

3	COMMUNICATION	4	JURIDIQUE	5	SANTÉ & RECHERCHE	6	STRATÉGIE	8	INNOVATION	12	ZOOM
Évènement : Beyond Beauty Paris 2015		Ticket modérateur thermal		CTS : Observatoire des bénéfiques thermaux		Lancement de Thalacoach		Objets connectés : la ville intelligente		Global Wellness Day	
E-commerce : chiffres 1 ^{er} trimestre 2015		Fidélité à l'entreprise				Exportation du tourisme français		ESPA Innovation Awards 2015			

CARTE BLANCHE À

Stéphane Rennou, Directeur des thermes de Vals-les-Bains

Du 6 au 13 juin prochain, l'établissement des Thermes de Vals-les-Bains, en Ardèche méridionale, partenaire et membre de la Fédération française des diabétiques, participe à la semaine de « mobilisation générale contre le diabète ». La France compte aujourd'hui 4 millions de diabétiques, mais surtout plus de 700 000 personnes qui seraient des diabétiques qui s'ignorent... Durant cette semaine de sensibilisation, l'ensemble des ateliers et conférences des thermes sera ouvert à tous : conférences sur la diététique, sur les bienfaits de l'activité physique et aussi des ateliers avec nos infirmières spécialistes de cette pathologie et notre psychologue clinicienne, spécialiste des troubles du comportement alimentaire. Chacun aura la possibilité de venir se faire dépister (mesure du taux de sucre) auprès de nos infirmières et bien sûr profiter des conseils adaptés. Depuis 1604, les eaux bicarbonatées sodiques sont utilisées par les médecins pour leurs vertus digestives. Les dernières études médicales, comme Maâthermes, ont démontré l'efficacité du traitement thermal sur la perte de poids : en moyenne quatre kilos pendant la cure avec un effet qui perdure sur 14 mois. Depuis 2005, les thermes ont diversifié leurs activités avec la création d'un spa : cette nouvelle clientèle représente désormais 40 % du CA total de l'établissement, ce qui en fait un des premiers établissements thermaux de la région Rhône-Alpes en matière de développement du wellness. Une seconde phase d'investissement est en cours (8 millions d'euros en 2016). Elle permettra de doubler la capacité d'accueil, mais surtout d'offrir des espaces dédiés et des soins nouveaux pour chaque clientèle. Cet investissement ouvrira également l'établissement à la clientèle internationale, tant sur le plan médical que sur celui du bien-être.

La future démographie européenne

En 2050, l'Europe comptera 526 millions de personnes et devra faire face au vieillissement de sa population.

La Commission européenne a publié en mai dernier un rapport intitulé « The 2015 Ageing Report Underlying Assumptions and Projection Methodologies ». Il propose une projection de la **démographie** de l'Europe en prenant en compte sa dimension économique. Chaque pays membre de l'Union européenne a été analysé afin d'évaluer quelle serait sa situation dans les décennies à venir et ce jusqu'en 2060. Le rapport s'attache également à déterminer quel sera l'impact de la démographie future de l'Europe sur des problématiques telles que les retraites, les soins de santé, la prise en charge médicale de pathologies longue durée, l'éducation, mais également les allocations chômage.

Projection de démographie

Tout d'abord, il apparaît que la population européenne sera plus nombreuse. Aujourd'hui, les 3 pays les plus peuplés en Europe sont l'Allemagne, la France et le Royaume-Uni. La population européenne augmentera de 4 % d'ici une trentaine d'années, passant de **507 millions** en 2013 à **526 millions** en 2050. Les auteurs de l'étude ont néanmoins remarqué qu'elle chutera à 523 millions en 2060. Les pays où la population connaîtra sa plus forte progression sont le Luxembourg, la Belgique ainsi que la Suède.

La **pyramide des âges** au niveau européen est destinée à être modifiée au cours des prochaines décennies. Ce changement sera favorisé par différents éléments parmi lesquels la **fertilité**, le **taux d'immigration**, mais également l'**espérance de vie**. Le rapport indique que bien que l'espérance de vie diverge selon les pays membres analysés, elle aurait une croissance moyenne qui s'élèverait à **+ 6,6 ans** d'ici à 2060.

Aussi l'espérance de vie des hommes s'élève, au niveau européen, à **84 ans** contre **89,1** pour les femmes. Les auteurs mentionnent également que les augmentations les plus fortes se feront là où l'espérance de vie est la plus basse, comme la Bulgarie, l'Estonie ou encore la Hongrie. Concernant l'immigration en Europe, elle ne va pas cesser de croître au cours des prochaines décennies. Les pays les plus concernés seront l'Italie, le Royaume-Uni, l'Allemagne, ainsi que l'Espagne.

Les seniors en Europe

Dans le futur, la population européenne sera **plus âgée** qu'aujourd'hui. Ce constat s'ancre dans le développement croissant de la filière de la **Silver Économie** au niveau national, mais également européen. La proportion de personnes âgées de moins de 14 ans restera stable, tandis que celle des personnes de 15 à 64 ans diminuera de 9 % d'ici à 2060. Le rapport pointe ainsi que la population âgée de plus de 65 ans connaîtra une augmentation de plus de **10 %** d'ici à 2060. Alors qu'aujourd'hui, ce sont quatre personnes qui sont actives pour une personne âgée de plus de 65 ans, d'ici 2060, cette proportion sera divisée par deux.

La progression de cette tranche d'âge implique une augmentation de **dépenses** liées à la gestion d'une population vieillissante. Les auteurs du rapport pointent une augmentation des dépenses pour les systèmes de santé (+ **0,9 %** pour la moyenne européenne et pour la France) ainsi que de la prise en charge des pathologies longues (+ **1,1 %** pour la moyenne européenne et **0,8 %** pour la France). En contrepartie, il apparaît que le **taux d'embauche** des personnes plus âgées est destiné à croître au fur et à mesure des années. ■

Le rapport sur aquae-officiel.fr

À LIRE

Se concentrer sur soi

Le Plan de Lucien est un livre écrit par **Rachel Guichard**, publié aux Éditions du Net en avril 2015. L'auteur, une coach certifiée, aborde des thèmes comme **l'univers mental des enfants**, la **vie sentimentale**, la psychologie du couple, l'optimisme, la **méditation** ou encore le bouddhisme. Elle s'attache à utiliser différents personnages pour diffuser son message et aider à se concentrer sur soi et sur ses propres ressentis afin de guérir les problèmes rencontrés.

Lutter contre le cancer

Caroline Cotinaud a publié en janvier 2015 *Un cancer et alors ?* Ou comment garder (quand même) son moral, son énergie et son sourire. L'auteur, qui a été elle-même touchée par la maladie, donne des informations et des conseils aux personnes souffrant d'un cancer, en particulier aux femmes ayant contracté un **cancer du sein**, ainsi qu'aux accompagnants de la personne malade. Le livre s'attache à faire **sourire le lecteur** tout en abordant les moments difficiles liés à la maladie comme le diagnostic, la fatigue, la peur, la chimiothérapie, le regard des autres ou encore la perte des cheveux, avec un certain optimisme. Une page Facebook a également été créée pour que les lecteurs puissent échanger. Le livre a été publié aux Éditions du Rocher.

AGENDA

Le 13 juin 2015

International

GLOBAL WELLNESS DAY

Journée mondiale du bien-être dont la vocation est de permettre aux établissements de bien-être de proposer des activités diverses afin de faire découvrir leurs bénéfices au grand public.

Rens. : www.globalwellnessday.org

Le 11 juin 2015

Milan (Italie)

HYDRATION AND HEALTH THE HIDDEN LINK

Événement organisé par la FEMTEC en collaboration avec le groupe San Pellegrino, qui concerne l'importance d'une bonne hydratation pour la santé afin de comprendre son rôle dans le fonctionnement du cerveau et de prévenir l'obésité ou encore les maladies rénales.

Rens. : www.femteconline.org

Le 22 juin 2015

Maison des Polytechniciens, Paris

CONFÉRENCE E-BEAUTÉ 2015

Journée à destination des professionnels de la beauté. Intervention de plusieurs acteurs du secteur sur les nouveaux usages à adopter en matière de digital.

Rens. : ebeaute.ccmbenchmark.com

Le 24 juin 2015

Business France, Paris

RENCONTRES INTERNATIONALES DE LA SILVER ECONOMY

Événement, organisé par Business France, consacré à la filière de la Silver Economy. Plusieurs conférences seront consacrées aux services à domicile, à la nutrition ou encore à l'habitat.

Rens. : ubifrance-events.com

Le 29 juin 2015

Maison de la RATP, Paris

SÉMINAIRE TOURISME ET E-TOURISME

Séminaire, organisé par Raffour Interactif, à destination des professionnels du tourisme, qui s'attachera à présenter les nouvelles pratiques en matière de séjours et les outils marketing en ligne.

Rens. : www.raffour-interactif.fr

Du 12 au 14 juillet 2015

Las Vegas (États-Unis)

COSMOPROF

Salon spécialisé dans le domaine des cosmétiques. L'espace d'exposition sera divisé en plusieurs sections afin de faire découvrir les nouvelles tendances du secteur.

Rens. : www.cosmoprofnorthamerica.com


L'OFFICIEL THERMALISME THALASSO & SPA
Publié un mardi sur deux
N°64 du 9 juin 2015

Éditeur :

Société de presse PALINDROME
Mail : aquae@palindrome-edition.fr

Directeur de la publication :

Marie MORANI

Conseiller éditorial :

Jean-Michel AUDINEAU

Rédacteur :

Didier BOROTRA, Charlene JACQUIN,
Carine SARRIQUET

Relecture :

Anne-Gaëlle PHILIPPOT/ Plume de souris

Maquette :

Fabien GOCZALECK/ d-clic.fr

Abonnements & Annonces :

Laure-Anne VILAINE

Impression :

Imprimé en France par DUPLI-PRINT
2 rue Descartes - 95330 DOMONT

Dépôt légal à parution

Commission paritaire : en cours

ISSN : 2262-5623

Toute reproduction même partielle est strictement interdite et donne lieu à des sanctions pénales conformément au Code de la propriété intellectuelle.



L'OFFICIEL THERMALISME THALASSO & SPA

Service abonnement - Palindrome

39 avenue de la Marne - 64200 BIARRITZ

Tél. : 05 59 24 73 60 - Fax : 09 83 24 73 60

Mail : abonnement@palindrome-edition.fr

1 an / 22 numéros + 2 hors-séries + espace abonnés 360 €
(versions PDF, accès illimité aux archives, espace documentaire)

2 ans / 44 numéros + 4 hors-séries + espace abonnés 690 €

Abonnements multiples et écoles : *nous consulter*

Nom, prénom :

Qualité / Entreprise :

Adresse :

Code postal : Ville :

Mail :

Paiement par :

 Chèque bancaire ou postal à l'ordre de Palindrome Mandat administratif Je désire recevoir une facture administrative

Date :/...../.....

Cachet et signature

ABONNEMENT

À l'occasion du 68^e Festival de Cannes, la marque de cosmétiques suisse **Valmont** a installé un **spa éphémère** au sein des **Thermes Marins** de l'Hôtel Radisson Blu 1835 situé à Cannes (06). Le spa éphémère a ainsi proposé, du 13 au 24 mai dernier, des soins bien-être et beauté mis au point par Valmont qui fête son trentième anniversaire en 2015.

Babbl, plateforme en ligne créée en 2013, met en relation les journalistes avec les agences de **relations presse** afin de favoriser l'échange d'informations. Les attachés de presse peuvent donc mettre en ligne les **communiqués de presse**, les visuels ou encore les vidéos, émis par les sociétés pour que les journalistes, qui ont accès à la plateforme, diffusent l'information au sein de leur média. Les attachés de presse ont quant à eux accès à des statistiques permettant de mesurer l'**audience potentielle** des informations. Les journalistes peuvent également **interagir** depuis la plateforme avec les représentants presse afin de demander des interviews ou davantage d'informations.

Le magazine **Bien-être & santé**, publication mensuelle dédiée à la santé et au bien-être, a renouvelé sa maquette en publiant une nouvelle édition en mai dernier, avec en couverture **Michel Cymes** et **Marina Carrère d'Encausse**. La publication est diffusée à plus de **430 000 exemplaires** au sein d'un réseau comptant près de 5 000 pharmacies partenaires. Deux guides portant sur des thématiques particulières seront diffusés à compter de juillet prochain. Le magazine lancera courant juin une nouvelle version de son site internet, accompagnant ainsi les nouveautés éditoriales du magazine.

Beyond Beauty Paris 2015

Les conférences Beyond Beauty Talks seront consacrées au développement de la filière beauté.

Beyond Beauty Paris est un salon professionnel à destination des professionnels de l'industrie de la beauté qui aura lieu du 15 au 17 septembre prochain à Paris (75). Cet événement, organisé par **Informa Beauty**, proposera pour l'édition 2015 un nouveau programme de conférences, le **Beyond Beauty Talks**. Il comprendra une cinquantaine de conférences, de tables rondes et de master class, à destination des acteurs du secteur, afin qu'ils s'informent sur les perspectives et les dernières tendances de l'industrie de la beauté. Les **objets connectés**, l'influence du **continent asiatique**, ou encore la génération de personnes connectées adeptes de **YouTube** feront partie des thématiques abordées au cours de cet événement. **Florence Bernardin**, fondatrice de l'agence **Information & Inspiration**, et **Vincent Gallon**, éditeur de **Premium Beauty News**, animeront une conférence-débat sur le thème « Corée-Japon, viviers d'inspiration pour l'Occident ». ■

L'e-commerce au 1^{er} trimestre 2015

Voyages-SNCF.com est le premier site de e-commerce dans le domaine du tourisme avec plus de 6,7 millions de visiteurs uniques par mois.

Selon le premier **baromètre trimestriel 2015 de l'audience du e-commerce en France**, réalisé par la Fédération e-commerce et vente à distance (FEVAD) en collaboration avec Médiamétrie, le pays compte **34,7 millions de cyberacheteurs**. Ce chiffre, en augmentation de **3 %** par rapport à 2014, est en particulier dû, selon la FEVAD, au développement des offres sur internet et à l'amélioration de la **sécurisation** des données. Le site e-commerce le plus consulté est celui d'**Amazon** avec plus de 16,8 millions de visiteurs uniques chaque mois.

Au cours du premier trimestre 2015, plus de 28 % des internautes, soit **13,2 millions**, se sont rendus sur un des dix sites de **tourisme en ligne** les plus fréquentés. La FEVAD a classé les dix sites de tourisme en ligne les plus visités en France : **Voyages SNCF.com** arrive en tête avec plus de 6,7 millions de visiteurs uniques par mois et 488 000 visiteurs uniques par jour. Le site, qui propose la réservation de transports, mais également de séjours, est par ailleurs le cinquième site de e-commerce le plus fréquenté, tous secteurs confondus. **Booking.com** est le second site avec près de 4,9 millions de visiteurs uniques par mois et 326 000 visiteurs par jour. ■

Le rapport sur aquae-officiel.fr

L'**Agence Nationale pour les Chèques-Vacances** (ANCV) a mis au point un nouveau produit, le **e-Chèque-Vacances**, à utiliser uniquement sur internet. Pour l'instant en phase de test, il permet au bénéficiaire de chèques-vacances de réserver les séjours ou autres services directement sur internet. Afin de garantir un paiement en ligne sécurisé, le e-Chèque-Vacances comprend un encart à gratter cachant un code à fournir lors de la réservation. Le e-Chèque-Vacances permet aux structures touristiques partenaires de n'avoir **aucune manipulation des titres papiers**, tout en étant remboursées. Les sociétés **Belambra** et **Logitravel** participent aux phases de test de l'utilisation du e-Chèque-Vacances.

La **région Midi-Pyrénées** a créé une nouvelle campagne TV intitulée « **Grands sites Midi-Pyrénées** ». Elle a été lancée le 11 mai dernier et s'est terminée le 24 mai. **Quatre spots TV**, d'une durée de 30 secondes chacun, ont ainsi été diffusés plus de 2 200 fois. Les spots, présentant les sites touristiques de la région, ont pu être visionnés sur les chaînes de France Télévisions, de Canal + et des chaînes de la TNT. Les vidéos sont également utilisées comme **outils de promotion** par les offices de tourisme ou encore par le Comité régional du Tourisme Midi-Pyrénées.

MARKETING

Au cours du Forum Hotel & Spa qui a eu lieu le 28 mai dernier à Paris (75), **Jeremy Mc Carthy**, directeur des espaces spa au sein de la chaîne hôtelière **Mandarin Oriental**, a animé une conférence, intitulée **La psychologie du spa**. Il s'est attaché à démontrer la psychologie émanant du bien-

être et comment les acteurs du secteur doivent apprendre à la mettre en place. Au cours de son intervention, Jeremy Mc Carthy a abordé l'importance de l'esprit qui doit être pris en compte au même titre que le corps lors des protocoles de soins. Il a insisté en particulier sur la notion de la « **déconnexion** » : désormais

les personnes sont à la recherche de moment où leur esprit n'est pas stimulé par une présence, une ambiance ou encore des installations. Il juge que l'espace bien-être doit conduire les praticiens à aider les clients à se sentir bien dans un espace propice à la relaxation, mais également au silence.

Le **Régina Biarritz Hôtel & Spa** (64), récemment racheté par le groupe hôtelier **Naos**, a décroché une **cinquième étoile**. Rouvert en juin 2014, après plusieurs mois de travaux (*Aquæ n°44*), il est exploité sous la marque **M Gallery-Accor**. Outre un spa Omnisens & Sothys et un restaurant signé par Georges Blanc, l'établissement dispose d'une piscine équipée d'un **fond mobile**, pour des événements « pieds dans l'eau ».

Le nouveau label « **Objet connecté de l'année** », développé par **Editialis**, a pour objet d'aider les futurs acheteurs dans le choix de produits validés par des consommateurs et des experts en nouvelles technologies. Attractivité et addictivité du produit, quotidienneté, viralité, évidence de l'offre et force de l'insight sont les indicateurs évalués. Les candidatures sont à déposer avant le **19 juin 2015**. Elles concernent des objets connectés français, dans **6 catégories** : sport, santé, loisirs, maison, multimédia et sécurité. Les dossiers seront soumis à un panel de 1 000 consommateurs sélectionnés par Opinion Way.

L'ANSES, Agence nationale de sécurité sanitaire, a remis le 13 février dernier, un avis, sur demande du ministère de la Santé, concernant les **risques sanitaires et environnementaux** liés aux **nanoparticules d'argent**. Celles-ci, réputées répondre à des finalités antibactériennes et antifongiques, sont notamment utilisées dans les produits cosmétiques et d'hygiène. Reposant sur plusieurs études et le travail d'un « comité d'experts spécialisés », le document met à jour les connaissances en la matière et inclut des **recommandations** : encouragement de travaux de recherche dans les domaines de la caractérisation physico-chimique, de l'évaluation de l'exposition, de la toxicologie et de l'écotoxicologie, de l'évaluation de l'efficacité antibactérienne et de la résistance bactérienne, renforcement de la traçabilité des données et de l'information des consommateurs et limitation de l'usage des nanoparticules d'argent (production, transformation, utilisation) aux applications dont l'utilité est clairement démontrée et pour lesquelles la balance des bénéfices pour la santé humaine au regard des risques environnementaux est positive.

Avis dans aquae-officiel.fr

Ticket modérateur thermal

François Marc, sénateur du Finistère, a demandé, par question écrite du 21 mai 2015, à la ministre des Affaires sociales, de la Santé et des Droits des femmes, d'envisager l'intégration des **soins thermaux** au panier minimal de soins des futures complémentaires santé obligatoires du secteur privé (cf. décret n°2014-1025 du 8 septembre 2014). Il indique que le ticket modérateur en question représente **35 %** du coût des soins et que sa non-prise en charge conduirait nombre de salariés à renoncer aux soins thermaux.

Le sénateur **André Trillard** (Loire-Atlantique) est intervenu dans le même sens le 14 mai 2015. ■

Les salariés et la fidélité à l'entreprise

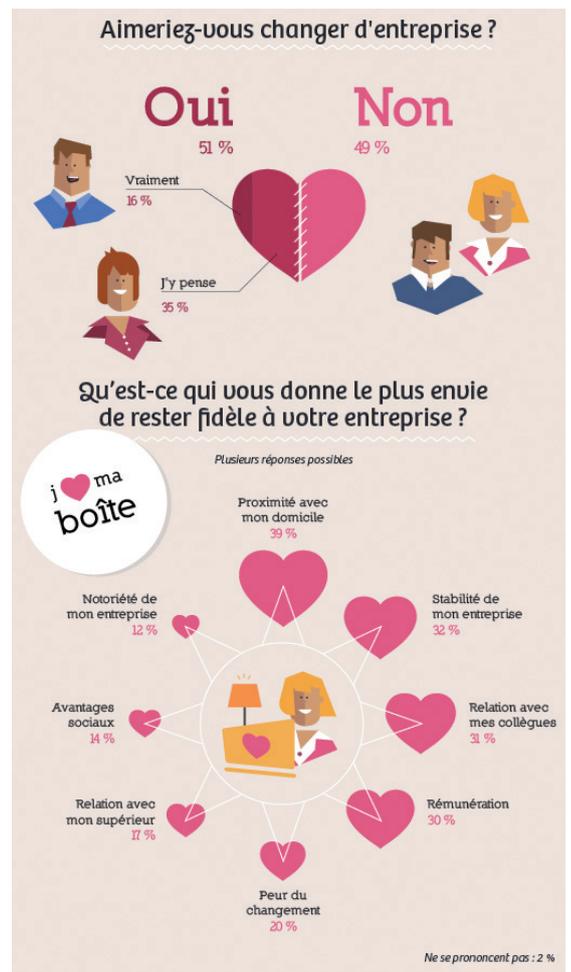
Opinion Way a publié le 20 avril dernier, pour les éditions Tissot, un sondage, « **la fidélité aux entreprises** », qui rend compte de la force du lien du salarié à son employeur. Il apparaît que **plus de la moitié des personnes** (51 %) souhaiterait vraiment ou pense à **changer d'entreprise**. Cependant, lorsque le pas n'est pas franchi, cela est dû principalement à une absence de recherche active pour 32 % des interrogés, dénotant une fidélité par défaut, mais également par hésitation à prendre un risque financier (31 %) et par manque d'opportunité professionnelle (27 %).

L'aspect pécuniaire est un facteur déterminant dans **l'infidélité professionnelle** puisque la perspective d'obtenir un meilleur salaire dans une autre structure est citée par 53 % des salariés. Le désir d'**évolution de carrière** (35 %) et **l'envie de changement** (30 %) sont aussi des éléments qui poussent à la démission. Un salarié sur trois se dit ainsi prêt à saisir une **opportunité** à la suite d'une rencontre ou après un déclic déclencheur d'une passion pour un secteur d'activités.

À l'inverse, les raisons qui poussent les salariés à rester fidèles à leur employeur sont, pour 39 % d'entre eux, la **proximité** de leur domicile, la **stabilité** de l'entreprise (32 %), les **bonnes relations** avec les collègues (31 %) et une **rémunération** satisfaisante (30 %). En revanche, les perspectives d'une promotion, les avantages en nature (titres restaurant, véhicule de fonction, complémentaire santé, etc.) ou l'accès à des formations ne jouent qu'un rôle limité dans l'attachement à son entreprise (7 %).

Aujourd'hui près de la moitié de la population considère que la notion même de fidélité professionnelle n'a plus de sens et 75 % estiment qu'il est plus facile d'être fidèle dans sa relation de couple que dans sa relation à l'entreprise.

Le sondage a été réalisé en ligne du 17 au 26 mars 2015 auprès de 1 062 salariés d'entreprises privées et publiques. ■



© Éditions Tissot

Observatoire des bénéfices thermaux 2014

La **Chaîne Thermale du Soleil** a publié courant mai les résultats de l'**Observatoire des bénéfices thermaux** portant sur l'année 2014. L'étude est basée sur un **outil d'auto-évaluation** par les patients qui sont invités par mail à remplir un questionnaire permettant de mesurer l'efficacité de la cure thermale qu'ils ont suivie. Ils y répondent après le séjour puis 3, 6 et 9 mois après. La population ciblée par cette étude est composée de tous les curistes ayant communiqué une adresse mail : en 2014, ce sont plus de **25 000 curistes** qui ont participé à l'étude. Les questionnaires ont été réalisés et validés en collaboration avec les médecins thermaux* des établissements du réseau de la Chaîne Thermale du Soleil, en fonction de leur spécialisation.

Dix **orientations thérapeutiques** sont concernées par cette étude : rhumatologie, voies respiratoires, phlébologie, neurologie, affections digestives / maladies métaboliques, affections urinaires / maladies métaboliques, maladies cardioartérielles, gynécologie, dermatologie, affections des muqueuses bucco-linguales. La **durée de suivi** diverge selon les orientations : seuls les curistes suivant des cures en rhumatologie et en voies respiratoires ont été suivis neuf mois après. Parmi les éléments analysés se trouvent les améliorations fonctionnelles, physiologiques et biologiques du curiste, sa consommation de **médicaments**, sa qualité de vie, mais également sa **prise en charge** durant son séjour.

En **rhumatologie**, les curistes ressentent une diminution des douleurs jusqu'à 24 %, neuf mois après la cure. Trois curistes sur quatre jugent que leur périmètre de marche sans éprouver une douleur s'est amélioré, tandis que six curistes sur dix ont réduit leur consommation de médicaments, même 9 mois après la cure. Les curistes en orientation **voies respiratoires** ont remarqué que leur toux a été diminuée de 27 % neuf mois après la cure. Plus de la moitié des curistes ont diminué leur consommation de médicaments de fond même neuf mois après la cure, alors que leur qualité de vie s'est améliorée de 25 %. L'activité physique est également plus régulière pour 64 % des curistes. En **phlébologie**, les douleurs dans les jambes des curistes réduisent de 24 % après six mois et 87 % des curistes déclarent avoir moins d'œdèmes sur les jambes. Plus de la moitié des curistes ont réduit leur prise de médicaments veinotoniques après cette même période, alors que les trois quarts des curistes voient leur état de santé s'améliorer.

83 % des personnes, ayant suivi une cure en **maladies métaboliques**, ont perdu du poids trois mois après la cure et 84 % ont vu réduire leur périmètre abdominal après cette même période. Les taux de cholestérol, de glycémie et d'hémoglobine glyquée se révèlent moins élevés trois mois après la cure qu'immédiatement après. Les douleurs abdominales sont réduites de plus de 30 % au cours ou après les repas trois mois après la cure pour l'**appareil digestif**, tout comme les troubles liés au transit. En **neurologie**, 97 % des patients dorment mieux six mois après la cure et ont augmenté, pour 60 % d'entre eux, leurs activités quotidiennes. Six curistes sur dix souffrant de **maladies cardioartérielles** jugent que leur état de santé est meilleur six mois après la cure. ■

* Dr Eychenne-Engel (rhumatologie), Dr Trémé-Fournier (voies respiratoires), Dr Suffran (phlébologie), Dr Baldy (neurologie), Dr Merlen (affections digestives et maladies métaboliques), Dr Bourdin (maladie cardio-artérielles), Dr Jourfier-Mazel (affections urinaires et maladies métaboliques), Dr Aubry (gynécologie), Dr Polfliet (dermatologie et affections des muqueuses bucco-linguales).

Les **Thermes de Luz-Saint-Sauveur** (65) ont organisé le **1^{er} printemps de la Lymphologie** les 6 et 7 juin derniers en partenariat avec le CHU de Ranguel (31), le centre de lutte contre le cancer de Rennes (35) et le service de lymphologie du CHU de Montpellier (34). L'établissement thermal est spécialisé dans le traitement de l'œdème, **lymphoedème** qui peut apparaître au bras ou à la jambe à la suite d'un traitement pour soigner un cancer, en particulier celui du sein. Le printemps de la Lymphologie a permis aux professionnels de santé comme des oncologues, des médecins, mais également au grand public, d'assister à des conférences animées par différents praticiens exerçant dans les différents établissements participants à l'événement. Des ateliers de découverte des activités proposées au sein du programme d'éducation thérapeutique **Lympho'Thermes** comme la marche nordique, les soins thermaux ou l'aquabiking ont également été organisés.

L'association **Biarritz Sport Santé** a lancé un **programme de prescription médicale de l'activité physique et sportive**. Ce dispositif, mis en place à Biarritz (64) pour une durée de six mois, a pour objectif de lutter contre la sédentarité et l'obésité. Une vingtaine de **médecins généralistes** sont **partenaires** de ce programme et peuvent fournir ce genre de prescription. Dédié aux personnes en bonne santé, mais qui n'ont pas une activité physique régulière, le programme consiste en la remise par le médecin d'un **podomètre** et d'un **livret** où le patient doit répondre à quelques questions. Par la suite, le médecin oriente le patient vers des activités comme la marche aquatique, la randonnée ou encore le vélo, lui correspondant, en tenant compte de son âge ou encore de sa morphologie.

SOIN

Le centre **R-Révolution Santé** (34) a mis au point une nouvelle cure, « **Détox Gourmande et bien-être** ». Créée en collaboration avec **Éva Claire Pasquier**, auteur de livres de cuisine, les 3 jours de cure sont dédiés à l'alimentation équilibrée ainsi qu'à l'activité physique. Des cours de cuisine, de zumba ou encore d'aérobic, des repas détox deux fois par jour ainsi qu'une évaluation de l'organisme sont compris dans la cure.

Les **Thermes de Nérès-les-Bains** (03) ont créé le séjour « **Gestion du sommeil** » afin de permettre aux curistes de retrouver une bonne qualité de sommeil. La cure comporte 3 soins thermaux (bains hydromassants, bain calme et modelage sous affusion), une séance collective de parole, une session de sophrologie, deux de gymnastique douce, ainsi qu'une conférence portant sur les troubles du sommeil et un atelier nutrition.

L'établissement **Thalasso Serge Blanco** (64) a développé pour la saison 2015 la cure « **Réveil Corporel – Orientation Surf** ». Animée par **Marion Bouzigues**, championne de France junior de surf, la cure comporte 24 soins de thalassothérapie (enveloppements d'algues, bains bouillonnants, douches à jets, modelages...) et cinq séances de surf d'une durée de 2 heures (cours théorique, échauffement et pratique dans l'eau).

Les **Thermes de Salies-de-Béarn** (64) et l'**Office Municipal des sports** (OMS) de Pau (64) ont conclu une convention permettant aux membres des 110 associations sportives d'accéder à l'établissement thermal en bénéficiant de réductions. L'établissement thermal, qui accueille déjà des sportifs, pourrait alors être fréquenté par **18 000 personnes** provenant des clubs. La convention statue également sur le fait que **3 %** du chiffre d'affaires réalisé grâce à ce partenariat par les Thermes de Salies-de-Béarn (64) sera accordé à l'OMS.

Herborist, marque de cosmétiques chinoise, a ouvert au cours du mois d'avril dernier sa première boutique européenne à Paris (75). La marque, qui crée des produits de soins inspirés par l'**herboristerie chinoise**, était jusqu'alors distribuée uniquement en points de vente en Europe. La boutique comprend un espace de vente des soins de la marque avec un test-bar, un salon de thé, accueillant des ateliers et des dégustations, ainsi qu'un Spa Herborist. L'espace bien-être, qui compte deux cabines de soins, propose des soins signature Herborist qui sont effectués à partir des méthodes de massages Tui Na et d'**acupuncture**.

La chaîne hôtelière **Mandarin Oriental** et **Olayan Group**, société provenant d'Arabie Saoudite, ont acquis l'**Hôtel Ritz de Madrid** (Espagne), ouvert depuis 1901. Le montant du rachat de l'établissement s'élève à **130 millions d'euros**. Chacune des deux sociétés détiendra **50 %** de l'établissement qui sera rénové en 2017. Les travaux concerneront les 167 chambres de l'hôtel et les espaces de restauration. Ils comprendront également la création d'un espace spa. Leur montant a été estimé à **90 millions d'euros**.

Maison Phélippeau : lancement de Thalacoach

Philippe Gomez est à la tête de la société de formation et de conseil en gestion des établissements de bien-être.

Thalacoach est une nouvelle société, créée par la **Maison Phélippeau**, spécialisée dans le conseil en gestion de spas et de centres de thalassothérapie. Elle a également pour vocation de fournir des **formations** à destination des personnels de soin, d'accueil et technique portant sur la technicité des gestes, sur les règles à acquérir en matière d'hygiène ou concernant l'accueil de la clientèle. Ces actions s'appliquent autant à des établissements existants qu'à ceux en cours d'élaboration : Thalacoach se revendique à même d'accompagner les **ouvertures**, mais également les investisseurs dans d'éventuels projets d'amélioration de leurs complexes de bien-être.

La société Thalacoach fait partie de la **Maison Phélippeau**, qui détient quatre établissements de thalassothérapie à Bénodet (29), à Pornichet (44), aux Sables d'Olonne (85) et à l'île de Ré (17) et qui gère l'espace thalassothérapie de l'Amara Sealight Elite à Kusadasi (Turquie). La société Thalacoach est pour le moment dépendante de la holding Phélippeau, mais elle a pour objectif de se structurer de manière **autonome**.

Philippe Gomez a été chargé du lancement de la société. Il a pour mission de compiler les protocoles de soins, de déterminer lesquels sont les plus efficaces, afin de créer les formations. Pour le moment, l'ancien dirigeant de Relais Thalasso de Bénodet est l'unique personne travaillant au sein de la société, mais des formateurs extérieurs seront susceptibles d'être contactés. ■

Les Thermes Lédonia en progression

La station thermale jurassienne s'attache à diversifier son offre et projette d'accueillir davantage de curistes d'ici à 2020.

Chaque année, ce sont près de **1 700 curistes** qui viennent suivre des cures thermales d'avril à mi-novembre au sein des **Thermes Lédonia** de **Lons-le-Saunier** (39), dirigés par **Laura Landry** et spécialisés dans les cures en rhumatologie et en troubles du développement de l'enfant. Ce chiffre est en hausse de **40 %** par rapport à la fréquentation quatre ans auparavant. L'objectif de l'établissement est de parvenir à **2 500 curistes** d'ici à 2020. Membre du réseau **Valvital**, l'établissement propose des soins thermaux, des soins de bien-être, mais également des soins esthétiques grâce aux six cabines de soins. 22 personnes y sont employées ; l'effectif peut être doublé en période de cures.

Les **Thermes Lédonia** attirent de plus en plus de personnes âgées de 45 à 65 ans, alors que la tranche d'âge moyenne était jusqu'alors de 65 à 85 ans. Afin d'accueillir davantage d'**actifs**, le spa thermal Lédonia, qui a comptabilisé **20 000 entrées** en 2014, ouvre, depuis trois ans, plus tard le soir, jusqu'à 19h. Afin de diversifier l'offre proposée, des cours d'activités comme des sessions d'aquabike ou d'aquagym sont programmés.

L'établissement thermal projette d'augmenter la **capacité d'accueil** de ses espaces, d'installer un **vaporarium**, mais également de créer un espace de soins aquatiques collectifs équipé de jets et de bouillons. ■

MOUVEMENT

Marc Dannenmuller a quitté au cours du mois de mai dernier ses fonctions au sein du groupe **HMC Hotels**. Il occupait depuis huit ans le poste de **directeur général** de la société dont le président est Philippe Burgue. L'entreprise de commercialisation d'établissements hôteliers est centrée sur les complexes haut de gamme situés en France ou à l'étranger. Il n'a pour le moment pas encore indiqué son nouveau projet professionnel.

Pierre Capéran a été désigné comme nouveau **directeur** de l'établissement thermal de **Bagnères-de-Luchon** (31). Nadia Annabi occupait jusqu'à présent cette fonction depuis sa nomination en 2012. Il a précédemment travaillé au sein du groupe Accor et était jusqu'alors le directeur des thermes de Cauterets (65) et des Bains du Rocher. Il devrait prendre officiellement ses fonctions à Bagnères-de-Luchon au cours du mois de juin.

Maurice Foret a été nommé, courant mai **président** de l'**office du tourisme et du thermalisme de Bourbon-Lancy** (71). Il succède à Guy Raymond, premier adjoint au maire de la commune, qui occupait ce poste depuis 2008. Sylvie Goury, Annie Picard et Didier Monssus ont été nommés vice-présidents. L'office du tourisme et du thermalisme de Bourbon-Lancy a pour directeur Alexis Meyer qui a pris ses fonctions en juillet dernier.

Réorganisation de Shiseido

La marque de cosmétiques prévoit d'accentuer sa présence au niveau mondial en restructurant sa production et son pôle R&D.

Shiseido, marque de cosmétiques japonaise, a dévoilé fin avril son **plan de développement** envisagé pour la période 2015-2017. Les actions de ce plan ont pour objectif de permettre à la marque de restructurer son fonctionnement afin de réaliser de bons résultats de croissance.

Trois axes de développement ont été définis par cette société qui réalise la majorité de son chiffre d'affaires en Asie : la construction d'une entité R&D au Japon, la reconfiguration de l'activité en Chine et la croissance de l'activité au niveau mondial en particulier par la redynamisation des **laboratoires** situés en Asie, aux États-Unis, mais aussi en **France**. Un centre d'innovation international au Japon est en projet de construction. Il sera destiné à la recherche, mais également à l'accueil d'un laboratoire regroupant les différents acteurs de la conception des produits au marketing. Shiseido compte augmenter de **40 %** les fonds consacrés à la R&D d'ici à 2017. Un développement des **actions marketing** est envisagé par le biais de la diffusion d'échantillons, du réaménagement des boutiques, mais également de la publicité. ■

Favoriser l'exportation du tourisme français

Le fédérateur de la famille **Tourisme à l'export**, **Jean-Bernard Falco**, a pour mission d'aider les entreprises françaises à exporter leur offre à l'international.

Le **ministère des Affaires étrangères** et du Développement international a mis en place une stratégie de « familles prioritaires à l'export ». Menées par des **fédérateurs**, ces familles, au nombre de six, concernent les secteurs où la France sait faire preuve d'un certain **savoir-faire** destiné à être exporté comme la santé, le numérique ou encore l'agroalimentaire. Deux nouvelles familles ont été créées en 2014 : industries culturelles et **tourisme à l'export**. Première destination touristique mondiale, le territoire français représente 8 % du marché international concernant le tourisme. La famille du tourisme à l'export a été divisée en différentes filières : le secteur de la montagne, des parcs de loisirs et celui du bien-être qui inclue le **thermalisme**, le **thermoludisme** et les **spas**.

La famille du tourisme à l'export a pour fédérateur **Jean-Bernard Falco**, fondateur et président de la société **Paris Inn Group**. Son rôle est d'accompagner les sociétés privées et les acteurs publics pour assurer la promotion de leur offre à l'international. Les entreprises concernées appartiennent à différents domaines comme l'hôtellerie, les transports, les loisirs, mais également les services numériques.

Plusieurs **partenaires** se sont associés à l'initiative du ministère des Affaires étrangères. Parmi eux, **Business France**, **Atout France**, **BPI France**, mais également des **réseaux de collectivités territoriales** comme l'Association nationale des maires des stations de montagne (ANMSM) ou des **groupements professionnels** comme le Groupement national des chaînes hôtelières (GNC). ■

Le groupe **Lucien Barrière**, dirigé par **Dominique Desseigne**, a annoncé au cours du mois d'avril que le nom Lucien Barrière Hôtels et Casinos était devenu **Barrière**. Ce changement a été accompagné par la création d'une identité visuelle représentative de ce nouveau nom : un monogramme B doré. C'est l'agence de communication **W** qui a défini une nouvelle stratégie visuelle pour la marque, à la demande du groupe hôtelier. L'objectif est de retranscrire les différentes activités du groupe, de l'hôtellerie, aux casinos en passant par la thalassothérapie. **L'Hôtel le Royal** de la Baule (44), qui a ouvert ses portes en avril dernier, est le premier établissement à être identifié avec ce nouveau visuel, mais les casinos de Menton (06) et de Niederbronn (67) suivront au cours de l'été.

Le **Domaine du Ferret, Balnéo & Spa**, est un complexe situé au Cap Ferret (33) qui ouvrira ses portes le 3 juillet prochain. L'offre de balnéothérapie de l'établissement a été mise au point par **Serge Blanco**, tandis que l'espace spa propose des soins réalisés avec les protocoles et les produits de soins de la marque **Cinq Mondes**. L'espace de balnéothérapie comprend deux piscines (intérieure et extérieure), un parcours de marche équipé de buses, des bancs de massages, des cols de cygne, un hammam ainsi que des jacuzzis. Une salle de fitness a également été aménagée. L'espace spa comprend quant à lui douze cabines sèches ainsi que des cabines humides pour la réalisation des soins. Pour la période estivale 2015, l'établissement a procédé à la réservation de séjours pour une clientèle qui provient à **50 %** de l'étranger (Suisse, Belgique ou encore l'Allemagne). Le **Domaine du Ferret, Balnéo & Spa**, dont le propriétaire est **Franck Mondon**, emploiera cinquante personnes.

LES CHIFFRES DE LA QUINZAINE

20 millions

Selon le ministère de la Santé, la France comptabilisera, en 2030, **20 millions** de personnes **âgées de 60 ans et plus**. Aujourd'hui, elles ne sont que 15 millions. La proportion de personnes âgées de plus de 85 ans sera multipliée par plus de 3 d'ici à 2060.

La station thermale de **Balaruc-les-Bains** (34) a accueilli, au cours de la saison 2014, **46 208 curistes**. Ce chiffre permet à la commune, qui a ouvert un nouvel établissement thermal au mois de mars dernier, de revendiquer la place de première station thermale de France, devant Dax (40).

46 208

Sea Band, société anglaise, a mis au point deux bracelets, baptisés **Sea Brand**, qui permettent de **réduire les nausées**. Le bracelet ne contient aucun médicament, mais agit grâce à un massage inspiré de la technique de l'**acupuncture**. Une pression est effectuée sur le point **Nei-Kuan**, situé au niveau du poignet. Elle permet la diminution des nausées. La gamme développée par la marque comprend un bracelet adulte et un autre adapté aux enfants, qui diminuent les nausées dues au mal des transports, ainsi qu'un bracelet **Sea Band Mama** qui atténuerait de 70 % les nausées causées par la grossesse.

Gharieni, équipementier allemand dans le domaine du spa et du bien-être, a mis au point une nouvelle chaise de traitement, le **PediSpa**. L'équipement a été développé afin de permettre la réalisation de **5 types** de soins : pédicure, manucure, soins du visage, maquillage et soins des cheveux. Le siège peut être orienté de différentes manières et certains éléments peuvent être ôtés afin de faciliter les soins. Lancé au cours de l'année 2014, le **PediSpa** est distribué commercialement depuis le début de 2015.

L'**École Polytechnique fédérale de Lausanne** (EPFL), a mis au point un **implant sous-cutané** connecté permettant de mesurer différents **biomarqueurs** de l'organisme. Six capteurs ont été intégrés pour relever le pH, la température du corps, le cholestérol, le lactate, le taux de médicaments ou encore le glucose. Le capteur peut analyser ces données sur une durée pouvant s'étaler jusqu'à plusieurs semaines. L'implant fonctionne via Bluetooth. Pour l'instant testé sur les souris, le dispositif bénéficiera de tests cliniques sur l'humain d'ici 3 à 5 ans.

La ville intelligente en 2015

Les logements s'apprêtent à être progressivement équipés par des objets connectés assurant aux habitants la sécurité et le confort.

Gartner, cabinet américain de conseil et de recherche en dispositifs technologiques, a réalisé une étude portant sur les **villes intelligentes**. Ces dernières sont, selon le cabinet, des zones urbaines qui mettent en place des dispositifs permettant d'avoir accès à une information actualisée en temps réel. L'étude révèle que ces espaces urbains comptabiliseront **1,1 milliard** d'installations connectées en 2015 et que ce chiffre s'élèverait à **9,7 milliards** en 2020. Les services publics, la santé, les immeubles commerciaux, les transports ou encore le logement sont tous concernés.

Les **transports**, le **logement** ou encore les immeubles commerciaux seront les lieux les plus concernés par la présence d'installations connectées. Le secteur de la **santé** est le moins bien équipé par ces dispositifs. Les habitants seront nombreux à intégrer des éléments connectés, en particulier ceux concernant leur **sécurité** et leur **confort**, au sein de leur habitation par exemple des détecteurs de mouvement, de présence de monoxyde de carbone, des **lampes LED** ou encore des serrures intelligentes. Le nombre d'objets connectés dans les maisons sera multiplié par trois d'ici à 2017. ■

ESPA Innovation Awards 2015

Les Thermes de Balaruc-les-Bains font partie du palmarès des ESPA Innovation Awards 2015.

La cérémonie des **ESPA Innovation Awards 2015** a eu lieu le 21 mai dernier au cours du congrès annuel de l'**European SPA Association** (ESPA) qui a eu lieu du 19 au 22 mai dernier à Sopot en Pologne.

L'objectif de cette manifestation est de faire découvrir aux professionnels les différentes destinations ou installations présentes en Europe pour ainsi favoriser le développement de **nouvelles pratiques** ou de nouveaux **produits**. Les critères d'évaluation portaient sur l'**originalité**, l'**impact**, la **praticité**, les **bénéfices** et l'**applicabilité** de l'équipement ou de l'établissement. Les vainqueurs ont été désignés par un jury composé de **Gunnlaugur Jónsson**, le premier vice-président de l'ESPA, **Sigrun Lang**, l'ancienne présidente de l'ESPA, **Christian Roques**, président de l'AFRETh, **Peter Janech**, conseiller en politique pour l'UNWTO, **Pedro Cantista**, président de l'ISMH (International Society of Medical Hydrology).

L'établissement **Termas de São Pedro do Sul**, situé au Portugal, a été sacré dans la catégorie Innovative Spa & Health Resort Destination, tandis que dans la catégorie Innovative Medical Spa, c'est **Grotta Giusti Resort Golf & Spa** situé à Monsummano Terme en Italie qui a été récompensé.

Ouverts depuis mars dernier, les **Thermes de Balaruc-les-Bains** (34) ont été primés dans la catégorie Innovative Thermal Water Spa. L'établissement **Heilsustofnun Nifi**, situé en Islande, qui propose des programmes de soins de réhabilitation basés en particulier sur la médecine à base de plantes, a remporté le prix dans la catégorie Innovative Health Spa Program. Un **Prix spécial du Jury** a été décerné aux établissements suivants : Bad Bellingen (Allemagne), Caldas De Felgueira Termas & Spa (Portugal), Gyulai Várfürdő Aquapalota (Hongrie), Malo Clinic Termas Luso (Portugal), Spa Vilnius (Lituanie). ■

COSMÉTIQUE

Elixir & Co, producteur des fleurs de Bach, a mis au point la gamme **Urgences**, dont les produits sont inspirés du premier soin de secours développé par la marque. La gamme comprend une **crème S.O.S** à appliquer en cas de brûlures, de coupures ou encore de boutons, un **spray buccal**, un **élixir** composé Urgences et un **roll-on**, chacun administrable en cas de chocs émotionnels. 2 nouveaux végétaux ont été intégrés à la formule initiale : la gnavelle annuelle et le pommier sauvage. Les autres composants sont l'hélianthème, la clématite ou encore l'impatiante.

Nocibé propose depuis le début du mois de mai dernier un service de **création de parfum** sur mesure. Il est accessible via le site internet de la marque distributrice de produits cosmétiques. Il a été créé en collaboration avec la société **Unique**, concepteur de parfums sur mesure. L'utilisateur choisit le caractère du parfum parmi lesquels sportif, féminin, glamour, sensuel ou naturel. Il doit ensuite déterminer six **notes olfactives** parmi les cinquante proposées comme la fleur d'orange, le bois de santal ou encore le thé blanc. L'utilisateur pourra par la suite choisir le **flacon** de son parfum parmi les quinze proposés. Il a également la possibilité d'y ajouter une gravure et une photo.

Neoclaim est une marque de cosmétiques qui propose des soins, formulés sans parabène, pour les **peaux denses** (noires, métissées) qui sont assez sèches, ternes et qui sont sujettes aux taches brunes et à une dépigmentation. Pour concevoir ses produits, la marque utilise de l'huile de coton, de l'eau florale de rose ou encore des jeunes pousses de cresson et de soja.

AQUÆ

L'OFFICIEL THERMALISME THALASSO & SPA



DATES DE PARUTION

23 juin

BAT le 17/06

07 juillet

BAT le 01/07

1^{er} septembre

BAT le 26/08

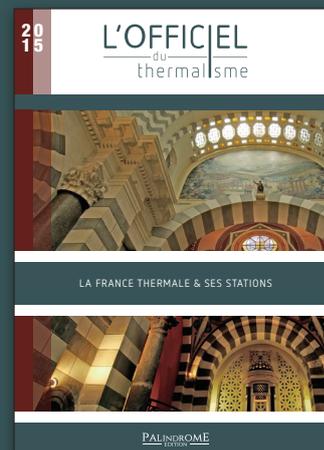
POUR ANNONCER :

Tél. : 05 59 24 73 60

Mail : vilaine@palindrome-edition.fr

L'OFFICIEL du thermalisme

NOUVELLE EDITION 2016



À PARAÎTRE EN JANVIER

Pour plus d'informations contacter :
Laure-Anne Vilaine à vilaine@palindrome-edition.fr

AQUÆ

PANORAMA

Le hors-série #4 à paraître bientôt !

Retrouvez le **rubriquage spécifique d'Aquæ** appliqué à l'**international** et à l'**économie** : nouveaux marchés, tendances, développement, perspectives...

Aquæ Panorama fait le tour du globe pour rendre compte des secteurs **thermalisme**, **thalassothérapie** et **spa**.

Pour tout renseignement complémentaire, n'hésitez pas à contacter Laure-Anne Vilaine - Responsable commerciale au 06 12 02 04 17 ou par mail à vilaine@palindrome-edition.fr



Sortie : Octobre 2015

www.aquae-officiel.fr

7th TRADE SHOW OF SPA AND WELLNESS
TOURISM IN CENTRAL EUROPE

SPACE

MEET IN SPAS OF CENTRAL EUROPE

*“ Where new ideas
for relaxed and
healthy way of living
come to life! ”*

1 – 3 October 2015
Hévíz, Hungary

Information for exhibitors and hosted buyers:
www.spa-ce.si | info@spa-ce.si | T: 386 1 430 51 03

Organiser



Technical Organiser



Partner

SLOVENIAN
TOURIST
BOARD
www.slovenia.info

I FEEL
SLOVENIA

LANCEMENT

H&M Beauty

L'enseigne vestimentaire **H&M** a créé une gamme de cosmétiques, appelée **H&M Beauty**. Composée de plus de 700 produits, elle comportera des produits de maquillage, mais également des soins du corps et des cheveux. Cosmétiques haut de gamme et produits agréés Écocert seront également mis en vente. La gamme H&M Beauty sera lancée à l'automne 2015 dans les magasins H&M, mais aussi sur son site internet et remplacera les produits cosmétiques déjà distribués par la marque.

PARTENARIAT

RKF au Spa Shiseido

RKF a conclu un partenariat avec l'espace spa **Shiseido** qui a ouvert ses portes au cours du mois de mai à Milan (Italie). D'une superficie de **1 000 m²**, le spa, premier de la marque en Italie, est installé au sein de l'**Excelsior Hotel Gallia**. Il comprend quatre cabines de soins individuelles, dont les tables de massages sont équipées de textiles **Dreamsoft**, une piscine, ainsi qu'un centre de fitness. Le centre de fitness fournit aux clients des serviettes en éponge réalisées par RKF.

DÉVELOPPEMENT

Concept-store végétal

Yves Rocher a ouvert en avril dernier un **concept-store** qui comprend plusieurs espaces dédiés à la présentation des produits de la marque. Un institut, baptisé le Beauty Spa, un bar, permettant à la clientèle de tester les produits, ainsi qu'un espace dédié au parfum ont été aménagés. La boutique a été conçue pour permettre l'installation de **nombreux végétaux**, faisant ainsi référence à l'utilisation des plantes dans les cosmétiques de la marque.

INTERNATIONAL

Four Seasons au Bahreïn

La chaîne hôtelière **Four Seasons** a ouvert en mars dernier l'établissement **Four Seasons Bahrain Bay** (Bahreïn) qui compte 273 chambres ainsi qu'un espace bien-être. D'une superficie de près de 3 500 m², le spa comprend 17 cabines de soins. L'équipementier **Gharieni** a fourni les lits de massage, tandis que les produits des marques **Sodashi** et **Ila** sont utilisés pour les soins spa. Deux salles de fitness ont été aménagées ainsi que différents bassins.

RÉCOMPENSE

La cérémonie du **Black Diamond Award** a eu lieu lors du **Forum Hotel & Spa**, le 28 mai dernier. Parmi les 15 candidats, c'est **Aurélie Savasta**, exerçant au château de Bagnols Spa (69) ainsi qu'au spa des Suites de la Potinière (73), qui a été sacrée. **Angela Brunetto**, du Falconara Charming House & Resord Sabai Dee Spa (Italie), a reçu le Blue Diamond. **Susan Gierten**, de l'Alpenrose Residenz Spa (Autriche), et **Maud Hélène**, du Domaine de Verchant Spa (34), ont été récompensées par le White Diamond.

MARCHÉS PUBLICS

SYNDICAT MIXTE DEVE VESUBIE VALDEBLORE

APPEL PUBLIC À LA CONCURRENCE

Objet du marché : construction d'un centre thermal à Berthemont-les-Bains - réalisation de parement en pierres sur les façades sud du bâtiment et sur les murs de soutènement.

Lieu d'exécution : Berthemont-les-Bains

Caractéristiques principales : Critères d'attribution - Offre économiquement la plus avantageuse appréciée en fonction des critères énoncés ci-après : le prix : 70 % - la valeur technique : 30 %. Les entreprises devront posséder le certificat de qualification professionnel QUALIBAT 2171 : Taille et pose de pierres ou équivalent.

Renseignements complémentaires :

Cadam - 147 Bd du Mercantour Tour Jean Moulin - Bureau 604 - B.P. 3007 - 06201 Nice cedex 3
De 9h à 11h45 et 13h30 à 16h30
Tél. : 04 89 04 21 51 - Fax : 04 89 04 29 89

Date limite de réception des offres :

16 juin 2015, à 15h30

VILLE DE CARVIN

AVIS DE CONCOURS

Objet du marché : concours restreint sur "esquisse" + de maîtrise d'œuvre pour la construction d'un centre aquatique à Carvin

Lieu d'exécution : Ville de Carvin

Caractéristiques principales : Espaces intérieurs : un pôle accueil, un pôle d'annexes de services, un pôle d'annexes baigneurs, un pôle bassins, un pôle bien-être, un pôle technique. Espaces extérieurs solariums et espaces d'accès. Cet équipement totalisera environ 4 095 m² SDO et une surface extérieure d'environ 9 360 m². L'enveloppe financière prévisionnelle affectée aux travaux (hors option) par le maître d'ouvrage est estimée à 12,5 M€ HT (valeur janvier 2015).

Renseignements complémentaires :

Ville de Carvin, Hôtel de Ville, 1 rue Thibaut, à l'attention de M. Marc VAN-DAMME, F-62220 Carvin
Tél. : 03 21 74 76 00 - Fax : 03 21 74 76 01
Courriel : marc.vandamme@carvin.fr

Date limite de réception des offres :

26 juin 2015, à 17h00

VILLE DE SALLANCHES

AVIS DE CONCOURS

Objet du marché : concours de maîtrise d'œuvre en vue de la construction d'un centre aquatique à Sallanches

Lieu d'exécution : Ville de Sallanches

Caractéristiques principales : Surface prévisionnelle des constructions : 2931 m². Le projet s'inscrit dans une démarche environnementale et d'optimisation énergétique (hors certification HQE). L'enveloppe financière prévisionnelle affectée aux travaux est estimée à 8 700 000 euros HT, valeur avril 2015. Dates prévisionnelles : début des prestations - décembre 2015, commencement des travaux - mars 2017, livraison - février 2019.

Renseignements complémentaires :

Ville de Sallanches, 30 quai de l'Hôtel de Ville, 74700 Sallanches
Tél. : 04 50 91 27 27 - Fax : 04 50 91 27 28
Courriel : contact@sallanches.fr

Date limite de réception des offres :

30 juin 2015, à 12h00

Global Wellness Day

L'édition 2015 de la Journée mondiale du bien-être sera célébrée le 13 juin prochain dans des établissements partenaires situés dans plus de 50 pays tout autour du monde.

Initié par **Belgin Aksoy**, le **Global Wellness Day** est une journée entièrement dédiée au bien-être. La santé physique, le bien-être intérieur, l'activité physique ou encore l'alimentation sont les thématiques de cette journée qui a pour but d'éveiller la conscience du grand public quant à l'importance de l'adoption d'une qualité de vie saine. Des établissements du monde entier tels que des complexes de thalassothérapie, des hôtels, des day-spas ou encore des stations thermales ont planifié, pour la journée du **13 juin** prochain, des activités de bien-être diverses pour permettre au grand public d'en découvrir les **bénéfices**.

La genèse de l'initiative

Belgin Aksoy, directrice créative de Richmond International, a créé en 2012 un « Wellness Day », une journée portes ouvertes, renouvelée en 2014, au sein de **Richmond Nua** en Turquie. Désireuse de faire de cet événement local une manifestation internationale, elle a présenté son projet de journée mondiale du bien-être au cours du **Global Wellness Summit**, organisé en septembre dernier. Elle souhaitait en effet que la sensibilisation du grand public au bien-être soit plus conséquente, afin en particulier de lutter contre la dépression qui induit de nombreux problèmes de santé comme la malnutrition, le stress, le manque de sommeil ou encore l'inactivité.

Le Global Wellness Day est alors présenté avec le mantra « **Une journée peut changer votre vie entière** ». Plus de 40 ambassadeurs, répartis au niveau international, se sont mobilisés afin d'encourager les établissements et les professionnels du bien-être à rendre cette jour-

née possible. Le but des activités créées est de faire découvrir, le temps d'une journée, les bienfaits des massages ou encore d'activités de relaxation afin d'instaurer l'habitude, auprès du grand public, de « prendre soin de soi ».

Participation des acteurs du bien-être

Plus de **50 pays** célèbreront le Global Wellness Day, parmi lesquels la France, les États-Unis, l'Inde, le Japon, la Tunisie, la Suède ou encore l'Australie.

En France, **Jean-Guy de Gabriac**, ambassadeur Wellness France et Belgique, a bénéficié du soutien d'Atout France, de France Thalasso, de S.P.A.S., de Spa-A et du Label Spas de France, pour assurer une participation conséquente des professionnels du secteur. Plus de **trente établissements** en France proposeront des activités. Parmi eux : les complexes Relais Thalasso, Thalazur, Thalassa sea and spa, les Thermes Marins de Saint-Malo (35), Alliance Pornic (44), Carnac Thalasso Spa & Resort (56), Luchon Bien-être (31), Royatonic (63), le Spa du Château de Citeaux La Cueillette (21), le centre R-Révolution Santé (34), ou encore le Vichy Thermal Spa Les Célestins (03). Afin de créer des activités de bien-être, les **groupes hôteliers** comme Accor, Six Senses, Four Seasons, Peninsula ou encore Oetker Collection ont également mobilisé leur espace bien-être dans leurs établissements.

Côté **activités**, les établissements ont été libres de proposer celles qu'ils souhaitent, tout en restant en cohérence avec l'événement, ce qui donne lieu à un panel diversifié. Des ateliers de relaxation, des cours de massages, des séances de yoga ou de pilates, des animations de cuisine avec des professionnels de la nutrition ou encore des sessions d'aquabike seront proposés dans les différentes structures. ■

3 QUESTIONS À

Belgin Aksoy, Fondatrice du Global Wellness Day

Qu'attendez-vous de cette journée ?

Quand nous avons commencé ce projet, nous avons pour rêve d'atteindre chaque individu. Expliquer aux personnes qu'une bonne qualité de vie est possible reste un gros défi de nos jours. Selon de nombreuses études, la dépression est le principal problème de santé dans le monde et conduit à un manque de sommeil, une mauvaise alimentation ou encore des problèmes cardiaques. Pour surpasser ce problème et mener une vie saine, nous avons besoin d'un commencement inspirant. Ce commencement est le Global Wellness Day.

Comment avez-vous convaincu les professionnels du bien-être de coopérer ?

Plus de 40 ambassadeurs autour du monde, partageant la même vision du bien-être, ont rejoint le projet afin de s'investir pleinement dans cette initiative et mobiliser leur réseau. Ils proviennent de différents secteurs tels que la technologie médicale, le sport, la nutrition, les médias, le yoga, les complexes de bien-être ou encore le spa.

Souhaitez-vous pérenniser cette initiative ?

« Si tu veux que quelque chose dure quelques jours, plante des fleurs. Si tu veux que quelque chose dure des années, plante des arbres. Si tu veux que quelque chose dure une éternité, plante une idée. » La première fois que j'ai lu ces mots, ça a fait une étincelle dans mon esprit. Je souhaitais faire plus que d'agir en tant que professionnelle du bien-être. Désormais, nous avons une journée mondiale spécialement dédiée au bien-être et nous souhaitons continuer d'accroître la prise de conscience de l'importance du bien-vivre et ainsi participer au développement du regard des individus sur la santé.

www.globalwellnessday.org

FICHE TECHNIQUE

Ambassadeurs : Sammy Gharieni et Lutz Hertel (Allemagne), Karen Golden (Australie), Adrian Egger (Autriche), Rochele et Mariela Silveira (Brésil), Frank Pitsikalis (Canada), César Tejedor (Espagne), David Bollati (Italie), Robert Kirby et CK Low (Malaisie), Adilia Oliveira (Portugal), Reem Al Daghma (Qatar), Charlie

Thompson (Royaume-Uni), Elena Bogacheva (Russie), Sheetal Rastogi (Singapour).

Marques de cosmétiques participantes : Aromatherapy Associates, Biologique Recherche, Bliss, Cinq Mondes, Clarins, Comfort Zone, ESPA, Guerlain, Natura Bisse, Steiner, Thalgo, Therae.