customisées de la marque ciblent les besoins individuels de chaque client, faisant de Biologique Recherche une marque de choix pour les clients exigeants ».



Biologique Recherche

senseofwellness-mag.com
Guide des Fournisseurs

The 5-star Maquis in Bonifacio and Coquillade in Gordes partner with Biologique Recherche

From now on, in Bonifacio, Corsica aka the Island of Beauty, the famous French brand Biologique Recherche will be offering its expertise in bespoke skincare at the 5-star Hotel & Spa Version Maquis Citadelle (*top photo*), a charming boutique-hotel with 22 guest rooms and suites that blends seamlessly into its surroundings. Among the other recent openings for the brand, the 5-star Relais et Châteaux La Coquillade Provence Resort & Spa (*bottom photo*), a full-blown Wellness Village with a spectacular 2,000m² Spa, perched on a hill and close to Lubéron's natural regional park, has also been won over by Biologique Recherche's expertise.



NATHALIE TUIL ~ PARIS

SPA DU CHEVEU

Hôtels et Spas 5 étoiles de France et d'ailleurs,
devenez le partenaire de la première marque française
de soins d'argiles 100% naturel Spa du cheveu



4 SHAMPOINGS
4 MASQUES D'ARGILE
1 SOIN NOURRISSANT
100% NATUREL

MADE
IN
FRANCE

NOS PRODUITS SONT PRÉSENTS DANS LES PALACES ET LES HÔTELS 5 ÉTOILES



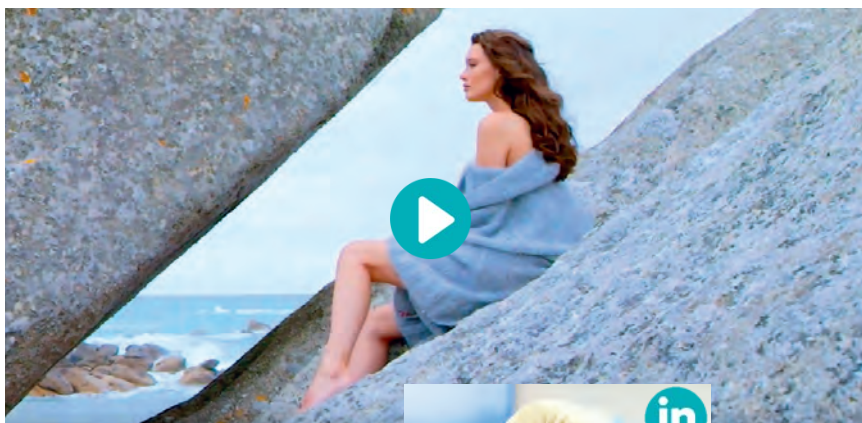
Pour plus d'informations, appelez au 06 98 62 10 26

Nathalie Tuil Création : ntc@nathalie-tuil.com

Émotion Marine avec Thalion

THALION, CRÉATEUR D'ACTIFS MARINS BREVETÉS, de galéniques innovantes et de soins signature exclusivement manuels, nous transporte vers de nouvelles émotions marines à travers des vidéos capsules immersives, des écrans d'expertise et d'efficacité.

Première vidéo capsule, d'une série de quatre : Créateur de Douceur. En cette période hivernale fraîche, où la peau a besoin de réconfort, nous voilà transportés par les textures onctueuses de la gamme Algocalm et par son soin physiologique Sensi-Marin. Au cœur des formules, tous les bienfaits de la mer pour rééquilibrer le microbiote cutané. Le Lait Soyeux Hydra-Marin révèle une texture enveloppante et équilibrante pour un véritable moment de confort. À découvrir prochainement : les capsules Créateur Énergie, Pureté et Minceur !



Thalion

senseofwellness-mag.com
Guide des Fournisseurs

Marine Emotions with Thalion

Thalion, the creator of patented marine active ingredients, innovative formulations and exclusively hands-on signature treatments, is captivating our attention with short, immersive videos showcasing the brand's expertise and effectiveness, and eliciting new,

marine emotions. The first of a series of 4 short videos is Creator of Softness. Amidst the crisp, fresh air of winter when our skin needs comfort, we are transported by the creamy textures of the Algocalm range and its physiological treatment Sensi-Marin. The next videos, Creator of Energy, Purity and Slimness, will be revealed soon!

« Thalion vous transporte vers de nouvelles émotions à travers des vidéos immersives. »

LAËTITIA TETEDOUX
Directrice marketing Thalion

L'école de massage Ahimsa devient Letis

FORTE DE 18 ANS D'EXPÉRIENCE, l'école Ahimsa se réinvente et devient LETIS : Organisme de Formation aux Métiers du Spa & du Bien-être. Aux commandes : Christophe Trombert accompagné d'Isabelle Trombert (notre photo), auteure & formatrice pour LETIS. Seul groupe français à opérer des Spas et à diriger son Organisme de Formation aux Métiers du Spa et du Bien-être avec un cursus pédagogique complet, LETIS couvre au travers de ses formations : le massage, le corps, les postures, le luxe, l'anatomie et l'animation bien-être. LETIS, c'est aussi des offres dédiées aux entreprises avec des formations sur mesure, qu'elles soient en groupe ou individuelles spécifiques et l'accompagnement au recrutement.

« Le stagiaire peut suivre des formations plus personnalisées et des stages en entreprise pour acquérir des compétences spécifiques demandées par les plus grands Spas en France et à l'étranger, afin de construire un plan de carrière à la hauteur de sa passion », souligne Isabelle Trombert. LETIS, qui a reçu la certification Qualiopi, propose ces modules dédiés aux professionnels de manière indépendante et flexible pour un développement de compétences à la carte. Les formations sont dispensées à Ajaccio, Lyon, Montpellier, Mulhouse et Paris, ou sur site pour les entreprises. Les lieux sont proposés en fonction du type de formation, de sa durée et du nombre de participants pour garantir le meilleur accueil et les meilleures conditions matérielles et environnementales possibles. Démarrage des cursus : septembre 2022 !

The massage school Ahimsa becomes Letis

With 18 years' experience, the Ahimsa school has reinvented itself and become LETIS: training centre for the Spa and Wellness Industry.

With Christophe Trombert at the helm, accompanied by Isabelle Trombert, author and trainer for LETIS, it is the only French group to operate Spas and lead a training centre for the Spa and Wellness industry. The curriculum provides a well-rounded and complete education, covering massage therapy, postures, luxury, anatomy, customer service, sales, etc.

LETIS has designed its modules to enable professionals to follow them independently for a flexible and bespoke approach to upskilling. Courses take place in Ajaccio, Lyon, Montpellier, Mulhouse, Paris or on companies' premises, and will begin in September 2022.



Letis

senseofwellness-mag.com
Guide des Fournisseurs



VL Paris by Vanessa Landreau met à l'honneur l'Iyashi Dôme dans un soin unique

FONDÉ EN JUILLET 2021 PAR VANESSA LANDREAU, VL Paris est le premier appartement parisien de soins premium en beauté intégrative, préventive et régénérative. C'est dans un écrin parisien et intimiste, situé au numéro 8 de la légendaire rue de la Paix, dans l'ancien hôtel Mirabeau, que ce nouvel institut propose un ensemble de solutions beauté et bien-être prônant le healthy aging. Les soins qui sont pratiqués profitent de toutes les dernières inventions technologiques et les produits proposés, pleins d'actifs hautement concentrés et principalement d'origine naturelle, sont à base de vitamines, d'antioxydants et de plantes.

Parmi les soins phares des lieux, le rituel « 8 Paix » est spécialement pensé afin d'offrir un soin holistique, avec la fusion de deux rituels ancestraux japonais : l'Iyashi Dôme et le Kobido. C'est le soin de beauté intégrative par excellence, un soin bien-être qui détend le corps et l'esprit.

VL Paris gives l'Iyashi Dôme pride of place in a unique treatment

Founded in July 2021 by Vanessa Landreau, VL Paris is the first Parisian apartment of premium treatments in integrative, preventive and regenerative beauty. The confidential Parisian salon is located at number 8 of the iconic Rue de la Paix, in the former Hotel Mirabeau, and offers a curated set of beauty and wellbeing solutions focused on healthy ageing. Among the most popular treatments is the "8 Paix" ritual, a holistic treatment that builds on two traditional Japanese rituals: Iyashi

Dome and Kobido. It is the integrative beauty treatment par excellence, a wellbeing ritual that relaxes both body and mind.



Iyashi Dôme

senseofwellness-mag.com
Guide des Fournisseurs



L'Occitane dévoile son nouvel univers de marque

L'OCCITANE PRÉSENTE SON NOUVEL UNIVERS DE MARQUE adossé à une signature forte : « *Cultivateurs de Changement* ». Cette identité reflète la vision de la marque et concrétise ce rêve qu'elle poursuit depuis sa création en 1976 : œuvrer à la réconciliation de l'homme avec lui-même et avec la nature et affirmer que cela est possible.

Le visuel générique qui résume cette approche réunit huit personnes dans un champ de lavande. Cette photographie reflète une réalité : issus de différents secteurs de L'Occitane (équipes de vente, R&D, de terrain, Spa, de bureaux), les « modèles » sont tous à leur manière des cultivateurs de changement. Le lieu non plus n'a pas été choisi au hasard. Situé sur le Plateau de Valensole, en Provence, il est cultivé selon les principes d'agroécologie qui favorise la biodiversité : avec la présence des arbres au sein des champs qui d'une part permet à la faune d'y trouver un habitat et d'autre part participe aussi à la conservation de variétés anciennes d'amandiers, visibles en arrière-plan. « *Cultivateurs de Changements* » sera déployé en 2022, notamment dans les boutiques de L'Occitane.

L'Occitane reveals a new brand universe

L'Occitane invites us to dive into its new brand universe built around a strong statement: *Cultivateurs de Changement* (Cultivators of Change). The visual that summarises this approach gathers eight people in a lavender field. This photo shows the real people behind the brand, from different departments at L'Occitane (sales, R&D, operations, Spa, administrative and support), the "models" are, each in their own way, harvesters of change. The location wasn't a random choice either. It is located on the *Plateau de Valensole* in Provence, where farming practices are based on the principles of agroecology that support biodiversity. Cultivators of Change will be further revealed throughout 2022, in particular at L'Occitane stores.



« Cet univers de marque est à la fois un hommage et un manifeste, il va jusqu'à changer l'organisation même de l'entreprise. »

ADRIEN GEIGER
Brand Director L'Occitane

L'Occitane

senseofwellness-mag.com
Guide des Fournisseurs

Sammy Gharieni

a reçu le prix
« A Life of Beauty »
au salon Beauty Düsseldorf

SAMMY GHARIENI, PDG ET FONDATEUR DU GROUPE GHARIENI, a reçu le 4 mars dernier le prix « A Life of Beauty » au salon Beauty Düsseldorf. Le prix « A Life of Beauty » honore des personnalités ayant des mérites particuliers dans le domaine de la cosmétique professionnelle et considérées comme des forces motrices dans l'industrie. Prix qu'il reçoit pour la seconde fois puisqu'il s'est déjà vu distingué de celui-ci en 2020.

En 2022, Gharieni fêtera ses 30 ans, c'est donc une récompense méritée pour l'homme d'affaires, connu comme un visionnaire pionnier qui a révolutionné le secteur du Spa et du bien-être grâce à ses lits de soin innovants, vendus aujourd'hui dans plus de 120 pays.



« Les entreprises qui réussissent doivent savoir faire preuve d'innovation, d'investissements dans la recherche et la coopération multidisciplinaire. »

SAMMY GHARIENI
Président du Groupe Gharieni

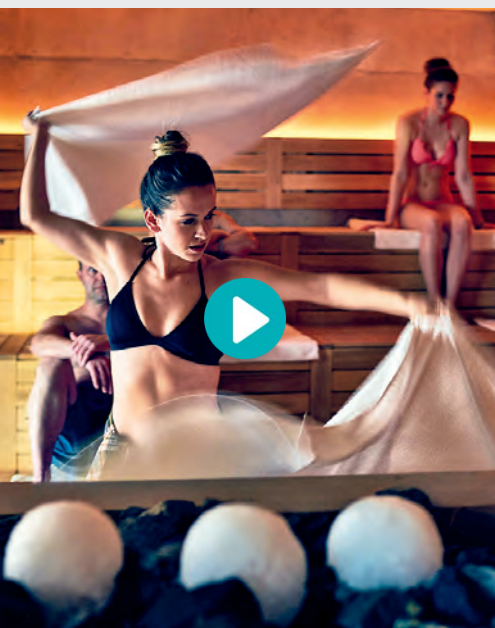
Sammy Gharieni granted the "A Life of Beauty" award at the Beauty Düsseldorf trade fair

Sammy Gharieni, CEO and founder of the Gharieni group, was granted the "A Life of Beauty" award on the 4th March at the Beauty Düsseldorf trade fair. The "A Life of Beauty" award honours the achievements of professionals in the field of beauty who are helping drive the industry forward. The award comes as Gharieni celebrates its 30th anniversary in 2022, in recognition of the entrepreneur's pioneering vision that has significantly influenced the Spa and Wellness industry thanks to his innovative treatment beds that are now sold in over 120 countries.



Gharieni

senseofwellness-mag.com
Guide des Fournisseurs



Camylle vous aide à dynamiser votre Spa !

CAMYILLE PROPOSE À SES CLIENTS OU PROSPECTS des rendez-vous téléphoniques conseil de l'ordre de 30 minutes pour les aider à animer certaines zones du Spa ! Bien entendu, la zone humide, qui dispose d'un potentiel énorme dans la satisfaction de l'expérience sensorielle du client, est au cœur de l'animation proposée par le parfumeur du Spa. Mais les espaces de relaxation peuvent servir également de cadre à de nouvelles expériences dans le parcours du client dans votre établissement. Des rituels pour les saunas et hammams, des méditations olfactives à dispenser dans les espaces de repos...

Pour ce faire, Camylle dispose d'une véritable boîte à outils et d'idées pour vous aider dans la mise en place de votre propre concept d'animation. Des fiches pratiques vous sont mises à disposition et vous aideront à animer vos espaces de manière simple, avec des rituels adaptés à votre environnement.

Comme le souligne Marc Massing : « Avoir un cadre design et des équipements performants, c'est important, mais apporter de l'émotion et donner une dynamique à son établissement est essentiel si l'on veut développer la fréquentation et fidéliser ses clients ». Alors n'hésitez pas à contacter Anne Tarall, directrice commerciale de la société (notre photo), qui est également aromathérapeute et Aufguss Meister (maitre du sauna), elle se tient à votre disposition pour vous conseiller au + 33 (0)3 87 02 38 14 !



Camylle

senseofwellness-mag.com
Guide des Fournisseurs

Camylle helps bring dynamism to your Spa!

Camylle is offering its clients and prospects 30-minute consulting calls to help them bring dynamism to certain areas of their Spa! Of course, the wet area, and its huge potential to contribute to client satisfaction in terms of sensorial experience, is at the core of the Spa Perfumer's offering. In addition, relaxation spaces also provide the ideal setting for creating new experiences in the client journey: rituals for the sauna and hammam, scent-guided meditations in the relaxation areas...

To do so, Camylle has a comprehensive tool box and a plethora of ideas to help Spa operators implement their own concepts of how to bring dynamism to these areas. Practical fact sheets are made available to help capitalise on the facilities' potential, in a straightforward manner and with rituals that are adapted to each Spa's specific environment. So don't hesitate to contact Anne Tarall, the company's sales director (our photo) who is also aromatherapist and Aufgussmeister (sauna master). She will be happy to guide you through the process and is available at the following number: +33 387 023 814.

TOOFRUIT

Les soins pour enfants



TOOFRUIT a créé des soins
spécifiquement pour les enfants.
Adaptés à leur morphologie,
à la sensibilité de leur peau,
et respectueux de leur intimité.



CARTE DE SOINS enfant

MA DOUCE FRIMOUSSE
MON SOIN RELAX
COMPLICITE Parents & Enfants

DEVENEZ PARTENAIRE DE LA 1ÈRE MARQUE DE SOINS POUR ENFANTS EN SPAS & INSTITUTS



HÔTEL MOLITOR
PARIS *****



LES THERMES
DE SAINT-MALO *****



CLUB MED SPAS



LE GRAND HÔTEL
DE CABOURG *****

Thalgo crée Éveil à la Mer

Les soins démaquillants marins qui revitalisent toutes les peaux en un seul geste

Démaquillage et nettoyage sont les premières étapes incontournables et indissociables pour garder une peau nette et belle. Plus que de libérer uniquement la peau des impuretés, il est important de lui apporter quotidiennement sa dose de minéraux revitalisants.

Thalgo innove sur ce geste essentiel au travers de sa nouvelle génération de soins démaquillants marins qui revitalisent toutes les peaux en un seul geste joliment baptisée : Éveil à la mer. Découverte...

 PAR ISABELLE CHARRIER

INNOVATION ACTIFS

POLLUTION, IMPURETÉS, maquillage et rythme de vie intense affaiblissent et asphyxient la peau au quotidien. Résultats : les pores se bouchent, le teint devient terne, inhomogène et la peau s'épaissit.

La reminéralisation au cœur des premiers gestes de beauté.

Plus qu'une simple gamme démaquillante, Éveil à la Mer offre, chaque jour à la peau, tous les bienfaits marins, concentrés dans le filtrat d'Algues Micro-Éclatées brevetées revitalisantes. Ce complexe marin unique délivre 14 minéraux et micronutriments marins essentiels à l'équilibre et à la résistance cutanée. Tel un shot revitalisant, les Soins Démaquillants Marins hydratent, protègent et fortifient l'épiderme en un seul geste.

Zoom sur le Filtrat d'Algues Micro-Éclatées Brevetés : André Bouclet, fondateur de Thalgo, a breveté en 1966 une association de 3 Algues Micro-Éclatées (AME), dont la composition minérale est proche de celle de la peau. Chargé en 14 micronutriments marins essentiels, que la peau ne peut produire, cet extrait naturel exclusif Thalgo renforce les structures dermiques et épidermiques, nécessaires au maintien d'une hydratation cutanée optimale.



CLEAN & GREEN

La naturalité et l'écoconception sont au cœur du développement Thalgo via de nouvelles formules toujours plus clean, sensorielles, vegan, sans ingrédients controversés et qui maximisent le % d'ingrédients d'origine naturelle jusqu'à 98 % pour certaines. Une exigence saluée par Yuka qui a décerné une excellente note à cette nouvelle gamme. Même exigence sur les packs avec des flacons en plastique 100 % recyclé et recyclable, soit une réduction de 7 tonnes de la production de nouveaux plastiques pour cette gamme imaginée, conçue et produite au cœur de la French Riviera.



Thalgo

senseofwellness-mag.com
Guide des Fournisseurs





INNOVATION COSMÉTIQUES

Inspiré des bienfaits reminéralisants de l'eau de mer et dynamisants de l'air marin, Thalgo crée une nouvelle formule plus active et plus concentrée de sa brume emblématique, à l'occasion de ses 20 ans, pour profiter chaque jour du meilleur de la mer.

Au cœur de cette nouvelle formulation : de l'eau de mer naturelle reminéralisante, contenant 92 minéraux et oligo-éléments ionisés + des Algues Micro-Éclatées brevetées revitalisantes aux 14 micronutriments essentiels à la peau.

Véritable shot d'eau de mer naturelle 5-en-1, les Embruns Vivifiants Reminéralisants hydratent et reminéralisent la peau tout au long de la journée : Morning Boost - Hydra Splash - Express Reloader - Glow Up - Night Recharge. Associés avec une Méthode Pro d'application à découvrir en tuto... Tout un programme !



Les nettoyants **Fraicheurs**
Nettoyage solide
aux Algues et Écume d'eau



Le duo démaquillant
Cocooning
Lait / Lotion



Le duo démaquillant
Express Micellaire
visage et yeux



Le démaquillant
Expert Huile-en-Gel 3-en-1
visage et yeux

Thalgo creates **Éveil à la Mer** Marine facial cleansers that will revitalise all skin types in one splash

The cornerstones of any routine that keeps skin clear and healthy are removing makeup and cleansing. Beyond just removing impurities from the skin, it's important to replenish with a daily dose of revitalising minerals. Thalgo is innovating this essential skincare step with its next generation of revitalizing marine facial cleansers, poetically named "awakening to the sea": Éveil à la mer.

ACTIVE INGREDIENT INNOVATION

More than a simple cleansing range, Éveil à la mer provides the skin with a daily dose of marine benefits that are concentrated in the patented, revitalising Micronised Algae filtrate. This unique, marine complex delivers 14 marine minerals and micronutrients that are essential to skin balance and strength. Like a revitalising boost for the skin, these marine cleansers moisturise, protect and strengthen the epidermis in just one step.

CLEAN & GREEN

Nature and ecodesign are at the heart of Thalgo's development of new formulas, by pushing standards ever further for clean, sensorial, vegan products that are free of controversial ingredients and offer the highest possible percentages of ingredients of natural origin that reach up to 98% in

some products. The same high level of standards applies to packaging with bottles made from 100% recycled and recyclable plastic, representing a 7-ton reduction in the amount of plastic that would otherwise have been produced for this range created, designed and manufactured in the heart of the French Riviera.

SKINCARE INNOVATION

Inspired by remineralising seawater and invigorating sea air, Thalgo has created a new, more effective formula of its emblematic face mist, with higher concentrations of active ingredients, in celebration of its 20th anniversary and to offer a daily dose of the best benefits from the sea. At the heart of this new formula: natural remineralising seawater that contains 92 ionic minerals and trace elements along with the patented revitalising Micronised Algae complex that provides the skin with 14 essential micronutrients.



« Il s'agit d'une innovation et d'une prouesse technique : un parfum comme un soin. »

KATELL PERROT
PDG Toofruit

L'eau parfumée de **Toofruit** Le premier parfum pour enfants certifié bio, sans alcool et sans huiles essentielles



Toofruit

senseofwellness-mag.com
Guide des Fournisseurs

DEPUIS LA CRÉATION DE TOOFRUIT il y a dix ans, mûrissait l'idée d'un parfum... mais certifié bio, sans alcool car celui-ci est très allergisant, et également sans huiles essentielles. Pour créer ce parfum, Toofruit s'est associé à la maison française Sevessence et son maître parfumeur Jean-Charles Sommerard, pionnier de la parfumerie naturelle et biologique.

Ce parfum est aussi une véritable prouesse technique, car sans alcool et tout aussi intense dans son sillage. Pour cela, un procédé breveté de microémulsion a été utilisé, associé à une composition d'ingrédients spécifiques naturels et biologiques, dont les eaux florales et les hydrolats aromatiques, bien connus en cosmétique pour leurs vertus pour la peau. C'est l'univers enchanté des contes pour enfants qui a inspiré Jean-Charles Sommerard. Il a ainsi imaginé trois fragrances évocatrices : « pomme-fleur d'oranger-vanille », « mûre-cassis-rose », et « pêche-lavande-verveine ».

> 36 €

Fragrance water by **Toofruit**, the first organic-certified fragrance for children, free of alcohol and essential oils

To create this fragrance, Toofruit joined forces with the French perfumery Sevessence and its Master Perfumer Jean-Charles Sommerard, a pioneer in the field of natural and organic fragrances. This fragrance is also a real technical feat: although it contains no alcohol, its sillage is just as strong as if it did. To achieve this, a patented microemulsion process was used, along with a composition of specific, natural and organic ingredients that include floral waters and aromatic hydrolates, well-known for their skincare virtues. Jean-Charles Sommerard has created three evocative fragrances: "apple-orange blossom-vanilla", "blackberry-blackcurrant-rose" and "peach-lavender-verbena".

Régénération avec Caviar Power Imperial White by Klapp Cosmetics

DERNIÈRE INNOVATION de la marque allemande Klapp Cosmetics : Caviar Power Imperial White, développée pour les peaux normales ayant besoin d'être régénérées, afin de compenser un teint irrégulier et d'améliorer la fermeté de la peau. Le sérum contient des substances actives hautement efficaces, encapsulées dans des perles qui sont activées au contact de la peau. La crème de soin renferme une combinaison high-tech de perles crémeuses dans une texture gel, développée pour soutenir les fonctions antioxydantes de la peau. La texture innovante se fond dans la peau pour former un soin délicat.

Au cœur de la formulation des deux produits de la gamme Caviar Power Imperial White : l'extrait de caviar : ses acides aminés, lipides et vitamines en fortes concentrations luttent de manière globale contre le vieillissement cutané ; peptides de *Camellia sinensis* : grâce à son effet biomimétique, le peptide du thé vert renforce les mécanismes de défense de la peau contre le stress oxydatif. Enfin, l'extrait de *Liliaceae* va uniformiser le teint de la peau et augmenter l'éclat de la peau.

> **Sérum 40 ml, 136,80 € - Crème Gel 50 ml, 123,60 €**

Regeneration with Caviar Power Imperial White by Klapp Cosmetics

The latest innovation by German brand Klapp Cosmetics is Caviar Power Imperial White, developed for normal skin types in need of regeneration to get rid of uneven skin tone and improve firmness. The Caviar Power Imperial White range and its two products are formulated with caviar extract to fight skin ageing; *Camellia sinensis* to counter oxidative stress and *Lilaceae* extract to even skin tone.



Klapp

senseofwellness-mag.com
Guide des Fournisseurs



Énergiser son regard en 10 min avec Dermalogica

DERMALOGICA INNOVE avec Awaken Peptide Eye Gel, un contour des yeux enrichi en caféine et en peptides qui agit en 10 min seulement pour éliminer les poches sous les yeux. Dès l'application du produit, le drainage lymphatique de la zone du contour de l'œil est stimulé grâce à l'alliance de caféine et de puissants peptides qui agissent en synergie afin de décongestionner et de raffermir la peau, pour un contour de l'œil tonifié et lissé. Quant au romarin et l'huile de jojoba, ils permettent de renforcer la barrière cutanée et d'apaiser la peau pour limiter les irritations cutanées responsables d'un gonflement de la zone du contour de l'œil. Il défatigue instantanément et durablement le regard en lissant et tonifiant cette zone délicate.

> 15 ml, 59 €

Dermalogica delivers a 10-minute fix to looking bright-eyed

Dermalogica innovates again with Awaken Peptide Eye Gel, a lightweight gel with caffeine and peptides that reduces the appearance of puffiness around the eye area in just 10 minutes. Upon application, the product drains lymphatic fluid under the eyes, with the synergistic alliance of caffeine and potent peptides reducing puffiness and firming the skin, leaving the eye contour visibly toned and smooth. It instantly reawakens the delicate eye area and delivers long-lasting smoothing and firming results.



Dermalogica

senseofwellness-mag.com
Guide des Fournisseurs



Beauty Tech

senseofwellness-mag.com
Guide des Fournisseurs

Spa du Monde

Bien-être et évasion au cœur des soins

SPA DU MONDE EST UNE MARQUE DE QUALITÉ PROFESSIONNELLE FRANÇAISE, distribuée par Beauty Tech, plaçant bien-être et évasion au cœur de ses soins. La marque se décline en 5 gammes illustrant chacune un univers spécifique : Jardin de Majorelle (Orient), Balade en Rizière (Asie), Flânerie dans les Calanques (Méditerranée), Excursion Tropicale (Exotisme) ou encore Promenade Marine (Esprit bord de mer). Une véritable immersion dans des ambiances uniques, caractérisées par des senteurs typiques telles que la mandarine, le miel, la fleur de tiaré ou encore le jasmin.

Pour chacune de ces 5 destinations, un rituel de soin complet est proposé afin d'exfolier, modeler et sublimer la peau. Ainsi, chaque gamme vous permet de réaliser vos soins de l'étape d'exfoliation purifiante à l'étape d'enveloppement revitalisant, en passant par un modelage intensément relaxant. De quoi enrichir votre carte de soins et satisfaire toutes les envies de vos clients. Côté revende, Spa du Monde propose une collection de 5 bougies de modelage, également proposées en coffret de 3.

Spa du Monde

Wellbeing and world-inspired treatments

Distributed by Beauty Tech, Spa du Monde is a professional French brand placing wellbeing and world-inspired treatments at the heart of its offering. The brand encompasses 5 ranges, each bringing its own, specific universe: *Jardin de Majorelle* (Middle East), *Balade en Rizière* (Asia), *Flânerie dans les Calanques* (Mediterranean), *Excursion Tropicale* (exoticism) and *Promenade Marine* (seaside spirit). Each of these 5 wellbeing destinations comes with a comprehensive protocol to exfoliate, massage and enhance the skin.



« Composés jusqu'à 98% d'ingrédients d'origine naturelle, les produits Spa du Monde sont conçus et fabriqués en France. »

CHRISTOPHE CRONIER
PDG Beauty Tech

Maria Galland

Zoom sur le double lancement Corps et Visage

Une actualité riche pour Maria Galland Paris avec le lancement du nouvel Art du Soin Corps mais aussi de la nouvelle ligne visage Sensi'Repair, la solution beauté dédiée aux peaux sensibles. On vous explique tout...

> CÔTÉ CORPS : dans notre édition Hiver, Dominique Chariatte, directeur général France et Suisse de la marque, nous dévoilait le lancement de son nouvel Art du Soin Corps axé sur deux nouvelles gammes corps Maria Galland, renforçant ainsi son offre globale afin de séduire les Spas. Au cœur de cette expertise, la ligne Source d'Énergie propose 6 produits de soin retail dotés de la « Mood Boosting^{MG} Technology », une approche holistique pour une véritable infusion d'énergie positive pour la peau, le corps et l'esprit !

Cette technologie repose sur la synergie de trois composantes : des textures hautement sensorielles, des parfums s'adaptant à l'état émotionnel présent et des ingrédients actifs « mood-boosting », stimulant l'esprit et les émotions cutanées ressenties. Parmi les ingrédients, on retrouve de l'extrait de Rhodiola rosea qui favorise la production d'endorphine dans la peau ; de l'extrait d'indigo qui diminue la libération des molécules du stress et favorise la libération de l'endorphine pour un effet relaxant et régénérant ; enfin, du complexe lotus qui ravive l'énergie de la peau et aide à améliorer le processus d'apaisement après le stress.

La ligne Source d'Énergie a inspiré une collection de quatre nouveaux rituels de soins : deux soins corps Signature Bien-être (60 min) et deux soins corps Embellisseurs (45 min). Ces soins ont été développés pour stimuler l'énergie de la beauté grâce à des rituels et gestuelles spécifiques favorisant la relaxation et aux produits infusés de la « Mood Boosting^{MG} Technology ».

Quant à la ligne retail Secret de Beauté, elle propose quatre produits ciblés pour répondre à des problématiques corps comme le raffermissement, la cellulite ou encore les jambes légères.

> CÔTÉ VISAGE : dans le monde, une femme sur deux déclare avoir une peau sensible, se caractérisant par des rougeurs, des inflammations ou des sensations d'inconfort. Afin de protéger et renforcer durablement les peaux fragilisées, Maria Galland Paris présente sa routine beauté Sensi'Repair composée d'un soin professionnel parfaitement adapté aux peaux sensibles et réactives et d'une gamme de trois produits innovants pour apaiser et protéger la peau au quotidien. Grâce à ses actifs, la gamme Sensi'Repair apaise les sensations d'inconfort et de tiraillements tout en nourrissant, fortifiant et protégeant la peau en profondeur.



Maria Galland

senseofwellness-mag.com
Guide des Fournisseurs

Photo p.70

La nouvelle ligne corps Source d'Énergie se compose de six produits (de 29 à 59 €) dédiés au rituel de soin à la maison, intégrant tous la « Mood Boosting^{MC} Technology », une technologie exclusive de Maria Galland Paris qui aide les femmes à retrouver le parfait équilibre émotionnel et à réduire le stress cutané.

Photo p.71 à gauche

Source d'Énergie, la nouvelle ligne corps Maria Galland, sensorielle et innovante, avec une offre soin dédiée aux Spas.

Photo p.71 à droite

Dédiée aux peaux sensibles et réactives, Sensi'Repair est composée d'un soin professionnel de 45 min et d'une gamme de trois produits innovants pour apaiser et protéger la peau au quotidien (de 56 à 67 €).



« Le nouvel Art du Soin Corps pour cultiver et révéler l'énergie de la beauté. »

DOMINIQUE CHARIATTE
Directeur Général France & Suisse
Maria Galland Paris

Maria Galland Spotlight on the double Face and Body product launch

Maria Galland Paris has an exciting lineup of launches with its new Art of Body Care and face range Sensi'Repair, the beauty solution for sensitive skin.

FOR THE BODY: at the heart of this expertise is the Source d'Énergie range and its 6 retail products with "Mood Boosting^{MC} Technology", a holistic approach and true immersion in positive energy for the skin, body and mind!

This technology is based on the synergy of three components: highly sensorial textures, fragrances adapted to the present-moment feeling-state, and mood-boosting active ingredients that stimulate the mind and manifestation of emotions in the skin. The Source d'Énergie range has inspired a collection of four new treatment rituals: two Wellbeing Signature treatments (60 min) and two Enhance Beauty treatments (45 min). These treatments were developed to stimulate the energy of beauty thanks to relaxing rituals, specific techniques and products infused with "Mood Boosting^{MC} Technology". As for the retail range Secret de Beauté, four products target issues such as skin firming, cellulite and heavy legs.

FOR THE FACE: one out of two women around the world complains of having sensitive skin, which is characterized by redness, inflammation and discomfort. To protect and strengthen fragile skin long-term, Maria Galland Paris has created the Sensi'Repair beauty routine that includes a professional treatment that is perfectly adapted to sensitive, reactive skin and a range of three innovative products that soothe and protect the skin on a daily basis.

Carita lance Pro.Morphose R.F.

Une machine à radiofréquence dernière génération

Depuis 1962, la cosmétique instrumentale est incontournable chez Carita. Depuis, six générations de machines à base de microcourants se sont succédées.

En 2022, la cosmétique instrumentale est toujours pionnière chez Carita avec Pro.Morphose R.F., une machine de dernière génération utilisant l'énergie radiofréquence.

SON SYSTÈME À BASE DE RADIOFRÉQUENCES produit une contraction des fibres de collagène par un échauffement contrôlé du derme et active ainsi la synthèse de collagène pour des effets durables. Développée pour répondre aux exigences professionnelles de dermatologues et de médecins esthétiques, sa technologie « 3 DEEP™ » unique aux 8 brevets permet de concentrer l'énergie dans le derme pour un résultat anti-âge et resculptant incomparable. Pourquoi ? Parce qu'elle est dotée de 6 électrodes adjacentes qui agissent simultanément : les champs électriques multiples de même polarité se repoussent entre eux, concentrant l'énergie dans les tissus profonds, pour cibler le derme et l'hypoderme. La chaleur concentrée dans les couches profondes de la peau produit un effet raffermissant immédiat par contraction des fibres de collagène. À cela, s'ajoute un effet long terme resculptant par l'activation des fibroblastes et des adipocytes.

Pro.Morphose R.F. permet de traiter aussi bien le visage que le corps grâce à des protocoles et des accessoires développés spécifiquement pour chaque zone et chaque besoin. Pour traiter le contour des lèvres et des yeux, les pommettes et le cou, là où la peau est très fine, Pro.Morphose R.F. dispose de deux accessoires. Un accessoire hybride permet de travailler l'ovale du visage, le décolleté, les genoux et les bras. Enfin, un accessoire resculpte l'abdomen, les hanches et les cuisses. Après six séances de Pro.Morphose R.F. sur deux mois, les rides du visage sont nettement diminuées et continuent même de se réduire trois mois après la fin des séances. Les effets sont également très notables et durables sur le corps avec également une action remodelante.



Carita launches Pro.Morphose R.F. A next-generation radiofrequency device

Since 1962, beauty tech has been instrumental in Carita's approach to skincare. In 2022, the brand continues to pioneer the future of skincare technology with Pro.Morphose R.F., a next-generation device using radiofrequency energy. Developed to meet professional standards set by dermatologists and aesthetic medicine practitioners, the unique "3 DEEP™" technology with 8 patents allows radiofrequency energy to be concentrated in the dermis for incomparable results in anti-ageing and facial contouring. How? Thanks to 6 adjacent electrodes working simultaneously, electric fields with the same polarity exert a repelling force on each other, concentrating energy in the deeper layers of the skin and delivering heat to the dermis and hypodermis to produce an immediate firming effect by contracting collagen fibers. In addition, the stimulation of fibroblasts and fat cells produces long-term effects on facial contours.

Pro.Morphose R.F. can be used for treating the face as well as the body thanks to protocols and accessories specifically designed for each zone and need.



« Le sur mesure instrumental
pour des effets ultra-ciblés. »

CHARLES FINAZ DE VILLAINÉ
Global Brand Director Carita, L'Oréal Luxe



Beutigloo, le coffret beauté réfrigéré pour cosmétiques et outils de massage

CO-FONDÉE PAR DEUX JEUNES ENTREPRENEURS, Clara Lizier et Florian Ménard, Beautigloo est une start-up spécialisée dans le secteur de l'électro-beauté. Beautigloo a pour ambition de préserver la beauté, à travers une gamme de produits innovants permettant d'optimiser l'efficacité des cosmétiques. Après deux années de recherche et développement, son premier produit est un coffret beauté réfrigéré spécifiquement conçu pour les cosmétiques. Développé avec l'appui d'un dermatologue, il conserve les cosmétiques de manière optimale et booste leur efficacité, tout en étant respectueux de l'environnement. En effet, ce coffret de beauté réfrigéré, fabriqué en France, est équipé d'un logiciel de régulation thermique intelligent et d'un système de refroidissement breveté, garantissant une parfaite efficacité et une réduction de la consommation énergétique. En plus d'avoir une faible consommation d'énergie, il est recyclable à plus de 90 % et ne dispose d'aucun fluide frigorigène polluant.

Beutigloo est soutenue par les leaders de la beauté et du luxe : L'Oréal et LVMH. Elle accompagne une centaine de Spas et d'instituts en France et équipe les marques de beauté les plus prestigieuses comme Dior ou encore Biologique Recherche.

> [Prix professionnel sur demande sur **beutigloo.com**](https://www.beutigloo.com)



« Cette innovation brevetée décuple l'expérience beauté : efficacité boostée et sensorialité maximisée. »

FLORIAN MÉNARD & CLARA LIZIER
Co-fondateurs de Beautigloo

Beutigloo, the refrigerated beauty box for skincare products and massage tools

Co-founded by two young entrepreneurs, Clara Lizier and Florian Ménard, Beautigloo is a start-up specialized in electric beauty tools. After two years of research and development, their first product is a "refrigerated beauty box": a dedicated skincare fridge. Developed in consultation with a dermatologist, it extends the shelf life of product and helps ingredients stay potent for longer, as well as respecting the environment. Beautigloo is supported by leading companies in beauty and luxury: L'Oréal, LVMH, Dior and Biologique Recherche.

Nouvelle machine de radiofréquence bipolaire Terraké

AFIN DE RENFORCER L'ACTION des produits sur l'hydratation et la régénération cellulaire, Terraké propose de démultiplier l'effet de ses produits de soins HTP-3 BLAST avec sa nouvelle génération de machine de radiofréquence. Elle permet de retendre la peau relâchée, tout en ralentissant considérablement le vieillissement cutané. Son effet est visible sur les rides, la qualité de peau et l'ovale du visage de façon spectaculaire. Suivant l'indication, on peut obtenir un aspect lissé, une amélioration de l'élasticité et de la tonicité, un ovale raffermi et un effet bonne mine.

Ces ondes appliquées sur la peau vont créer un échauffement dans le tissu sous-cutané. Cette chaleur dans l'hypoderme, en plus d'entraîner une production de collagène, va aussi rétracter les fibres, ce qui va améliorer la fermeté et la tension cutanée. La chaleur émise par l'appareil va également provoquer la destruction de certaines cellules adipeuses de la zone traitée. Le traitement du vieillissement de la peau et du relâchement cutané se fait dans la durée et peut nécessiter plusieurs séances afin d'arriver à un résultat optimal.



Terraké

[senseofwellness-mag.com](https://www.senseofwellness-mag.com)
Guide des Fournisseurs

New bipolar radiofrequency machine by Terraké

To strengthen the effectiveness of its products for hydration and cellular regeneration, Terraké is boosting the HTP-3 BLAST range with its next-generation radiofrequency machine that tightens the skin and substantially slows down skin ageing, with spectacular, visible results on wrinkle reduction and facial contouring. Depending on the focus of the treatment, results include smoother skin, improved skin elasticity and tonicity, firmer facial contours and a glowing complexion.

Soin Minceur Express Thalion

aux perles amincissantes gommantes

Thalion innove avec le lancement de ce nouveau soin minceur manuel de 30 min. Un protocole court, sans douche, adapté à la cliente pressée et à l'efficacité prouvée. On vous explique tout...



« Les laboratoires Thalion ont décuplé l'action minceur grâce à un nouveau cocktail d'actifs boosters. »

ANDRÉ PRIGENT
PDG Thalion

LE NOUVEAU SOIN MINCEUR THALION cible les zones taille, fesses et cuisses via 3 actions :

> **Booster la microcirculation** grâce à une phase d'exfoliation intense, associée à des actifs boosters d'énergie cellulaire.

> **Augmenter la combustion des graisses** en infusant au cœur des cellules des actifs à l'action lipolytique puissante.

> **Mobiliser les graisses et drainer** grâce à des manœuvres manuelles ciblées, profondes et dynamiques, via le massage spécifique Minceur Express en 5 mouvements qui va mobiliser les tissus adipeux en profondeur : frictions, pétrissages, double palper-rouler, lift et enfin percussions drainantes.

Au cœur de ce soin, la formule iconique de la marque bretonne : les Perles Amincissantes Gommantes qui ont été reformulées pour une expérience de soin inédite associant efficacité et sensorialité avec toujours une action 2-en-1 qui combine exfoliation et action minceur. Pour obtenir ces résultats, les laboratoires Thalion ont décuplé l'action minceur grâce à un nouveau cocktail d'actifs boosters. La taurine algale qui va dynamiser les cellules et la carnitine qui dégrade les graisses, s'ajoutent ainsi au menthol décongestionnant et au duo puissant d'actifs lipolytiques : Algoslim®, un actif marin exclusif breveté, qui réduit de 29 % le taux de triglycérides, et la caféine, actif minceur phare.

À recommander en cure de 6 soins, à raison d'un à deux soins par semaine : jusqu'à - 4 cm de taille, - 6 cm de hanches et - 2,5 cm genou, **> 30 min, 45 €**

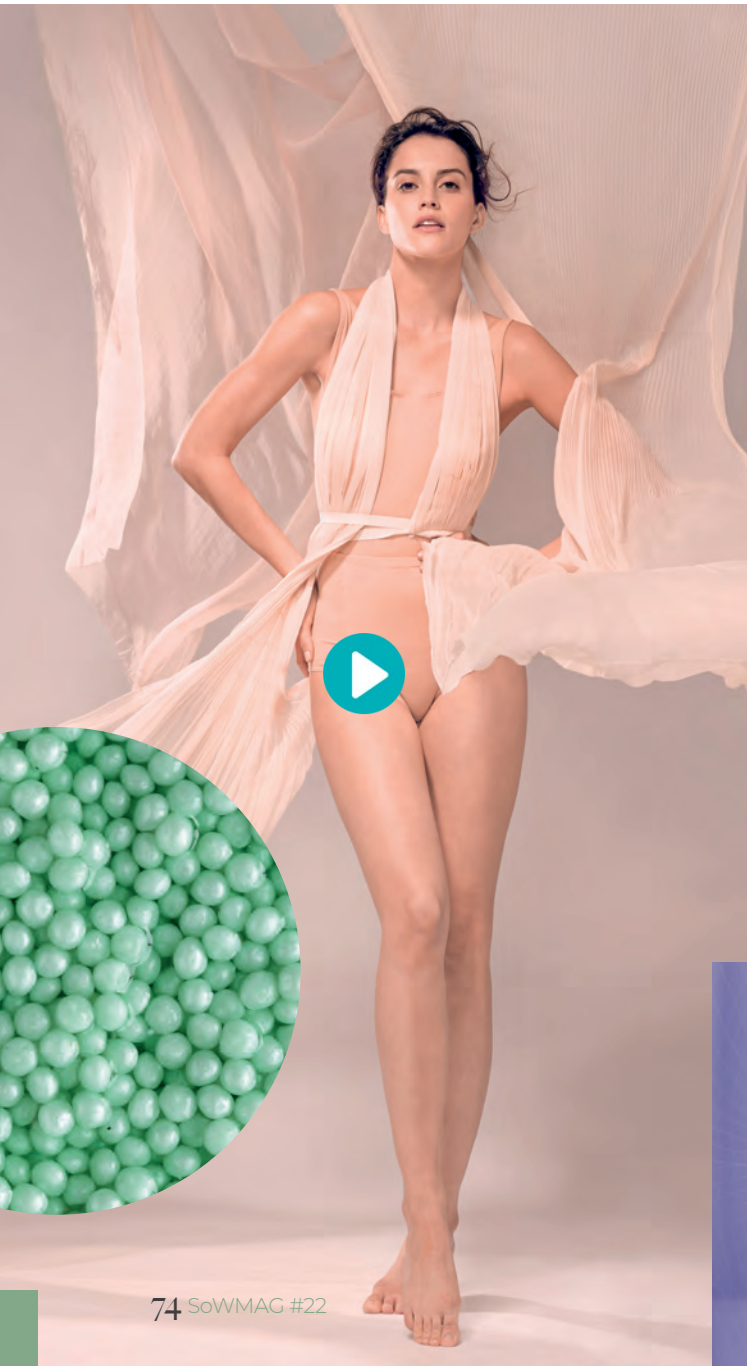
Pour poursuivre l'action déstockage à domicile matin et soir, Focus [3D] Cellulite est disponible en retail. **> 43 €, 150 ml**

Slimming Express: a treatment by Thalion with slimming exfoliating pearls

Thalion innovates with the launch of this new slimming treatment. A 30-minute, hands-on protocol, with no shower required, it is a perfect fit for busy clients looking for proven effectiveness. Thalion's new slimming treatment targets areas of fat around the waist, buttocks and thighs, via 3 actions:

Boost microcirculation ; Increase fat burning ; Mobilise fats and drain the areas where fat tends to accumulate.

At the heart of this treatment is the Brittany-based brand's iconic formulation: the Slimming Exfoliating Pearls that have been reformulated, delivering an unrivalled treatment experience that combines effectiveness with sensoriality, once more with a 2-in-1 action integrating exfoliation with slimming. For optimal results, the Thalion laboratories have boosted the slimming action thanks to a new, advanced cocktail of active ingredients that include algal taurine and carnitine. To be recommended in a package of 6 treatments, with one to two treatments per week.



Thalion

senseofwellness-mag.com
Guide des Fournisseurs



pbi
probeautic institut

ESTHÉTIQUE, SPA & WELLNESS

Table de massage & soins 3 corps - 4 moteurs TULUM II présentée en finition bois naturel. Disponible également en finition Ebony, à partir de 2970,00€^{HT}



Hôtel &
Restaurant
Meetings

RETROUVEZ-NOUS DU 19 AU 21 AVRIL 2022

STAND C23
PALAIS DES FESTIVALS DE CANNES



Téléchargez
notre catalogue
en flashant le
QR Code !

Un seul fournisseur, toutes les solutions, de l'équipement aux consommables.

NOTRE EXPERTISE :

«Le choix le plus large de produits et d'équipements pour votre SPA»

Épilation, Soins visage & corps, accessoires de soins, produits et accessoires spécifiques pour le massage, produits pour le Hammam, le Sauna & la Balnéo, manucure & pédicure, cils & sourcils, make up, produits solaires & tanning, usage unique, linge textile, ambiance et décoration, mobilier, appareils...

«L'équipement complet de votre SPA»

Nous sommes les spécialistes de l'équipement du spa. Nous avons le savoir-faire, les ressources et tous les produits nécessaires à l'exploitation de votre SPA.

NOTRE VOCATION :

«C'est de simplifier vos achats»

Évitez de passer par une multitude de fournisseurs !

Nous avons tout, ou presque, ce dont vous avez besoin **ou nous pouvons le trouver.**

Tout chez un seul fournisseur pour vous faire économiser du temps et de l'argent.

Avec pbi, vous pouvez compter sur la qualité à un prix compétitif et sur un **service personnalisé.**

«Délai d'exécution rapide»

Commandez 24h/24 et 7jrs/7 et recevez rapidement vos commandes directement de nos entrepôts.

Pas de commande minimum, achetez ce dont vous avez besoin quand vous en avez besoin.

NOS RÉFÉRENCES :

«Pionnier du SPA en France & désormais présent en Suisse»

pbi accompagne l'Industrie Française du SPA depuis 2008, soit 14 années au cours desquelles nous avons construit notre offre et bâti une solide réputation auprès des professionnels du SPA. Enfin pbi, c'est aussi une filiale en Suisse qui accompagne au quotidien les professionnels du SPA & du Wellness.

«Ils nous font confiance»

Le Ritz Paris, La Réserve Paris - Saint Tropez, Le Péninsula Paris, Le Crillon Paris, Le Métropole Monte Carlo, Club Med, Deep Nature, Chaîne Thermale du Soleil, The Woodward Genève, La Réserve Genève, Ultima Gstaad, Four Seasons Genève, Le Crans - Crans Montana, Cervo Zermatt...

probeauticinstitut.COM



Soin Corps Énergie Printemps

pour une oxygénation physique et mentale

Depuis plus de 20 ans, Altearah propose des rituels de soins visage et corps et une gamme de produits, composés d'huiles essentielles 100 % naturelles et biologiques. Parmi les soins phares de la marque, nous avons sélectionné le Soins Corps Énergie Printemps!

NOUS SAVONS QUE LES SAISONS FONT FLUCTUER NOS BESOINS, nos émotions mais aussi l'état de notre peau. C'est pourquoi chez Altearah, cette dimension est intégrée via sa collection de Soins Saisonniers uniques pour le visage et pour le corps. Des soins qui accompagnent votre clientèle tout au long de l'année dans leurs changements énergétiques, émotionnels, physiques et cutanés. « Ainsi, chaque Soin de Saison a ses propres couleurs, rythmes, techniques et intentions permettant à nos clients de se repositionner dans leur corps en fonction d'un besoin physiologique propre à chaque saison », souligne Sandrine Desgrippes, directrice générale France Altearah.

À l'arrivée du printemps, ce sont les couleurs fraîches qui prédominent : de l'émeraude, du vert et du jaune pour insuffler une onde de bonne humeur, d'optimisme et de renouveau. Véritable soin nettoyant et purifiant, le Soin Énergie du Printemps offre une oxygénation physique et mentale pour envisager de nouvelles perspectives avec optimisme. Ce protocole s'orchestre en plusieurs étapes, détoxifiant d'abord le corps et l'esprit pour ensuite impulser de nouvelles intentions basées sur la légèreté, la positivité et la liberté. La peau est débarrassée de ses impuretés, elle est fraîche et apaisée ; le corps et l'esprit sont réoxygénés, le client est prêt à saisir de nouvelles opportunités. Au cœur de ce soin, le massage avec l'Huile de Massage Jaune – Joie qui stimule l'énergie et libère les toxines du corps.

Pour prolonger les bienfaits du protocole Énergie du Printemps, Altearah propose un rituel à la maison spécifique alliant sensorialité, émotions et bien-être : Parfum de Soin Vert – Fraîcheur, Huile de Soin Émeraude – Oxygène et Concentré de Soins Jaune – Joie. Le Soin Corps Énergie Printemps est disponible en version longue 60 min et version courte 30 min, idéal en soin de saison pour renouveler votre carte de soins ! **I.C.**



« Chez Altearah, nous croyons au lien entre nos émotions et la saisonnalité. »

SANDRINE DESGRIPPES
Directrice Générale
France Altearah

Springtime Energy Body Treatment to oxygenate body and mind

For over 20 years, Altearah has been creating treatment rituals and products composed of 100% natural and organic essential oils. Among the brand's leading treatments, we selected the Springtime Energy Body Treatment! It has become common knowledge that seasonal shifts change our needs, emotions and also our skin. So Altearah has integrated this dimension into a collection of unique signature seasonal treatments for the face and body. During Springtime, fresh colours – emerald, green, yellow – have compelling effects on optimism, feelings of renewal and happiness. A real cleansing and purifying treatment, the Springtime Energy Body Treatment boosts physical and mental oxygenation. This protocol is broken down into several steps, starting by detoxifying the body and clearing the mind before bringing in new intentions to boost lightness, positivity and freedom. The skin is rid of impurities and feels fresh and calm; body and mind are reoxygenated, the client is ready to embrace new opportunities. To prolong the benefits obtained from the Springtime Energy protocol, Altearah recommends setting up a self-care ritual at home with: the Green - Freshness Treatment Fragrance; the Emerald – Oxygen Treatment Oil; and the Yellow – Joy Treatment Concentrate.



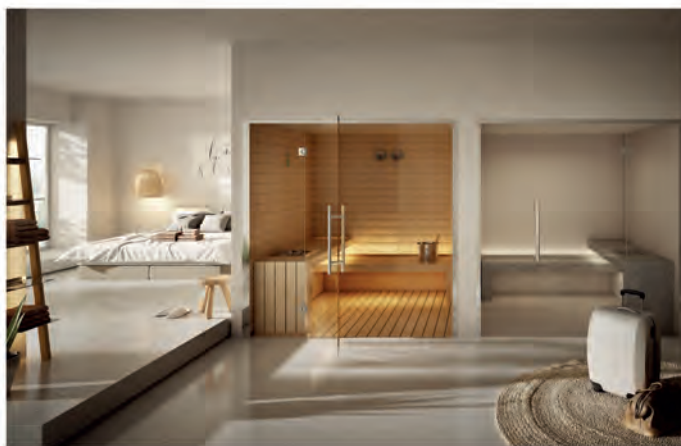
Altearah

senseofwellness-mag.com
Guide des Fournisseurs

CONSULTING - EQUIPMENT - MISSION SPA MANAGEMENT



DE LA CONCEPTION À L'EXPLOITATION
LE PARTENAIRE HAUTE COUTURE DE VOTRE SPA



CONSULTING

- EQUIPE PROJET
- LOGICIEL DEDIE
- METHODES & PROCESSUS

EQUIPEMENT

- DISTRIBUTION
- INSTALLATION
- MAINTENANCE

MISSIONS SPA MANAGEMENT

- EXCELLENCE
- RENTABILITE
- REFERENCES

Best Spa Manager
Black Diamond Award 2012



www.starwellness.com

800 Chemin de la Tîre, Zone Commerciale - 06250 Mougins - FRANCE / Tél. +33(0)4 97 211 211 / info@starwellness.com

Le groupe hôtelier Arteloge a investi 7 millions d'euros à l'agrandissement du Spa Lyon Plage qui passe ainsi de 4 500 à 8 000 m² faisant de celui-ci le plus grand Spa intramuros de France.

Wellness DESIGN News

—  PAR ISABELLE CHARRIER —

Le Spa Lyon Plage de l'Hôtel Lyon Métropole

Ouverture du plus grand Spa intramuros de France

Propriétaire de l'Hôtel Lyon Métropole, le groupe indépendant lyonnais Arteloge a investi 7 millions d'euros pour doubler la surface du Spa Lyon Plage attenant à l'hôtel. 14 mois de travaux auront été nécessaires pour dévoiler le nouveau visage du Spa Lyon Plage qui se décline désormais sur 8 000 m² et affiche clairement une montée en gamme et de nouvelles prestations. Visite guidée du plus grand Spa intramuros de France...

 PAR ISABELLE CHARRIER - PHOTOS : ALEXANDRE MOULARD

Objet de tous les superlatifs, le nouveau Spa Lyon Plage voit les choses en grand. Outre la suppression des terrains de tennis et la rénovation de certains espaces existants, plus de 3 000 m² ont été ajoutés, soit 8 000 m² de surface aujourd'hui consacrée au Spa. Une gigantesque extension pensée et organisée en plusieurs espaces pour le confort des clients et la fluidité de leur déplacement. Tandis que le rez-de-chaussée accueille les installations aquatiques, les salles de coaching, les équipements sportifs et les espaces de bien-être, l'étage est consacré aux soins de beauté et aux massages.

La décoration des lieux, confiée à l'architecte d'intérieur Kathleen Giorgi de l'agence 555 en partenariat avec les Ateliers 4+, concilie design, confort et raffinement, dans une atmosphère chaleureuse et minimaliste. Carrelage effet

marbre en grand format, peinture terracotta, panneaux muraux en Dacryl rétroéclairés, lames de bois qui habillent le plafond et se prolongent sur les murs... De spacieuses banquettes dessinées par la Maison Vauzelle prennent place dans les différents espaces. Au mur, des touches végétales ainsi qu'une invitation à la rêverie avec un papier peint nuage, à la manière des décors de théâtre anciens, qui semble peint à la main. À l'aménagement intérieur s'ajoute la création d'un toit végétalisé qui contribue à l'esthétisme du bâtiment et joue un rôle en matière d'isolation thermique en réduisant les variations de température au fil de saisons. Ce choix participe notamment à la politique RSE du groupe Arteloge qui a également choisi de mettre en place un système à double flux de récupération de chaleur.

Spa Lyon Plage at Hotel Lyon Métropole opening of the biggest city Spa in France

Arteloge, the family-led group from Lyon and owner of Hotel Lyon Métropole, has invested 7 million euros and doubled the surface area of the hotel's Spa Lyon Plage. The project took 14 months to complete, unveiling the makeover of Spa Lyon Plage where facilities are now spread over 8,000m², in addition to new services and a distinct move upmarket. Read on for a guided tour of the biggest city Spa in France...



ERIC GIORGI
Président du groupe Arteloge

Ci-contre

À la tête du premier groupe hôtelier indépendant lyonnais, Eric Giorgi, patron d'Arteloge qui regroupe une collection de 6 hôtels aux identités fortes, du 3 aux 5*, 6 restaurants, le Spa Lyon Plage mais aussi une agence de voyages Millevista.com ainsi qu'un site de locations meublées haut de gamme.

Outstanding in every respect, the new Spa Lyon Plage is a bold project. In addition to removal of the tennis courts and renovation of certain existing spaces, over 3,000m² have been added, bringing the total surface area dedicated to the Spa facilities to a whopping 8,000m². Water facilities, coaching rooms, fitness equipment and wellbeing spaces occupy the first floor while beauty and massage treatments take place on the floor above.

The Spa's interior design, entrusted to Kathleen Giorgi from the agency 555, in partnership with Les Ateliers 4+, combines style, comfort and elegance in a warm and minimalist atmosphere. In addition to the design, a green roof contributes to the building's aesthetics and plays a role in terms of thermal insulation, by reducing temperature variation over the seasons. This choice also illustrates Arteloge's CSR policy.

Déjà reconnu pour ses infrastructures exceptionnelles en termes d'espaces aquatiques extérieurs et intérieurs, le Spa Lyon Plage s'enrichit d'un bassin intérieur chauffé de 200 m² : Le Grotto. Cet écrin minéral et épuré, baigné d'une lumière feutrée et creusé à plus d'un mètre de profondeur, est équipé de cascades, de jets hydromassants et de lits à bulles. 600 m² sont désormais dédiés au bien-être avec trois espaces distincts : la placette qui est une zone « famille » accessible à tous, la zone mixte et la zone réservée à la clientèle féminine. Parmi les équipements signés du fabricant allemand Klafs : 3 saunas 90° dont un avec un ciel étoilé ; 3 hammams aux généreux volumes avec d'élégants motifs d'or floral ; 3 sanariums qui combinent le sauna et le bain de vapeur ; 6 fauteuils infrarouges dont la chaleur est reconnue pour ses effets bénéfiques pour le dos ; des bains de pieds chaud/froid conseillés avant et après les séances de sauna ; et une étonnante fontaine à glace Stalagmit, la première à être installée en France par le fabricant allemand et qui produit 125 kilos de glace par jour, au point de former des stalagmites, un spectacle dont on ne se lasse pas !

À l'étage, le Spa Lyon Plage, dirigé par Karine Obermier, accessible PMR, dévoile son nouvel espace de 450 m² dédié aux soins. Au sein de 8 cabines, dont deux duo, les clients sont invités à découvrir les soins signature Spa Lyon Plage ainsi que les rituels de soins de Cinq Mondes et les soins de Shiseido. Des soins visage et corps LPG® sont également proposés au sein du nouveau Spa Lyon Plage. Bénéficiant de la lumière du jour, toutes les cabines sont volontairement épurées, habillées d'un élégant revêtement effet marbre blanc, tandis que le salon d'accueil avec ses banquettes accueillantes est orné de niches murales abritant des décors végétaux. Pour compléter cette offre, l'espace exclusif lyashi, dédié au concept de ressourcement, propose 5 cabines où l'on retrouve des baignoires de balnéo, cabine de flottaison, douche sous affusion, l'Alpha Sphère et bien entendu... un lyashi Dôme !

Enfin, de nouveaux espaces permettent de proposer différentes activités sportives, individuelles ou collectives, parmi lesquels une nouvelle salle de biking qui vient s'ajouter aux deux terrains de badminton, aux salles de cardio training et de musculation, aux terrains de tennis extérieurs et à la spectaculaire salle de coaching collectif, exceptionnelle pas ses volumes (8 m de hauteur, 250 m² au sol). Un Spa nouvelle génération pour répondre aux tendances et aux nouvelles envies d'une clientèle plus que jamais demandeuse de Wellness !

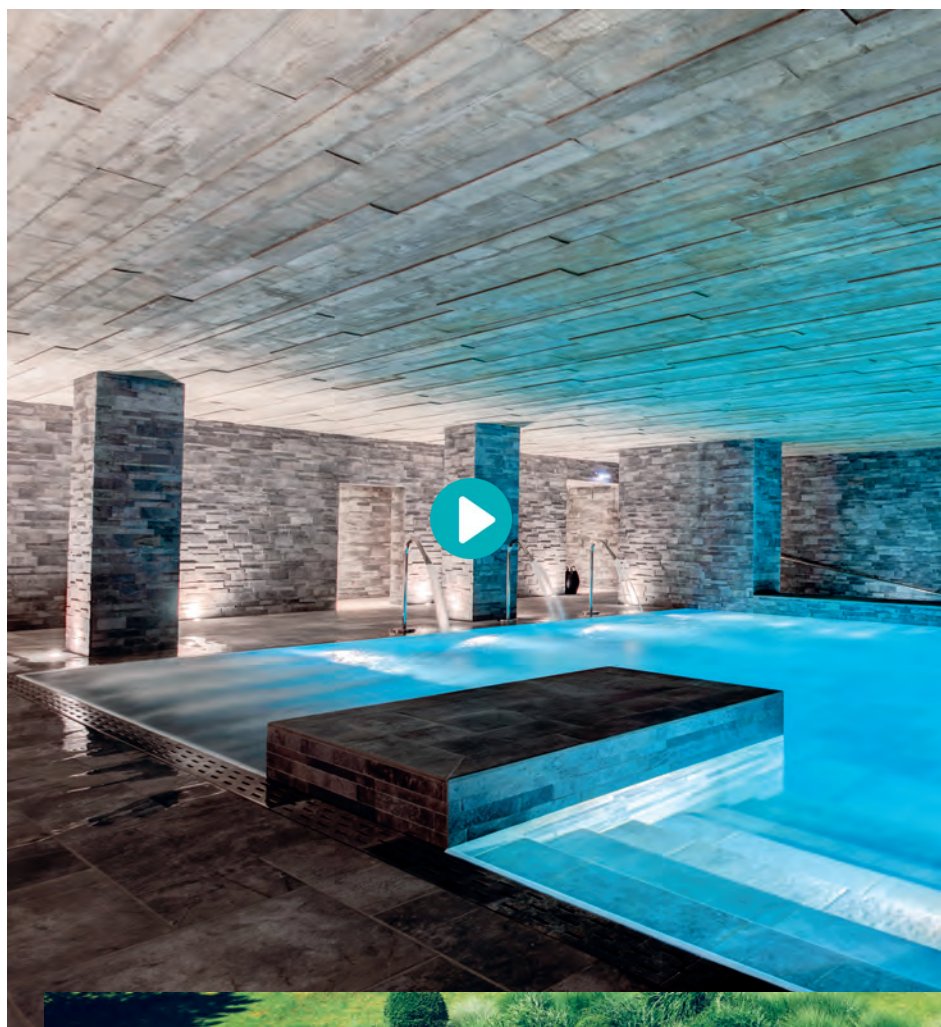


Photo principale

Le nouvel espace Le Grotto vient compléter l'offre aquatique en proposant un bassin animé dans un décor volontairement brut et minimaliste, propice à la sérénité.

Photo ci-dessus

Outre le bassin olympique de 50 m, ouvert de mai à septembre et le bassin intérieur de 25 m avec son bain à remous, le parcours d'hydromassage à ciel ouvert, chauffé toute l'année à 37°, est l'un des points forts des lieux.



Yon-Ka Votre partenaire Spa



Le Vallon de Valrugues & Spa 5*
France



Opuke Thermal Pools and Spa
Nouvelle-Zélande

Maison française de cosmétiques depuis 1954.
Pionnier des soins phyto-aromatiques, créateur d'expériences.
Un savoir-faire professionnel reconnu dans plus de 60 pays.
Un partenariat fondé sur une vision qualitative commune.
L'expertise du soin personnalisé, l'exigence du résultat.

L'Expérience du Soin Phyto-Aromatique



✓ Efficacité naturelle

- ✓ Aromathérapie, Aromachologie, Phytothérapie, Gemmothérapie
- ✓ Résultats immédiats, durables, prouvés cliniquement



✓ Excellence de formulation

- ✓ 100% de nos produits fabriqués en France
- ✓ Charte de formulation stricte, 92% d'ingrédients d'origine naturelle en moyenne



✓ Expertise du geste

- ✓ Protocoles de soin ciselés et méthodes exclusives
- ✓ Savoir-faire unique et reconnu dans le monde entier depuis 1954



✓ Expérience polysensorielle

- ✓ Vivre Yon-Ka, c'est vivre une expérience unique
- ✓ Voyage aromatique, holistique et personnalisé



✓ Engagements responsables

- ✓ Actions sociétales et environnementales auprès d'associations françaises
- ✓ Démarche de packagings recyclables, impression papier FSC

Les 5 piliers
fondateurs
Yon-Ka



L'Expérience du Soin
Phyto-Aromatique

Un Spa nouvelle génération pour répondre aux tendances d'un secteur en constante évolution.



Photo en haut à droite

L'étonnante fontaine à glace Stalagmit avec ses baguettes de glace qui se brisent pour retomber en cristaux.

Photo ci-contre

Le fauteuil multisensoriel Alpha Sphère propose un véritable voyage à travers les sens, une expérience unique mêlant sons et vibrations, pour une relaxation intense du corps et de l'esprit.



Already well-known for its exceptional outdoor and indoor water facilities, Spa Lyon Plage has expanded its offering with a 200m² indoor heated pool called Le Grotto. In an elegant, mineral-inspired atmosphere with soft lighting, the pool was built over one metre deep and features waterfalls, hydromassage jets and bubble beds. Facilities focusing on wellbeing now cover 600m² and include three distinct areas: the "small square" for families, a mixed-gender area and a third one for women only. Equipped by the German manufacturer Klafs, the Spa includes 3 saunas, 3 steam rooms, 3 sanariums, 6 infrared loungers, hot/cold foot baths and the amazing Stalagmite ice fountain, the first the German manufacturer has installed in France.

Upstairs, Spa Lyon Plage has unveiled a 450m²-space dedicated to treatments. In the 8 treatment rooms, including two duo, clients can experience signature treatments by Spa Lyon Plage, rituals by Cinq Mondes and treatments by Shiseido. To complete this offering, further equipment in 5 treatment rooms includes hydrotherapy baths, a float tank, Vichy shower, the Alpha Sphère and the lyashi Dome! Last, but not least, with the new space comes various fitness activities, for individual and group sessions, including spinning classes. A next-generation Spa in tune with the latest trends and new aspirations of clients who are, now more than ever before, exploring Wellness!



Fleur de Loire Hôtel & Spa 5*

Le projet à 7 millions d'euros de Christophe Hay

Projet d'une vie porté par le chef doublement étoilé Christophe Hay, Fleur de Loire écrira prochainement la suite d'une histoire ligérienne. Au total, 5 000 m² composés d'un hôtel 5*, de deux restaurants, d'un kiosque à pâtisseries, de salles de séminaires, d'une piscine et... d'un Spa.

 PAR ISABELLE CHARRIER

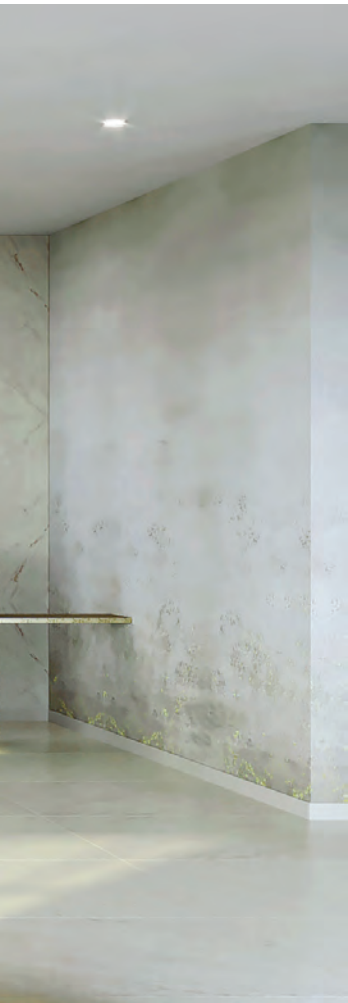
C'EST EN 2018 QUE CHRISTOPHE HAY a commencé à se lancer dans l'aventure Fleur de Loire, dans laquelle il a investi 7 millions d'euros pour réaménager et rénover un ancien hospice dans un bâtiment du XVII^e siècle. Un projet où la gastronomie est reine pour cet éminent Chef, Cuisiner de l'année 2021 selon Gault & Millau, qui s'est forgé une solide réputation grâce à son restaurant gastronomique La Maison d'à Côté (2 étoiles Michelin) et de son annexe Côté Bistrot, situés à Montlivault (entre Blois et Chambord) et qui fermeront définitivement leurs portes au printemps 2022. À Fleur de Loire, le restaurant gastronomique (40 couverts) portera le nom du Chef et un second restaurant (50 couverts), baptisé l'Amour Blanc en hommage à un poisson de Loire, proposera un ticket moyen autour de 40 €.

Comme à Montlivault, c'est l'architecte d'intérieur Caroline Tissier qui a signé les différents espaces de Fleur de Loire. L'hôtel comptera 44 chambres, dont 11 suites, d'une superficie minimale de 24 m². Fenêtres grandes ouvertes sur les paysages de la vallée de la Loire, la décoration est inspirée par les richesses des terroirs solognot et ligérien. Au rez-de-chaussée, elles bénéficient de terrasses calmes et privées, quand celles du premier étage s'élèvent pour mieux contempler la Loire.



« Un projet urbain s'inscrivant dans une démarche globale écoresponsable. »

CHRISTOPHE HAY
Propriétaire-dirigeant
Fleur de Loire Hotel & Spa 5*



Photos de gauche à droite

Voulu par le Chef comme une maison de famille, Fleur de Loire est un lieu où l'accueil personnalisé et l'hospitalité ambiante permettent à chacun d'avoir une relation unique.

Conçues comme d'élégants écrans où la décoration est inspirée par les richesses des terroirs solognot et ligérien, les chambres et suites offrent une parenthèse de déconnexion.

CONCEVOIR UN PROJET ÉCOLOGIQUE

Depuis les prémises de la construction de son projet, Christophe Hay imagine ce lieu de façon écoresponsable et durable, en cohérence avec ses engagements de toujours pour la mise en valeur de son terroir.

Utilisation de produits et de matières naturelles, prévention et gestion des déchets, limitation de l'utilisation d'énergie, récupération des eaux de pluie : autant de choix faits par Fleur de Loire pour un monde plus durable et une expérience client unique. L'usage du plastique est également limité : les clés des chambres sont fabriquées en bois, en remplacement des cartes en plastique jetables. Enfin, tout le mobilier de l'hôtel est issu de forêts durablement gérées et bénéficiant d'un label écologique (FSC ou PEFC).

Les jardins ont aussi leur rôle dans cette démarche écologique puisque près d'1,5 hectare sera consacré aux fruits et aux légumes, pour être le plus autosuffisant possible. À noter également la création de deux conservatoires, celui de l'asperge avec quelque 50 variétés référencées et celui de la pomme avec notamment la réimplantation d'une variété historique, la pomme de rose.

Fleur de Loire, 5-star Hotel & Spa Christophe Hay's 7-million euro project

The project of a lifetime, led by the two Michelin-starred chef Christophe Hay, Fleur de Loire will soon be writing the sequel to a story in the Loire Valley. The establishment is spread over 5,000m² and comprises a 5-star hotel, two restaurants, a pastry kiosk, seminar rooms, a pool and... a Spa.

It was in 2018 that Christophe Hay began the Fleur de Loire adventure, investing 7 million euros to redesign and renovate a former hospice in a building that dates back to the 17th century. It comes as no surprise that the prominent chef, ranked 2021 Chef of the Year by Gault & Millau, gives gastronomy pride of place in this project. At Fleur de Loire, the gastronomic restaurant (seating capacity: 40) will carry the chef's name; at its second restaurant (seating capacity: 50), named Amour Blanc in a tribute to a fish from Loire, the average ticket will be around €40. Like at his establishment in Montlivault, the interior architect Caroline Tissier has brought the different spaces to life at Fleur de Loire. The hotel will offer 44 guest rooms, including 11 suites, with surface areas starting at 24m². With outstanding views over the beautiful surroundings, the interior design is inspired by the rich landscapes of Sologne and Loire.

Since the inception stage of the building project, Christophe Hay has envisioned an eco-friendly, sustainable destination, aligned with his longstanding commitment to honour his terroir. Use of natural products and materials, waste prevention and management, limiting energy consumption, rain water harvesting, all strategic decisions made by Fleur de Loire for a more sustainable world and a unique client experience.

The gardens also play a role in the establishment's commitment to sustainability, as close to 1.5 hectare will be dedicated to cultivating fruit and vegetables in order to be as self-sufficient as possible.



LE SPA SISLEY® AU FIL DE L'EAU, LES PIEDS SUR TERRE

Installé sur l'aile droite du bâtiment, le Spa de Fleur de Loire propose une parenthèse de bien-être fidèle aux standards de la haute couture française et où le temps n'a pas d'emprise. Toujours en cohérence avec sa démarche locale, Christophe Hay s'associe à la marque Sisley dont la fabrication et le conditionnement des produits se font à Blois ! Reconnu mondialement pour son expertise en phytocosmétique, le Spa Sisley propose une expérience ressourçante qui repose sur une carte des soins inspirée des bienfaits des plantes et de la nature.

Bain à remous, piscine intérieure de 15 m de long, sauna, hammam, bassin de détente en extérieur, tisanderie, cinq cabines de Spa dont une double : le Spa de Fleur de Loire propose une large gamme de soins dont un soin signature Fleur de Loire. Des ateliers de maquillage, de coiffure et des soins esthétiques seront également proposés.

Les amateurs de sport trouveront également leur bonheur à Fleur de Loire via la Shape Room, imaginée par Champion Spirit de façon à accueillir les différents types de cours proposés par l'académie. En harmonie avec l'univers de Fleur de Loire, la salle adopte un design calme et simple et des modules permettant flexibilité et combinaisons de l'espace au gré des envies et des besoins. Ouverture des lieux prévue le 13 juin 2022, date de l'anniversaire du Chef Christophe Hay qui fêtera ses 45 ans !



© Caroline Tissier Intérieurs

Nestling in the building's right wing, the Fleur de Loire Spa will offer a wellbeing getaway resolutely aligned with the standards of French haute couture and where time stands still. Here also, in keeping with his local approach, Christophe Hay has joined forces with the brand Sisley that manufactures and packages its products in Blois! Famous worldwide for its expertise in phytocosmetics, Sisley Spas offer rejuvenating experiences with a treatment menu inspired by the virtues of plants and nature. Equipped with a whirlpool bath, indoor 15-metre pool, sauna, hammam, outdoor relaxation pool, tea room, five treatment rooms including one duo, the Spa will also offer a large range of treatments including a signature Fleur de Loire ritual. At Fleur de Loire, fitness enthusiasts will be delighted with the Shape Room imagined by Champion Spirit, where they will be able to experience the academy's various classes. The opening date has been set for 13th June 2022, the day Christophe Hay will also be celebrating his 45th birthday!

MARIA GALLAND

PARIS



L'EXCELLENCE POUR VOS CLIENTS

L'expertise professionnelle au service de la beauté. Maria Galland Paris, la réponse aux besoins uniques de chaque peau.

Offrez une bulle de douceur aux peaux sensibles avec SENSI'REPAIR. Pour en savoir plus, contactez nos experts par email à info@maria-galland.fr

INNOVATION



mariagalland.com

L'ÉNERGIE DE LA BEAUTÉ





Forte de sa notoriété à l'étranger, Sothys a séduit le fleuron de l'hôtellerie jordanienne, le luxueux et élégant **The St. Regis - Amman Jordanic 5***.

Les nouveaux Spas Sothys

Zoom sur les derniers partenaires

de la marque



Sothys continue son essor dans les Spas hôteliers, affirmant de ce fait son positionnement sur ce marché stratégique en termes d'image et de business. Aujourd'hui, Sothys est présent dans plus de 15 000 Spas et instituts dans le monde. Tour d'horizon des derniers partenariats Spa de la marque.



EN FRANCE...

DESTINATION LE SUD-OUEST, et plus particulièrement à Pau, au **Parc-Beaumont Hôtel & Spa - MGallery 5***, propriété de la holding Gaillac & Associés. Ce boutique hôtel plein de personnalité est une grande maison chaleureuse et est situé en bordure du Parc Beaumont, jardin de charme du centre historique de Pau. Quant au Spa Bambou, dirigé par Laurine Joubert, c'est une invitation au lâcher-prise, dans un décor où la pierre alterne avec la céramique en subtils dégradés de beige, de gris et de bleu et où l'eau est omniprésente. 450 m² dédiés au bien-être qui se déclinent entre une piscine chauffée de 15 m, un jacuzzi, un sauna et un hammam, ainsi que l'espace soin composé de 3 cabines, dont une pour les soins duo, où l'on retrouve depuis début d'année les bienfaits des soins Sothys.

DIRECTION LES ALPES, et plus précisément à Courchevel où Sothys a pris ses quartiers dans le sublime **Spa du Chabichou 5***, propriété du groupe lyonnais Lavorel. Plus grand Spa de la station avec ses 1100 m², Sothys est désormais utilisé pour l'ensemble des soins. La marque a d'ailleurs créé un soin signature : Le Deep Tissue - Modelage Nutri-Délassant Sothys Athletics™. Inspiré du deep tissue, il est spécialement conçu pour apporter confort et détente absolue, associant lissages profonds, pressions et percussions le long des zones de tension. Pour les sportifs afin de tonifier et reconforter la peau avant ou après la pratique sportive. Pour les non sportifs pour apporter souplesse et tonus à la peau.

En France, **Le Parc-Beaumont Hôtel & Spa - MGallery 5***, un boutique hôtel plein de personnalité, propose depuis ce début d'année l'expertise Sothys au sein de son Spa Bambou.

À L'ETRANGER...

SOTHYS BÉNÉFICIE ÉGALEMENT d'une belle notoriété à l'étranger, particulièrement au niveau du secteur de l'hospitality. Rien d'étonnant donc de retrouver la marque dans le fleuron des hôtels jordaniens : **The St. Regis - Amman Jordanie 5***, sous enseigne Marriott. Situé au cœur de la capitale jordanienne, le luxueux et élégant établissement propose 260 chambres, suites et appartements, offrant à ses clients des expériences de luxe inégalées comme le service de majordome St. Regis, signature de la marque, afin de personnaliser le séjour de chaque client en fonction de ses goûts et de ses préférences. Point fort des lieux, l'Iridium Spa, dirigé par Mohammad Almahdawi, où Sothys a été choisi pour prodiguer ses soins dans les 7 cabines, dont 1 sublime cabine double. L'offre bien-être est complétée par un imposant centre de fitness et une piscine extérieure.

ET LE CLUB MED 2...

Pour finir ce tour d'horizon des derniers partenaires Spas de Sothys, embarquons sur **Le Club Med 2**, ce voilier de luxe de 187 mètres de long, le plus grand au monde, battant pavillon français qui sillonne la Méditerranée et l'Adriatique l'été, et la mer des Caraïbes l'hiver. Classé cinq tridents, soit le maximum de confort du Club Med, cet hôtel flottant propose 184 cabines avec toutes vue mer, classées en 3 catégories : Supérieure, Deluxe et Suite, allant de 18 m² à 40 m². Le bateau peut recevoir jusqu'à 380 passagers et plus de 200 membres d'équipage.

Élégante et inventive, la décoration de ce magnifique bateau de croisière s'inspire des routes et des voyages des grands navigateurs. Sur le pont D, on est séduit par les dix suites spacieuses et confortables baignées de lumière. Côté services, le Club Med 2 comprend deux piscines, trois bars, deux restaurants et bien entendu un Spa raffiné de 110 m², proposant désormais les soins et produits Sothys, que l'on retrouve également en format amenities dans les cabines et les suites. **I.C.**



« La maison Sothys entretient aujourd'hui un rapport extrêmement privilégié avec 15 000 Spas et instituts dans plus de 120 pays. »

CHRISTIAN MAS
Président Sothys Paris

The new Sothys Spas Spotlight on the brand's latest partnerships

Sothys continues to grow in the strategic hotel Spa market and, in doing so, consolidates its position in terms of image and business. Today, Sothys is present in over 15,000 Spas and salons worldwide. Read on for an overview of the brand's latest Spa partnerships.

Our first destination is the South-West of France, more specifically in Pau, where the brand has signed a partnership with the 5-star Parc-Beaumont Hotel & Spa - MGallery, a boutique hotel with a distinct character. Again in France, Le Spa Bambou, led by Laurine Joubert, is an invitation to disconnect from our busy lives. With 450m² of space dedicated to wellbeing and equipped with a 15-metre heated pool, whirlpool bath, sauna, hammam and 3 treatment rooms, including one for couples' treatments, offering Sothys treatments since the beginning of the year. The last French destination is in the Alps, more precisely in Courchevel where Sothys has joined the sublime Spa at the 5-star Chabichou owned by the Lyon-based group Lavorel. With 1,100m² of wellbeing space, it is the ski resort's biggest Spa and now features Sothys for all of its treatments. The brand has even created a signature treatment for the iconic establishment: the Deep Tissue – Sothys Athletics™ Nutri-Relaxing Massage.



Sothys is also a high profile brand beyond its national borders, in particular in the hotel industry. It therefore comes as no surprise that the brand is now present in one of the Jordanian crown jewels of hospitality: the 5-star St. Regis, Amman. This luxurious and elegant establishment has 260 guest rooms, suites and apartments, and provides clients with exceptional luxury amenities such as the St. Regis butler service, the brand's signature service. Another highlight of the hotel is the Iridium Spa, led by Mohammad Almahdawi, where Sothys treatments are performed in the 7 treatment rooms including a sublime couples' treatment room.

To finish this overview of Sothys' latest Spa partnerships, let's embark on the Club Med 2, a luxurious 187-metre long vessel offering cruises in the Mediterranean and Adriatic Seas during the summer months, and Caribbean cruises in wintertime. Rated 5 tridents, which represents the highest level of comfort at Club Med, this floating hotel has 184 cabins, all with sea views, and can accommodate up to 380 passengers and over 200 crew members. In terms of services, the Club Med 2 has two pools, three bars, two restaurants and, of course, an elegant 110m² Spa that now offers not only treatments and products by Sothys but also the brand's amenities in the cabins and suites.



Photo de gauche : Déclaré le plus haut rooftop à ciel ouvert de Paris, le Skybar emmène à 115 mètres au-dessus de la ville.

Photo de droite : Avec une surface de 742 m² et des hauteurs sous plafond de près de 7 mètres de haut, la Grand Ballroom a été pensée pour célébrer tous les événements et peut accueillir jusqu'à 735 personnes.

Pullman Paris Montparnasse dévoile son nouveau visage

Gratte-ciel de 115 mètres de haut à la construction avant-gardiste signée Pierre Dufau en 1972, le Pullman Paris Montparnasse achève sa cure de jouvence après 4 années de travaux et devient plus que jamais un véritable flagship 4* pour l'enseigne du groupe Accor.

IDÉALEMENT SITUÉ au cœur du 14^e arrondissement, le Pullman Paris Montparnasse est un bâtiment de 32 étages disposant de 957 chambres et suites panoramiques et de 3 étages à la lumière du jour dédiés aux événements professionnels, avec 46 salles de 30 à 742 m² pour la Ballroom et 800 m² de terrasses végétalisées. Redesigné par le duo d'architectes Benjamin Clarens et Yann Martin, fondateurs de CUT architectures, ils ont imaginé un espace ouvert, en rupture avec l'architecture rectiligne et linéaire du quartier. Un parti-pris visible dans tous les espaces de l'hôtel, du lobby et ses plafonds circulaires, jusqu'aux détails des luminaires des chambres et aux larges structures de la Grand Ballroom.

Nouvelle destination des foodies, le Pullman Paris Montparnasse invite Parisiens et voyageurs à venir découvrir deux concepts culinaires inédits en France et en Europe, Umami Burger et Fi'lia, ainsi qu'un skybar situé au dernier étage, avec un bar à cocktails et sa terrasse qui accueille un espace VIP bénéficiant de la plus belle vue sur la tour Eiffel et Paris.

Côté forme et bien-être, en collaboration avec l'agence de design londonienne Bergman Interiors, spécialiste des lieux et concepts dédiés au bien-être, le Pullman Paris Montparnasse ouvre une salle de Power Fitness de 200 m² à l'habillage high-tech et urbain, en partenariat avec la marque Les Mills. Pour parfaire l'offre, un Spa ouvrira ses portes en 2023 et viendra compléter l'ensemble de ce nouveau fleuron de Pullman. **I.C.**

Pullman Paris Montparnasse unveils its new look

The Pullman Paris Montparnasse, a 115-meter-high skyscraper, has finished its stylish makeover after four years of renovation works. More than ever, this 4-star establishment is a beautiful flagship for the Accor group's brand.

The Pullman Paris Montparnasse is a 32-storey building with 957 guest rooms and panoramic suites, 3 floors of event space bathed in natural light including 46 rooms ranging from 30m² up to 742m² for the Ballroom and 800m² of terraces with abundant plant life. The new foodie destination, Pullman Paris Montparnasse invites Parisians and travellers to come and experience two concepts new to France and Europe: Umami Burger and Fi'lia; as well as its Skybar, located on the top floor, offering a cocktail bar and terrace that includes a VIP area that has the most beautiful view over the Eiffel Tower and Paris. In terms of fitness and wellbeing, in collaboration with the London-based design studio Bergman Interiors specialised in Wellness spaces and concepts, the Pullman Paris Montparnasse has opened a 200m² Power Fitness studio. The Spa will be opening in 2023; the final touch to the wonderful renewal of Pullman's crown jewel.



« L'hôtel a été repensé comme un lieu de vie moderne et tourné vers l'innovation. »

YANN MARTIN & BENJAMIN CLARENS
Fondateurs de CUT architectures

SOTHYS

PARIS

SOTHYS ORGANICS®

LAISSEZ
ENTRER
LA NATURE
DANS VOTRE
INSTITUT.



SENSORIALITÉ
NATURE
EFFICIENCE
CERTIFICATION



Au coeur de la **Corrèze**, grâce à son Laboratoire de Recherche Avancée, Sothys crée la ligne **Sothys Organics®**, l'alchimie parfaite entre soins biologiques et haute efficacité.



Sothys s'associe à Plastic Bank et rend sa ligne Sothys Organics® plastic neutral*.



*INCLURE EN LA CTIVE
#VEGANTH - MARIUS DZIERZANU - ISTOCK - 08/2021
SOTHYS PARIS, SASU AU CAPITAL DE 2 500 000 EURO'S. SEGE SOCIAL:
128 RUE DU FAUBOURG SAINT HONORE - F 75008 PARIS - SIREN 45170 807 RCS PARIS
PHOTOS NON CONTRACTUELLES - PHOTO MARNEQUIN NET TOUCHEE



Le Bulgari Hotel Paris

Visite guidée du dernier né des hôtels ultra-luxe de la capitale

Après Milan, Bali, Londres, Pékin, Dubaï et Shanghai (et avant Rome, Moscou, Tokyo et Los Angeles), c'est donc au tour de Paris d'offrir un écrin à cette nouvelle adresse glamour et moderne qu'est le Bulgari Hotel Paris. Une expérience hôtelière inédite où fusionnent le chic italien, l'héritage joaillier de Bvlgari et le raffinement parisien. Un esprit qui s'incarne à merveille dans le sublime Bulgari Spa, un nouveau joyau du Wellness qui vient s'ajouter à la parure des Spalaces parisiens. Visite guidée...

 PAR ISABELLE CHARRIER - PHOTOS : BVLGARI HOTEL PARIS

LE LUXE C'EST AUSSI UNE ADRESSE et c'est donc avenue George V, au cœur du Triangle d'Or, quartier du luxe et de la mode, que se dévoile le Bulgari Hotel Paris réalisé, comme l'ensemble des Bulgari Hotels & Resorts, par le studio d'architecture italien Antonio Citterio Patricia Viel. Le bel équilibre de la façade rappelle celles des Bulgari Hotels de Londres, Milan et Pékin, mais ici comme là-bas, Bulgari tient à souligner l'identité locale avec une pierre emblématique, en l'occurrence la pierre de taille utilisée pour les monuments parisiens les plus célèbres, du Louvre au Petit Palais en passant par le Trocadéro. « *Ce choix lui permet de s'insérer avec élégance dans le continuum stylistique du Triangle d'Or, tout en affirmant sa propre identité placée sous le signe de la pureté, de la hauteur et de la luminosité* », souligne Antonio Citterio.

Passé le lobby, faisons un détour par l'un de mes espaces favoris : le Bulgari Lounge à l'ambiance tamisée, rendue plus chaleureuse encore par un feu dans la monumentale cheminée au foyer de fonte, qui donne au lounge tout son caractère. Le prélude idéal avant d'aller découvrir la carte du chef italien triplement étoilé Niko Romito à Il Ristorante, une expérience gastronomique qui réunit la beauté de l'art italien et la créativité propre à Bulgari.

Comme le souligne Sylvain Ercoli, directeur général de l'établissement : « *Nos hôtels sont pensés dans les moindres détails, avec un designer, un chef et une vision de marque forte. Nous sommes les joailliers de l'hôtellerie* ».



SYLVAIN ERCOLI
Directeur Général
Bulgari Hotel Paris

Ci-contre

Ce grand professionnel de l'hôtellerie de luxe a été formé à l'école d'administration hôtelière de la prestigieuse université Cornell, avant de commencer comme réceptionniste de nuit et chef de réception au Sofitel de Nancy. Directeur du Ritz Paris à seulement 30 ans, il a dirigé depuis certains des plus prestigieux palaces français - le George V, le Byblos, le Martinez, le Crillon - tout en faisant un crochet par le Saint Gêran à l'Île Maurice. Il fut également Directeur Général du Claridge's et du Bulgari Hotel London lors de son ouverture.

Photo du haut

De cet édifice des années 70, les deux architectes ont ciselé un véritable bijou architectural, mis en valeur par les ouvertures des fenêtres travaillées sur deux niveaux, clin d'œil aux palais aristocratiques réalisés par Andrea Palladio, célèbre architecte de la Renaissance italienne.

Photos du milieu

C'est à l'abri des regards et ouvert sur un jardin privé, que se trouve Il Ristorante, dont la carte a été imaginée par le chef triplement étoilé Niko Romito. Autre lieu plébiscité, le Bulgari Bar où s'incarne toute la générosité et l'élégance de l'esprit Maison.

Photo du bas

Le Lounge, lieu de vie permanent de l'hôtel, dont le style audacieux et sophistiqué puise son inspiration dans le dessin d'une minaudière Bulgari.

The Bulgari Hotel Paris

A guided visit of the capital's most recent ultra-luxury hotel

After Milan, Bali, London, Beijing, Dubai and Shanghai, it is now Paris' turn to set the stage for this new, glamorous and modern Bulgari Hotel. Here is an unprecedented hotel experience that combines Italian chic, the Bvlgari jeweller's legacy and Parisian sophistication.

Luxury can also hinge on an address and so it is in Avenue George V, in the heart of the Golden Triangle upmarket district that the Bulgari Hotel Paris has been created by the Italian architecture firm Antonio Citterio Patricia Viel, the designers behind all the Bulgari Hotels & Resorts The beautifully balanced façade echoes those of the Bulgari Hotels in London, Milan and Beijing, but here as in these others, Bulgari is keen to highlight local identity with emblematic stone, namely the cut stone used for the most famous Parisian monuments such as the Louvre, the Trocadéro and the Petit Palais.



La Bulgari Penthouse de 400 m², avec son roof garden panoramique de 600 m².

Le Bulgari Hotel Paris compte 76 chambres, d'une surface minimum de 42 m², dont 75 % sont des suites disposant de terrasses et de loggias, dans l'esprit d'un appartement privé. Un caractère d'intimité renforcé par le soin amené à l'ameublement luxueux ainsi que par les livres, les œuvres d'art et les photographies de célébrités proches de la Maison Bulgari qui ajoutent la touche de personnalité caractéristique des Bulgari Hotels & Resorts.

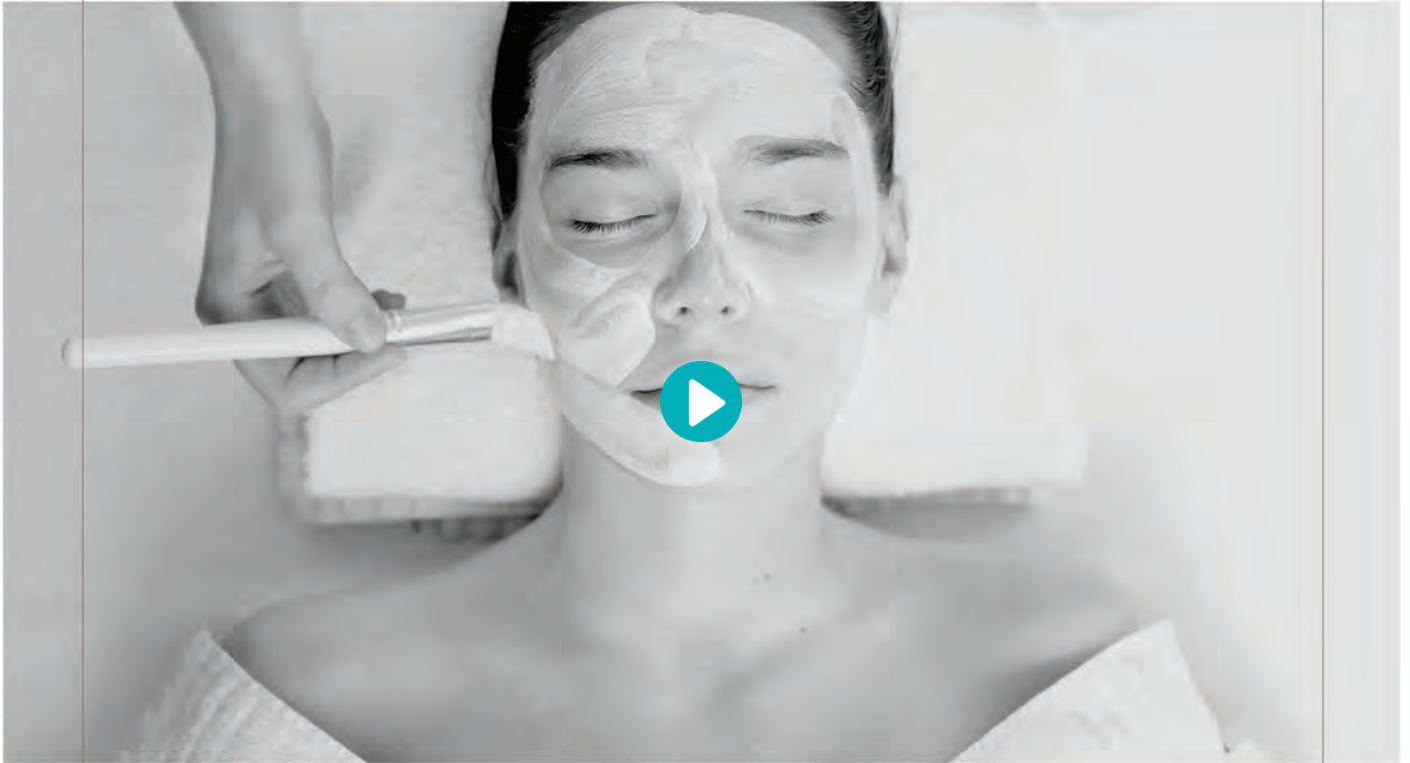
Véritable trésor caché du Bulgari Hotel Paris, le penthouse de 400 m² est entouré de 600 m² de terrasses et jardin. Cette suite occupe les deux derniers étages de l'hôtel pour une superficie totale avoisinant les 7 000 m² sur deux niveaux reliés par un monumental escalier.

La Bulgari Penthouse dispose de sa propre salle à manger à la hauteur de plafond stupéfiante, de deux cuisines, de son propre bar, d'une vaste chambre dans l'axe de la tour Eiffel, d'une salle de bain entièrement tapissée de marbre Arabescato et d'une salle de fitness privée adjacente, d'un hammam mais aussi d'un office avec sa propre cave à cigares, d'un salon et d'un dressing éclairé par la lumière du jour.

On peut profiter de la vue d'exception à 360° sur les monuments emblématiques de Paris, que l'on peut contempler de l'immense terrasse élégamment meublée et arborée dans un esprit jardin de campagne. Cette expérience unique est évidemment personnalisable à l'envie puisque tous les formats de dîner mais aussi de yoga et de sport en plein air sont ici imaginables à la demande des clients.

The Bulgari Hotel Paris has 76 rooms, with a minimum surface area of 42m², of which 75% are suites with terraces and loggias, along the lines of a private apartment. The Bulgari Hotel Paris has a hidden treasure: a 400m² penthouse surrounded by terraces and a garden covering 600m². This suite occupies the last two floors of the hotel with a total surface area approaching 7,000m² on two floors linked by an imposing staircase. There is an outstanding 360° view of all Paris' emblematic monuments that can be contemplated from the immense, elegantly furnished and tree-lined terrace evoking a country garden. It is, of course, possible for this unique experience to be tailored at will as different layouts can be arranged, not only all types of dining events but also yoga sessions and open air sports, which can be organized at the client's request.





Experts en soins esthétiques depuis plus de 30 ans,
nos protocoles personnalisés respectent la peau et son intégrité,

Nos formules primées contiennent des ingrédients bioactifs naturels à l'efficacité prouvée, des molécules identiques à celles de la peau telles que le collagène, des peptides et des facteurs de croissance testés cliniquement pour des résultats visibles.

swiss line

BY DERMALAB 



Chateau Élan Winery & Resort
Braselton, USA



Shangri-La Sanya Resort
Sanya, China



Waldhotel Health & Medical Excellence,
Bürgenstock Hotels & Resort Lake Lucerne
Lucerne, Switzerland

CONTACT US

DERMALAB S.A. | Dufourstrasse 20 | 8702 Zollikon, Switzerland

Tel: +41 44 396 15 51 E: info@swissline-cosmetics.com | www.swissline-cosmetics.com | [@swissline.skincare](https://www.instagram.com/swissline.skincare)

Parmi les meilleurs atouts de l'hôtel est le Bulgari Spa de 1 300 m², dirigé par la talentueuse Virginie Descombes Fliegans. Côté mise en scène des lieux, il y a un vrai parti pris minéral qui m'a beaucoup séduit et qui tranche avec les autres Spalaces parisiens. Habillés de pierre de Vicenza de Vénétie, les murs où affleurent traces de fossiles et de sédimentation millénaires répondent à la chaleur du teck birman, tandis que le comptoir d'accueil est sculpté dans un bloc d'onix vert, une signature que les habitués des Spas Bulgari ne manqueront pas de reconnaître. Ouvert aux résidents de l'hôtel et à la clientèle locale, cet exceptionnel espace dédié au bien-être se décline sur deux niveaux afin d'offrir à ses hôtes une expérience de soins sur mesure et innovante.

Au premier niveau, préambule à tous soins, les vestiaires méritent que l'on s'y attarde. Dans sa version féminine comme masculine, un sauna à infrarouges permet un agréable prélude aux soins. Bonus pour le vestiaire des femmes qui lui dispose aussi d'un hammam. On trouve également à ce niveau le Workshop Gymnasium, un espace de 120 m², ouvert 7 jours sur 7, un concept créé exclusivement pour la collection Bulgari Hotels & Resorts par Lee Mullins, un coach anglais de renommée internationale. Sa méthode repose sur un nouveau niveau d'entraînement complet basé sur une méthode d'évaluation innovante qui prend en compte le corps et l'esprit au travers d'un examen métabolique, d'une étude des mouvements fonctionnels du corps et d'une analyse de la masse corporelle. Bien entendu, les coachs personnels du Bulgari Hotel Paris sont formés par Lee à ses méthodes spécifiques de training sur mesure.

La visite se poursuit par la découverte de la piscine de 25 m, l'une des plus grandes de la capitale, entièrement recouverte de mosaïques aux tonalités d'émeraude, de jade et de malachite. Un espace aussi spectaculaire qu'intime, rappelant les anciens thermes romains avec ses colonnes qui pour les lieux sont ornées par le motif Constellation de Bulgari.

Un second bassin accueille le spot instagrammable du Spa : la Vitality Pool, ornée d'une mosaïque identique à celle des bains romains de Caracalla, ayant également inspiré la collection de joaillerie Divas' Dream de Bulgari.

La détente se poursuit au sein du hammam mixte vêtu de marbre blanc Afyon d'Antalya sous un ciel de mosaïque or et vert. Une fontaine à glace taillée dans un imposant bloc de granit noir complète l'expérience, permettant de se revitaliser en jouant avec les effets de chaud et de froid.

Une offre qui séduit puisque le Bulgari Spa compte déjà une quarantaine de membres, alors qu'il vient juste d'ouvrir. Comme le commente Virginie Descombes Fliegans : « *Les clients sont attirés par notre espace piscine dotée d'une piscine semi-olympique ainsi que par notre salle de fitness qui est extrêmement bien équipée avec des technologies que l'on retrouve dans les centres pour sportifs de haut niveau. De plus, dans nos offres, nous proposons aux membres de découvrir chaque univers du Spa ainsi que la restauration de l'hôtel* ».



Photos principale

D'une longueur de 25 m, la piscine semi-olympique du Bulgari Spa Paris, l'une des plus grandes parmi les hôtels de luxe parisiens, a été entièrement recouverte de mosaïques aux tonalités d'émeraude, de jade et de malachite.

Photos ci-dessus

Une fontaine à glace taillée dans un imposant bloc de granit noir complète l'expérience, permettant de se revitaliser en jouant avec les effets de chaud et de froid.

Photos en haut à droite

Un second bassin accueille la Vitality Pool, ornée d'une mosaïque identique à celle des bains romains de Caracalla. Le murmure de la cascade, les assises permettant de se sentir littéralement flotter dans l'eau, ainsi que les différences de pressions des hydrojets et aérojets massants, créent une réelle sensation de bien-être.

Clin d'œil aux origines romaines du joailler, le Spa de 1 300 m² est un élément essentiel de l'expérience Bulgari.



Among the hotel's best assets is the 1,300m² Bulgari Spa, directed by the talented Virginie Descombes Fliegans. From the point of view of staging, a committed stance has been made to the mineral aspect, which I found very attractive and in keeping with other Parisian Spalaces. Open to both hotel guests and the local clientele, this exceptional space dedicated to wellness is spread over two floors so as to offer clients a bespoke and innovative treatment experience. On the first floor, there is the Workshop Gymnasium, a 120m² space open 7 days a week. The concept has been created exclusively for the Bulgari Hotels and Resorts collection by Lee Mullins, the renowned international coach from England.

The visit continues by taking a plunge in the 25m pool, one of the largest in the capital. It is entirely covered with mosaic tiles in shades of emerald, jade and malachite green. The atmosphere is spectacular and yet cosy, conjuring up Ancient Roman thermal baths with its columns decorated in the Bulgari Constellation pattern. The second pool provides the Spa's Instagrammable spot: the Vitality Pool is clad with mosaics identical to the Roman baths at Caracalla, which also inspired Bulgari's Divas' Dream jewellery collection. An atmosphere of relaxation prevails in the mixed hammam decked out in white Afyon white marble from Antalya under a gold and green mosaic sky. An ice fountain carved into an impressive block of black granite completes the experience with its revitalizing effects of hot and cold. This offer is proving to be a winner as the Bulgari Spa already has forty or so members, even though it has only just opened.



VIRGINIE DESCOMBES FLIEGANS
Directrice du Bulgari Spa

Virginie découvre le monde du Spa de luxe lorsqu'elle débute sa carrière à l'Hôtel Bristol. Au cours des 15 dernières années, elle a suivi un parcours international, de Bora Bora à l'Égypte où elle prendra son premier poste de Spa Manager au Sofitel Legend Old Cataract avant de prendre la direction de celui d'Essaouria au Maroc. En 2012, elle s'envole pour l'Île Maurice où elle dirigera le Spa du Royal Palm Hotel durant 3 ans. Un détour par le Six Senses des Maldives et voici Virginie de retour en Europe, au Four Seasons de Genève, en tant que Spa Manager avant de rejoindre le Bulgari Hotel Paris en décembre 2019 pour assurer l'ouverture et la direction de son Spa.



Pour des moments d'exception, en duo ou en solo, on peut privatiser la Spa Suite Onyx de 65 m² dont la mise en scène est inspirée par le dôme du Panthéon de Rome. Elle dispose de son propre hammam, de son espace de détente ainsi que d'une balnéo parée d'onyx vert dans laquelle on peut profiter d'un bain infusé, à choisir à la carte dédiée de ce lieu exclusif.



Le second niveau est dédié à l'univers du soin, à commencer par celui du cheveu avec le salon de coiffure Des Garçons, créé par deux frères David et Bruno. Le salon est également équipé d'un espace manucure et pédicure. Un service de rasage dans les règles de l'art du barbier italien est proposé dans un espace entièrement privatisable et transformable en cabine de coiffure pour les clients soucieux de confidentialité. Le Bulgari Spa dispose de 9 cabines de soin, habillées à aussi de pierre de Vicenza, chacune équipée de sa propre douche, où l'on retrouve les lits de soins de la marque italienne Lemi. Pour des moments d'exception, en duo ou en solo, on peut privatiser la Spa Suite Onyx de 65 m² dont la mise en scène est inspirée par le dôme du Panthéon de Rome. Elle dispose de 2 lits de soins Lemi, de son propre hammam, ainsi que d'une balnéo parée d'onix vert, dans laquelle on peut profiter d'un bain infusé. « *La Spa Suite Onyx est réservée chaque week-end par une clientèle qui apprécie cette bulle de bien-être entièrement privée se prêtant à tous les projets de personnalisation les plus poussés* », comme le souligne la directrice du Spa.

> **Privatisation 1 personne** : à partir de 500 €, 150 min dont 60 min de soin.

> **Privatisation 2 personnes** : à partir de 800 €, 150 min, dont 60 min de soin par personne.

À lieu original, une collection de soins qui l'est tout autant car au Bulgari Spa, on ne trouve que des marques dites confidentielles. Une volonté de la part de Virginie Descombes Fliegans qui souhaitait, je cite : « *faire découvrir d'autres marques à la clientèle parisienne que celles habituellement diffusées dans les Spas de la capitale* ». Ainsi, pour celles et ceux qui recherchent des résultats ciblés, la marque suisse très haut de gamme Bellefontaine

créée par Peter Yip est idéale. Elle se focalise depuis plus de 15 ans sur les racines du vieillissement cellulaire et la régénération cellulaire. J'ai d'ailleurs pu tester le must-have des soins de la marque : Le Soins Visage Intemporel, un traitement à la carte où la Spa praticienne va concevoir son protocole selon vos besoins du moment.

> **120 min, 800 € - 240 min, 1 400 €**

Pour celles et ceux qui aiment les routines de beauté simples et efficaces, ils seront séduits par la gamme courte de la marque allemande, créée par le professeur Augustinus Bader et qui porte son nom. Au cœur de la formulation de ses produits, le complexe breveté TFC8® composé de plus de 40 ingrédients et inspiré de plus de 30 ans de recherches de cet éminent spécialiste des cellules souches. Un esprit d'innovation salué par 65 récompenses ! > **À partir de 240 €, 60 min**

Trait d'union avec le Spa Bulgari de Londres, la marque anglaise 111SKIN fusionne des connaissances chirurgicales, des ingrédients innovants et des formules inspirées par le secteur médical pour répondre à des problèmes dermatologiques spécifiques.

> **Visage, à partir de 225 €, 60 min - Corps, à partir de 280 €, 60 min**

Pour celles et ceux en quête d'authenticité proche de la nature mais également pour les femmes enceintes et les adolescent(e)s, la marque suisse Ananné propose une approche holistique du soin de la peau à travers sa collection de produits cosmétiques vegan et bio premium.

> **Visage, à partir de 180 €, 60 min**

Corps, à partir de 125 €, 45 min

Enfin, pour les soins corps, c'est la marque allemande Amala qui a été choisie pour la qualité de ses huiles de massages qui contiennent des ingrédients 100 % naturels.

> **à partir de 300 €, 90 min**

À lieu original, une collection de soins qui l'est tout autant car au Bulgari Spa, on ne trouve que des marques dites confidentielles.



Parmi les cinq marques cosmétiques proposées au Bulgari Spa Paris : la marque suisse Bellefontaine et la marque anglaise 111SKIN.



The Spa's second floor is dedicated to the world of treatments, beginning with haircare at the Des Garçons hair salon. The Bulgari Spa has 9 treatment rooms, also clad in Vicenza stone, and each is equipped with its own shower and treatment tables from the Italian brand, Lemi. For a truly next-level experience, the 65m² Onyx Spa Suite, whose staging has been inspired by the dome of the Pantheon in Rome, can be privatised for solo or duo treatments. It has 2 Lemi treatment beds, its own hammam and also an onyx green whirlpool bath, ideal for a relaxing soak in infused waters.

An original place deserves an equally original collection of treatments, and there are some exclusive niche brands to be found at the Bulgari Spa. So for those who are looking for targeted results, the very high-end Swiss brand Bellefontaine created by Peter Yip, is ideal. Indeed, I was able to test the brand's Must-Have treatment, The Timeless Facial, an "à la carte treatment where the Spa practitioner creates a bespoke protocol to match your current skincare needs." Those who enjoy simple and effective beauty routines are sure to be won over by the short range of eponymous German skincare products created by Professor Augustine Bader... a spirit of innovation recognised by 65 awards! Like the Bulgari Spa in London, also available in Paris is English brand 111SKIN that combines innovative ingredients with medically-inspired formulas. For those seeking authenticity and closeness to nature, mums-to-be and teenagers, Swiss brand Ananné offers a collection of premium vegan and organic cosmetic products. Finally, German brand Amala has been chosen for body treatments because of the quality of its massage oils that contain 100% natural ingredients.

Des collaborations sont à venir au Spa, parmi lesquelles celle avec Juliette Dumas pour le Mudra.

Bien entendu, créative comme peut l'être Virginie Descombes Fliegans, elle a déjà de nombreux projets en tête afin de diversifier son offre bien-être et ainsi séduire et fidéliser la très exigeante clientèle parisienne, comme celle de l'hôtel.

À cette fin, le Bulgari Spa vient de commencer une collaboration avec Juliette Dumas, bien connue dans notre secteur. Coach bien-être sur RTL et fondatrice de l'association You Share You Shine, Juliette Dumas est également énergéticienne et a publié un livre sur les mudras aux éditions Flammarion : « Mudra, le yoga des doigts » (2020). C'est au titre de cette expertise que l'on pourra désormais la retrouver au Bulgari Spa.

« D'autres collaborations sont à venir, tout comme des pop-ups avec d'autres marques et technologies afin d'apporter de la nouveauté et continuer à éduquer nos clients et également l'équipe de Spa », conclut Virginie. À suivre donc...



Le Bulgari Hotel Paris, une expérience dont le luxe s'exprime aussi bien dans les moindres détails des lieux que dans la personnalité humaine de cette maison unique en son genre, où l'on peut désormais goûter au raffinement italien conjugué au plus-que-parfait !

Of course, as may be expected from someone as creative as Virginie Descombes Fliegans, she already has numerous projects up her sleeve to diversify the Spa's wellness offering and so attract and win the loyalty not only of the very demanding Parisian clientele but also the hotel's guests. With this in mind, the Bulgari Spa has begun to work with Juliette Dumas, who is well-known in our sector. A wellness coach broadcasting on RTL and founder of the association You Share You Shine, Juliette Dumas is also an energy therapist and has written a book on Mudras, published by Flammarion, called "Mudra, le Yoga des Doigts" (2020). It is for this expertise in finger yoga that she can now be found at the Bulgari Spa. Other partnerships are in the pipeline, as are pop-ups with other brands and technologies; "the aim being to deliver new features and continue the learning process of both our clients and Spa team," says Virginie.

DERNIÈRE IMPRESSION

Bulgari a toujours été pour moi synonyme de créativité, d'excellence et de prestige, mais aussi d'innovation dans ses créations de joaillerie. Un esprit que la marque a su insuffler à sa collection Bulgari Hotels & Resorts, pour en faire une signature d'excellence dans l'univers de l'Hospitality et du Wellness.

N'est-ce pas d'ailleurs le meilleur moyen de pérenniser son héritage ? Savoir se projeter dans l'avenir, cultiver ses codes et inventer de nouvelles manières d'exprimer sa créativité. Pari réussi au Bulgari Hotel Paris où l'on peut désormais goûter au luxe italien conjugué au plus-que-parfait !

LAST AND LASTING IMPRESSION

Bulgari, for me, has always been synonymous not only with creativity, excellence and prestige but also the striking innovation of its jewellery creations. An essence that the brand has so successfully instilled in its Bulgari Hotels & Resorts collection that it has become a benchmark of excellence in the Hospitality and Wellness universe. And isn't that the best way to protect its legacy? Knowing how to anticipate the future, cultivate its codes and invent new ways of expressing its creativity. Mission accomplished at the Bulgari Hotel Paris where it's now possible to enjoy Italian luxury at its finest!

Lemi[®]
ITALIAN WELLNESS EQUIPMENT

**AWARD
WINNER
2021**

2018
american spa
WINNER
PROFESSIONAL'S CHOICE

2019
american spa
WINNER
PROFESSIONAL'S CHOICE

2020
american spa
WINNER
PROFESSIONAL'S CHOICE

2021
american spa
WINNER
PROFESSIONAL'S CHOICE
AWARDS

FAVORITE
HYDROTHERAPY
EQUIPMENT
MANUFACTURER

2021
Spa & Wellness
PRODUCT
AWARDS

BEST PRODUCT IN
ITS CATEGORY
"SPA TREATMENT BED"

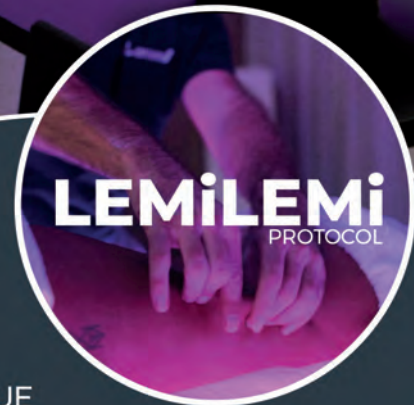
AEMOTIO SPA

THE MOST REVOLUTIONARY
EQUIPMENT IN THE MARKET



"LEMI LEMI PROTOCOL"

CREATED IN **COLLABORATION** WITH **JEAN-GUY DE GABRIAC**, THE UNIQUE
AEMOTIO SPA PROTOCOL HAS BEEN **EXCLUSIVELY DESIGNED** FOR **LEMI
AEMOTIO SPA**.



2021
american spa
WINNER
PROFESSIONAL'S CHOICE
AWARDS

FAVORITE TREATMENT TABLE MANUFACTURER



www.lemi.it
info@lemigroup.it

Wellness Hospitality 2022

Tour d'horizon en chiffres
Zoom sur les ouvertures les plus attendues

 PAR ISABELLE CHARRIER



Le secteur de l'Hospitality a été malmené ces deux dernières années mais il reprend ses marques et repart avec entrain. C'est d'ailleurs ce que démontre la dernière étude de Cushman & Wakefield, confirmant que la France connaît un regain d'intérêt des opérateurs hôteliers. Des chiffres qui se confirment au regard des ouvertures attendues en 2022, que ce soit en France ou en Europe.

Concernant les tendances, force est de constater que plus que jamais le secteur joue la carte de l'écoresponsabilité, du green, de la proximité avec les communautés, de l'intimité et surtout... du bien-être! Une tendance confirmée par le rapport de Wakefield Research sur les tendances de l'industrie du voyage, qui montre que le Wellness est plus que jamais un critère essentiel pour choisir son établissement et sa destination. On vous explique tout dans ce dossier LAB Expert avec en prime un tour d'horizon des adresses qui vont faire parler d'elles cette année.

LE BIEN-ÊTRE, PLUS QUE JAMAIS UNE MOTIVATION POUR VOYAGER

Dans la dernière étude d'Expedia, réalisée en collaboration avec Wakefield Research sur un échantillon de 5 500 voyageurs, concernant les tendances de l'industrie du voyage, **le secteur touristique est sur le point de vivre une année inédite, car les gens veulent voyager dans un but spécifique et investir plus dans des expériences uniques.** En effet, la pandémie a conduit les gens à réfléchir à l'importance de passer du temps en famille et à préserver leur bien-être personnel. La plupart (81 %) souhaitent passer au moins une fois des vacances avec leur famille et leurs amis au cours des six prochains mois, et la majorité préfère voyager plus souvent : plus des trois

quarts (78 %) expriment un intérêt pour les voyages courts et fréquents avec un axe bien-être clairement exprimé. Une prise de conscience qui s'accompagne aussi d'un souhait de voyager et de choisir des établissements plus responsables, mettant davantage l'accent sur la durabilité. Ainsi, 59 % des personnes interrogées sont prêtes à payer plus de frais pour que leur voyage soit respectueux de l'environnement, et 49 % choisiraient une destination moins fréquentée pour réduire les effets du tourisme de masse. Enfin, et c'est la très bonne nouvelle de cette étude qui confirme que les investissements dans les voyages vont exploser par rapport aux années précédant la pandémie. Ainsi, plus de la moitié (54 %) des personnes interrogées affirment qu'elles prévoient de dépenser plus pour leurs voyages qu'avant la pandémie.

Wellness Hospitality 2022

Overview of the figures

Focus on the most anticipated openings

The hospitality industry has been hit hard over the last two years but is finding its bearings again and showing steady signs of bouncing back. This is also what the latest research conducted by Cushman & Wakefield reveals, confirming the renewed interest in France from hotel operators. And in view of the anticipated openings of 2022, both in France and Europe, the figures support their findings. As for trends, they are speaking clearly to the importance of social responsibility, sustainability, community connections, privacy and, above all, wellbeing! Furthermore, the report by Wakefield Research on the top travel industry trends confirms that Wellness is now more than ever an essential criterion for travellers choosing an establishment and destination. We explain everything in this LAB Expert report, along with an overview of the establishments to watch this year.

WELLBEING IS MOTIVATING PEOPLE TO TRAVEL NOW MORE THAN EVER

Regarding travel industry trends, according to the latest survey by Expedia, conducted in collaboration with Wakefield Research with a sample of 5,500 travellers, **the travel industry is about to experience a stellar year.** Indeed, the pandemic has led people to reconsider the importance in their lives of spending time with family and taking care of their wellbeing. Over three quarters (78%) expressed an interest in short, frequent breaks, citing wellbeing as an important factor. Increased wellbeing awareness is also accompanied by plenty of wanderlust as well as the desire to choose responsible establishments and to make sustainability a priority. Among the people surveyed, 59% are willing to pay more for an environmentally-friendly holiday, and 49% would choose a less popular destination in an effort to reduce the impact of mass tourism.



L'attractivité du marché hôtelier français est toujours forte malgré pratiquement 2 ans de pandémie.

UN REGAIN D'INTÉRÊT DES OPERATEURS HÔTELIERS POUR LA FRANCE

Les équipes Hospitality de Cushman & Wakefield France ont interrogé une vingtaine d'opérateurs hôteliers français et internationaux, afin d'identifier les destinations hexagonales suscitant leur intérêt, et définir leurs perspectives de développement dans le contexte sanitaire actuel. Les résultats de cette enquête sont analysés dans la dernière étude de Cushman & Wakefield, « Hospitality Operator Beat ».

L'étude montre notamment que :

- > La plupart des opérateurs s'attendent à ce que les capitales européennes connaissent une reprise complète d'ici 2025, voire dès 2024 pour le marché parisien, selon 70 % d'entre eux.
- > Paris est le marché hôtelier européen qui enregistre les plus hautes performances, largement en tête des grandes métropoles européennes, grâce au retour des voyageurs européens et américains de nouveau autorisés à se déplacer.
- > Les principales villes régionales sont de plus en plus recherchées, notamment Lille et Strasbourg dont l'attractivité a augmenté respectivement de 42 % et 37 % en un an.
- > Le tourisme balnéaire de la Côte d'Azur rebondit, avec probablement un retour aux performances de 2019 dès 2022.
- > Les opérateurs ont un intérêt accru pour les actifs hôteliers ayant une certification environnementale élevée et souhaitent inclure des clauses ESG (ndlr. : Critères environnementaux, sociaux et de gouvernance) dans leurs futurs contrats.
- > Les projets hôteliers futurs accusent des retards de 6 à 12 mois, en raison de la crise de la Covid-19 et des difficultés de financement.

Katell Bourgeois, Head of Hospitality France chez Cushman & Wakefield commente :

« Les réponses apportées par les opérateurs interrogés sont précieuses. Elles nous donnent un instantané de l'attractivité du marché hôtelier français, toujours forte malgré pratiquement 2 ans de pandémie ».

La diversité des marchés français explique cet intérêt renouvelé des opérateurs hôteliers : une capitale parmi les villes les plus visitées au monde, des villes secondaires dynamiques et en développement, un littoral prisé et des destinations de montagne irréplicables. La nouveauté de cette étude porte sur l'importance croissante des critères ESG sur lesquels l'hôtellerie accusait un retard notable par rapport aux autres classes d'actifs immobiliers.



KATELL BOURGEOIS
Head of Hospitality France chez
Cushman & Wakefield

RENEWED INTEREST IN FRANCE FROM HOTEL OPERATORS

The hospitality team at Cushman & Wakefield France surveyed around twenty French and international hotel operators, in order to identify the domestic destinations that are garnering the most interest, and to define their perspectives on development in the current economic context.

The study revealed in particular that:

- > The majority of operators are expecting European capitals to bounce back completely by 2025, even as early as 2024 for the Parisian market, according to 70% of operators.
 - > Paris is the European hotel market that is recording the highest performance, far ahead of other European cities, thanks to the return of European and American travellers who have been permitted to enter the country again.
 - > There is an increased interest from operators in hotel assets meeting a high level of sustainability standards and certifications; and operators would like to include terms in this regard in their future agreements.
 - > Hotel development projects are lagging 6 to 12 months behind schedule, due to the Covid-19 crisis and financing roadblocks.
- The diversity of French markets explains the renewed interest from hotel operators: a capital among the most visited cities in the world, dynamic and developing second cities, coastal destinations that are high in demand and unique mountain destinations.



SOINS PERSONNALISÉS D'EXCEPTION

L'efficacité de la Méthodologie Biologique Recherche s'appuie depuis 45 ans sur une approche clinique du soin esthétique. L'utilisation de produits purs et concentrés, ainsi que des protocoles innovants associés à des techniques manuelles spécifiques adaptés aux différents Instants de Peau[®], est la combinaison idéale permettant d'atteindre des résultats immédiatement visibles.



VENEZ NOUS RENDRE VISITE

Salon Hotel & Restaurant Meetings

du 19 au 21 avril 2022 à Cannes au Palais des Festivals, stand n°C28.
Notre équipe France sera présente pour vous faire découvrir
notre savoir-faire et nos produits.

En dehors des villes, la Côte d'Azur est de nouveau la principale cible des opérateurs.

LES DESTINATIONS LITTORALES PRISÉES PAR LES OPÉRATEURS

Selon l'enquête « Hospitality Operator Beat », la France connaît en 2021 un regain d'intérêt des opérateurs. **Les principales villes régionales sont de plus en plus recherchées, notamment Lille et Strasbourg dont l'attractivité a augmenté respectivement de 42 % et 37 % en un an, mais aussi Toulouse, Nantes, Montpellier, Lyon, etc.** La plupart des opérateurs interrogés s'attendent à ce que ces villes régionales retrouvent leurs performances de 2019 plus rapidement que les grandes métropoles, et ce dès 2023. Alors que les régions se sont montrées résilientes face à la crise en capitalisant sur un retour rapide de la demande des voyageurs nationaux, **l'intérêt pour Paris reste très fort, et ce malgré sa dépendance à la demande internationale.** La capitale française est le marché hôtelier européen qui enregistre les plus hautes performances, largement en tête des grandes métropoles européennes, grâce au retour des voyageurs européens et américains de nouveau autorisés à se déplacer. La plupart des opérateurs s'attendent à ce que les capitales européennes connaissent une reprise complète d'ici 2025, voire dès 2024 pour le marché parisien selon 70 % d'entre eux. Un retour à la normale néanmoins plus tardif que lors de la précédente édition de cette étude qui anticipait la reprise en 2023. Là encore, Paris se positionne en tête, principalement grâce à l'organisation des prochains Jeux Olympiques d'été en 2024.

En dehors des villes, la Côte d'Azur est de nouveau la principale cible des opérateurs. Avec un revenu par chambre disponible (RevPAR) en hausse de près de 1,5 % en août 2021 par rapport à 2019, la reprise est bel et bien là. **Il en est de même pour la Corse et les destinations littorales comme l'Occitanie** qui sont davantage prisées par les opérateurs cette année. Le tourisme balnéaire a su montrer sa résilience en rebondissant rapidement après la crise, rassurant les opérateurs hôteliers dont 57 % prédisent un retour aux performances de 2019 dès 2022. À l'inverse, l'intérêt de la destination montagne reste stable.

La crise de la Covid-19 a également eu un impact direct sur les projets hôteliers futurs. **Au cours de l'année 2021, la question du financement est apparue comme la principale raison expliquant les retards pris dans les projets hôteliers.** Le poids de cette préoccupation a cependant diminué de 10 % par rapport à l'année dernière grâce à une augmentation notable du nombre de prêts accordés par les banques en 2021. La majorité des opérateurs interrogés a connu des retards d'environ 6 à 12 mois sur leurs projets. Mais ces retards et ces mises en pause ne dépassent pas les 2 ans, démontrant ainsi que l'appétit des opérateurs et l'envie de développement sont toujours présents et, qu'une fois l'orage passé, les projets reprennent. Preuve en est avec le Tour d'horizon à suivre des Hôtels Spas les plus attendus en 2022 !

OPERATORS LOOK TO COASTAL DESTINATIONS

According to the report "Hospitality Operator Beat", France is seeing renewed interest from hotel operators. **The major regional cities are increasingly sought-after, in particular Lille and Strasbourg, where attractivity has increased respectively by 42% and 37% over just one year, as well as Toulouse, Nantes, Montpellier, Lyon etc.** While regions have proven to be resilient amid the health crisis by capitalizing on the rapid return of domestic travellers, Paris' appeal remains very strong, despite the city's reliance on international demand.

The majority of operators are expecting full recovery of European capitals by 2025, even as early as 2024 for the Parisian market according to 70% of operators. This is nevertheless a later return to the pre-pandemic normal than anticipated in the previous study, which had expected a return to pre-Covid levels in 2023. Again, Paris takes the lead, in big part thanks to the organisation of the next Summer Olympic Games in 2024.

Outside the cities, the French Riviera is once again the main destination operators are looking to. Coastal tourism has proved to be resilient by rapidly bouncing back when health measures were lifted, reassuring hotel operators, with 57% predicting a return to 2019 levels as early as 2022.

The Covid-19 crisis has also directly affected future hotel projects. The majority of operators that were surveyed have seen their projects delayed by 6 to 12 months. However, these delays and disruptions don't exceed 2 years, demonstrating that operators' readiness and ambition for development are still present and that, once the storm is over, projects are being brought back on track. And because the proof of the pudding is in the reading, here's an overview of 2022's most anticipated Hotel Spas!



KLAPP
COSMETICS

CAVIAR POWER IMPERIAL WHITE

Dédié à la beauté éclatante de votre peau

NOUVEAUX



KLAPP Cosmetics GmbH

Klapp-Allee 1-5 | 37235 Hessisch Lichtenau | Germany | Téléphone +49 5602 93 59 0 | info@klapp-cosmetics.com | www.klapp-cosmetics.com



Les Hautes Mers,
sur l'île d'Yeu,
deviendra le huitième
établissement
de la collection
Domaines de
Fontenille.



LES HÔTELS LES PLUS ATTENDUS EN FRANCE EN 2022

Caillou Blanc, somptueux hôtel quatre étoiles situé au nord de l'île d'Yeu, deviendra bientôt Les Hautes Mers et rejoindra la luxueuse, mais intimiste, chaîne Les Domaines de Fontenille. En effet, à compter du 16 avril 2022, Les Domaines de Fontenille prennent leurs nouveaux quartiers à quelques centaines de mètres du débarcadère de Port-Joinville, face à l'océan. Cette nouvelle adresse proposera, après quatre mois de travaux intenses sous la supervision de l'architecte nantais Luc Brochard et de l'agence 44 Avril, 17 chambres et suites disposant toutes de terrasses privatives et dont la plupart ouvrent sur l'océan. Le projet d'extension de l'hôtel se déploiera quant à lui sur deux années, pendant les saisons hivernales, avec la création d'un Spa avec piscine couverte, de 8 chambres supplémentaires et d'une salle de séminaire.

Lancée par Frédéric Biousse et Guillaume Foucher en 2015, la chaîne hôtelière de luxe Les Domaines de Fontenille regroupe de somptueuses maisons situées en Espagne et en France, comme Minorque, le Luberon, Hossegor ou encore Marseille. En 2021, la chaîne hôtelière a notamment célébré l'ouverture du magnifique Domaine de Primard, son septième établissement niché au cœur de la campagne normande. Cette année, Les Hautes Mers deviendra donc le huitième établissement de la collection.

Destination la Côte d'Azur à présent avec le 1932 Hôtel & Spa, futur MGallery Cap d'Antibes, à Juan-les-Pins. Établissement incontournable de la French Riviera, créé en 1932, il renoue avec son histoire grâce à une rénovation complète qui se terminera au printemps 2022. Située à l'orée du Cap d'Antibes, en léger surplomb de la pinède et à quelques pas du front de mer, l'établissement de style art déco, proposera 64 chambres et huit suites - dont quatre avec piscine privée et quatre avec terrasse - un Spa avec trois cabines, un restaurant, un bar et une piscine sur le toit. Les clients pourront se rendre à pied au casino et aux autres animations proposées par cette destination. Ouverture pour la saison estivale.

MGallery toujours mais cette fois-ci en région parisienne, à Issy-les-Moulineaux avec le MGallery Domaine de la Reine Margot. Ce monument classé abritera un hôtel 5* de 83 chambres, un restaurant, deux terrasses, un bar, un speakeasy, 3 salles de réunion et un Spa. Conçu et construit par Jean-Michel Wilmotte, le Spa de l'hôtel alliera splendeur de l'ancien régime et chic contemporain, tandis qu'un potager et un verger embelliront ses extérieurs. Ouverture fin 2022.

Direction le sud-ouest maintenant avec l'une des ouvertures les plus attendues de l'année, celle du Château de Brindos à Anglet, acheté par le groupe bordelais Millésime, déjà propriétaire du Grand Hôtel du Soleil d'Or à Megève ou encore du Château de Sacy en Champagne. Au programme de cette rénovation : 10 lodges flottants, chambres avec vue sur l'eau, salon, bar et ponton sur le lac, sans oublier un restaurant La Serre du Château. Comme dans toutes les propriétés du Groupe Millésime, on y trouvera également un Spa, probablement avec la marque Gemology, déjà présente dans les autres Spas du groupe. Au programme Wellness de cette nouvelle adresse du Pays basque : piscine, hammam, sauna et espace yoga et méditation sur l'eau. Avec cette nouvelle ouverture, prévue mi-avril 2022, le groupe Millésime affirme son développement en France mais aussi à l'étranger (à lire p.14).

Quant à Bordeaux, la capitale de la Gironde va accueillir un établissement Mondrian (marque lifestyle premium Accor), que le groupe français a introduit en 2020 en Europe, mais que l'on retrouve déjà au Qatar et aux États-Unis. Les hôtels de la marque se caractérisent par leur cadre unique grâce à un design surprenant et innovant et par leur offre de restauration avec des chefs réputés. Mondrian Bordeaux sera construit dans l'emprise d'un bâtiment du XIX^e siècle et il sera composé de 97 chambres de 25 m² à 50 m² réparties sur 3 étages, un restaurant avec bar lounge de 460 m² et un patio à ciel ouvert de 225 m², sans oublier un Spa. Ouverture courant 2022, tout comme le Mondrian Cannes, avec la reprise du Grand Hôtel sur la Croisette, mais dans lequel il semblerait que l'on ne trouve pas de Spa mais à défaut, une plage privée en face de l'hôtel.

FRANCE'S MOST ANTICIPATED HOTELS IN 2022

Caillou Blanc, a sumptuous four-star hotel located in the North of the Yeu Island, will soon become Les Hautes Mers and join the collection of luxury properties chosen for their simple elegance: Les Domaines de Fontenille. Indeed, starting from 16th April 2022, Les Domaines de Fontenille will open the most recent addition to its collection, a few hundred metres away from the docks at Port-Joinville, facing the ocean. This new address will offer 17 guest rooms and suites, all with private terraces and most overlooking the ocean. The hotel's extension project will be orchestrated over two years, during the winter seasons, and includes the creation of a Spa with an indoor pool as well as 8 additional guest rooms and seminar facilities. **Off now to the French Riviera and the 1932 Hotel & Spa Cap d'Antibes, future MGallery, in Juan-les-Pins.** One of the destination's most iconic establishments, created in 1932, it's reviving its history through a complete renovation that will end in spring 2022. Located on the edge of Cap d'Antibes, just a stone's throw from the seafront, the Art Deco hotel will offer 64 guest rooms and 8 suites, including 4 with private pool and 4 with terrace, also a Spa with 3 treatment rooms, restaurant, bar and rooftop pool.

Again with MGallery, but this time in the Paris region, in Issy-les-Moulineaux with the MGallery Domaine de la Reine Margot. This listed building will become a 5-star hotel with 83 rooms, restaurant, two terraces, bar, speakeasy, 3 meeting rooms and Spa. Designed and built by Jean-Michel Wilmotte, the Spa will combine Ancien Régime splendour with a contemporary chic style. Opens end 2022.

Let's now head to South-West France with one of this year's most anticipated openings: Château de Brindos in Anglet, acquired by the Bordeaux-based group Millésime. This renovation project includes the creation of 10 floating lodges, guest rooms with views over the lake, salon, bar, pontoon and restaurant. As in all of the Millésime group's properties, there will also be a Spa, presumably with Gemology that is already present in the group's other Spas. With this new opening, planned for mid-April 2022, Millésime affirms its development in France and abroad (*read p.14*).

As for Bordeaux, the Gironde capital will be welcoming a Mondrian establishment (Accor's premium lifestyle brand) that the French group launched in 2020 in Europe, although already present in Qatar and the USA. Mondrian Bordeaux will be built in a 19th century building and will comprise 97 guest rooms from 25m² to 50m² spread over 3 floors, a 460m² restaurant with bar-lounge and 225m² outdoor patio, and, of course, a Spa. Opens in 2022.



Photo ci-contre

Direction le sud-ouest avec l'ouverture mi-avril du Château de Brindos à Anglet, acheté par le groupe bordelais Millésime.

Photo ci-dessous

Destination la Côte d'Azur à présent avec le 1932 Hôtel & Spa, futur MGallery Cap d'Antibes, à Juan-les-Pins, qui renoue avec son histoire grâce à une rénovation complète qui se terminera au printemps 2022.

© A.Fraysse





L'hôtel Como Le Montrachet est le premier hôtel du groupe Como à ouvrir en France.

Le groupe singapourien Como va ouvrir son premier hôtel-boutique de luxe en France dans la célèbre région viticole de Bourgogne avec l'hôtel Como Le Montrachet. Ainsi, Como étend son portefeuille en France en partenariat avec Olma Luxury Holdings (Domaine de Chanzy en Bourgogne, Caviar House & Prunier, Château de Beauvallon, etc.). Le projet a commencé par l'acquisition de l'hôtel existant Le Montrachet, situé sur la charmante place de Puligny-Montrachet en Bourgogne, mondialement connu pour son très réputé vin AOC. Une localisation stratégique, car ce charmant petit village de moins de 400 habitants est à seulement 12 km de la capitale des grands vins de Bourgogne, Beaune, et de ses fameux Hospices, et à quelques kilomètres de Chassagne-Montrachet, Meursault ou encore Volnay et Pommard, bien connus eux aussi pour leurs appellations des plus réputées mondialement.

Pour ce projet, Como collaborera à nouveau avec la célèbre designer Paola Navone pour compléter la propriété historique du XVIII^e siècle avec des touches contemporaines. Ce lancement marque la deuxième ouverture européenne de la marque après le Como Castello Del Nero en Toscane, également conçu par la designer italienne. Réparties dans quatre bâtiments patrimoniaux, 31 chambres et suites seront transformées en sanctuaires chics. Avec l'engagement de Como envers la cuisine raffinée, les clients de Como Le Montrachet peuvent s'attendre à des options de restauration passionnantes et à des expériences œnologiques authentiques dans un cadre champêtre saisissant.

Olivier Jolivet, PDG de Como, a déclaré : « Avec la vente récente de Como Metropolitan Miami Beach, cette annonce souligne notre stratégie de développement de propriétés pionnières dans de nouvelles destinations. Outre l'Europe, nous ajouterons également un nouveau complexe de luxe dans le Pacifique Sud au portefeuille en 2022 ». L'hôtel Como Le Montrachet ouvrira par phases, la première étape devant s'achever fin 2022. L'ouverture progressive de l'hôtel verra le lancement de l'une de ses retraites de bien-être Como Shambhala, la marque de bien-être du groupe hôtelier Como Hotels and Resorts, d'inspiration asiatique. La destination bien-être sera la première du genre en France.

The Singaporean group Como is opening its very first luxury boutique hotel in France, in the renowned Burgundy wine region, with the Como Le Montrachet. A strategic location as this charming village with fewer than 400 inhabitants is only 12km away from Burgundy's wine capital, Beaune and its famous Hospices.

For this project, Como is once again joining forces with the famous designer Paola Navone, who will be enhancing this historical 18th-century property with her contemporary touch. This launch will be the brand's second European opening, after Como Castello Del Nero in Tuscany that was also crafted by the Italian interior designer.

Laid out in four heritage buildings, 31 guest rooms and suites will be transformed into chic sanctuaries. With Como's commitment to fine dining, guests at Como Le Montrachet can expect creative cuisine options and authentic oenological experiences in a stunning, bucolic setting.

The hotel Como Le Montrachet will open in phases, with completion of the first scheduled for the end of 2022. The hotel's progressive opening will include the launch of one of its retreats Como Shambhala, the Como Hotels and Resorts group's Wellness brand.

EN SAVOIR PLUS SUR COMO

Le groupe Como est une entreprise privée internationale avec des investissements à long terme dans le monde de la mode, du bien-être, du sport de haut niveau et de l'hôtellerie de luxe. Sa filiale, Como Hotels and Resorts, comprend 14 propriétés internationales. Les destinations en Asie-Pacifique comprennent Bali, les Maldives, le Bhoutan, la Thaïlande et l'Australie. Dans les Amériques, le groupe possède et exploite une île privée aux îles Turques et Caïques. En Europe, Como exploite deux hôtels citadins à Londres et un complexe en Toscane.

The group Como is a privately-owned international company with long-term investments in fashion, Wellness, high-performance sports and luxury hospitality. Its subsidiary Como Hotels and Resorts includes 14 properties all over the world.



Altearah[®]
 BIO
 ——— EMOTIVE COSMETICS

Depuis plus de 20 ans, Altearah Bio conçoit et fabrique dans son laboratoire situé au cœur de la Camargue une gamme de soins dédiée au visage et au corps, composés d'huiles essentielles 100% naturelles et biologiques.

Marque éthique et innovante, au cœur de son concept, 14 huiles essentielles codées par couleur pour créer des synergies uniques : chacune est une promesse de bien-être émotionnel

Une couleur, une émotion pour un bien-être profond et inoubliable.



DAVID GRAND SPA - CHÂTEAU DE CHAMPLONG 4*



ROYAL SPA ÉVIAN - 5*



THE RETREAT PALM DUBAI - 5*

www.altearah.com



Villa M, un havre holistique conçu pour les soignants et ouvert à tous.

Photo ci-contre

La Villa M est un concept novateur dédié à la santé de demain. 67 chambres et 6 suites qui bénéficient toutes de baies vitrées végétalisées de plantes médicinales qui servent à l'élaboration des tisanes servies au restaurant des lieux.



Photo ci-contre

L'hôtel SO/Paris sera situé face à la Seine, entre l'Île Saint-Louis et le quartier du Marais, dans l'emblématique projet de restructuration de l'ancienne Cité administrative de Paris.

Now back to Paris with, first of all, the highly anticipated SO/Paris hotel (Accor). Located opposite the River Seine, between Île Saint-Louis and the Marais neighbourhood, in the emblematic redevelopment of the former city administration building, and will occupy the Morland building's top 10 floors. The 162 guest rooms and suites, bistro restaurant and panoramic bar, located on the top two floors, will offer 360° views over Paris. An SO/Spa with French brand Codage, pool and gym are also included in this project. Opening is scheduled for the first semester of 2022.

Another Wellness spot that has just opened merits attention for its avant-garde nature: La Villa M, a welcoming glass building dedicated to the future of healthcare. This new hotel, living and working space, spread over 8,000m² and located in the 15th arrondissement, was imagined by Thierry Lorente and Amanda Lehmann, director and deputy director at Groupe Pasteur Mutualité. The Villa M gathers under one roof a hotel, offering 67 guest rooms and 6 suites, and a restaurant, both operated by Paris Society; a conference centre and co-working space to promote synergies between entrepreneurs and health professionals. The wellbeing space includes an e-health showroom where people can test the latest innovations and explore the future of healthcare, a boxing club, gym and a Spa: La Ruche Beauty.

Retour à Paris avec tout d'abord le très attendu hôtel SO/Paris (Accor), une marque définie comme « *des hôtels lifestyle, hautement innovants et en prise avec la mode* ». Il sera situé face à la Seine, entre l'Île Saint-Louis et le quartier du Marais, dans l'emblématique projet de restructuration de l'ancienne Cité administrative de Paris qui se réinvente dans le chantier hors norme de Morland Mixité Capitale, mené par l'architecte David Chipperfield : 43 000 m² de surface, 400 à 450 millions d'euros de travaux, un marché alimentaire, une auberge de jeunesse, des bureaux, commerces, une piscine publique, 199 appartements et un hôtel cinq étoiles, le premier SO/ qui va investir les 10 derniers étages de la tour Morland. 162 chambres et suites, un restaurant gastronomique et un bar panoramique, situés aux 2 derniers étages, offriront une vue à 360° sur Paris sous une œuvre exceptionnelle de l'artiste Olafur Eliasson, faite de lumières et de reflets. Un SO/Spa avec la marque française Codage, une piscine et un centre de fitness compléteront ce projet unique à Paris situé à moins d'1 km de Notre-Dame, de la place des Vosges et de l'Opéra Bastille. Ouverture au 1^{er} semestre 2022.

Autre spot Wellness, qui lui vient d'ouvrir, mais qui mérite que l'on s'y attarde en raison de son côté avant-gardiste : La Villa M, une immense maison de verre, dédiée à la santé de demain. Ce nouvel hôtel et lieu de vie étendu sur 8000 m², situé boulevard Pasteur dans le 15^e arrondissement, a été imaginé par Thierry Lorente et Amanda Lehmann, directeur et directrice adjointe du Groupe Pasteur Mutualité (groupe mutualiste d'assurances et de services administrés par et pour les professionnels de santé). Comme ils le soulignent : « *Villa M est une nouvelle philosophie de vie où l'on vient prendre soin de soi et des autres, imaginer, créer et rêver* ». À leurs côtés, les architectes Olivier Raffaelli et Guillaume Sibaud ainsi que Philippe Starck. Parmi les espaces, Villa M regroupe un hôtel de 67 chambres et 6 suites et un restaurant, tous deux opérés par Paris Society, où l'on retrouve bien entendu une cuisine saine et équilibrée, conçue par le chef deux étoiles Michel Portos. À disposition également, un centre de conférence et un espace de coworking afin d'encourager les synergies entre entrepreneurs et professionnels de santé. Au niveau forme et bien-être, on y trouve un showroom e-santé où tester les dernières innovations de la médecine de demain, un club de boxe et de fitness et un Spa La Ruche Beauty qui propose soins du visage, massages mais aussi service barbier, coiffeur et manucure.

CODAGE

PARIS



- ☑ EFFICACITÉ
- ☑ TOLÉRANCE
- ☑ NATURALITÉ
- ☑ MADE IN FRANCE

Créateurs Français de Cosmétiques Premium, nous accompagnons depuis plus de 11 ans nos partenaires à devenir experts en nutrition cutanée sur-mesure, en technique de massage facial et en soins corps personnalisés. Fort de cette expertise, nous avons désormais développé notre concept spa clé en main « Maison CODAGE ».

Nichés dans les hôtels les plus prestigieux, les Spas CODAGE subliment l'art du soin.



**SO/PARIS
MARAIS**
Paris, France



**BORG
SAN FELICE**
Italie



**FOUR SEASONS
SAYAN**
Bali



**KIMPTON
SAINT HONORÉ**
Paris, France



Sur l'île de Capri, Oetker Collection ouvrira son 11^e établissement : La Palma avec le restaurant, le bar et la terrasse de Gennaro, sous la direction culinaire du chef Gennaro Esposito. Esposito est un vrai nom dans la région, ayant dirigé son propre restaurant deux étoiles Michelin, Torre del Saracino, au cours des 23 dernières années.

Oetker Collection a choisi l'île de Capri pour installer son 11^e hôtel dans le monde.

LES HÔTELS LES PLUS ATTENDUS EN EUROPE EN 2022

Destination l'Italie pour cette première halte européenne, avec Six Senses qui va ouvrir son premier hôtel sur la très chic Via del Corso à Rome. Six Senses Rome sera situé dans le Palazzo Salviati Cesi Mellini, construit au XVIII^e siècle et classé au patrimoine de l'Unesco, sur la Piazza di San Marcello, à quelques mètres de la fontaine de Trevi. Cette nouvelle adresse du groupe comprendra 95 chambres et suites, un sublime Spa, un restaurant, un jardin extérieur et un restaurant en terrasse sur le toit, offrant une vue à 360° sur la Ville Éternelle. Toujours en Italie, la marque ouvrirait à l'horizon 2023 un resort de 71 chambres et 79 villas avec un golf 18 trous dans un château en Ombrie.

De nombreuses autres ouvertures sont prévues cette année : Six Senses New York, Six Senses Crans-Montana en Suisse, Six Senses Kitzbuehel Alps en Autriche, Six Senses Vallée de la Loire en France, Six Senses Ossura Valley en Islande et Six Senses Grenade d'ici fin 2022. Cependant, certaines ouvertures risquent d'être repoussées en 2023, voire 2024, en raison du retard dû à la crise sanitaire de ces deux dernières années. À suivre...

Rome toujours, avec le très attendu Bulgari Hotel Rome qui, rappelons-le, est la ville d'origine de la marque. Ainsi, après Paris fin 2021 (à découvrir p.90), la branche hospitalité de Bulgari ouvrira courant 2022 un hôtel 5* dans le quartier de Campo Marzio, à quelques minutes de la Place d'Espagne et du navire amiral de la prestigieuse maison de joaillerie sur la Via Condotti. Le bâtiment moderniste des années 1930 fait face à deux des monuments les plus emblématiques de Rome : l'Ara Pacis et le Mausolée d'Auguste, le premier empereur romain. Comme toutes les propriétés des hôtels Bulgari, le cabinet d'architectes italien Antonio Citterio & Patricia Viel est chargé à la fois de la restauration du bâtiment et de la décoration intérieure du nouvel hôtel, qui comptera

plus de 100 chambres, pour la plupart des suites, ainsi que le prestigieux Il Ristorante du chef triplement étoilé Niko Romito, un Bulgari Bar au dernier étage avec vue panoramique, et un Bulgari Spa avec piscine intérieure, une salle de sport et... une bibliothèque dédiée à l'histoire de la joaillerie. Au sujet de ce projet, Jean-Christophe Babin, PDG de Bulgari, déclare : « Bulgari possèdera enfin son propre "temple" dans la ville où la société a été fondée et qui représente encore de nos jours le cœur battant de la marque. Ce sera de loin l'expérience d'hospitalité la plus luxueuse de Rome ».

L'Italie attire décidément les groupes hôteliers les plus prestigieux de la planète, puisque Oetker Collection - qui gère entre autres deux palaces français légendaires : L'hôtel du Cap-Eden-Roc ou encore le Bristol - a choisi l'île de Capri, l'une des destinations phares des jet-setteurs, pour installer son onzième hôtel dans le monde. Situé à quelques pas de la célèbre Piazzetta, La Palma, le plus ancien des hôtels de la mythique île de Capri construit en 1822, rouvrira métamorphosé au printemps 2022. Ce projet d'envergure est mené conjointement avec Reuben Brothers, propriétaire de l'hôtel et de la Taverna Anema e Core, haut lieu de la vie nocturne de l'île. L'hôtel La Palma, qui ambitionne de s'imposer comme « l'adresse la plus chic de l'île pour voir et être vu », abritera 50 chambres, dont 18 suites, disposant toutes de balcons ou de terrasses (contre 80 clés avant la métamorphose de l'établissement). L'architecte Francesco Delogu (cabinet Delogu Architects à Rome) est chargé de la transformation des chambres et du lobby. L'établissement comprendra également un restaurant sous la responsabilité du chef doublement étoilé Gennaro Esposito qui supervisera l'ensemble de l'offre de restauration de La Palma, un bar sur le toit, mais aussi son propre club de plage, une piscine et des boutiques de haute couture. Enfin, un Spa sera aménagé, accueillant trois cabines de soins, dont une suite double, un sauna, un hammam, un espace de relaxation et une salle de fitness.

*“Je transcende
pour vos clientes
les bienfaits
de la nature.”*



OLIVIER COURAUD
CRÉATEUR DE SOINS DE BEAUTÉ
HAUTE PERFORMANCE



OLIVIER CLAIRE
FRANCE

LA PUISSANCE DE LA NATURE SUBLIMÉE

Précurseur et passionné de nature, Olivier Couraud, créateur de la marque Olivier Claire formule des soins anti-âge puissants grâce à la synergie et à la haute concentration d'actifs végétaux rares et précieux.

L'expérience Olivier Claire se vit pleinement dans des établissements d'exception qui expriment et transmettent, à leur manière, tous les bienfaits de soins adaptés à toutes les peaux et à tous les besoins. Grâce à leur expertise, chaque rencontre est un échange et un partage de la richesse des formules Olivier Claire.

Votre Spa.
Nos Soins.
Son sourire.



Voici le cercle
vertueux de notre
partenariat.



OLIVIER CLAIRE

F R A N C E

R E T R O U V E Z N O S S O I N S

FOUR SEASONS HOTEL GEORGE V PARIS | FOUR SEASONS HOTEL MILAN | EVIAN RESORT | FOUR SEASONS HOTEL LES CHALETS DU MONT D'ARBOIS | FOUR SEASONS HOTEL MEGÈVE | CHÂTEAU DE LA GAUDE EVIAN RESORT | MONA COLLECTION HÔTEL & SPA | RELAIS & CHÂTEAUX FERME SAINT SIMÉON RELAIS & CHÂTEAUX LE RELAIS BERNARD LOISEAU | HOTEL B DESIGN & SPA | AUTOGRAPH COLLECTION L'HERMITAGE GANTOIS | HÔTEL CHAIS MONNET & SPA | VILLA CLARISSE & SPA | GRAND HYATT GOA HÔTEL IMPERIAL NEW DELHI | THE ROSEATE...

o l i v i e r c l a i r e . c o m

EUROPE'S MOST ANTICIPATED HOTELS IN 2022

Let's head to Italy for this first European stopover at the **Six Senses Rome** that will be located in the Palazzo Salviati Cesi Mellini, built in the 18th century and a UNESCO world heritage site on the Piazza di San Marcello, a coin's throw from the Trevi Fountain. The group's new establishment will be offering 95 guest rooms and suites, a sublime Spa, restaurant, garden and rooftop terrace restaurant offering a 360° view over the Eternal City. Again in Italy, the group is poised to be opening in 2023 a resort with 71 rooms and 79 villas with an 18-hole golf course in a castle in Umbria.

Back to Rome, this time with the highly anticipated Bulgari Hotel Rome, the city being the brand's birthplace. In 2022, Bulgari's hospitality branch will be opening the 5-star hotel in the Campo Marzio district, a few minutes from the Piazz di Spagna and the prestigious jewellery brand's flagship store in Via Condotti. The hotel will be opposite two of the most emblematic monuments in Rome: the Ara Pacis and the Mausoleum of Augustus, the first Roman emperor. As with all the Bulgari Hotels' properties, the Italian architecture firm Antonio

Citterio & Patricia Viel is in charge of both the building's restoration and the interior design for the new hotel, which will comprise over 100 guest rooms, most of them suites, as well as the prestigious Il Ristorante with the three Michelin starred chef Niko Romito, a Bulgari Bar on the top floor with panoramic views, a Bulgari Spa with indoor pool, a gym and... a library dedicated to the history of jewellery.

Italy is decidedly attracting the most prestigious global hotel brands as the Oetker Collection, which manages two legendary French palace hotels, the Hôtel du Cap-Eden-Roc and Le Bristol, among others, has chosen Capri, the beloved island of the jet set, for its eleventh hotel worldwide. Located just steps away from the famous Piazzetta, the oldest hotel of the mythic island La Palma that was built in 1822, will reopen after its metamorphosis during spring 2022. The hotel La Palma will have 50 guest rooms, including 18 suites, a restaurant with the two Michelin starred chef Gennard Esposito, rooftop bar, its own beach club, a pool and haute couture boutiques. Last, but not least, a Spa will be created, with three treatment rooms including one double, a sauna, hammam, relaxation area and gym.



Photo ci-dessus

Après Paris fin 2021, la branche hospitalité de Bulgari ouvrira courant 2022 un hôtel 5* dans un bâtiment moderniste des années 1930 qui fait face à deux des monuments les plus emblématiques de Rome.

Photo ci-contre

Première adresse européenne pour Six Senses qui va ouvrir son premier hôtel sur la très chic Via del Corso à Rome, avec un restaurant en terrasse sur le toit, offrant une vue à 360° sur la Ville Éternelle.

Poursuivons notre tour d'Europe des ouvertures Hôtels Spas les plus attendus en 2022 avec la Suisse. **Après Genève, Mandarin Oriental continue à enrichir son portefeuille européen, avec sa nouvelle adresse située au bord du lac des Quatre-Cantons, dans l'Hotel Palace Luzern.** Pour l'occasion, l'établissement a bénéficié d'une rénovation complète, estimée à plusieurs millions de dollars, pour en faire l'une des propriétés les plus exclusives de Suisse. À l'issue de cette métamorphose, Mandarin Oriental Palace, Luzern comptera 146 chambres et suites avec vue sur le lac et les montagnes environnantes. Un restaurant et un bar avec un nouveau design contemporain, des salles de réunions et de réceptions, ainsi qu'un Spa et un centre de fitness compléteront également l'offre de l'hôtel.

L'Autriche, 1^{ère} destination bien-être en Europe, va s'enrichir d'une nouvelle prestigieuse adresse avec l'ouverture du Rosewood Vienna, ce sera le 5^e établissement du groupe implanté en Europe. Installé dans l'ancien siège de la Erste Group Bank AG, un bâtiment historique datant du 18^e siècle, il sera situé dans le quartier central de Petersplatz, à proximité des boutiques et restaurants les plus luxueux de la ville ainsi que de ses sites historiques les plus célèbres. L'hôtel offrira 99 chambres et suites spacieuses et proposera un restaurant ouvrant sur un jardin, y compris un bar sur le toit avec vue sur la ville et un restaurant intime dans un jardin. Il y aura également un

Sense, A Rosewood Spa avec vue sur l'église Saint-Pierre. « *De par son riche héritage, ses offres culturelles sophistiquées et sa scène culinaire prospère, Vienne est la ville européenne idéale pour accueillir un établissement Rosewood* », a commenté Sonia Cheng, directrice générale de Rosewood Hotel Group. Rosewood Hotels & Resorts dispose actuellement d'un portefeuille de 19 propriétés en opération dans onze pays et 17 sont en développement. Le groupe compte par ailleurs 4 propriétés en opération et / ou développement en Europe.

Destination la Riviera athénienne en Grèce, avec l'ouverture en juin prochain du resort One&Only Aesthesis. Kerzner International, propriétaire des marques de luxe One&Only Resorts et Atlantis Resort & Residences dans le monde, a conclu un accord de gestion de resort avec Grivalia Hospitality S.A. pour le développement de One&Only Aesthesis à Athènes, en Grèce. Il sera idéalement situé dans le très branché et cosmopolite village de Glyfada, à quelques kilomètres de la capitale grecque, sur un domaine de 21 hectares les pieds dans l'eau. Ce complexe ultra-luxe de composera de 127 clés, pour la plupart des villas avec piscine. Il y aura également un Spa Chenot et deux restaurants signature. Après l'ouverture récente du One&Only Portonovi au Monténégro et au développement annoncé du One&Only Kea Island en Grèce, ce nouvel établissement accélère ainsi la croissance du portefeuille One&Only.

En Autriche,
Rosewood
Hotels & Resorts
ouvrira son
5^e établissement
européen.



Photo ci-dessus

Le Rosewood Vienna sera installé dans l'ancien siège de la Erste Group Bank AG, un bâtiment historique datant du XVIII^e siècle.

Photo ci-contre

Mandarin Oriental continue à enrichir son portefeuille européen, avec sa nouvelle adresse située au bord du lac des Quatre-Cantons, dans l'Hotel Palace Luzern.



Bouclons ce tour d'Europe, avec l'ouverture en fin d'année du **Peninsula Istanbul, sur les bords du Bosphore** dans le quartier historique de Karaköy, qui fait partie d'un vaste projet de revitalisation de la zone du port. Doté d'une architecture d'inspiration classique, le Peninsula Istanbul propose des jardins luxuriants et des piscines, dont l'une surplombe le Bosphore. La plupart de ses 177 chambres et suites luxueuses offrent également une vue imprenable sur le fleuve de la métropole turque, un choix de restaurants sophistiqués et, tradition turque oblige, un Spa avec une variété de hammams où l'on pourra retrouver la traditionnelle cérémonie du Bain Turc.

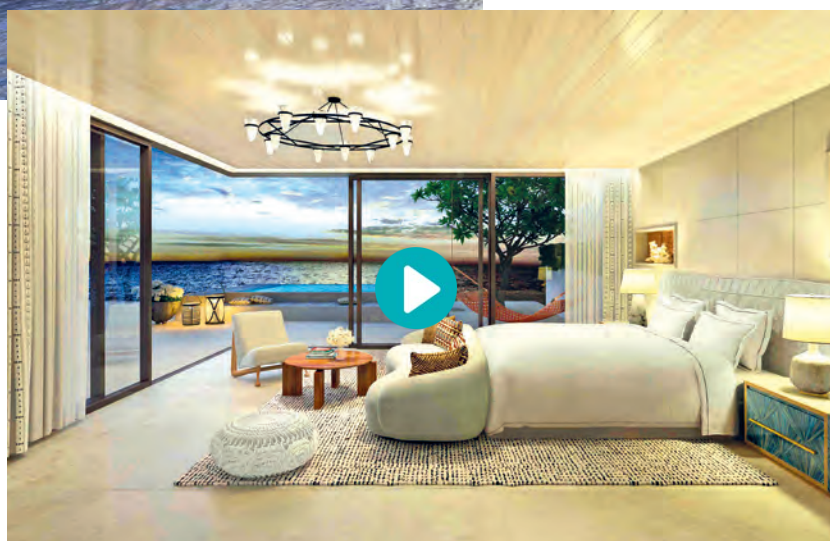


Photo ci-dessus

Doté d'une architecture d'inspiration classique, le Peninsula Istanbul propose des jardins luxuriants et des piscines, dont l'une surplombe le Bosphore.

Photo ci-contre

Destination la Riviera athénienne en Grèce avec Le One&Only Aesthesis qui sera composé de 127 clés, pour la plupart des villas avec piscine.



Let's continue our tour of Europe's most anticipated hotel Spa openings in 2022 with Switzerland. **After Geneva, Mandarin Oriental continues to expand its European portfolio with its new establishment located by the Quatre-Cantons Lake, at the Hotel Palace Luzern.**

Mandarin Oriental Palace, Luzern will comprise 146 guest rooms and suites offering views over the lake and the surrounding mountains. A restaurant and bar with a new contemporary design, meeting and reception rooms, as well as a Spa and fitness centre, will complete this hotel's offering.

Austria, the leading Wellness destination in Europe, will be welcoming a new, prestigious address with the opening of the Rosewood Vienna that will be the group's 5th European establishment. Set in the former headquarters of the Erste Group Bank AG, a historical building that dates back to the 18th century, it will be located in the central Petersplatz neighbourhood, close to the city's most luxurious boutiques and restaurants, as well as to its most famous historical sites. The hotel will offer 99 spacious guest rooms and suites, a restaurant that opens up onto a garden, a rooftop bar with views

over the city a quiet, intimate restaurant in a garden, and Sense, a Rosewood Spa offering views over St. Peter's church.

We now head off to the Athenian Riviera in Greece, with the opening, planned for next June, of the One&Only Aesthesis. Ideally located in the very trendy and cosmopolitan village of Glyfada, only a few kilometres away from the Greek capital, in a 21-hectare domain right on the beach. This ultra-luxurious resort will offer 127 keys, mostly villas with pool. There will also be a Chenot Spa and two signature restaurants.

We'll end this tour of Europe with the opening, planned for the end of this year, of the Peninsula Istanbul by the Bosphorus Strait. In a classical building, the Peninsula Istanbul will have lush green gardens and pools, including one overlooking the Bosphorus. The majority of its 177 luxurious guest rooms and suites will also offer stunning views over Istanbul's famous waterway, a choice of sophisticated restaurants and, in the pure Turkish tradition, a variety of steam baths with of course the classic Turkish Bath ceremony.

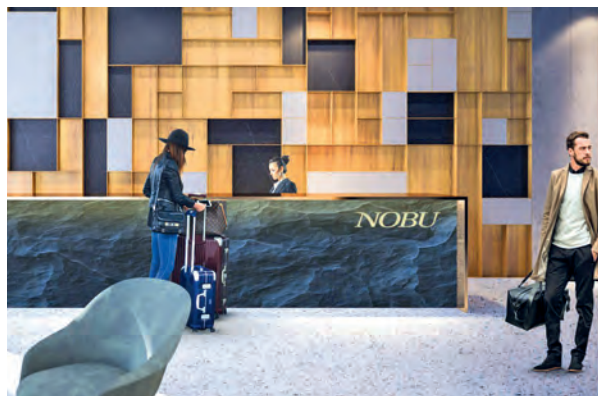


Photo ci-contre : Conrad Hotels & Resorts (marque d'hôtellerie de luxe contemporain de Hilton) ouvrira le Conrad Rabat Arzana, situé à proximité du centre-ville de Rabat, à l'automne 2022.

Photo ci-dessus : Autre ouverture phare de l'automne 2022 au Maroc, le Nobu Marrakech dans le quartier de L'Hivernage, fruit d'une collaboration entre Hivernage Collection, MC Hotels et Nobu Hospitality.

Le Maroc reste un pays attractif pour les investissements hôteliers, parmi lesquelles le Conrad Rabat.

LES HÔTELS LES PLUS ATTENDUS EN AFRIQUE DU NORD EN 2022

Avant de conclure ce dossier, il me semblait essentiel de faire un détour par l'Afrique du Nord qui a longtemps été la 2^e destination Thalasso après la France. Le tourisme en général et le tourisme de bien-être sont une ressource essentielle pour l'Afrique du Nord qui a beaucoup souffert ces dernières années, non seulement en raison de la crise sanitaire, mais aussi à cause de la situation politique complexe de certains pays.

Malgré tout, **le Maroc reste un pays attractif pour les investissements hôteliers, comme le démontre deux ouvertures majeures en 2022, à commencer par le Nobu Hotel Marrakech**, dans le quartier de L'Hivernage, connu pour sa vie nocturne. Déjà présente à Malibu, Miami, Ibiza, Londres ou Barcelone, Nobu Hospitality a été fondée par Nobu Matsuhisa : chef mondialement reconnu, Robert De Niro et Meir Teper. Le Nobu Hotel and Restaurant Marrakech est le fruit d'une collaboration entre Hivernage Collection, MC Hotels (propriétaires du Nobu Hotel Marbella, Marbella Club Hotel et copropriétaires du Nobu Hotel Ibiza Bay) et Nobu Hospitality. L'hôtel lifestyle abritera 71 chambres et suites spacieuses, plusieurs restaurants branchés et un rooftop, ainsi qu'un Spa de 2 000 m² et un centre de remise en forme avec piscines intérieure et extérieure, sans oublier un espace pour réunions et événements. Ouverture à l'automne 2022 !

Rendons-nous à Rabat maintenant avec Conrad Hotels & Resorts (marque d'hôtellerie de luxe contemporain de Hilton) qui ouvrira, lui aussi à l'automne 2022, le Conrad Rabat Arzana, situé à proximité du centre-ville de Rabat. Ce nouvel hôtel de 120 chambres fait partie du développement exclusif Arzana. Doté de résidences de luxe, Arzana propose un emplacement exceptionnel afin que ses clients puissent s'immerger dans la beauté naturelle de la côte atlantique entourée de jardins verdoyants, de vues sur l'océan et de promenades panoramiques. Doté de 120 chambres spacieuses, le Conrad Rabat Arzana offrira une vue spectaculaire sur l'océan grâce à sa situation surélevée en bord de mer, surplombant un lagon et une plage. Parmi les services proposés : deux restaurants, l'un ouvert toute la journée et l'autre de spécialités, deux bars, une piscine ainsi qu'un Spa. Nils-Arne Schroeder, responsable mondial de Conrad Hotels & Resorts, a déclaré : « *Je suis ravi que nous établissions une présence au Maroc avec notre première propriété Conrad, Arzana est le cadre idéal pour lancer la marque. Elle sera sans aucun doute un ajout magnifique à notre portefeuille, rejoignant une collection d'hôtels et de complexes primés couvrant les cinq continents* ».

NORTH AFRICA'S MOST ANTICIPATED HOTELS IN 2022

Before concluding this report, it seemed essential to take a look at projects in North Africa which has for a long time been the 2nd thalassotherapy destination after France. The travel industry as a whole and Wellness travel in particular are essential to North Africa's economy, which has been heavily disrupted these last years, not only by the pandemic but also by complex political situations in some countries.

Morocco remains an attractive destination for hotel investors, as confirmed by two major opening planned for 2022. Firstly, the Nobu Hotel Marrakech in the Hivernage neighbourhood, a project developed in collaboration between Hivernage Collection, MC Hotels and Nobu Hospitality. The lifestyle hotel will comprise 71 spacious guest rooms and suites, several trendy restaurants and rooftop, as well as a 2,000m² Spa and gym with indoor and outdoor pools, not forgetting meeting and event facilities. Opening in autumn 2022!

Secondly in Rabat where Conrad Hotels & Resorts (Hilton's contemporary luxury hotel brand) will be opening, also in autumn 2022, the Conrad Rabat Arzana, located near the city centre. The hotel will offer 120 spacious guest rooms and spectacular ocean views thanks to its elevated position overlooking a lagoon and beach. Among its services will be two restaurants, one open all day long and the other offering local specialities, two bars, a pool and a Spa.

1998

d'CHARME ORIENT

PARIS

Partenaire privilégié des Spas hôteliers équipés de Hammam



Ils nous ont choisis

Le Vallon de Valrugues ***** - So Sotogrande Cadix ***** - Rosewood Villa Magna Madrid *****
Plazzio Fiuggi Italie ***** - Sheraton Pine Cliffs Portugal ***** - Radison Blu Spa Belgique *****
St Regis Singapore ***** - Anantara Tunisie ***** - Kempinski Malte & Ghana *****
Mövenpick Tunisie ***** - Pod Roza Cracovie ***** - Four Seasons Dubaï *****
...etc...

CHARME D'ORIENT - PARIS

www.charmedorient.com - T : 01.60.37.84.67 - contact@charmedorient.com



La très prestigieuse Clinique La Prairie a porté un regard très intéressant sur l'avenir de la santé et du bien-être de demain, en identifiant cinq tendances du futur du bien-être.

Ainsi s'achève notre tour d'horizon des Hôtels Spas les plus attendus en 2022. Un panorama non exhaustif bien entendu mais qui vous démontre que la France et l'Europe sont plus que jamais attractives pour les investissements hôteliers des plus prestigieux groupes mondiaux. Force aussi est de constater que la superficie des Spas a tendance à augmenter dans les nouveaux projets, effets post-pandémie et/ou prise de conscience que le Wellness est plus que jamais un enjeu stratégique dans l'attractivité et la rentabilité des établissements. Les concepts s'affinent également avec une vraie dimension holistique qui n'est plus seulement un mot conceptuel, mais bien une réalité. En effet, cette tendance de Village Wellness où se croisent beauté, santé et spiritualité est plus que jamais dans l'ère du temps. Il suffit pour s'en convaincre de consulter les derniers chiffres présentés par le Global Wellness Institute (*lire p.16 et 17*) pour en être convaincus. D'ailleurs, le prestigieux observatoire de notre secteur prévoit un chiffre d'affaires de 7 000 milliards de dollars d'ici 2025, de quoi faire réfléchir les plus sceptiques sur le fait que l'offre des Spas doit évoluer afin de répondre aux nouvelles envies et attentes d'une clientèle en recherche, certes d'expériences exclusives, mais aussi d'un bien-être authentique et expert.

À ce titre, à l'occasion de son 90^e anniversaire, la très prestigieuse Clinique La Prairie a porté un regard très intéressant sur l'avenir de la santé et du bien-être de demain, en identifiant cinq tendances du futur du bien-être :

- 1. La révolution épigénétique et l'accélération d'une médecine hautement personnalisée :** les programmes de santé conçus pour influencer l'expression génétique et réduire l'âge biologique vont devenir une innovation clé au cours de la prochaine décennie.
- 2. La nouvelle révolution nutritionnelle :** la nutrition ultra-personnalisée qui prend en compte les génomes des individus et permet de comprendre comment certains nutriments ou stratégies alimentaires affectent l'expression des gènes, devient une tendance croissante.
- 3. Le « vieillissement inversé » comme nouvelle longévité :** les traitements qui inversent le processus de vieillissement occuperont une place centrale, comme l'optimisation et la régénération cellulaire. L'analyse génétique, qui permet de détecter et de traiter les maladies avant qu'elles ne deviennent symptomatiques, sera essentielle à leur prévention.
- 4. Avancée dans la chirurgie réparatrice basée sur les cellules souches :** il est désormais possible d'embellir, de restaurer et de protéger la peau en utilisant des cellules souches adipeuses dérivées de notre propre graisse. La Clinique La Prairie a récemment lancé un programme esthétique exclusif pour le visage, qui utilise les propres cellules souches d'un individu pour remplacer les cellules dégénérées et réduire les signes visibles du vieillissement.
- 5. Une approche holistique pour se recentrer sur soi :** les approches traditionnelles, qu'elles soient orientales ou occidentales, sont de plus en plus combinées. Les approches holistiques du bien-être sont appelées à intégrer la médecine, la nutrition et le mouvement à la science de pointe.

Une démonstration qui met clairement en évidence que l'offre des Spas doit évoluer. La pandémie n'a été qu'un accélérateur de nouveaux besoins où notre santé est une priorité, et qui a poussé notre secteur, du moins une partie, à innover pour une approche holistique basée sur la science, associant la santé du corps et de l'esprit. De quoi faire réfléchir, du moins je l'espère, les Spas qui pensent que le massage à l'huile, est encore la demande N°1 des clients ! Aujourd'hui peut-être mais demain ? Et demain se prépare maintenant... il n'est jamais trop tard pour bien faire !

Although this is by no means an exhaustive list, it concludes our overview of 2022's most anticipated hotel Spas to watch and confirms that France and Europe are now more than ever appealing to the most prestigious global brands and their hotel investments. The concepts are also becoming more strategic with a real dimension of holism which isn't just a conceptual word any longer, but a reality. As it happens, for its 90th anniversary, the prestigious Clinique La Prairie has given a very interesting perspective on the health and wellbeing of tomorrow, by identifying five trends for the future of Wellness:

- 1. The epigenetic revolution and the acceleration of highly personalised healthcare:** healthcare programmes designed to influence gene expression and improve biological age are poised to become key innovations over the next decade.
- 2. The new nutrition revolution:** ultra-personalised nutrition and how nutrients or dietary strategies affect gene expression, is a growing trend.
- 3. Reverse ageing is the new anti-ageing:** treatments that reverse the ageing process will take centre stage, alongside cellular optimisation and regeneration.
- 4. Advances in the use of stem cells in reconstructive surgery:** it is now possible to enhance, restore and protect skin using adipose-derived stem cells from our own fat tissue.
- 5. A holistic approach to self-care:** holistic Wellness approaches will integrate medicine, nutrition and movement with state-of-the-art science.

Testimony that highlights the necessity to evolve and develop Spa offerings. The pandemic compelled clients to more rapidly shift their needs, re-evaluating health and wellbeing as a priority, urging our sector, or at least a part of it, to innovate towards a holistic approach based on science, equally addressing physical and mental health. Much food for thought, I hope, for Spas relying on massage as the number one reason people visit Spas! Yes, that may be the case today, but what about tomorrow? And what better time to prepare tomorrow than now... it is never too late to dive into the heart of the matter!

EQUIPHOTEL PARIS

THE HOSPITALITY & FOOD BUSINESS PLACE

6-10 NOV. 2022



**SOURCING.
NETWORKING.
INSPIRATION.
EMOTION.**

Built by
RX In the business of
building businesses

FOODSERVICE
DESIGN
BIEN-ÊTRE
TECHNOLOGIE & SERVICES

Yoga, un art de vivre Zoom sur le dernier livre de Elodie Garamond

ON NE PRÉSENTE PLUS Elodie Garamond, fondatrice du Tigre Yoga Club en 2013 et figure emblématique de la discipline en France. Dans son nouveau livre, Elodie présente un savant mélange de théorie, d'expérience et de reconstitution historique, pour guider le lecteur à travers les mille chemins liés à ce mot magique : YOGA.



« Le Yoga est aujourd'hui plébiscité par toutes les générations. »

ÉLODIE GARAMOND

Créatrice du Tigre Royal Club et auteure

Vous le découvrirez au fil de ces pages, il existe de nombreuses « voies » d'exploration : le Yoga de l'action, le Yoga de la connaissance métaphysique, le Yoga de la dévotion... Car comme l'écrit Elodie Garamond, le yoga, c'est tout ça et c'est « juste » ça. C'est toutes ces facettes du yoga, et le patrimoine culturel ancestral qu'il porte, qu'Elodie Garamond a eu à cœur de partager dans cette encyclopédie, riche et précise mais accessible à tous.

Un livre indispensable pour comprendre ENFIN pourquoi le yoga est un tel phénomène de société et pourquoi – et surtout comment – il change véritablement la vie !!

« Yoga, un art de vivre »
Éditions Flammarion
304 pages – 24,90 €.

Yoga, un art de vivre, Focus on the latest book by Elodie Garamond

Elodie Garamond, who founded the Tigre Yoga Club in 2013, is a leading figure of the yoga movement in France.

In her new book, Elodie shares a captivating mix of theory, experience and historical reconstruction, and guides the reader along the many paths of this fascinating discipline that is yoga. A must-read to get a better understanding of the reasons why yoga has become such a global phenomenon and, above all, how it can change your life!

Prochain numéro Next issue

ÉTÉ 2022

Parution fin juin (couvre juillet, août et septembre 2022)

SUMMER 2022

Publication end of June (July, August & September 2022)

**BOUCLAGE COMMERCIAL
ADVERTISING DEADLINE
30/04/2022**

Contactez-nous Contact us

commercial@senseofwellness-mag.com / +33 (0) 680 250 332



© Visuel Couverture
Thalazur Hélianthal Saint-Jean-de-Luz

Sense of WELLNESS Magazine
#22 Printemps 2022 (Avril Mai Juin)
Spring 2022 (April May June)
Trimestriel / Quarterly

Pour nous écrire Contact us

ADRESSE DE LA RÉDACTION

EDITORIAL ADDRESS

Sense of WELLNESS Magazine
12 bis rue Pierre Brossolette
37 400 Amboise - France

ÉDITRICE & DIRECTRICE DE LA RÉDACTION

EDITOR & MANAGING EDITOR

Isabelle Charrier
icharrier@senseofwellness-mag.com

DIRECTEUR ARTISTIQUE

ART DIRECTOR

Jean-Michel Pèbre
pao-jmpebre@senseofwellness-mag.com

CHEF DE PROJET DIGITAL

DIGITAL PROJECT MANAGER

Béatrice Cargnelutti
bcargnelutti@senseofwellness-mag.com

TRADUCTRICE &

SECRÉTAIRE DE RÉDACTION

TRANSLATOR & COPY DESK

Hannah Holmes
hholmes@senseofwellness-mag.com

PUBLICITÉ ADVERTISING

commercial@senseofwellness-mag.com

ABONNEMENT SUBSCRIPTIONS

abonnement@senseofwellness-mag.com

Sense of WELLNESS Magazine est édité
par S.H.M.C.C. SAS au capital de 5 000 euros
RCS TOURS 824 123 384

DIRECTRICE DE LA PUBLICATION

EXECUTIVE EDITOR

Isabelle Charrier



Imprimé en France / Printed in France
N°ISSN 2 552-8 181

La reproduction, même partielle, de tous les articles, illustrations et photographies publiés dans Sense of WELLNESS Magazine est interdite.

Reproduction, even partial, of the articles, illustrations and photographs published in Sense of WELLNESS Magazine is prohibited.

HYDRO CONCEPT

La référence Bien Être

CRÉATEUR DE CENTRE BIEN-ÊTRE
Pour les espaces et bassins sensoriels

CONCEPTION REALISATION EQUIPEMENT



spa | thermes | thalassos | parcs de loisirs

Luno

21 EQUIPMENT® FRANCE BENELUX

DÉCOUVREZ
NOS TECHNOLOGIES
NATURELLES ET
PERFORMANTES

. Minceur . Détox . Anti-Âge . Bien-Être .



PLUS DE 600 PARTENAIRES NOUS FONT DÉJÀ CONFIANCE
EN FRANCE, BELGIQUE ET DOM TOM



LILY OF THE VALLEY 5*
LA CROIX-VALMER



HOTEL BYBLOS 5*
SAINT-TROPEZ



CHEVAL BLANC 5*
COURCHEVEL

www.luno-21equipment.com