

# Wellness *Sense of*

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

[www.senseofwellness-mag.com](http://www.senseofwellness-mag.com)

#24 Automne Autumn 2022 | 15€ 

DESIGN

## Dior Spa Cheval Blanc Le Spa le plus luxueux et exclusif de Paris



### News

La Wellness  
Révolution  
des Galeries  
Lafayette

### Concept

Escapade sensorielle  
au Château de la  
Gaude & Spa  
Aix-en-Provence

### Cosmetic

Snow Group  
Les ambitions  
du leader de la gestion  
de Spas en Europe

### Dossier

MICE et Wellness  
Un mariage  
de raison ?  
Analyse de situation

# W *Sense of* Wellness

The 360° Spa & Wellness Innovation Magazine

## SILICIUM LIFT

La nouvelle gamme lift-fermeté, inspirée du Face Fitness



# THALGO

LA BEAUTÉ MARINE



# THALGO

LA BEAUTÉ MARINE



---

## SILICIUM LIFT

**100%**  
Peau visiblement  
plus ferme\*

[ avec le Roller Face Fitness ]



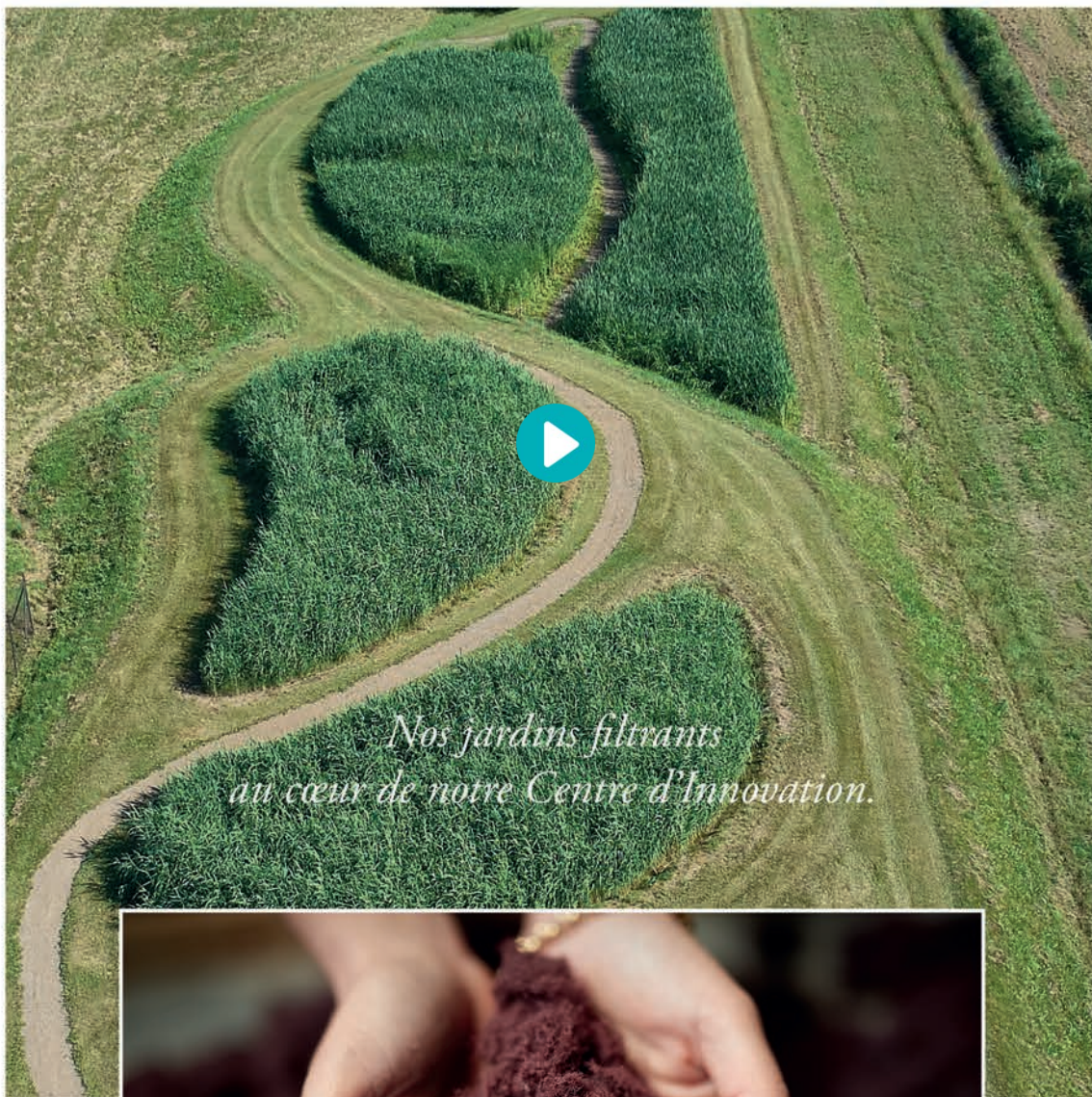
[www.thalgo.fr](http://www.thalgo.fr)

La mer  
vous veut  
du bien

---

\*Auto-évaluation par 23 volontaires ayant utilisé le Roller "Face Fitness" 2 fois par jour pendant 28 jours (% de volontaires d'accord et plutôt d'accord avec l'allégation). "Face Fitness" = Remise en forme du visage.

# PHYTOMER



*Nos jardins filtrants  
au cœur de notre Centre d'Innovation.*



*50 ans de soin ressourçant naturel et responsable  
dans les plus beaux spas du monde entier.*

# *Ils nous font confiance*

---

« Grâce à Phytomer, nous pouvons proposer des accompagnements personnalisés avec des produits de qualité, adaptés à chacune des envies. »

*Suzette Da Silva, Directrice Générale Lodge & Spa, Hôtel Kob-I Nor\*\*\*\*\*, Val Thorens.*

« Phytomer a (re)donné un nouveau souffle à notre Spa, nous a aidé à développer notre Chiffre d'Affaires et la satisfaction de nos hôtes ! »

*Élodie Dailland, Directrice Spa & Wellness du Domaine de Cicé-Blossac\*\*\*\*, Rennes.*

« Phytomer est une marque qui est très respectueuse de la nature et qui évolue sans cesse. »

*Amandine Monnier, Spa Manager, La Villa Seren Hôtel & Spa\*\*\*\*, Hossegor.*



*Hôtel Kob-I Nor 5\**  
Val Thorens



*Domaine de Cicé-Blossac 4\**  
Rennes



*La Villa Seren Hôtel & Spa 4\**  
Hossegor

## PHYTOMER

---

RETROUVEZ-NOUS AU SALON EQUIPHOTEL DU 6 AU 10 NOVEMBRE



# MATRIX

## UNE EXPÉRIENCE ÉCLAIRÉE DU FITNESS

Des hôtels réputés dans le monde entier font confiance à Matrix pour ses solutions uniques et personnalisées mais aussi pour ses équipements innovants, design et high tech.

### ● QUELQUES-UNES DE NOS RÉFÉRENCES :

Ritz Club Paris (France),  
Le Chabichou Hôtel & Spa Courchevel (France),  
Four Seasons Hôtel des Bergues Genève (Suisse),  
London Marriott Hotel Marble Arch (Grande-Bretagne),  
Brenners Park Hotel & Spa Baden Baden (Allemagne),  
et bien d'autres encore.

DECOUVREZ  
NOTRE BROCHURE  
en ligne

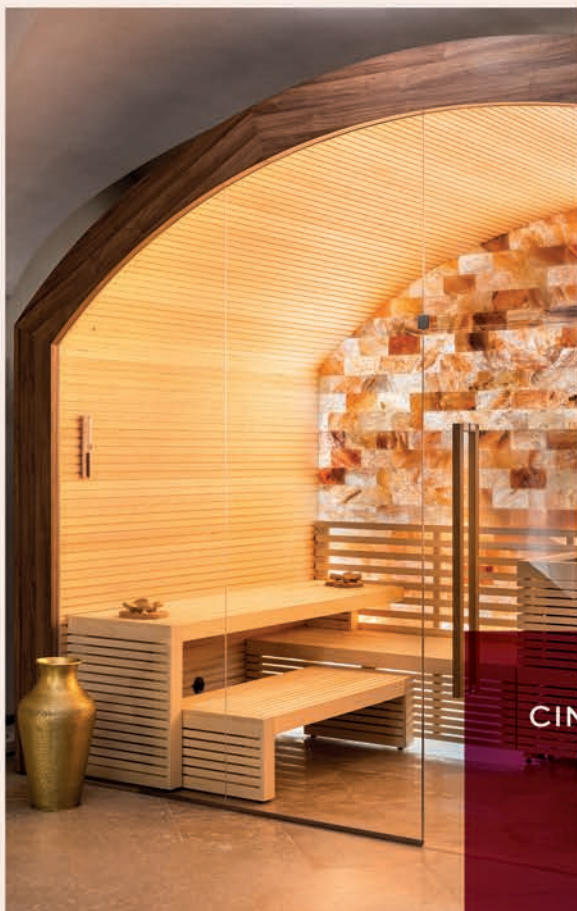


[www.matrixfitness.fr](http://www.matrixfitness.fr)  
[contact@jhtfrance.fr](mailto:contact@jhtfrance.fr) / + 33 (0)1 30 68 62 80

**EQUIPHOTEL** PARIS  
THE HOSPITALITY & FOOD BUSINESS PLACE  
6-10 NOV. 2022

RETROUVEZ-NOUS PAV.7.3 - STAND L08

# UN NOUVEL ÉCRIN DE BIEN-ÊTRE AU CŒUR DE LYON



CINQ MÔNDES  
PARIS

Rituels  
de beauté  
du monde

Le Spa Cinq Mondes niché au sein du  
Grand Hôtel-Dieu vous promet une  
expérience holistique unique.

Découvrez l'efficacité des médecines  
traditionnelles du monde  
dans une gamme complète de  
produits fabriqués en France.



RETROUVEZ-NOUS  
AU SALON EQUIPHOTEL

DU 6 AU 10 NOVEMBRE 2022  
HALL 7.3 | ALLÉE M STAND 8

POUR TOUTE DEMANDE DE RENSEIGNEMENTS  
Mathilde Maye – [mmaye@cinqmondes.com](mailto:mmaye@cinqmondes.com)

[www.cinqmondes.com](http://www.cinqmondes.com)





« Le luxe n'est pas figé, il sait se réinventer sans cesse, cela fait partie de son ADN »

**ISABELLE CHARRIER**  
Éditrice et Directrice de la Rédaction

# Edito

[N°24 - Automne / Autumn 2022]

## Le luxe peut-il être durable ?

C'est cette question qui a inspiré cette édition Automne, au travers des multiples sujets que vous allez y découvrir, et qui a aussi guidé ma plume pour tenter d'y répondre dans cet édit.

Oui c'est vrai, le luxe est souvent associé au gaspillage et à l'ostentation versus le développement durable qui, pour sa part, est associé à la recherche de sobriété et à une réflexion profonde sur la consommation. Mais en y regardant de plus près, on s'aperçoit que le luxe est en réalité très proche du développement durable dans son essence même, ne serait-ce que par leur quête commune de se nourrir du beau et de la rareté... donc de les préserver. Et puis ces dernières années, le développement durable tend à devenir plus créatif, moins morose et le luxe à communiquer sur des pratiques plus responsables.

Difficile donc d'échapper à cette équation pour répondre à cette nouvelle exigence des clients pour une consommation plus éthique, plus transparente et plus respectueuse de l'environnement... le secteur du luxe ne fait pas exception. Et puis le luxe n'est pas figé, il sait se réinventer sans cesse, cela fait partie de son ADN.

D'ailleurs, le secteur du Spa et de la beauté en a pris conscience en renouvelant son discours marketing et en pratiquant de plus en plus l'upcycling : recyclage d'anciens produits, packagings écoresponsables, en passant par la R&D, valorisation de sourcings locaux mais aussi engagements dans des associations environnementales. De réels changements sont en œuvre où le luxe se doit de montrer l'exemple.

Les hôteliers s'y mettent aussi, explorant de plus en plus la voie verte, rendant compatibles durabilité et service cinq étoiles. Et oui, leur clientèle a elle aussi une conscience écologique, médiatisation et prise de conscience collective obligent. Ainsi, les écogestes sont dans l'air du temps, les circuits courts sont privilégiés et ne parlons pas de l'énergie, la bête noire des hôteliers, particulièrement depuis ces derniers mois. Le défi de l'hôtellerie haut de gamme va être de trouver un subtil équilibre entre des mesures écologiques concrètes et de savoir les vendre comme luxueuses. Le luxe doit faire sa révolution durable, vers une voie plus écoresponsable... des initiatives sont déjà en route que je vous invite à découvrir au fil des pages de ce numéro.

Bonne lecture !

✉ [icharrier@senseofwellness-mag.com](mailto: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)

## Can luxury be sustainable?

Such is the question that inspired this autumn's magazine through multiple subjects that you will discover here, and which also guided my pen when endeavouring to respond to it in this edition.

Yes, it's true that luxury is often associated with waste and ostentation when compared to sustainable development, which is associated with the search for abstemiousness and deep reflection with regard to consumption. But, on taking a closer look, it can be seen that luxury is, in reality, close to the very essence of sustainable development, if only through the common quest to thrive on beautiful and rare things... and to preserve them. Over the last few years, sustainable development has tended to become less morose and more creative, while luxury has been communicating more about environmentally responsible practices. For that matter, the Spa and beauty sector has become aware of the issue by putting a new slant on its marketing discourse and practising more and more upcycling. Hoteliers have also taken this on board and are increasingly exploring a green approach that makes durability and five-star service compatible. Luxury must undergo its sustainability revolution in order to attain a more eco-responsible luxury. Initiatives are already underway and I invite you to discover them by leafing through the pages of this magazine.

Happy reading!

# HYDROJET

WELLNESS & THERAPY



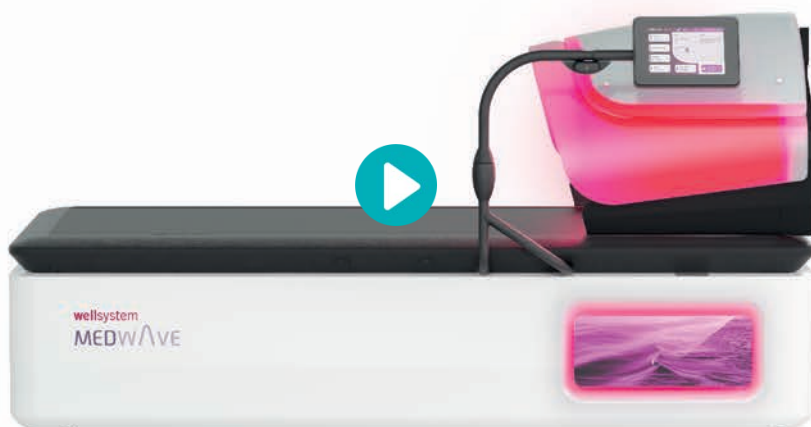
HYDROJET  
C'EST NOUS  
**CHOISISSEZ**  
**L'ORIGINAL**



Trouvez le centre le plus proche  
sur les applications CRYOJET et HYDROJET

[hydrojetsystem-france.com](http://hydrojetsystem-france.com)  
[cryojetsystem-france.com](http://cryojetsystem-france.com)  
[physiojet.fr](http://physiojet.fr)

02 14 26 00 74 - 0810 400 423  
(appel d'un appel local)



# CRYØJET

HEALTH THERAPY



ENFIN  
LA **CRYO** POUR  
LE **WELLNESS**



Trouvez le centre le plus proche  
sur les applications CRYØJET et HYDROJET



[cryojetsystem-france.com](http://cryojetsystem-france.com)  
[hydrojetsystem-france.com](http://hydrojetsystem-france.com)  
[physiojet.fr](http://physiojet.fr)

02 14 26 00 74 - 0810 400 423  
(coût d'un appel local)

# Sommaire

[N°24 - 136 pages d'inspiration]



12

## Lab News

### 12 LA WELLNESS RÉVOLUTION

des Galeries Lafayette  
A Wellness Revolution at Galeries Lafayette

### 14 LA COLLECTION LES ÉTINCELLES

poursuit son essor avec une levée de fonds de 400 M€  
Les Étincelles Collection continues to grow  
and raises €400 million in capital



20

### 16 ACCOR RENFORCE SA POSITION SUR LE BIEN-ÊTRE

avec son programme Health to Wealth  
Accor reinforces its position at the forefront of wellbeing  
with its new programme Health to Wealth

### 18 FRANCE THERMES

exploitera les thermes de Vittel en 2023  
France Thermes will be operating Vittel's balneotherapy resort in 2023

### 20 LA TECHNOLOGIE SUBLIO

s'installe aux Thermes de Balaruc-les-Bains  
Sublio's technology for balneotherapy arrives at the Thermes de Balaruc-les-Bains



36

### 22,24 NOMINATIONS

Caroline Mahé-Léa, Angélique Le Jeune, Nathalie Martin, Vanessa Théodet  
Appointments

### 26 THERMALIES 2023

Zoom sur le salon incontournable de la santé et du bien-être par l'eau  
Focus on the go-to trade fair for health and wellness through water

### 28 EQUIPHOTEL

Zoom sur la très attendue édition 2022  
Spotlight on the highly anticipated 2022 edition

### 36 L'ENDROIT WELLNESS

Slow Life en Provence  
Slow Living in Provence

## Wellness Lab

### 42 ESCAPADE SENSORIELLE AU CHÂTEAU DE LA GAUDE & SPA

J'ai toujours aimé les lieux atypiques, souvent accompagnés d'histoires qui le sont tout autant. Des lieux qui vous touchent, vous emportent et vous bouleversent, à l'image du Château de la Gaude, une bastide du XVIII<sup>ème</sup> siècle, située au cœur d'une trentaine d'hectares, « à quelques pieds de vigne du centre-ville d'Aix-en-Provence », comme aime à le dire son propriétaire. Une histoire de passion, d'art, d'amour de la terre pour faire revivre cette belle endormie. Visite guidée...

I have always liked unusual places, which are often accompanied by stories that are equally remarkable. Places that strike a chord, carry you away and deeply move you, like Château de la Gaude, an 18<sup>th</sup> century bastide, situated in the heart of thirty-or-so hectares...



# Ultra Vital

Nouveau



Enrichi en  
Extraits Cellulaires CytoPep™  
+ Complexe de Postbiotiques

Vitalité de la peau boostée – Plus d'éclat – Meilleure élasticité  
Microbiome cutané préservé

PROUVÉ CLINIQUEMENT

A DÉCOUVRIR DANS NOS SPAS PARTENAIRES

Le Spa Akasha de l'hôtel Lutetia à Paris – Les Cures Marines de Trouville – Les Thermes Marins de Monaco  
Le Spa de l'hôtel de la Cité à Carcassonne – Le Spa de l'hôtel Belle Plage à Cannes

POUR PLUS D'INFORMATIONS  
Emma Lucas – [elucas@beautybc.com](mailto:elucas@beautybc.com)



Retrouvez-nous au **Salon EquipHotel Paris**  
Stand M06 / 6-10 novembre 2022

# Contents

[N°24 - 136 pages of inspiration]

74



104



## Lab Expert

### 114 MICE ET WELLNESS, UN MARIAGE DE RAISON ?

Analyse de situation et clarification des opportunités pour une optimisation de vos performances économiques sur l'accueil des groupes

**MICE and Wellness,**  
a marriage of convenience?



## Cosmetic Lab

### 56 IYASHI DÔME

se réinvente avec son soin signature Omedetō  
elevates wellbeing with its signature treatment Omedetō

### 58 SNOW GROUP

Les ambitions et la vision du Wellness du leader de la gestion de Spas en Europe  
The Wellness ambitions and vision of Europe's leader in Spa management

### 62 LA MÉTHODE LAËTITIA FONTANEL

L'alliance du traditionnel et de la performance  
The Laëtitia Fontanel Method: the alliance of tradition and performance

### 66 ZOOM SUR PERLUCINE

Pionnière de la cosmétique poudre, engagée et 100 % bretonne  
Focus on Perlucine, the powder cosmetics pioneer, committed and 100% Breton

### 70 LUNO 21 EQUIPMENT & NORDINE MEGUELLATI

Un partenariat entre haute technologie & génie de la main  
A partnership between high tech & dexterity

### 72 STAR WELLNESS DÉVOILE LE CARRÉ D'OR ET MIZUKI

Deux équipements alliant innovation et design  
Two pieces of equipment combining innovation and design

### 74 THALGO CRÉE SILICIUM LIFT

Les soins Lift-Fermeté concentrés en silicium marin et inspirés du Face Fitness  
Lift & Firm skincare highly concentrated in marine silicium and inspired by Facial Fitness

### 78 MARIA GALLAND INNOVE AVEC NUTRI'VITAL ÉNERGIE

Une gamme complète pour répondre aux besoins des peaux sèches  
Maria Galland innovates with Nutri'Vital, the ultimate skincare routine for dry skin

### 82 THALISENS NATURE

La 1<sup>ère</sup> gamme Spa 100 % d'origine naturelle  
The first 100% natural Spa range

## Design Lab

### 93 SIX SENSES CRANS MONTANA

Le complexe hôtelier et les résidences de luxe ouvrent fin 2022  
The hotel complex and luxury residences open at the end of 2022

### 96 LE PREMIER LOISIUM WINE & SPA HÔTEL EN FRANCE

Enotourisme & Wellness en Champagne  
The very first Loisium Wine & Spa Hotel in France  
Wine tourism & Wellness in Champagne

### 98 LES NOUVEAUX SPAS CODAGE

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

### 100 LE GRAND BÉ À SAINT-MALO

Écrin design, empreint d'histoire, avec un Spa Phytomer  
Stylish design steeped in history, with a Phytomer Spa

### 104 DIOR SPA CHEVAL BLANC

Visite guidée du Spa le plus luxueux et exclusif de Paris  
A guided tour of Paris' most luxurious and exclusive Spa

# KLAPP

SKIN CARE SCIENCE

## Hyaluronic Multi Level Performance

 clean beauty  
made in germany  
100% vegan



Le soin innovant de la peau avec des ingrédients complexes actifs à haute efficacité pour une hydratation de longue durée.

BALANCE

KLAPP – Skin Care Science made in Germany

KLAPP Cosmetics GmbH

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



# Wellness BUSINESS News

PAR ISABELLE CHARRIER



Les Bulles, deux cocons de bien-être privatifs et 100 % modulables.

## PARTAGER UNE EXPÉRIENCE D'UN GENRE NOUVEAU

CULTIVER SON BIEN-ÊTRE INTÉRIEUR ET EXTÉRIEUR, une aspiration profonde et de plus en plus partagée qui privilégie l'être et la reconnexion à soi. Une (r)évolution qui invite à retrouver un équilibre à la fois physiologique, énergétique et émotionnel. Le feel good devient un véritable lifestyle : l'attrait des consommateurs pour de « bons » produits et services dédiés au bien-être in & out ne cesse de croître. Un engouement mondial. Le secteur a presque doublé à l'échelle mondiale au cours des 4 dernières années\*. C'est dans ce contexte que s'inscrit le projet des Galeries Lafayette avec cette Wellness Galerie.

Depuis 1894, les Galeries Lafayette ont toujours eu à cœur d'anticiper les moindres désirs de leurs millions de visiteurs. Ainsi, pour devenir la destination française et internationale incontournable, le grand magasin s'est fixé une double mission : regrouper le meilleur du bien-être in & out dans un seul lieu et proposer des programmes personnalisés pour offrir une expérience globale à chacun. « *Véritables révélateurs des modes de vie, les Galeries Lafayette entendent, à travers ce nouvel espace, démocratiser ce secteur* », comme le souligne Alexandre Liot, directeur des Galeries Lafayette Paris Haussmann.

Un tournant historique pour le grand magasin qui, au-delà de son savoir-faire de commerçant, crée ainsi une nouvelle approche lifestyle qui s'articule autour de 3 piliers essentiels : le sport et la relaxation, les soins et les thérapies manuelles ainsi que le bien-être au sens large. La Wellness Galerie rassemble ainsi sous le même toit des experts en thérapies manuelles, des cours de sport avec les coachs de La Source, des marques de soin pointues, des collections de vêtements techniques et plus responsables, des conférences à thème, ainsi que le DS Café, un espace de restauration healthy.

\*The Global Wellness Economy : Looking Beyond COVID par le Global Wellness Institute.

## La Wellness Révolution des Galeries Lafayette

Pour la première fois dans le monde, un grand magasin consacre un étage entier au bien-être. Au cœur du magasin Coupole, bâtiment principal des Galeries Lafayette Paris Haussmann, la Wellness Galerie rassemble dans un même lieu de vie 3 000 m<sup>2</sup> de bonheur holistique, dédiés au meilleur du sport, du soin et du bien-être. Visite guidée...

## A Wellness Revolution at Galeries Lafayette

For the first time worldwide, a department store has dedicated an entire floor to Wellness. Located in the heart of the Coupole, which is Galeries Lafayette Paris Haussmann's main building, the Wellness Galerie is a 3,000 m<sup>2</sup> space serving the holistic lifestyle needs of shoppers, with a combination of the best fitness, skincare and wellbeing brands. Join us on a guided tour...

Since 1894, the Galeries Lafayette department store has always been devoted to addressing every shopping need of its millions of visitors. Therefore, to become the quintessential French and international destination, the department store set itself a double mission: bring together the best brands for "in & out" Wellness in the same space and offer bespoke programmes to provide a holistic experience for each and every shopper. *"Always with their finger on the pulse and gauging how our lifestyles are evolving, Galeries Lafayette's intention with this new space is to help make Wellness more accessible to everyone"*. This is a major step in the department store's development that, beyond its expertise in retail, is creating a whole new approach based on a holistic lifestyle, with 3 essential pillars: fitness and relaxation, skincare and manual therapies, and wellbeing in its broadest sense.



## La Wellness Galerie compte bien devenir le nouveau temple parisien du bien-être.



### Photo ci-contre

Le Lobby Wellness, le cœur énergétique de la Wellness Galerie, où une équipe bienveillante est à l'écoute pour établir un parcours personnalisé.

### Photo ci-dessous

Le Beauty Store s'épanouit sur près de 600 m<sup>2</sup> et permet de découvrir 169 marques au total, dont 40 marques exclusives, comme Aromatherapy Associates, Merme, Rudolph Care, Combeau, Womanizer ou MZ Skin.



### UNE ARCHITECTURE GOOD MOOD ET EXPÉRIENTIELLE

La rencontre entre une modernité digitale (12 écrans ponctuent l'espace) et une architecture esprit seventies (clin d'œil aux fameuses maisons bulles) font de la Wellness Galerie un lieu résolument hybride. Tous les matériaux utilisés - carrelage, brique et parquet - se déclinent dans des teintes chaleureuses propices à la déconnexion. L'atmosphère feutrée et lumineuse - une coupole représentant le soleil fait écho à celle du grand magasin - apaise les corps et les esprits, autant qu'elle les dynamise.

L'organisation intuitive de l'espace, tout en courbes douces, permet de desservir agréablement les zones clés, comme le Lobby Wellness, le cœur énergétique de la Wellness Galerie, où une équipe accueille le visiteur pour le guider dans l'espace et parmi le large éventail d'offres. En concertation avec la Team Wellness, le client est invité à choisir le programme, le soin, le produit qui correspond le mieux à ses objectifs du moment. Ainsi, la Team Wellness peut réaliser, sur demande, une évaluation de la forme (physique, mentale, émotionnelle) pour orienter vers le programme adapté, le massage approprié, l'achat

personnalisé ou le livre ciblé. L'équipe peut aussi s'occuper de la réservation des cours de sport, des différents soins ou du restaurant.

Autre espace incontournable des lieux : les Bulles. Dans ces deux cocons à privatiser, isolés du reste de l'espace, il est possible de se retrouver à deux ou à plusieurs pour fêter un anniversaire, un enterrement de vie de jeune fille ou de garçon, ou toute autre célébration. Certains soins peuvent être prodigués dans l'intimité des Bulles, selon un programme élaboré avec la Team Wellness. L'espace, évolutif, peut être entièrement personnalisé en fonction du programme qui y est proposé et du nombre de personnes concernées.

Avec 169 enseignes présentes rien qu'en beauté, dont 40 en exclusivité, sans compter plusieurs pop-up stores éphémères pour mettre en avant des marques Wellness prometteuses, la Wellness Galerie veut s'imposer comme le nouveau temple du bien-être parisien.

Le DS Café propose des recettes savoureuses et équilibrées, préparées avec des aliments sélectionnés chez les meilleurs producteurs locaux, à déguster sur place ou à emporter, ainsi que des jus pressés minute et des smoothies frais et vitaminés.



The Wellness Galerie is a truly hybrid space that embraces digital modernity (12 screens are interspersed all over the floor) in a seventies-inspired architectural setting (playful allusions to the bubble houses). The intuitive, soft-curves layout offers a delightful journey between key areas such as the Wellness Lobby, the Wellness Galerie's central hub where a team welcomes the visitor and helps them navigate the space and its wide array of offerings. Les Bulles is another must-see, with its two bubble spaces nestled away from the rest of the store and available for private hire for two or more, to celebrate a birthday, bridal shower or any other special occasion. With 169 brands in Beauty alone, including 40 exclusives, the Wellness Galerie has set its sights on becoming the new Parisian wellbeing temple.

# La collection Les Étincelles poursuit son essor avec une levée de fonds de 400 M€

WHITEGOLD HOSPITALITY, SOCIÉTÉ DE GESTION HÔTELIÈRE qui croit fortement dans l'attractivité de la montagne, lance en 2021 la collection Les Étincelles afin de proposer une nouvelle vision de l'hospitalité. Déjà présente dans 8 stations, la société a pour objectif de devenir leader dans l'hôtellerie haut de gamme et luxe dans les Alpes françaises, et c'est bien parti !

Cette levée de fonds de 400 M€ a été lancée par la plateforme d'investissement Altitude Resort Development (ARD) qui s'est associée au fonds d'investissement britannique Roundshield pour acheter de nouveaux actifs dans les stations de haute altitude, notamment la collection Lodge & Spa Collection et des résidences Chalet des Neiges, pour un montant de 130 M€. Cette acquisition sur le segment de la clientèle premium fait entrer dans le portefeuille du groupe Les Étincelles des hôtels comme le Koh I Nor à Val Thorens, le Taj I Mah aux Arcs, le Daria I Nor à l'Alpe d'Huez et L'Incomparable à Aix les Bains. Le groupe annonce également l'acquisition du Club Hotel, une résidence hôtelière à Tignes, et l'hôtel Mc Kinley à La Rosière. Ainsi, le groupe assoit son ambition de faire de la

montagne un nouvel art de vivre en créant une nouvelle génération d'hébergements premium alliant lifestyle, excellence de service et respect de l'environnement.



Les quatre associés de la holding de gestion Whitegold Hospitality avec de gauche à droite : Thibault de Saint-Martin, Nicolas Chatillon, Guerlain Chicherit, Arnaud Viotte et le directeur d'exploitation Guillaume Bott.

## Les Étincelles Collection continues to grow and raises €400 million in capital

The hotel operator group Whitegold Hospitality, a firm believer in the attractiveness of mountain resorts, launched Les Étincelles collection in 2021 with a new vision of hospitality. Already present in 8 ski resorts, the group aims to become a leader in luxury hospitality in the French Alps, and is already well on its way!

This €400 million fundraising was launched by capital investment platform Altitude Resort Development (ARD) in order to acquire new assets in high altitude ski resorts, and in particular the Lodge & Spa Collection's properties and Chalet des Neiges' residences, for €130 million. This acquisition in the premium market has allowed the group to integrate hotels such as the Koh I Nor in Val Thorens, Taj I Mah in Les Arcs, Daria I Nor in Alpe d'Huez and L'Incomparable in Aix Les Bains into its portfolio. The group has also announced its acquisition of the Club Hotel residences in Tignes and the Mc Kinley in La Rosière.



## Pure Informatique/Booker obtient la certification Qualiopi

PURE INFORMATIQUE/BOOKER, l'expert en Wellness Solutions pour gérer la croissance des Spas grâce à ses best practices opérationnelles et à ses outils informatiques, parmi lesquels Booker, le logiciel n°1 de la gestion de Spa, vient d'obtenir la certification Qualiopi. « Bien que la société dispense des formations depuis plus de 12 ans, cette certification a demandé des mois de travail, une remise en question et une adaptation de tous nos process afin de délivrer une qualité encore plus optimale de nos formations », comme le souligne Jérémie Navarro, PDG de Pure Informatique.

Cette certification Qualiopi va permettre de rendre plus accessible la formation et la montée en compétence des acteurs du bien-être en bénéficiant des fonds de la formation professionnelle. « C'est aussi le plaisir de transmettre, d'enseigner et de s'assurer des acquis avec les meilleures méthodes pédagogiques et cela reste parfaitement dans notre ADN afin de toujours proposer une haute excellence dans nos prestations de services », conclut Jérémie Navarro.

> Retrouvez Pure Informatique au salon EquipHotel, du 6 au 10 novembre à Paris Porte de Versailles, Hall 7.3 – Stand N15

« Cette certification Qualiopi va permettre de rendre plus accessible la formation et la montée en compétence des acteurs du bien-être. »

JÉRÉMIE NAVARRO  
Président Pure Informatique

## Pure Informatique/Booker achieves Qualiopi certification

Pure Informatique / Booker, the trusted advisor for Wellness management and development thanks to its operational best practices and IT solutions that include Booker the leading Spa management software solution, has recently obtained Qualiopi certification.

This certification means Wellness professionals can now use their professional learning accounts to access training and development with Pure Informatique.



# THĒMAĒ

## PARIS

EQUIP HOTEL  
Retrouvez-nous sur le  
stand P21 – Hall 7.3

### IN&OUT TEA THERAPY®

Seul Expert du In&Out Tea Therapy®, THĒMAĒ renforce la puissance de sa prise en charge intégrative du capital santé de la peau par une large gamme Biocosmécétique : formules ultra concentrées, naturelles, sensorielles, clean pour la peau et l'environnement (100% sans huile de palme et dérivés). De véritables prescriptions qui personnalisent des soins sur mesure et éthiques pour une jeunesse infusée.

THĒMAĒ s'engage pour une beauté-santé responsable de l'intérieur et de l'extérieur.





# Accor renforce sa position sur le bien-être avec son programme Health to Wealth

En tant que leader mondial de l'hôtellerie, Accor souhaite renforcer sa position sur le bien-être, en lançant le programme de podcasts « Health to Wealth » qui réunit des dirigeants, des entrepreneurs, des décideurs et des experts en santé pour partager des idées et expériences afin d'explorer l'état actuel du secteur du bien-être et les grands enjeux sociétaux.

## UNE SÉRIE DE PODCASTS PORTÉE PAR DES PENSEURS D'AVANT-GARDE

LA SÉRIE DE PODCASTS Health to Wealth a été imaginée par l'équipe en charge du bien-être chez Accor et réalisée par la société Well Intelligence, groupe international de conseil aux entreprises basé au Royaume-Uni. Dirigé par Anni Hood, Well Intelligence partage avec les entreprises sa connaissance des marchés, les conseille dans l'élaboration de programmes bien-être performants, et les aide à faire évoluer leur mission afin d'améliorer la santé des populations. Au programme des podcasts Health to Wealth : Saasha Celestial-One met en avant sa réponse, locale et concrète, à la problématique des déchets alimentaires. Wim Hof y parle de l'accès à la santé pour tous et du pouvoir de la respiration. Manuel Muñiz développe le thème des technologies, de leurs impacts et des opportunités stratégiques qu'elles présentent, tandis que Kate Cook explique pour sa part les bienfaits de la santé nutritionnelle sur les performances de l'entreprise.

À découvrir aussi, Thierry Malleret : le bien-être, l'évolution des valeurs et des forces macroéconomiques mondiales. Oli Patrick et Harry Jameson : forme physique, résilience et lutte contre le stress. Olaf Blanke : comment la perception de notre corps s'explique par les neurosciences. Mais aussi, Julian Ranger : pourquoi chacun devrait se préoccuper de ses données personnelles ; Allie Burns sur l'investissement dans les entrepreneurs qui peuvent avoir un impact social ou encore Ali Parsa : la médecine virtuelle et la révolution de l'IA en matière de santé.

La série se conclut avec Emlyn Brown, vice-président du bien-être chez Accor, à l'origine du projet Health to Wealth. Dans cet épisode, il nous explique pour quelles raisons Accor s'est lancé dans cette série de podcasts, notamment afin de démocratiser le bien-être pour en faire une notion moins exclusive et plus personnelle dans laquelle tout le monde peut s'engager. Emlyn y aborde la question de la nature holistique du bien-être, une notion personnelle, mais aussi sociale et planétaire, à la croisée des différentes dimensions du bien-être, de la technologie à la santé, au fitness et à la nutrition.

## Accor reinforces its position at the forefront of wellbeing with its new programme Health to Wealth

The leading hospitality group Accor has reinforced its position at the forefront of wellbeing by launching the series of "Health to Wealth" podcasts to explore the current state of wellbeing and the defining issues of our time.

The series of podcasts Health to Wealth was imagined by the Accor wellbeing team and curated by Well Intelligence, a business advisory led by Anni Hood. The series features thought leaders and experts such as: Wim Hof on democratic access to health and the power of breath, Kate Cook on the impact of nutritional health on business performance, Olaf Blanke on how our body sense is governed by neuroscience, and Ali Parsa on virtual doctors and the AI revolution in healthcare. The series ends with Emlyn Brown, VP of Global Wellbeing at Accor, who is responsible for launching the Health to Wealth programme. In this episode, he talks about why Accor decided to commission this series of podcasts, in particular how it intends to help democratise the notion of wellbeing and take it from an exclusive aspiration to something more personal with which everyone can engage.

**SNOW**  
Group

LA SOLUTION SUR-MESURE  
DU WELLNESS, DU SPA  
ET DE LA BEAUTÉ



—  
20 PAYS  
60 SPAS GÉRÉS EN PROPRE  
800 SPAS PARTENAIRES  
600 COLLABORATEURS  
4000 PRATICIENS FORMÉS PAR AN  
3 MARQUES  
1 LABORATOIRE  
1 BUREAU D'ÉTUDES

RETROUVEZ-NOUS DU 7 AU 8 NOVEMBRE 2022  
AU SALON EQUIPHOTEL HALL 7.3 | ALLÉE M STAND 8

CINQ MŌNDES  
PARIS

Algotherm

DEEP  
NATURE

WWW.SNOW.FR

## SPA MANAGEMENT

SNOW GROUP gère des spas et centres de bien-être dans le monde entier, au bord de la mer, dans les montagnes ou en plein cœur des villes. Forts de cette expérience, nous proposons différents types de contrats adaptés aux attentes de chaque lieu et de chaque porteur de projet.



## CONSEIL

Nous mettons l'expérience d'un réseau de spas au service de nos partenaires en leur proposant des solutions sur-mesure. Notre but est de concevoir des spas et équipements pertinents, fonctionnels et rentables. Nous travaillons en effet de manière indissociable le programme, le plan et le business plan.

## FORMATION

Une équipe dédiée aux trois marques du groupe dispense dans ses centres à Paris, Caen et Chamonix des formations sur tous les aspects du métier, depuis les soins jusqu'à la vente et la gestion de spas. La clé de votre succès!

## COSMÉTIQUE

Nous développons, fabriquons en France et distribuons en direct 3 marques, Algotherm, Deep Nature, et Cinq Mondes aux positionnements complémentaires qui nous permettent de satisfaire tous les besoins, toutes les destinations et tous les projets. Ces marques proposent des histoires inspirantes et des parcours clients complets, grâce aux protocoles de soin hauts de gamme issus de nos produits experts.





« Health to Wealth donne une nouvelle dimension à notre mission, en réunissant un groupe de penseurs porteurs de changement. »

**EMLYN BROWN**  
VP Wellbeing Luxury  
& Premium Brands



**Infos**

[healthtowealthbyaccor.com](http://healthtowealthbyaccor.com)

## OSER RÉINVENTER LE WELLNESS

Avec ce programme Health to Wealth, Accor a compris l'importance du Wellness dans son offre et l'intérêt de produire une proposition originale et diversifiée, en espérant que la distinction se fera clairement entre le Spa et la Thalasso, deux secteurs bien-être qui présentent certes des points communs mais aussi leurs spécificités. Comme le souligne Emlyn Brown : « 80 % de nos clients cherchent à améliorer leur santé et leur bien-être au quotidien. » Un sujet déjà en réflexion depuis plusieurs années puisqu'une étude avait été lancée en 2018 afin de mieux appréhender les évolutions du secteur.

En effet, le bien-être prend de plus en plus d'importance, c'est devenu une priorité pour les individus, transformant leur modes de vie et leurs attentes pour eux-mêmes et leurs proches. Travailler et vivre dans une société plus saine et plus épanouie est désormais un objectif commun. Placer le bien-être au centre de nos préoccupations est en effet un choix conscient et une réponse au monde tel que nous le connaissons : ce n'est plus seulement une tendance mais un mouvement plus profond, renforcé par la pandémie. Indéniablement, le bien-être est plus que jamais un enjeu stratégique et un accélérateur de business pour l'hôtellerie, particulièrement aux lendemains de la pandémie de la Covid-19 qui a été un révélateur du besoin de Wellness dans notre quotidien. Un sujet qui fera d'ailleurs l'objet d'une table ronde à EquipHotel, du 6 au 10 novembre prochain, à Paris Porte de Versailles.

Pour conclure, « Health to Wealth » vaut d'être écouté ne serait que parce que le programme souligne l'importance d'intégrer le bien-être dans tous les aspects de la vie quotidienne et des affaires, pour les industries, les entreprises et les individus, de quoi ouvrir la réflexion. La série sera suivie d'un défi de start-up entrepreneuriale à Paris en collaboration avec VivaTech, et d'un livre blanc sur la santé psychologique et physiologique, la structure sociétale et la responsabilité, les changements mondiaux, les réponses et les prédictions.

With the Health to Wealth programme, Accor has understood the important role Wellbeing plays in hospitality and the relevance of creating an original and diversified offering; our hope is that there will be a clear difference between Spa and Thalassotherapy, two sectors sharing a high degree of commonality, but each with many specific characteristics. Wellbeing is becoming increasingly important; it has become a priority for individuals, transforming their lifestyles and their expectations for both themselves and their loved ones. Living and working in a healthier, happier society has now become a common pursuit. Putting wellbeing at the centre of our concerns is indeed a conscious decision, in response to the world we live in today: it is no longer a fad or trend but a deep shift, bolstered by the pandemic.

To conclude, "Health to Wealth" is definitely worth listening to, as the programme truly highlights the importance of integrating wellbeing into every aspect of our daily lives and business, for industries, companies and individuals, providing a wealth of healthy food for thought.



# Master Wellness Management

Voyage pédagogique à Paris pour les étudiants du Master 2



## Infos

[master-wellness-management.com](http://master-wellness-management.com)

Au terme de 2 années d'études sur les bancs de l'Université de Strasbourg et en alternance dans différentes structures professionnelles, les étudiants du Master Wellness Management sont allés 3 jours à la découverte d'entreprises exceptionnelles à Paris.

ILS ONT TOUT D'ABORD ÉTÉ ACCUEILLIS à l'hôtel Four Seasons Georges V (*notre photo*) où les étudiants ont eu une présentation globale de l'hôtel et de son fonctionnement, la visite d'une chambre, d'une suite ainsi que du Spa. Le responsable de la formation, Julien Pierre, a également tenu à emmener ses étudiants dans une structure de coworking, Morning, place de la Concorde où ils ont pu découvrir l'organisation de ce lieu de travail de standing et visiter les locaux.

Pour compléter ce programme, une demi-journée a été consacrée à la découverte de l'Usine, un club de sport de prestige. Le co-fondateur et directeur Patrick Joly a partagé son expérience lors de la visite de deux centres situés à l'Opéra et à Saint-Lazare. Pour finir, le voyage s'est clôturé avec la découverte de Wave in Paris, un espace regroupant des terrains de squash proposés à la location et une vague artificielle. Guidés par Stan Faivre (co-fondateur et directeur), les étudiants ont été surpris par cette

structure originale et ont pu en comprendre le fonctionnement, ainsi que tester l'activité. « *Au final, les étudiants ont pu clôturer leurs études au sein du Master Wellness Management sur une note exceptionnelle, tant au niveau des apprentissages que des émotions, grâce à des structures de qualité et des intervenants généreux* », conclut Julien Pierre.

## Master Wellness Management, Master degree students go on a study trip to Paris

At the end of their 2 years of study at Strasbourg University, the Master in Wellness Management students went on a 3-day trip to Paris where they were able to discover some exceptional companies.

They were first welcomed at the Four Seasons George V where students attended a presentation about the hotel and its operations, visited a guest room, a suite and the Spa. The head of the postgraduate course, Julien Pierre also integrated new ways of working into the trip, with a visit to the Morning coworking space on Place de la Concorde.

To complete the itinerary, a half-day was dedicated to visiting L'Usine, a premium fitness centre. Finally, the trip finished with the discovery of Wave in Paris, a centre that offers squash courts to hire and an artificial wave.



« Le Groupe France Thermes souhaite créer un resort thermal & touristique à forte personnalité à Vittel. »

**SYLVAIN SERAFINI**  
PDG France Thermes

## France Thermes

exploitera les thermes de Vittel en 2023

À LA SUITE D'UN APPEL D'OFFRE INITIÉ FIN 2021, le Conseil Municipal de Vittel du 7 juillet 2022 a retenu le groupe France Thermes comme futur concessionnaire pour 20 ans à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2023. Le contrat a pour objet la préservation, la modernisation, le gros entretien-renouvellement, la maintenance et l'exploitation commerciale de l'établissement thermal et du Spa de la ville de Vittel. Au moyen d'un programme ambitieux de restructuration de l'établissement thermal, le groupe France Thermes a proposé de mettre en œuvre un projet de développement qui vise à accroître l'attractivité, l'emploi et la fréquentation de la station thermale de Vittel. En complément du contrat de concession passé avec la ville de Vittel, d'autres éléments viendront enrichir l'offre des thermes et sont en cours de finalisation par le groupe France Thermes. Batis autour d'une stratégie partenariale unique afin de créer à Vittel une offre et un positionnement novateur, ils seront intégralement dévoilés cet automne. À suivre...

## France Thermes will be operating Vittel's balneotherapy resort in 2023

Following a call for tenders that was launched at the end of 2021, Vittel City Council, after deliberations on 7<sup>th</sup> July 2022, announced it had chosen the France Thermes group as the future concession holder for a duration of 20 years commencing 1<sup>st</sup> January 2023. The agreement covers the conservation, modernisation, structural maintenance-renovation, general maintenance and economic operation of Vittel's balneotherapy centre and Spa. In addition to the concession agreement signed with the town of Vittel, other elements will expand the balneotherapy offering and are currently being finalised by the group France Thermes, to create an innovative offering and positioning in Vittel. They will be revealed this autumn.



# MARIA GALLAND

PARIS



## L'EXCELLENCE POUR VOS CLIENTS

La chorégraphie du soin.

Une expérience unique pour révéler l'énergie et libérer la beauté.

Offrez un moment de voluptueux confort aux peaux sèches avec NUTRI'VITAL.

Pour en savoir plus, contactez nos experts par email  
à [info@maria-galland.fr](mailto:info@maria-galland.fr).

**EQUIPHOTEL** PARIS  
THE HOSPITALITY & FOOD BUSINESS PLACE  
6-10 NOV. 2022

RETROUVEZ-NOUS PAV.7.3 - STAND P022

L'ÉNERGIE DE LA BEAUTÉ

INNOVATION

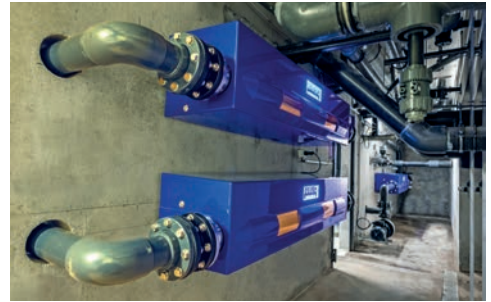


[mariagalland.com](http://mariagalland.com)





De nombreuses années de R&D ont été nécessaires pour mettre au point cette technologie novatrice. La mise en œuvre de cette e-biotechnologie s'effectue par l'installation des machines Sublio dans les locaux techniques des bassins et sur les circuits des eaux de soins des Cures Thermales, des Thalassothérapies, des Balnéothérapies et des Spas.



# La technologie Sublio s'installe aux Thermes de Balaruc-les-Bains

Les Thermes de Balaruc-les-Bains, 1<sup>er</sup> établissement thermal de France en termes de fréquentation, situé dans le département de l'Hérault, noue un partenariat technologique avec la startup deeptech Sublio. Cette pépite française a développé une e-biotechnologie de rupture inédite d'hyperionisation des eaux : ce procédé unique permet à celles-ci d'acquérir naturellement de nouvelles propriétés thérapeutiques qui décuplent puissamment leurs bienfaits. Une première dans l'univers du Thermalisme...

SUBLIO A DÉVELOPPÉ un procédé breveté 100 % naturel de « montée en hyperionité » des eaux. « Sous l'effet de ce véritable booster e-biotechnologique, Sublio octroie aux eaux de puissantes propriétés et caractéristiques thérapeutiques inédites », comme le souligne Frédéric Esnault, président-fondateur de Sublio France et inventeur de la technologie Sublio.

Le bénéfice est double : d'une part, l'eau hyperionisée par Sublio réduit rapidement les problèmes de peau tout en la rajeunissant activement par la consolidation et la réparation en profondeur de sa barrière cutanée. D'autre part, l'effet Sublio maximalise rapidement la pénétration intradermique en masse et en profondeur des principes actifs utilisés en dermocosmétique. Ainsi, dans le thermalisme, en plus de la réparation active de la barrière cutanée, Sublio initie un principe d'action extraordinaire permettant de décupler le transfert osmotique intracutané des oligo-éléments. La technologie révolutionnaire de Sublio permet ainsi de redistribuer à l'ensemble du corps les oligo-éléments dont les retentissements hautement profitables sur la barrière immunitaire ne sont plus à démontrer.

Convaincus par les résultats très probants des études par deux laboratoires d'excellence qui ont qualifié le procédé d'hyperionisation unique de Sublio, les Thermes de Balaruc-les-Bains ont déployé cette nouvelle e-biotechnologie dans leur piscine thermique dédiée au bain en immersion pour les curistes en rhumatologie. « La durée du soin et ses caractéristiques permettent aux curistes de profiter pleinement des effets esthétiques et thérapeutiques prodigués par Sublio grâce à l'efficacité décuplée de notre eau thermale », commente Paul-François Houvion, Directeur Général des Thermes de Balaruc-les-Bains.

Pour aller encore plus loin, une étude observationnelle est en cours auprès des clients des Thermes de Balaruc-les-Bains afin d'évaluer les effets thérapeutiques de ce système hautement innovant. À suivre...

## Sublio's technology for balneotherapy arrives at the Thermes de Balaruc-les-Bains

Thermes de Balaruc-les-Bains, France's most-visited balneotherapy centre located in the Hérault department, has taken a move towards technology by joining forces with the deep tech

startup Sublio. This gem of a French startup has developed unparalleled, disruptive e-biotechnology for water hyperionisation: a unique process that allows water to naturally gain new therapeutic properties, vastly increasing the water's benefits.

The benefit is twofold: firstly, by strengthening and repairing the skin barrier, the water hyperionised by Sublio rapidly reduces skin issues and actively rejuvenates the skin. Secondly, the Sublio effect also rapidly maximises, both in quantity and in depth, the intradermal delivery of active ingredients used in dermo-cosmetics.

To go even further, an observational study is in progress with the participation of Thermes de Balaruc-les-Bains clients, in order to evaluate the therapeutic effects of this highly innovative system.



« Sublio est un procédé 100 % naturel qui crée une eau hyperionique qui répare et fortifie activement la barrière cutanée. »

**FRÉDÉRIC ESNAULT**  
Président-fondateur  
de Sublio France

**POUR SES 60 ANS,  
ALGOTHERM  
RENFORCE  
SON EXPERTISE  
EN DERMATOLOGIE  
ESTHÉTIQUE.**

**DÈS 7 JOURS\***

La peau est plus ferme, les rides sont lissées.

**DÈS 14 JOURS\***

La peau est redensifiée. Le teint est éclatant de vie. Les contours du visage sont plus nets. L'apparence des taches est dissipée.

**CRÈME DE  
VIE MARINE**

COMPLEXE BREVETÉ  
ALGOGÈNE<sup>[4]</sup>

ACTIF INFRA-SKIN

**ACTION ANTI-ÂGE GLOBALE**



**Algotharm**

**LA COSMÉCEUTIQUE MARINE**

\*Déclaratifs du test d'usage réalisé par un laboratoire indépendant sur 32 volontaires après l'utilisation biquotidienne de la Crème de Vie Marine pendant 28 jours. Résultats obtenus dès 7 jours et dès 14 jours.

# Nominations

Caroline Mahé-Léa apporte à ce nouveau poste, sa riche expérience acquise ces 20 dernières années, dans l'hôtellerie et le Wellness.



## Caroline Mahé-Léa prend la direction générale du groupe Thalgo UK

Fin juillet, Caroline Mahé-Léa a été promue à la tête du groupe Thalgo UK en tant que directrice générale, succédant ainsi à Marian Harvey partie en retraite. Travaillant désormais à Londres, Caroline sera chargée de soutenir les partenaires Spa de la marque tout en renforçant la notoriété de la marque en Angleterre.

CAROLINE MAHÉ-LÉA COMMENCE SA CARRIÈRE en 2003 à Paris, en tant que réceptionniste, puis commerciale avant de prendre le poste de responsable des ventes internationales. En 2008, Caroline s'installe en Bretagne où elle devient directrice des ventes et du marketing au Miramar Crouesty, maintenant connu sous le nom de Miramar La Cigale. C'est là où elle découvre la thalasso, une passion qui ne la quittera plus. En 2015, elle rejoint le groupe Thalgo en tant que directrice générale de la thalassothérapie de Concarneau. Un challenge réussi qui lui vaut de prendre la direction en 2018, de deux autres établissements Thalgo : la Villa Thalgo à Paris et la Thalasso Spa Les Issambres dans le sud de la France. Caroline y amènera ses qualités de management mais aussi d'organisation, en redéveloppant l'offre de soins et en intégrant de nouveaux process. Autant de qualités humaines et professionnelles, unanimement reconnues par la profession qui lui valent en 2021 d'être nommée à la présidence de Thalasso Bretagne. Initiée en 2005 par le CRT Bretagne et les professionnels de la thalasso, ce regroupement de 15 thalassos bretonnes a pour vocation la promotion et le développement de la notoriété de la thalasso en Bretagne, région phare de ce secteur.

Ce nouveau poste est aussi un challenge pour Caroline Mahé-Léa qui succède à l'emblématique Marian Harvey, qui a occupé ce poste durant 38 ans. Mais nul doute qu'elle saura le relever avec toutes les compétences et l'élégance qui caractérisent cette femme remarquable.

## Caroline Mahé-Léa joins the Thalgo UK group as director

Caroline Mahé-Léa was promoted to head the Thalgo UK group at the end of July and has taken over the role as general manager after Marian Harvey's retirement. Now working out of London, Caroline will be responsible for supporting Spa partners and strengthening the brand's reputation in the UK.

Caroline Mahé-Léa began her career in Paris in 2003, first as a receptionist then sales representative before taking up the position of international sales manager. In 2008, Caroline moved to Brittany where she became sales and marketing manager at Miramar Crouesty, now known under the name of Miramar La Cigale. This is where she discovered an enduring passion for Thalassotherapy. In 2015, she joined the Thalgo group as general manager of the Concarneau Thalassotherapy resort. This mission was so successfully accomplished that Caroline went on to direct two other Thalgo establishments: Villa Thalgo in Paris and the Les Issambres Thalasso Spa. Her abundance of people and professional skills, which are universally acknowledged by the industry, contributed to her being named as President of the Thalasso Bretagne association in 2021.



# LES THERMALIES

LE SALON DE L'EAU & DU BIEN-ÊTRE



**19-22 janvier 2023 • PARIS**  
**CARROUSEL DU LOUVRE**

THALASSO  
THERMALISME  
SANTÉ  
SPA  
BALNÉOTHÉRAPIE DESIGN  
WELLNESS

**SALON INCONTOURNABLE  
POUR PROMOUVOIR ET VENDRE  
VOS CURES, PRODUITS ET SOINS**



#LesThermalies2023

Tél. : 01 77 37 63 46  
commercial@thermalies.com  
**www.thermalies.com**

**Spas**  
Organisation



## Angélique Le Jeune

Nouvelle directrice Spa Source et Pavillon des Sources La Roche-Posay

DEPUIS LE 1<sup>ER</sup> AOÛT, au sein du centre thermal de La Roche-Posay, 1<sup>ère</sup> station thermale d'Europe en dermatologie, Angélique Le Jeune occupe le poste de Directrice Spa Source et Pavillon des Sources.

Après des études pluridisciplinaires dans le milieu de l'esthétique, du management et de la communication, Angélique parfait son parcours en 2021, en parallèle de son travail, avec l'obtention d'un diplôme de responsable d'établissement touristique. Rapidement, elle intègre l'environnement exigeant de l'hôtellerie de luxe et des Spas thermaux haut de gamme. Dans différents Spas de luxe à Val d'Isère, en Corse, mais aussi à l'étranger en Irlande, et au sein d'établissements thermaux à Vichy, Neris-les Bains, Balaruc-les-Bains et désormais La Roche-Posay. Par son parcours, elle s'est forgé une solide expérience dans la création et la restructuration d'entreprise. Travailleuse déterminée, dynamique, c'est une femme qui aime les défis avec plusieurs palmarès à son actif : double championne de France en massage ainsi que le 1<sup>er</sup> prix talent beauté Beauty Forum. Elle sait accompagner et faire progresser ses équipes en apportant son savoir-faire et son savoir-être.

Angélique Le Jeune has, since 1<sup>st</sup> August, occupied the position of Director of Spa Source and Pavillon des Sources at the La Roche-Posay thermal centre, Europe's leading Dermatological thermal resort.

After cross-disciplinary studies in the field of beauty, management and communications, Angélique joined the demanding environment of the luxury hotel industry and upmarket thermal Spas working in various luxury Spas in Val d'Isère, Corsica and abroad in Ireland, and Thermal establishments in Vichy, Neris-les-Bains, Balaruc-les Bains and now La Roche-Posay.

## Nathalie Martin

Nouvelle directrice générale de Roz Marine Thalasso Resort Perros-Guirec

DEPUIS LE 1<sup>ER</sup> SEPTEMBRE, Nathalie Martin a pris ses fonctions de directrice générale du très attendu Roz Marine Thalasso Resort Perros-Guirec, dont l'ouverture est prévue fin 2022, début 2023.

Après des études supérieures de commerce, Nathalie débute sa carrière dans la communication en tant que responsable marketing du groupe IKKS. Sa carrière dans notre secteur débute en 2007 lorsqu'elle est recrutée par Martial Denêtre en tant que responsable marketing et communication de la Thalasso de Pornic, où elle travaillera ensuite aux côtés de Marie-Noëlle Veillet-Berry jusqu'en 2015. Nathalie rejoint La Baule en 2016 pour prendre la direction du tout nouveau Rivage Thalasso & Spa, où elle organisera l'ouverture en amont mais aussi le développement commercial ainsi que le management d'une équipe de 18 personnes. Femme de challenge et excellente communicante, Nathalie Martin sera une parfaite ambassadrice pour ce nouvel établissement.

On 1<sup>st</sup> September, Nathalie Martin took up her role as general director of the highly anticipated Roz Marine Thalasso Resort Perros-Guirec, the opening of which is scheduled for the end of 2022, beginning of 2023.

After graduating in business management, Nathalie started her career in communications as marketing manager for the IKKS group. Her career in our sector began in 2007 when she was appointed by Martial Denêtre as marketing and communications manager for the Thalasso resort in Pornic where she worked until 2015. Nathalie then went on to take the helm at the new Rivage Thalasso & Spa in 2016.



## Nominations



## Vanessa Théodet

Nouvelle directrice de la Thalasso & Spa du Relais Thalasso Pornichet Château des Tourelles

DEPUIS le 1<sup>er</sup> juin, Vanessa Théodet a pris la direction de la Thalasso & Spa du Relais Thalasso Pornichet Château des Tourelles. Passionnée de la peau, de l'être humain et de la psychologie, Vanessa débute sa carrière aux Pays-Bas en tant que professeur d'esthétique en biologie et en technique de massages du monde. Elle rejoint la France en 2004 pour occuper un poste plus opérationnel en tant que responsable d'accueil au Spa de La Roche Posay, avant de revenir au Pays-Bas en 2007 comme Spa manager du Medi Spa Bergman. Exigeante et rigoureuse, elle est repérée par Yves Rocher qui lui propose le poste de manager qualité mais la France lui manque. En 2012, le Spa Source La Roche Posay vient d'ouvrir, fraîchement rénové et agrandi, elle y occupera le poste de Spa manager jusqu'en mai 2022, y compris après le rachat de celui-ci par L'Oréal en 2019. En parallèle de ce poste, elle suit en 2021 une formation MBA management et elle se spécialise actuellement en médecine chinoise.

On 1<sup>st</sup> June, Vanessa Théodet took over as director of the Thalasso & Spa at the Relais Thalasso Pornichet Château des Tourelles. Vanessa began her career in the Netherlands as a beautician teacher and then, in 2004, came to France to work as front desk manager at the La Roche Posay Spa before returning to the Netherlands in 2007 to take up the position of Spa Manager at the Bergman Medi Spa. In 2012, when the Spa Source La Roche Posay opened after renovations and extensions, she was appointed Spa Manager and worked there until May 2022, during which time the establishment was taken over by L'Oréal in 2019.



Perlucine  
cosmétique naturelle

# OFFREZ UNE EXPÉRIENCE *cosm'éthique chic* à vos clients

## Coffret de 5 produits d'accueil :

- 1 poudre de douche 4g
- 1 poudre de shampoing 3g
- 1 poudre de dentifrice 3g
- 1 poudre lavante visage 3g
- 1 poudre lavante mains 3g



Contact commercial  
Sophie Boutigny  
amenities@aquatonale.com  
02 30 27 02 48

**EQUIPHOTEL** PARIS

THE HOSPITALITY & FOOD BUSINESS PLACE

6-10 NOV. 2022

RETROUVEZ-NOUS PAV.7.3 - STAND P006

[www.perlucine.fr](http://www.perlucine.fr)

FABRIQUÉ EN FRANCE



# Thermalies 2023, Zoom sur le salon incontournable de la santé et du bien-être par l'eau

Les Thermalies Paris sont un rendez-vous incontournable, tant pour les établissements qui présentent leurs nouveautés et proposent des séjours Wellness à tarifs attractifs que pour les fournisseurs du secteur qui rencontrent à la fois les professionnels mais aussi la presse toujours très nombreuse sur ce salon. Karelle Geyer, event manager des Thermalies, nous dévoile les nouveautés 2023.

Pour l'édition 2023, les Thermalies Paris se dérouleront du 19 au 22 janvier au Carrousel du Louvre. En plus des 7 pavillons thématiques historiques - Thalasso France, Sources Thermales, Évasion Spa, Balnéothérapie design, Services, Destinations d'ailleurs et Anti-aging/soins - le Salon proposera également une Zone Europe avec un coup de projecteur sur les destinations européennes fortement demandées par les visiteurs. La Zone Tourisme présentera une offre de voyages avec des villages vacances, séjours seniors et autres activités touristiques. Enfin, la Zone Détente dévoilera un espace de repos où les visiteurs pourront se détendre en s'informant sur des établissements, des soins ou des régions.

Tout comme en 2022, les Jeudis Thermalies sont reconduits. Ce rendez-vous online, uniquement disponible sur le site web Thermalies Paris, permettra de traiter, une fois par mois, des thématiques fortes et d'actualité via par des experts. « *Un moment de découvertes et de bien-être pour maintenir le contact avec les Thermalies et ses exposants toute l'année* », explique Karelle Geyer.

Dans une société qui sort à peine de deux ans de restrictions sanitaires, les Français ont plus que jamais envie de bien-être. Preuve en est avec la dernière étude de France Thalasso sur la perception de la thalassothérapie, qui démontre que la grande majorité des Français reconnaissent le lien très spécial qu'ils entretiennent avec la mer qui apparaît comme une source inépuisable de bien-être : ressourcement, évasion, apaisement, relaxation, remise en forme, etc. Dans ce contexte, la thalassothérapie attire plus que jamais, notamment les jeunes qui veulent se faire du bien.

belles perspectives pour le deuxième semestre. Au cœur de ce marché très dynamique, le Salon des Thermalies, plus que jamais, devient un acteur fédérateur faisant de ce rendez-vous, le salon n°1 des professionnels de la santé et du bien-être par l'eau.



« Les Thermalies sont un rendez-vous incontournable pour promouvoir vos soins et vos produits auprès d'un visitorat haut de gamme. »

**KARALLE GEYER**  
Event Manager Thermalies

27 000

visiteurs aux  
Thermalies Paris

27 000 visitors to  
Thermalies Paris

80 %

des visiteurs  
effectuent des  
achats sur le salon

80% of visitors  
made purchases  
at the trade fair

1130 €

panier moyen

€1,130  
average basket

## Thermalies 2023, focus on the go-to trade fair for health and wellness through water

Thermalies Paris is an event on everyone's agenda, not only for establishments presenting their latest offerings and wellness trips at highly attractive prices, but also for the sector's suppliers who are able to meet both professionals and members of the press, who are always present in large numbers at this trade fair. Karelle Geyer, Thermalies event manager, brings us up to speed on new features to look forward to in 2023.

The 2023 edition of Thermalies Paris will take place from 19 to 22 January at the Carrousel du Louvres. In addition to the usual 7 themed pavilions – Thalasso France, Thermal Springs, Evasion Spa, Balneotherapy Design, Services, Breakaway Destinations and Anti-ageing/Treatments – the Trade Fair will also have a Europe Zone where the spotlight will be thrown on European destinations in great demand by visitors. The Tourism Zone will present offerings of trips with holiday villages, holiday trips for seniors and other tourist activities. Finally, the Relaxation Zone will unveil a space to rest where visitors will be able to relax while finding out about the different establishments, treatments and regions. As in 2022, Thermalies Thursdays will once again be a key feature. This online meeting, only available on the Thermalies Paris website, will enable issue-based themes and current affairs to be discussed once a month by experts. The Thermalies Trade Fair is, now more than ever before, the n°1 trade fair for professionals working in the field of health and wellness through water.





LF

LA MÉTHODE  
LAËTITIA FONTANEL

L'alliance du traditionnel  
et de la performance



Combinant techniques traditionnelles, gestes exclusifs et technologies à la pointe, le **soin sur mesure de La Méthode Laëtitia Fontanel est une expérience personnalisée hors du commun** où chaque détail est conçu pour la beauté et le bien-être du corps et de l'esprit.

[contact@isis-group.fr](mailto:contact@isis-group.fr)  
[www.isis-group.fr](http://www.isis-group.fr) - [www.lamethodelaetitiafontanel.com](http://www.lamethodelaetitiafontanel.com)



# EquipHotel, zoom sur la très attendue édition 2022

Après quatre ans d'absence en présentiel, EquipHotel, le salon bisannuel de référence dans l'univers du CHR, revient enfin du 6 au 10 novembre, à Paris Porte de Versailles. Une édition sous le thème de « *L'Hospitalité engagée* » qui sert de fil rouge aux 4 univers du salon : Foodservice – Technologie & Services – Design – et bien entendu le Bien-Être.

Tour d'horizon des temps forts de cette édition 2022 avec un focus plus particulier sur la zone Wellness qui s'est encore agrandie cette année, avec de nombreux nouveaux exposants.

La thématique transversale de cette édition 2022 : « *L'Hospitalité engagée* » répond aux nouvelles exigences des clients mais aussi à celles du secteur. Une manière aussi d'aborder de nouvelles perspectives pour les professionnels du CHR dans l'ère post-covid qui les a si lourdement impactés.

En effet, si les habitudes changent, les comportements aussi. En 2022, hôtels et restaurants deviennent des lieux de vies. Le mot « vie » est volontairement mis au pluriel car la clientèle attend, de la part des professionnels, des espaces non plus seulement pour dormir, déjeuner ou dîner, mais aussi pour travailler, se réunir, créer, se détendre, s'amuser, se ressourcer, s'immerger dans une culture ou une nature de proximité. Il faut donc s'adapter, faire preuve d'agilité, habilité, flexibilité, s'engager pour mieux coller aux envies de clients aux profils aussi variés que leurs besoins. Des clients de plus en plus sensibles aux terroirs, territoires, spécificités locales et autres circuits courts. Ils plébiscitent les dynamiques plus respectueuses de l'environnement. Bicyclettes, véhicules électriques, produits bio, économies d'énergies sont autant de nouveaux points forts pour un établissement, expérience client oblige. « *Aujourd'hui, les clients veulent être surpris par une ambiance, une décoration, un univers, bluffés par des services de plus en plus personnalisés, mais surtout choyés, attendus, écoutés. Accueillir, recevoir, partager, transmettre... telles sont les clés de l'hospitalité* », commente Béatrice Gravier, directrice du salon.

Quant à l'expérience du salarié, elle aussi devient une priorité. Attractivité, bien-être au travail, rémunération, esprit d'équipe, inclusion, fidélisation, sont au cœur de l'organisation et de la bonne marche d'un hôtel. En 2022, recruter, c'est aussi s'engager. Surtout à l'heure où l'on parle de 300 000 postes à pourvoir dans le secteur du CHR.



« La profession a envie de se retrouver pour échanger et pour multiplier les retours d'expériences. »

**BÉATRICE GRAVIER**  
Directrice du salon EquipHotel

## EquipHotel, spotlight on the highly anticipated 2022 edition

After a 4-year absence of in-person attendance, EquipHotel, the biennial trade fair setting the standards in the Hotel/Restaurant/Café sector, is back at Paris Porte de Versailles from 6 to 10 November. The theme for this edition is "Conscious Hospitality" and is the common thread between the trade fair's 4 universes: Foodservice, Technology & Services, Design and, of course, Wellness. Here we present an overview of the highlights for this 2022 edition with a more particular focus on the Wellness area, which has again grown this year with the presence of numerous new exhibitors.

The transversal theme for this 2022 edition, "Conscious Hospitality", is a response not only to new expectations from clients but also to those from the sector. It is also a way of addressing new post-Covid opportunities for Hotel/Restaurant/Café professionals who were so heavily impacted by the health crisis. Indeed, if habits change so do behaviours. It is, therefore, important to adapt, to be agile, competent and flexible, and to engage in order to better adhere to the desires of clients whose profiles are as varied as their needs. These clients are increasingly mindful of regions, land, specific local characteristics and short supply chains. They endorse dynamics that are more environmentally-friendly. The employee experience has also become a priority. Drawing power and wellbeing in the workplace, remuneration, team spirit, inclusion and employee retention are central to a hotel's organisation and smooth operation. In 2022, recruitment goes hand-in-hand with commitment.

## UN SALON EN 5 THÈMES

Cette édition 2022 du salon EquipHotel va donc se décliner à travers cinq thématiques « engagées » : le durable, l'attractivité, le digital, l'architecture et le design, ainsi que le bien-être. Des sujets primordiaux pour positionner un établissement et le différencier de ses concurrents. Des sujets primordiaux aussi pour gérer cette sortie de crise sanitaire et économique, répondre aux attentes des professionnels, de leurs salariés et de leurs clients.

Le secteur est en plein renouveau. EquipHotel 2022 souhaite donc donner des clés pour réussir cette mutation. Avec 1 200 exposants français et étrangers représentant 144 pays, une pléiade d'experts, une centaine de conférences, des espaces expérientiels, des débats, des ateliers et autres retours d'expériences, EquipHotel se mobilise durant cinq jours pour trouver des solutions aux problématiques du quotidien des hôteliers et des restaurateurs. « EquipHotel se doit d'être au plus près d'un secteur qui a souffert durant deux ans. C'est notre façon, à nous aussi, de nous engager », poursuit Béatrice Gravier.

Pour incarner cette thématique, l'édition 2022 sera parrainée par Christophe Hay qui a ouvert, en juin dernier, le Relais & Châteaux Fleur de Loire à Blois avec un Spa Sisley (ndlr. : lire SoWMag #22 – Édition Printemps). « Un projet urbain s'inscrivant dans une démarche écoresponsable », comme le Chef doublement étoilé aime à le définir. Avec Fleur de Loire, Christophe Hay incarne l'engagement, avec un parti pris pour le durable, la proximité, mais aussi pour le bien-être au travail et la qualité de vie de ses équipes.

« Être engagé, dit-il, ce ne doit pas juste être de la communication. Il faut de vraies volontés. » C'est le cas à Fleur de Loire. Équipes, fournisseurs, producteurs sont tous sur cette même longueur d'onde. Un concept en phase avec les nouvelles attentes clients puisque l'engagement vis-à-vis de la planète devient un critère pour choisir une chambre d'hôtel ou une table au restaurant. Selon une étude Greet - Opinion Way de mai 2022, « plus de 8 Français sur 10 sont prêts pour l'hôtellerie circulaire ».

## A TRADE FAIR WITH 5 THEMES

This 2022 edition of the EquipHotel trade fair will, therefore, have five "conscious" themes: sustainability, drawing power, digital technologies, architecture and design, and also wellness. These are vital subjects for positioning an establishment and differentiating it from its competitors. Also, vital subjects when it comes to handling recovery from the health and economic crises, meeting the expectations of professionals, their employees and their clients. The sector is undergoing a complete renewal and EquipHotel 2022 wants to provide insights into how to successfully navigate this transformation. Chosen to embody the theme, this 2022 edition will be mentored by Christopher Hay who, in June of this year opened the Relais & Château Fleur de Loire in Blois with a Sisley Spa. With Fleur de Loire, Christophe Hay epitomizes commitment with a firm stance on sustainability, proximity, well-being in the workplace and the quality of life of his teams.



# 113 000

visiteurs lors de la dernière édition en 2018

113,000 visitors at the last edition in 2018

# 1 200

exposants dont certains n'exposent que sur EquipHotel

1,200 exhibitors, some of whom only exhibit at EquipHotel

# 15%

de croissance pour la zone Spa en 2022

15% growth in the Spa area in 2022



**CHRISTOPHE HAY**  
Parrain EquipHotel 2022  
Chef et propriétaire  
Fleur de Loire Hôtel & Spa 5\*

## Des espaces expérientiels à découvrir à EquipHotel pour se projeter dans l'Hospitalité de demain.



Photo de gauche

*La Capsule Signature* by Philippe Coudray : une vision luxueuse et décalée d'une chambre d'hôtel, posée sur une planète imaginaire, permettant de contempler depuis les hublots la planète EquipHotel.



Photo de droite

Le Lounge des Chefs by AW2, baptisé *La Forêt*, est une immersion sensorielle en fusion totale avec le végétal.

Parce que pousser la porte d'un hôtel ou d'un restaurant en 2022 relève de « l'expérience », de l'immersif et de sensations nouvelles, architectes d'intérieur, designers et paysagistes redoublent de créativité pour surprendre, attirer, fidéliser chaque client. Certains d'entre eux ont imaginé des espaces expérientiels à découvrir à EquipHotel.

À commencer par Oscar Lucien Ono et Laurent Mangoust qui se partagent un espace XXL, *Votre Chambre*, où les deux architectes d'intérieur ont mis en scène des impondérables hôteliers et des attentes particulières et parfois singulières des usagers. Chaque espace est identifié par un objet archétypal - le lit, le bain, le bureau, les salons, la table, la coiffeuse - le tout dans une conception écoresponsable. Autre expérience avec Philippe Coudray, inspiré par les multiples vols spatiaux pour milliardaires et l'idée d'un néo-tourisme pour lequel il a imaginé *La Capsule Signature* pour faire rêver les visiteurs à de vacances futures.

Le *Lounge des Chefs* a été confié à Reda Amalou et à Stéphanie Ledoux de l'agence AW<sup>2</sup> (lire article p.93). Espace de rendez-vous, d'échanges et de networking, le *Lounge des Chefs* propose des pauses, événements et animations du premier café du matin jusqu'au cocktail de début de soirée. Baptisé *La Forêt*, ce lounge invite au voyage, conviant le visiteur dans une nouvelle dimension, une nouvelle écologie, où se conjuguent en symbiose le design, la cuisine et la nature. Quant à *La Table Astronomique* by Nicolas Thermed, solaire et futuriste, ce restaurant est pensé de manière concentrique autour d'un soleil rayonnant à l'heure du déjeuner, et d'une lune, onirique, en soirée.

Quant à *La Terrasse* by Pierre-Alexandre Risser, il a imaginé déjeuner et dîner en terrasse, dans une forêt urbaine... La nature a aussi inspiré Thierry Virvaire pour sa mise en scène du Bar VIP qui invite à une immersion dans un domaine fleuri, défiant les saisons.

Enfin, *La Senses Room*, imaginée par Francis van de Wall, présente des solutions, équipements et innovations en faveur des personnes en situation de handicap. L'objectif : faciliter leur accès à l'hôtel et réenchanter leur expérience, une jolie illustration du « design for all ».

Interior architects, designers and landscape architects have created experiential spaces to be discovered at EquipHotel.

Beginning with Oscar Lucien Ono and Laurent Mangoust who are sharing an XXL space, *Votre Chambre*, where the two interior architects have staged some hotelier imponderables and idiosyncratic, sometimes even eccentric expectations of users. Another experience is brought to us by Philippe Coudray, who has designed *La Capsule Signature* to encourage visitors to dream of future holidays.

*Le Lounge des Chefs* has been entrusted to Rea Amalou and Stéphanie Ledoux from the AW<sup>2</sup> Agency. Baptised *La Forêt*, this lounge is an invitation for the visitor to travel to another dimension with new ecology where design, cuisine and nature are symbiotically commingled. As for *La Table Astronomique* by Nicolas Thermed, this restaurant has been set out in a concentric way around a brightly shining sun at lunch time and a dreamlike moon in the evening.

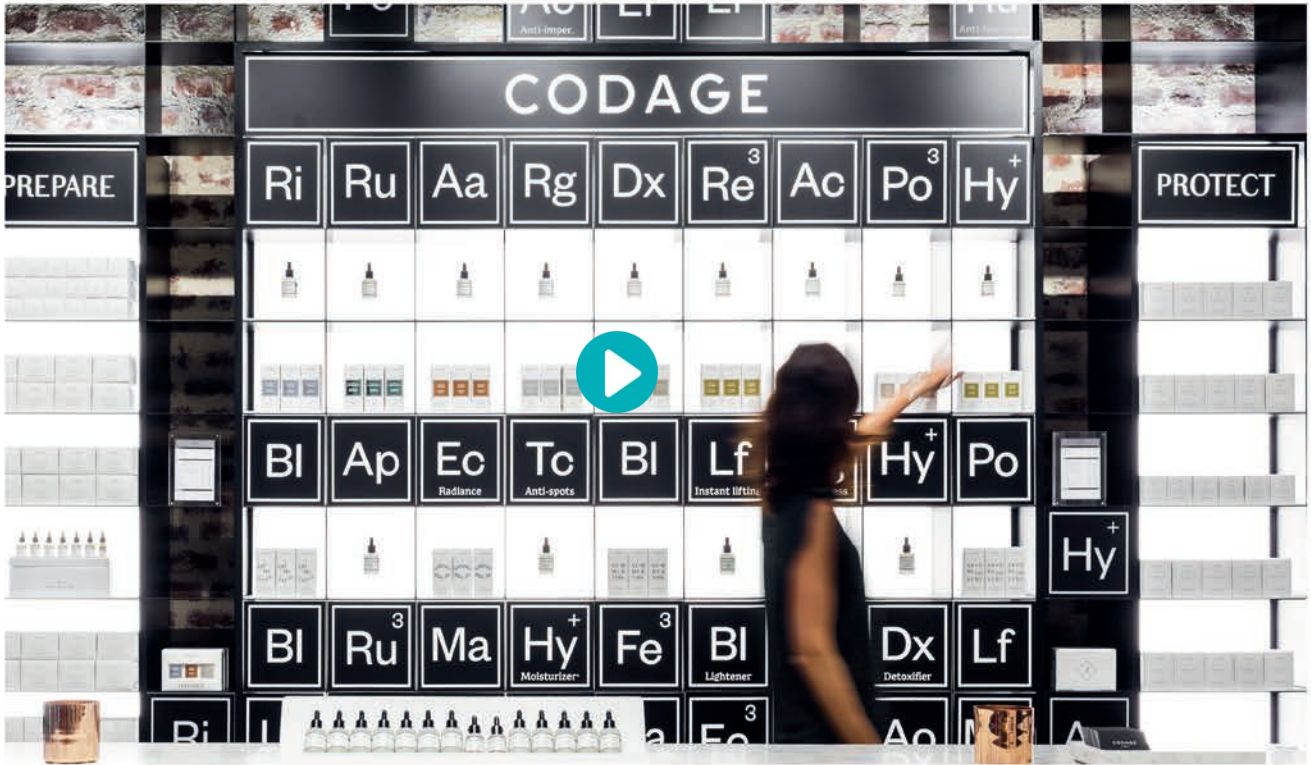
*La Terrasse* by Pierre-Alexandre Risser has been designed to enjoy lunch and dinner on the terrace, in an urban forest. Nature also inspired Thierry Virvaire for his staging of the VIP Bar that immerses visitors in a flowery realm that defies the seasons.

Finally, *La Senses Room*, created by Francis Van de Wall, presents solutions, equipment and innovations of particular interest for people with disabilities.

# CODAGE

## PARIS

LE SOIN EST UNE SCIENCE,  
CODAGE EN EST LA FORMULE.



☑ EFFICACITÉ ☑ TOLÉRANCE ☑ NATURALITÉ

100% made in France, notre Maison de cosmétique contemporaine innovante et responsable, accompagne depuis plus de 12 ans ses partenaires à devenir expert en nutrition cutanée sur-mesure, en techniques de massage et en soins du corps personnalisés.

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



**KIMPTON - AYSLA  
MALLORCA**

*Espagne*



**BORGO  
SAN FELICE**

*Italie*



**FOUR SEASONS  
WASHINGTON**

*Etats-Unis*



**CONRAD  
LOS ANGELES**

*Etats-unis*

## Le Talks Wellness, une mise en scène imaginée par Thierry Virvaire, avec la complicité de partenaires design d'exception.

Pour cette édition 2022, la réalisation du Talks Wellness, l'espace de conférences et de networking que j'aurai le plaisir d'animer de nouveau, a été imaginée par le metteur en scène Thierry Virvaire, décorateur d'intérieur, scénographe et chef de projet pour EquipHotel. Ce large espace ouvert de 130 m<sup>2</sup> se réinvente tout au long de la journée avec une terrasse rafraîchissante et conviviale, lounge au confort étudié des assises, présentant le savoir-faire de sociétés emblématiques aux engagements environnementaux historiques. Designers internationaux en exclusivité, artisanat industriel du patrimoine mondial de l'Unesco, créativité lumineuse végétale et plantes extra-terrestres, s'harmonisent pour évoquer les expertises des Spas des grands établissements hôteliers.

Pour ce projet ambitieux, Thierry Virvaire s'est assuré la complicité de partenaires design capables de répondre à nos partis pris créatifs et engagés. À commencer par *IVC Commercial Belgique*, leader industriel dans le domaine des revêtements de sol écologiques, qui innove sur cet espace en associant des matériaux textiles à des matériaux vinyles.

Les décors panoramiques, véritables immersions dans un paysage de Toscane, ont été créés par *PaperMint*, une marque de décoration murale dont les papiers peints sont produits dans leur atelier parisien.

Pour le mobilier, nous avons la chance de collaborer avec trois partenaires remarquables. À commencer par *Emeco*, le leader historique du mobilier recyclable, mondialement connu grâce à son modèle phare, la chaise *Navy*, et qui fonde son travail sur deux vecteurs : le design et l'écologie. Pour EquipHotel, *Emeco* met en scène sur le Talk Wellness la collection *Truss* désignée par les frères Bouroullec qui sont parmi les quelques designers français dotés d'une renommée internationale. Thierry Virvaire a également choisi de mettre en avant l'artisanat industriel de la jeune marque bosniaque *Zanat*, lancée il y a seulement six ans, qui sculpte des racines remontant à plus d'un siècle. Dépositaire d'un savoir-faire inscrit en 2017 sur la Liste représentative du patrimoine

culturel immatériel de l'humanité de l'Unesco, *Zanat*, qui signifie « Artisanat », innove en associant à cette technique artisanale de sculpture sur bois un design contemporain signé par des designers internationaux. Enfin, dans un tout autre style, notre dernier partenaire mobilier est *Room80 by Hotel Megastore*. Cette société de référence, multi-spécialiste, met son sens du détail au service des hôtels 4, 5 étoiles et plus, en leur proposant une sélection exclusive haut de gamme. Pour le Talks Wellness, notre metteur en scène a sélectionné des meubles et assises au design raffiné, travaillés dans des matériaux nobles : bois, marbre, coton, velours...

Pour théâtraliser les lieux, la lumière est un élément essentiel que Thierry Virvaire a choisi d'exprimer via les créations de la *Maison Forestier*. Depuis sa création en 1992, cette marque française associe l'humain à la culture en proposant des luminaires mêlant design et artisanat. Sur le Talks Wellness, Forestier présentera ses créations axées sur le luxe et le naturel via de sublimes suspensions. Une naturalité que Thierry Virvaire a souhaité aussi exprimer grâce aux spectaculaires luminaires de la collection *Mon Truc en plumes* créée par *Muriel Ughetto*, mêlant plumes, verre et bois léger pour des compositions d'un onirisme majestueux.

Dans la continuité de cette naturalité, pour végétaliser cet espace, nous avons là aussi souhaité amener de l'originalité en faisant découvrir les *Tillandsia*, des plantes présentes essentiellement en Amérique, aux propriétés originales puisqu'elles poussent sur les arbres, roches, fils électriques... et se contentent de l'eau du ciel. Véritables plantes extra-terrestres, elles poussent encore plus vite dans un air pollué. Notre partenaire, *la Pépinière Tillandsia Prod* qui est située dans le sud de la France et possède la plus grande collection de *Tillandsia* d'Europe, a sélectionné des espèces rustiques adaptées au climat français que vous retrouverez sur le Talks Wellness.

Enfin, la mise en scène sonore a été créée par Romain Benitez, directeur de la société *Opus All*, qui signe pour le Talk Wellness une création originale afin de proposer une expérience authentique et unique.



Pour la mise en scène du Talks Wellness, Thierry Virvaire s'est assuré la complicité de partenaires design répondant à nos partis pris créatifs et engagés : *IVC Commercial Belgique*, *PaperMint*, *Emeco*, *Zanat*, *Room80 by Hotel Megastore*, *Maison Forestier*, *Muriel Ughetto*, *la Pépinière Tillandsia Prod*, ainsi que *Opus All* pour le design sonore. Sur l'espace convivial du Talks Wellness, dit la Terrasse, un service assuré par un Maître d'hôtel proposera de découvrir les kéfirs de fruits by *Symbiose Kéfir*, et les infusions de la Maison française *Chic des Plantes*.



For this 2022 edition, the Talks Wellness conference and networking space, which I will once again have the pleasure of coordinating, was designed by dream director, Thierry Virvaire, interior decorator, scenographer and project manager for EquipHotel. To bring this ambitious project to fruition, Thierry Virvaire solicited the collaboration of design partners capable of responding to our creative and committed stance. Beginning with *IVC Commercial Belgique*, industrial leader in the field of ecological flooring solutions, who is innovating in this space by combining textiles and vinyl materials. Panoramic décors that whisk us away to the Tuscany countryside were created by *PaperMint*, a mural decoration brand whose wallpapers are produced in their Parisian workshop. For the furniture, we had the opportunity of working with three remarkable partners. *Emeco*, the long-standing leader in recyclable furniture, is furnishing

the Talks Wellness space with its *Truss* collection designed by the *Bouroullec* brothers. Thierry Virvaire also chose to showcase the craft industry with the young Bosnian brand *Zanat* that sculpts roots dating back over a century. Finally, in quite another style is our last furniture partner, *Room 80 by Hotel Megastore*. For the Talks Wellness space, our dream director has selected furniture and seating with an elegant design using noble materials such as wood, marble, cotton, velvet... Lighting is an essential element when setting the scene and, for this purpose, Thierry Virvaire chose the creations of *Maison Forestier* that add the human touch to culture by offering lighting that blends design expertise and craftsmanship. *Forestier* will present their creations during the Talks Wellness with the emphasis being on luxury and the poetry of nature through magnificent hanging lamps. Thierry Virvaire also sought to express this naturalness through spectacular

lighting from the *Mon Truc en plumes* collection, designed by *Muriel Ughetto* who has combined feathers, glass and light wood to create a majestic vision. Continuing in this approach of naturalness, we wanted to bring a touch of originality when it came to vegetation and it seemed to be just the right occasion to introduce *Tillandsia* plants and their tenacious nature as they grow clinging to trees, rocks, electric cables... All these epiphytes need is water from the sky and air, even if it's polluted. Our partner, garden nursery *Tillandsia Prod*, located in the south of France and boasting the largest collection of *Tillandsia* in Europe, selected some rustic species adapted to the French climate that you will find in the Talks Wellness space. Finally, the soundscape was created by Romain Benitez, director of the company *Opus All*, who designed an original creation for Talks Wellness that delivers an authentic and unique experience.

Un programme d'animations riche pour la zone Wellness qui accueille le nec plus ultra des fournisseurs du secteur.



Durant ces 5 jours, ce sera aussi l'occasion pour les visiteurs d'assister à des événements fédérateurs comme le très attendu *Championnat de France de Massage*, dont ce sera la 10<sup>e</sup> édition. Ce concours de renom, organisé par le label Spas de France dirigé par Romain Dupont, et que j'ai l'honneur de présenter, se déroulera le dimanche 6 novembre, et accueillera une sélection de 40 des meilleurs masseurs français. Un jury d'exception a été réuni avec Katia Dufon-Schaffhauser (Directrice de la Maison de Beauté Carita Paris, également présidente de l'UNSM mais aussi de ce jury) - Catherine Tran (Directrice du développement Spas L'Occitane - Créatrice de soins) - David Grand (Directeur du Spa Le Paradis du Bien-Être - Créateur de massages et 3 fois victorieux du Championnat de France de Massage) - Dominique Rist (Directrice Internationale Protocoles Spa Clarins) et Audrey Rémy (Directrice du Spa du Château de la Gaude 5\* - Créatrice de soins).

Autre temps fort : *la Convention du Label Spas de France* qui réunira ses adhérents le lundi 7 novembre. Ce moment va permettre aux responsables d'établissements de se retrouver lors d'un moment convivial, de partage et d'échanges. L'espace étant ouvert, cette convention pourra être suivie par tous. À la fin de cette journée, nous remettons avec les marques partenaires du label, *Les Trophées Spas de France 2022* récompensant : Le Meilleur Spas de France<sup>®</sup> hôtelier, le Meilleur Spas de France<sup>®</sup> urbain, le Meilleur Accueil Spas de France<sup>®</sup> ainsi que le Meilleur Soin Spas de France<sup>®</sup>.

Le Talks Wellness accueillera également un cycle de tables rondes, regroupant d'éminents experts sur des thématiques opérationnelles variées mais aussi présentant les dernières tendances et chiffres du marché. Ce programme sera dévoilé prochainement sur le site de Sense of WELLNESS ainsi que sur celui d'EquipHotel.

Une zone Wellness qui ne cesse de grandir à chaque édition, avec de nombreux exposants que vous ne verrez qu'à EquipHotel, que ce soit des marques cosmétiques, mais aussi des équipementiers et concepteurs de Spa. Un savoir-faire unique, réuni du 6 au 10 novembre dans le plus grand salon mondial de l'Hôtellerie, une expérience unique qui va réunir et unir la profession durant 5 jours qui s'annoncent palpitants.

These 5 EquipHotel days will also be an opportunity for visitors to attend federative events like the highly anticipated 10<sup>th</sup> edition of the *French Massage Championship*. This renowned competition, organised by the Spas de France label and directed by Romain Dupont, and which I have the honour of presenting, will take place on Sunday, 6 November. A selection of France's 40 best masseurs will be vying for the top prize.

Another highlight is the *Label Spas de France Convention* that will bring its members together on Monday, 7 November. This will be an ideal occasion for establishment managers to get together in order to talk, share their experiences and enjoy a fun moment.

Talks Wellness will, in addition, be hosting a cycle of roundtable discussions led by eminent experts in various operational topics and will also be presenting the latest trends and market figures. The programme will be revealed shortly on Sense of WELLNESS' and EquipHotel's websites

> Pour recevoir directement toute l'actualité du salon et votre badge d'entrée gratuit, abonnez-vous GRATUITEMENT à notre enewsletter hebdo sur [www.senseofwellness-mag.com](http://www.senseofwellness-mag.com).

> La liste des exposants d'EquipHotel est actualisée régulièrement et disponible sur [www.equiphotel.com](http://www.equiphotel.com).



# EQUIPHOTEL PARIS

THE HOSPITALITY & FOOD BUSINESS PLACE

6-10 NOV. 2022

VOTRE BADGE GRATUIT  
sur [equiphotel.com](http://equiphotel.com)

Code : **EPFSOW**



## SOURCING. NETWORKING. INSPIRATION. EMOTION.

### DES MARQUES ET DES PRODUITS DÉDIÉS

Spa, bien-être,  
produits d'accueil, linge...

### UNE PROGRAMMATION COMPLÈTE

Conférences, Convention Label  
Spas de France, parcours de visite  
bien-être...

### CONCOURS ET ANIMATION

Championnat de France  
de Massage, animation  
Champion Spirit



# – Slow Life à – L'Endroit Wellness – en Provence

Initiée dans les années 80, la Slow Life prône une transition globale vers le ralentissement de notre rythme de vie, l'adoucissement des pressions modernes et l'appréciation des choses simples. Une philosophie plus que jamais dans l'air du temps et qui sert de socle aux cures et retraites proposées à L'Endroit Wellness, un nouveau concept de bien-être global au cœur de la Provence.

 PAR ISABELLE CHARRIER - PHOTOS : L'ENDROIT WELLNESS

**A** l'initiative de L'Endroit Wellness : Diane Bernardin, professionnelle bien connue des centres de bien-être 5\* et plus particulièrement experte de la création de Wellness Villages. En effet, cette brillante jeune femme a évolué dans le milieu du bien-être, d'abord à son compte puis dans différents établissements internationaux prestigieux ; par la suite elle s'est spécialisée dans le développement et la création de centres de bien-être premium (La Coquillade, Lily of the Valley...).

Son ADN ? La création de concepts novateurs anticipant l'évolution des besoins de la clientèle. Elle revendique un luxe authentique et un accueil personnalisé. D'ailleurs, fin 2020, sa dernière création a été primée « Best Spa Retreat of France ». Elle a également fondé son cabinet de conseil, Wellness Consulting, avec lequel elle intervient sur des projets hôteliers, marques cosmétiques, conception de protocoles de soins, etc. Parmi ses dernières missions : l'accompagnement de Dior et de Qatar Duty Free dans les différentes étapes de l'ouverture du Spa Dior à l'aéroport international Hamad de Doha.

Comme le souligne Diane Bernardin : « *Je crée des concepts depuis plusieurs années pour des hôtels et je souhaitais désormais offrir ce même niveau de prestations au sein de beaux établissements plus confidentiels, dans un souci de quiétude et de service sur mesure. Avec L'Endroit Wellness, je conjugue le meilleur de mon expérience avec celles de mes partenaires, au service du bien-être de nos clients* ». Pour réaliser ce projet, Diane Bernardin s'est entourée de professionnelles qui lui ont déjà fait confiance lors de ses précédents projets. C'est ainsi que l'équipe de L'Endroit Wellness est composée de Sonja Kuikstra, naturopathe et experte en massages énergétiques, Nicole Oravec, professeure de Yoga, coach sportive et posturologue et Anaïs Fretté, responsable de la relation avec les lieux partenaires et les clients de L'Endroit Wellness.



« *L'Endroit Wellness propose des cures et retraites yoga - détente - bien-être via des expériences inspirantes et originales au plus proche de la nature.* »

**DIANE BERNARDIN**

Fondatrice de L'Endroit Wellness  
Directrice du cabinet de conseil  
Wellness Consulting

## Slow Living, L'Endroit Wellness in Provence

Initiated in the eighties, the slow living movement advocates a global transition toward slowing down life's pace, lessening the pressures of modern society and appreciating the simple things in life. A philosophy that is needed now more than ever before and that is at the core of the retreats and treatment programmes at L'Endroit Wellness, a new global wellbeing concept in the heart of Provence.

The founder of L'Endroit Wellness is Diane Bernardin, well-known in the industry for her specialization in 5-star Wellness centres. Her hallmark? The creation of innovative concepts that anticipate clients' evolving needs. She is a firm believer in authentic luxury and bespoke guest experiences. For that matter, at the end of 2020, her latest creation received the "Best Spa Retreat of France" award. She also founded the consultancy firm Wellness Consulting that works with hotel project teams and skincare brands.

To bring this project to life, Diane Bernardin surrounded herself with professionals with whom she had built a relationship of trust during her previous projects. The team at L'Endroit Wellness is composed of Sonja Kuikstra, naturopath and expert in energy-based massage, Nicole Oravec, yoga teacher, personal trainer and posturologist, and Anaïs Fretté who is in charge of the relationship with partnering venues and the clients of L'Endroit Wellness.

Les différents séjours proposés à L'Endroit Wellness se déclinent en 3 à 4 jours, accueillant 8 personnes maximum dans un lieu privatif pour l'occasion. « *Le point différenciant de notre concept repose directement sur ces groupes intimistes de participants, qui permet de personnaliser l'expérience de chacun* », souligne Diane Bernardin.

Ainsi, tout au long de l'année ce sont environ 8 séjours qui sont programmés pour les particuliers, avec 2 thématiques, Retraite Yoga & Bien-être ou Cure Détox & Yoga, selon la saison. Dans chaque séjour, on retrouve un tronc commun qui est composé de différentes activités (séances de yoga, respirologie, méditation, renforcement musculaire, Qi Gong, marche en conscience, conseils personnalisés) ainsi que de l'alimentation hypotoxique avec des repas de saison biologiques sans gluten ni lactose et une heure de soin personnalisé.

La principale différence entre les Retraites Yoga et les Séjours Détox reste l'alimentation proposée. Ainsi, dans le cas d'une cure détox, toujours organisée lors des changements de saisons, Sonja Kuikstra élabore des petits déjeuners et dîners liquides afin de mettre le système digestif le plus au repos possible et d'enclencher une détoxification du corps. Le déjeuner est, quant à lui, toujours composé d'une entrée, d'un plat et d'un dessert. Une collation saine et bio est également à disposition du matin jusqu'au soir pour les participants qui en ressentent le besoin même si d'expérience, je confirme que les programmes alimentaires complets permettent justement de ne jamais ressentir de sensation de faim.

Les tarifs varient selon le type d'hébergement, prestige ou luxe, de 780 € pour 3 jours à 1200 € pour 4 jours, incluant les activités et repas. Ainsi, L'Endroit Wellness propose un catalogue présentant chacun des quatre lieux

sélectionnés pour l'hébergement, tous situés en Provence, qui allient les exigences de l'hôtellerie 5\* tout en conservant la chaleur et la convivialité d'une maison de famille.

La majorité de la clientèle de L'Endroit Wellness vient des grandes villes françaises mais aussi de Belgique et de Suisse. 85 % des participants sont des femmes mais L'Endroit Wellness espère recevoir davantage d'hommes dans les prochaines années, notamment au travers de programmes plus sportifs. « *Nous recevons beaucoup de professions libérales (notaires, avocats, professionnels de santé...).* Nous étions d'ailleurs agréablement surprises d'avoir autant de médecins dans notre clientèle car cela n'a pas toujours été le grand amour entre le corps médical et les naturopathes. Interrogés sur leur motivation à participer à nos retraites, ils répondent qu'ils ont été séduits et mis en confiance par le sérieux des informations que nous véhiculons sur nos réseaux sociaux concernant la santé, le sport, l'alimentation et l'accompagnement en naturopathie », souligne Diane Bernardin.

La plupart des participants aux séjours proposés à L'Endroit Wellness souffrent généralement de fatigue et de stress, ils ressentent le besoin de s'échapper quelques jours dans un environnement calme et propice à la relaxation. Certains présentent aussi des problèmes de comportement alimentaire et viennent pour acquérir de nouvelles habitudes plus saines et mieux adaptées à leurs réels besoins nutritionnels.

D'ailleurs, avant chaque séjour, un questionnaire est envoyé afin de cibler les attentes et les besoins de chaque participant. Il est accompagné de recommandations en termes d'hygiène de vie et surtout d'alimentation, à appliquer 5 à 7 jours avant la cure choisie, afin d'en optimiser les bienfaits.

Ces programmes exclusifs se vivent en groupes intimistes pour une qualité de prestations optimale.



Les différents séjours proposés à L'Endroit Wellness accueillent 8 personnes maximum dans un lieu privatif pour l'occasion. Les prestations ne nécessitent pas d'un niveau minimum de yoga ou de sport : ici, nous ne sommes pas dans la compétition mais dans l'accompagnement.



**Photos ci-dessus**

Les quatre lieux proposés pour l'hébergement, tous situés en Provence, allient les exigences de l'hôtellerie 5\* tout en conservant la chaleur et la convivialité d'une maison de famille.

**Photo ci-dessous**

Sonja, naturopathe et experte en alimentation hypotoxique, élabore des recettes saines et gourmandes préparées avec des produits biologiques, locaux et de saison.



The different stays organised by L'Endroit Wellness last from 3 to 4 days and welcome up to a maximum of 8 people at a peaceful, privately-hired venue. Over the course of the year, roughly 8 retreats are organised for individual clients, around 2 programmes: Yoga & Wellbeing and Detox & Yoga, according to the season. Each stay shares a common collection of different activities (yoga sessions, breathwork, meditation, muscle strengthening, Qi Gong, mindful walking, bespoke recommendations), a hypotoxic diet with organic, seasonal dishes that are gluten-free and lactose-free, as well as a bespoke, one-hour treatment. Prices vary according to the type of accommodation, prestige or luxury, from €780 for 3 days to €1,200 for 4 days, activities and meals included.

The majority of L'Endroit Wellness clients are urban-dwellers, from France as well as from Belgium and Switzerland. 85% of participants are women but L'Endroit Wellness aims to attract more male participants, in particular via retreats more focused on fitness. Most people who participant in L'Endroit Wellness retreats suffer from fatigue and stress. Some also want to address eating behaviour issues and come to establish new, healthier habits that are better aligned with their nutritional needs. For that matter, before each retreat, a questionnaire is sent to participants in order to pinpoint their expectations and needs. It is accompanied by diet and lifestyle guidelines, to apply for 5 to 7 days before attending the retreat, in order to optimise its benefits.

Parmi les expériences que j'ai pu vivre durant ma Cure Détox & Yoga à Gordes, j'ai particulièrement apprécié le très exclusif Cristal Yoga. Un concept unique développé par Diane Bernardin et Nicole Oravec, l'experte yoga des lieux, qui s'inspire des bienfaits du cristal pour diverses utilisations dans le domaine du bien-être.

Le Cristal Yoga est une séance d'une heure qui se pratique allongé au sol sur un tapis de yoga. La technique repose sur des respirations ventrales puis costales selon le circuit des chakras. Il n'y a pas de postures spécifiques de yoga, on parle surtout d'un état méditatif. La séance atteint son apogée lors du rééquilibrage des chakras par la vibration du magnifique diapason en cristal d'Elizabeth Contal, l'experte française de lithothérapie basée à Nice.

« La pertinence de cette pratique dans le cadre de nos séjours repose sur les conseils individualisés de Nicole. En effet, selon la réaction du corps pendant la séance (vibration plus ou moins longue sur chaque chakra), Nicole aura des indications supplémentaires sur l'état de la personne pour la guider au mieux lors des cours de yoga et de sport qui suivront », commente Diane Bernardin. Parmi ses bénéfiques, le Cristal Yoga permet de prendre conscience de son état actuel et de pouvoir mettre en place des actions pour se sentir mieux.

Autre expérience, les soins visages réalisés avec la marque Nature4You, créée par Sonja. Ce sont des cosmétiques de fabrication française et artisanale, 100 % naturels & bio, à base d'huiles végétales, pour la beauté et la santé de la peau. La marque est distribuée dans des parapharmacies, instituts de beauté, magasins bio, boutique en ligne Nature4You et à L'Endroit Wellness ! Sonja a également créé des protocoles de soins du visage pour sa marque, notamment avec l'utilisation de Gua Sha en aventurine verte et en quartz rose.

L'Endroit Wellness est un lieu en réflexion permanente, puisque l'offre a déjà évolué en 2022 avec l'organisation de séminaires et autres séjours d'entreprises, toujours orientés vers la remise en forme. « La demande est forte et nous n'avons pas toujours la possibilité d'y répondre favorablement, par manque de temps et d'effectif », précise Diane Bernardin.

L'équipe s'est déjà agrandie et elle continue d'évoluer, que ce soit pour le cabinet de conseil ou pour L'Endroit Wellness, afin de pouvoir répondre aux différentes demandes dans les mois et années à venir. Les thématiques et les lieux vont eux aussi évoluer, ainsi une première Retraite Yoga & Bien-être sera organisée dans une autre région que la Provence au printemps 2023 pour un groupe professionnel qui fait confiance pour la deuxième fois à L'Endroit Wellness. Une success story inspirante et qui, je l'espère, le sera aussi pour tous les lecteurs de Sense of WELLNESS Magazine !

Cristal Yoga is a one-hour session practiced lying down on a yoga mat. The technique revolves around belly breathing then chest breathing following the chakras' pathway.

There aren't any specific yoga poses to perform; the focus is on reaching a state of meditation. The session reaches its peak when the chakras are rebalanced through the vibration of a magnificent crystal tuning fork by Elizabeth Contal, the French expert in lithotherapy based in Nice.

Another experience is the facials with brand Nature4You, created by Sonja. The brand's products are craftmade in France, 100% natural and organic, based on botanical oils for skin beauty and health. Sonja has also created facial protocols for her brand, in particular using Gua Sha tools in green aventurine and rose quartz.

L'Endroit Wellness is permanently reflecting on its development and in 2022 its offering has already evolved towards organizing seminars and other corporate events, always with a focus on wellbeing. The themes and venues will also be evolving. As such, a Yoga & Wellbeing Retreat will be organized in a region other than Provence in Spring 2023, for a corporate group that is entrusting L'Endroit Wellness with their event for the second time.

An inspiring success story that I hope will also be inspiring for the readers of Sense of Wellness Magazine!

Des expériences inspirantes  
et atypiques avec le Cristal Yoga  
et la marque Nature4You.





# Accélérez votre croissance avec le leader du marché

Jacuzzi® est une marque déposée de Jacuzzi Inc. qui fabrique les meilleurs spas et spas de nage au monde. Nous dominons le marché en tant que marque reconnue. Nous rejoindre, c'est investir dans une marque emblématique ; seul Jacuzzi Group fabrique des Spas et Spas de Nage Jacuzzi®. Jacuzzi Group incarne la qualité et la performance à tous les niveaux.

De l'accompagnement au démarrage, à la formation, en passant par l'accès au programme de génération de leads et aux services de conception de magasins d'expositions, vous vous associez aux meilleurs experts du marché, tous engagés dans votre rentabilité et la réussite de votre entreprise.

Nous avons de nombreuses opportunités pour vous.  
Contactez-nous à [partner@jacuzzigroup.eu](mailto:partner@jacuzzigroup.eu)



Situé au nord-est du quartier des Pinchinats, à dix minutes du centre-ville d'Aix-en-Provence, le Château de la Gaude dévoile un jardin à la française protégé au titre des monuments historiques, magnifiquement restauré par le paysagiste Thomas Gentilini.





# Escapade sensorielle au Château de la Gaude & Spa Aix-en-Provence

J'ai toujours aimé les lieux atypiques, souvent accompagnés d'histoires qui le sont tout autant. Des lieux qui vous touchent, vous emportent et vous bouleversent, à l'image du Château de la Gaude, une bastide du XVIII<sup>ème</sup> siècle, située au cœur d'une trentaine d'hectares, « à quelques pieds de vigne du centre-ville d'Aix-en-Provence », comme aime à le dire son propriétaire. Une histoire de passion, d'art, d'amour de la terre pour faire revivre cette belle endormie. Visite guidée...

**N** PAR ISABELLE CHARRIER - PHOTOS : D.GIANCATARINA / WE ON IT / J.BOUVIER / R.HAUGHTON / FURTIVE PHOTOGRAPHIE

Cette incroyable renaissance est née de la volonté d'un homme de faire revivre un lieu d'exception, hors du temps, à l'esprit enchanté qui avait d'ailleurs séduit Yves Robert, au point d'en avoir fait le décor de son film « Le Château de ma mère », sorti en 1990. Depuis cette époque, la demeure s'était endormie avant que l'homme d'affaires, esthète et épicurien, Didier Blaise ne tombe sous son charme en 2016 : « *Tout me plut d'emblée, l'authenticité des lieux, la nature aux alentours, et une sorte de vibration positive... je m'y sentais bien* ». Il est vrai que cette grande demeure provençale, avec ses bassins et son jardin à la française classé, a de quoi séduire mais c'est aussi son terroir, riche d'un patrimoine rare de vieilles vignes, et d'un fort potentiel, qui a plu à cet entrepreneur averti qui rêvait depuis longtemps d'acquérir une demeure viticole.

Mais Didier Blaise voit rapidement plus grand et tout s'accélère : pourquoi ne pas en faire un lieu de villégiature avec un restaurant gastronomique bien sûr, puis un second plus bistrannique et un hôtel de 17 chambres, mais aussi un caveau de dégustation, sans oublier l'art qui s'invite partout dans le domaine.

Pour donner vie à ce projet ambitieux, Didier Blaise s'attelle donc à faire restaurer les lieux, confiés à l'architecte aixois Olivier Frémont qui signe ici l'une de ses plus belles réalisations, en ayant su conserver la mémoire du domaine, tout en lui insufflant un esprit contemporain. Avec pour fil conducteur le jardin à la française, que l'on retrouve sur le logo, le très inspiré architecte a su bâtir une réelle identité au domaine.

Ce projet colossal s'est étiré sur quatre années pour aboutir en 2019 à un lieu où le beau et le raffinement rayonnent, où l'épure fait loi, c'est grandiose et chaleureux à la fois. Un esprit boutique-hôtel 5\* où l'art de vivre à la française prend tout son sens et s'apprécie sous toutes ses formes, avec pour inspiration de toutes les équipes, le domaine viticole qui s'étend sur 13 hectares.



« Je m'attache à créer à La Gaude un authentique esprit de famille. J'ai à cœur que l'art de vivre à la française en Provence y règne, avec goût et élégance. »

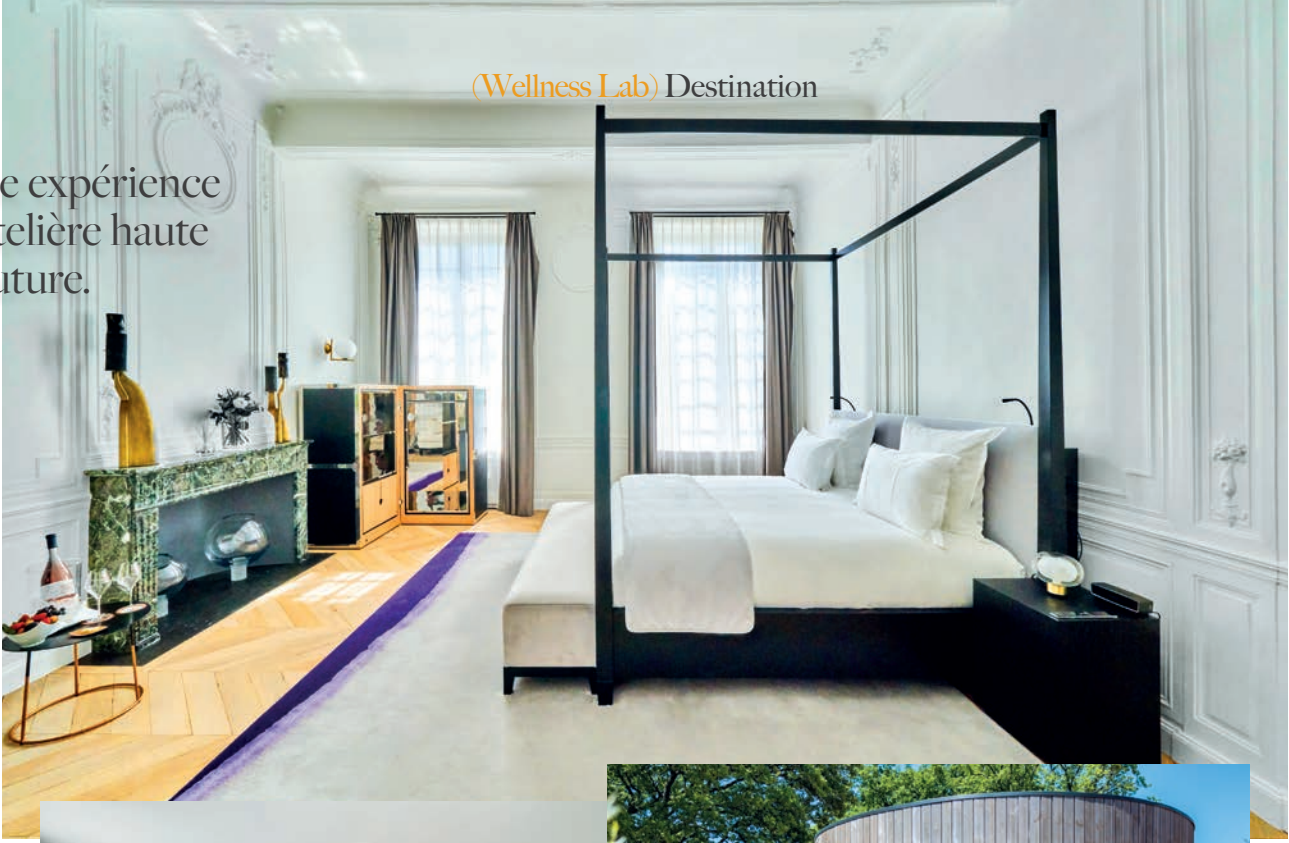
**DIDIER BLAISE**  
Propriétaire du Château de la Gaude

## Sensorial getaway at Château de la Gaude & Spa Aix-en-Provence

I have always liked unusual places, which are often accompanied by stories that are equally remarkable. Places that strike a chord, carry you away and deeply move you, like Château de la Gaude, an 18<sup>th</sup> century bastide, situated in the heart of thirty-or-so hectares, "just a grape's throw from Aix-en-Provence city centre", as the owner likes to put it. Here's a story of passion, art and love of the land... just the right ingredients needed to awaken this sleeping beauty. Join us on a guided visit.

This incredible renaissance is the consequence of one man's determination to bring back to life this exceptional and timeless place with its enchanting character that certainly cast its spell over Yves Robert, who used it as the décor of his 1990 film, "Le Château de ma mère", based on Marcel Pagnol's autobiographical novel. After this, the residence slumbered on until businessman, aesthete and epicurean, Didier Blaise was won over by its charm in 2016. Truth be told, this large Provençal abode, with its ornamental ponds and listed formal French garden is, indeed, very alluring. However, it was also the land, with its rich and rare heritage of old vines and strong potential that attracted this shrewd entrepreneur who had long dreamt of acquiring a wine-growing estate. So Didier Blaise set about restoring the place, entrusting the task to Aix architect, Olivier Frémont, who was able to conserve the essence of the domain while at the same time injecting a contemporary spirit in what is surely one of his most beautiful design achievements. This colossal project stretched over four years and, in 2019, culminated in a place that radiates beauty and refined elegance, where the purest simplicity reigns: it's both spectacular and warmly welcoming.

Une expérience  
hôtelière haute  
couture.



**Photo principale :** La suite Mademoiselle (66 m<sup>2</sup>) située dans la bâtisse principale, au style épurée avec vue sur le jardin à la française.

**Photo ci-dessus à gauche**

Une suite duplex (de 60 à 73 m<sup>2</sup>) située dans les longères attenantes. Une atmosphère différente s'y dégage. Cuivre, bois, tons gris et noirs.

**Photo ci-dessus à droite**

Pour un séjour plus insolite, 3 suites s'installent au cœur des vignes pour vivre un moment intimiste et contemplatif, 490 € la nuit.

Les 17 chambres et suites se répartissent dans les différents corps de bâtiment du Château à la façon d'un hameau. Ainsi, 7 sont réparties sur les 2 étages de la bâtisse principale, classée monument historique, dans une décoration raffinée et au design épuré, offrant une vue exceptionnelle sur le jardin à la française. Un esprit contemporain et moderne sublimé par l'architecte Olivier Fremont. Murs blancs immaculés, ornés des toiles de Robert Combas, planchers refaits à l'ancienne, moulures au plafond et cheminées en marbre pour certaines. Les 10 autres occupent les longères attenantes où, là encore, la décoration se mêle à l'art contemporain. Volumes généreux pour ces suites allant de 36 m<sup>2</sup> à 73 m<sup>2</sup>, dont certaines en duplex, avec leur mobilier sur mesure s'adaptant à chaque configuration unique, et des jeux de matières où le chêne clair et le cuivre dominent.

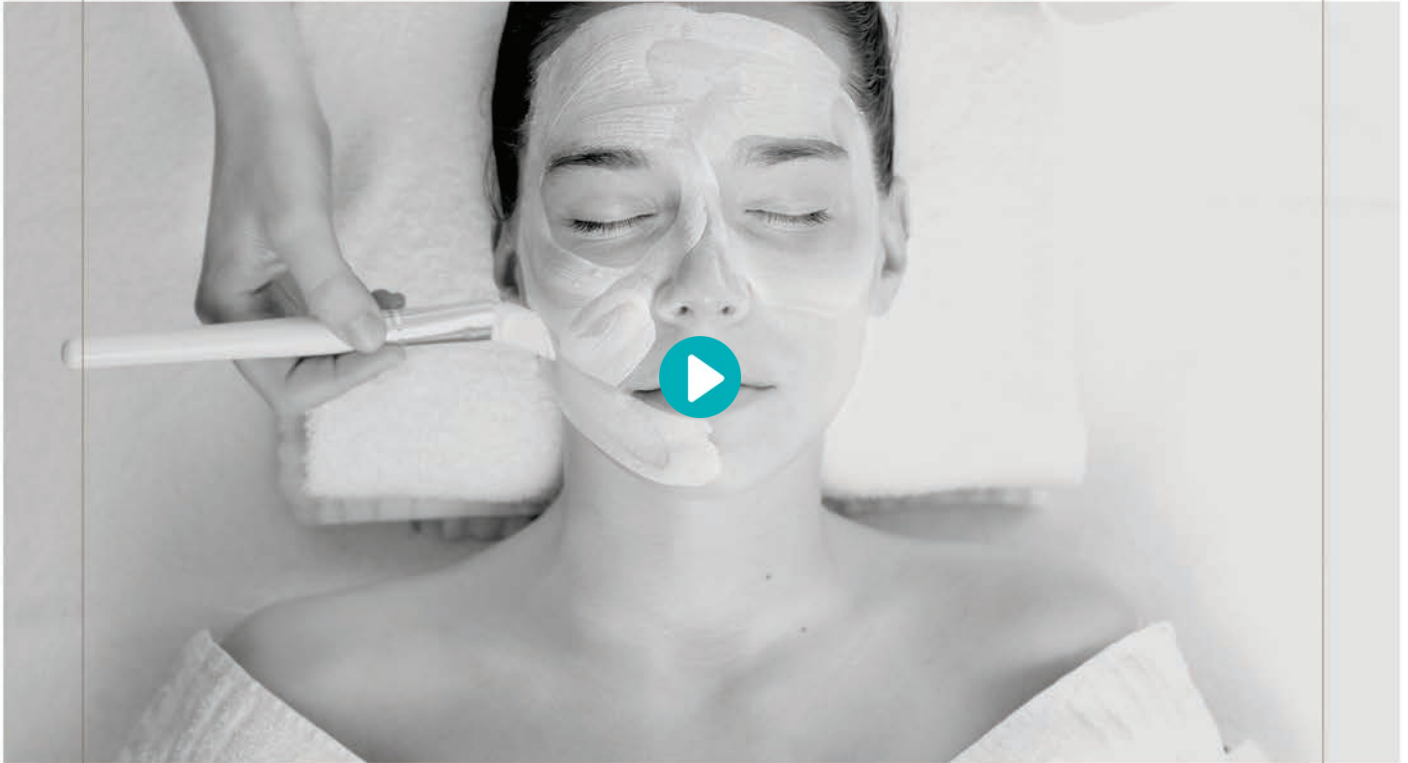
Pour un séjour plus insolite, 3 suites sont également proposées en pleine nature, entre vignes et paysage provençal. Ces tiny houses de 18 m<sup>2</sup> sont composées de deux pièces : une chambre avec un dressing et derrière elle, une salle de bain spacieuse avec douche à l'italienne sans paroi qui optimise et agrandit l'espace. Grâce à ses parois en verre courbé, ces modules d'habitation circulaires haut de gamme, conçus pour les grands espaces, offrent tout le confort d'une chambre d'hôtel avec une vue panoramique à 180°.

Enfin, nichée sur les hauteurs du domaine de la Gaude, la Villa met en scène une architecture provençale alliée à un design moderne. Les 5 chambres dont une suite parentale, la terrasse et sa piscine privée, les espaces de restauration intérieurs et extérieurs et le jardin de 2000 m<sup>2</sup>, permettent de profiter d'un séjour en famille ou entre amis, dans un cadre unique et intimiste, tout en profitant des services hôteliers du domaine.

The 17 rooms and suites are to be found in different buildings that make up the Château's estate, which is laid out rather like a hamlet. So 7, spread over 2 floors of the main building, a listed historical monument, are elegantly decorated in pared down simplicity and have a stunning view over the formal French garden. The 10 others are located in the adjoining Longère-style cottages, where the decoration merges with contemporary art. For a more unusual stay, 3 suites are also available in the heart of the countryside, surrounded by vineyards and Provençal landscapes. These tiny, 18m<sup>2</sup> houses comprise two rooms: a bedroom with dressing room and, behind that, there is a spacious bathroom with a panel-free, walk-in shower that optimises and enlarges the space with a 180° panoramic view. Finally, nestling on the higher ground overlooking the Gaude estate, is the Villa, showcasing Provençal architecture combined with a modern design that provides the ideal, unique and private setting for a holiday among family or friends, while enjoying all the estate's hotel services.

# swiss line

BY DERMALAB 



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.



WALDHOTEL HEALTH & MEDICAL EXCELLENCE  
BÜRGENSTOCK RESORT

*Switzerland*



MOHONK  
HOUSE

*United States*



ANANTARA WORLD ISLANDS  
DUBAI RESORT

*United Arab Emirates*



## EQUIPHOTEL PARIS

THE HOSPITALITY & FOOD BUSINESS PLACE

6-10 NOV. 2022

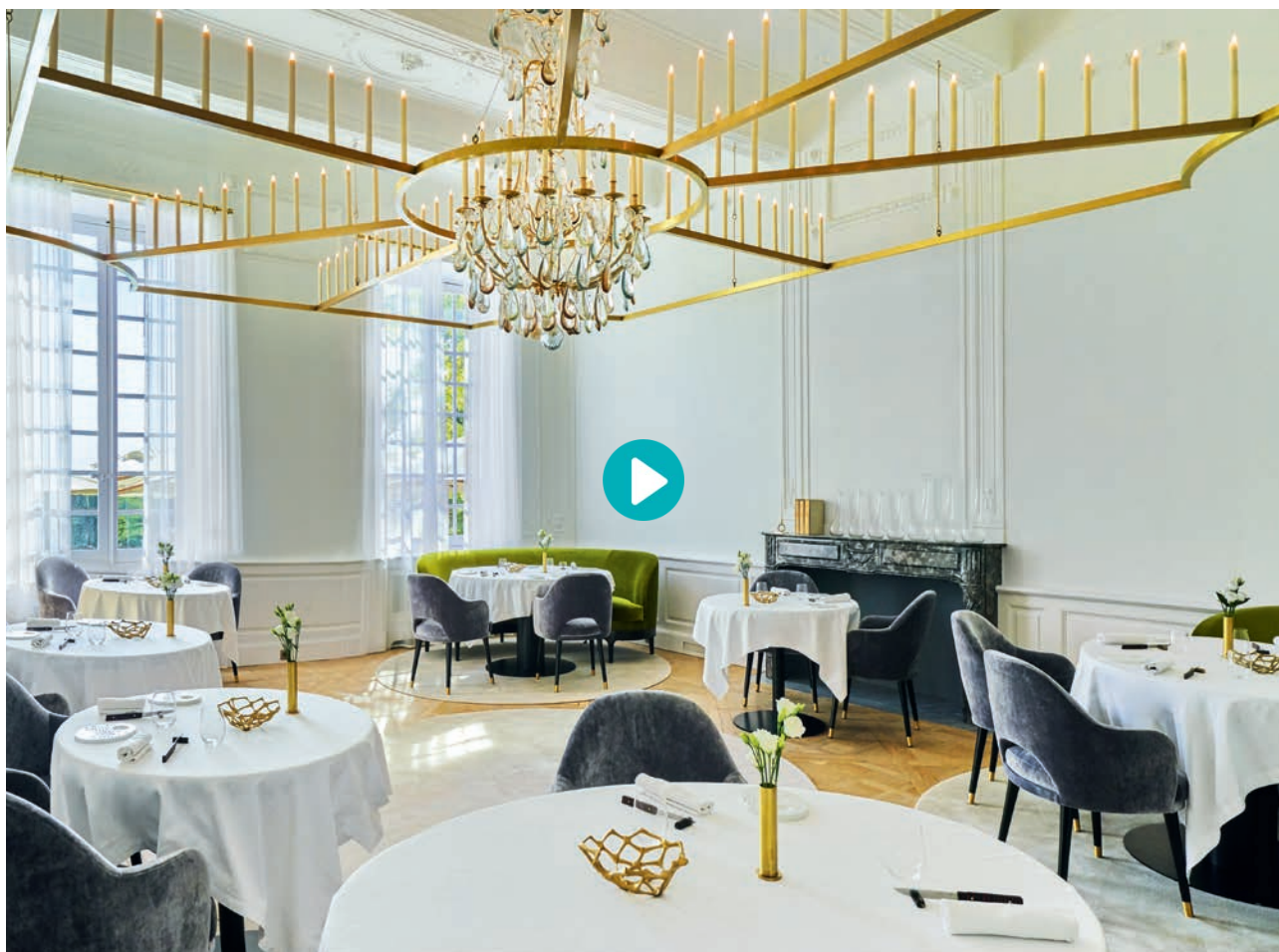
RETROUVEZ-NOUS PAV.7.3 - STAND N018

CONTACT

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

T: +41 44 396 15 51 E: info@swissline-cosmetics.com | www.swissline-cosmetics.com | @swissline.skincare

## Différents lieux de gastronomie, où le convive voyage à travers l'assiette, orchestrés par le Chef étoilé Matthieu Dupuis-Baumal.



Le chef Matthieu Dupuis-Baumal a eu carte blanche pour créer un haut lieu de gastronomie où tout a été pensé, du parcours client à l'art de la table, en passant par le son et les jeux de lumière. L'idée étant de faire voyager le convive à travers l'assiette grâce aux différentes expériences culinaires proposées au sein du domaine.

Au restaurant gastronomique *Le Art*, auréolé d'une étoile au Guide Michelin en 2019, la cuisine du chef (et de son sous-chef Matthieu Derible) est résolument française ; son terroir, indéniablement provençal et les influences internationales qu'il rapporte de ses différentes expériences et voyages autour du monde, viennent généreusement se mêler pour former à la perfection des créations audacieuses. Trois menus dégustation sont proposés, pensés comme autant d'itinéraires au cœur d'une Provence inédite : *Couleurs et Saveurs* (97 €), *Provence Vagabonde* (145 €) et *Notre fil d'Ariane, un labyrinthe de Charme* (185 €). Le tout sublimé par une carte des vins d'exception de plus de 1 500 références, parmi lesquels ceux du domaine bien entendu. Une expérience là aussi haute couture.

Au *Kaiseki*, restaurant gastronomique japonais, à 4 mains avec le Chef Kazunari Noda, ces maîtres du piano livrent une partition remarquable entre tradition et modernité, à la découverte de l'umami, cinquième saveur « essence de délice », au travers d'un menu dégustation servi uniquement les soirs : *Le Menu Omakase – Le Grand Voyage* (165 €). Mention spéciale au dashi de langoustines ou encore au Wagyu grillé textures d'artichauts et morilles,

tous deux d'une finesse remarquable. Ici, tout a été pensé et réfléchi pour vivre un moment unique au pays du soleil levant, qui se finit en apothéose avec la traditionnelle cérémonie du thé matcha réalisée par le Chef Kazunari Noda en personne. Quant à la décoration de la salle intérieure privée, elle vous emporte littéralement en plein cœur du Japon, entre œuvres d'art, décors au plafond et chai à barriques, pour vivre un moment unique. Une cuisine qui se décline en mode brasserie avec *Le K* et son étonnant espace entre clair-obscur et notes japonaises. Au cœur de la salle intérieure, le Lilicoptère en plumes roses et paillettes de Joana Vasconcelos, transforme l'endroit en un cadre exceptionnel de dégustation, le midi comme le soir. La terrasse intimiste et cosy permet de profiter de la douceur de la Provence. À la carte, spécialités japonaises et fortes inspirations du terroir provençal.

Enfin, version brasserie chic et décontractée pour *La Source* qui vient compléter l'offre culinaire en proposant une carte ludique qui s'articule autour de propositions mêlant produits du terroir provençal et inspirations d'ailleurs, issues des divers voyages du Chef. Une jolie offre de street food chic, comme le *Lobster Roll* (51 €) qui s'amuse à bousculer les codes. Un lieu qui porte bien son nom puisque se dresse en plein milieu du restaurant une incroyable source naturelle datant du XII<sup>ème</sup> siècle, magnifiquement mise en valeur par l'architecte Olivier Frémont. L'inattendu toujours et encore...



**MATTHIEU DUPUIS-BAUMAL**  
Chef Étoilé Château de la Gaude

**Ci-contre**

Il a voyagé dans 27 pays différents et appris la cuisine auprès des plus grands: Bernard Bach, Éric Briffard ou Michel Troisgros. Un Chef à la personnalité atypique, qui s'est rêvé un temps rugbyman, avant de se passionner pour la haute gastronomie. Un Chef authentique qui sait manier les goûts et innover car c'est bien là sa plus grande qualité: savoir se réinventer en permanence. Sa devise: «*La cuisine, c'est donner de la mémoire à l'éphémère...*».



**Photo ci-contre**

Un des plats signature du Chef Matthieu Dupuis-Baumal: l'Artichaut cuit en barigoule caviar osciètre, yuzu, noisette du piémont et sauce champagne. L'idée de cette recette est de garder la cuisson traditionnelle de l'artichaut et de le sublimer avec d'autres saveurs.

Chef Matthieu Dupuis-Baumal was given free rein to create a gastronomic mecca where everything has been carefully considered from the client journey to the tableware, and not forgetting the sound and lighting. The idea is to take the guest on a journey through the dishes served thanks to the various culinary experiences offered in the domain. At the gastronomic restaurant, *Le Art*, crowned with a Michelin star in 2019, the chef's cuisine is resolutely French, his region is decidedly Provence and yet international influences make a

generous contribution to perfectly form bold creations. At the Japanese gastronomic restaurant, *Kaiseki*, working alongside Chef Kazunari Noda, these maestros of the kitchen range orchestrate a fusion of tradition and modernity, revealing the fifth flavour, Umami, the "essence of deliciousness" through a tasting menu that is only served in the evening. These culinary delights are also available in the *Le K* brasserie with its astonishing, Japan-inspired, contrasting light and dark space. In the centre of the indoor room, Joana Vasconcelos' pink feather and glitter

piece, the *Lilicoptère*, transforms the space into an extraordinary setting for eating and drinking, both at lunchtime and in the evening. Finally, the casually chic brasserie, *La Source*, completes the establishment's culinary offering and proposes a fun menu based on suggestions that combine regional Provençal products with inspirations from further afield, drawn from the Chef's various travels. This is indeed an aptly named place as standing right in the centre of the restaurant is an incredible natural source dating from the 12<sup>th</sup> century and magnificently showcased by the architect, Olivier Frémont. The unexpected awaits around every corner!



**Photo p.40**

Au restaurant étoilé *Le Art*, tout a été conçu sur mesure, avec toujours le jardin à la française comme inspiration. On les retrouve notamment dans la structure en laiton qui orne le plafond des deux salles du restaurant.

**Photo ci-dessus**

Au cœur de la salle intérieure de la brasserie *Le K*, le *Lilicoptère* de Joana Vasconcelos transforme l'endroit en un cadre exceptionnel de dégustation, le midi comme le soir.

**Photo ci-contre**

La brasserie *La Source* tient son nom de la source naturelle, datant du XII<sup>e</sup> siècle, qui se dresse au milieu du restaurant où elle est magnifiée par des jeux de lumière.



## Le Spa du Château de la Gaude est lové dans un ancien haras, véritable hacienda du bien-être.

En suivant le petit chemin privatif qui part de l'hôtel, on découvre au détour des vignes, le Spa du Château de la Gaude lové dans un ancien haras, dont la forme si particulière a été gardée, le métarmophosant en véritable hacienda du bien-être. Un bel espace de 300 m<sup>2</sup> habillé de pierres blanches, de bois massifs et de laiton, dévoilant dès l'entrée une boutique où l'on retrouve la marque Suisse Valmont mais aussi la marque star des lieux : Olivier Claire, créateur français d'une nouvelle génération de soins premium où la nature est optimisée par la science, « *un choix comme une évidence* » pour Audrey Rémy. Au rez-de-chaussée, 4 cabines de soins, dont une double VIP avec baignoire, et une seconde cabine duo à l'étage. Leur décoration est une ode à la mode puisque chaque espace est habillé d'un tissu de grand créateur, inspiré par Jean-Paul Gaultier ou siglé Hermès ou Missoni. Un espace hammam-sauna ainsi qu'une douche sensorielle, une salle de fitness et un espace détente orné d'œuvres contemporaines là aussi, complètent l'offre Wellness des lieux.

Côté extérieur, un joli jardin de relaxation privé offre à la belle saison un cadre bucolique, pour se ressourcer autour de la fontaine après un soin, bercé par le chant des cigales. On peut aussi profiter de la piscine extérieure et du bar et restaurant dédiés pour y déguster finger food et mocktails rafraîchissants... en contemplant les vignes et la nature environnantes.

Côté soins, Audrey Rémy et son équipe de six praticiennes offrent une carte de soins inspirée avec des rituels signature imaginés par la pétillante et créative directrice du Spa, dont certains en collaboration avec la marque Olivier Claire à l'image de Capsule B (à lire p.50).

Parmi les plus singuliers : la mise en place de soins et massages infusés de CBD premium, aux vertus anti-inflammatoires puissantes, parmi lesquels la surprenante Manucure ou Pédicure CBD Oh Oui ! Un soin effet « *comme sur un nuage* » commencera par un bain aux sels de l'Himalaya et de Guérande infusé au CBD, suivi d'un gommage et d'un masque, puis d'un soin de réflexologie plantaire. Pour finir, travail de l'ongle et des cuticules, avec pose de vernis naturel pour des mains et des pieds soulagés, régénérés et embellis (60 min, 90 € - Avec vernis semi-permanent 70 min, 110 €).

Même créativité pour la collection bien-être dédiée pour s'ancrer au cœur de la Provence. Coup de cœur pour le rituel *Romance en Provence*, à vivre idéalement en duo. Au programme : un bain infusé à la lavande et au camomille, suivi d'un massage en duo de 90 minutes, avant de se détendre avec un rosé pétillant du Château tout en savourant des mises en bouche maison dans le jardin privé. Et, pour ne jamais oublier ce moment privilégié, un peignoir signature Spa Château de la Gaude vous sera offert (150 min, 500 €).

Les petits ne sont pas oubliés avec le Spa des Pitchouns et son offre de soins de 20 à 45 min (à partir de 35 €, les 20 min). Des protocoles élaborés là aussi par Audrey Rémy, avec la complicité de la marque française Colin Maillard, qui débutent tous par une guidance sophronique ludique, avant d'enchaîner sur des rituels aux notes gourmandes de l'enfance. Les enfants sont accueillis dès 3 ans accompagnés au moins d'un parent. De quoi satisfaire tous les âges et toutes les envies !



**AUDREY RÉMY**  
Directrice du Spa

### *Ci-dessus*

Ancienne danseuse de haut-niveau, reconvenue en experte de l'esthétique et du soin, Audrey a quasiment vécu toute sa vie à Los Angeles où elle était propriétaire d'un Spa à Beverly Hills fréquenté par de nombreuses stars. Elle a également été créatrice de protocoles de soins pour une marque de cosmétiques de luxe française. De retour en France en 2020, elle prend la direction du Spa du Four Seasons Megève avant de rejoindre le Château de la Gaude à l'automne 2021 afin de mettre son savoir-faire et ses créations au service de ce lieu magique dont elle est tombée amoureuse comme elle aime à le dire.





**OLIVIER COURAUD**  
FONDATEUR OLIVIER CLAIRE

# Merci!

Aux somptueux établissements et à leurs équipes  
que nous avons l'honneur d'accompagner.

Nous avons noué une relation privilégiée,  
basée sur la confiance et l'écoute active,  
qui présage de brillantes perspectives communes.

FOUR SEASONS HOTEL GEORGE V PARIS | FOUR SEASONS HOTEL MILAN | FOUR SEASONS  
HOTEL LES CHALET DU MONT D'ARBOIS | FOUR SEASONS HOTEL MEGÈVE | 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 | CHÂTEAU DE LA GAUDE

**SAVE  
THE DATE!**

**EQUIPHOTEL  
6-10 NOV. 2022  
P A R I S**

**STAND N018**



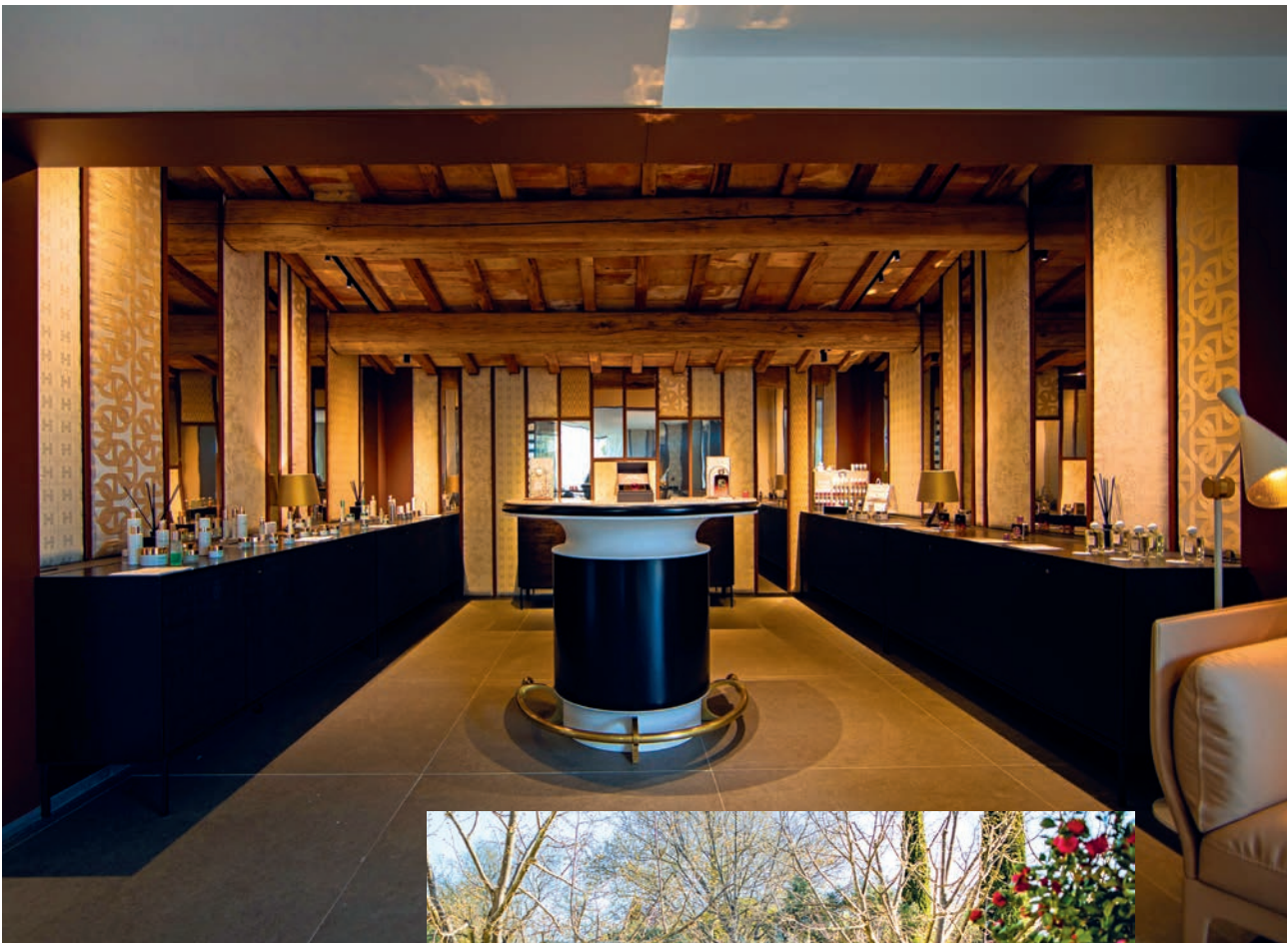
N A T U R A L I T É  
E F F I C A C I T É  
A U T H E N T I C I T É



**OLIVIER CLAIRE**  
F R A N C E

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





**Photo p.48**

Chacune des cabines de soins du Spa est habillée par un tissu de grand créateur, à l'image de la suite duo siglée Jean-Paul Gaultier.

**Photo ci-dessus**

Dès l'entrée du Spa, la boutique dévoile les produits de la marque Suisse Valmont mais aussi la marque star des lieux : Olivier Claire.

**Photo ci-contre**

Le jardin de relaxation offre de longs bains de soleil ombragés pour une détente absolue autour de la fontaine. À l'instar de tout le domaine, l'art et la mode se fondent dans le décor.

**Photo de droite**

On peut aussi profiter de la piscine extérieure et du bar et restaurant dédiés pour y déguster finger food et mocktails rafraichissants.



A little private path from the hotel runs alongside the vines and leads to the Château de la Gaude Spa, nestled away in the former stables that have been metamorphosed into a genuine hacienda of wellness, while at the same time keeping the building's very particular shape. A wonderful 300m<sup>2</sup> Spa that offers not only Swiss brand Valmont but also the place's star brand, Olivier Claire, the French creator of a new generation of premium skincare treatments where nature is optimised by science. On the ground floor, there are 4 treatment rooms, one of which is a double VIP

room with bathtub, and there is also a second duo treatment room on the upper floor. Outside, there is a lovely private garden for relaxation. Also, the outdoor pool is ideally situated to contemplate the surrounding vines and scenery. As for the treatments, Audrey Rémy and her team of six Spa practitioners offer an inspired treatment menu with signature rituals designed by the vibrant and creative Spa director, some in collaboration with the brand Olivier Claire, like the Capsule B (*read more on page 50*). Among the most remarkable are

the introduction of treatments and massages infused with premium CBD with its powerful anti-inflammatory virtues, especially the surprising CBD Oh Oui! Manicure or Pedicure. The same creativity can be found in the dedicated wellness collection rooted in the heart of Provence. Youngsters have not been forgotten. They have their very own Spa des Pitchouns. Here again, Audrey Rémy has designed special protocols in close collaboration with the French brand, Colin Maillard.



Soin signature plébiscité :  
Capsule B, imaginé par  
Audrey Rémy avec la complicité  
de la marque Olivier Claire.

Avant de vous parler de ce soin, parlons plus en détails de la marque Olivier Claire, pour laquelle Audrey Rémy a eu un coup de cœur, mais aussi sa clientèle à en croire l'engouement qu'elle génère, tant au niveau des soins que du retail. Depuis 10 ans, Olivier Claire puise dans la nature le meilleur pour transmettre à travers ses soins la synergie et la très haute concentration d'actifs végétaux rares et précieux, optimisés par la science. Née de l'expertise de son créateur Olivier Couraud sur le monde végétal, les produits Olivier Claire sont 100 % made in France et se déclinent dans une gamme visage et corps premium, enrichie chaque année de nouvelles innovations. Comme le souligne Audrey Rémy : « Olivier Claire m'a séduit tant pour son univers de marque que pour la qualité de son accompagnement à tous les niveaux opérationnels et sa parfaite culture de l'hôtellerie premium ». La marque sera d'ailleurs présente à EquipHotel, du 6 au 10 novembre, à Paris Porte de Versailles.

Passons donc au *Soin Collection Capsule B* (B pour Blaise, clin d'œil au nom du propriétaire des lieux), imaginé par Audrey Rémy avec la complicité de la marque Olivier Claire. Ce grand soin holistique dédié au visage et au corps se décline en plusieurs tableaux, orchestrés par une gestuelle sur mesure. Après le modelage du visage avec des formules gorgées d'actifs végétaux et délicatement parfumées, vient le masque et, durant sa pose, la praticienne va réaliser un enveloppement sensoriel, des jambes ou des bras, qui sera ensuite suivi d'un divin modelage. Une magnifique expérience ponctuée d'attentions tout au long du soin qui laisse la peau régénérée et le corps profondément détendu (115 min, 310 €).



Before taking a closer look at this treatment, let's talk in more detail about Olivier Claire skincare products, a brand that won Audrey Rémy's heart. For 10 years, Olivier Claire has been drawing on the best that nature provides to transmit its synergy through treatments with a very high concentration of rare and precious plant active ingredients that have been optimised by science. *The Capsule B Treatment Collection* (B for Blaise, in a nod to the owner's name) created by Audrey Rémy in close collaboration with the brand Olivier Claire, is a truly great holistic treatment for the face and body that is organised in several scenes, orchestrated by tailored massage protocols that deliver a magnificent experience accentuated with attentive gestures throughout the treatment, leaving the skin regenerated and the body deeply relaxed.



NATHALIE TUIL ~ PARIS  
SPA DU CHEVEU



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



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



Nos produits sont présents  
dans les palaces  
et les hôtels 5 étoiles



## La vigne comme passerelle entre tous les univers du domaine.

Ce site viticole, aussi appelé la Sainte Victoire, est tout simplement le cœur du domaine, la source d'inspiration de toutes les équipes, la passerelle entre tous les univers. Un passionnant et ludique parcours œnologique est proposé, débutant par la découverte du vignoble. Classées AOP « Coteaux de Provence », toutes les parcelles sont en culture biologique pour ainsi respecter la qualité d'une production confidentielle. L'encépagement est constitué principalement de Grenache, Syrah, Cinsault, Cabernet Sauvignon, Rolle, Sémillon, Grenache blanc et de Clairette. « *Les vendanges sont intégralement réalisées à la main avec un double tri afin de ne garder que les grains souhaités. L'objectif est de construire un vin haute couture qui reflétera le Château de la Gaude dans son ensemble* », comme le souligne Pierre-Marie Segalen, Maître de Chai des lieux. Pour ce faire, un magnifique chai d'élevage, à la hauteur des ambitions du domaine, a été créé dans les règles de l'art. Les cuves ont comme un petit d'air d'Yquem ou de Cheval Blanc puisqu'elles ont été dessinées par le même architecte : Olivier Chadebost, qui les a même signées.

Point d'orgue de cette visite : le caveau de dégustation, un écrin d'exception qui propose 1 500 références qui se reflètent à l'infini dans le somptueux plafond en inox poli miroir, courbé, à l'effigie du jardin à la française. En prolongement de la boutique, on peut découvrir le bar couleur acier en forme de cuve où vous pourrez déguster les vins du domaine, dont certains sont primés : deux rouges (Hortense et la Chapelle Gabrielle), deux rosés (Garance et Mademoiselle), un blanc d'une grande finesse (La Treille) et le dernier né du domaine, un rosé pétillant (Altitude 400).

Une inspiration pour Audrey Rémy qui va proposer prochainement un nouveau rituel baptisé « *L'Éveil des Sens* » qui sera un lien entre l'univers du vin et du parfum... Tout un programme !

This winegrowing site, also called Sainte Victoire, is quite simply the beating heart of the whole domain and the source of inspiration for all the teams, providing a connection between all the different realms of the place. An enthralling and fun oenological circuit is available, starting with discovering the vineyard. Classified as AOP "Coteaux de Provence", all the plots are organically farmed so as to uphold the quality of limited production. "The aim is to develop a haute couture wine that reflects the Château de la Gaude as a whole". The high point of this visit is the tasting cellar, an exceptional setting that proposes 1,500 references and where you will be able to taste wines from the estate, some of which are award winners.

An inspiration for Audrey Rémy, who will soon be offering a new ritual called "L'Éveil des Sens" that will be a link between the worlds of wine and perfume... We can't wait!



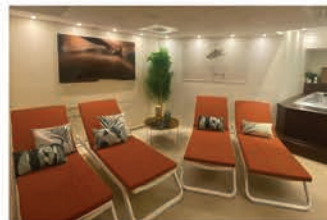
ILS NOUS FONT CONFIANCE



VILLA GEBA\*\*\*\*\*  
MONTÉNÉGR0



CLINIQUE MÉDICIS  
DR RACHEL PESSIS  
PARIS 16ÈME



CÉZANNE HÔTEL & SPA\*\*\*\*  
CANNES



DISINI HÔTEL \*\*\*\*  
CASTRIES

Si le vin est l'une des passions du propriétaire des lieux, l'art contemporain en est incontestablement une autre. Parmi les nombreuses expériences proposées au domaine, les itinéraires artistiques sont l'une des plus exclusives, tant par la diversité des œuvres que par leur mise en scène. Un projet qui a été rendu possible grâce à un programme de curation artistique réalisé avec la galerie tropézienne Garance Montador, créée également par Didier Blaise.

On peut ainsi découvrir dans plusieurs endroits du domaine les sculptures monumentales de Philippe Pasqua, parmi lesquelles une série alertant sur la protection de l'océan et de sa faune, comme le squelette d'une gigantesque baleine volante au milieu des vignes, ou l'œuvre « Requin » de 6 m de haut. Outre les œuvres extérieures, une des ailes de l'Orangerie fait office de galerie d'art, l'autre étant réservée aux séminaires. Un espace de création qui se renouvelle sans cesse selon les acquisitions et devient ainsi un véritable centre d'art, où toutes les œuvres sont à la vente.

Le Château s'est d'ailleurs vu attribué en 2021 le label d'excellence « Artravel Hotels Signature » qui célèbre l'omniprésence de l'art contemporain, de la culture, de la gastronomie, du design... et du Wellness ! Pour les plus curieux, un parcours commenté de 45 min est proposé à la découverte des installations disposées dans le jardin, l'occasion aussi d'y croiser Sacha, le jardinier des lieux, lui aussi un livre ouvert sur le Domaine et la nature qu'il se plaît à entretenir, comme tous les potagers qui fournissent les restaurants, un art aussi !

Among the numerous experiences made available at the domain, the artistic itineraries are some of the most exclusive, both for the diversity of the works and their staging.

In several places around the domain, it is possible to discover the monumental sculptures of Philippe Pasqua. In addition to the outdoor works, one of the wings of the Orangery has taken on the role of an art gallery, the other wing being reserved for seminars. This is a space for creation that is continually renewed thanks to the acquisitions made: a veritable art centre where all the artworks are for sale.

The Château was, for that matter, attributed the "Artravel Hotels Signature" label of excellence in 2021. This label celebrates the omnipresence of contemporary art, culture, gastronomy, design and... wellness!

## Une galerie d'art à ciel ouvert, en harmonie avec la nature.



### DERNIÈRE IMPRESSION

Le Château de la Gaude est un lieu passionnant et atypique, réunissant dans un lieu très exclusif une offre originale, où rien n'est trop beau pour sublimer les sens et rendre ainsi mémorable mon éphémère, mais au combien riche, escapade sensorielle.

On ne peut que saluer Didier Blaise pour sa capacité à réunir autant de talents, jeunes pour la plupart, tous animés par ce désir d'être des créateurs de souvenirs. Le Château de la Gaude amène une signature unique, bougeant les codes, en inventant certains, mais avec une seule envie : offrir un moment incomparable, intimiste et contemplatif ! Ne serait-ce finalement pas cela que l'on demande à l'hôtellerie aujourd'hui ?

Château de la Gaude is a fascinating and unusual place that brings together, in one highly exclusive site, an original offering where nothing but the best is rolled out to enhance the senses, thus making my fleeting but oh so rich sensorial getaway such a memorable experience. Château de la Gaude conveys a unique signature, shifting some codes and inventing others, all with a single goal in mind: offering an essentially private and contemplative moment beyond compare!

When all is said and done, isn't that exactly what we ask of the hotel industry today?

# omnisens

PARIS



NOUVEAUTÉ SOIN JEUNESSE

UNE EFFICACITÉ  
PROUVÉE

95%

REPULPE &  
RAFFERMIT\*

Acide Hyaluronique

100%

REVITALISE\*

Eau de Source Marine

100%

LISSE\*

Extrait d'Algue Rouge



D'INGRÉDIENTS D'ORIGINE NATURELLE  
97%  
NATURAL ORIGIN INGREDIENTS

\*Test de satisfaction réalisé sur 23 femmes après 1 mois d'utilisation

“Le temps que vous accordez à votre peau  
est aussi précieux qu'une perle”

Joelle Guillemot — Fondatrice d'Omnisens

Ce sérum au **CONCEPT UNIQUE** libère des **ACTIFS ANTI-ÂGE ENCAPSULÉS**, qui fondent délicatement au contact de la peau.

Le réflexe jeunesse des nouveaux protocoles  
de soins visage OMNISENS

PERLES  
DU TEMPS®

Sérum Jeunesse Visage  
Repulpant

MADE  
— IN —  
FRANCE



CONTACT

OMNISENS - Joëlle Guillemot - jguillemot@omnisens.fr - www.omnisens.fr

# Wellness COSMETIC News

PAR ISABELLE CHARRIER



« Un soin exclusif, alliant la technologie d'infrathérapie Iyashi Dôme et les mains expertes de nos partenaires. »

**SHOGORO UEMURA**  
Fondateur Iyashi Dôme

Iyashi Dôme

senseofwellness-mag.com  
Guide des Fournisseurs

## Iyashi Dôme se réinvente avec son soin signature Omedetō

Toujours à l'écoute de ses partenaires mais aussi des attentes des consommateurs et de l'évolution du marché du bien-être, Iyashi Dôme, l'appareil d'infrathérapie de référence, se réinvente avec la création de son soin signature Omedetō, une expérience sensorielle touchant aux 5 sens. On vous explique tout...

AVEC OMEDETŌ, Iyashi Dôme a souhaité développer un soin alliant des manœuvres et techniques manuelles profondes, drainantes et réparatrices : du dos – buste – visage et cuir chevelu, combiné à une séance douce d'infrathérapie Iyashi Dôme. Ainsi, la main vient s'associer à la technologie pour compléter et incarner l'action profonde des infrarouges longs.

Un travail précis et intense est fait afin de procurer un lâcher-prise pour un effet de totale relaxation et un effet spectaculaire sur le visage et le décolleté. « Avec ce soin exclusif créé par et pour Iyashi Dôme, nous voulions montrer que la technologie n'est pas contre le manuel mais au contraire avec ! », comme aime à le souligner Shogoro Uemura, fondateur de la société. Raffermissant, détoxifiant et rajeunissant, ce soin procure un sentiment de bonheur calme et durable : la définition même d'Omedetō en japonais. « Cette nouveauté offrira à nos partenaires la possibilité de réinventer leur carte de soins et d'offrir à tous les bienfaits cumulés des infrarouges et du savoir-faire manuel », poursuit Shogoro Uemura.

Cette nouvelle approche permet également de prouver qu'un appareil peut être le carrefour d'une multiplicité d'approches, de soins et de techniques, pour proposer une signature exclusive en termes de soin. Quand la technologie rencontre la tradition, quand la main s'associe à l'outil, les sens s'ouvrent et le bonheur se fait !

> À découvrir sur EquipHotel, du 6 au 10 novembre, Paris Porte de Versailles, Hall 7.3 - Stand R022.

### Iyashi Dôme elevates wellbeing with its signature treatment Omedetō

Always focused on helping its business partners and listening to both clients' expectations and the evolving industry, Iyashi Dôme has created the signature treatment Omedetō that elevates the wellbeing experience through the 5 senses.

With Omedetō, Iyashi Dôme has developed a treatment that combines deep strokes, draining and restorative techniques of the back, torso, face and scalp, with a gentle session of Iyashi Dôme infrared therapy. The therapist's hands are combined with technology to complete and fully embody the deep action of far infrared radiation.

A precise and intense protocol is performed to help the mind let go and the body fully relax, with spectacular effects on the face and décolleté. Firming, detoxifying and rejuvenating, this treatment brings a long-lasting and calm feeling of happiness, which is the very meaning of Omedetō in Japanese. When technology meets tradition, and the hands join forces with the tools, all five senses are awakened and happiness can be found!



# Révolution anti-âge

*Une marque familiale, 100% made in France*

PASSION | SAVOIR-FAIRE | MIX DE GÉNÉRATIONS  
EXPERTISE MÉDICALE



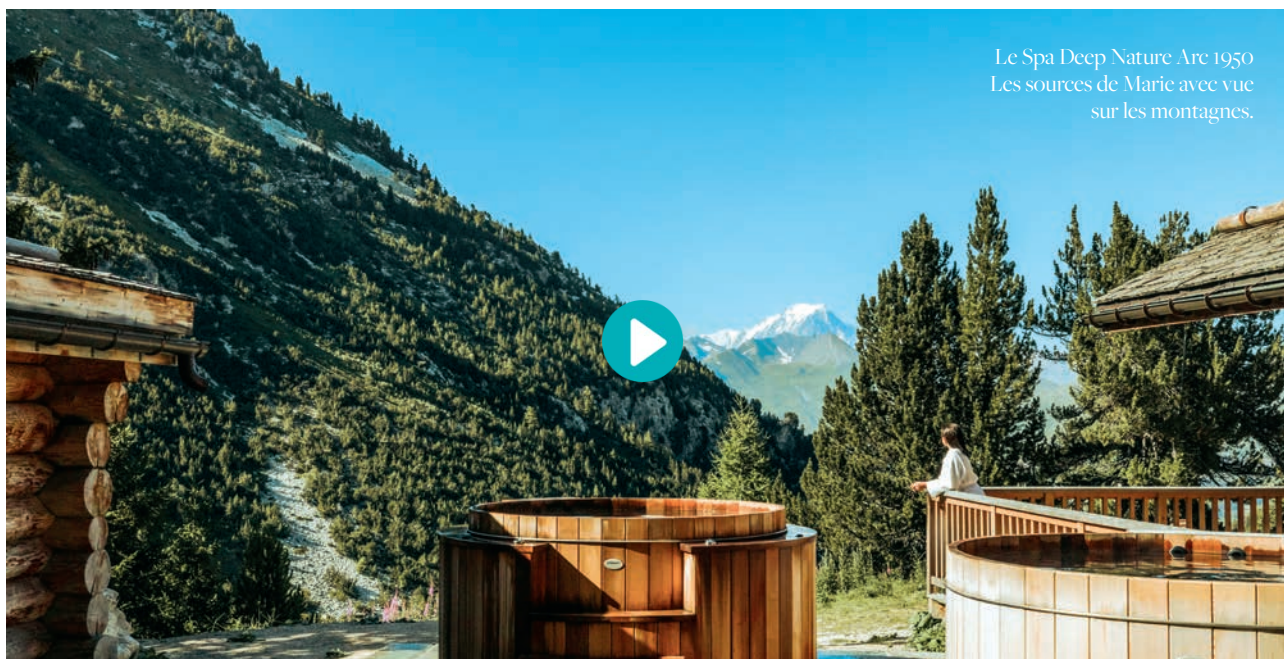
Des soins ciblés qui font écho à la mer et à la nature  
***Une synergie d'actifs naturels en forte concentration***  
pour une efficacité optimale

# CHATEAU BERGER

C O S M É T I Q U E S

[www.chateauberger.com](http://www.chateauberger.com)

Contact - [professionnels@chateaubergercosmetiques.fr](mailto:professionnels@chateaubergercosmetiques.fr)



## Snow Group

### Les ambitions et la vision du Wellness du leader de la gestion de Spas en Europe

Fondée en 2004 par Julien Patty, Deep Nature, société de gestion de Spas et de cosmétiques, s'est imposée au fil des années comme une référence dans le secteur du bien-être. Nouveau cap en 2020, avec la création de Snow Group, qui englobe désormais les marques Cinq Mondes, Algotherm et Deep Nature, s'imposant ainsi comme la société leader de la gestion de Spas en Europe. Rencontre avec Julien Patty qui nous explique ses ambitions mais aussi sa vision du bien-être.

 PAR ISABELLE CHARRIER



« Les prochaines années devraient être extrêmement stimulantes grâce aux projets qui vont animer Snow Group. »

**JULIEN PATTY**  
Président Snow Group

Julien, comment est née cette idée de Snow Group et qui sont vos partenaires financiers ?

Julien Patty : Notre souhait était de devenir un pure player du secteur Wellness et l'idée de regrouper les marques et la gestion des Spas avec Deep Nature, dans un seul et même métier, s'est imposée naturellement. C'est aussi ce qu'incarne le nom de notre société : Snow pour Spa now, pour traduire cette dimension de marque en mouvement. Un item facilement compréhensible dans tous les pays puisque nous gérons aujourd'hui 60 Spas, ce qui fait de nous la société leader en Europe dans ce domaine.

Snow Group a été créé par la fusion du Groupe Batteur et de Deep Nature, le leader du Wellness en Europe. J'assume aujourd'hui les fonctions de PDG. Ce rapprochement avec le Groupe Batteur permet à Snow Group de bénéficier de la force de production des Laboratoires Batteur pour nos gammes cosmétiques, mais aussi de tout l'environnement sécuritaire. Deux savoir-faire réunis, qui amènent certes des moyens financiers conséquents, mais aussi une expertise sans égale pour asseoir un développement ambitieux mais parfaitement maîtrisé.

On l'aura compris Julien, Snow Group apporte une réponse à 360° aux hôteliers au travers de ses différents pôles : exploitation, formation et conception.

J.P. : Fort de nos 20 années d'expérience, l'offre de conseil au développement de Spas continue, en tenant compte aussi des nouvelles contraintes de recrutement et de formation. Effectivement, le plus important pour nous, c'est d'écouter le terrain, surtout lorsque l'on compte comme nous, entre 400 à 600 employé(e)s,

dont 90 % sont en cabine et donc en contact avec les clients. C'est donc dans cette optique de formation continue sur le terrain, et aussi pour favoriser le recrutement et l'évolution au sein de Snow Group, que nous avons créé la Snow Academy. Pour moi, la formation est la pierre angulaire de notre métier car le plus beau Spa du monde n'est rien sans les humains qui l'animent au quotidien et il est plus important que jamais de leur procurer les meilleures conditions pour exercer ce métier.

Quant au LAB, c'est la programmation en amont des espaces du Spa, un savoir-faire que nous maîtrisons au regard du nombre de Spas que nous avons réalisés à ce jour et de notre expertise en gestion de Spas. Cela nous permet de conseiller les porteurs de projets afin de concevoir des Spas rentables mais aussi structurés pour le bien-être des clients... mais aussi des salarié(e)s. Notre expertise nous permet d'adapter rapidement une offre sur mesure, quel que soit le pays ou les attentes de l'hôtelier.

Pour conclure ce tour d'horizon de Snow Group, parlons de vos marques cosmétiques: Cinq Mondes qui fête ses 20 ans cette année, Algotharm 60 ans et bien sûr Deep Nature. Comment définiriez-vous chacun de ces univers?

J.P: Chacune de nos trois marques cosmétiques a son univers propre. Cinq Mondes est la plus connue des trois avec des Spas emblématiques et une offre créée autour de rituels de beauté inspirés des médecines traditionnelles du monde. Algotharm offre un savoir cosmétique issu des actifs des océans du monde et Deep Nature puise son inspiration dans une nature préservée avec des ingrédients simples et puissants. De nombreux temps forts vont animer ces trois marques entre rebranding et reformulation afin d'aller toujours vers des formules plus green et plus clean, avec en trait d'union une haute exigence. Finalement, Snow Group trouve sa raison d'être et sa dynamique dans sa volonté d'amener le meilleur du Wellness à nos client(e)s et...à nos salarié(e)s.

> Retrouvez Snow Group, au salon EquipHotel, du 6 au 10 novembre, Paris Porte de Versailles, Hall 7.3 - Stand M8.



Photo haut de page  
Le sauna de sel du Spa Cinq Modes Grand Hôtel Dieu à Lyon.

Photo ci-dessus  
Le Spa By Algotharm à l'hôtel Intercontinental de Bora Bora. © Guillaume Epinette.

## Snow Group The Wellness ambitions and vision of Europe's leader in Spa management

Founded in 2004 by Julien Patty, the Spa and skincare brand management company Deep Nature has, over the years, become a benchmark in the Wellness sector. He took up a new challenge in 2020 with the creation of the Snow Group, which now includes Cinq Mondes, Algotharm and Deep Nature, thus becoming the leading Spa management company in Europe.

**Julien, how did this idea of the Snow Group come about and who are your financial partners?**

**Julien Patty:** We wanted to become a pure player in the Wellness sector and the idea of joining the brands and management of Spas with Deep Nature in a single activity came about naturally.

Snow Group was created by the merger of the Bateur Group and Deep Nature to create Snow Group, the Wellness leader in Europe. Today, I am the group's Chairman and CEO. This rapprochement with the Bateur Group has enabled Snow Group to benefit from the Bateur Laboratories' production force for our skincare ranges as well as from the safety standpoint.

**We've understood that Snow Group provides a 360° response to hoteliers through its different divisions: operations, training and design.**

**J.P.:** With 20 years' experience, our Spa development consultancy services continues, also taking into account current recruitment and training constraints. Indeed, the most important aspect for us is listening to people in the field, especially when there are between 400 to 600 employees, 90% of which are in treatment rooms and, therefore, in contact with the clients. So it is with a view to accompany ongoing training needs in the field and to facilitate recruitment and development within Snow Group that we created the Snow Academy. As for the LAB, this division focuses

on Spa space planning, an expertise that we fully comprehend given the number of Spas that we have created to date as well as our track record in Spa management. We advise project owners on how to create Spas that are both profitable and well-structured for the wellbeing of clients... as well as employees.

**To conclude this overview of Snow Group, let's talk about its skincare brands, Cinq Mondes, Algotharm and of course Deep Nature.**

**J.P.:** Each of our three skincare brands has its own realm: Cinq Mondes is the best known of the three, with emblematic Spas and an offering built around beauty rituals inspired by the world's traditional medicines. Algotharm offers skincare expertise based on active ingredients from the world's oceans and Deep Nature draws its inspiration from pristine nature, with simple and potent ingredients. Much is in store for these three brands in the near future, between rebranding and reformulation, in order to further the transition towards greener and cleaner formulas driven by exacting standards.

## Les Feuilles de Savon **La Sélection**, un produit d'accueil élégant et ludique

DEPUIS PLUS DE 15 ANS, Agnès Prunetti, fondatrice de La Sélection, dénêche des objets qui au-delà de leur caractère surprenant, répondent à 3 exigences : utilité, praticité et qualité. Parmi ses produits phares : sa gamme d'étuis de feuilles de savon pour étoffer votre collection de produits d'accueil en chambre, mais aussi en produits bien-être à proposer en retail ou en cadeau pour vos VIP.

Un concept pratique et ludique, les Feuilles de Savon sont proposées dans un étui élégant, entièrement personnalisable. Un format nomade, compact et léger qui permet d'utiliser les Feuilles de Savon partout ! Pour en profiter au mieux, rien de plus facile : les mains encore sèches, on dépose une feuille au creux de la paume, un filet d'eau, puis les gestes habituels pour faire mousser, de l'eau pour rincer, et l'hygiène des mains est assurée ! Fruits d'une alchimie complexe, ces étonnantes feuilles de savon au toucher soyeux et aux senteurs délicates éliminent bactéries et virus en même temps qu'elles évitent toute agression contre la peau. Proposées en 9 senteurs très Wellness : Lavande, Jasmin, Rose, Marine, Citron, Thé Vert, Miel, Aloé Vera, Vanille.

> À découvrir sur EquipHotel, du 6 au 10 novembre, Paris Porte de Versailles, Hall 7.3, zone Wellness.



« Les Feuilles de Savon sont proposées en 9 senteurs très wellness. »

**AGNÈS PRUNETTI**

Fondatrice de La Sélection



**Infos**

[www.laselection.fr](http://www.laselection.fr)

## Soap Leaves by **La Sélection**, An elegant and fun amenity

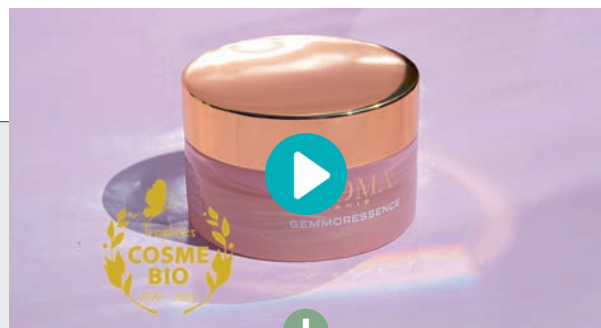
For over 15 years, Agnès Prunetti, founder of La Sélection, has been dedicated to unearthing fascinating finds that meet three requirements: utility, practicality and quality. Among her star products is the range of soap leaves that enhance your collection of guest room amenities as well as being ideal wellbeing products for retail or VIP gifts. A practical and fun concept, the Soap Leaves are presented in an elegant case that is entirely customisable. A compact and light format that is perfect for travel and using the Soap Leaves wherever you go! There are 9 wellbeing-boosting scents available: Lavender, Jasmine, Rose, Marine, Lemon, Green Tea, Honey, Aloe vera and Vanilla.

## Paoma remporte le prix d'Innovation Durable des Trophées Cosmébio 2022

LORS DES DERNIERS TROPHÉES COSMÉBIO 2022, concours reconnu pour ses critères exigeants puisqu'à l'issue de 62 candidatures, 24 produits ont été retenus lors de la présélection, mais uniquement 4 seront lauréats... La crème Gemmoressence de Paoma a obtenu le trophée Innovation Durable qui récompense les produits qui se démarquent par un aspect innovant lié à la formule ou au packaging. En effet, Gemmoressence est une crème visage qui protège, préserve et illumine la peau, et dont l'actif principal est un complexe breveté de 3 bourgeons issus de la gemmothérapie. Une formule innovante qui permet d'estomper les effets d'une vie intense et souvent exigeante pour la peau. Repulpée, lissée, apaisée, la peau est fraîche, saine et lumineuse (99,5 % des ingrédients sont d'origine naturelle et 62,8 % des ingrédients sont issus de l'agriculture biologique).

Une marque qui a déjà séduit de prestigieux établissements comme le Relais & Châteaux Le Domaine du Mas de Pierre 5\* à Vence, ou encore la Thalasso du Grand Hotel de Saint-Jean-de-Luz 5\*.

> À découvrir sur EquipHotel, du 6 au 10 novembre, Paris Porte de Versailles, Hall 7.3 - Stand M06.



**Paoma**

[senseofwellness-mag.com](http://senseofwellness-mag.com)

Guide des Fournisseurs

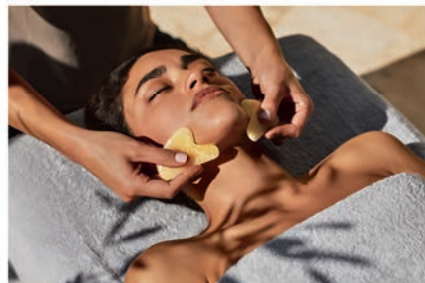
## Paoma wins the Sustainability Innovation prize at Trophées Cosmébio 2022

At the latest edition of Trophées Cosmébio 2022, a competition known for its high-level requirements and criteria – this year out of 62 applications, only 24 products were pre-selected and 4 winners were announced... the Gemmoressence Cream by Paoma won the Sustainability Innovation trophy which rewards products that stand out from the crowd thanks to an innovation in formulation or packaging. Indeed, Gemmoressence is a face cream whose main active ingredient is a patented 3-bud gemmotherapy complex. An innovative formula that erases the effects of an intensely active lifestyle that can take a toll on the skin.



# 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*.



Photos ci-dessus

Alliance de gestuelles expertes et de technologies pointues, la Méthode Laëtitia Fontanel propose un protocole en 8 étapes parmi lesquelles le massage facialiste Lovely Sculpt, le micro-peeling contrôlé et la séance de LED Skin Delight.

# La Méthode Laëtitia Fontanel

L'alliance du traditionnel et de la performance

Parce que la beauté se travaille autant de l'intérieur que de l'extérieur, Laëtitia Fontanel, passionnée d'esthétique manuelle mais aussi experte des technologies depuis plus de 25 ans, a développé un soin unique, alliance d'un protocole visage exclusif, de technologies esthétiques et d'un massage corporel rééquilibrant. Son objectif : corriger, embellir et rajeunir la peau tout en revitalisant le corps et l'esprit, pour une action anti-âge globale.

 PAR ISABELLE CHARRIER

Laëtitia, expliquez-nous votre parcours et ce qui vous a amené à créer la Méthode Laëtitia Fontanel.

Laëtitia Fontanel : Dès la fin de mes études d'esthétique, j'ai fait mes premiers pas dans ce métier en travaillant pour un fabricant de matériel médical. Cette expérience m'a permis de découvrir les résultats que l'on pouvait obtenir avec ce type d'équipements et qu'il était possible d'allier en totale harmonie le travail de ses mains avec celui des technologies esthétiques. Cette vision de la combinaison « Homme / Machine » au service de l'esthétique, je l'ai partagée avec l'ensemble de mes consœurs dont j'ai assuré la formation pour les fabricants avec qui j'ai collaboré. En parallèle, j'ai continué à me former aux thérapies manuelles les plus pointues. Un cheminement qui m'a conduit à créer en 2005 mon centre expert parisien Lovely Spa, que je dirige toujours aujourd'hui et dans lequel je

continue de faire rayonner ma passion de l'esthétique et mon goût de prendre soin des autres.

Mais c'est au cours de l'année 2020, crise de la Covid-19 oblige, que je prends encore plus conscience de l'importance de l'état corporel global, dans l'apparence et le vieillissement cutané. Au même titre que le stress et un moral bas vont affaiblir le système immunitaire, ils ont également un impact considérable sur l'état de la peau et l'accélération de son vieillissement. Pour y remédier, il n'est donc plus seulement question d'agir uniquement sur la peau ; il est également indispensable d'agir sur le corps dans sa globalité, afin de libérer les tensions, relancer les échanges et le bon fonctionnement des organes, et booster les cellules pour optimiser l'efficacité des techniques anti-âge. De là est née la Méthode Laëtitia Fontanel, plus qu'un soin premium, c'est une prise en charge globale pour retrouver sa beauté originelle !

Rentrons plus en détails dans votre Méthode qui allie un protocole visage exclusif à un massage corporel rééquilibrant.

L.F.: Le protocole dure 1h30 et se déroule en 8 étapes. Parmi les plus significatives étapes de ma Méthode : le micro-peeling contrôlé qui permet en 15 min seulement d'exfolier, nettoyer et rajeunir la peau de manière 100 % efficace et que l'on peut aussi pratiquer sur les peaux sensibles de façon sécuritaire et confortable. Cette étape est suivie par la radiofréquence régénérante qui va permettre d'améliorer la fermeté et la tonicité de la peau en lui apportant aussi de l'éclat. Place ensuite au massage facial anti-âge Lovely Sculpt, dans la plus grande tradition des facialistes, tendance forte du moment, qui va lifter et redessiner l'ovale du visage. Ensuite, durant la séance de LED Skin Delight qui va permettre de rebooster le métabolisme cellulaire et ainsi d'optimiser l'action anti-âge et perfecteur de peau, un massage antistress et rééquilibrant est pratiqué. Selon les besoins, il peut intervenir sous la forme d'un massage régénérant et rééquilibrant. Sous forme de poly-réflexologie, il débute par un massage de la voûte plantaire pour stimuler les organes vitaux et revitaliser le corps, se poursuit avec un massage abdominal pour rétablir les désordres émotionnels, puis d'un massage crânien pour lever les tensions psychiques et le stress.

La formation tout comme le service SAV proposés avec les technologies de votre Méthode sont aussi des éléments forts de cette offre.

L.F.: Effectivement Isabelle et pour ce faire, nous avons co-créé, Elya Boutin et moi, l'Isis Group Académie qui forme non seulement à la Méthode Laëticia Fontanel mais propose aussi d'autres formations afin de rendre encore plus expertes les professionnelles de notre secteur.

Plus qu'un simple centre de formation, l'Académie est un lieu de transmission du savoir, un lieu dans lequel l'information est multi-centrique, les études scientifiques se joignent à nos propres expériences d'exploitants. Même exigence pour notre service SAV, avec un service accessible 7/7 jours et 24h/24 et notre engagement de mettre un appareil de remplacement à disposition sous 24h. Autant de points qui montrent la passion de notre métier et le plaisir de la partager !



« La Méthode Laëticia Fontanel, plus qu'un soin premium, une prise en charge globale pour retrouver sa beauté originelle ! »

**LAËTICIA FONTANEL**  
Créatrice de la Méthode Fontanel

Laëticia Fontanel, créatrice de la Méthode éponyme, est également « l'Experte Protocoles » de la société Isis Group, créée avec son mari Fabrice Fontanel, qui propose des équipements high-tech pour les Spas, mais aussi pour les médecins esthétiques et les instituts de beauté. C'est dire si elle maîtrise parfaitement aussi bien la technique manuelle que les technologies !



**Isis Group**

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

## The Laëticia Fontanel Method

### The alliance of tradition and performance

Because healthy skin is just as much an inside job as it is about topical skincare, Laëticia Fontanel, passionate about hands-on beauty therapy and skincare technology expert for over 25 years, has developed a unique treatment, the alliance of an exclusive facial protocol with beauty technologies and a rebalancing body massage.

**Laëticia, can you tell us about your experience and how it led you to create the Laëticia Fontanel Method?**

**Laëticia Fontanel:** As soon as I had finished studying beauty therapy, I made my first steps in the industry working for a medical device manufacturer. This experience gave me great insight into the

results that can be achieved with this type of equipment and I really integrated the fact that it is possible for hands-on techniques and beauty technologies to be combined in total harmony. A journey that led me to create, in 2005, the specialized centre Lovely Spa in Paris, which I continue to lead today. It was during 2020, given all that the pandemic was bringing, that my awareness deepened of how important it is to take into account the body as a whole when it comes to the skin's appearance and skin ageing. To truly address these issues, it is no longer a question of only treating the skin, it is also essential to treat the whole body. From there, the Laëticia Fontanel Method was created, beyond a premium treatment, it is a holistic experience to bring your skin back to a healthy and beautiful state.

**Let's dive into the details of your Method that combines an exclusive facial protocol with a rebalancing body massage.**

**L.F.:** The protocol lasts for 1hr30 and has 8 steps. Among the most significant, the Method involves

a controlled micro-skin peel. In just 15 minutes, this 100% effective technique leaves the skin exfoliated, cleansed and rejuvenated. Following this step, regenerating radiofrequency improves skin firmness and tonicity, and leaves the skin glowing. After that, the anti-ageing facial massage Lovely Sculpt is performed, in the art of facialist excellence. Then, during the Led Skin Delight session that boosts cell metabolism, an antistress and rebalancing body massage is performed.

**The training and customer service that come with the technologies used in your Method are also strong elements in this offering.**

**L.F.:** Indeed Isabelle and to implement this, Elya Boutin and I cocreated Isis Group Académie that not only trains in the Laëticia Fontanel Method but also offers other courses to allow our industry's professionals to hone their craft. The same high level of standards applies to our customer service, which is available 24/7, with a commitment to make a replacement device available within 24hrs.



Terraké

senseofwellness-mag.com  
Guide des Fournisseurs



## Terraké s'installe à l'hôtel Cézanne 4\* à Cannes

LA MARQUE TERRAKÉ a signé un accord de partenariat avec l'hôtel Cézanne\*\*\*\* à Cannes, un boutique hôtel de charme de 27 chambres et suites, niché dans une oasis de calme et de verdure, au cœur de Cannes. Le C-Spa a réouvert ses portes à la mi-juillet et accueille désormais en exclusivité la marque Terraké. Dirigé par Olivia Saramito, le Spa se compose de deux cabines (dont une double), d'un bain à remous et d'un hammam.

Soin phare des lieux : le soin Anti-âge Global de 75 min qui associe l'action renforcée des produits de la gamme premium de la marque HTP-3 Blast couplée aux effets de la technologie de radiofréquence Terraké. Ce soin va agir sur la régénération cellulaire et le relâchement cutané, apportant ainsi une réponse complète aux signes du vieillissement. Comme le souligne Laurent Maudet, directeur commercial France de la marque : « Terraké, lié depuis toujours à l'univers sensoriel de la Nature, place la recherche au cœur de ses préoccupations et traite les actifs d'origine naturelle au niveau biomoléculaire afin d'offrir des produits et des protocoles innovants alliés aux dernières technologies de rajeunissement professionnelles ».

Aujourd'hui, Terraké est dans une trentaine de Spas en France. Objectif à terme : totaliser 150 à 200 partenaires dans l'Hexagone.

### Terraké partners with 4-star hotel Cézanne in Cannes

The brand Terraké has signed a partnership agreement with the 4-star boutique hotel Cézanne in Cannes, a charming establishment with 27 guest rooms and suites, located in the heart of the French Riviera's resort town. The C-Spa reopened mid-July and now exclusively offers the brand Terraké. The Spa's star treatment is the Global Anti-ageing facial, a 75-minute supercharged protocol thanks to the combination of the premium range HTP-3 Blast and Terraké's radiofrequency technology. Today, Terraké is present in around thirty Spas in France. Over time, the brand aims to grow its national partnership network to between 150 and 200 Spas.



« Aujourd'hui Terraké est dans une trentaine de Spas en France, avec un objectif à terme de 150 à 200 partenaires dans l'Hexagone. »

LAURENT MAUDET  
Directeur commercial France

## PBI, Succès complet pour la 1<sup>ère</sup> convention en Suisse

POUR FÊTER LA 1<sup>ÈRE</sup> ANNÉE D'ACTIVITÉ de sa filiale suisse dirigée par Fanny Vigneron-Weber, PBI, l'un des leaders français de l'esthétique professionnelle et du Spa, a organisé sa première convention réunissant une vingtaine de Spa managers de la Suisse romande, dans le cadre bucolique du Domaine de Burignon, avec une vue magnifique sur le lac Léman.

Au programme de cette journée d'échanges entre professionnel(le)s du bien-être, des conférences d'expert(e)s afin d'apprendre mais aussi d'échanger sur des thèmes variés afin de sublimer l'expérience client et d'améliorer la rentabilité des établissements. Ainsi, la très réputée Elizabeth Gontal, experte en lithothérapie, a fait une présentation très interactive sur la science des pierres, la tendance beauté holistique incontournable, puis Isabelle Charrier est intervenue sur le thème : « Comment booster la rentabilité de votre Spa ? ». Après un déjeuner convivial riche en échanges, les débats se sont poursuivis avec l'intervention du parfumeur du Spa Marc Massing sur la dynamisation des zones humides, puis ce fut au tour de la fondatrice de Boost Your B. Consulting, Camille Trouiller Gerfaux, de présenter ses best practices pour : « Comment optimiser et apprivoiser "la dernière minute" au sein de votre Spa ? ». Fort de ce succès et de l'enthousiasme des participants, PBI a décidé de reconduire cette convention chaque année.

> Retrouvez PBI à EquipHotel, du 6 au 10 novembre, Paris Porte de Versailles, Hall 7.3 - Stand N010.

### Full-blown success for PBI's 1<sup>st</sup> convention in Switzerland

To celebrate the 1<sup>st</sup> anniversary of its Swiss subsidiary led by Fanny Vigneron-Weber, PBI, one of the leading French professional beauty and Spa suppliers, organized its very first convention that brought together around twenty Spa managers from the Romandy region, in the bucolic Domaine de Burignon that offers magnificent views over Lake Geneva. During one whole day, Wellness professionals enjoyed conferences, learned from expert speakers and shared perspectives on various topics relating to enhancing the client experience and optimizing profitability. Given its huge success and the attendees' enthusiastic feedback, PBI has decided to repeat the convention on an annual basis.



PBI

senseofwellness-mag.com  
Guide des Fournisseurs



# OBSERV<sup>®</sup>



**pbi**  
probeautic institut

ESTHÉTIQUE, SPA & WELLNESS

présente

**OBSERV<sup>®</sup> : l'appareil numérique de diagnostic de peau qui coche toutes les cases**



**Pour vos clients, l'Observ c'est :**

- Magnifier l'expérience client.
  - **Offrir une expérience exceptionnelle de voyage au centre la peau.**
  - Valoriser les compétences et le professionnalisme de vos praticiens.
  - Montrer les améliorations de la peau.
- Vos clients deviendront vos meilleurs ambassadeurs.**

**Pour votre Spa l'Observ c'est :**

- L'utiliser quelle que soit votre marque de soins.
- Un outil de management de vos praticiens.
- **Plus de confiance en soi, en la marque et les produits.**
- Augmenter significativement **les ventes de traitements et de produits.**
- Augmenter la satisfaction et la fidélité de vos clients.
- Communiquer "en un clic" avec vos clients.

**Téléchargez les plaquettes de présentation de l'OBSERV<sup>®</sup>**



**Venez découvrir l'OBSERV<sup>®</sup> sur notre stand**

**EQUIPHOTEL** PARIS  
THE HOSPITALITY & FOOD BUSINESS PLACE  
**6-10 NOV. 2022**  
RETROUVEZ-NOUS PAV.7.3 - STAND N010

**Nous proposons de nombreuses solutions de financement. Parlons ensemble de votre projet !**

probeauticinstitut.com



# Zoom sur Perlucine

Pionnière de la cosmétique poudre,  
engagée et 100 % bretonne

Lancée en 2020 par le laboratoire Aquatonale, expert de la cosmétique marine française depuis 30 ans, Perlucine est une gamme innovante de produits d'hygiène et de cosmétiques minimalistes, parmi lesquels le shampooing qui a remporté le Trophée d'argent lors du salon Natexpo 2021. Zoom sur une marque authentique, ludique et écoresponsable.

PERLUCINE EST NÉE du désir de valoriser les déchets coquilliers marins pour en faire une matière première locale, naturelle et renouvelable. Récoltées manuellement sur les plages du littoral breton, les coquilles d'huîtres blanches sont lavées à l'eau claire et réduites en poudre dans les ateliers d'Aquatonale. Riche en calcium, la finesse de cette poudre, sans aucune odeur, laisse la peau douce et redonne de l'éclat au teint grâce à sa forte teneur en sels minéraux. Les soins Perlucine sont ainsi composés de cette poudre de coquille d'huîtres blanches et d'argile marine, extraite dans un ancien marais salant situé près du village de Moutiers-en-Retz, extrêmement reminéralisante et antioxydante.

Perlucine, certifiée COSMOS, labellisée Slow Cosmétique et membre de RespectOcean, propose 11 produits d'hygiène et cosmétiques, dont 7 soins sous forme de poudre. « *L'utilisation de ces poudres est très simple et ludique, il suffit de verser un peu de poudre dans le creux de la main, d'ajouter un peu d'eau et faire mousser !* », commente Sophie Boutigny, directrice France de la marque.

Distribuée dans les boutiques des Spas et thalassothérapies, Perlucine a enrichi son offre en créant des produits d'accueil sous forme de sachets kraft monodoses et recyclables. « *Les hôteliers peuvent composer leur kit d'hygiène grâce à notre "coffret découverte", un paper tube en carton recyclable pouvant contenir jusqu'à 5 sachets (shampooing, douche, visage, dentifrice, déodorant, ou mains), ce qui facilite la mise en place des produits d'hygiène dans les salles de bain* », poursuit Sophie Boutigny. Cette offre permet un gain de place considérable dans les offices et chariots des femmes de chambre (1 carton de 45x20 cm contient 500 sachets !) et par conséquent des économies de frais de transport. Les soins Perlucine peuvent aussi se prolonger dans les Spas grâce aux formats professionnels.

> À découvrir sur EquipHotel, du 6 au 10 novembre, Paris Porte de Versailles, Hall 7.3 - Zone Wellness.



« Perlucine offre une nouvelle expérience de soin écoresponsable et ludique. »

**SOPHIE BOUTIGNY**  
Directrice France Perlucine



**Aquatonale**

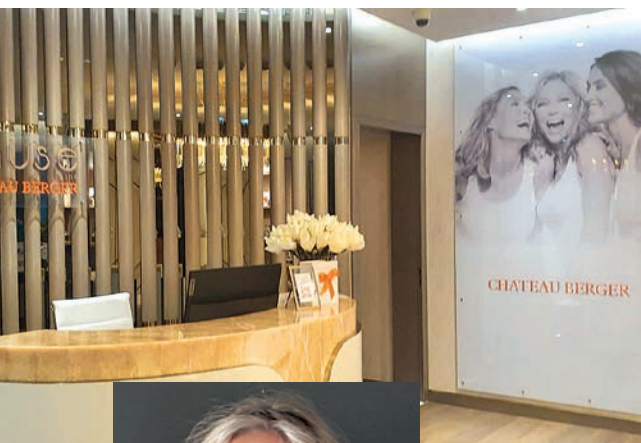
senseofwellness-mag.com  
Guide des Fournisseurs

## Focus on Perlucine,

The powder cosmetics pioneer, committed and 100% Breton

Launched in 2020 by Aquatonale laboratories, Perlucine is an innovative range of minimalist cosmetics, which includes the shampoo that won the Silver Trophy at the trade show Natexpo 2021.

Perlucine was created from the desire to give a new lease of life to marine shell waste and turn it into a local, natural and sustainable raw material. Collected by hand on the beaches along the coast of Brittany, the white oyster shells are washed in freshwater and grinded into powder in Aquatonale's workshops. Rich in calcium, this fine, odorless powder leaves the skin soft and glowing thanks to its high mineral content. Perlucine skincare products are formulated with this white oyster shell powder and highly remineralising and antioxidant-rich marine clay that is extracted from a former salt mine located near the village Moutiers-en-Retz. Perlucine, COSMOS-certified and carrying the Slow Cosmétique label, offers 11 cosmetics, with 7 in powder form. Distributed in stores, Spas and thalassotherapy centres, Perlucine has further developed its offering by creating amenities in recyclable kraft-packaged individual doses.



« Passion, savoir-faire, mix de générations et expertise médicale sont l'essence même de Château Berger. »

**LAURENCE FOGLI**  
Fondatrice  
Château Berger



**Château Berger**

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

## Château Berger, la marque cosmétique familiale française séduit le Moyen-Orient

APRÈS L'OUVERTURE du premier Pause Spa Château Berger à Dubaï, qui a emporté l'Award du Meilleur Nouveau Spa de l'année 2021, la maison française de cosmétiques signe son deuxième Pause Spa Château Berger dans le sublime Paramount Hôtel Midtown 5\*, récemment ouvert, du groupe Damac. Ce lieu offre une situation exceptionnelle dans le quartier prisé de Business Bay avec sa vue panoramique depuis sa merveilleuse piscine sur le Burj Khalifa.

Dans un cadre apaisant et raffiné, Pause Spa Château Berger propose son expertise du sur mesure pour des soins visages personnalisés, des massages aux arômes subtiles, des soins signatures aux modelages spécifiques. La clientèle profitera de rituels de beauté authentiques avec les produits exclusifs de la marque, formulés avec des actifs en forte concentration issus de la mer et de la terre, soigneusement sélectionnés et agissant en synergie pour une efficacité optimale. Un moment suspendu de bien-être où l'authenticité, le savoir-faire et la « French touch » ont conquis les Emirats.

## Château Berger, the French, family-run skincare brand wins over the Middle East

After the launch of the very first Pause Spa Château Berger in Dubai, which won the Best New Spa 2021 award, the French skincare brand has created its second Pause Spa Château Berger, this time in the magnificent 5-star Paramount Hotel Midtown which was recently opened by the Damac group. The establishment enjoys an exceptional location in the trendy Business Bay neighbourhood and, from its magnificent pool, a panoramic view over Burj Khalifa. Here time stops for a moment of wellbeing where authenticity, know-how and the "French touch" have won over the Emirates.

## Phytomer Ligne Hôtel

GROUPE GM, leader du marché international des produits d'accueil destinés à l'hôtellerie, a conclu un nouveau partenariat avec Phytomer afin de proposer une nouvelle ligne de produits d'accueil. Inspirés par la mer, les produits d'accueil Phytomer sont enrichis en criste marine, plante aux merveilleuses propriétés rafraîchissantes, relaxantes et adoucissantes. Les formules contiennent jusqu'à 98 % d'ingrédients naturels. Leur parfum s'inspire de la fraîcheur iodée de l'air marin, alliant de subtiles notes florales à d'agréables senteurs aquatiques et boisées. La gamme de produits d'accueil Phytomer respecte toutes les exigences du programme de responsabilité sociale Care About Earth du Groupe GM. Lancé en 2018, ce programme a pour objectif de réduire l'impact du secteur hôtelier sur l'environnement.

Cette nouvelle ligne réaffirme l'engagement et les efforts déployés par Groupe GM pour développer des produits durables. Les soins sont proposés en tubes bleu foncé de 30 ml, fabriqués avec 90 % de matériaux d'origine végétale. Les bouchons sont fabriqués en plastique 100 % recyclé. La gamme comprend un gel douche, un shampoing, un après-shampoing et un lait pour le corps en 30 ml et un savon de 20 g. La ligne de produits d'accueil Phytomer est complétée par deux distributeurs, durables et écoconçus, en grand format de 400 ml : Ecofill et Ghost.

> À découvrir sur EquipHotel, du 6 au 10 novembre,  
Paris Porte de Versailles, Hall 7.3 - Zone Wellness.

## Phytomer's Hotel Range

Groupe GM, the leading supplier of hotel amenities, after signing a partnership agreement with Phytomer, is offering a new range of amenities. Inspired by the sea, the development of Phytomer's amenities is based on rock samphire, a plant with marvellous refreshing, relaxing and softening properties. Formulations contain up to 98% of natural ingredients, their fragrances are inspired by fresh, salty sea air, combining subtle floral notes with delightful aquatic and woody scents. The Phytomer amenities range adheres to every requirement established by Groupe GM's Care about Earth social responsibility programme. Launched in 2018, this programme aims to reduce the hotel industry's impact on the environment.



**Phytomer**

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

# Toofruit rejoint le groupe Thalgo

CRÉÉE EN 2012 par Katell Perrot, Toofruit est la marque Spa de référence dédiée aux soins pour enfants, avec des produits fabriqués en France et certifiés bio par Ecocert/Cosmebio. Présente aujourd'hui dans 600 points de vente, essentiellement des Spas et des instituts mais aussi dans une dizaine de pays à l'étranger, la marque souhaite accélérer son développement commercial. Pour ce faire, fin 2021, Katell Perrot se rapproche de Thalgo qui prend ainsi une participation majoritaire au capital de la marque. Cet accord va permettre à Toofruit de bénéficier de la puissance commerciale du groupe français qui possède déjà les marques Thalgo, Ella Baché, Couleur Caramel, Miss W, Perron Rigot, Novexpert et Green Skincare. Quant à Thalgo, le groupe va enrichir son portefeuille avec cette marque dédiée aux 3-13 ans et qui bénéficie déjà d'une belle notoriété sur le marché du Wellness en France.

Déjà présente dans 54 Spas d'hôtels 4\* et 5\*, ainsi que dans 19 Spas du Club Med, Toofruit séduit avec son univers cosmétique unisexe qui se compose aujourd'hui de 45 produits, répartis en 7 univers : visage, corps, mains, solaires, hygiène, capillaires et, depuis ce début d'année, trois eaux parfumées certifiées bio, élaborées avec le parfumeur Jean-Charles Sommerard, à base de 99 % d'ingrédients naturels. Même exigence au niveau des protocoles de soin, adaptés à la morphologie des enfants, à la sensibilité de leur peau et respectueux de leur intimité, développés avec la socio-esthéticienne Sylvie Figuet : Mon 1<sup>er</sup> Soin Relax, le premier massage bio pour enfants ou Ma Douce Frimousse, un protocole visage qui initie aussi les enfants aux bons gestes d'hygiène. Indéniablement, un nouveau souffle pour la marque leader de soins pour enfants, à suivre...

## Toofruit joins the Thalgo group

Created in 2012 by Katell Perrot, Toofruit is the go-to brand for Spa treatments specially designed for children, with products made in France and organic-certified by Ecocert/Cosmebio. Today, present in 600 outlets, mainly Spas and beauty salons, in addition to an international presence in around 10 countries, the brand's growth is poised to accelerate.

To do so, at the end of 2021, Katell Perrot approached Thalgo which then became the brand's majority shareholder. This agreement will enable Toofruit to benefit from the commercial capabilities of the French group that already owns the brands Thalgo, Ella Baché, Couleur Caramel, Miss W, Perron Rigot, Novexpert and Green Skincare. As for Thalgo, the group has developed its portfolio with this brand dedicated to children aged 3 to 13 that is already well established in the French Wellness market.



« En France, Toofruit est notamment présente dans 54 Spas d'hôtels 4 et 5 étoiles. »

**KATELL PERROT**  
Fondatrice de Toofruit



**Toofruit**

senseofwellness-mag.com  
Guide des Fournisseurs



## Thalgo au Château des Reynats

NOUVELLE ADRESSE PRESTIGIEUSE pour Thalgo qui s'installe au Spa du Château des Reynats 4\*, aux côtés de Thémaé, afin de diversifier l'offre Wellness des lieux. Situé au cœur de la Dordogne, à Chancelade, ce château du XIX<sup>ème</sup> siècle se love dans un parc aux arbres centenaires et comprend 50 chambres et suites, dont 13 réparties sur les deux étages du Château, et 37 plus contemporaines dans l'Orangerie du Château ; ainsi que deux restaurants, l'un gastronomique L'Oison et l'autre bistrannique La Verrière, tous deux distingués au Michelin. Quant au Spa de 450 m<sup>2</sup>, situé lui aussi dans le parc, il comprend deux salles de soin, dont une double, un bassin de relaxation agrémenté de jets hydromassants et nage à contre-courant, un sauna au mur de Sel de l'Himalaya, un hammam, une douche expérience, une fontaine à glace, un seau scandinave et une piscine extérieure.

### Thalgo at Château des Reynats

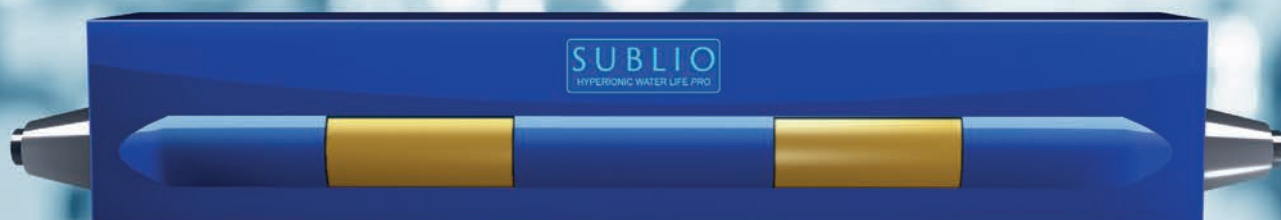
A new, prestigious partnership has been announced for Thalgo that has joined the Spa at 4-star Château des Reynats, alongside Thémaé, in order to diversify the establishment's Wellness offering. Located in the heart of Dordogne, in Chancelade, this 19<sup>th</sup>-century chateau, with 50 guest rooms and suites, is nestled in peaceful grounds filled with century-old trees.



**Thalgo**

senseofwellness-mag.com  
Guide des Fournisseurs

# Ceci est une révolution.



## Voici Sublio Hyperionic Water Life.

Une solution cosméto-thérapeutique holistique inédite permettant de répondre naturellement et très efficacement aux problèmes liés à l'immunosénescence, au vieillissement de la peau, ainsi qu'à la majeure partie des pathologies cutanées.



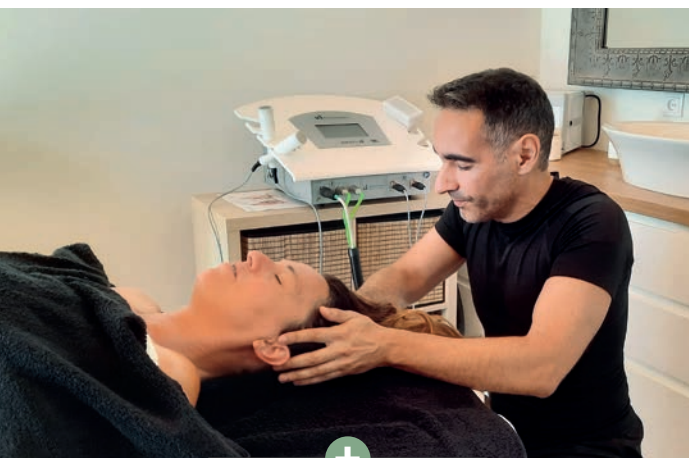
La technologie exclusive Sublio est un procédé e-biotechnologique disruptif basé sur l'hyperionisation des eaux.

[www.sublio.com](http://www.sublio.com)

# Luno 21 Equipment & Nordine Meguellati

## Un partenariat entre haute technologie & génie de la main

Ce que j'aime dans notre secteur, ce sont les rencontres improbables qui mènent parfois à d'improbables partenariats comme celui unissant un concepteur de machines et un farouche défenseur des vertus du toucher. Dénominateur commun malgré tout : la passion de l'excellence qui les réunit pour concevoir le massage Amitram.



Luno

senseofwellness-mag.com  
Guide des Fournisseurs



« Luno a l'expertise de la technologie, Nordine Meguellati celle du toucher juste. »

**CÉCILE GUISLAIN**

Directrice et formatrice  
Luno 21 Equipment

## Luno 21 Equipment & Nordine Meguellati A partnership between high tech & dexterity

One of the things I love about our industry are the chance meetings that sometimes lead to unlikely partnerships, such as the one that has brought together a machine developer and a firm believer in the benefits of human touch. The common denominator despite the differences is their shared passion for excellence that led them to join forces to create the Amitram massage.

Today, technology has become an integral part of the Wellness and beauty space. It is with this principle in mind that Cécile Guislain, director of Luno 21 Equipment, merged hands-on expertise with next-generation technologies in order to amplify results. The project took on a new meaning when Cécile met Nordine Meguellati, well-known for his expertise in Auryveda. "The idea was to create a treatment protocol that would allow the hands' dexterity to optimise the benefits of Easy21, an electrostimulation device that uses specific frequencies on the chakras, by working on rebalancing the energy system and optimising the flow of prana, life-force energy in Ayurveda, in order to help restore a state of balance", says Nordine. A full-body massage, Amitram embodies the alliance of dexterity and machine, working together in harmony and alternatively completing each other, in the same quest to restore balance...

LA TECHNOLOGIE EST DEVENUE AUJOURD'HUI INCONTOURNABLE dans le secteur du bien-être et de la beauté. Certains pourraient penser que lorsque l'on investit dans une technologie, le travail de la main n'est plus utile ou nécessaire et c'est bien là qu'est l'erreur ! Il ne s'agit pas de choisir entre technologie ou technique manuelle et encore moins de les opposer, mais au contraire, il faut garder à l'esprit que la main n'a pas la capacité de réaliser ce que fait la technologie et réciproquement. Partant de ce constat, Cécile Guislain, directrice de Luno 21 Equipment, a fusionné le savoir-faire manuel avec les technologies de dernière génération pour potentialiser les résultats, ainsi qu'elle l'explique si bien : « *La technologie vous permettra d'aller plus loin dans le soin mais elle ne sait pas toucher... l'âme, la main si !* »

Un projet qui prend corps lorsque Cécile fait la connaissance de Nordine, « *une rencontre non programmée* », comme ils aiment à le dire. Pourtant diamétralement opposées que peuvent sembler ces deux approches de l'univers du soin, ces dernières se retrouvèrent pourtant autour de valeurs humaines communes... Comme autant de raisons de mener à bien ce projet Amitram. « *L'idée : créer un protocole de soin optimisant manuellement les bienfaits de l'Easy 21, machine d'électrostimulations agissant par fréquences spécifiques sur les chakras, en travaillant sur le rééquilibrage énergétique et en optimisant le prâna, l'énergie vitale en Ayurveda, afin de favoriser un retour à l'état d'équilibre* », commente Nordine Meguellati, bien connu pour son expertise remarquable en Ayurveda. C'est alors que le terme « Amitram », littéralement « ami » en hindi, prend tout son sens : être à nouveau « ami avec soi-même », entendez « en paix » !

Appliqué à l'ensemble du corps, le massage Amitram ne relève pas d'autres principes : mains et machine, de concert, œuvrant et se complétant alternativement dans la même quête de restaurer l'harmonie... Mains et machine... main dans la main.

> À découvrir sur EquipHotel, du 6 au 10 novembre, Paris Porte de Versailles, Hall 7.3 - Stand N020.



## La vinocosmétique d'exception

Depuis des siècles l'Homme a façonné un terroir qui a donné naissance aux plus prestigieux vignobles du monde, désormais inscrits au Patrimoine Mondial de l'Humanité. Par l'expertise en biotechnologies de Vinésime, son emblématique cépage Pinot Noir, à la concentration exceptionnelle et inégalée en anti-oxydants, délivre ses actifs précieux pour la protection et la longévité cellulaire. Une expérience beauté qui prend racine dans l'histoire d'une humanité qui a su magnifier ce que la nature lui a offert, restituée par les mains expertes des praticiennes formées à nos soins spécifiques. Rejoignez nos Ambassadeurs.

**VINÉSIME**  
MILLÉSIME DE BEAUTÉ

[www.vinesime.fr](http://www.vinesime.fr)

**EQUIPHOTEL** PARIS  
THE HOSPITALITY & FOOD BUSINESS PLACE  
6-10 NOV. 2022

RETROUVEZ-NOUS PAV.7.3 - STAND M05



# Star Wellness dévoile Le Carré d'Or et Mizuki

## Deux équipements alliant innovation et design

Design unique et technologies inédites, tels sont les critères de sélection des équipements proposés par Star Wellness, à l'image de Mizuki et Le Carré d'Or que vous pourrez découvrir lors du salon EquipHotel.

LE CARRÉ D'OR est une collection unique regroupant sauna et hammam au cœur de l'espace à travers un design des plus innovants. Grâce à la finesse de son design contemporain unique mélangé à des lignes classiques intemporelles, cet équipement d'exception trouvera parfaitement sa place dans les Suites Spa haut de gamme et dans les suites des hôtels. En effet, la cabine est entièrement vitrée et ouvre ainsi une perspective sur l'espace chambre. Facile à nettoyer, son revêtement naturel est antibactérien. Comme le souligne Sydney Dalmayrac : « *La collection a pour but d'évoluer dans le temps, se proposant toujours comme l'expression maximale du concept de "personnalisation exclusive"* ».

Même sens du design et de l'innovation avec Mizuki, décliné lui aussi en version sauna et hammam. Ses formes simples et néanmoins graphiques offrent une parfaite harmonie avec n'importe quel environnement pour donner une sensation de bien-être. Le concept Mizuki s'accompagne d'un rituel éponyme afin de maximiser les bienfaits de cet équipement sur la santé.

**> Les deux innovations seront présentées sur le stand de Star Wellness lors du salon EquipHotel, du 6 au 10 novembre, Paris Porte de Versailles, Hall 7.3 - Stand M28.**

« Star Wellness propose les équipements les plus avancés technologiquement en matière de bien-être. »

**SYDNEY ET VALÉRIE DALMAYRAC**  
Directeur Général et  
Directrice des Spas Star Wellness

## Star Wellness unveils Le Carré d'Or and Mizuki

### Two pieces of equipment combining innovation and design

Singular design and unique technologies are at the heart of the selection criteria for equipment offered by Star Wellness, such as Mizuki and Le Carré d'Or.

Le Carré D'Or is a unique collection bringing sauna and hammam together in the centre's space through a highly innovative design. Thanks to its unique, elegant and contemporary design, blended with timeless and classic forms, this exceptional equipment is the perfect solution for premium Spa suites and hotel suites. The same sense of design and innovation with Mizuki, which is also available in both sauna and hammam versions. Its simple and yet compellingly graphic shapes work in perfect harmony with any type of environment and convey an atmosphere of wellbeing.



**Star Wellness**

senseofwellness-mag.com  
Guide des Fournisseurs





## 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<sup>®</sup>, est la combinaison idéale permettant d'atteindre des résultats immédiatement visibles.

## VENEZ NOUS RENDRE VISITE

### Salon EquipHotel Paris

du 06 au 10 novembre 2022 à Paris Porte de Versailles, Pavillon 7.3 – P09

Notre équipe France sera présente pour vous faire découvrir  
notre savoir-faire et nos produits.



# Thalgo crée Silicium Lift

Les soins Lift-Fermeté concentrés  
en silicium marin et inspirés du Face Fitness

Avec l'âge, les rides et le manque de fermeté s'intensifient. Le teint devient plus terne, la peau se relâche et perd de sa tenue. Le taux de silicium et de fibres dermiques chute, induisant une déstructuration dermique et une perte de fermeté. Le visage manque de tenue, de tonicité et de lift. Les rides deviennent plus nombreuses et se creusent. Pour répondre à cette problématique, Thalgo crée la gamme Silicium Lift, concentrée en complexe d'algues, riche en silicium marin et vitamine C. Découverte...

 PAR ISABELLE CHARRIER

## INNOVATION ACTIFS

CO-DEVELOPPÉ EN EXCLUSIVITÉ POUR THALGO, un extrait de Diatomée, riche en silicium marin organique, est associé à la macro-algue « Bambou marin » et à de la vitamine C greffée pour renouveler et restructurer les matrices dermique et épidermique.

Le silicium marin organique, forme hautement biodisponible et assimilable, est un oligoélément indispensable à la peau. Point d'ancrage tenseur et structurant entre les fibroblastes et les fibres de soutien, il est un atout anti-âge fondamental. Associé au Bambou marin, il raffermi la peau et comble les rides. Greffée au silicium, la vitamine C, puissant anti-radicalaire, tonifie la peau et rafraîchit le teint.

Les formules professionnelles et les soins quotidiens Silicium Lift sont enrichis en Filtrat d'Algues Micro-éclatées pour une efficacité reminéralisante et revitalisante.



Les 1<sup>ers</sup> soins anti-âge et protocole professionnel inspirés du Face Fitness, pour combler les rides, raffermir la peau et rafraîchir le teint.



## INNOVATION CLEAN & GREEN

Pour offrir toujours plus de naturalité et un moindre impact environnemental, Thalgo poursuit le développement de formules véganes, intégrant entre 91 % et 95 % d'ingrédients d'origine naturelle et exemptes d'actifs controversés. Elles se déclinent en pots avec écorecharges, en flacons et pots en verre recyclé et recyclable, avec des étuis recyclables, issus de forêts écogérées.



**Thalgo**

senseofwellness-mag.com  
Guide des Fournisseurs

## INNOVATION SOIN

Le Soins Raffermissant Silicium Lift est le 1<sup>er</sup> soin professionnel inspiré du Face Fitness pour raffermer la peau, combler les rides et rafraîchir le teint en 60 minutes. Ce protocole allie le silicium marin et la vitamine C à une technique de stimulation dermique exclusive réalisée avec les Rollers Face Fitness. Il se déroule en 4 étapes clés :

**1. Immerger :** le Rituel d'Éveil à la Mer libère l'esprit des tensions et décrispe la peau.

**2. Dynamiser :** l'épiderme est stimulé par les minéraux marins concentrés dans les Embruns Vivifiants Reminéralisants alliés à de la digitopression dynamisante.

**3. Corriger :** précurseur du Face Fitness avec la création du modelage Energilift, Thalgo conçoit la technique Dermastim+ réalisée avec les Rollers Face Fitness pour un modelage raffermissant et liftant. Suit un double masque, avec un masque empreinte cryo-liftant appliqué sur la partie basse du visage, pour un effet tenseur-lift. Sur la partie haute du visage, un masque en cellulose et fibres d'algues est associé aux Rollers Face Fitness pour un effet raffermissant, lissant et combleur rides.

**4. Révéler :** le Rituel de Réveil à la Mer invite à se reconnecter au monde extérieur, après l'application du Soins Lift-Fermeté Regard, de la Crème Lift-Fermeté et de la dégustation du Collagène 10 000. Dès le 1<sup>er</sup> soin, la peau est visiblement raffermer, liftée, rebondie et le tient plus frais.

## INNOVATION COSMÉTIQUES

Pour prolonger les bienfaits du Soins Raffermissant Silicium Lift, Thalgo décline ses formules professionnelles en 5 cosmétiques quotidiens : Sérum Intensif, Crème et Crème Riche, Soins de Nuit et Soins Regard Lift Fermeté. Ils peuvent être associés à l'accessoire de modelage Face Fitness et ses tutos d'application pour renforcer l'efficacité anti-âge : 100% de peau visiblement plus ferme\*.

\*Auto-évaluation par 23 volontaires ayant utilisé le Roller "Face Fitness" 2 fois par jour pendant 28 jours.



## Thalgo creates Silicium Lift Lift & Firm skincare highly concentrated in marine silicium and inspired by Facial Fitness

Over time, levels of silicium and dermal fibres decrease, the skin's underlying structure deteriorates and skin loses its firmness. Skin that was smooth and tight becomes loose and sagging, wrinkles deepen and multiply. To address these issues, Thalgo has created the Silicium Lift range, offering high concentrations of an algae complex rich in silicium and vitamin C.

### ACTIVE INGREDIENT INNOVATION

Exclusively co-developed for Thalgo, a Diatom extract, high in organic marine silicium, has been combined with the "Marine bamboo" macroalgae and grafted vitamin C, to renew and restructure the dermal and epidermal matrices. Organic marine silicium, a highly bioavailable and assimilable form, is a trace element that is essential to the skin. The powerful antioxidant vitamin C is grafted to the silicium to tone the skin and refresh the complexion.

### CLEAN & GREEN INNOVATION

To continue providing ever more natural skincare and reducing environmental impact, Thalgo has advanced the development of vegan-friendly formulas with between 91% and 95% of natural ingredients and which are free of controversial ingredients. Packaging includes jars with eco-refills, bottles and jars in recycled and recyclable glass, with recyclable boxes and paper from sustainably managed forests.

### TREATMENT INNOVATION

The Firming Treatment Silicium Lift is the 1<sup>st</sup> professional protocol to be inspired from Facial Fitness to firm the skin, plump wrinkles and refresh the complexion in 60 minutes. This protocol combines marine silicium and vitamin C with an exclusive dermal stimulation technique performed with Facial Fitness Rollers.

### SKINCARE INNOVATION

To prolong the benefits of the Firming Treatment Silicium Lift at home, Thalgo has translated its professional formulas into 5 daily skincare products: Intensive Serum, Cream and Rich Cream, Night Cream, Lift and Firm Eye Contour and the Facial Fitness Roller. The skincare products can be used with the Facial Fitness massage accessory and its application tutorials to reinforce the anti-ageing effectiveness of your routine: 100% of trial participants report visibly firmer skin.

# Cellcosmet associe deux technologies : les extraits cellulaires et la science du microbiome

La marque suisse premium Cellcosmet innove encore en associant dans la nouvelle formule optimisée de ses soins cellulaires pour le visage, la dernière génération de son ingrédient signature, les Extraits Cellulaires CytoPep™, et le nouveau Complexe de Postbiotiques. On vous explique tout...



**CÔTÉ FORMULATION :** La gamme Cellcosmet contient désormais la nouvelle génération de son ingrédient signature : les Extraits Cellulaires CytoPep™. Ces extraits sont obtenus par biotechnologie au sein de son laboratoire selon un procédé exclusif. Plus concentrés, ils procurent un effet hautement revitalisant sur la peau et améliorent son élasticité. Stabilisés par la méthode CellControl™, ils conservent leur intégrité et préservent leurs propriétés intrinsèques.

Autre nouveauté née du savoir-faire scientifique de Cellcosmet : le Complexe de Postbiotiques. Cet ingénieux complexe se compose de 3 ferments d'origine marine qui, ajoutés à la formule des soins cellulaires, apportent de nombreux bénéfices. L'un, filmogène protecteur composé de molécules complexes, protège de la lumière bleue, confère une meilleure élasticité et contribue au maintien de la fonction barrière épidermique. Les deux autres présentent de multiples effets : liftant, raffermissant et éclat du teint. Ils permettent également à la peau de se défendre contre certaines agressions extérieures.

Par la même occasion, Cellcosmet offre une nouvelle expérience sensorielle en revisitant la texture et le parfum de ses crèmes cellulaires. Non grasses et pénétrant rapidement, elles apportent un toucher soyeux et laissent une sensation d'une incroyable douceur. Elles proposent un parfum hespéridé, porté par des notes florales et musquées, laissant sur la peau une odeur fraîche, fine et élégante.

**CÔTÉ PRODUIT :** Dans la gamme Cellcosmet, désormais enrichie des deux ingrédients stars de sa reformulation, figure son produit signature Ultra Vital. La crème cellulaire offre une incomparable revitalisation cutanée de jour comme de nuit. Elle affiche un indice cellulaire de 5 (IC 5), correspondant au degré de son pouvoir revitalisant. Sur une échelle de 1 à 6, cet indice indique la concentration protéique des Extraits Cellulaires CytoPep™, adaptée à l'âge physiologique cutané et à la problématique de la peau. En outre, l'équilibre et la diversité du microbiome sont préservés et la peau est efficacement protégée des agressions extérieures. Dès les premières utilisations, le grain de peau est affiné, l'élasticité cutanée améliorée, sa fermeté renforcée et le teint est plus lumineux.

> À découvrir sur EquipHotel, du 6 au 10 novembre, Paris Porte de Versailles, Hall 7.3 - Stand M06.

## Cellcosmet's innovative combination of cellular extraction and microbiome science

The luxury Swiss skincare brand Cellcosmet has again innovated by combining the next-generation of its signature active ingredient, the Cellular Extracts CytoPep™, with the new Postbiotic Complex in an advanced, optimised formulation of the brand's cellular skincare range.

**FORMULATION:** The Cellcosmet range now contains the next-generation of its signature active ingredient: the Cellular Extracts CytoPep™. In higher concentrations, they have an ultra-revitalising effect on the skin and improve elasticity. Another new development emerging from Cellcosmet's scientific expertise is the Postbiotic Complex. This ingenious complex is composed of three marine ferments that, added to the cellular skincare formulations, provide numerous benefits: one, forming a protective film, improves skin elasticity and helps maintain the skin barrier's integrity; two others bring multiple benefits that improve skin tone, firmness and radiance.

**PRODUCT:** The Cellcosmet range, now enriched with two star ingredients from its reformulation, features the signature product Ultra Vital, the cellular cream that provides incomparable skin revitalisation properties, for both day and night.



« Cellcosmet a élevé  
l'art de la cosmétique  
en hissant la science  
cosmétique à son plus  
haut niveau. »

**JÉRÔME PALATIN**  
Président de Beauty BC  
Distributeur Cellcosmet

# CONSULTING - EQUIPMENT - MISSION SPA MANAGEMENT



**S T A R**  
**W E L L**  
**N E S S** *20 ans*

CONSULTING  
 EQUIPMENT  
 MANAGEMENT

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

**EQUIPHOTEL** PARIS  
 THE HOSPITALITY & FOOD BUSINESS PLACE  
**6-10 NOV. 2022**  
 RETROUVEZ-NOUS PAV.7.3 - STAND M28



## 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](http://www.starwellness.com)

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

# Maria Galland innove avec Nutri'Vital Énergie

Une gamme complète pour répondre  
aux besoins des peaux sèches

Afin d'aider ces peaux à retrouver confort et éclat, à estomper les signes de sécheresse et à raviver la fonction barrière originelle, Maria Galland Paris présente la gamme Nutri'Vital composée de 9 produits créés autour de l'icône 5 Crème Riche Nutri'Vital et d'un soin cabine offrant un moment de pur confort et de volupté.

 PAR ISABELLE CHARRIER



« Cette gamme offre  
aux peaux sèches  
le choix du luxe  
avec une ligne de  
9 produits de soins. »

**DOMINIQUE CHARIATTE**  
Directeur Général France  
& Suisse Maria Galland Paris

**CÔTÉ RETAIL :** La gamme Nutri'Vital apporte une triple réponse anti-sécheresse, infusée au cœur de la formule de tous les produits Nutri'Vital grâce à l'association de précieux nutriments et d'actifs revitalisants et protecteurs. L'ensemble de ces actifs agissent en synergie pour redonner du confort à la peau, pour l'aider à restaurer ses niveaux de lipides cutanés grâce à des lipides précieux issus d'huiles et de beurres naturels, et ainsi rétablir sa fonction barrière au moyen des actifs aidant à booster le métabolisme cutané, pour une peau plus énergique et régénérée. Ils permettent également de mieux protéger la peau face aux facteurs de stress externes.

Construite autour de la crème iconique la N°5, dont la texture riche offre une expérience de régénération nocturne remarquable, la gamme Nutri'Vital offre aux peaux sèches le choix du luxe avec une ligne de 9 produits de soins de beauté pour permettre à chaque peau sèche de trouver sa routine la plus adaptée : 5 essentiels et 4 autres pour compléter la routine peau sèche.

Une gamme qui se veut aussi engagée pour une beauté « plus responsable » avec des pots en verre pour une meilleure recyclabilité ainsi que des étuis en carton certifié FSC. (Ndlr. : Forest Stewardship Council®, label international garantissant que les bois utilisés se conforment aux procédures de gestion durable des forêts.) Quant aux notices d'utilisation, elles sont remplacées par un QR code à scanner pour accéder à la fiche produit détaillée.

**CÔTE CABINE :** Le Soin Nutri'Vital est le dernier né des Soins Essentiels (Hydratation - Sensibilité - Sécheresse) de Maria Galland Paris.

L'efficacité des produits Nutri'Vital allié au spécifique Modélage Essentiel Maria Galland donne des résultats visibles : la peau est nourrie en profondeur et ses différents métabolismes naturels comme la régénération sont revitalisés, procurant une sensation de bien-être absolu et un teint radieux, tout en profitant d'un moment de bien-être et de relaxation.

Ce soin cabine de 60 min est recommandé toute l'année pour les peaux sèches à très sèches, mais également ponctuellement en hiver selon la saison/localisation.

> Retrouvez l'univers de Maria Galland Paris  
à EquipHotel, du 6 au 10 novembre,  
Paris Porte de Versailles, Hall 7.3 - Stand P022.



## Maria Galland innovates with Nutri'Vital

### The ultimate skincare routine for dry skin

To restore comfort and radiance, erase signs of dryness and reinforce the skin barrier, Maria Galland Paris has created Nutri'Vital, a range of 9 skincare products and a professional treatment protocol.

**RETAIL:** To combat skin dryness, the Nutri'Vital range provides a triple solution, thanks to the combination of superior nutrients and revitalising and protecting active ingredients, in the heart of each Nutri'Vital formulation. Basing the range's development on the iconic Cream N°5, whose rich texture offers remarkable nighttime regeneration properties, the Nutri'Vital range provides dry skin with a luxurious experience through 9 beauty products, for everyone to build their most adapted skincare regimen: 5 essential and 4 additions for the ultimate skincare routine for dry skin.

The range follows the brand's commitment to responsible beauty, with glass jars for improved recyclability and FSC-certified paper-based packaging. As for the instructions, they have been replaced by scanning a QR code to access all detailed information about the product.

**PROFESSIONAL TREATMENT:** The Nutri'Vital Treatment is the latest addition to the Essentials collection (Hydration – Sensitivity – Dryness) by Maria Galland Paris. The Nutri'Vital products' effectiveness combined with the specialised Maria Galland Essential Massage gives visible results: skin is deeply nourished and natural metabolic processes such as regeneration are boosted, providing a sensation of absolute wellbeing and a radiant complexion, in addition to the treatment experience of wellbeing and relaxation.



**Maria Galland**

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

#### Photo p.78

Avec sa texture veloutée et généreuse, la 460 Crème Nutri'Vital (93 €, 50 ml) est l'alliée quotidienne de l'iconique 5 Crème Riche Nutri'Vital, en contribuant à maintenir la fonction barrière de la peau face aux facteurs de stress externes. La 450 Crème Contour des Yeux Nutri'Vital (71 €, 15 ml) offre un apport immédiat de lipides précieux pour régénérer et réhydrater la peau tout en estompant les signes de fatigue cutanée. Quant au 480 Masque Nutri'Vital (95 €, 50 ml), l'association d'huile d'argan et d'extrait de caviar favorise la revitalisation et la régénération de la peau.

#### Photo ci-dessus à gauche

Parmi les Soins Essentiels, la crème iconique la N° 5 (65 €, 50 ml), dont la texture riche offre une expérience de régénération nocturne remarquable. Les phytostérols et l'huile de noisette offrent un apport immédiat en éléments lipides précieux. Le mélange de vitamines A et B6 favorise la régénération de la peau. Autre produit star des Soins Essentiels, le 440 Sérum en Huile Nutri'Vital (92 €, 30 ml) dont le complexe apaisant et l'extrait de figue de barbarie calment la peau. Le mélange d'omégas 3 et 6 et d'huile de pulpe d'argousier contribue à la régénération de la barrière cutanée.

#### Photo ci-dessus à droite

La gamme Nutri'Vital offre aux peaux sèches le choix du luxe avec une ligne de 9 produits de soins de beauté pour permettre à chaque peau sèche de trouver sa routine la plus adaptée : 5 essentiels (de 65 € à 93 €) et 4 autres pour compléter la routine peau sèche (de 95 € à 126 €).

# Thémaé, l'expert de la Clean Beau'Tea enrichit sa gamme biocosmécétique

Au printemps dernier, Thémaé, 1<sup>er</sup> expert du soin par les polyphénols du thé, dévoilait sa nouvelle identité de marque mais aussi sa gamme biocosmécétique. Fort de ce lancement et de sa stratégie de soin antioxydante « In&Out Therapy », la marque française enrichit sa gamme vedette avec 13 nouveautés. Découvrez...



Le [C.4.T], au cœur de toutes les formules de la gamme biocosmécétique Thémaé, agit en synergie avec des actifs biomimétiques « guérisseurs » fortement concentrés qui ont été sélectionnés pour leur efficacité démontrée dans le respect de la sécurité de la peau.

Les BioCosmécétiques Thémaé, développés en collaboration avec le Dr Assia Clément, sont fondés sur l'écoflore cutanée et la dermatologie fonctionnelle ; une approche qui consiste à agir sur le fonctionnement même de la peau pour prévenir son vieillissement et stimuler son auto-régénération. Cœur de cette gamme, une base biocosmécétique au C.4.T, la « Crème Magistrale », que l'on associe à des actifs biomimétiques ultraconcentrés, les « Prescriptions », afin de créer un soin sur mesure répondant aux besoins de la peau.

Pour enrichir la gamme constituée à la base de 7 références, 13 nouveautés sont désormais disponibles, afin d'offrir 20 biocosmécétiques sur mesure, hautement concentrés, efficaces et qui affichent les actions ciblées de leurs actifs et la transparence de leurs formules.

Ainsi, côté visage, Thémaé propose 3 nouveaux soins quotidiens : un lait démaquillant, une lotion nettoyante et une crème exfoliante qui agit de manière enzymatique et mécanique. Trois nouvelles prescriptions viennent enrichir les 4 déjà disponibles, ciblant respectivement les peaux sèches (N°5), les taches (N°6) et le vieillissement prématuré cutané (N°7). Côté soins spécifiques : l'Infuseur Jeunesse renforce l'élasticité de la peau, sa fermeté et son éclat, le Masque Infuseur, pré-imprégné d'actifs hydratants et anti-âge, agit sur la production de collagène, d'élastine et d'acide hyaluronique, et le masque jeunesse Fleurs de Sakura apporte une hydratation intense.

Côté corps, l'Infusion O'Furo, un sérum en huile visage, corps et cheveux vient compléter la gamme corps. Enfin, fidèle à son concept de « In&Out Therapy », Thémaé ajoute deux nouveaux Thés Actifs Bio, pour amener une dose efficace de polyphénols, avec Chasuki qui aide à brûler les calories et Enchanté, riche en antioxydants, qui peut se boire tout au long de la journée car il ne contient pas de théine.

> À découvrir sur EquipHotel, du 6 au 10 novembre, Paris Porte de Versailles, Hall 7.3 - Stand P21.

## Thémaé, the Clean Beau'Tea expert expands its range of organic cosmeceuticals

Last Spring, the N°1 expert in tea polyphenols for skincare Thémaé unveiled its new visual identity as well as its new range, Biocosmeceuticals. After the success of this launch and its antioxidant treatment strategy, "In & Out Therapy", the brand has expanded its star range with 13 new products.

Thémaé Biocosmeceuticals, developed in collaboration with Dr. Assia Clément, are based on skin flora and functional dermatology, an approach that involves addressing how the skin actually functions in order to prevent skin ageing and stimulate the skin's ability to regenerate. The range has a foundation which is a C4T organic cosmeceutical formulation, the "Magistral Cream", that is combined with highly-concentrated biomimetic active ingredients, the "Prescriptions", in order to create a bespoke skincare product that meets the skin's needs.

So Thémaé has developed 3 new daily skincare products for the face: a cleansing milk, cleansing lotion and exfoliating cream with enzymatic and mechanical actions. Furthermore, three new Prescriptions have been added to the 4 already available. In terms of targeted treatments: Youth Infusion increases skin elasticity, Infusion Mask stimulates collagen synthesis, and the moisturizing youth mask, Fleurs de Sakura, replenishes the skin. In terms of body treatments, the O'Furo Infusion, a face, body and hair serum-in-oil completes the range's offering for the body. Last, but not least, in line with its "In&Out Therapy" concept, Thémaé has created two new Organic Active Teas, with Chasuki that helps burn calories and Enchanté that is high in antioxidants.

« Les biocosmécétiques Thémaé sont inspirés de la rencontre de la Science et du Luxe français. »

DR ASSIA CLÉMENT  
Directrice des Opérations



Thémaé

senseofwellness-mag.com  
Guide des Fournisseurs



# 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 \*\*\*\*\*

# Thalisons Nature

La 1<sup>ère</sup> gamme Spa 100 % d'origine naturelle

Thalion innove de nouveau avec son concept de soins Spa Thalisons Nature. Outre la promesse d'offrir une expérience multi-sensorielle unique, grâce à des formules marines 100 % naturelles, Thalisons Nature est aussi une gamme engagée qui démontre tout l'art de la formulation de Thalion, qui n'a jamais aussi bien incarné sa base line « créateur de cosmétique marine ». On vous explique tout...



En 2022, Thalion va encore plus loin avec Thalisons nature, la 1<sup>ère</sup> gamme Spa 100 % naturelle : Émulsionnants, beurres et cires naturels et innovants - Actifs marins extraits grâce à des solvants naturels - Parfums 100 % naturels et système de conservation 100 % naturel.



« Thalisons Nature est une expérience multi-sensorielle unique, avec une offre soin et revente facile à implanter. »

**LAETITIA TETEDOUX**  
Directrice Marketing

## CÔTÉ RETAIL : Fidèle à son engagement pour l'environnement et à sa

charte de formulation tournée vers la naturalité, Thalion a souhaité que Thalisons Nature incarne tout son art de la formulation marine. Point fort de cette gamme : ses formules sublimes infusées d'un cœur marin 100 % naturel pour hydrater, ressourcer, rééquilibrer et sublimer la peau. Celui-ci est constitué de Chondrus crispus, riche en acides gras essentiels, cette algue rouge préserve l'hydratation et protège l'épiderme ; Immortelle des Mers, cette plante de bord de mer aux fleurs jaunes protège et régénère l'épiderme ; Porphyra umbilicalis, gorgée d'oligo-éléments, de protéines, de vitamines et d'acides gras, cette algue rouge joue un rôle essentiel dans la bonne santé de la peau ; et... de l'eau de mer pour son abondance en minéraux et oligo-éléments qui fortifient la peau, la rechargent en énergie et détendent le corps.

Qui dit gamme Spa, dit fragrances évocatrices, toujours 100 % naturelles, avec au choix « Tiaré envoûtante », sensuelle et ensoleillée, ou « Agrumes Pétilnants », fraîche et acidulée. Qui dit gamme Spa, dit aussi sensorialité des textures, autre point fort chez Thalion qui excelle dans ce domaine. Thalisons Nature se dévoile ainsi au travers d'une gamme de 8 produits, déclinés dans les deux fragrances, avec 2 Exfoliants Divins (gommages aqueux), 2 Émulsions Exquises (baumes hydratants veloutés), 2 Huiles Onctueuses de Massage (fondantes et crémeuses, elles vont accompagner à la perfection la main de la thérapeute) et 2 Eaux Parfumées (en 30 ml pour être transportés partout). Le tout dans des packagings écoconçus bien entendu !

## CÔTÉ CABINE : Le Rituel Volupté des Mers, un grand soin de 80 min, agit sur

trois sens majeurs (l'odorat, le toucher et l'ouïe), pour accéder à un état de profond lâcher-prise. L'univers olfactif permet de sélectionner l'une des 2 fragrances

lâcher-prise. L'univers olfactif permet de sélectionner l'une des 2 fragrances infusées dans des textures sensorielles. L'univers sonore a été sélectionné pour agir à deux niveaux : d'une part, des morceaux ont été sélectionnés pour leur fréquence à 432 Hz, fréquence la plus en harmonie avec notre environnement naturel. D'autre part, la praticienne accompagne la détente de sa cliente lors d'une phase de méditation guidée pour favoriser le lâcher-prise. Enfin, l'art du toucher marie chorégraphies marines, chorégraphies solaires et gestuelles en hyperlenti. Combinées à des textures d'une sensorialité ultime, les manœuvres permettent de réduire l'état de conscience et de déconnecter le cerveau.

> À découvrir sur EquipHotel, du 6 au 10 novembre, Paris Porte de Versailles, Hall 7.3 - Stand P020.

Photo ci-contre

Le Rituel Volupté des Mers, un grand soin de 80 min, agit sur trois sens majeurs (l'odorat, le toucher et l'ouïe), pour accéder à un état de profond lâcher-prise.

## Thalisens Nature

The first 100% natural Spa range

Thalion innovates again with its Spa treatment concept Thalisens Nature. In addition to the promise of a unique multi-sensory experience thanks to 100% natural marine skincare, Thalisens Nature is also a committed range that totally embodies Thalion's art of formulation.

**RETAIL:** The range's strength lies in its beauty-enhancing formulations infused with 100% natural marine ingredients to moisturise, reenergise, rebalance and enhance the skin.

Essential to a Spa range are evocative fragrances, and with Thalion they are always 100% natural. The range offers a choice between the sensual and sunny "Captivating Tiaré" and the refreshing and tangy "Sparling Citrus". Another essential feature of a Spa range is the sensorial aspect of its textures, which is a particular forte of Thalion who excels in this field. And so, Thalisens Nature unveils a range of 8 products, available in both fragrances, comprising 2 Divine Exfoliants, 2 Exquisite Emulsions, 2 Smooth Massage Oils and 2 Fragrance Mists.

**PROFESSIONAL PROTOCOL:** *Volupté des Mers* is an 80-minute ritual that addresses the three main senses (smell, hearing, touch), to help fully let go and relax. To begin with there is a choice of 2 olfactory signatures infused in sensorial textures. Furthermore, sound works on two levels: firstly, music has been selected for its frequency at 432 Hz, the frequency that is the most in harmony with our natural environment; secondly, the practitioner leads a guided meditation, helping the client relax and fully let go during this stage of the treatment. Last but not least, the art of touch that blends marine choreographies, solar choreographies and ultra-slow techniques.



Thalion

senseofwellness-mag.com  
Guide des Fournisseurs

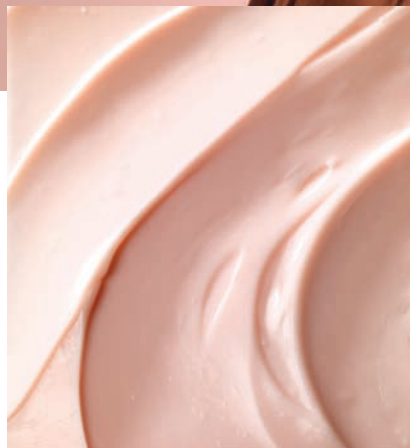


Photo ci-contre

Qui dit gamme Spa, dit aussi sensorialité des textures, autre point fort chez Thalion qui excelle dans ce domaine.

# Biologique Recherche lance Collagène Originel

La première formulation à base  
de Collagène de Type-0



Réorganiser, restructurer et redensifier le réseau de collagènes grâce  
au collagène de Type-0, c'est la dernière innovation du service R&D  
Biologique Recherche. On vous explique tout sur cet actif breveté  
qui va favoriser la restructuration de la peau en agissant sur les quatre  
principaux types de collagène.

LE SERVICE RECHERCHE & DÉVELOPPEMENT Biologique Recherche a retrouvé, dans un organisme planctonique primitif qui n'a pas évolué en plus de 600 millions d'années d'existence, le plus pur des collagènes. Il est si ancien qu'il constitue la souche historique de tous les collagènes, sa base originelle à l'état brut, la mère de tous les collagènes. Associé à un partenaire exclusif spécialisé en biotechnologie marine dans le monde médical, Biologique Recherche a développé un actif breveté unique appelé Collagène Type-0 : capable de stimuler la production de collagène VII aux niveaux génique et protéique, il favorise les interactions épiderme-derme qui diminuent avec l'âge.

Pour favoriser la restructuration de la peau, Biologique Recherche s'est concentré sur deux zones de recherche stratégiques : la zone située à la jonction entre l'épiderme et le derme, la jonction dermo-épidermique, dont la résistance dépend du collagène IV et VII, et le matelas dermique qui est le tissu de soutien dense et fibro-élastique de la peau dont la densité repose sur la stimulation des fibres de collagène de type I et III. Le collagène de Type-0, actif breveté Biologique Recherche à l'extrait de silène, a été créé spécifiquement pour agir sur ces 4 principaux types de collagène.

Le sérum authentique Collagène Originel permet ainsi d'obtenir une redensification de la peau en 3 dimensions. Régénérée en profondeur, la peau est retendue et lissée. Son effet comblant permet aux rides profondes et aux sillons d'être comme repulpés en réduisant significativement leur longueur. Recommandé pour les Instants de Peau® avec des rides installées.

> À découvrir sur EquipHotel, du 6 au 10 novembre,  
Paris Porte de Versailles, Hall 7.3 - Stand P09.



« Le collagène de  
Type-0 stimule  
la production de  
collagènes  
aux niveaux génique  
et protéique. »

**LAURE BOUSCHARAIN**  
Responsable R&D  
Biologique Recherche

## Biologique Recherche launches Collagène Originel The first formulation with Collagen Type-0

Reorganising, restructuring and redensifying the collagen matrix thanks to Collagen Type-0, this is the latest innovation from Biologique Recherche's R&D. Read on for the lowdown on the patented active ingredient.

Biologique Recherche's R&D found the purest form of collagen in a primitive planktonic organism that hasn't evolved over its 600 million years' existence. It is so ancient that it is the foundational stem collagen, its original form in its raw state, the mother of all collagens. Joining forces with an exclusive partner specialised in marine biotechnology for the medical field, Biologique Recherche developed a unique, patented active ingredient called Collagen Type-0, capable of stimulating the synthesis of collagen VII at the genetic and proteinic levels and increasing the interactions between epidermis and dermis that slow down with age.

The Collagène Originel Sérum Authentique therefore redensifies the skin in 3 dimensions. Deeply regenerated, the skin is tightened and smoothed. Its filler effect plumps deep wrinkles and furrows, while significantly reducing their length.



Biologique Recherche

senseofwellness-mag.com  
Guide des Fournisseurs



**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

**Retrouvez-nous du 6 au 10 novembre 2022 sur le salon  
EquipHôtel - Porte de Versailles - Pav. 7.3-R022**





# PBI présente Observ<sup>®</sup> 520x

## L'analyse professionnelle de la peau

Plus que jamais, la vente de produits est une nécessité économique pour les Spas au regard de la marge générée. Certain(e)s professionnel(le)s sont d'excellent(e)s conseiller(e)s et déclenchent la vente mais la majorité peine encore à cet acte post soin naturel et... nécessaire ! C'est dans cette optique que PBI propose Observ<sup>®</sup> 520x, un outil d'analyse professionnelle de la peau, véritable booster de ventes produits, de cures mais aussi de fidélisation clients !

L'OBSERV<sup>®</sup> 520X est un outil de diagnostic high-tech très précis qui analyse en détails l'épiderme et les couches profondes de la peau, ce qui vous permettra donc de prodiguer des conseils plus ciblés, et par conséquent plus efficaces, et bien sûr de vendre les produits et soins adaptés à votre client(e). Il discerne ainsi les points à améliorer grâce aux 5 modes de lumière qui vont permettre d'étudier la texture de la peau : pores, irrégularités du grain et déshydratation, l'état de la peau : ridules, rides et relâchement cutané, mais aussi les taches pigmentaires, la détection localisée des rougeurs capillaires et l'identification des zones sensibles et irritées. Enfin, l'Observ<sup>®</sup> 520x permet également d'analyser en temps réel le niveau de sébum et d'hydratation.

À utiliser aussi bien dans votre espace retail, où vous pouvez le proposer en diagnostic offert en cas d'achats de produits, qu'en préambule au soin cabine, particulièrement pour booster la vente de vos cures anti-âge. Ainsi, à la fin d'un protocole de 3 ou 5 séances achetées par votre cliente, et pour

vous aider à vendre une autre cure, un nouveau diagnostic est réalisé avec l'Observ<sup>®</sup> 520x afin de visualiser les améliorations de l'état de sa peau mais aussi lui prescrire sa routine de soins à domicile. Afin de faciliter votre retail, vous avez la possibilité de personnaliser les catalogues de produits et de traitements, et ainsi offrir à vos client(e)s une expérience experte et interactive, le scénario parfait pour relier les objectifs de vos clients à vos conseils d'expert !

De plus, l'appareil est assez design et peu encombrant, il fonctionne avec un iPad (non fourni) qui vous permet d'enregistrer le diagnostic de votre cliente dans son dossier et ainsi avoir un suivi personnalisé des bienfaits que lui ont prodigués les produits achetés et les soins reçus dans votre établissement, de quoi augmenter la satisfaction et la fidélisation de votre clientèle.

L'Observ<sup>®</sup> 520x est aussi un outil de recrutement de nouvelles clientes lors de journées portes ouvertes afin de proposer une animation facile à mettre en œuvre, ludique et génératrice de ventes, que ce soit produits ou soins.

> À découvrir sur EquipHotel, du 6 au 10 novembre, Paris Porte de Versailles, Hall 7.3 - Stand N010.



« Un outil de diagnostic high-tech, véritable booster de ventes produits et de cures anti-âge. »

**BRUNO REBIBOU**  
Président PBI



PBI

senseofwellness-mag.com  
Guide des Fournisseurs

## Professional skin analysis: PBI presents Observ<sup>®</sup> 520x

Now, more than ever before, retail plays a key role in Spa operations when it comes to the margin generated. It is with this in mind that PBI presents the Observ<sup>®</sup> 520x, a professional skin analysis device that provides Spas with a real potential to boost both product and treatment sales, as well as to drive customer loyalty!

The Observ<sup>®</sup> 520x is a precise, high tech diagnosis tool that provides a detailed analysis of the epidermis and deeper layers of the skin, which will help your recommendations be even more targeted and consequently more effective, as well, of course, as helping sell the products and treatments that are most adapted to your clients' needs. The diagnosis pinpoints the issues to improve thanks to 5 light modes that study skin texture (pores, skin tone, dehydration), skin state (lines, wrinkles, sagging skin) as well as dark spots, localized redness and capillaries and the identification of sensitive areas prone to irritation. Last but not least, the Observ<sup>®</sup> 520x also performs a real-time analysis of sebum and hydration levels.

Ideal in your retail space for a complimentary skin diagnosis with the purchase of products, in the treatment room as an introductory step to the facial, in both cases it is the perfect tool to boost sales of your anti-ageing treatment packages. The Observ<sup>®</sup> 520x can also be easily set up during open-day events for a fun activity that will help attract new clients and generate sales of both treatments and products.

## Nouvelle formule et nouvelles ambitions pour Élixir de la Vigne by Vinésime

LA MARQUE VINÉSIME, spécialiste de la vinocosmétique haut de gamme, avait lancé en février 2021 Élixir de la Vigne, une solution nutraceutique, pour offrir une beauté holistique à 360°. Dans le prolongement de ses recherches, ce précieux Élixir fait peau neuve pour toujours plus d'efficacité, de puissance et de plaisir gustatif. Pour ce faire, la marque spécialiste de la vinocosmétique a réajusté la formule de son Élixir phare. Résultat : une solution nutricosmétique dont les actifs ont une synergie plus puissante pour une efficacité globale.

À l'instar des grands crus Charmes-Chambertin, l'Élixir de la Vigne offre une intensité aromatique saisissante. Cette formule millésimée ouvre donc de nouvelles perspectives dans l'offre culinaire. Pour cela, Vinésime souhaite transformer son Élixir singulier en ingrédient gastronomique à part entière. Le projet est le suivant : les chefs soucieux de proposer une expérience gastronomique inédite pourront utiliser l'Élixir de la Vigne comme un ingrédient de prestige et novateur afin d'offrir des recettes d'exception. « L'idée est de faire cohabiter santé, beauté et bien-être dans l'assiette. À la clé : une explosion de saveurs en bouche grâce à des recettes audacieuses, avant-gardistes et holistiques ! », commente Édouard Damidot, fondateur de Vinésime.

Cet élixir composé d'actifs à la fois vegan et sans gluten, permettra d'élargir le champ des possibles et de toucher une large cible. Avec cette nouvelle formule, Vinésime souhaite donc séduire les chefs déjà en place ou désireux d'ouvrir leur propre hôtel-Spa pour un accompagnement bien-être global.

> À découvrir sur EquipHotel, du 6 au 10 novembre, Paris Porte de Versailles, Hall 7.3 - Stand M05.

## New formulation and new ambitions for Élixir de la Vigne by Vinésime

In February 2021, the brand Vinésime, which specialises in luxury vinotherapy, launched Élixir de la Vigne, a nutraceutical solution for a 360° approach to holistic beauty. Through continuous R&D, this precious Elixir has been reformulated to deliver even more effectiveness, potency and tastiness. Just like a Charmes-Chambertin Grand Cru, Élixir de la Vigne offers striking aromatic intensity. This vintage formulation therefore brings new perspectives for F&B offerings. Indeed, Vinésime aims to turn its unique Elixir into a fine dining ingredient in its own right. With its new formulation, Vinésime aspires to win over already-established Chefs as well as those planning to open their own hotel with Spa, and looking to improve wellbeing thanks to a holistic approach to food.

« Vinésime souhaite transformer son Élixir singulier en ingrédient gastronomique à part entière. »

ÉDOUARD DAMIDOT  
PDG de Vinésime



Vinésime

senseofwellness-mag.com  
Guide des Fournisseurs



## Swissline enrichit sa gamme star Cell Shock avec un rituel de nuit booster de collagène

La marque Spa de luxe, Swissline, est reconnue pour son expertise en collagène. Il était donc tout naturel que les deux nouveautés incroyables lancées par la marque soient basées sur cet actif star : le Baume Nettoyant au Collagène et la Crème de Nuit Luxe-Lift.

Le Baume Nettoyant au Collagène contient du collagène marin, des protéines de soja et un trio d'acides aminés. Ce baume à la texture généreuse nettoie en profondeur et nourrit les peaux matures et sèches. Idéal pour ôter toute trace de maquillage, y compris des yeux, ainsi que pour éliminer cellules mortes, traces de pollution, sébum en excès et impuretés, il préserve le film hydrolipidique de la peau. Un vrai bain apaisant d'hydratation, il laisse la peau parfaitement propre, rayonnante et douce, tout en préservant la jeunesse et la beauté de la peau.

La Crème de Nuit Luxe-Lift est l'alliée parfaite du Baume Nettoyant au Collagène. Cette précieuse crème de nuit booste la synthèse de collagène pendant le sommeil afin de régénérer la peau. Agissant contre le photo-vieillessement ainsi que le chrono-vieillessement, cette crème lisse etaffermit la peau tout en réduisant l'apparence des rides. Au sein de sa formulation, en plus de tous les actifs des produits Luxe-Lift tels que le collagène marin et les facteurs de croissance biomimétiques, et pour la première fois dans un produit de la gamme Cell Shock, l'on retrouve le Palmitoyl tripeptide-1 qui va régénérer la peau en profondeur.

> À découvrir sur EquipHotel, du 6 au 10 novembre, Paris Porte de Versailles, Hall 7.3 - Stand N018.

## Swissline expands its leading Cell Shock range with a collagen-boosting nighttime routine

The Collagen Balm-Cleanser contains marine collagen, soy proteins and a trio of amino acids. This luxurious and effective balm cleanses, nourishes and nurtures dry, mature skin. Replenishing and soothing, it leaves you with beautiful, younger-looking, clean skin, a bedtime glow and a super-soft complexion. Luxe-Lift Night Cream ideally complements the Collagen Balm-Cleanser for an effective nighttime skincare regimen. This glamorous night cream boosts collagen synthesis as you sleep to revitalize the skin.



Swissline

senseofwellness-mag.com  
Guide des Fournisseurs



# Payot réaffirme son engagement vers une Clean Beauty en agrandissant sa gamme bio Herbie



Un an après l'immense succès du lancement de sa gamme de soins bio Herbie, certifiée Ecocert et distinguée par le Prix France aux derniers Prix d'Excellence de la Beauté Marie Claire, Payot réaffirme son engagement en agrandissant la gamme avec 5 nouvelles références.

LANCÉE À L'AUTOMNE DERNIER avec cinq produits de soins - trois huiles (démaquillante, visage et corps), une barre de massage nourrissante visage et corps et une crème hydratante - Payot dévoile cinq nouveaux produits avec de nouvelles huiles essentielles et extraits botaniques français aux vertus reconnues et de nouveaux gestes afin d'offrir une routine in & out inédite et naturelle.

Toujours fidèle à ses engagements clean et minimaliste, Herbie favorise les textures huiles et les galéniques solides, sans eau, à l'image du Pain nettoyant visage & corps à l'huile essentielle de cyprès aux vertus antiseptiques, purifiantes et apaisantes. Une formule sans savon et sans tensioactif sulfaté, qui débarrasse la peau de toutes les impuretés sans l'assécher.

On continue avec le Baume jeunesse visage à l'huile essentielle de sauge, riche en antioxydants. Fondant et enrichi en huile d'olive connue pour ses vertus nourrissantes, il est le compagnon des peaux sèches ou matures et idéal lors des saisons froides. Quant au Roll-on défatiguant regard, ce soin délicat à l'huile de lin bio, lisse les rides et ridules du contour des yeux et décongestionne pour estomper poches et cernes. Sa texture gel-en-huile appliquée à l'aide du roll-on en acier procure un effet frais immédiat. En bonus, enrichi en huile de ricin, ce soin renforce la qualité des cils.

Mon coup de cœur va aux Gouttes sommeil paisible à l'extrait de mélisse, reconnue pour favoriser la détente. Ce complément alimentaire, sous forme de gouttes, recommandé en cure de 30 jours, aide à retrouver un sommeil réparateur, garant d'une belle peau et d'un visage reposé. Pratique, 30 minutes avant de se coucher, on dilue 14 gouttes dans un verre d'eau pour un meilleur sommeil et un profond bien-être. Pour compléter cette routine, la Brume d'intérieur bienfaisante aux huiles essentielles de lavande et de pin maritime parfume délicatement l'intérieur, invitant à une profonde relaxation et laisse l'air comme purifié.

> À découvrir sur EquipHotel, du 6 au 10 novembre, Paris Porte de Versailles, Hall 7.3 - Stand P019.



« En s'appuyant sur son savoir-faire herboriste, Payot offre une nouvelle vision de la beauté : raisonnée, durable, engagée. »

**FANNY DUFOURT**  
Directrice France et Belgique



Payot

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

## Payot reaffirms its commitment to Clean Beauty by expanding Herbie, its organic range

One year after the hugely successful launch of Herbie, its range of organic skincare certified by Ecocert, Payot has reaffirmed its commitment by expanding the range with 5 new products that I've tested for you. Read on to find out more... Payot has created five new products, with new French essential oils and botanical extracts delivering recognized virtues, accompanied by new application methods, in order to provide a unique and natural in & out skincare routine. Consistently following through on its promise to commit to clean and minimalist beauty, Herbie favours oil textures and solid skincare, water-free formulations such as the Face & body cleansing bar with cypress essential oil which offers antiseptic, purifying and soothing properties. The range continues with the Youth balm for the face with sage essential oil. High in antioxidants, it is the perfect ally for dry or mature skin, and ideal during wintertime. As for the Brightening eye roll-on, this delicate treatment formulated with organic flaxseed oil smoothes the eye contour's fine lines and wrinkles, and boosts microcirculation to reduce puffiness and dark circles. My absolute favourite are the Peaceful sleep drops with lemon balm extract, known for its relaxing properties. This nutritional supplement, in the form of drops, is recommended for a 30-day period to help achieve a full night of restorative sleep. To complete this routine, the Nurturing home mist with lavender and maritime pine essential oils, fills your home with a delicate fragrance that invites deep relaxation.



**Lemi**  
ITALIAN WELLNESS EQUIPMENT



# AMALFI



NEW 2022

THE **NEW SOLUTION** DESIGNED TO **COMBINE** THE **MASSAGE BED** WITH THE **PEDICURE STATION**. THE RESULT IS A **REFINED MATTRESS** WITH **REMOVABLE SECTION** FOR A QUICK AND PRACTICAL **ACCESS TO THE TUB**, FIXED ONTO AN **ELEGANT WOOD/METAL BASE**.



PIPELESS  
HYDROMASSAGE



HORSESHOE  
HEADREST



REMOVABLE  
SECTION



NEW BASE



[www.lemi.it](http://www.lemi.it)

[info@lemigroup.it](mailto:info@lemigroup.it)



## Souffle de renouveau pour Sève Miracle, la ligne iconique d'Académie Scientifique de Beauté

Sève Miracle est une ligne de soins née et brevetée en 1969, avec une formule ultra innovante contenant pour la première fois dans l'histoire cosmétique de l'ARN et issue d'un savoir-faire apothicaire, dont son secret de beauté se transmet de génération en génération. Aujourd'hui, plus de 50 ans après, Sève Miracle se réinvente au travers d'une nouvelle formule, afin de s'approcher au plus près du naturel, sans jamais sacrifier l'efficacité et la sensorialité. Pour ce faire, les Laboratoires d'Académie Scientifique de Beauté ont imaginé une technique de formulation : l'[Éco]Bio-mimétisme qui préserve l'écosystème de la peau et qui a permis de développer des soins biocompatibles avec l'épiderme favorisant leur pénétration et leur efficacité.

Ainsi, la gamme Sève Miracle se décline en une ligne de 3 produits transgénérationnels qui restructurent et nourrissent la peau en profondeur : Sève Miracle – la crème jour et nuit, le soin culte pro-age qui aide à prévenir l'apparition des premiers signes de l'âge et revitalise la peau, avec 98,2 % d'ingrédients d'origine naturelle. Sève-Miracle – le sérum, riche en extrait d'iris et en huile d'argan bio, qui renforce la tonicité et la fermeté de la peau, avec 99,1 % d'ingrédients d'origine naturelle. Enfin, Sève-Miracle – le regard qui raffermi et régénère le contour des yeux avec 98,3 % d'ingrédients d'origine naturelle.

> À découvrir sur EquipHotel, du 6 au 10 novembre, Paris Porte de Versailles, Hall 7.3 - Stand R020.



« Sève Miracle,  
des formules  
clean, efficaces et  
sensorielles. »

**JENNIFER THERME WEINFELD**  
Directrice Marketing  
et Communication  
Académie Groupe



**Académie Groupe**

senseofwellness-mag.com  
Guide des Fournisseurs

## Académie Scientifique de Beauté reformule ses produits iconiques de la gamme Sève Miracle

Sève Miracle is a skincare range created and patented in 1969, with an ultra-innovative formulation that included RNA for the first time ever in the skincare industry. Today, over 50 years later, Sève Miracle has been reinvented, with a new formulation that embraces naturalness without sacrificing effectiveness or its sensorial qualities. The newly reformulated Sève Miracle range comprises 3 transgenerational products that restructure and deeply nourish the skin: Sève Miracle day and night cream, with 98.2% natural ingredients; Sève Miracle serum, with 99.1% natural ingredients; and Sève Miracle eye contour, with 98.3% natural ingredients.



**Beauty Tech**

senseofwellness-mag.com  
Guide des Fournisseurs

## Nouvelles fragrances pour les bougies de modelage Spa du Monde by Beauty Tech

Le massage à la bougie fait partie des soins préférés de la clientèle des Spas. En effet, en se transformant en huile tiède à appliquer sur le corps, les bougies de modelage permettent un modelage doux et nourrissant. Au même titre que l'on propose un choix parmi les huiles de massage, pourquoi ne pas faire de même pour les bougies de massage, que l'on peut même thématiser selon la période de l'année, comme le propose Spa du Monde by Beauty Tech qui étoffe son offre en lançant de nouvelles fragrances dans ses différents univers : Coco dans Excursion Tropicale, Vanille dans Jardins de Marjorelle et Fleur d'orange dans Flânerie dans les Calanques.

Pour les fêtes, Spa du Monde a la bonne idée de lancer des éditions limitées aux parfums gourmands. Pour Noël, un duo avec une bougie de modelage et une bougie d'ambiance odeur pain d'épices et pour la Saint Valentin, une bougie de modelage odeur caramel.

Les nouvelles fragrances sont disponibles en 2 formats : cabine (200 g pour 7 à 8 soins) et vente au détail (35 g pour 1 soin) – Les éditions limitées sont uniquement disponibles en 35 g.

> À découvrir sur EquipHotel, du 6 au 10 novembre, Paris Porte de Versailles, Hall 7.3 – Stand P11.

## New scents for massage candles Spa du Monde by Beauty Tech

When it comes to oils, therapists offer a wide selection from which clients can choose, so why not do the same with massage candles, with selections that can also be seasonally themed, like Spas du Monde by Beauty Tech, which has developed its offering by launching new scents in its different collections: Coconut, Vanilla and Orange Blossom. Limited editions include for Christmas, a duo set with a gingerbread-scented massage candle and home candle, and for Valentine's Day, a caramel-scented massage candle.



L'électrostimulation, **LA** nouvelle tendance haute technologie sur le marché de l'esthétique !

La **technologie sans fils EMS** est une technologie performante et non invasive pour remodeler le corps en profondeur. **En une seule séance, vous brûlez les graisses, gagnez en masse musculaire et tonifiez votre corps !**

**2 appareils pour des séances de 25 minutes en statique**



*Nouvel appareil pour un remodelage complet du corps en quelques séances.*

**Zones ciblées :**

fessiers, dos, bras, cuisses, abdomen, pectoraux et plancher pelvien



*L'appareil expert pour redéfinir la silhouette sans effort.*

**Zones ciblées :**

fessiers, jambes, bras, abdominaux et plancher pelvien





PROSHAPE


Le nouveau soin hydro pour un **COUP D'ÉCLAT** facial

**AQUAPURE II**, un appareil multifonctionnel de soins du visage et du corps.

 Le peeling au diamant élimine les cellules mortes de la peau. 9 embouts de différentes tailles pour visage et corps.

 Le peeling Aqua + Dermabrasion combine le nettoyage des pores avec pulvérisation de sérum, et exfoliation pour un nettoyage en profondeur.

 Action combinée de pulvérisation de sérum et de nano needling pour activer le processus de régénération collagénique.

 Pour terminer le soin, les 3 types de LED permettent d'améliorer la circulation sanguine, et apportent une action antibactérienne et anti-inflammatoire.

**RÉSULTATS :**

- Peau visiblement plus jeune
- Amélioration de l'élasticité et fermeté de la peau
- Atténuation des imperfections

 Compatible avec toutes marques de cosmétiques.

AQUAPURE II



# Wellness DESIGN News

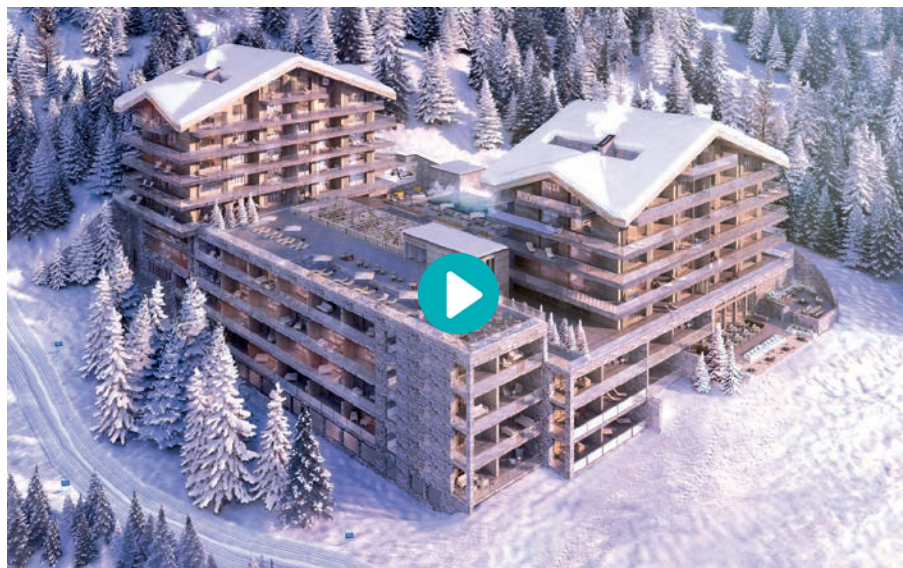


PAR ISABELLE CHARRIER



# Six Senses Crans Montana

## Le complexe hôtelier et les résidences de luxe ouvrent fin 2022



Depuis sa création en 1995, Six Senses s'est forgé une réputation de pionnier des pratiques responsables dans ses hébergements haut de gamme, créés en harmonie avec leur superbe cadre naturel. Le dernier né du groupe, Six Senses Crans Montana, ne déroge pas à la règle...

 PAR ISABELLE CHARRIER

CE LUXUEUX COMPLEXE de 28 000 m<sup>2</sup> a été conçu par AW<sup>2</sup> Paris et JP Emery & Partners Architecture pour se fondre dans son environnement naturel. Conformément aux principes de développement durable de Six Senses, le design d'inspiration locale se remarque à l'utilisation de quartzite en façade, d'essences locales de mélèze et de chêne, et d'ardoise sur les toits. Des matériaux recyclés et renouvelables ont été utilisés autant que possible dans la fabrication des finitions telles que les revêtements des sols, la menuiserie et les tissus.

Côté hôtel, l'établissement disposera de 45 chambres ainsi que de suites d'une à trois chambres, toutes équipées de terrasses offrant une vue spectaculaire sur la vallée du Valais. Deux restaurants, dont l'un servant de la cuisine japonaise, proposeront également le programme « Eat with Six Senses » avec des menus sains et personnalisés. Côté appartements, 17 au total dont 13 accessibles sans restriction de nationalité, ils sont situés dans la partie supérieure du complexe hôtelier cinq étoiles. Créés dans le style de véritables chalets suisses, les appartements de 210 à 330 m<sup>2</sup> comprennent trois à cinq chambres, avec deux ou trois salles de bain et des places de parking privatives. En plus des services d'entretien et d'accueil, les résidents ont également accès à toutes les commodités de l'hôtel à des tarifs préférentiels.

Après une rude journée sur les pentes, le Spa de 2 000 m<sup>2</sup> offrira de multiples équipements et soins au fil d'une interprétation moderne de pratiques anciennes avec une touche de traditions locales. Ainsi, le Spa proposera 9 cabines de soins, une grande piscine intérieure-extérieure, une piscine sur le toit, un sauna, un hammam, une salle d'halothérapie ainsi qu'un bain à remous et un profond bassin froid. Parmi les offres plus originales : le Lounge de Biohacking Régénérant est un espace offrant des solutions high-tech qui optimisent de manière rapide les mécanismes d'autoguérison du corps. On y retrouve les bottes de compression NormaTec, l'appareil de massage à percussion Hypervolt et la ceinture dorsale Venom qui utilise les vibrations pour accroître les bienfaits apaisants de la chaleur, afin de dissiper le stress et les tensions au niveau de la région lombaire. Un Spa séparé pour les enfants et les adolescents proposera des soins adaptés aux plus jeunes.

Parmi les autres activités proposées, un cinéma en plein air à la belle saison, mais aussi le paddleboard, le wakeboard, le parapente, l'alpinisme, ainsi que l'équitation et les randonnées en montagne.



« Notre architecture est une architecture de fusion, tournée vers de nouvelles idées et de nouveaux défis. »

**REDA AMALOU & STÉPHANIE LEDOUX**  
Dirigeants du Cabinet AW<sup>2</sup> Paris

Côté hôtel, l'établissement disposera de 45 chambres ainsi que de suites d'une à trois chambres, toutes équipées de terrasses offrant une vue spectaculaire sur la vallée du Valais.

*The hotel will have 45 rooms as well as one- to three-room suites, all equipped with terraces offering a spectacular view of the Vallais valley.*



**Photo ci-dessus à gauche**

Le Spa de 2 000 m<sup>2</sup> offrira de multiples équipements et soins au fil d'une interprétation moderne de pratiques anciennes avec une touche de traditions locales.  
*The 2,000m<sup>2</sup> Spa will provide many types of equipment and treatments, which will take a modern slant on time-honoured practices with a touch of local traditions.*

**Photo ci-dessus à gauche**

Le Spa proposera 9 cabines de soins, une grande piscine intérieure-extérieure, une piscine sur le toit, un sauna, un hammam, une salle d'halothérapie ainsi qu'un bain à remous et un profond bassin froid.  
*The Spa will have 9 treatment rooms, a large indoor-outdoor pool, rooftop pool, sauna, hammam, halotherapy salt room and also a whirlpool bath and cold deep pool.*

## Six Senses Crans Montana

The hotel complex and luxury residences open at the end of 2022

Since its creation in 1995, Six Senses has forged a reputation as a pioneer in sustainable practices for its upmarket accommodation, created in harmony with their superb natural setting. The latest in the group, Six Senses Crans Montana, is no exception to the rule...

This luxurious 28,000 m<sup>2</sup> complex was designed by AW<sup>2</sup> Paris and JP Emery & Partners Architecture to blend into its natural environmental setting. Pursuant to Six Senses' principles of sustainable development, the locally-inspired design is remarkable for its quartzite facade, local varieties of larch and oak, and slate roofs. Recycled and renewable materials have been used as much as possible for the finishings.

The hotel will have 45 rooms as well as one- to three-room suites, all equipped with terraces. Two restaurants, one of which serves Japanese cuisine, also propose the "Eat with Six Senses" programme with healthy and personalised menus. There will be a total

of 17 apartments, 13 of which are accessible without any nationality restrictions, and are located in the upper part of the five-star hotel complex. In addition to maintenance and reception services, residents also have access to all the hotel's facilities at preferential rates.

After a tough day on the slopes, the 2,000m<sup>2</sup> Spa will provide many types of equipment and treatments, which will take a modern slant on time-honoured practices with a touch of local traditions. So, the Spa will have 9 treatment rooms, a large indoor-outdoor pool, rooftop pool, sauna, hammam, halotherapy salt room and also a whirlpool bath and cold deep pool. A separate Spa for children and adolescents will offer treatments suitable for youngsters.



# Votre partenaire Spa

Retrouvez-nous  
du 6 au 10 novembre au Salon

**EQUIPHOTEL** PARIS  
THE HOSPITALITY & FOOD BUSINESS PLACE

Paris, Porte de Versailles  
Stand N22



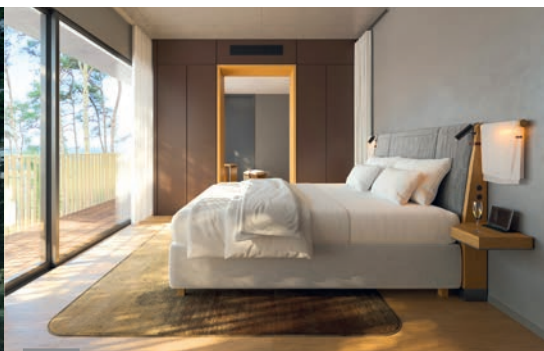
Maison française de cosmétiques depuis 1954.  
Pionnier des soins phyto-aromatiques, créateur d'expériences.  
Un savoir-faire professionnel reconnu dans plus de 60 pays.  
Un partenariat fondé sur une vision qualitative commune.  
L'expertise du soin personnalisé, l'exigence du résultat.

## L'Expérience du Soins Phyto-Aromatique

# Le premier Loisiium Wine & Spa Hôtel en France

## Enotourisme & Wellness en Champagne

Le complexe hôtelier 4\*, quatrième adresse du groupe autrichien éponyme et première en France, a ouvert ses portes début août. Imaginé par le cabinet d'architecture Jouin Manku, l'hôtel est une ode à la détente, au bien-être... et au champagne!



Les Suites Junior et les Suites disposent toutes d'un balcon où les hôtes prendront plaisir à déguster une coupe de champagne tout en profitant de la vue, sur la forêt luxuriante et le vignoble, qui s'offre à eux.



Ci-dessus

Au cœur de cet écrin verdoyant, à trente minutes de Reims, l'hôtel propose une expérience olfactive et sensorielle autour de la Champagne et du champagne.

« Lors de la création de l'hôtel, l'objectif était d'amener la nature au sein même de l'établissement. »

**PATRICK JOUIN & SANJIT MANKU**  
Architectes Agence Jouin Manku

## The very first Loisiium Wine & Spa Hotel in France Wine tourism & Wellness in Champagne

The four-star hotel, the fourth establishment opened by the eponymous Austrian group and the very first in France, opened its doors at the beginning of August. Imagined by the architectural firm Jouin Manku, the hotel is a tribute to relaxation, wellbeing and... champagne!

Located only 1hr30 away from Paris, the establishment has 101 guest rooms, including 3 junior suites and 3 suites. At the bistronomy restaurant L'Horisium, guests can enjoy a menu of regional specialties, and an international touch at the gastronomy restaurant La Table du Chef. No fewer than 4,000 bottles of champagne are displayed around the establishment, echoing the common thread to the whole client experience. The Spa Club by Saint Charles Apothecary is a beautiful tribute to relaxation. With its 1,000m<sup>2</sup> of space, 4 treatment rooms including 1 double, as well as its outdoor pool which is heated all year-round, saunas, hammam, solarium and magnificent views over the vineyards and surrounding forest, the Spa is a true haven of peace. A must: the Spa's champagne bar. The Austrian group already has other ambitions for France... watch this space!

SITUÉ À SEULEMENT 1H30 DE PARIS, l'établissement dispose de 101 chambres, dont 3 suites junior et 3 suites, avec de larges baies vitrées, tout comme dans les espaces communs, afin de plonger les hôtes d'un côté dans le vignoble, de l'autre dans la forêt. Au restaurant bistronomique l'Horisium, les convives profiteront d'un menu à la carte composé de spécialités régionales ainsi que d'une touche internationale au restaurant gastronomique La Table du Chef. Incontournable, son bar à champagne « Les Bulles » et sa jolie vinothèque en mezzanine, sont soigneusement décorés. Quelques 4 000 bouteilles de champagne, exposées partout dans l'établissement, feront écho à la thématique phare de la propriété.

Ode à la détente, le Spa Club by Saint Charles Apothecary (marque de cosmétiques naturels autrichienne) accueille ses hôtes et une clientèle locale au sein d'un bel espace de 1 000 m<sup>2</sup> qui comprend 4 cabines dont 1 double ainsi qu'une piscine extérieure chauffée toute l'année, mais aussi saunas, hammam et solarium offrant une magnifique vue sur le vignoble et la forêt, l'espace est propice à la déconnexion. Must have : le bar à champagne du Spa.

Mustafa Oezdemir, Président du groupe LOISIUM, a souligné : « Ce nouveau projet a tout son sens pour notre groupe, qui souhaitait s'implanter sur le marché français. La Champagne est une région stratégique pour notre clientèle autrichienne, ainsi que pour nos futurs nouveaux convives français et internationaux ». Le groupe autrichien a d'ores et déjà d'autres ambitions en France... à suivre !



# PAYOT

P A R I S



**EQUIPHOTEL** PARIS

Retrouvez-nous du 6 au 10 novembre à Paris, Porte de Versailles - Pavillon 7.3 Stand P019

# PAYOT

P A R I S






**LA MARQUE FRANÇAISE FACIALISTE**  
QUI GARANTIT DES RÉSULTATS BEAUTÉ ET BIEN-ÊTRE  
PAR UNE APPROCHE HOLISTIQUE  
**DE LA RENCONTRE DU SOIN, DU PRODUIT ET DU GESTE.**

**INNOVATION - NATURALITÉ - BEAUTÉ HOLISTIQUE**

---

**LA BEAUTÉ EN MOUVEMENT**

www.payot.com - contact : Fanny Dufourt - fanny.dufourt@payot.fr - 06 62 19 54 81     #payot

## Maison Albar Hotels poursuit son développement à Tourcoing

LE GROUPE CENTAURUS (dont fait partie la collection Maison Albar Hotels) annonce la construction d'un nouvel établissement Maison Albar Hotels à Tourcoing, voué à ouvrir ses portes en 2026. Maison Albar Hotels - Hauts-de-France sera situé au cœur du bâtiment historique et iconique de la Chambre de Commerce et d'Industrie. Le groupe travaille avec l'architecte Marcelo Joulia/Naço Architectures (à qui il doit déjà le Maison Albar Hotels - L'Imperator, ainsi que les futures refontes du Castel Clara et Maison Albar Hotels à Chamonix et Abidjan) ; ainsi que ses partenaires Aventim, LTA, HDM, Gide, Mkg, la commune de Tourcoing, la Métropole Européenne de Lille (MEL), la région Hauts-de-France et l'école hôtelière EcoSup Campus.

Le groupe Centaurus souhaite jouer un rôle clé dans l'attractivité territoriale, le développement de la ville et de la région. C'est dans cet esprit que le projet a été abordé avec l'aide de l'opérateur immobilier Aventim, partenaire clé de cette opération. L'envie conjointe des deux acteurs a tout de suite été de créer une synergie avec les établissements d'enseignement aux alentours. Ainsi, une résidence étudiante sera intégrée au bénéfice des élèves universitaires, notamment ceux de l'école hôtelière EcoSup (une institution de Tourcoing).

Le but ? Créer un projet visant à mettre au jour un pôle d'excellence hôtelière et une interaction entre école, étudiants et le futur hôtel. L'accent sera mis en partie sur la rénovation et la réhabilitation des immeubles déjà présents avec la volonté également de renaturer le quartier pour faire de cette nouvelle adresse un lieu attractif pour tous les Tourquennois.



« En tant que groupe hôtelier, nous avons également un rôle sociétal à jouer dans tous nos projets. »

**JEAN-BERNARD FALCO**  
Président-Fondateur  
du groupe Centaurus

### Maison Albar Hotels continues its development in Tourcoing

Centaurus group (which includes the Maison Albar Hotels collection) has announced the creation of a new Maison Albar Hotels property in Tourcoing, scheduled to open in 2026. Centaurus group aims to play a key role in the destination's attractiveness, as well as in the city and region's development. It's with this intention that a residence for university students, in particular those attending the hospitality and management school EcoSup will be created. The goal? Create a project that gives prominence to a centre of excellence in hospitality and the synergy between school, students and the future hotel.

## Elle magazine se diversifie dans l'hôtellerie en mode bien-être et lifestyle

LE GROUPE LAGARDÈRE SE DIVERSIFIE cette année en se lançant dans l'hôtellerie avec ELLE Hospitality, déclinée en deux concepts : « Maison ELLE », de luxueux écrins au cœur des villes et « ELLE Hôtel », des établissements de standing permettant l'évasion et la découverte de paradis lointains.

La première Maison ELLE, en partenariat avec Studio V Hospitality dirigé par Pascal Donat, ouvrira cet automne et sera située dans le 17<sup>e</sup> arrondissement de Paris, près de l'Arc de Triomphe. L'adresse affichera 4 étoiles et disposera de 25 chambres, d'une suite et d'un somptueux Spa avec des produits de soin bio et écoresponsables. Bien entendu, l'art et la mode resteront le thème central des nouvelles Maisons Elle. Comme le souligne Constance Bengué, directrice générale de ELLE International : « *ELLE Hospitality, qui utilise la marque du magazine à la renommée mondiale, prévoit d'ouvrir une quinzaine d'hôtels sur trois continents dans les dix années à venir* ». À suivre...

### Elle magazine enters the hotel market in Wellness and lifestyle mode

The Lagardère Group is diversifying its business this year with the launch of ELLE Hospitality and its two hotel concepts: Maison ELLE, luxurious boutique hotels located in city centres, and ELLE Hotel focusing on high-end retreat experiences and resort destinations.

The very first Maison ELLE will open this Autumn in Paris' 17<sup>th</sup> district, near the Arc de Triomphe. The 4-star hotel will offer 25 guest rooms, a suite and superb Spa with organic and eco-friendly skincare products.



# Les nouveaux Spas Codage

## Zoom sur les derniers partenaires de la marque

Créateurs de cosmétiques premium, Codage Paris accompagne depuis plus d'une décennie ses partenaires Spas, en France et dans le monde, séduits par sa vision de la cosmétique qui s'ancre dans un esprit d'Apothicaire Contemporain fondé sur l'écoute, le conseil et le service.

Tour d'horizon des derniers partenaires Spas de la marque...



### The New Codage Spas Spotlight on the brand's latest partnerships

For over ten years now, creators of premium skincare Codage Paris has been accompanying partner Spas, both in France and abroad, who value the brand's vision of skincare that takes its roots in the spirit of a Contemporary Apothecary based on listening, advice and service. Overview of the brand's latest Spa partnerships...

After the success of Maison Codage at the Kimpton Saint Honoré Paris, the hotel group has yet again selected the French brand to operate the Spa at Kimpton Aysla Mallorca. This sublime resort has a 900m<sup>2</sup> Spa with 7 treatment rooms. With the Kimpton Aysla Mallorca, Codage opens its first Spa in a European resort. We now head to Italy, with the Borgo San Felice, a 5-star Relais & Château establishment located in the heart of Tuscany. The 350m<sup>2</sup> Botanic Spa is located in the village's former mill and features Codage as its main brand. Our next destination is Porto, with the Vila Foz Hotel & Spa, a magnificent manor that dates back to the 19<sup>th</sup> century. Its 500m<sup>2</sup> Spa has 4 treatment rooms and offers the whole array of treatments by Codage, thanks to an exclusive collaboration with the brand.

Après le succès rencontré par Maison Codage au Kimpton Saint-Honoré-Paris, la chaîne a de nouveau sélectionné la marque française pour opérer le Spa du Kimpton Aysla Mallorca.

### EN EUROPE... AVEC L'OUVERTURE D'UNE NOUVELLE MAISON CODAGE À MAJORQUE

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, Park Hyatt, etc.), la marque cosmétique made in France a développé 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. Après le succès rencontré par Maison Codage au Kimpton Saint-Honoré-Paris, la chaîne a de nouveau sélectionné la marque française pour opérer le Spa du Kimpton Aysla Mallorca. Situé à Santa Posa, à quelques kilomètres de Palma. Ce sublime resort dirigé par Alejandro Bautista Gomez, propose un Spa de 900 m<sup>2</sup> comprenant 7 cabines de soins, une zone humide avec sauna, cabine d'halothérapie, bain de boue, mais aussi 3 piscines dont une intérieure. Le tout logé entre un magnifique parcours de golf et un club de tennis privé. Avec le Kimpton Aysla Mallorca, Codage signe son premier resort européen.

Direction l'Italie avec le Borgo San Felice, un Relais & Châteaux 5\*, situé au cœur de la Toscane. Cette prestigieuse Maison reprend le concept italien d'albergo diffuso, ou « hôtel disséminé », avec ses 33 chambres et 20 suites luxueuses réparties à travers le hameau médiéval de Borgo San Felice. Le Botanic Spa de 350 m<sup>2</sup> est installé dans l'ancien moulin du village et propose désormais Codage en marque principale.

Destination Porto avec la Vila Foz Hotel & Spa, un magnifique manoir du XIX<sup>ème</sup> siècle dont l'architecture extérieure a été préservé, tout en se réinventant à l'intérieur dans une décoration contemporaine. Le Spa de 500 m<sup>2</sup> comprend 4 cabines de soins, dont 1 double, un bain Kneipp, un sauna, ainsi que l'ensemble des soins Codage en marque exclusive des lieux.

## AUX MALDIVES... AVEC LE DEUXIÈME PLUS BEAU COMPLEXE HÔTELIER DE L'OcéAN INDIEN

Codage s'installe au Niyama Private Islands, classé n°2 des plus beaux complexes hôteliers de l'océan Indien par Condé Nast Traveler Readers' Choice Awards. Avec 134 villas et suites réparties sur deux îles jumelles, cette retraite de luxe invite à une expérience insulaire d'exception. Le Drift Spa, dirigé par Kannan Nettah, propose 6 salles de soins sur pilotis, offrant une vue au-dessus de l'océan mais aussi sur le lagon, ainsi que 2 suites Spa avec jardin privé, bain et douche de pluie extérieurs. Un espace détente au milieu d'un jardin, avec sauna, hammam et bassins de relaxation, complète l'offre de ce sanctuaire dédié au bien-être avec désormais l'ensemble de l'offre Codage Paris.



## MAIS AUSSI... EN AMÉRIQUE DU NORD

Première propriété californienne de Conrad Hotels & Resorts, l'une des trois marques de luxe de Hilton, le Conrad Los Angeles, situé au cœur du grand LA, est le nouveau lieu branché de la Cité des Anges. Une oasis élégante de 305 chambres, à la décoration contemporaine et sophistiquée, imaginée par les architectes visionnaires que sont Frank Gery et Tara Bernerd. Au Serena Spa dirigé par Alina Medyanikova, 650 m<sup>2</sup> sont dédiés au bien-être avec 7 cabines où Codage signe la carte des soins visage.

À New-York, le Spa Nalai du Park Hyatt, situé au 25<sup>e</sup> étage, accueille désormais Codage, tout comme au Canada, avec le Chi Spa du Shangri-La Vancouver où Codage signe la carte de soins visages ainsi que l'offre de soins corps.

> Retrouvez Codage Paris au salon EquipHotel, du 6 au 10 novembre 2022, Paris Porte de Versailles, Hall 7.3 - Stand N024.



© M. Salvaing

« Codage s'installe  
aux Maldives, dans  
l'un des plus beaux  
complexes hôteliers  
de l'océan Indien. »

**AMANDINE &  
JULIEN AZENCOTT**  
Co-fondateurs Codage Paris



Codage

[senseofwellness-mag.com](http://senseofwellness-mag.com)

Guide des Fournisseurs



Photo ci-dessus

Au Serena Spa du Conrad Los Angeles, Codage signe la carte de soins visage.

Photo haut de page

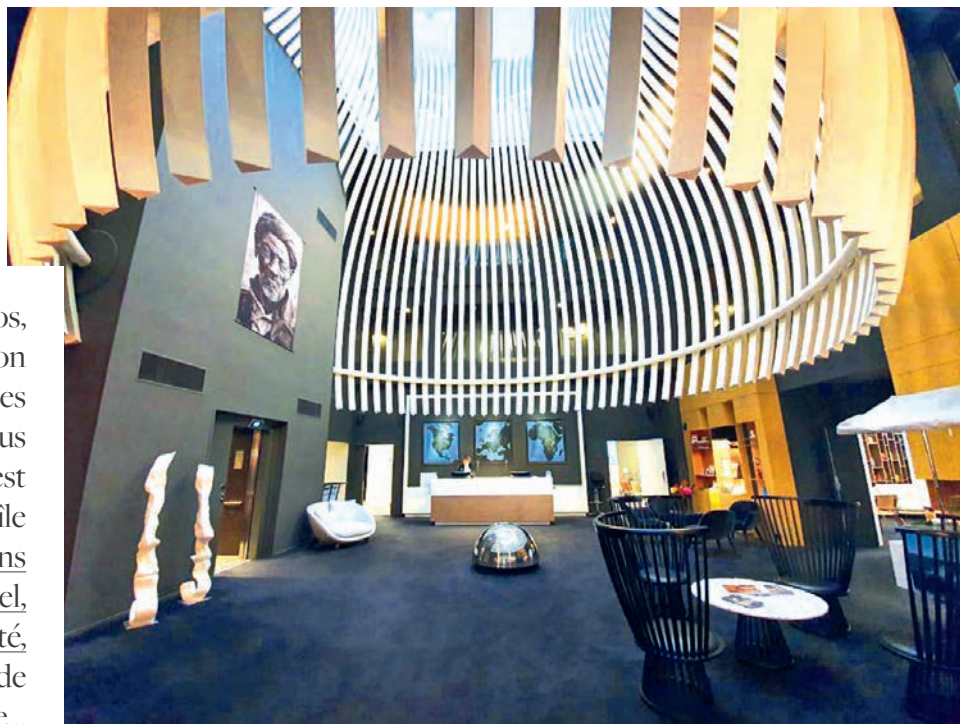
Codage s'installe au Niyama Private Islands, classé n°2 des plus beaux complexes hôteliers de l'océan Indien par Condé Nast Traveler Reader's Choice Awards.

Codage has also entered a partnership with Niyama Private Islands, which took second place in the Top Resorts in the Indian Ocean category at the Condé Nast Traveler Readers' Choice Awards. With 134 villas and suites spread over two islands, this luxury resort offers an exceptional island experience. The Drift Spa, led by Kannan Nettah, has 6 treatment rooms and 2 Spa suites each with a private garden and outdoor bath and rain shower. The first Californian property for Conrad Hotels & Resorts, one of Hilton's three luxury hotel brands, Conrad Los Angeles is located within The Grand LA. At the Serena Spa, led by Alina Medyanikova, 650m<sup>2</sup> are dedicated to wellbeing, including 7 treatment rooms and a menu of Codage facials.

# Le Grand Bé à Saint-Malo

## Écrin design, empreint d'histoire, avec un Spa Phytomer

À Saint-Malo intra-muros, près de la plage de Bon Secours, l'hôtel 4 étoiles Le Grand Bé, ouvert sous l'enseigne Golden Tulip, est situé près de la presqu'île éponyme. Cette adresse, dans l'esprit d'un boutique hôtel, mêle histoire et modernité, remixant avec brio les codes de l'hôtellerie. Visite guidée...



À DEUX PAS DES REMPARTS DE LA CITÉ CORSAIRE, Le Grand Bé, propriété de Beautiful Life Hotels, est situé dans l'ancien hôtel des impôts. À l'extérieur, le bâtiment a gardé le charme de la pierre pour se dévoiler à l'intérieur dans un esprit contemporain et ludique. En effet, dès l'entrée, le lobby se dévoile dans une nasse d'une envergure de 12 mètres suspendue au plafond - création de l'architecte Philippe Lucazeau - qui se prolonge dans l'esprit d'un plafond cathédrale ouvrant sur une verrière qui illumine le hall de l'hôtel. Un lieu qui accueille les hôtes avec majesté et qui s'anime régulièrement d'expositions d'œuvres d'artistes locaux.

Côté chambres, même esprit contemporain pour les 55 chambres aux lignes épurées et aux couleurs douces, avec une mention spéciale pour les 4 suites de 35 m<sup>2</sup> avec chacune sa terrasse privative. La plupart propose une vue imprenable sur les toits du mythique quartier intra-muros de la ville, ou sur les îles.

Côté restaurant, esprit convivial et décloisonné, avec un espace généreux où l'on peut déguster la cuisine bistronomique du Chef Steven Carré avec des plats locaux au dressage moderne et inspiré. À la belle saison, on peut profiter de la belle terrasse ou du rooftop privatisable.

### UN SPA SOUS DES VOÛTES DU XVII<sup>ÈME</sup> SIÈCLE

Côté Wellness, le Spa est niché dans un écrin de 180 m<sup>2</sup>, sous les voûtes de pierre du XVII<sup>ème</sup> siècle. Dirigé par Aude Leduc, on y retrouve en marque unique des lieux Phytomer, créée à Saint-Malo, et qui a fêté cette année ses 50 ans. Les 3 cabines de soin, dont une duo, offrent une déco évocatrice de l'océan tout proche et font écho aux rituels proposés par la marque bretonne. Parmi les soins préférés de la clientèle : le massage ressourçant et relaxant Oligomer<sup>®</sup> Spa qui offre une expérience sensorielle unique autour de cet actif mythique aux bienfaits reminéralisants et fortifiants. Côté visage, c'est le Soin Suprême Jeunesse qui est plébiscité. Avec son masque liftant et sa lotion concentrée en actifs marins, ce soin atteint le summum de la performance anti-âge globale. Signature de la marque : un modelage d'accueil avec l'application de la boue marine autochauffante le long de la colonne vertébrale qui initie la relaxation et recharge le corps en énergie.

Le Spa est accessible à la clientèle hébergée tout comme aux clients locaux qui, pour ces derniers, peuvent profiter de forfaits très attractifs sur les soins.

Dans le lobby, le regard est attiré par l'élément principal de décoration : une sorte de nasse de pêche géante, aux dimensions XXL, destinée à donner « de la majesté au lieu ».



© magixantoinne

« Le Grand Bé est plus qu'un hébergement design, c'est un lieu de vie contemporain et profondément malouin. »

**MARC SCOGNAMIGLIO**  
Directeur général Le Grand Bé



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



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

Découvrez l'univers sensoriel Camylle sur [www.camylle.com](http://www.camylle.com)

Proudly MADE IN FRANCE



**Photo ci-contre**

Les 3 cabines de soin, dont une duo, offrent une déco évocatrice de l'océan tout proche et font écho aux rituels proposés par la marque bretonne Phytomer.  
*The design of its three treatment rooms, including one double, evokes the nearby Ocean and the Breton brand Phytomer's rituals.*

**Photo ci-dessous**

Côté chambres, même esprit contemporain pour les 55 chambres aux lignes épurées et aux couleurs douces, avec une mention spéciale pour les 4 suites de 35 m<sup>2</sup> avec chacune sa terrasse privée.  
*The same contemporary spirit reigns in the 55 guest rooms featuring elegant lines and soft colours, with a special mention for the 4 suites each offering 35m<sup>2</sup> of space and a private terrace.*

**Photo bas de page**

Côté restaurant, esprit convivial et décloisonné, avec un espace généreux où l'on peut déguster la cuisine bistronomique du Chef Steven Carré.  
*In the restaurant's generous dining area, guests enjoy a relaxed and casual atmosphere, with a bistronomy experience by Chef Steven Carré.*

## Le Grand Bé in Saint-Malo

Stylish design steeped  
in history, with a  
Phytomer Spa

In the old town of Saint-Malo, the 4-star Le Grand Bé Hotel, opened by the brand Golden Tulip, blends history with modernity, rewriting the art of hospitality with brio.

The building's stone facade has kept the charm of a bygone era while the interior reveals a contemporary, light-hearted spirit. Indeed, as soon as you enter, the lobby offers a captivating atmosphere, with its 12-metre creel suspended from the ceiling, created by architect Philippe Lucazeau, that has our gaze forever lifting upwards. Similar to a cathedral ceiling, it continues up to a glass roof that bathes the lobby in natural light.

The same contemporary spirit reigns in the 55 guest rooms featuring elegant lines and soft colours, with a special mention for the 4 suites, each offering 35m<sup>2</sup> of space and a private terrace. In the restaurant's generous dining area, guests enjoy a relaxed and casual atmosphere, with a bistronomy experience by Chef Steven Carré.



### THE SPA UNDER A VAULTED CEILING THAT DATES BACK TO THE 17<sup>TH</sup> CENTURY

On the Wellness side, the Spa is nestled in a 180m<sup>2</sup> space under 17<sup>th</sup> century stone vaults. Managed by Aude Leduc, it has an exclusive partnership with Phytomer, the brand that was created in Saint-Malo and celebrated its 50<sup>th</sup> anniversary this year. The design of its three treatment rooms, including one double, evokes the nearby Ocean and the Breton brand's rituals. Among the treatments most popular with guests is the reenergising and relaxing massage Oligomer<sup>®</sup> Spa, a unique journey of the senses based on this mythical active ingredient offering remineralising and energy-boosting properties. As for facials, it is the Supreme Youth Facial that is the most in demand. With its skin tightening mask and lotion that is highly concentrated in marine active ingredients, this treatment is the ultimate global anti-ageing facial. The brand's signature welcome ritual is a massage and application of self-heating marine mud along the spine, which rapidly induces relaxation and helps the body regain energy.





**pure**  
Wellness Solutions

Une équipe d'experts  
au cœur de votre métier

## Gérez la croissance de votre Spa

grâce à nos solutions opérationnelles et à nos outils informatiques,  
simples, modernes, économiques et complets.

Planning & Agenda, Caisse, Paiement en ligne,  
Rapports, Fichier client, Stock & Inventaire, Marketing, Email, Bon cadeau internet...

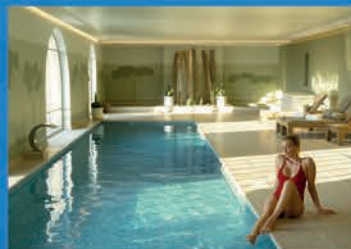
De nombreux établissements nous font confiance  
pour augmenter l'expérience client tout en optimisant leur CA



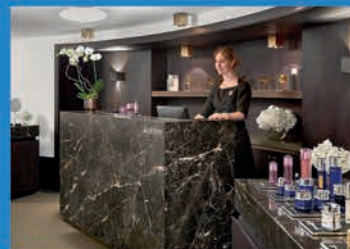
Spa Lyon Plage  
- Lyon -



Molitor M Gallery 5\*  
- Paris -



Chateau de Berne 5\*  
- Flayosc -



L'Apogée 5\*  
- Courchevel -

Spas Hôteliers, Day Spas, Médi-Spas, Spas thermaux, Centres de bien-être,  
Thalassos, Spas de camping, Ecoles de Spa Management

**booker**  
by OMNIBODY

[www.pure-informatique.com](http://www.pure-informatique.com)

**EQUIPHOTEL** PARIS  
THE HOSPITALITY & FOOD BUSINESS PLACE  
6-10 NOV. 2022

RETROUVEZ-NOUS PAV.7.3 - STAND N15

Avec ses 33,16 mètres, la piscine du Dior Spa Cheval Blanc est annoncée comme la plus longue piscine intérieure d'hôtel en Europe.



# Dior Spa Cheval Blanc

## Visite guidée du Spa le plus luxueux et exclusif de Paris

C'est au cœur du Paris historique, face au Pont Neuf et accolé à la Samaritaine, que Cheval Blanc Paris et la Maison Dior ont donné naissance au Dior Spa Cheval Blanc. Un lieu inspirant où tous les superlatifs ne suffisent à le définir; tant le savoir-vivre sublime le savoir-faire. Fidèle à la maxime de Christian Dior : « Rendre les femmes non seulement plus belles mais aussi plus heureuses », l'exclusif est ici le maître-mot. Visite guidée...

 PAR ISABELLE CHARRIER - PHOTOS : MATHIEU SALVAING

INATTENDU, C'EST LE PREMIER MOT qui m'est venu à l'esprit en découvrant les lieux. On reconnaît bien le style abondant et ultra-créatif de Peter Marino, fidèle de la maison LVMH, pour qui il a dessiné de nombreux points de vente dans le monde. Ici, l'architecte du luxe signe indéniablement l'une de ses plus belles réalisations. D'ailleurs le magazine Vogue n'a pas hésité à qualifier ce nouvel écrin du bien-être « *de plus beau Spa du monde* », c'est dire... Et oui, Peter Marino ose, mariant avec talent, finesse et cohérence l'univers de ces deux maisons d'exception, en un savant mariage de passion et d'émotion, afin de créer une expérience aussi unique que ce lieu.

Cela commence dès l'escalier qui conduit au Spa, habillé de panneaux de maille de fil de fer argent façonnés par Sophie Mallebranche, qui semble gardé par une sculpture monumentale commandée au jeune artiste belge Florian Tomballe.

La visite se poursuit par les différents espaces dédiés à la relaxation, avec un espace regroupant un sauna, un hammam et une douche de neige. Quant à l'espace fitness,

il dévoile des équipements dernière génération ainsi qu'une application personnalisée qui permet de concevoir des programmes de remise en forme entièrement sur mesure, conçus par les coachs des lieux. À l'abri des regards, une salle de coaching privée a été pensée pour répondre à toutes les exigences : cardio, boxe, yoga, cross training, les possibilités sont infinies. D'ailleurs, les entraînements peuvent même être projetés sur grand écran pour une expérience plus immersive.

Enfin, pièce maîtresse des lieux, la sublime piscine ornée de mosaïques artisanales signées Michaël Mayer. On prend plaisir à y nager en contemplant la fresque digitale de l'artiste franco-israélien Oyoram qui réinvente avec fantaisie la vue sur les bords de Seine au fil de la journée. Avec ses 33,16 mètres, elle est annoncée comme la plus longue piscine intérieure d'hôtel en Europe.

Ces espaces sont uniquement réservés aux hôtes de Cheval Blanc Paris et aux membres, dénommés ici esthètes. Déjà au nombre de 47, le nombre maximum a été fixé à 75 afin de préserver le côté exclusif des lieux.



« Dior et Cheval Blanc, l'alliance de deux maisons d'exception. Pour ce projet hors du commun, nous envisageons le bien-être comme source de bonheur ultime. Au-delà des produits, nous cultivons l'expérience extraordinaire afin de nourrir la crédibilité, la désirabilité et l'unicité du soin Dior en tant que leader du Soin Premium. »

**OLIVIER HANN**  
Directeur Marketing International Dior Skincare & Spa

### Dior Spa Cheval Blanc

#### A guided tour of Paris' most luxurious and exclusive Spa

It is in the historic heart of Paris, opposite Pont Neuf, the city's oldest bridge, and adjoining the iconic La Samaritaine, that Cheval Blanc Paris and the House of Dior created Dior Spa Cheval Blanc. There are simply not enough superlatives to describe this truly inspiring place where French art of living enhances sublime expertise. Here, exclusive luxury are the operative words that faithfully fulfil Christian Dior's maxim to "not only make women beautiful, but make them happy too." Join us on a guided tour...

Unexpected is the first word that comes to mind when discovering the place. And yes, Peter Marino made bold choices when he brilliantly and astutely joined the realms of these two outstanding Houses in a perfect marriage of passion and emotion in order to create an experience that is just as unique as the place in which it is staged. It begins with the staircase, clad in silvery iron woven panels, that leads to the Spa and which seems to be guarded by a monumental sculpture. The visit continues through different areas dedicated to relaxation with a space assembling a sauna, hammam and snow shower. As for the fitness area, it has the latest generation equipment for customised use and coaches are on hand to design a fully-tailored health and fitness programme. And last, but certainly not least, the crowning glory, a sublime pool adorned with mosaics designed by master craftsman, Michael Mayer. At 33.16m, it would appear to be the longest indoor hotel pool in Europe.



## Peter Marino a imaginé les lieux dans l'esprit d'un appartement parisien.

À l'origine des soins Dior est la passion des fleurs, c'est donc tout naturellement qu'elles accueillent les hôtes, grâce à deux œuvres digitales immersives de Jennifer Stycampe, qui nous plongent dans un jardin onirique en mouvement perpétuel. Après avoir passé ce sas expérientiel, se dévoile un cabinet de découverte, imaginé dans l'esprit d'un appartement parisien, avec ci et là, savamment disposés, des accessoires de mode mais aussi de décoration, qui nous immergent dans l'univers Dior, comme autant d'invitations à toucher afin de céder à la tentation de ramener un peu de l'esprit du couturier chez soi.

Bien entendu, la beauté n'est pas oubliée, avec un espace boutique tout aussi inventif présentant les deux lignes star de la marque, également utilisées pour prodiguer les soins au Spa : *L'Or de Vie* et *Prestige*, mais aussi les collections du moment, sans oublier les exclusivités Dior Spa Cheval Blanc qui célèbrent le mariage des deux Maisons. Best-seller des ventes : le parfum de la Collection Privée Christian Dior, *Cheval Blanc Paris*, un sillage poudré et musqué. Déjà iconique puisque c'est la dernière création de François Dumachy, avant son départ en retraite, à qui l'on doit la senteur *Sauvage* ou encore la revisite de *Miss Dior*. Pour ma part, j'ai cédé à la tentation avec le must-have créé par Peter Philips, Directeur de la Création et de l'Image du Maquillage Dior : *Rouge Dior & Rouge Blush Cheval Blanc Paris*. Ce duo iconique du maquillage Dior se pare d'un motif exclusif, chic et graphique, à l'effigie du bâtiment historique du Cheval Blanc Paris. Enfin, un dernier espace très exclusif, véritable ode aux parfums cultes de la marque, tous présentés ici dans des flacons d'exception numérotés, comme autant de pièces de collection rares.

Une luxueuse expérience retail qui plait, à en croire le pourcentage que représente cet espace singulier dans le chiffre d'affaires général du Spa, et qui se renouvelle toutes les deux semaines afin de proposer les dernières nouveautés de la Maison. Le luxe, c'est le choix, et le Dior Spa Cheval Blanc Paris maîtrise cet art à merveille.

There is an underlying passion for flowers in Dior treatments and so it is only to be expected that guests are welcomed by two immersive wall installations created by digital artist Jennifer Steinkamp, who draws us into a dreamlike floral garden that is in perpetual movement. After passing through this sensory-heightening vestibule, there is a space designed in the spirit of a Parisian apartment and a lounge that immerses us in the Dior universe, with a multitude of invitations to touch, try and give into the temptation to take some of the fashion designer's esprit home. Of course, beauty also takes centre stage in the equally inventive boutique area where the brand presents not only its two star lines *L'Or de Vie* and *Prestige*, which are also used in the Spa treatments, but also current collections and not forgetting Dior Spa Cheval Blanc exclusives that celebrate the marriage between the two Houses.



« Dior est une marque globale dont la prochaine conquête est celle du lifestyle. Au-delà des produits de luxe, l'expérience d'exception est la clé pour entretenir la relation avec nos consommateurs. Nous avons la chance de faire partie du groupe LVMH dont les ambitions de développement dans l'hospitality sont grandes, et nous permettent de collaborer sur des projets féériques comme le Dior Spa Cheval Blanc Paris. »

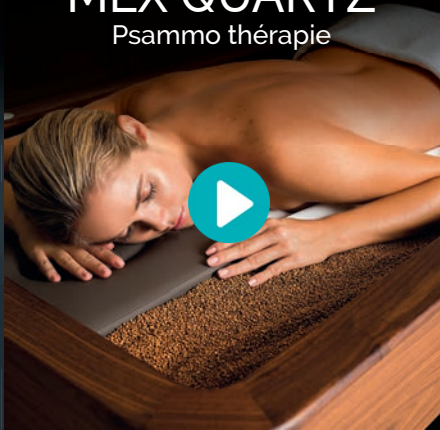
**CLAUDIA MAROCCI**  
Directrice Générale de Marque Parfums Christian Dior

# 30 GHARIENI

ANNÉES D'INNOVATIONS

## MLX QUARTZ

Psammo thérapie



## MLX I3DOME

Triple thérapie détox



## MASSAGE AUGMENTÉ

Symphonique & symbiotique



## WELNAMIS

Vibroacoustique binaurale pour le spa & le bien-être



Découvrez les

# NOUVELLES TECHNOLOGIES DE BIEN ÊTRE

de Gharieni

## LIBRA

Thérapie Kneipp chorégraphiée



## CELLISS

La révolution de la minceur & des contours



## RLX AURASENS

Un voyage sonore & haptique unique



## RLX SATORI

Vibroacoustique ciblée



**GHARIENI**  
www.gharieni.com





À l'heure où l'on prodigue des cartes de soins plus courtes et bien le Spa Dior Cheval Blanc Paris propose un menu de soins spectaculaire, avec pas moins de 48 soins ponctués de surprises et d'attentions personnalisées, avec toujours le même objectif : « *pousser efficacité et plaisir jusqu'à leurs ultimes limites* ». Pour ce faire, outre les deux lignes premium de la marque utilisées pour les soins : *L'Or de Vie* et *Prestige*, Dior a créé *Les Solutions Dior*, 13 formules professionnelles haute performance, gorgées d'actifs issus de 40 années de recherche sur la science florale, avec des galéniques à la sensorialité hors norme. En exclusivité au Dior Spa Cheval Blanc Paris, une sélection restreinte de trois Solutions Professionnelles est disponible à la vente : *La Lotion Peeling Florale*, hautement concentrée en acide de fleurs d'hibiscus, PHA exfoliants et vitamine PP, booste le renouvellement de la peau ; *Le Cataplasme Dermo-Réparateur*, enrichi en centella

asiatica et en camomille aux propriétés réparatrices, pour hydrater en profondeur le visage ; et pour finir, *Le Biosérum Matriciel Tenseur*, alliance inédite d'acide hyaluronique et de Bi-Skin, un complexe exclusif Dior, pour repulper la peau.

Autre attention exclusive au Dior Spa Cheval Blanc Paris, *Les Bains Visage Dior*, où chacune de ces eaux de soins est infusée d'un des précieux actifs floraux cultivés dans les jardins Dior : la Sève d'Yquem aux prodigieux pouvoirs de longévité, la Rose régénérante, le Longoza anti-âge, l'Iris anti-oxydant, l'Hibiscus détoxifiant et la Mauve hydratante. Ainsi, pour sublimer chaque soin, une brumisation généreuse enveloppe le visage tel un cocon de douceur et de sensorialité, tout en prodiguant les bienfaits de ses actifs. Ce rituel d'une sensorialité rare rend hommage aux Bains de la Samaritaine qui se déployaient au pied du bâtiment Front de Seine au début du XX<sup>ème</sup> siècle.

## 48 soins associant technologies de pointe et techniques manuelles exclusives.

La philosophie du Dior Spa Cheval Blanc repose aussi sur des protocoles experts maîtrisés exclusivement par les Ambassadrices Beauté, qui associent technologies de pointe et techniques manuelles exclusives Dior, à commencer par les *Éveils Sensoriels*. Concentrés sur les quatre zones ciblées que sont les jambes, le ventre, le buste et la tête, ces enchaînements de pressions de 30 min offrent une approche différente du massage, principalement basée sur l'écoute intuitive, afin de rééquilibrer et de relancer les flux énergétiques.

Autre spécificité, les *Modelages Tissulaires Dior* qui allient le meilleur des techniques traditionnelles manuelles occidentales et asiatiques. Associés à des gestes précis et profonds, ils suivent des protocoles sophistiqués, exclusifs à Dior. D'une technicité extrême, chacun est conçu pour répondre à un besoin spécifique en agissant sur tous les tissus cutanés pour une régénération totale de la peau.

Autre technique emblématique de Dior, la *Micro-Abrasion Dior aux Cristaux de Saphirs*, qui s'appuie sur un outil haute technologie exclusif associant la micro-abrasion à la photostimulation. Sa tête vibrante et oscillante, pavée de fines particules de saphir, exfolie la peau tout en stimulant la régénération cellulaire. Son intensité est modulable pour répondre aux besoins de toutes les peaux, même les plus délicates.



Photo p.108

Les produits de soin Dior aux puissants actifs floraux. Depuis 40 ans, la science florale Dior identifie les fleurs les plus exceptionnelles, décrypte leur potentiel moléculaire et les cultive saison après saison, selon les principes de l'agriculture biologique et dans ses propres jardins, pour concentrer leurs actifs dans le plus grand respect.

Photo ci-dessus

Chacun des six Bains Dior révèle une eau de soin infusée d'un des précieux actifs cultivés dans les Jardins Dior.

Photo ci-contre

La métamorphose de la peau s'opère en alliant la haute efficacité des produits des lignes de soin Dior à des Solutions Professionnelles Dior exclusives, au nombre de 13, dont 3 sont disponibles à la vente, exclusivement au Dior Spa Cheval Blanc Paris.

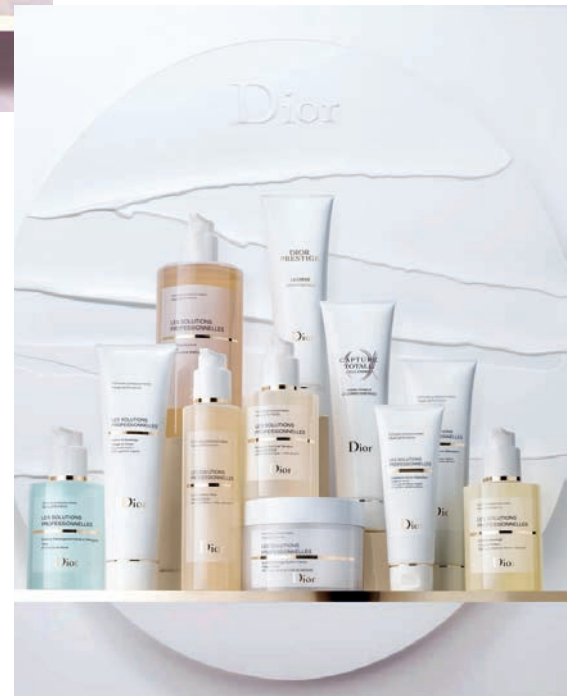
At a time when shorter treatment menus seem to be the name of the game, Spa Dior Cheval Blanc is offering a spectacular treatment menu with no fewer than 48 treatments interspersed with customised surprises and attentive gestures. And the objective is always the same: "push effectiveness and enjoyment to the utmost limit." In order to achieve this, in addition to the brand's two premium treatment lines, *L'Or de Vie* and *Prestige*, Dior has created *Les Solutions Dior* with 13 high-performance professional formulas. A limited selection of 3 Professional Solutions are exclusively available for sale at Dior Spa Cheval Blanc Paris. Another exclusive for the Dior Spa Cheval Blanc Paris is *Les Bains Visage Dior*, where each of the treatment waters is infused with one of the precious active ingredients obtained from flowers grown in the Dior gardens.

So, to enhance each experience, the treatment water is generously applied, enveloping the face in a soft, sensory-appealing mist that delivers all the beneficial effects of its active ingredients. The philosophy of Dior Spa Cheval Blanc also lies in the expert protocols that are perfectly mastered by the Beauty Ambassadors, who combine cutting-edge technologies with exclusive Dior manual techniques, beginning with the *Sensorial Awakenings*. *Dior Tissue Massages* are another unique feature. They combine the best manual techniques from western and oriental traditions with precise and deep massage movements according to sophisticated protocols that are exclusive to Dior. Another emblematic Dior skincare technique is the brand's *Sapphire Crystal Micro-Abrasion* that uses an exclusive high-tech tool combining micro-abrasion and photostimulation.



*« Chez Dior, le concept de bien-être s'ancre dans l'alignement du corps et de l'esprit. C'est en associant au cœur de nos protocoles des rituels tissulaires traditionnels et technologiques à des pratiques plus holistiques comme la lithothérapie et la fasciathérapie que nous offrons à la fois une efficacité peau instantanée et un éveil des sens. Nous perpétuons ainsi l'héritage de Christian Dior, qui cultivait déjà son bien-être de manière physique et ésotérique via l'horticulture ou l'astrologie. »*

**ANNE-LOUISE POTHIER**  
Directrice Internationale  
Dior Spa



## Les soins sont autant d'expériences uniques, prodigués dans 6 suites toutes singulières.

Les soins sont prodigués au sein des six suites qui mettent en scène l'une des facettes de la Maison Dior, chacune avec une expérience merveilleuse, invitant à susciter de nouvelles émotions. Ainsi la *Suite Bonheur* a été imaginée pour les parenthèses bien-être à deux. Outre son sauna et sa douche hammam privés, deux tables de massage insolites, imaginées par la société Charieni, s'élèvent depuis le sol au fil du soin pour une inoubliable sensation d'apesanteur. La *Suite Sauvage*, magnifiée par des matériaux bruts, exprime le retour à la nature si cher à Christian Dior. On y trouve le lit de massage recouvert de Quartz Alpha signé Charieni. Les fabuleux bénéfiques du quartz associés à l'inversion de gravité de ce lit de soin, subliment la relaxation mentale et physique du rituel visage ou du massage de votre choix. La *Suite New-Look* au décor architectural, fait honneur à la silhouette avant-gardiste créée par Christian Dior en 1947, avec son lit sur mesure, toujours signé Charieni, pour un rituel d'exception que je vous dévoilerai un peu plus loin. La *Suite Mitzah* rend hommage à la muse adorée de Christian Dior : Mitzah Bricard avec son spectaculaire décor de plumes qui donne l'impression d'un motif panthère, le préféré de cette élégante. La *Suite Granville* nous plonge dans l'atmosphère de la Villa des Rhumbs, la maison d'enfance de Christian Dior avec son jardin à l'anglaise. Enfin, la *Suite Étoile*, celle que j'ai eu la chance d'avoir, fait écho à l'étoile porte-bonheur de Christian Dior, bien connu pour être très superstitieux. À la fin du soin, son merveilleux plafond étoilé s'illumine du signe de son hôte.

Parlons soins justement, en rentrant plus en détail dans l'offre certes riche du Dior Spa Cheval Blanc, mais aussi ludique, avec *Les Petits Bonheurs*. Ces concentrés de plaisir et d'efficacité, de 30 ou 45 min, peuvent être combinés selon les envies à tout autre soin. Une approche originale qui permet de personnaliser tous les soins de la carte au gré de ses désirs et de multiplier les instants de... bonheur !

Parmi les soins plébiscités figurent en première place les soins signatures alliant haute technicité, attentions personnalisées et modelage sur mesure. Commençons par le *Rêve Couture*, un rituel à six mains pour une transformation simultanée du corps, du visage et de la chevelure, qui se déroule dans la *Suite New-Look* dont je vous parlais plus haut ! Ce soin est personnalisable jusque dans les moindres détails en fonction des besoins et au gré des envies de chacun.

Autre soin signature plébiscité : *Énergie Précieuse*. À l'œuvre : des pierres chaudes semi-précieuses, cristal de roche, quartz jaune, labradorite et agate, diffusent leurs pouvoirs énergétiques à la faveur d'un lent massage du dos, des bras et du ventre. Le visage est ensuite enveloppé d'un masque thermo-chauffant au prodigieux effet sculptant. Le soin s'achève par une brumisation généreuse et bienfaisante du *Bain Visage Or*.

Mon coup de cœur va cependant au rituel *Sublime Révélation* qui allie le *Micro-Caviar de Rose Dior Prestige* à un modelage prodigué avec quartz rose et cristal de roche, pierres semi-précieuses sculptées et polies spécialement pour ce rituel d'exception. Ces objets précieux sont la création d'Elizabeth Gontal, l'experte de la lithothérapie en France qui a aussi développé pour les lieux un massage signature unique utilisant l'énergie des pierres.







« Penser à l'impossible pour créer une expérience "Spa Cheval Blanc" est le début d'une histoire. »

**SOPHIE LEVY-KRAEMER**  
Directrice du Développement  
et des Activités Spa Cheval Blanc



Treatments are given in six suites that each highlights one of the House of Dior's facets. So the *Bonheur Suite* has been designed for a relaxing wellness interlude for two. In addition to its private sauna and hammam shower, there are two unusual massage tables, created by the company Gharieni, that rise up from the floor as the treatment progresses, creating an unforgettable sensation of weightlessness. The *Sauvage Suite* expresses a return to nature, so loved by Christian Dior. The *New Look Suite* with its architectural décor has a bespoke bed used in an exceptional ritual: read on for more details! The *Mitzah Suite* pays homage to Christian Dior's adored muse, Mitzah Bricard. The *Granville Suite* draws us into the ambience of the Villa des Rhumbs, Christian Dior's childhood home with its English-style garden. Finally, there is the *Etoile Suite*, which echoes Christian Dior's star-shaped lucky charm.

Taking pole position among the most popular treatments are the signature treatments combining a high degree of technical expertise, personalised attentive gestures and bespoke massage. Let's start with the *Rêve Couture*, a dreamy six-hand ritual simultaneously transforming the body, face and hair that takes place in the *New Look Suite*.

However, my favourite is the *Sublime Revelation* ritual that combines *Dior Prestige Le Micro-Caviar de Rose* with a massage using especially shaped and polished semi-precious stones, rose quartz and rock crystal, for a truly remarkable treatment ritual. These precious objects are the creation of French lithotherapy expert, Elizabeth Gontal, who has also developed a unique signature massage for this Spa using the healing energy of stones.

**Photos ci-dessus et p.111**

Les soins sont prodigués au sein de six suites dont le sublime décor met en scène l'une des facettes de la maison Dior, avec chacune sa singularité.  
Le petit plus : une playlist a été réalisée, en capturant des sons évocateurs de l'univers de chaque suite comme par exemple le ressac des vagues de Granville.

**Photo ci-dessous**

Pour le Spa Dior Cheval Blanc Paris, Elizabeth Gontal, l'experte de la lithothérapie en France, a créé des galets de massage avec des cristaux enchâssés, le tout sculpté et orné de la rose de Christian Dior, afin de conjuguer les bienfaits énergisants des pierres avec les massages. Elle a également formé les Ambassadrices Beauté à ce massage signature unique.





## Pour prolonger le plaisir de se faire plaisir : le Boudoir Beauté & le salon de coiffure.

Bien entendu, l'expérience ne serait pas complète sans une remise en beauté makeup et coiffure. Ainsi, après votre soin ou dans le cadre de certaines demi-journées baptisées *Les Grands Bonheurs*, comme la plus premium *Bouquet Bonheur*, *Le Grand Jour*, vous pouvez prolonger ces instants privilégiés avec un makeup nude

ou couture, réalisé par une Ambassadrice Beauté dans l'élégant Boudoir Beauté. Le salon de coiffure a été confié à Rossano Ferretti, créateur de la fameuse « coupe invisible », un geste technique qui permet des coupes tout en légèreté, singulières et contemporaines. Attentif au respect de la beauté et de la vitalité, il a imaginé une ligne de produits respectueux de la Nature et du cheveu. Autant de valeurs en adéquation avec celles de la Maison Dior.

Avant de vous laisser sur ma dernière impression, je me dois de remercier chaleureusement chacune des personnes qui ont contribué à me faire vivre cette expérience unique et inédite : Anne-Louise, Sophie, Gwendoline mais aussi Estelle et Pauline... Chacune animée par la passion de l'excellence, afin d'apporter son expertise pour me faire vivre une expérience unique et inédite.

Of course, the experience would not be complete without putting the finishing touches to makeup and hairstyle. So after your treatment, or as part of certain half-day programmes called *Happy Occasions*, such as the outstanding *Happiness Bouquet*, *The Big Day*, you can prolong these special moments by having nude or couture makeup applied by a Beauty Ambassador in the elegant Beauty Boudoir. The hairdressing salon has been entrusted to Rossano Ferretti, creator of the famous "invisible haircut", a cutting technique that delivers a unique, light and contemporary cut. He has created a line of haircare products that respects the beauty and vitality of both Nature and hair.



« L'expérience "Dior Spa Cheval Blanc" est telle un livre où chaque histoire inoubliable vous touche en plein cœur. »

**GWENDOLINE NEBOR**  
Spa Manager  
Dior Spa Cheval Blanc Paris

---

## DERNIÈRE IMPRESSION

« J'insiste sur le mot *Bonheur* », disait Christian Dior. C'est clairement ce sentiment qui m'a habité à la fin de mon expérience Dior Spa Cheval Blanc Paris. D'ailleurs, on retrouve une autre citation chère au couturier, brodée sur chaque drap de soin habillant les lits de massages : « *Au fond de chaque cœur sommeille un rêve* », et c'est bien un rêve éveillé qui sert de fil rouge à cette belle Maison.

Fort de ce succès, d'autres ouvertures sont prévues, à commencer par celle d'un Dior Spa dans l'incroyable aéroport international Hamad de Doha, désigné meilleur aéroport du monde pour la seconde année consécutive, lors des Prix des Meilleurs Aéroports du Monde. Une ouverture réalisée en un temps record, grâce au précieux concours du cabinet Wellness Consulting, dirigé par Diane Bernardin. Si le Bonheur commence à Paris, ne doutons pas qu'il se prolongera à Doha dès novembre 2022, en attendant les autres futurs Dior Spas !

"I insist on the word *Happiness*", Christian Dior would say. And Happiness was clearly the feeling I had at the end of my experience at the Dior Spa Cheval Blanc Paris. There is another saying that the fashion designer was fond of: "*Deep in every heart slumbers a dream*", and it is indeed a waking dream that is the underlying theme of the Dior Spa Cheval Blanc Paris. Based on this success, other openings are in the pipeline. Not least the Dior Spa at the fabulous Hamad International Airport in Doha, named the World's Best Airport for the second year running at the 2022 World Airport Awards. An opening achieved in record time with the precious support of Wellness Consulting, the consultancy company directed by Diane Bernardin. If Happiness begins in Paris, we have no doubts about it spreading to Doha in November 2022, while waiting for other future Dior Spas!



RKF®  
LUXURY LINEN



l'Art

the Art of fine linen

du linge raffiné



# MICE et Wellness, un mariage de raison ?

Analyse de situation et clarification  
des opportunités pour une optimisation  
de vos performances économiques  
sur l'accueil des groupes

 PAR ISABELLE TROMBERT



(Lab Expert)

**C**'est sur le terrain que je me suis rendu compte de la situation de divorce consommé entre l'accueil des groupes sur la partie hébergement et les activités des Spas. À tel point que dans leur revenu management, les Directeurs et Directrices de Spa doivent prendre en compte le prévisionnel du « TO groupe » de l'hébergement dont fait partie le Spa.

Pourtant, intuitivement, il est évident que l'on se rend bien compte qu'il y a une opportunité d'affaire. Qui n'a pas déjà vécu le fait de voir les participants d'un séminaire se présenter à 18h à l'accueil du Spa pour tous pouvoir bénéficier de soins ? La déception est mutuelle car, faute d'anticipation, le Spa est complet avec de la clientèle extérieure (dans le meilleur des cas) ou simplement les praticiens ne sont pas présents en nombre suffisant. Les séminaristes repartent donc extrêmement frustrés et le Spa Manager enrage de « *ne pas avoir été dans la boucle* ». Cette situation est si commune et pourtant il me semble évident qu'il y a une optimisation à proposer.

**Essayons donc d'explorer cette situation ensemble, de la comprendre, de discerner ce qui fonctionne ou pas ailleurs et, pourquoi pas, de mettre en place un plan d'action.**

**Pour leur contribution à ce dossier LAB EXPERT, nos remerciements à :**

For their contribution to this LAB EXPERT, our thanks go to:

**Marie Favre :** Directrice de l'hébergement - Jiva Hill Resort

**Marie Pernet :** Responsable Commerciale MICE - Center Parcs

**Philippe Perrier :** Président Fondateur - Mice Project

**Romain Rainaut :** Co Fondateur - CYD ConquerYourDay

**Oliver Steuermann :** Hôtelier et Président

THCC, Le Club des hôteliers indépendants francophones

**Yoakim Trégaro :** Directeur Thalasso & Spa

Hôtel Le Royal Barrière La Baule

**Astrid Vetter :** Directrice commerciale et de publication

Séminaires Business Events & Unique Hôtel Spa



## MICE and Wellness, a marriage of convenience? Situation analysis and clarification of opportunities to optimize your economic performance when receiving groups

It was in the field that I realized the total gap in hospitality between group accommodation and Spa activities. So much so that **in their revenue management, Spa Managers must take into account the projected "group occupancy rate" of the hotel to which the Spa belongs.**

However, intuitively, it is obvious that there is a business opportunity here. Who hasn't already experienced seeing participants at a seminar show up at 6pm at the Spa reception, all asking for treatments? The disappointment is mutual because, due to lack of anticipation, the Spa is full of non-resident customers (in the best of cases) or practitioners are simply not present in sufficient numbers. The seminar attendees therefore leave extremely frustrated and the Spa Manager is furious at "*not having been in the loop*". This situation is so common and yet it seems obvious to me that optimization can be proposed. So, let's try to explore this situation together, to understand it, to analyse what works elsewhere, or not, and to perhaps implement an action plan.

## 2022 est une année record pour le MICE en France.

### DÉFINISSONS CE QU'EST LE MICE ET COMMENT SE PORTE CE SECTEUR ACTUELLEMENT



**ASTRID VETTER**  
Directrice commerciale  
et de publication  
Séminaires Business Events  
& Unique Hôtel Spa

Le MICE est un acronyme anglais qui signifie Meetings, Incentives, Conferences, Events. En d'autres termes : les réunions et les séminaires, les gratifications, les conférences et les évènements. C'est la définition « marketing » de ce terme qui dans le langage plus courant de l'hôtellerie est appelé « les groupes ».

**Astrid Vetter :** Pour moi le MICE, c'est l'industrie des meetings, tout ce qui tourne autour de la rencontre d'affaires. En fait, tout rassemblement de salariés, de partenaires, de collaborateurs, de clients... hors des murs de l'entreprise. **Globalement, les hôtels ont enregistré d'excellents résultats au printemps dernier, particulièrement sur les séminaires à la dernière minute, décidés et organisés parfois juste un mois ou 15 jours à l'avance et qui, dans 80 % des cas, se sont déroulés en France.**

Une reprise certaine qui se confirme car nous faisons énormément de devis pour l'automne et l'année prochaine. Les hôteliers de montagne sont ravis car l'hiver prochain s'annonce exceptionnel.

**Oliver Steuermann** nous rappelle qu'en termes de rentabilité, cela peut représenter jusqu'à 25-50 % d'un établissement hôtelier. Le MICE national de proximité est revenu. On constate que les équipes ont besoin de sortir, se ressourcer, se changer les idées. Le tourisme professionnel régional de proximité est très important.

**Yoakim Trégaro :** Le MICE, ce sont tous les évènements de groupes quels qu'ils soient, privés et familiaux ou bien publics et d'entreprise. Nous retrouvons dans notre MICE les thématiques classiques : Séminaires - Cohésion d'équipe - mais aussi les grands évènements familiaux. D'ailleurs, **nous bénéficions en 2022 de nombreux évènements privés qui ont été reportés durant les 2 dernières années, nous profitons également des reports de budgets 2020/2021, sans oublier le développement de la RSE dont les séminaires à thématiques ciblées Wellness font partie.** Également, notre environnement naturel est complètement dans la tendance du bien-être au travail par les soins et la pédagogie (en groupe ou individuelle) que nous mettons à disposition de nos clients.

**Marie Pernet :** Le MICE est l'évènementiel d'entreprise à objectifs très variés (intégration de nouveaux arrivants, motivation, projet, formation, information, stratégie...). Leur point commun est de fédérer et de créer du lien entre collaborateurs, parfois en s'amusant. Il y a les séminaires plus orientés travail et ceux orientés incentive (remercier, motiver...). **2022 est une année record pour le MICE.**



### LET'S DEFINE WHAT MICE IS AND HOW THIS SECTOR IS DOING TODAY

MICE is an acronym which stands for Meetings, Incentives, Conferences, Events.

**Astrid Vetter:** Overall, hotels recorded excellent results last spring, particularly on last-minute seminars, planned and organized sometimes just one month or a fortnight in advance and which, in 80% of cases, took place in France. This is a definite recovery that has been confirmed because we are currently drawing up a lot of quotes for the autumn and next year. Mountain hoteliers are delighted because the outlook for next winter is looking much brighter.

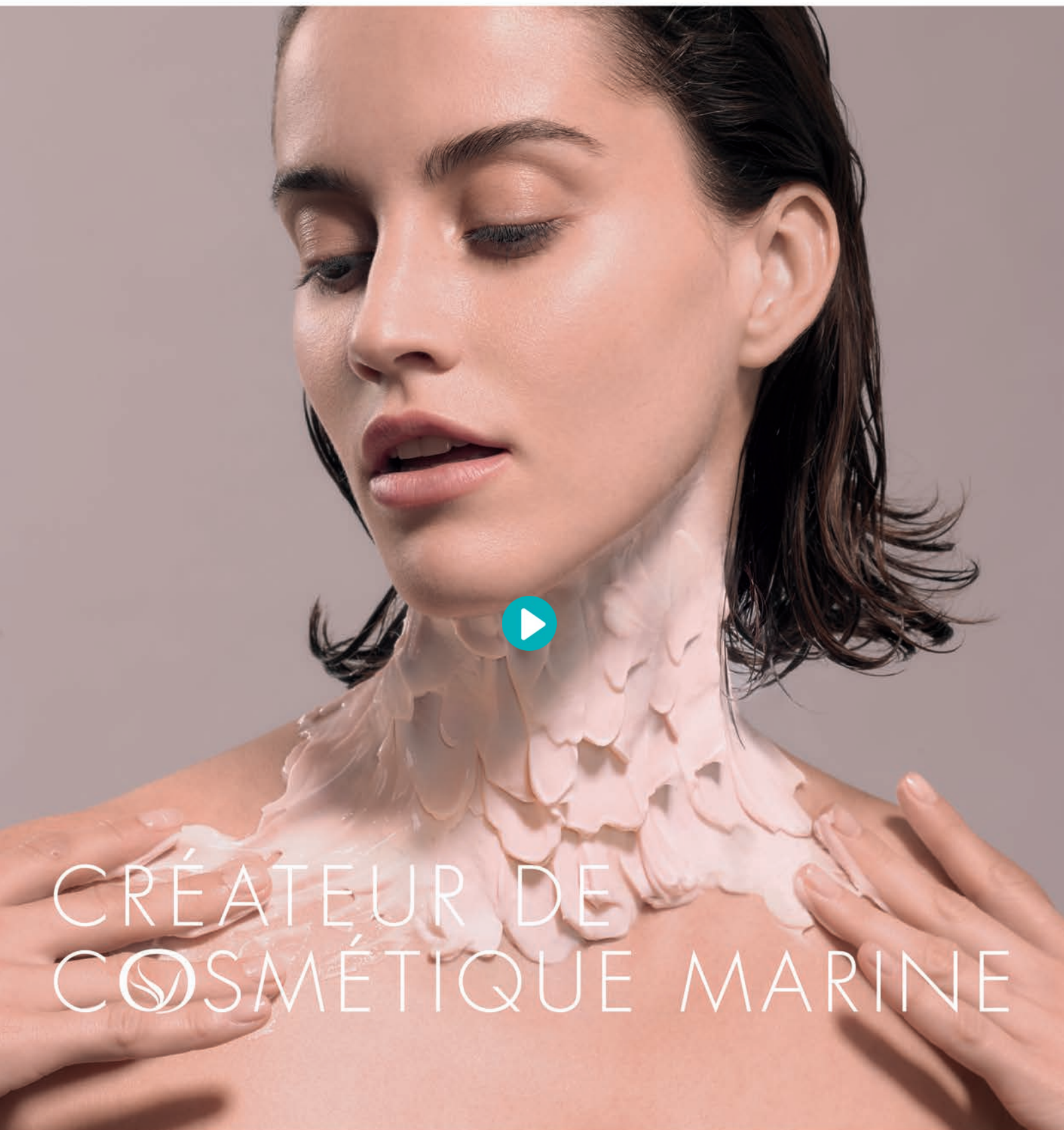
**Oliver Steuermann** reminds us that in terms of profitability, it can represent up to 25-50% of a hotel's revenue.

Domestic MICE travel has picked up notably. We are observing that teams need to get out, recharge their batteries and have a change of scene. Domestic and regional MICE destinations are very popular.

**Yoakim Trégaro:** In MICE tourism, we find the classic themes: Seminars - Team building - but also major family events. Moreover, in 2022 we have benefitted from many private events that were postponed over the past 2 years. We are also benefiting from 2020/2021 budget postponements, not to mention the development of CSR, which includes the organisation of Wellness-themed seminars.

**Marie Pernet:** MICE travel involves corporate events with very varied objectives (onboarding new hires, motivation, projects, training, information, strategy, etc.). Their common point is to federate and create connections between colleagues, sometimes with a focus on having fun to create a memorable experience. **Indeed, 2022 is a record year for MICE travel.**

# THALION



CRÉATEUR DE  
COSMÉTIQUE MARINE

VENEZ NOUS RENCONTRER AU SALON EQUIPHOTEL  
PAVILLON 7.3 • P020

PARTENAIRE DE RÉFÉRENCE DES PLUS BEAUX SPAS ET INSTITUTS DANS PLUS DE 50 PAYS À TRAVERS LE MONDE  
WWW.THALION.COM • CONTACT : RODOLPHE GAGNEPAIN • RESPONSABLE EXPORT • 02 98 04 59 69 • RGAGNEPAIN@THALION.COM

## PEUT-ON FAIRE DU MICE DANS TOUS LES HÔTELS ? DÉCRYPTAGE DU CAHIER DES CHARGES

**Astrid Vetter :** Tous les hôtels ne font pas du MICE, il faut des lieux et des espaces de rencontre, ce qui est la base. Mais les contours entre les hôtels de loisirs et les hôtels d'affaires sont plus flous. Ce qui sera déterminant, c'est l'emplacement et les infrastructures. Aujourd'hui, le Spa est un critère décisionnel très important pour l'organisation de MICE. Tous nos hôtels partenaires ont un Spa.



**OLIVER STEUERMANN**  
Hôtelier et Président  
THCC, Le Club des hôteliers  
indépendants francophones

**Oliver Steuermann :** Pour que cela fonctionne, ce sont des hôtels qui ont une adéquation entre le nombre de chambres et le nombre de personnes pouvant être accueillies dans les salles de séminaire. Pour les Resorts, nous allons ajouter la notion d'outlet (NDLR : autres sources de revenus, l'hôtellerie est désormais multi-outlet). Plus il y a de chambres et donc de salles de séminaires, mais également d'outlets, plus il y a de rentabilité. **Le Wellness est un outlet incontournable de la rentabilité d'un Resort qui organise des événementiels et des séminaires.** Lorsque l'on parle d'Hôtel MICE ou Hôtel

d'affaires, dans notre imaginaire on pense à un hôtel de plus de 100 chambres comme un hôtel de chaîne, par exemple type Accor ou Marriott, avec de grandes salles de séminaires, parfois même une salle de congrès. Aujourd'hui, on crée des lieux de vie qui ne sont plus uniquement liés au MICE mais avec de nombreux outlets tout autour de cette proposition. Face à la concurrence, un hôtel MICE ne peut plus survivre uniquement avec les chambres et les salles de séminaires. Par exemple, un hôtel en montagne peut se spécialiser sur les séminaires des équipes de sport de haut niveau, parce que l'altitude et la fabrication de globules rouges qu'elle permet offre une oxygénation et une préparation physique qu'un hôtel en vallée ne pourrait pas proposer. C'est un outlet « par nature » lié à la situation géographique de l'établissement. **Nous ne sommes donc plus dans le clivage hôtel corporate versus hôtel de tourisme.**

**On mélange les genres de façon constante et l'on ne trouve plus cette séparation. L'enjeu est d'être corporate la semaine et tourisme pendant le week-end et les périodes de vacances.** Il faut être désormais bon sur tous les plans afin d'aller chercher le chiffre d'affaires suffisant.

## LES VASES COMMUNICANTS SUR LES SEGMENTS DE CLIENTÈLES

**Astrid Vetter :** Les hôtels veulent capter toute la clientèle : Affaires la semaine et loisirs le week-end ou en période de vacances. **Un hôtel qui a un centre Wellness attirera les deux clientèles.**

**Oliver Steuermann :** Un hôtel typé bien-être a un écosystème autour de lui, avec de multiples possibilités. De même, pour le MICE il y a des vases communicants de CA entre les outlets. Et, malheureusement, les écarts se creusent entre les indépendants et les grands groupes. **Les groupes sont en train de se renouveler à grande vitesse, ils ont la capacité et les moyens de se réinventer très rapidement.** On est à la fin d'un cycle basé sur la croissance pérenne liée à la clientèle asiatique et russe. On est en train de se réinventer, on voit même par exemple des concepts d'auberges de jeunesse de luxe émerger ! On voit des choses disparaître et d'autres sont créées, cela va très vite. Tout se régule et se réinvente différemment. On voit des concepts étonnants apparaître en fonction des libertés qu'offre la localisation dans la création... Et cela va très vite car il y a ce besoin de dégager de la rentabilité, plus pressant que jamais.

**Marie Favre :** Nous en faisons un atout par rapport à la concurrence et cela nous demande de travailler de façon proactive les réseaux sociaux, les tour-opérateurs et les agences MICE, les salons... Et toute cette énergie que l'on va implémenter sur la conquête du MICE sera également convertie en chiffre d'affaires sur d'autres segments de clientèle. Le MICE est donc un moteur global pour notre activité. Nous avons beaucoup augmenté sur les groupes depuis 3 ans. Et toute cette action commerciale portée sur le MICE a des retombées globales. **Mes clients MICE restent en moyenne 1,2 nuitée je dois donc absolument miser sur les services périphériques pour créer de la rentabilité.**

**Yoakim Trégaro :** Nous avons cette chance de compter les 3 segments de clientèles dans notre portefeuille : le loisir, les curistes et le MICE. Par chance, ces 3 segments ne sont pas intéressés par les mêmes périodes de l'année. **Ce sont des vases communicants parfaitement complémentaires, qui nous permettent de conforter un TO stable et pérenne.**

Aujourd'hui,  
le Spa est un critère  
décisionnel très  
important pour  
l'organisation  
de MICE.







## CAN ALL HOTELS BE SUCCESSFUL IN THE MICE SEGMENT? LET'S CONSIDER THE SPECIFICATIONS

**Astrid Vetter:** Not all hotels expand their services to include the market of MICE tourism. You need meeting facilities and spaces, which is fundamental. Today, Spas are very important decision-making factors for the organization of MICE events. All our partner hotels have a Spa.

**Oliver Steuermann:** For this to work, hotels should have a balance between the number of rooms and the number of guests who can be accommodated in the seminar rooms. For resorts, we are going to add the notion of outlet (Editor's note: other sources of revenue, the hotel industry is now multi-outlet). The more seminar rooms there are, but also outlets, the more profitable it is. **Wellness is an essential outlet for the profitability of a resort that organizes events and seminars.** Faced with the competition, a MICE hotel can no longer survive solely with bedrooms and seminar rooms. **It is, therefore, no longer a question of business travel hotels versus leisure travel hotels. Genres are constantly being mixed and**

**this divide no longer exists. The challenge is to cater for business travellers during the week and leisure travellers at the weekend and holiday periods.** It is now necessary to be good on all fronts in order to bring in sufficient revenue.

## CREATING VALUE FOR ALL CUSTOMER SEGMENTS

**Astrid Vetter:** Hotels want to attract all clients: business during the week and leisure at the weekend or during the holiday period. **A hotel that has a Wellness centre will attract both types of clients.**

**Oliver Steuermann:** A wellness hotel has an ecosystem around it, with multiple possibilities. Similarly, for MICE there are interconnected revenue possibilities between outlets. And, unfortunately, the gaps are widening between independent hotels and large groups. **The groups are in the process of renewing themselves at a high speed and they have both the capacity and means to reinvent themselves**

**very quickly.** We are at the end of a cycle based on sustainable growth with regards to Asian and Russian customers. Now, we are undergoing a transformation process that even embraces concepts such as the development of luxury youth hostels, for example!

**Marie Favre:** MICE is providing impetus to our activity. We have increased considerably with regard to groups over the last 3 years and all this marketing focused on MICE has global repercussions. **My MICE customers only stay an average 1.2 nights so I absolutely have to rely on peripheral services to create profitability.**

**Yoakim Trégaro:** We are fortunate to have 3 customer segments in our portfolio: leisure, thalassotherapy/Spa guests and MICE. Luckily, these 3 segments are not interested in the same periods of the year. **They are perfectly complementary interrelated activities that allow us to consolidate stable, sustainable occupancy rates.**

## LE MICE D'AUJOURD'HUI ?

Aujourd'hui, tous nos experts parlent du MICE en évoquant systématiquement des thématiques et des besoins liés au Wellness. Comme si le MICE était devenu une extension du secteur bien-être (et non pas l'inverse bien sûr). Les établissements qui l'ont compris et le mettent en œuvre dès à présent font la différence sur leurs concurrents.

**Astrid Vetter :** On retrouve beaucoup de demandes de séminaire au vert, s'éloigner des villes. Nous sommes également beaucoup sollicités sur les demandes d'intervention de coach, le développement personnel est très prisé. Les thématiques demandées actuellement tournent beaucoup autour de la sophrologie, du yoga, des automassages, le bien-être au travail, la rigolo thérapie et la gestion du stress.

L'enjeu actuel étant de fidéliser les salariés, de les garder, de faire en sorte qu'ils soient bien dans l'entreprise. **Les gens ne veulent plus des séminaires avec des activités violentes, extrêmes, qui vous secouent ; nous ne sommes plus dans la tendance de repousser les limites, le dépassement de soi...** On peut dire que les salariés sont suffisamment sortis de leur zone de confort ces derniers temps !

Il y a un besoin d'activités calmes et ressourçantes. Si vous demandez à vos collaborateurs quelles activités ils souhaitent pour leur séminaire, ils vous répondront : du massage et du yoga.

**Oliver Steuermann :** La « grande démission » que l'on vit actuellement, ce n'est pas pour une question de salaire ou de bien-être, c'est une question de changement, de renouveau, d'enthousiasme, de réalisation personnelle. Donc le séminaire est un levier très important pour anticiper cela.



**ROMAIN RAINAUT**  
Co Fondateur  
CYD ConquerYourDay

**Romain Rainaut :** Les gens ont un nouveau besoin de se rassembler de façon différente : reconnexion sociale, retisser les liens avec les collaborateurs mais aussi préserver leur santé mentale. C'est à ce titre que le Wellness devient le pilier n°2 du MICE avec une problématique très forte en ce moment d'apprendre à prendre soin de soi. Il y a un besoin de déconnexion, pour retrouver sa capacité de concentration et gérer l'accumulation de fatigue de ces deux dernières années. On doit à la fois apprendre à ses collaborateurs à prendre soin d'eux, tout en étant inspirant et en mobilisant leur engagement autour d'un projet commun d'entreprise qui les porte !

Le MICE est donc désormais au service de ces bénéficiaires. En tant qu'organisateurs, nous devons insuffler la réponse à ce besoin de Wellness dans la vie professionnelle. On a besoin de se réunir différemment. Autour de piliers que sont la socialisation, l'engagement et le prendre soin de soi. C'est un enjeu sociétal hyper fort.

Et nous avons la chance de pouvoir surfer sur la vague des JO 2024. Les entreprises et organisateurs de séminaires peuvent

s'inspirer des valeurs de nos JO 2024 qui sont officiellement, pour les Jeux olympiques : amitié, respect, excellence ; et pour les Jeux paralympiques : détermination, égalité, inspiration et courage. Et il est plus que jamais d'actualité d'insuffler ces valeurs dans l'organisation du MICE de ces 2 prochaines années.

Nous allons pendant deux ans avoir deux dynamiques parallèles par rapport à cette vague des JO en France :

1. Tout d'abord, la force opérationnelle des entreprises partenaires des JO, les gros sponsors officiels qui vont dépenser autant d'argent dans le partenariat avec les JO que dans le fait de former et de rassembler leurs collaborateurs autour de ces valeurs piliers.  
2. Ensuite, tout le reste du monde corporate qui va travailler lui aussi lors de ses séminaires sur comment insuffler cet état d'esprit des JO au sein de leurs équipes.

Pour de nombreuses personnes, ce sera l'occasion de découvrir des sports qu'ils ne connaissent pas, d'écouter des sportifs raconter leur histoire souvent incroyable et, bien sûr, de faire en sorte que l'entreprise suive les JO en interne et vive cet état d'esprit avec enthousiasme.

## FAIRE LA DIFFÉRENCE

**Oliver Steuermann :** N'importe quel hôtel peut avoir une salle de séminaire mais ce n'est pas uniquement ça qui fait la destination, on se différencie par ses outlets.

**Astrid Vetter :** Il y a une vraie place à prendre pour faire la différence.

**Marie Favre :** Pour moi, le MICE est un levier qui permet d'attirer une nouvelle clientèle et de fidéliser. Étant proche de Genève côté Français, nous avons énormément de demandes en provenance de la Suisse et l'aspect Resort - grands espaces, déconnexion - est très prisé. On nous demande par exemple de mettre en place des séances de yoga le matin avant le séminaire.



Si vous demandez à vos collaborateurs quelles activités ils souhaitent pour leur séminaire, ils vous répondront : du massage et du yoga.



### WHAT ABOUT MICE TODAY?

Today, all our experts talk about MICE by systematically evoking themes and needs related to Wellness, as if MICE travel had become an extension of Wellness travel (and not the other way around, of course). Establishments that have understood this and made adjustments are now making the difference vis-a-vis their competitors.

**Astrid Vetter:** We have a lot of requests for "green" seminars, getting away from cities. We also have a great demand for coaching; personal development has also become very popular. The themes currently requested revolve around sophrology, yoga, self-massage, workplace wellbeing, laughter therapy and stress management. **People no longer want seminars with high-pressure, extreme activities that shake you up; they no longer wish to push people to their limits...** If you ask your colleagues what activities they want for their seminar, they will answer: massage and yoga.

**Oliver Steuermann:** The "Great Resignation" trend that we are currently experiencing is not a question of salaries or wellbeing; it is a question of change, renewal, enthusiasm, personal achievement. So, seminars are a very important lever to anticipate this.

**Romain Rainaut:** People have a new need to come together in a different way: social reconnection, re-establish ties with employees but also preserve their mental health. It is in this respect that Wellness becomes the second pillar of MICE with, at the moment, a very strong trend towards learning to take better care of yourself. There is a need to disconnect, to regain the ability to concentrate and to manage the accumulation of fatigue from the past two years. As organizers, we must breathe life into the response to this need for Wellness in people's professional life. We need to come together differently, in a way that is established on pillars of socializing, commitment and self-care. This is a predominant issue in society today. And we are lucky to be able to ride the wave of the 2024 Olympics. For two years, we will have two parallel

dynamics in relation to this wave of the Olympic Games in France:

1. First of all, the operational force of partner companies in the Olympics, big official sponsors who will spend as much money in their partnership with the Olympics as they will to train and bring together their staff around these central values.
2. Then, all the rest of the corporate world who will also be working during their seminars on how to instil the Olympic Games mindset within their teams.

### MAKING THE DIFFERENCE

**Oliver Steuermann:** Any hotel can have a seminar room but that, alone, is not what makes the destination; we differentiate ourselves with outlets.

**Astrid Vetter:** There is a real opportunity to make a difference.

**Marie Favre:** In my opinion, MICE is a lever enabling you to attract new customers and build loyalty. Being close to Geneva on the French side, we have a lot of requests from Switzerland and the Resort aspect - large spaces, disconnection - is very popular.

La RSE correspond à la tendance actuelle qui se porte sur des activités nature ; le tourisme MICE devient donc plus durable et responsable.



**MARIE PERNET**  
Responsable Commerciale  
MICE - Center Parcs

## FOCUS ON CSR IN THE MICE INDUSTRY

CSR is Corporate Social Responsibility. This means companies voluntarily taking into account environmental, social, economic and ethical issues in their activities.

**Marie Pernet:** CSR corresponds to the current trend focusing on activities in nature, and so Center Parcs corresponds perfectly. We are in tune with eco-responsible issues and a limited carbon footprint for the organization of MICE events. **It's very important. We can no longer talk about Wellness without referring to ecology, including energy management.** MICE tourism is therefore becoming more sustainable and responsible.

**Yoakim Trégaro:** The CSR approach is very present and we take it into account if it is in the specifications of the seminar. Thus, we offer activities in line with the local environmental approach, such as cleaning beaches or discovering the Guérande salt marshes with local environmentalists.

**Romain Rainaut:** Workplace wellbeing goes beyond practising sports (which only concerns 20% of employees in absolute terms). Today, we hear the question "My teams are tired, what can we do?" My answer: legacy experiences that have an impact on employer branding. Let's stop thinking that Wellness is superficial! The need is far more global. **Professional and personal spheres have become so close that taking care of staff has now become a business mainstay.**

## ZOOM SUR LE RSE DANS LE MICE

La RSE est la Responsabilité Sociétale des Entreprises. Cela désigne la prise en compte par les entreprises, sur une base volontaire, des enjeux environnementaux, sociaux, économiques et éthiques dans leurs activités. Et bien que notre cher Elon Musk pense, à l'heure où s'écrit cet article, que c'est « une arnaque » (à replacer dans son contexte), nous restons, chez Sense of WELLNESS Magazine convaincus qu'il s'agit d'une posture de dirigeant qui peut contribuer à changer le monde dans lequel nous vivons, en parallèle de la démarche écoresponsable.

**Marie Pernet :** La RSE correspond à la tendance actuelle qui se porte sur des activités nature, et pour le coup, Center Parcs correspond parfaitement à tout cela. Nous sommes en phase avec les enjeux écoresponsables et une empreinte carbone limitée pour l'organisation des événements MICE. Les organisateurs d'événements ont beaucoup de questions sur ce que l'on fait pour protéger l'environnement : cottages écolabellisés, approvisionnements F&B en local... **C'est très important, on ne peut plus parler de Wellness sans parler d'écologie y compris sur la gestion des énergies.** Par exemple, toute l'année nous chauffons l'eau de nos bassins avec de la biomasse locale. Le tourisme MICE devient donc plus durable et responsable.

**Yoakim Trégaro :** La démarche RSE étant très présente, nous le prenons en compte si elle est dans le cahier des charges du séminaire. Ainsi, nous proposons des activités dans la démarche environnementale locale comme le nettoyage des plages ou la découverte des marais salants de Guérande avec les associations locales.

**Romain Rainaut :** Le bien être en entreprise est au-delà de pratiquer du sport (ce qui ne concerne dans l'absolu que 20 % des collaborateurs). Aujourd'hui, ce que l'on entend c'est : « Mes équipes sont fatiguées, que peut-on faire ? » Ma réponse : des expériences héritage qui laissent quelque chose, qui impactent la marque employeur. Arrêtons de penser que le Wellness est tarte à la crème ! **Le besoin est beaucoup plus global. Les sphères pros et persos sont devenues si proches que le prendre soin de soi est désormais devenu le pilier des entreprises.** Il y a parfois un décalage entre les besoins des collaborateurs et les lieux dans lesquels ils travaillent ou les lieux où sont organisés les événements MICE.

19<sup>th</sup> DERM  
26<sup>th</sup> SINCE ACTE

## LA MARQUE LEADER DANS LE SECTEUR DU MEDI-SPA

Quand la cosmétique rencontre la médecine esthétique.

### QU'EST-CE QUI NOUS DIFFÉRENCIE ?

Notre laboratoire R&D a développé la technologie d'émulsion [SME] – encapsulation submicronique qui augmente considérablement la biodisponibilité des actifs et accroît la performance de nos formules.

- HAUTE EFFICACITÉ CLINIQUEMENT PROUVÉE
- TECHNOLOGIE DE PEELING EXPERT AVANCÉE
- FORMULES HYPERACTIVES
- SOINS PROFESSIONNELS MÉDICO-ESTHÉTIQUES

CONTACT :

JENNIFER WEINFELD  
J.THERME@ACADEMIEBEAUTE.COM

acadēmīe  
GROUPE

[www.dermacte.com](http://www.dermacte.com)

**EQUIPHOTEL** PARIS  
THE HOSPITALITY & FOOD BUSINESS PLACE  
6-10 NOV. 2022

RETROUVEZ-NOUS PAV.7.3 - STAND R20



Actuellement le service commercial de l'hôtel laisse trop souvent le Spa à l'écart de ses offres séminaires.



## CONSTRUIRE UNE OFFRE MICE AUJOURD'HUI

**Astrid Vetter** : Il faudrait que les Directeurs et Directrices de Spa puissent monter des programmes MICE pré-tarifés et calibrés, afin que le commercial n'ait plus qu'à ajouter les lignes sur son devis, **car actuellement le service commercial de l'hôtel laisse trop souvent le Spa à l'écart de ses offres séminaires.**

Les organisateurs de séminaires ont l'habitude de tout prévoir dans les moindres détails, ils le font déjà pour le F&B où l'on nous demande de choisir à l'avance les moindres boissons et le détail des menus, quel type de mignardises il faudra pour les collations des pauses, avec ou sans gluten, végétarien ou végétal... Le Spa n'est donc pas beaucoup plus compliqué à gérer pour eux !

Souvent, lorsque l'on prépare une offre de séminaire, on ne se met pas assez à la place des gens qui vont y participer et ce ne sont pas toujours des personnes avec de gros postes, et de ce fait ils n'ont pas toujours pu accéder à une expérience Spa. Chaque séminaire est différent, il faut savoir s'y adapter en fonction du message que l'on souhaite faire passer et du but du séminaire.

**Oliver Steuermann** : Sans le bien-être on s'enlève une jambe, c'est indissociable, on ne peut pas faire sans. Pour le MICE on peut proposer 2 options :

1. Vous avez un accès libre à toutes les infrastructures Wellness de la destination (piscines, Spa, fitness, vélos électriques, parcours santé, forêt...) et cela se développe énormément.
2. Vous offrez des packages d'activités préconçus pour le séminaire et là, vous créez beaucoup plus de valeur ajoutée.

La question est de savoir qui gère le Spa : un directeur en interne ? Des ressources en externe, sous-traitant, opérateur ? Car le pôle Wellness devient un métier à part entière, aussi important que l'hébergement et le F&B dans un hôtel. Et c'est un métier que les hôteliers maîtrisent rarement. On peut gérer facilement 80 couverts simultanément mais pas 80 massages. Cela nécessite une proposition unique, singulière et extrêmement créative.

C'est le travail des experts du Wellness comme vous d'accompagner la mise en place de cette offre : Pratique bien-être en accès libre et en autonomie - Offre individuelle pour une pratique dans sa chambre - Digital Wellness - Ateliers de groupe - Coaching - Soins.

**Les hôtels indépendants manquent de normes et de repères par rapport aux groupes. Ils ont besoin d'accompagnement pour créer ces structures et ces offres avec une logique et une continuité dans le parcours client.**

**Marie Favre** : J'inclus systématiquement les offres Spa dans l'envoi de ma proposition groupe. Et mon astuce est de les mettre en haut du devis et non pas après le pricing de l'hébergement, du F&B et de la salle de séminaire. Tous mes services périphériques sont présentés avant, si je veux pouvoir les vendre. Et de toute façon, il faudra manger alors je le mets en bas de mon offre ! Le Spa et mes services annexes sont ma priorité numéro un et actuellement je convertis 3 % du MICE sur le Spa.

L'offre Wellness fait partie intégrante de l'identité de notre établissement. Le fait de l'intégrer dans nos propositions nourrit émotionnellement l'imaginaire des futurs participants du séminaire. C'est indéniablement une aide à la transformation de nos devis et un outil de différenciation par rapport à un autre établissement ne bénéficiant pas d'offre bien-être.

**Philippe Perrier** soulève même une saisonnalité de la demande Wellness. Il est vrai qu'en hiver on nous demande un peu plus de cocooning, mais globalement, en ce moment, **les thématiques qui reviennent le plus souvent sont l'accessibilité du lieu et le cadre afin de pouvoir partager des moments de détente et de loisirs autres que le travail durant l'événement.** Pouvoir se retrouver, partager, est une demande fortement exprimée.



**PHILIPPE PERRIER**  
Président Fondateur  
Mice Project

**Yoakim Trégaro** : Nous proposons des offres à tiroir : d'abord l'hébergement, puis la ou les salles de réunion, puis la restauration et enfin les options d'animation du groupe. On commence par les temps forts de cohésion d'équipe le matin, après la pause de midi ou en fin de journée. Ensuite, les temps de travail en fonction de l'objectif du séminaire, puis tous les temps pédagogiques Wellness en fonction de l'objectif du séminaire. Enfin, on termine par l'offre individuelle de

soins et d'accès thalasso, ou la demi-journée parcours soins et thalasso.

**En synthèse, le plan d'action que je vous propose pour une offre MICE Wellness gagnante est :**

1. Lister toutes les activités liées au bien-être qu'il est possible de pratiquer dans votre établissement.
2. Créer de la valeur ajoutée autour de tout ce qui est en accès libre en l'animant avec un de vos intervenants.
3. Packager et tarifier toutes les possibilités Wellness et les insérer dans vos devis MICE.

## BUILDING A MICE TOURISM OFFERING TODAY

**Astrid Vetter:** Spa Directors should be able to set up pre-priced, calibrated MICE programmes, so that the sales manager only has to add the lines to their quote, because **currently the hotel's sales department only too often leaves the Spa out of its seminar offerings.** Seminar organizers are used to planning everything down to the smallest detail, they already do this for the F&B where we are asked to choose in advance the finest details about drinks and menus: what type of sweet snacks they need during breaks, with or without gluten, vegan or vegetarian... The Spa is, therefore, not much more complicated for them to manage!

**Oliver Steuermann:** Without wellbeing, you are just shackling yourself. It's inextricably linked and you just can't do without it. For MICE events, we provide 2 options: 1. Free access to all of the destination's Wellness facilities (swimming pools, Spa, fitness centre, electric bikes, outdoor health trails, forest bathing, etc.), and this is developing enormously. 2. Pre-designed activity packages for the seminar that create much more added value. The question is who manages your

Spa: an in-house manager, external resources, a subcontractor, an operator? Because the Wellness sector is becoming a profession in its own right, as important as accommodation and F&B in a hotel. Yet, it's a profession that hoteliers rarely master.

**Independent hotels lack standards and benchmarks concerning group business. They need support to create these structures and activities with a logical continuity in the customer journey.**

**Marie Favre:** I systematically include Spa offerings when sending my group proposal. And my trick is to put them at the top of the quote and not below the pricing of accommodation, F&B and the seminar room.

If I want to be able to sell my peripheral services, they should all be presented first. And anyway, participants will have to eat so I put that at the bottom of my proposal! The Spa and my ancillary services are my number one priority and I am currently converting 3% of MICE revenue to Spa services.

**Philippe Perrier** even observes seasonality in Wellness requests. It is true that in winter we receive more requests for pampering experiences, but overall, **the themes that are**

**currently mentioned most often are accessibility of the venue and its setting so as to be able to share moments of relaxation and leisure during the event, and not just work.**

**Yoakim Trégaro:** We offer multiple services: first accommodation, then meeting room(s), then catering and finally group entertainment options. We start with team building highlights in the morning, after the lunch break or at the end of the day. Then, work sessions according to the objectives of the seminar, then all the educational Wellness activities according to the objective of the seminar. Finally, we end with thalassotherapy treatments and access to the facilities on an individual basis, or a half-day package with both treatments and access to facilities.

**To sum up, the action plan that I propose for a successful MICE Wellness programme is:**

1. List all the activities related to wellbeing that can be offered in your establishment.
2. Create added value around everything that is freely accessible by using one of your facilitators.
3. Package and price all Wellness offerings and include them in your MICE quotes.



## Le Spa Manager doit être dans le brief des responsables commerciaux qui proposent les séminaires et événementiels.



**MARIE FAVRE**  
Directrice de l'hébergement  
Jiva Hill Resort

### DE L'ART DE COMMUNIQUER ET D'ANTICIPER, D'ABORD EN INTERNE PUIS AVEC L'ORGANISATEUR DU SÉMINAIRE

**Astrid Vetter :** Nous soulevons là un autre problème qui est celui de la communication entre les services. En effet, je constate à l'usage très peu de communication entre le service commercial qui s'occupe des événements et séminaires et le Directeur ou la Directrice du Spa. Et ceci est encore pire si le Spa est traité de façon externalisée par un opérateur.

**Je peux l'affirmer après de nombreuses années d'expérience je ne reçois, actuellement, jamais en première intention d'offre Wellness ou Spa sur le devis pour le séminaire. Je dois toujours revenir sur l'offre qui m'a été envoyée pour demander ce que l'on peut me proposer côté Spa et Wellness.** Et souvent il n'y a rien en retour. On sent de l'extérieur que cela est compliqué et qu'il y a trop peu de communication inter-services. Le Spa Manager doit être dans le brief des responsables commerciaux qui proposent les séminaires et événementiels. La responsable commerciale ne peut faire partir son offre séminaire sans y avoir inclus la partie Wellness. Tout le détail des possibilités Wellness sur l'établissement doit être présenté de façon aussi professionnelle que l'hébergement et le F&B sur la plaquette des séminaires.

**Marie Favre :** Nous faisons notre maximum pour convertir les groupes vers le Spa car il n'est pas question que lorsque notre TO hôtel est à 80 % de groupes nous baissions en chiffre d'affaires au Spa. De plus, la clientèle MICE qui vient au Spa est beaucoup plus encline à la vente de produits. Cela fonctionne bien car ce sont des clients qui n'ont rien dépensé pour être là, ils ont l'envie et les moyens de se faire plaisir. Notre directeur ne reste jamais sur ses acquis et est porté par la volonté d'aller chercher de nouveaux marchés, de nouveaux possibles. C'est cet état d'esprit qui nous a permis d'aller chercher la connexion entre le MICE et le Wellness. En juillet 2022, nous avons battu le record absolu de chiffre d'affaires depuis l'ouverture du Resort.

**Marie Pernet :** Notre Spa compte 10 cabines de soins, dans notre offre MICE nous proposons des tarifs privilégiés pour la partie Aqua mais pas sur les soins.

#### Le secret ?

Envoyer le lien de réservation en ligne pour les soins dans le mail de préparation pour l'organisateur du séminaire afin qu'il le transmette aux participants.

### THE ART OF COMMUNICATING AND ANTICIPATING, FIRST INTERNALLY AND THEN WITH THE SEMINAR ORGANIZER

**Astrid Vetter:** We raise another issue here, namely that of communication between departments. In fact, I notice that there is very little communication between the sales department dealing with events and seminars and the Spa manager. And this is even worse when the Spa is run by an operator. I can affirm that, even after many years of experience, I still never receive a quote for a seminar that includes a Wellness or Spa proposal. I always have to review the quote that was sent to me by

asking what can be provided in terms of Spa and Wellness services. And, far too often, very little is sent back in reply. From the outside, we have the impression that it is complicated and that there is too little communication between departments. The Spa Manager must be included in drafting the presentations made by sales managers offering seminars and events.

**Marie Favre:** We are doing our best to promote the Spa to groups because there is no reason that the Spa's turnover should decrease when the hotel has an occupancy rate of 80% due to a group booking. In addition, MICE clients who come to the Spa are much more inclined to buy products. It works well because these are

customers have spent nothing to come here; they wish to fully enjoy the experience and can afford to buy themselves some products. A mindset that is focused on creating bridges allowed us to find the connection between MICE and Wellness. In July 2022, we broke the absolute record for turnover since the resort opened.

**Marie Pernet:** Our Spa has 10 treatment rooms, in our MICE offering we offer preferential rates for the Aqua facilities but not for treatments.

#### The secret?

Include the online booking link for Spa treatments in the preparation email sent to the seminar organizer so that it can be forwarded to participants.



# OUR ROUTINE FINDER



LES SOINS DE LA PEAU À LA LIMITE  
DE LA MÉDECINE COMMENCENT LÀ OÙ LES  
SOINS NORMAUX DE LA PEAU SE TERMINENT

LE CONCEPT DE SOINS HAUT DE GAMME MBR® DIFFÈRE DE TOUT CE QUI A PRÉCÉDÉ EN COSMÉTIQUE

MBR®, MARQUE PREMIUM ALLEMANDE, EST LE RÉSULTAT DE RECHERCHES INTENSIVES  
MENÉES PAR DES DERMATOLOGUES ET DES SPÉCIALISTES DE LA MÉDECINE ESTHÉTIQUE POUR DÉVELOPPER  
**DES PRODUITS ANTI-ÂGE AVEC LA PLUS HAUTE CONCENTRATION POSSIBLE D'INGRÉDIENTS ACTIFS  
ET EN MÊME TEMPS UNE TOLÉRANCE CUTANÉE OPTIMALE.**

---

MOVE TO BEAUTY - DISTRIBUTEUR OFFICIEL MBR  
FRANCE - MONACO - BELGIQUE  
[WWW.MBR-COSMETICS.BE](http://WWW.MBR-COSMETICS.BE)



Proposer une offre claire de Wellness : le matin avant le démarrage de la journée de travail, puis pendant le séminaire et enfin lorsque la session de travail est terminée.

## ORGANISER UN PARCOURS WELLNESS POUR UN GROUPE

**Astrid Vetter :** Le problème du Spa pour convertir le séminaire est d'être capable de gérer les personnes qui recevront des massages entre 18h et 20h en grand nombre. Si l'on reste sur des formats de 60 min, cela va être compliqué. Il faut partir sur des formats de massage express, par exemple des cervicales ou du crâne pendant 15 min ou des massages sur chaise pendant 10 min. L'option grand massage d'une heure peut être réservée pour les séminaires de CODIR ou les réunions de moins de 10 personnes, ou encore s'il y a plus de femmes que d'hommes dans le séminaire car on sait que cela aura un meilleur accueil.

**Dans l'offre commerciale pour le séminaire, mentionner que le Spa sera ouvert plus tard, jusqu'à 21h par exemple, l'option Wellness avec massage aura toutes ses chances d'être retenue.**

Avoir une offre claire de Wellness le matin avant le démarrage de la journée de travail, puis pendant le séminaire et enfin lorsque la session de travail est terminée. Il faut comprendre que nous sommes là sur une clé décisionnelle : celui qui a une offre Spa pour le séminaire, hyper claire, fait la différence, c'est lui qui sera choisi. Et même si au départ, l'organisateur du séminaire ne retient pas le Wellness à la signature du devis, il sait que cela existe et pourra le booker dans un second temps de l'organisation.

**Marie Favre :** Dans les offres Spa pour le séminaire, **diminuer la durée du massage à 30/45 minutes, nous permet de recevoir 20 personnes en un temps assez court.**

**Marie Pernet :** Le Spa qui se compose de 3 thématiques (le feu, la glace et l'eau salée) est un atout majeur dans notre offre MICE. En effet, il est beaucoup plus calme que l'AquaMundo accessible aux enfants. Le Spa est donc beaucoup plus propice pour la clientèle de séminaire, bien que parfois les équipes nous demandent à pouvoir accéder à l'AquaMundo pour s'amuser ensemble, avoir du fun et créer d'autres liens. Ensuite, nous proposons des ateliers, par exemple l'aromathérapie avec des thématiques spécifiques MICE tels que la gestion du stress, prendre soin de soi... Nous avons également des sessions de running ou de vélo en équipe accompagné par un coach.

**Il faut faire attention à ce que l'organisateur ne prévoit pas un timing de séminaire trop serré.** Parfois le rythme du séminaire est trop intense avec trop de sessions de

travail productif. Cela peut générer de la frustration de ne pas avoir pu profiter du lieu où a lieu le séminaire. Les équipes ont besoin d'être ensemble autrement, nous recommandons donc de prévoir des temps de Wellness et de pause.

**Philippe Perrier nous alerte sur la gestion des très grands groupes.** Concernant les soins, c'est une demande qui est exprimée très rarement car nous sommes un organisateur spécialisé dans les grands groupes allant jusqu'à 400 personnes, donc organiser des soins de bien-être est impossible et, concernant les ateliers de groupe, cela reste très difficile sur des événements de cette ampleur.

**Yoakim Trégaro :** La très grosse tendance actuelle est le « small group » de 7 à 10 participants. **Pour une approche beaucoup plus individuelle et personnalisée.** On peut donc proposer pour un groupe important de se séparer et de tourner sur plusieurs ateliers et interventions par petits groupes. Nous balayons un spectre très large de thématiques, que ce soit du pédagogique, du ludique, du médical... tous les chemins du bien-être au travail sont explorés. Nous proposons tout ce qui est autour du bien-être par la médecine préventive. Les ateliers sont multiples et variés : posturologie, micronutrition, micro-sieste, lâcher prise... **Récemment, nous avons réussi à organiser des soins de massage pour un séminaire de 80 personnes. Tout le monde a reçu son massage. Ce n'est pas facile mais c'est possible, avec un peu d'agilité, on y arrive. Tout dépendra de**

**l'organisation du séminaire.** On organise des ateliers sur lesquels on tourne dans la journée et tout le monde peut passer en massage.

**Romain Rainaut :** par exemple, il existe chez nous : Feel Good, Be Good, nous appelons cela **les « ice breakers bien-être » pour démarrer la journée de séminaire de façon paisible,** cela consiste en des pratiques de sophrologie, de yoga, de méditation avant le démarrage de la journée de séminaire. Des sessions de méditation guidée après le déjeuner pour augmenter la concentration. Des prises de paroles autour de sportifs inspirants pour sceller les messages à faire passer durant le séminaire. Des interventions de formateurs et de thérapeutes sur des pratiques en groupe.

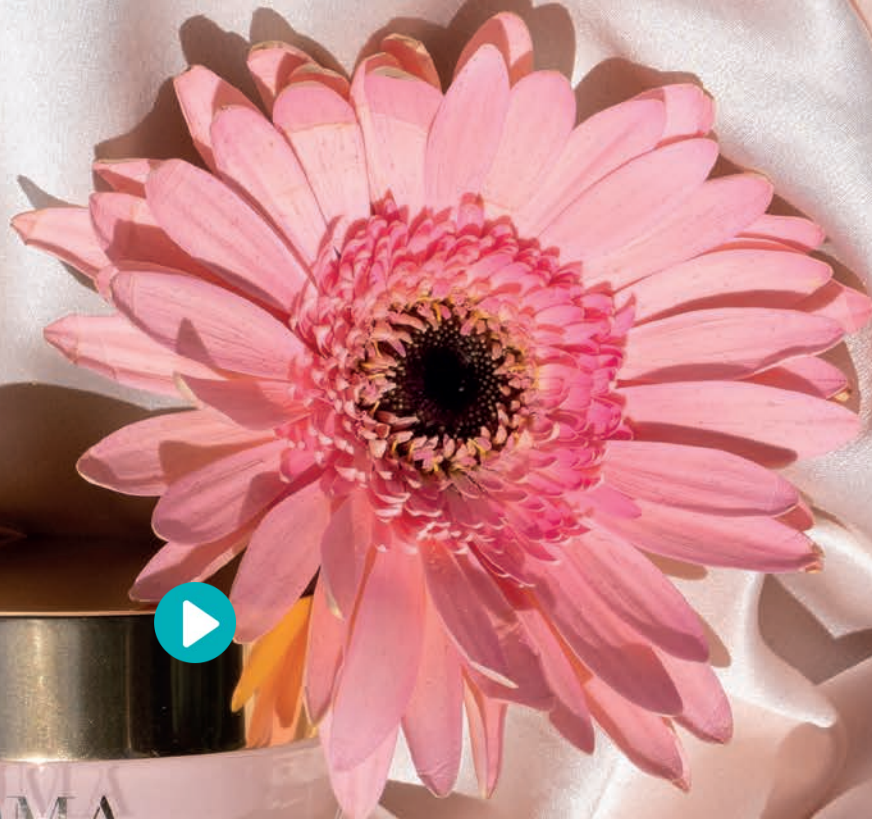


**YOAKIM TRÉGARO**  
Directeur Thalasso & Spa  
Hôtel Le Royal Barrière La Baule

# PAOMA

PARIS

LE RITUEL BEAUTÉ ÉCO-ÉTHIQUE



INNOVATION  
DURABLE

PAOMA  
PARIS  
GEMMORESSENCE

GEMMORESSENCE  
CRÈME RADIANCE ANTI-OXYDANTE



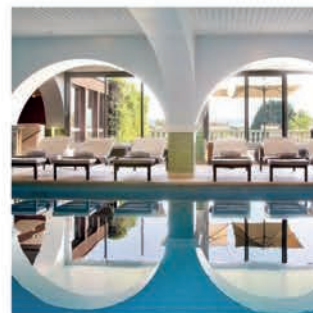
L'expertise des soins holistiques sur-mesure



MONTE-CARLO BEACH 5\*  
MONACO



GRAND HOTEL 5\*  
SAINT-JEAN-DE-LUZ



LA CÔTE SAINT-JACQUES 5\*  
JOIGNY

Retrouvez-nous au salon EquipHotel Paris – Stand M06 / 6-10 novembre 2022

[www.paomaparis.fr](http://www.paomaparis.fr) – [contact@paomaparis.fr](mailto:contact@paomaparis.fr) – @paomaparis

# DECORTÉ

## LIPOSOME ADVANCED



Une seule goutte,  
un trillion de micro-capsules Liposome\*

POUR PLUS D'INFORMATIONS  
Emma Lucas - [elucas@beautybc.com](mailto:elucas@beautybc.com)



Retrouvez-nous au **Salon EquipHotel Paris**  
Stand M06 / 6-10 novembre 2022

\*Technologie d'encapsulation organisée en lamelles permettant la diffusion progressive d'actifs au cœur de la peau.



## ORGANISING A WELLNESS EXPERIENCE FOR GROUPS

**Astrid Vetter:** The difficulty for the Spa in meeting demand during seminars is to be able to manage the large numbers of people who want massages between 6pm and 8pm. With the 60-minute format this proves to be complicated. It is necessary to create short massage protocols, for example 15-minute neck and shoulder or head and scalp massages or 10-minute chair massages. The one-hour long massage option can be reserved for board of directors' seminars or meetings with under 10 participants.

**Marie Favre:** In the Spa offerings for seminars, **reducing the duration of massages to 30/45 minutes allows us to meet demand for 20 people in a fairly short time.**

**Marie Pernet:** The Spa, which has 3 themes (fire, ice and salt water) is a major asset in our MICE offering. We create workshops, for example on aromatherapy, with specific MICE themes such as stress management and self-care... We also organise running or cycling sessions for teams accompanied by a coach.

**It is important to ensure that the organizer does not schedule the seminar too tightly.** Sometimes the pace of the seminar is too intense with too many productive work sessions. This can create frustration when participants have been unable to take full advantage of the destination chosen for the seminar.

**Philippe Perrier addresses the issue of managing very large groups.** When it comes to treatments, this demand is very rarely expressed because we specialise in large groups of up to 400 people, so organising Wellness treatments is impossible and group workshops are very difficult to organise during events of this magnitude.

**Yoakim Trégaro:** **The enormous trend at the moment is the "small group" of 7 to 10 participants that provides a much more individual and personalized approach.** We can, therefore, propose that a large group is split up into smaller groups, which then rotate around several workshops and activities. We cover a very broad spectrum of educational, fun and medical themes... all paths to workplace wellbeing are explored. We offer everything related to wellbeing through preventive medicine. Workshops are many and varied: posture, micronutrition, micro-naps, letting go...

**Romain Rainaut:** For example, we have: "Feel Good, Be Good", we call this **"a wellness ice breaker" to start the seminar peacefully.** It consists of sophrology, yoga and meditation practices before the seminar day begins. Guided meditation sessions after lunch to increase concentration. Public speakers and conversations with inspiring athletes to substantiate the messages to be conveyed during the seminar. Contributions from trainers and therapists with regard to group practices.



## FIDÉLISER LES PARTICIPANTS

On n'y pense pas toujours mais tout l'art va résider dans le fait de bien communiquer et surtout comment l'on termine le séminaire. C'est le moment clé qui vous permettra de fidéliser les participants de votre séminaire. Il ne faut pas considérer comme étant son client uniquement l'entreprise organisatrice du séminaire, car l'ensemble des participants du séminaire peuvent le devenir aussi à titre personnel, et bien entendu il ne faut pas hésiter à entrer en contact avec le CE de l'entreprise pour leur faire une offre également !

**Astrid Vetter :** Souvent les participants des séminaires sont des personnes qui n'ont pas l'habitude du Spa. Pour certains, nous leur faisons vivre quelque chose d'exceptionnel. Dans les participants, il y a parfois des femmes, des mères de famille, qui n'osent pas et qui ne passent pas la porte de ce genre d'établissement habituellement. **Un séminaire qui leur offre un massage les fait rêver.** Leur entreprise ou leur fournisseur leur fait vivre quelque chose qu'elles n'oublieront jamais. Émotionnellement, c'est bien plus d'une bouteille de vin ! Après avoir donné pour l'entreprise, le projet, on leur offre un temps pour eux qui va les marquer à vie émotionnellement. Émerveiller est le plus beau des cadeaux, et c'est la plus belle façon de dire merci... Tout en démultipliant la motivation et l'attachement à l'entreprise ! Pour toutes ces personnes-là, c'est vraiment exceptionnel et c'est le meilleur moyen de les récompenser ou de leur dire merci. L'offre Wellness dans les séminaires n'est donc pas l'apanage des CODIR.

**Marie Favre :** Nous faisons le lien entre notre clientèle MICE entreprise et **nos coffrets cadeaux de massage à offrir aux employés à la fin du séminaire** ou, dans un 2<sup>e</sup> temps, en fin d'année pour les fêtes de Noël.

**Marie Pernet :** Généralement, les participants de ce type de séminaire le vivent tellement bien qu'ils souhaitent revenir en famille ou prolonger leur séjour. **Les participants reçoivent donc tous des vouchers promotionnels pour pouvoir rester ou revenir à Center Parcs en dehors du séminaire.**

**Yoakim Trégaro :** Pour terminer et prolonger l'expérience chez nous au-delà du séminaire, nous proposons dans notre chiffrage MICE, les cadeaux de fin de séminaire : coffrets cosmétiques, peignoirs... Bien sûr, durant tout le séminaire, nous mettons en avant notre offre avec un maximum de visibilité. **Le but étant de fidéliser les participants MICE et de les convertir en tant que clients individuels.** Ils bénéficieront donc d'offres spécifiques promotionnelles suite à leur séminaire.



Pour terminer et prolonger l'expérience chez nous au-delà du séminaire, nous proposons dans notre chiffrage MICE, les cadeaux de fin de séminaire.

## TURNING ATTENDEES INTO CLIENTS

You may not always think about it, but the art lies in communicating well, especially when finishing the seminar. This is a key moment that will allow you to turn seminar attendees into new or repeat customers.

**Astrid Vetter:** Often seminar attendees are people who are not used to Spas. For some, we provide them with the opportunity of experiencing something extraordinary. **A seminar that includes a free massage is very attractive.** The most beautiful gift is generosity and it's the best way to say thank you... while simultaneously increasing motivation and attachment to the company! For all these people, it's really an exceptional moment, and it's the best way to reward them. Wellness activities for seminars are, therefore, not the just for board meetings.

**Marie Favre:** We make the connection between our corporate MICE clients and our massage gift boxes to be offered to employees at the end of the seminar or, in a second phase, at the end of the year, for the Christmas holidays.

**Marie Pernet:** Generally, participants at this type of seminar enjoy it so much that they want to come back with their family or extend their stay. **Participants therefore all receive promotional vouchers to be able to stay or return to Center Parcs outside the seminar.**

**Yoakim Tregaro:** To end and extend the experience with us beyond the seminar, we include end-of-seminar gifts into the MICE cost estimate: skincare sets, bathrobes, etc. Of course, throughout the seminar, we ensure our offerings are clearly visible. **The goal is to retain MICE attendees and convert them into individual clients.** They will, therefore, benefit from specific promotional offers following their seminar.



CLUB MED 2



THERMES DE SPA - BELGIQUE



CLUB MED LA CARAVELLE - GUADELOUPE



PALAIS RONSARD - MAROC

## Sothys, exclusivement en instituts, cliniques de beauté et spas.

Marque exclusivement professionnelle, Sothys évolue depuis plus de 75 ans en instituts de beauté, spas hôteliers, centres thermaux et thalassothérapies, bateaux de croisière, en offrant ses traitements et produits de soin cosmétiques à travers 15,000 points de vente dans 120 pays.



## Posez-vous avec les équipes du Spa, parlez-leur de votre souhait de proposer une offre Wellness pour les groupes et faites le tour de toutes les compétences.

### CONSTRUIRE VOTRE MEILLEURE TEAM D'EXPERTS WELLNESS

**Romain Rainaut** : Il faut mobiliser la ressource de prévoir des intervenants et des formateurs professionnels pour animer tout cela. Créer son « catalogue » pour les séminaires en ville ou les séminaires au vert selon votre implantation, comme nous l'avons fait pour Chateauform. Nos équipes comptent 300 thérapeutes répartis sur tout le territoire. Nous nous sommes entourés de personnes compétentes et certifiées pour la pratique de ce genre d'interventions et nous les avons formées à nos protocoles particulièrement adaptés au monde de l'entreprise.

**Yoakim Trégaro** : Cela a pu être mis en place par un renfort de nos collaborateurs avec des équipes pluridisciplinaires : médecins, kinés, ostéos, diététiciens, sophrologues, médecins nutritionnistes, thérapeutes, coachs... Sur la partie restauration, nous proposons quelque chose de sain et très « healthy » grâce à nos diététiciens et médecins nutritionnistes.



**ISABELLE TROMBERT**  
Auteure, Fondatrice et  
Vice-Présidente  
de COPEL Group

**Isabelle Trombert** : Ce que je vous propose et qui est très important, c'est de commencer par faire le point avec vos équipes présentes. Une sorte de bilan de compétences de tout ce que savent faire vos praticiens actuels et déjà en poste. Souvent les directeurs découvrent avec étonnement que leurs praticiens ont été formés à la sophrologie, qu'ils sont certifiés en aromathérapie ou qu'à la suite d'un long voyage en Inde ils sont devenus instructeurs de yoga. Donc posez-vous avec les équipes du Spa, parlez-leur de votre projet d'animer du

Wellness pour des groupes et faites le tour de toutes les compétences que vous avez à bord du navire. Ils auront certainement des idées à vous proposer.

Enfin, **formez-les sur les items manquants afin de les faire monter en compétences en tant qu'Ambassadeurs Bien-être et Experts Wellness. Les formations existent, comme par exemple l'École LETIS qui forme des animateurs bien-être qui maîtrisent de nombreux thèmes d'ateliers.**

Enfin, selon la réglementation, vous ferez peut-être appel à des personnes diplômées en tant que maîtres-nageurs sauveteurs pour les activités de groupe en piscine : aqua relax, renforcement musculaire... Ou encore des collaborateurs médecins ou kinésithérapeutes si votre destination prend une orientation plus médicale.

La question des intervenants freelance est un vrai sujet. Ils sont à la fois intéressants car extrêmement compétents dans leur domaine, mais si leur expertise est trop rare, vous pouvez devenir dépendant d'eux une fois que l'offre est commercialisée et qu'elle rencontre du succès, sans vous

laisser de levier de négociation de leur tarif horaire. Dans ces cas-là, je recommande d'organiser des événements ponctuels sur cette thématique et non pas permanents. Voici les exemples d'ateliers à mettre en place en fonction de votre set-up :

> **Miracle morning routine** : une pratique de méditation, de yoga, de Do-In, de pleine conscience, à l'aube face au soleil que se lève.

> **Des ateliers de sylvothérapie**, auto-massage, aromathérapie, aqua-relaxation, mobilité et marche consciente, réveil musculaire...

> **Des sessions pédagogiques** autour de la nutrition, du sommeil, de la compréhension des émotions...

> **Des « Talks » d'intervenants pleins de sagesse**, auteurs, maîtres spirituels, sportifs, aventuriers ; les podcasts tels que « Métamorphose » sur YouTube sont une mine d'or pour en découvrir.

### ZOOM SUR LES BIENFAITS D'UNE AMBIANCE DÉCONTRACTÉE À HÔTEL LE ROYAL BARRIÈRE LA BAULE

**Comme le souligne Yoakim Trégaro, directeur de la Thalasso Barrière la Baule :**

De moins en moins en costume, ça c'est certain ! Dans les séminaires, l'ambiance est au naturel, à l'authenticité. Les participants se présentent dans des styles casual et urban chic. Dans la lignée de l'image de notre Groupe qui se veut impertinent et rebelle, nous pouvons très bien nous retrouver en mode peignoir !

Il y a une chose sur laquelle nous faisons très attention, c'est le respect de la pudeur et de l'intimité. Notamment, nous proposons toutes les activités Wellness qui se pratiquent « en maillot de bain » sous la forme non mixte. Ce qui permet d'éviter les regards insistants et de sécuriser une personne qui ne serait pas sereine dans le rapport à son corps, d'être en maillot devant ses collègues.

Cette ambiance décontractée vient casser les codes des séminaires guidés en costume cravate. On enlève le côté ostentatoire, on est plus libéré, décomplexé et créatif. C'est ce qui permet de construire des belles stratégies d'entreprise ou d'oser présenter de nouvelles idées.

Les activités très fun ont un vrai succès, telle que notre dernière trouvaille, l'aqua pole dance.







© Thalasso & Spa Barrière La Baule

## BUILDING YOUR BEST TEAM OF WELLNESS EXPERTS

**Romain Rainaut:** You must mobilise resources to provide speakers and professional trainers to facilitate all of this. Create your town or country seminar catalogue depending on your location, as we did for Chateaufort. Our teams include 300 therapists spread around the country.

**Yoakim Trégaro:** We were able to set this up by strengthening our team of partners with a focus on creating a multidisciplinary team: doctors, physiotherapists, osteopaths, dieticians, sophrologists, nutritionist

doctors, therapists, coaches...

On the catering side, our offering is highly focused on Wellness thanks to the help of our dieticians and nutritionists.

**Isabelle Trombert:** To get the ball rolling, I suggest that you start with the very important step of taking stock with your current teams: a kind of skills assessment of all your employed practitioners' skills and know-how.

So, sit down with your Spa team, tell them about your project to develop a Wellness offering for groups and take a look at all the skills you already have on board. They will undoubtedly have ideas for you. Then, focus on **training required to fill any gaps and increase their skills as Wellness Ambassadors and Wellness Experts. There are training courses, such as at the LETIS School, which trains wellbeing facilitators to master many workshop themes.**

The question of freelancers is a complex one. They are interesting to work with because they are highly competent in their field, but if their expertise is too rare, you can become dependent on them once the offer is marketed and successful, without having any leverage to negotiate their hourly rate. In

such cases, I would recommend organizing one-off events on this theme and not permanent ones.

## FOCUS ON THE BENEFITS OF A CASUAL ATMOSPHERE AT HOTEL LE ROYAL BARRIÈRE LA BAULE

**The director of Thalasso Barrière La Baule, Yoakim Trégaro points out:**

Fewer and fewer business suits, that's for sure! During the seminars, the atmosphere is casual and authentic. Attendees come dressed informally, in urban chic styles. There is one thing that we are very careful about and that is respect for people's modesty and privacy. In particular, all Wellness activities that involve wearing a swimsuit are offered separately for men and women. This makes it possible to avoid insistent looks and reassures those who are not comfortable being in a swimsuit in front of colleagues.

A casual atmosphere breaks the codes of guided seminars in suits and ties. The atmosphere is less ostentatious and people feel freer, less guarded and more creative. This is what makes it possible to build great business strategies or dare to present new ideas.



© Thalasso & Spa Barrière La Baule

Le Wellness est plus qu'une tendance, c'est un besoin profond de la société actuelle et ce à quoi aspire tous les salariés.

Si grâce à ce dossier LAB EXPERT, nous pouvons concevoir l'offre MICE & Wellness idéale, nous procéderions ainsi :

1. Être à l'écoute des besoins et des enjeux des organisateurs avec qui nous avons l'habitude de travailler.
2. Auditer et lister toutes les compétences disponibles en interne.
3. Créer et définir un programme clair sur ce qu'il est possible de proposer en impliquant les équipes du Spa.
4. Tarifier de façon simple toutes ces prestations afin que les équipes commerciales les manipulent avec autant d'agilité que le F&B.
5. Communiquer le lien de réservation en ligne à l'organisateur afin que les participants planifient par eux-mêmes encore plus de soins.
6. Penser à proposer les offres de cadeau de fin de séminaire et la mise en relation avec le CSE.
7. Fidéliser tous les participants du séminaire afin de les convertir en clients individuels et de leur donner envie de revenir.

**Mais surtout, plus fondamental que tout : ne restez pas seul. Soyez à l'écoute des idées de vos collaborateurs, formez-les afin qu'ils puissent prendre en charge encore plus de possibilités en collectif, montez-les en compétences et expertise.** Sourcez des experts et intervenants de haut vol, tenez-vous à l'affût de la tendance et bien sûr gardez à l'esprit que des experts tels que nous sont là pour vous conseiller et vous accompagner dans cette façon de repenser l'évènementiel et l'accueil des groupes dans votre établissement.

Il est question de dépoussiérer le MICE. Le Wellness est plus qu'une tendance, c'est un besoin profond de la société actuelle et ce à quoi aspire tous les salariés. Le prendre en compte fera de vous un leader sur le marché de l'accueil des séminaires.



If, thanks to this LAB EXPERT report, we could design the ideal MICE & Wellness offering, we would proceed as follows:

1. Be attentive to the needs and challenges of the organizers with whom we regularly work with.
2. Audit and list all the skills available in-house.
3. Create and define a clear programme on what can be offered by involving the Spa team.
4. Price all these services in a simple way so that sales teams can handle them with as much agility as F&B.
5. Communicate the online booking link to the organizer so that participants can plan individually for more treatments.
6. Think about offering end-of-seminar gift vouchers and get in touch with the company's work committee.
7. Connect with all the seminar attendees, strive to convert them into individual clients and inspire them to come back.

**But above all and most importantly: do not deal with this challenge by yourself. Listen to your employees' ideas, train them so that they can address these opportunities as a team, and enhance their skills and expertise.**

It is a question of revamping MICE. Taking into account the need for Wellness will make you a leader in the seminar hosting market.



## ZOOM SUR L'AUTEURE

Isabelle Trombert

Auteure, Fondatrice et Vice-Présidente de COPEL Group

Femme d'affaire qui vient de la « cabine ». Visionnaire, Isabelle a su dès le début des années 2000, à seulement 20 ans, voir tout le potentiel et le devenir du secteur Wellness. De ses deux mains de masseuse, elle devient formatrice, créatrice de sa propre méthode de soin, fondatrice de son école de massage... auteure, chroniqueuse télé, puis opératrice Spa pour son propre compte et pour les hôteliers qui lui confient l'expertise en « cabine de soin ». Le Spa est pour elle la passion d'une vie. Elle

a appris au fil de ses projets à déjouer les pièges, anticiper les mauvaises surprises, repérer les potentiels et solutionner. Sa force : l'expérience du terrain et la gestion des ressources humaines.

> Pour en savoir plus : [www.copel.group](http://www.copel.group)

# COPEL *groupe*

## SPAS & DESTINATIONS BIEN-ÊTRE

CONCEPTION - EXPLOITATION  
DÉVELOPPEMENT - CENTRE DE FORMATION

### COPEL

#### CONSEIL EN CRÉATION DE SPA ET DESTINATION BIEN-ÊTRE

Nouveaux projets  
ou optimisation  
d'exploitation

### L'ESPRITA

#### OPÉRATEUR SPA HÔTELIER & DESTINATION BIEN-ÊTRE

Gestion opérationnelle  
de Spas hôteliers et  
de destinations bien-être

### LETIS

#### COMPÉTENCES & RECRUTEMENT

Centre de formation aux  
soins d'exception, métiers  
du Spa et du bien-être

[WWW.COPEL.GROUP](http://WWW.COPEL.GROUP)



## Sylvain Morin reçoit le Trophée de la Personnalité Spa-A 2022

C'EST LORS de la soirée des 20 ans de Spa-A, la fédération des professionnels du bien-être, qui s'est déroulée le 19 septembre dernier dans les salons de l'Aéro Club de Paris (XVI<sup>ème</sup>), que le Trophée de la Personnalité Spa-A 2022 a été remis à Sylvain Morin, directeur général du Relais Thalasso Île de Ré. Cette distinction récompense l'engagement RSE de ce jeune et dynamique directeur sur l'ensemble du site qu'il dirige

« Engagements RSE, esprit d'équipe et expérience client sont les valeurs qui m'animent au quotidien. »

**SYLVAIN MORIN**  
Directeur Général  
Relais Thalasso Île de Ré

depuis 2020. Une démarche qui correspond aussi aux valeurs du groupe Phélippeau, qui depuis 30 ans fait partie des acteurs qui comptent dans l'univers de la thalassothérapie, puisque le Relais Thalasso Île de Ré est le site pilote qui servira de modèle pour le déploiement de cette démarche sur les trois autres propriétés du groupe que sont Bénodet, Hendaye et Pornichet-La Baule.

## Sylvain Morin has been awarded the 2022 Spa-A Personality Trophy

It was during the event celebrating the 20<sup>th</sup> anniversary of Spa-A, the federation of wellness professionals, that took place on 19 September in the reception rooms of the Aéro Club de Paris (16<sup>th</sup> district) that the 2022 Spa-A Personality Trophy was awarded to Sylvain Morin, the general director of the Relais Thalasso Île de Ré. This distinction acknowledges the commitment to CSR made by this young and dynamic director to the whole site, which he has been directing since 2020. An approach that also aligns with the values of the Phélippeau Group which, for 30 years now, has figured among the key players in the world of thalassotherapy. Indeed, the Relais Thalasso Île de Ré is the pilot resort that will allow the modus operandi of a sustainable and environmentally responsible resort to be rolled out in the Group's three other properties, in Bénodet, Hendaye and Pornichet-La Baule.

## Prochain numéro Next issue

### HIVER 2023 WINTER 2023

Parution fin décembre (couvre janvier, février et mars 2023)  
Publication end of December (January, February & March 2023)

**DIFFUSIONS SUPPLÉMENTAIRES / EXTRA CIRCULATION**  
THERMALIES PARIS / HOTEL & RESTAURANT MEETINGS CANNES

**BOUCLAGE COMMERCIAL**  
**ADVERTISING DEADLINE**  
**15/10/2022**

## Contactez-nous Contact us

commercial@senseofwellness-mag.com / +33 (0) 680 250 332



© Visuel Couverture Dior Spa Cheval Blanc

Sense of WELLNESS Magazine  
#24 Automne 2022 (Oct. Nov. Déc.)  
Autumn 2022 (Oct. Nov. December)  
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

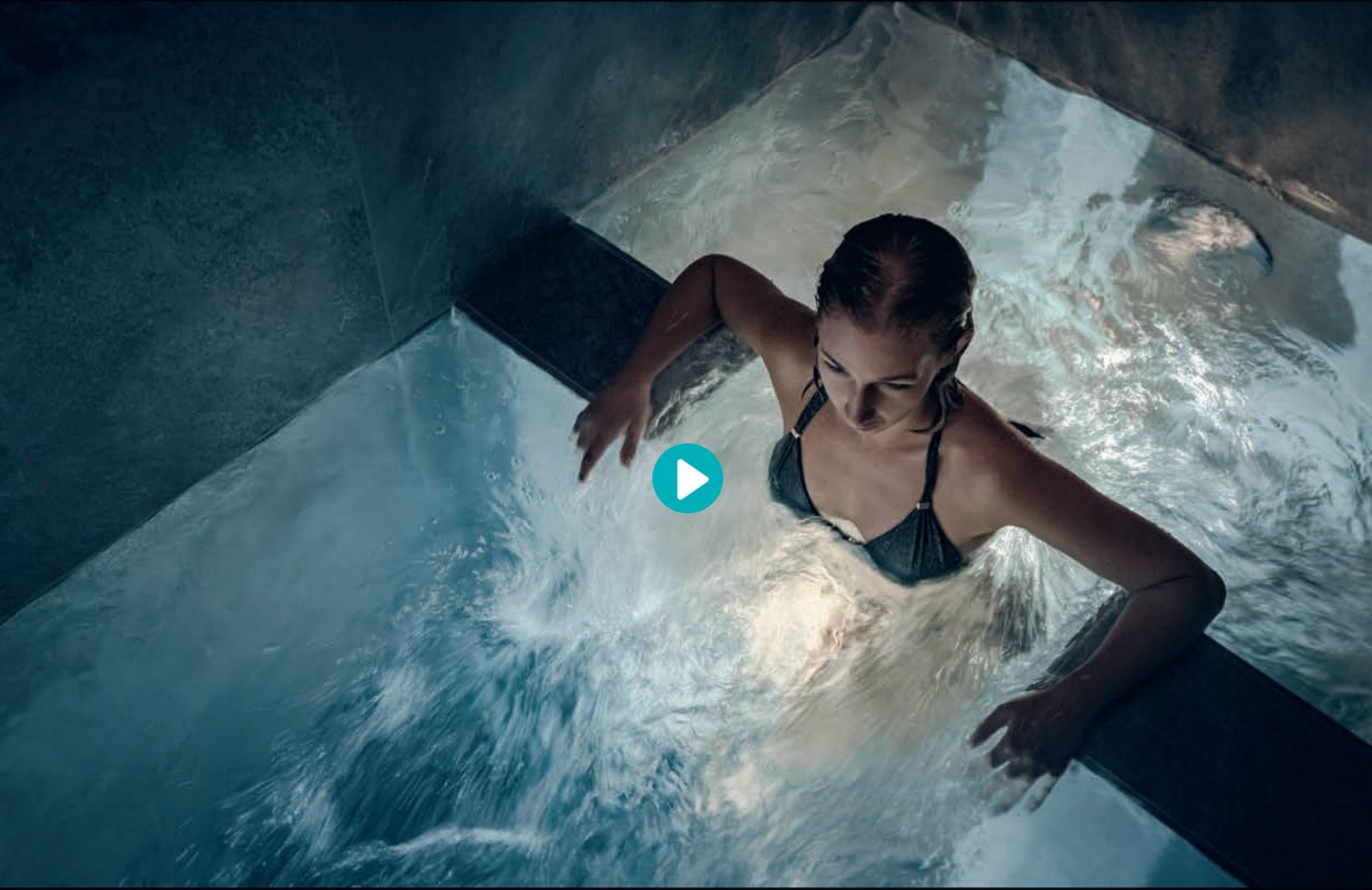
Isabelle Charrier



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.

CRÉATEUR D'ESPACES BIEN-ÊTRE  
• Pour Spa | thermes | thalassos | parcs de loisirs •



HYDRO CONCEPT  
*La référence Bien Être*

CONCEPTION REALISATION EQUIPEMENT



Tél : +33 (0)4 92 28 27 02 | Mail : [info@hydroconcept.mc](mailto:info@hydroconcept.mc)

PARIS | RENNES | OBERNAI | BORDEAUX | LYON | ANNECY | MONTPELLIER | TOULOUSE | AJACCIO | MONACO

# Luno

21 EQUIPMENT® FRANCE BENELUX

DÉCOUVREZ  
NOS TECHNOLOGIES  
NATURELLES ET  
PERFORMANTES

. Minceur . Détox . Anti-Âge . Bien-Être .

**EQUIPHOTEL** PARIS  
THE HOSPITALITY & FOOD BUSINESS PLACE  
6-10 NOV. 2022

RETROUVEZ-NOUS PAV.7.3 - STAND N020

PLUS DE 600 PARTENAIRES NOUS FONT DÉJÀ CONFIANCE  
EN FRANCE, BELGIQUE ET DOM TOM



ANTARÈS  
MÉRIBEL



SPA MARIE DE BOURGOGNE  
BEAUNE



CHEVAL BLANC 5\*  
COURCHEVEL

[www.luno-21equipment.com](http://www.luno-21equipment.com)