

LE SPA : QUEL FUTUR ?

..... Interview de Gérard ANDRÉ, Président de la société suisse Tempo Hospitality Consulting SA - Genève.

Lors des Rencontres du S.P.A.S. à Enghien-les-Bains, Nathalie Damery, Présidente de l'ObSoCo, a montré que les enquêtes et les études sociologiques et socio-économiques réalisées régulièrement confirment ce besoin ressenti et exprimé de bien-être. Ce mouvement profond s'appuie sur des facteurs prégnants que sont l'évolution du mode de vie, l'allongement de la durée de vie et l'amélioration du niveau de santé, la recherche croissante de la prévention, le désir de prendre soin de son corps.

202

*Dans le futur,
le spa devra être
réellement
rentable.*



Ainsi, l'avenir du spa serait assuré ?

Gérard André

Probablement oui, car le spa est faiseur de bien-être. En cela, il a un futur ; mais, ce futur peut être réussi ou pas. Actuellement, l'industrie du bien-être est globalement en croissance, les spas tout particulièrement ; néanmoins, les situations sont variées et les succès nombreux.

D'autres composantes de cette industrie du bien-être continuent de stagner, voire dans certains cas de souffrir. Leur modernisation ne se fait souvent qu'avec retard, avec insuffisamment de moyens, notamment financiers ; voire, et cela est plus préoccupant, avec un manque de vision d'avenir, avec une tendance fâcheuse à pratiquer le copier-coller de ce qui existe déjà.

Il y a des moyens techniques et modernes d'analyse et de conception qui permettent de faire mieux. Qu'est-ce qui empêche qu'il en soit ainsi ?

Gérard André

Pour le progrès et l'avenir, je serais tenté de vous répondre par une question : est-il bon et bien d'utiliser le «présent dépassé» pour conjuguer le verbe agir au futur ? Le futur n'est pas une illusion, c'est un investissement. Pour le spa, comme dans tous domaines, cet investissement doit être bien réfléchi pour ne pas échouer. Investir, c'est penser et créer. Et, le spa du futur reste à créer.

Le bien-être, c'est comme le bonheur, il ne se décrète pas. Le bien-être se vit... du point de vue de l'utilisateur

et du client. Le bien-être doit «s'organiser» du côté promoteur, investisseur et du côté vendeur, exploitant du spa.

Pour faire un spa, même seulement pour le réaliser et l'exploiter, il faut se poser toutes ces questions telles que pourquoi, où, pour qui, quelles attentes de la part des clients, quelle rentabilité économique et financière, quelle durabilité, avec quel personnel, etc. ?

Parce qu'un investissement est toujours un défi, gardons-nous de défier le futur.

Vous insistez de manière constante sur la rentabilité. Pourquoi ?

Gérard André

Dans le futur, le spa devra être une activité réellement rentable, faute de l'être actuellement comme c'est bien souvent le cas, malgré dires et affirmations. Puisqu'il y a une demande qui s'affirme et croît, l'industrie du spa ne peut pas continuer à travailler en réalisant des non-marges.

Le coût de la main d'œuvre est considérable, en France plus que partout ailleurs. Pour autant, comprimer les exigences en main d'œuvre qualifiée, serait une erreur. Par un accroissement de la qualité à tous niveaux, le prix de vente des prestations peut être peu à peu augmenté. Le futur du spa doit trouver sa justification tout autant dans la réponse au besoin de bien-être que dans le fait qu'il permettra de gagner de l'argent.

De même, l'industrie et ses différentes professions devront, en France, comprendre qu'elles gagneront à se réunir pour adopter et conduire unies certaines démarches. Trop de réglementations, de normes et pas toujours les bonnes, de petites guerres inutiles, nuisibles entre activités, entre professions. Le futur pourrait en dépendre.

Il existe sans doute des «défauts franco-français» ; mais, n'y a-t-il pas aussi l'inconnue relative du poids des conditions socio-économiques générales, de l'évolution du niveau de vie, notamment celui des personnes retraitées, dans dix à quinze ans ?

Gérard André

Certes, ceci devrait influencer les capacités d'accès et de consommation aux soins. Néanmoins et malgré des instabilités et incertitudes, il y a des orientations qui s'affirment chaque fois davantage, des tendances non pas de mode, mais des tendances fortes. Au premier rang, la prévention de santé avec des corollaires telle l'hygiène de vie, par exemple.

Dans les pays d'Europe occidentale notamment, on se rend de plus en plus compte de l'intérêt de la santé

préventive et de l'équilibre énergétique.

Le spa actuel déjà, et du futur surtout, doit prendre en considération ces données et ces besoins, et proposer les traitements adéquats. Sous réserve de bien fixer le contenu de cette notion de prévention et d'entretien, en écartant certaines formes non maîtrisées et dommageables de tourisme médical, le médspa devrait prendre une place croissante. En ce sens, certaines composantes de notre industrie vont devoir adapter leurs services et leurs prestations. Le spa du futur sera bien sûr facteur de bien-être. Il est probable qu'il sera aussi plus qu'actuellement facteur de mieux-être.

Le rôle et la place du numérique et des techniques nouvelles en cours de développement ou qui vont être inventées bientôt vont faciliter l'accessibilité à des prestations de bien-être et contribuer à une meilleure gestion de sa santé, de son entretien physique et de la recherche de l'équilibre énergétique.

Les professions du spa ont tout intérêt à prévoir d'en bien maîtriser l'usage et les utilisations.

Des outils numériques vont en partie modifier certains critères de distinction entre le spa de proximité et le spa de destination, donnant au second l'opportunité d'un suivi constant jusque-là difficile à mettre en œuvre. Actuellement et à court terme, l'on nous invite à nous connecter pour déconnecter. À moyen terme, j'ai la conviction que nous devons nous déconnecter pour connecter.

Que voulez-vous dire par là ?

Gérard André

Réussi, l'univers du spa est un service d'une personne à une autre personne, et une communication entre ces deux mêmes personnes, communication faite d'intimité, d'émotion, ... corps et esprit. Et, pour ce «service», il faut de bonnes mains !

Les techniques nouvelles sont créatrices d'instantané, d'artificiel et de vitesse... Or, nous avons et aurons chaque jour davantage plus besoin de lenteur, de contact, de toucher, de profondeur... corps et esprit, ... c'est dire que le futur du spa passe et passera demain, encore par de bonnes mains avec une vraie tête !

Gérard André. www.tempo-hospitality.ch ♦

Réussi, l'univers du spa est un service d'une personne à une autre personne.