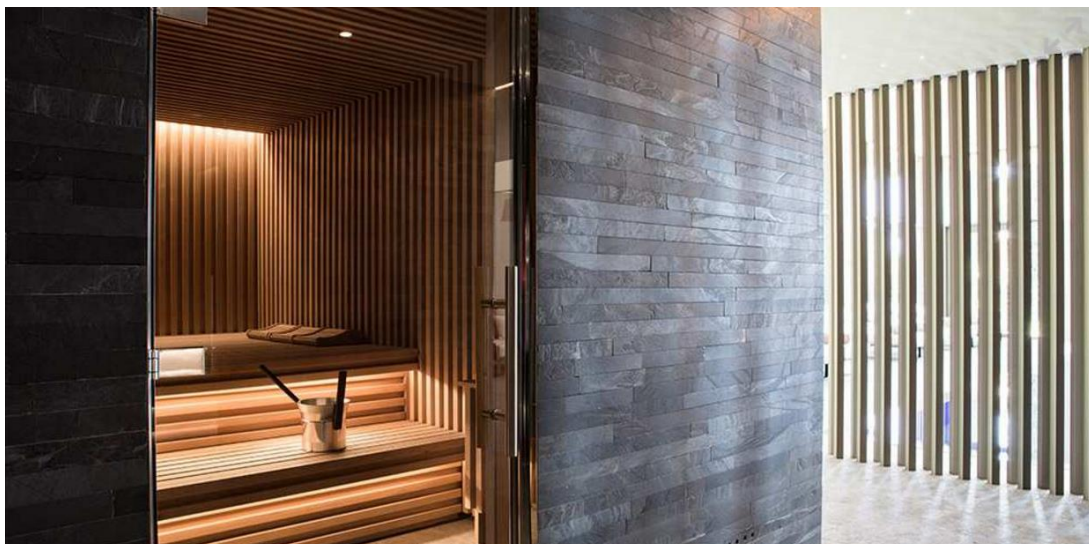


Les spas des hôtels sont en plein bouillonnement

CLOTILDE BRIARD | Le 27/02 à 15:20 |



Les établissements investissent davantage dans les spas et innovent pour donner envie à une clientèle plus large d'y faire des soins.

Revisité de fond en comble, le **spa** de l'Hôtel du Castellet dans le Sud de la France s'est doté, au-delà des classiques sauna et hammam d'un canal de Kneipp où faire une marche revigorante, d'une fontaine de glace pour se frictionner après un moment passé dans la chaleur et d'une grotte de sel où se régénérer en respirant un air iodé.

L'établissement cinq étoiles voulait en effet passer à la vitesse supérieure à la fois pour la clientèle de ses chambres mais aussi pour un public local. « *Le spa devait correspondre à l'image de l'hôtel et du restaurant* », relève Alexandra Bacquié, sa directrice générale.

L'investissement a représenté 2,8 millions d'euros auxquels s'ajoutent 250.000 euros pour la rénovation de l'espace fitness. Et la création du nouvel ensemble a conduit à étendre la période d'ouverture de l'établissement.

A Pâques, La Villa Loiseau des Sens, avec une toiture végétalisée et des ruches, doit s'ouvrir sur 1.500 mètres carrés à Saulieu au sein du Relais Bernard Loiseau. Un investissement de 6 millions d'euros pour démultiplier une offre de spa qui existait depuis 2000 mais qui était devenue insuffisante face à l'accroissement de la demande. Et pour donner envie à la clientèle de prolonger son séjour. Ce lieu comprendra notamment un « bassin de zénitude », des points de découverte sensorielle mais aussi un restaurant axé sur la « santé-plaisir ». Le spa VIP privatif pourra même se transformer en chambre.

A Pâques, La Villa Loiseau des Sens, avec une toiture végétalisée et des ruches, doit s'ouvrir sur 1.500 mètres carrés à Saulieu au sein du Relais Bernard Loiseau. Un investissement de 6 millions d'euros pour démultiplier une offre de spa qui existait depuis 2000 mais qui était devenue insuffisante face à l'accroissement de la demande. Et pour donner envie à la clientèle de prolonger son séjour. Ce lieu comprendra notamment un « bassin de zénitude », des points de découverte sensorielle mais aussi un restaurant axé sur la « santé-plaisir ». Le spa VIP privatif pourra même se transformer en chambre.

Un enjeu croissant

Ces démarches reflètent l'ébullition régnant dans le secteur. « *Dorénavant, les clients recherchent une expérience hôtelière, pas seulement une chambre* », relève Mélanie Joyez, la directrice de l'hôtel Nolinski, récemment ouvert non loin de l'Opéra de Paris et doté d'un spa by La Colline. « *Aujourd'hui, une partie de la clientèle fait du spa un élément clé au moment de choisir un hôtel. Même si, au final, certains ne s'offriront pas de soins* », renchérit Alexandra Bacquié à l'Hôtel du Castellet.

Le mouvement devrait encore s'accélérer. « *Pour les hôteliers, le spa représente ce qu'était la piscine il y a dix ans. Pour les clientèles étrangères, il est encore plus important d'afficher qu'il existe* », estimait Florence Houpert Le Rolland, chef de produit Bien-être et Tourisme chez Atout France lors du dernier salon EquipHotel.

Diversifier les propositions



A l'hôtel Nolinski à Paris, le spa propose aussi une détox capillaire. - NOLINSKI

Les pistes suivies par les établissements passent notamment par la privatisation de certaines parties. A Montmartre, le Terrass' Hotel s'est doté d'un spa Nuxe dont l'espace bien être est entièrement privatisable. A Courchevel, le spa du tout récent Hôtel Barrière Les Neiges propose une suite pour deux avec hammam et sauna privé. Car la demande pour bénéficier de soins en duo progresse. Le palace Les Sources de Caudalie dans les vignes du Bordelais l'a bien compris puisqu'il a développé l'offre de cabines doubles lors du récent agrandissement de son spa Vinothérapie qui s'est aussi accompagné d'un nouvel espace jacuzzi.

Les soins capillaires deviennent un axe d'extension. Le Peninsula Paris a inauguré La Suite, un « hair salon » où le cuir chevelu peut bénéficier de différents traitements avec la marque Biologique Recherche. Le Nolinski propose, lui, une détox capillaire avec les produits de Christophe-Nicolas Biot.

S'ouvrir sur l'extérieur

L'un des enjeux est de donner l'idée aux clients de l'hôtel de faire un soin. Au Burgundy près de la Madeleine à Paris, un mot personnalisé, associé à une petite attention, invite les clients à découvrir le spa.

Ces espaces de bien-être s'ouvrent aussi de plus en plus sur l'extérieur. Selon le Baromètre du spa 2016 de SRHC Hospitality Consulting, en quatre ans, la part de la clientèle ne dormant pas sur place est passée en moyenne de 41 à 52%.

Il s'agit notamment de séduire les clients venant au restaurant. En juin, le Burgundy organisait une escapade détox associant un soin et un menu jouant sur les légumes et les fruits. Chaque premier dimanche du mois, Le Peninsula propose, lui, un spa brunch. L'hôtel du Castellet a développé une offre à la journée associant par exemple un déjeuner et un accès au spa, avec ou sans soin. Il propose même d'en devenir membre. Quant à la Villa Loiseau des Sens, elle aura une entrée directe pour le public venant de l'extérieur.