

3	COMMUNICATION	4	JURIDIQUE	5	SANTÉ & RECHERCHE	6	STRATÉGIE	8	INNOVATION	12	ZOOM
	Les européens et la consommation		Patrimoine thermal transfrontalier Focus : questions parlementaires		Arthrose du genou : le bénéfice de la marche PRISE, protéines et exercices		Étude : les seniors de 2020 Spa : L'Oréal entre sur le marché		Valkee, les écouteurs de luminothérapie Goria, plateforme web de santé et bien-être		Thermes de Saubusse

CARTE BLANCHE À

Michel Bontemps, Responsable de l'édition, L'Officiel du Thermalisme

Le thermalisme a considérablement évolué ces dix dernières années. Une décennie durant laquelle s'est effectuée une rénovation sans précédent des installations thermales. De cette thérapeutique ancrée dans la culture médicale, les professionnels ont su tirer le meilleur, adaptant les pratiques aux nouvelles pathologies et développant des soins « sur mesure » à côté des cures classiques. C'est pour saluer toutes ces initiatives que L'Officiel du thermalisme a souhaité témoigner du dynamisme du secteur en donnant la parole à tous ses acteurs.

Conçu pour les curistes et les médecins, cet annuaire didactique et exhaustif reflètera le paysage thermal de la France, zoomant sur les innovations et les avancées médicales. Nous avons voulu associer à cette démarche éditoriale tous les responsables d'établissement, les élus, les offices du tourisme, les médecins thermaux et les associations de patients qui œuvrent au quotidien pour pérenniser le modèle thermal français. Un modèle qui est aujourd'hui en première ligne en Europe servant bien souvent de référence tant sur le plan médical, social et économique. Un chapitre de l'Officiel du Thermalisme y sera consacré. Le curiste est de plus en plus partie prenante de son parcours santé mais les moyens d'information dont il dispose ne sont pas adéquats et souvent les mises à jour laissent à désirer. C'est pour palier ces déficits de communication, que nous avons souhaité de façon sérieuse et ludique faire le point sur les avancées médicales, les études, les nouveautés – telles que les mini-cures et bien entendu les modalités de prise en charge. La plupart des professionnels ne s'y sont pas trompés et nous vous remercions d'ores et déjà pour le bon accueil que vous avez réservé à notre équipe. Une équipe qui se réjouit tous les jours de ce retour aux sources.

Le bien-être durable : baromètre 2014

Alors que l'alimentation demeure un facteur déterminant contribuant au bien-être, les Français sont de plus en plus regardants vis-à-vis du contrôle qui s'exerce les produits dédiés à la santé.

Ipsos et Link-Up, agence de conseil en stratégie d'adhésion, ont publié la deuxième édition du « **Baromètre du bien-être durable** ». Les résultats de l'enquête réalisée auprès de 1 002 personnes âgées de 18 ans et plus montrent que pour les Français le bien-être est un élément durable dont ils sont les acteurs. En revanche, ils considèrent que ce ne sont pas les acteurs privés qui les aideront le plus dans cette démarche.

Les éléments contribuant au bien-être 88 % des Français estiment que les **instances publiques** ont un rôle à jouer pour le bien-être durable des individus. Viennent en tête : les hôpitaux, les médecins, la science, la ville et la région, l'école, l'État ainsi que la justice. La contribution des acteurs privés est bien moins reconnue puisque seules 46 % des personnes sondées comptent sur leurs actions pour améliorer leur bien-être à long terme. La reconnaissance des marques et entreprises est cependant en hausse par rapport à 2013 (+8 points).

Le classement des **secteurs contributeurs** du bien-être, reste inchangé : l'alimentation arrive en tête (59 %, pas de variation), devant les loisirs (57 %, +12 points), les transports, (+7 points), les produits technologiques, (- 4 points) et les cosmétiques (+2 points) avec 52 %.

Concernant les **leviers d'adhésion** aux marques, la fiabilité et la confiance demeurent prédominantes, mais l'étude montre une progression de certaines dimensions nouvelles : les consommateurs recherchent des marques plus humaines (+8 points), attentionnées (+7 points), cohérentes (+6 points), respectueuses (+5 points), sincères (+5 points), sympathiques (+5 points).

Les facteurs de choix

Cette seconde édition s'est attachée à comprendre les différents facteurs pris en compte lors du choix des consommateurs, au-delà du « contrat de base ». Pour ce faire, Ipsos a étudié trois secteurs : **l'alimentation**, **la distribution** et **les cosmétiques**. Pour chacun, l'étude a comparé les facteurs-clés d'adhésion aux acteurs du secteur en général à ceux portant sur la marque préférée dans le secteur. Les écarts relevés ont permis de voir émerger trois principaux facteurs de choix lors de l'acte d'achat : le contrôle sur la provenance des matières premières, une attente d'information crédible et compréhensible, et une prise en compte des effets des produits sur la santé.

Ces attentes sont très marquées dans le secteur de l'alimentaire où se sont succédées des crises particulièrement anxieuses pour le consommateur. Elles le sont aussi, mais avec moins d'ampleur, dans la distribution, où les attentes sont les mêmes, qu'il s'agisse de marques distributeurs ou de grandes marques. Enfin, le constat est le même dans l'industrie cosmétique, où ces trois thématiques émergent clairement dans la hiérarchie que dresse le consommateur.

Si **33 %** des Français déclarent avoir déjà boycotté un produit ou un service parce que la marque proposait un mauvais rapport qualité-prix, ils sont 21 % à le faire si celle-ci propose des produits sans bien connaître les effets sur la santé ou n'est pas suffisamment transparente sur les composants/ingrédients de ses produits/services (les deux critères arrivent en 3^e position). Et ce, bien avant le fait de surprendre de l'innovation, qui n'arrive qu'en 11^e position avec 15 %. ■

À LIRE

Un guide du Qi gong

Les éditions Eyrolles viennent de publier un ouvrage de **Philippe Gouédard** entièrement dédié au Qi gong, qui vise à offrir aux lecteurs un moyen de retrouver leur énergie physique doublée d'une harmonie spirituelle. Abordé comme un guide, le livre présente des conseils et des programmes d'exercices quotidiens commentés par l'auteur pour en faciliter la compréhension au plus grand nombre.

L'aventure thermale, acte II

Après avoir publié en 2011, *Dax et les Milliès-Lacroix, l'aventure thermale*, aux éditions d'Albret, l'historien **Hubert Delpont** revient avec une suite intitulée *Dax, Robert Junca, Yves Goussebaire-Dupin. L'aventure thermale - Acte II*. Sortie en juin chez le même éditeur, l'auteur poursuit son exploration de l'**histoire thermale** de **Dax** et des hommes qui l'ont façonnée. Ainsi revient-il sur les parcours de **Robert Junca** et **Yves Goussebaire** qui ont œuvré dans les années 70 au positionnement de Dax comme la 1^{ère} station thermale de France. Le premier est le fondateur du groupe Thermadour avec notamment les centres d'une nouvelle génération, Caliceo, tandis que le second a été le premier maire à œuvrer pour la promotion touristique de la ville par la publicité.

AGENDA

8 et 19 juillet 2014

Londres (Royaume-Uni)

FITPRO LIVE

Fitprolive 2014, convention d'éducation fitness, se déroulera au centre de congrès Excel London. Le thème sera « Break The Rules » (enfreindre les règles, NDLR).

Rens. : www.fitpro.com/live14

26 juillet 2014

Fiuggi (Italie)

6^e CAFES DE L'EUROPE

Le Café de l'Europe de Fiuggi aura lieu durant le Fiuggi Family Film Festival. La table-ronde sera basée sur l'histoire du cinéma italien et international. Le débat sera accompagné par des reproductions de publicités thermales célèbres de la ville de Fiuggi faites par des artistes et des cinéastes.

Rens. : www.sources-of-culture.com

Du 27 au 30 août 2014

Jakarta (Indonésie)

INDO BEAUTY EXPO

La 6^e édition d'Indobeauty Expo présentera cosmétiques, soins de la peau, parfums et produits pour cheveux, équipement et technologie d'emballage.

Rens. : <http://indobeautyexpo.com>

Du 31 août au 1^{er} septembre 2014

Francfort (Allemagne)

ON BEAUTY - ORGANIC & NATURAL COSMETICS EXPO

Cet événement présente les innovations en cosmétiques biologiques et naturels. Il réunit marques de luxe, acheteurs, vendeurs et distributeurs spécialisés dans les cosmétiques naturels.

Rens. : www.on-beauty.com

Du 8 au 11 septembre 2014

Karlovy Vary (République Tchèque)

MINWAT 2014

Cette conférence multidisciplinaire internationale traitera de l'eau minérale et de son utilisation. La préoccupation principale de l'évènement sera la préservation des ressources. Sera également abordée l'utilisation de l'eau minérale dans l'alimentation des enfants et bébés.

Rens. : <http://minwat2014.vuv.cz>

Du 9 au 11 septembre 2014

Paris (France)

SPAMEETING PARIS

Spameeting, événement organisé par Beyond Beauty Events, réunit porteurs de projets spa et distributeurs locaux avec des fournisseurs de l'industrie du spa et du bien-être.

Rens. : www.spameeting.com

AQUÆ
L'OFFICIEL THERMALISME THALASSO & SPA

Publié un mardi sur deux
N°44 du 8 juillet 2014

Éditeur :

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

Directeur de la publication :

Marie MORANI

Conseiller éditorial :

Jean-Michel AUDINEAU

Rédacteur honoraire :

Didier BOROTRA

Rédacteur :

Maxime POUÉY

Relecture :

Nathalie SCHLACHTER

Maquette :

Fabien GOCZALECK/ d-clic.fr

Abonnements & Annonces :

Carine SARRIQUET - Laurent CHUISA

Impression :

Imprimé en France par DUPLI-PRINT
2 rue Descartes - 95330 DOMONT
Dépôt légal à parution
Commission paritaire : 1114 T 91568
ISSN : 2262-5623

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

AQUÆ
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 : sarriquet@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

Le mensuel **TÊTU** vient de créer les « **Prix de la beauté masculine** ». Le magazine masculin est le premier en France à récompenser la créativité du monde de la cosmétique, du parfum et du soin pour homme. Les prix seront décernés le **22 octobre 2014** à Paris et dévoilés dans le numéro de novembre. Le jury composé de 7 membres récompensera autant de catégories que : visage, rasage, high-tech, parfum, cheveux, corps et innovation.

L'**OCDE** a lancé le 24 juin dernier un **site** sur le **bien-être régional** dans ses 34 pays membres. Basé sur une carte interactive et une notation sur dix, il compare **362 régions** à travers le monde et note **huit critères** différents : le revenu, la santé, la sécurité, l'accès aux services, l'engagement civique, l'éducation, l'emploi et l'environnement. Ces différents thèmes se basent sur le revenu des ménages, l'espérance de vie, le taux de mortalité, le taux d'homicides, l'accès aux services à haut débit, le taux de participation aux élections, le niveau d'éducation, le taux d'emploi, le taux de chômage et la pollution de l'air.

Les **Blue, White et Black Diamonds Awards 2014** ont été décernés le 19 juin dernier lors du **Forum HOTel&Spa** au Four Seasons George V, à Paris (75). Ces trophées récompensent chaque année les compétences des spas managers en hôtellerie de luxe. Le « **Black Diamonds Award** », récompensant le meilleur spa manager de l'année, a été décerné à **Estelle Gomes**, responsable du spa du Chalet RoyalAlp Hôtel à Villars (Suisse). La cérémonie a également récompensé par un « **Blue Diamond** » **Mélina Pourcel** et **Sven Greie**, et par un « **White Diamond** » **Ines Waschel** et **Adilia Oliveira**.

Cosmétique : une étude sur le référencement payant

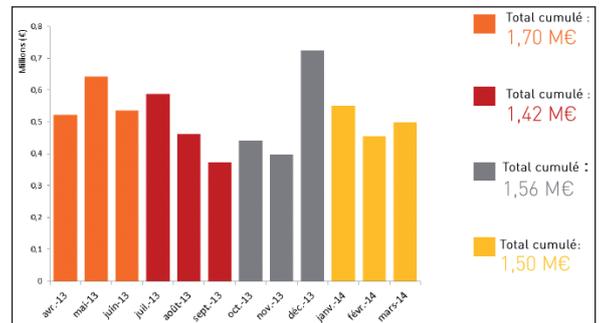
Une société d'étude a récemment publié une enquête présentant les investissements en référencement payant des acteurs du marché beauté et cosmétiques.

Kantar Media, filiale dédiée au conseil, aux études de marché et marketing du groupe WPP, a publié en mars 2014 une étude sur le **Paid Search** (référencement payant) en beauté cosmétique. Elle y présente les investissements réalisés sur le réseau de recherche Google France, depuis la France, sur ordinateur et tablette.

Entre avril 2013 et mars 2014, **6,1 M€** ont été investis en SEA (Search Engine Advertising) sur le secteur beauté et cosmétique, chanel.com étant le plus gros investisseur

avec 41 K€, devant loreal-paris.fr – 25 K€ – et yves-rocher.fr – 21 K€. Ces trois domaines se retrouvent respectivement à la quatrième, troisième et première place en ce qui concerne les impressions avec 1,12, 1,16 et 1,43 millions d'impressions (vues). Le top 100 des plus gros investisseurs en SEA a investi en moyenne 4,6 K€ et a reçu 260 068 impressions durant la période d'analyse. ■

L'étude sur aquae-officiel.fr



Évolution des investissements Paid Search © Kantar Media

La cosmétique bio selon Maboiteabeaute.com et Cosmebio

Les marques spécialisées dans la cosmétique bio cherchent à moderniser leur image en intégrant de nouveaux canaux de distribution, notamment les Beauty Box.

Le marché français de la **cosmétique bio**, qui pèse actuellement **350 M€**, connaît depuis 2005 une croissance de **+25 % par an**. L'offre, qui a longtemps été dominée par des PME pionnières et engagées, se différencie aujourd'hui selon la cible : d'un côté des marques classiques vendues en magasins spécialisés à l'attention de la clientèle existante, et de l'autre côté des produits démocratisés et accessibles en grandes et moyennes surfaces pour les nouveaux consommateurs. Ces marques classiques cherchent par conséquent à se moderniser en adoptant un positionnement différenciant la marque par le produit ainsi que par ses canaux de distribution.

La prochaine édition de **Maboiteabeaute.com** – qui propose tous les deux mois une sélection de cosmétiques en format vente et articulée autour d'un thème – sera la première boîte beauté 100 % biologique en France. Issue d'un partenariat avec **Cosmebio**, Association Professionnels de Cosmétique Ecologique et Biologique qui a mis en place une charte qualité identifiée par un label, elle comprendra une sélection de produits, tous labélisés et conformes à la charte Cosmebio. Baptisée « **La Naturelle** », elle sera en prévente dès le 20 juillet jusqu'à la fin du mois d'août sur le site officiel, et sera déclinée en trois sélections d'au moins 7 produits chacune : une boîte « féminine » – offrant un kit complet de cosmétiques –, une boîte « soins » – pour les femmes à la peau mature –, et une boîte « familiale » – contenant des cosmétiques hommes, femmes et enfants.

Pour accroître sa visibilité, « **La Naturelle** » sera ensuite présentée au salon **Beyond Beauty** qui se tiendra du 9 au 11 septembre 2014 à Paris (75) et fera l'objet d'un concours sur la page **facebook** de Cosmebio du 5 au 19 septembre. ■

MARKETING

Caroline Marcoux, gérante de la société de conseil Coach Omnium & Spa et auteur spécialisée dans le secteur spa pour le Blog des Experts sur lhotellerie-restauration.fr, dresse dans sa rubrique « **Check-list pour ouvrir un spa** » une série de conseils pour l'ouverture d'un établissement. Le dernier en date concerne la **carte des**

soins. Selon elle, celle-ci doit être conçue comme celle d'un restaurant, avec la base de la carte, les forfaits à thèmes, et le soin mis à l'honneur. Elle doit être relativement courte avec une moyenne d'environ 6 soins visage, 6 soins corps, une dizaine de massages et 4 forfaits. Une telle conception permet aux hôtesses et aux

esthéticiennes de connaître parfaitement la carte. Ainsi le client n'est pas confronté à une multitude de soins et peut alors en discerner les différences. Enfin, une carte courte régulièrement renouvelée, fidélise la clientèle cherchant nouveauté et découverte. C'est également l'occasion de lancer une campagne de communication.

Suite à un **audit** conduit en juin par le cabinet William Terry Conseil (40), **les spas thermaux de Salies-de-Béarn** (64) et de **Chaudes-Aigues** (15) ont reçu début juillet un avis favorable pour recevoir la certification **AQUA-CERT Spa thermal**. Attribué pour la première fois, ce référentiel est délivré aux établissements utilisant de l'eau minérale naturelle (traitée ou non) dans les soins d'eau individuels et les principaux bassins collectifs. Il impose également des exigences relatives à la qualité d'accueil et des prestations de service à la clientèle, à la maîtrise technique et organisationnelle du risque sanitaire, à la traçabilité des produits cosmétiques utilisés en soins esthétiques.

Le **Label Spa de France**[®] se développe au profit du Maroc et lance sur le même principe, un **Label Spa du Maroc**[®] dont l'annonce a été faite à Agadir au salon international du spa et du bien-être qui s'est tenu les 19 et 20 juin derniers. Également porté par **Christophe Gatteau**, ce nouveau référentiel est encadré par une charte de qualité identique à celle appliquée en France, laquelle prend en compte 20 critères répartis en 4 engagements : l'accueil et la prise en charge de la clientèle ; le décor et le confort du centre ; les équipements et les installations ; le personnel et les soins. Côté audit, les visites sont effectuées par un partenaire marocain implanté dans le secteur du spa et thalasso, avec un contrôle qualité annuel effectué par Spas de France[®].

L'assouplissement de la loi Littoral, votée en 1986, est demandé fréquemment par des maires, dont les projets de développement sont contrariés par les contraintes réglementaires lourdes imposées par ce texte et souvent accentuée par la jurisprudence. Un **rapport parlementaire** remis fin janvier (Aqua[®] n°34), a estimé que si la loi a « incontestablement et heureusement freiné le bétonnage des côtes, il conviendrait d'en confier l'interprétation aux « élus locaux », demande soutenue par les associations de maires et des communes littorales. Mais selon un sondage Ifop publié le 17 juin dans le quotidien Sud-Ouest, ce n'est pas l'avis des Français qui estiment à **91 %** qu'il faut maintenir la loi en l'état, pour protéger les rivages et préserver les espaces naturels. Seuls 9 % approuvent l'assouplissement visant à soutenir l'activité économique.

Hausse des taxes de séjours

L'Assemblée nationale a voté le 26 juin, sur amendement parlementaire à la loi Finance rectificative, une **augmentation** du plafond de la **taxe de séjour**, porté de 1,5 euro à **8 euros**, par nuit et par personne. Le montant de cette charge qui dépend de la classification de l'hébergement est fixé dans le cadre du plafond arrêté par la loi par le conseil municipal de chaque commune. Cette nouvelle hausse souhaitée par les parlementaires s'est également accompagnée de la création d'une taxe additionnelle de 2 euros par nuit et par personne en Île-de-France pour financer les transports franciliens. Les professionnels de tourisme, notamment représentés par l'**UMIH** (Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie) et le **GNI** (groupement national des indépendants), déplorent le manque de concertation et de cohérence dans des taxes qui toucheront principalement les hôteliers qui font face à une « concurrence déloyale » des meublés touristiques en forte croissance. Des membres du gouvernement se sont également désolidarisés de ces amendements comme **Laurent Fabius**, ministre des Affaires étrangères qui en conteste le fondement. Une réponse définitive quant à l'avenir de ces deux amendements devrait être apportée après la **navette parlementaire** fin juillet. ■

Conformité - Accessibilité : de nouveaux délais

Par un ultime vote à l'Assemblée nationale le 26 juin dernier, le Parlement a définitivement adopté le **projet de loi** qui autorise le gouvernement à légiférer par **ordonnance** sur de nouveaux délais pour la mise en conformité de l'accessibilité aux personnes handicapées des établissements privés et publics recevant du public, des bâtiments administratifs des transports publics et de la voirie.

La loi de 2005 avait fixé comme date limite de mise aux normes l'année 2015 et prévoyait des sanctions pénales en cas de non-respect. Des difficultés majeures étaient nées par rapport à ce délai, par suite de l'importance considérable des travaux à mettre en œuvre, de leur coût, et de leur financement. À ce jour, sur 2 millions d'établissements concernés, seuls **33 000**, soit 15 % ont fait l'objet de travaux d'ensemble ou partiels.

Le nouveau texte fixe un délai de 3 à 9 ans supplémentaires, mais impose pour cet allongement, le dépôt d'« **Ad'ap** » – agendas d'accessibilités programmés (Aqua[®] n°35) –, détaillant un calendrier précis des travaux correspondants. ■

Un passeport européen pour le secteur hôtellerie

Le commissaire européen à l'Emploi, aux Affaires sociales et à l'Inclusion, **László Andor**, a lancé le 17 juin dernier, le passeport européen de compétences en hôtellerie-restauration. L'objectif recherché est de créer un outil pratique pour la promotion de la **mobilité** des travailleurs européens, en particulier des jeunes, dans un secteur bénéficiant d'un potentiel de croissance élevé.

Concrètement, il doit permettre aux employeurs et aux travailleurs de surmonter les barrières linguistiques et de donner aux premiers la possibilité de comparer les compétences des seconds. Les travailleurs peuvent ainsi enregistrer sous une forme facilement exploitable toutes les aptitudes et compétences qu'ils ont accumulées pendant leurs études, leur formation, et leur expérience professionnelle. Sorte de complément au CV traditionnel, il doit contribuer à une meilleure adéquation entre l'offre et la demande sur le marché du travail dans l'hôtellerie.

Dans un contexte européen où le taux de chômage des moins de 25 ans atteint **22,5 %**, soit plus de 5 millions de chômeurs, la Commission a souhaité développer une aide dans un secteur qui apporte des opportunités professionnelles à cette tranche de la population. Pour justifier de son action, elle s'est appuyée sur les résultats d'une étude publiée fin 2013 et réalisée à l'échelle européenne qui démontre que le secteur de l'hôtellerie joue un rôle majeur dans la lutte contre le chômage des jeunes, qu'il était essentiel à l'emploi et à la croissance, mais aussi à la bonne santé d'autres secteurs.

Pour promouvoir le lancement du passeport de compétences, la Commission européenne, l'**HOTREC**, organisme de coordinations représentant les hôtels, restaurants, cafés et l'**EFFAT**, Fédération européenne des syndicats de l'alimentation, de l'agriculture et du tourisme, qui ont participé à sa mise au point, organisent, du 23 au 27 juin 2014, une **semaine thématique** sur le passeport européen de compétences en hôtellerie-restauration. ■

La prévention, une priorité gouvernementale

La ministre de la Santé, Marisol Touraine, a présenté les grands axes du **projet de loi de santé** qui sera soumis au Conseil des Ministres en septembre prochain, pour examen au Parlement début 2015.

La prévention constitue une priorité du projet de loi. Elle sera abordée selon deux axes : la jeunesse et les personnes fragiles et précaires. L'ambition est de mettre en place un **parcours préventif en santé**, de la maternelle aux lycées, une information sur la qualité nutritionnelle des produits alimentaires industriels, un plan de réduction du tabagisme, l'accès sans condition à la contraception d'urgence pour les jeunes mineures, la réduction des risques en milieu carcéral, la création d'un institut pour la prévention, la veille et l'intervention en santé publique, etc.

Le projet de loi entend par ailleurs, organiser un **service territorial** de santé et la généralisation progressive du tiers payant à partir de 2015. L'Assurance maladie sera l'interlocuteur privilégié des médecins, pour cette mesure déjà annoncée.

Enfin, la loi entend rénover le service public hospitalier, sous la forme d'un « bloc d'obligations » : accueil, prise en charge, délai d'attente limité, égalité d'accès aux soins, Le **caractère médical** de la **gouvernance** serait conforté. Les conditions de l'exercice libéral à l'hôpital et de l'intérim médical seront « clarifiées ». Les groupements hospitaliers de territoire deviendront obligatoires afin de **mutualiser** l'information, la formation initiale, les achats et d'une manière générale les fonctions supports. ■

L'Anses et les aliments enrichis en phytostérols

La réglementation communautaire autorise l'utilisation sur l'étiquetage des produits enrichis en phytostérols d'une allégation indiquant d'une part que les phytostérols diminuent le cholestérol sanguin et d'autre part que diminuer le cholestérol sanguin peut réduire le risque de maladies cardiovasculaires. Suite aux interrogations de l'Association de consommateurs **UFC-Que choisir**, l'Anses a publié, le 25 juin, un **avis** et un **rapport** sur cette question. Ces produits se concentrent principalement sur trois secteurs : les margarines, les produits laitiers frais et les sauces condimentaires. Si les phytostérols contribuent en effet à une réduction moyenne d'environ 10 % de la cholestérolémie totale et du « mauvais cholestérol », l'effet est très variable d'une personne à l'autre et ne peut donc être généralisé. Par ailleurs, d'autres effets ont été observés, dont les conséquences sur les risques cardiovasculaires sont inconnues ou suspectes.

Devant ces incertitudes, l'Anses estime qu'il n'est pas possible de considérer les aliments enrichis en phytostérols comme un moyen approprié de prévention des maladies cardiovasculaires et recommande :

- aux personnes préoccupées par leur taux de cholestérol de consulter un professionnel de santé pour connaître les **mesures hygiéno-diététiques** les plus adaptées ;
- aux consommateurs de produits enrichis en phytostérols de respecter les conseils du **Programme national nutrition santé** (PNNS) en fruits et légumes ;
- d'éviter la consommation de produits enrichis en phytostérols par les enfants ainsi que par les femmes enceintes et allaitantes. ■

L'avis et le rapport aqua-officiel.fr

La **direction générale de l'offre de soins** (DGOS) a publié le 15 mai dernier un **avis suspensif**, établi à l'unanimité par ses membres, qui relève la **non-conformité** de la Maison d'enfants du **Lys** à Luchon (65) et de celle de **Mary Jan** à Cauterets (65). Suite à cette décision, l'**ARS Midi-Pyrénées** a notifié aux structures concernées l'arrêt du remboursement des séjours d'enfants, souffrant d'affections ORL. Elle leur a également rappelé que ce déremboursement concerne l'hébergement, l'accompagnement et les activités de loisirs. Une décision du ministère de la santé doit être apportée dans les 6 mois.

Le **prix Nutridor**, qui récompense chaque année, la communication santé/nutrition et le développement de nouveaux produits nutritionnels, a été remis le 10 juin dernier à cinq sociétés : **My Terrailon** dans le domaine de la « Nutrition et Technologie » pour sa gamme connectée (balances, impédancemètre, tensiomètre) ; **Le p'tit toqué** dans la catégorie « Nutrition et Éducation » pour son jeu de cartes qui permet d'apprendre l'équilibre alimentaire et l'activité physique à partir de 7 ans ; **Neptune** dans la catégorie « Industrie agroalimentaire » récompensée pour la meilleure communication nutritionnelle (Rozana, Vichy Célestins, St Yorre, Courmayeur, Saint Antonin). Enfin, en « Innovations produits », deux ont été distingués : **Limicol** pour son complément alimentaire anti-cholestérol qui a obtenu – et pour la première fois – l'allégation EFSA « efficacité avec prévention d'une pathologie » et **St Hubert Oméga 3 Sans Sel**, qui s'inscrit également dans la lutte contre le risque cardiovasculaire.

SOIN

Les centres de thalasso **Thalacap Catalogne** (66) et **Thalacap Ile de Ré** (17) ont ajouté en juin dernier à leur carte de soins, deux nouvelles cures qui utilisent les propriétés de l'huile de **Magnésium Marin Thalion**. Mis au point par le groupe breton de cosmétique, Thalion, ce nouveau produit possède la particularité d'être très concentrée en Mg2+. Une particularité qui lui conférerait, d'après son concepteur, une pénétration

dix fois supérieure en application sur la peau par massage, sous un enveloppement ou additionnée à un bain bouillonnant, qu'une prise par voie orale. Bénéficiant d'une utilisation en avant-première jusqu'en janvier 2015, les deux établissements ont développés deux programmes : la « **cure No Stress** » et la « **cure Dos et Articulations** ». Proposées sur cinq jours, elles se composent chacune de 4 soins par jour

comprenant modelages, bains bouillonnants et enveloppements. Des formules en court-séjour ont également été élaborées comme l'« **Escale à l'huile de Magnésium Marin** » qui propose 4 soins sur 1 ou 2 nuits en semaine ou en week-end ainsi que le « **Cocktail de soin à l'huile de Magnésium Marin** » associé à la Cure Liberté et qui offre trois soins prodigués en journée ou en demi-journée thalasso.

L'Hôtel Royal 5* d'Evian a rouvert ses portes le 1^{er} juillet 2014 après 9 mois de **rénovation**. Les travaux se sont concentrés sur la création en rez-de-jardin d'un nouveau centre de conférences pour libérer le sixième étage et y installer des suites privées. Ont également été restaurés 75 chambres et les espaces communs : bars, restaurants, boutiques et autres salons. L'autre moitié de l'inventaire des chambres fera l'objet d'une rénovation en 2015 pour un total de 150 logements. Le spa qui n'a pour l'instant pas été concerné par les nouveaux aménagements, devrait bientôt l'être et créé selon le concept **Evian spa** (Aquaë Panorama #2).

La **SLIH** (Société Lilloise d'Investissement hôtelier) qui possède actuellement dix hôtels, représentant 32 M€ de chiffre d'affaires et près de 400 salariés, s'est positionnée pour exploiter à partir du printemps 2016 l'ancien **hôpital militaire de Valenciennes** (59). Ce projet de **80 M€** porté par Vauban Finances occupera une superficie de 11 000 m², dont un spa de 1 300 m². L'établissement, qui emploiera une cinquantaine de salariés, intégrera également un centre de congrès et comptera 80 chambres.

Le groupe **Dubreuil**, propriétaire de la franchise relais Thalasso, a inauguré le 12 juin dernier deux hôtels aménagés en combo-hôtel à **Olonne-sur-Mer** (85) : Ibis Style – 50 chambres –, et Ibis Budget – 70 chambres. Ces nouveaux établissements, qui ont nécessité un investissement de près de 7 M€, ont généré la création de 12 emplois directs, complétés par du personnel supplémentaire en période de haute saison. Le groupe cherche à conforter ses positions sur la côte vendéenne où il est positionné sur le créneau des 4 étoiles, avec deux hôtels Mercure, l'un à La Roche-sur-Yon et l'autre aux Sables-d'Olonne.

SequoiaSoft se développe

L'éditeur des logiciels de gestion Homing, Nymphéa et Resalys poursuit son projet de développement qui a pour but de le positionner comme le leader français du secteur.

Spécialisé dans les solutions informatiques pour les professionnels du tourisme et du bien-être, SequoiaSoft, société fondée et dirigée par Patrice Guyot, a récemment procédé à une levée de fond de **5 M€** auprès des fonds d'investissements français Midi Capital et XAnge (filiale parisienne de la Banque Postale). L'objectif de l'opération : lui permettre de devenir la référence sur le marché mondial des solutions IT (Information Technology), à destination des acteurs du marché de l'hospitality et wellness dont le potentiel est estimé à plus de 10 Md€ avec une croissance annuelle supérieure à 10 %.

Pour y parvenir, la société accélère son développement en rachetant le 18 juin dernier de la branche **CHR** (Café, Hôtels et Restaurants) de **Cegid** - éditeur français de logiciels de gestion. Effective depuis le 1^{er} juillet dernier, cette opération-fusion devrait permettre à l'entreprise de Patrice Guyot d'asseoir sa place sur le marché de l'hospitality et wellness avec un chiffre d'affaires de **10 M€**, 80 collaborateurs et 2 000 sites en exploitation.

Né en 2010 du rapprochement entre ADN-informatique (créé en 1980) et Softbooking (créé en 2005), SequoiaSoft prévoit de doubler son chiffre d'affaires de 2013 (5,7 M€) pour atteindre **10,9 millions** en 2014. ■

Un médi-spa dédié à la mécano-stimulation

LPG Systems vient de créer le premier centre d'accompagnement en pré et post-opération chirurgicale, et de formation aux techniques de mécano-stimulation.

Laclinic-Montreux et LPG Systems ont annoncé l'ouverture du premier **Centre LPG International** au sein de la clinique suisse de chirurgie esthétique. Positionné comme un **médi-spa**, le centre appliquera de nouveaux protocoles de soin développés conjointement pour la médecine esthétique et l'accompagnement de traitements chirurgicaux.

Après dix ans de partenariat, le concepteur et producteur de technologies professionnelles pour le traitement et les soins esthétiques, notamment spécialisé dans la **mécano-stimulation**, et la clinique esthétique ont constaté que cette technique de drainage aux vertus analgésiques permet une action bénéfique sur les hématomes, les œdèmes, les cicatrices, et provoque également des effets rajeunissants sur la peau. Elle sera appliquée à des actes de médecine esthétique comme à des soins pré et post-opératoires.

Le Centre LPG offre aux patients de Laclinic un espace d'environ **60 m²** équipé des technologies Cellu M6 Endermolab 2 pour les soins corps et visage, Mobilift M6 dédié exclusivement aux traitements visage et Huber Motion Lab, dédié à la rééducation ostéo-articulaire et musculaire. Ce centre servira également à la formation en médecine et chirurgie esthétique et aux techniques de mécano-stimulation. ■

MOUVEMENT

Les associations **Thermauvergne** et **La Route des Villes d'Eaux** ont procédé à l'élection de leurs présidents le 16 juin dernier. **Danielle Faure-Imbert** – médecin thermal, présidente de la SEM Château développement et maire adjointe de Chatel-Guyon – a succédé à Christian Corne à la tête de Thermauvergne. **Jean-François Dubourg** a été reconduit dans ses fonctions de président de La Route des Villes d'Eaux.

Sammy Gharieni vient de créer une nouvelle succursale de la marque portant son nom au Moyen-Orient, **Gharieni Middle-East DMCC**. Basé à Dubai (Qatar), il en prend la **Direction générale** – fin juillet – afin d'en assurer la distribution et la représentation dans la région. Il a créé le groupe Gharieni spécialisé dans la conception de table de massage haut de gamme en 1991 dont il est à la tête depuis.

Katia Schaffhauser a été nommée Spa manager de l'espace bien-être de 1 800 m² de l'hôtel **Peninsula Paris** (75). Auparavant, elle avait œuvré pour l'Hôtel Ermitage d'Evian pour lequel elle avait mis au point un concept de soin avant de rejoindre en 2006 le palace biarrois, de l'hôtel du Palais (64), pour occuper jusqu'en 2013 le poste de directrice du Spa Imperial placé sous enseigne Guerlain.

Amat H&B s'implante sur le secteur du spa

La société Amat H&B se spécialise dans l'exploitation de spas avec la signature début 2014 de deux contrats avec le Blu spa de Toulouse et six spas Odalys.

Fondée en 2012, **Amat H&B**, société de consultants et opérateurs spa, confirme au premier semestre 2014 son implantation sur le secteur du spa. Après avoir signé pour la gestion du **Blu Spa** de l'hôtel Radisson Blu de Toulouse (31) en 1^{er} mai dernier, l'entreprise de **Judith** et **Nicolas Amat** vient de sceller un contrat d'exploitation avec les six spas **Odalys Bien-être**, numéro deux de l'hébergement touristique en France (derrière Pierre & Vacances) avec 328 résidences.

Les établissements concernés sont : Ferney Voltaire (Genève, Suisse), Guidel (56), Argelès sur Mer (66), Cabriès (Aix en Provence, 13), Cauterets (64) et Flaine (74) qui a ouvert le 1er juillet dernier. Tous implantés dans des établissements 3* ou 4*, ils occupent des surfaces variant de 170 à 1200 m² et sont équipés au minimum d'un bassin de relaxation, d'un hammam et de deux salles de soin. Côté soins, Amat H&B a développé des partenariats avec les marques **Sothys**, **Phytomer**, **Pure Altitude**, **Yonka for Men** et **Nohèm**.

À ce jour, Amat H&B compte 8 spas en gestion et une trentaine de collaborateurs. ■

Un nouveau palace à Paris

Le premier hôtel Peninsula en Europe ouvre cet été ses portes à Paris au sein de l'ancien hôtel Majestic.

Le 1^{er} août prochain ouvrira l'hôtel **The Peninsula Paris 5*** (75). Le projet mis en œuvre, il y a sept ans, est financé à 80 % par les Qataris de **Katara Hospitality**. Un fond d'investissement qui possède des établissements au Qatar, à Singapour, aux Maldives, en Suisse, en France, en Italie, en Egypte, au Maroc, en Gambie et aux Comores, et qui exploite également ses propres enseignes : The Bürgenstock Selection et Merweb Hotels.

Construit en 1908 par **Armand Sibien**, le bâtiment qui a notamment abrité l'hôtel Majestic, le siège de l'Unesco, et le centre international de conférences du Ministère français des Affaires étrangères, aborde une nouvelle vie sous l'enseigne asiatique.

L'hôtel s'étendra sur 30 000 m², répartis sur six étages et quatre niveaux en sous-sol, dont un parking pouvant accueillir 57 véhicules. Il comptera 200 chambres dont 34 suites, parmi lesquels cinq disposants de leur propre jardin, six espaces de restauration, un salon de réception et des salles de réunion. Le **spa Peninsula**, situé en sous-sol, occupera une superficie de **1 800 m²** avec six cabines privées et deux cabines doubles, une piscine intérieure chauffée de 20 mètres, des bassins à remous, et deux salles de remise en forme. Les soins et produits pour corps et visage sont signés par **ESPA** et par la marque française **Biologique Recherche**.

Cet établissement est le premier du groupe Peninsula en Europe, qui exploite 9 établissements en Chine, au Japon, en Thaïlande et aux Philippines. Un second projet européen situé à Londres (Angleterre), est prévu pour 2017. ■

L'hôtel **les bains de Camargue Thalazur** (4*) a rouvert ses portes après plusieurs mois de **renovation**. L'établissement, situé à Port Camargue du Grau-du-Roi (30), s'est doté d'un nouvel espace de thalasso-thérapie avec une carte de soins redéfinie. Le spa a également été modernisé. Il compte désormais 24 cabines, une piscine intérieure (chauffée à 32 °C), une salle de fitness et un espace sauna et hammam. Le montant global de l'investissement a atteint **6,7 millions d'euros**.

La Fnac a inauguré un **magasin** dédié aux **objets connectés** sur les Champs-Élysées à Paris (75), le 30 juin dernier. L'offre présentée sur une surface totale de 125 m² couvre la santé, le bien être, les montres connectées, les sports connectés, la maison et les loisirs. Représentant actuellement 8 % de son chiffre d'affaires au premier trimestre 2014, l'enseigne entend accroître son rendement sur ce marché dynamique dont le potentiel est estimé à 400 M€ d'ici 2015 (source Gfk), qui doit lui permettre de trouver de nouveaux **relais de croissance**.

Capzanine, société d'investissement mixte, réorganise le **capital** de la **Compagnie de Vichy** en arrangeant la mezzanine senior et en entrant au capital du groupe, permettant ainsi de financer la sortie des actionnaires minoritaires. **Jérôme Phelipeau**, Président et actionnaire majoritaire, s'est dans le même temps renforcé au capital en réinvestissant à 100 %. La Compagnie de Vichy a bâti son activité autour des sources naturelles de Vichy : exploitation thermale, développement de spas médicalisés, vente d'eau minérale, hôtellerie. Elle perçoit également des redevances de l'Oréal – « Laboratoires Vichy » –, et Kraft Food – les « Pastilles de Vichy ».

LES CHIFFRES DE LA QUINZAINE

1 Md€

Selon les données de l'**Union bulgare de balnéothérapie et de tourisme de Spa**, les investissements dans l'industrie locale du spa dépassent 1 Md€ durant les dix dernières années.

Le cabinet d'analyse **Cosmetics Europe** a publié le 13 juin dernier un rapport sur la croissance de l'exportation des cosmétiques européens en 2013 en annonçant que les ventes totales des 28 États membres, plus la Norvège et la Suisse, avaient atteint **72 Md€**.

72 Md€

Dooderm, société spécialisée dans le textile innovant, notamment à l'initiative d'une gamme de vêtement qui soulage les démangeaisons générées par l'eczéma ou le psoriasis (Aquaè Panorama #2), a lancé au mois de juin, un nouveau produit. Après les tee-shirts et les liquettes, des **gants souples** ont rejoint la collection. Fabriqués selon le même procédé, ils sont ainsi confectionnés à partir d'un fil composé à 95 % de coton bio, 2 % de polyamide et 3 % d'argent. Une composition qui possède la particularité de créer une barrière mécanique qui libère des **ions d'argent** dont les effets atténuent l'inflammation et agissent sur les bactéries qui déclenchent le prurit.

Des chercheurs de l'Université **Intermountain Healthcare** en Utah (États-Unis) ont récemment mis au point une **application** qui permet de mesurer facilement et à moindre coût le niveau de **stress**. Ces derniers ont ainsi développé une méthode pour évaluer le taux de **cortisol** présent dans la salive à l'aide d'un smartphone et d'une bandelette de test jetable.

British Airways a mis au point une **couverture connectée** visant à mesurer la satisfaction de ses passagers pendant un vol. Composée de neuro-capteurs et tissée avec des fibres optiques, cette « **Happiness blanket** » relève les ondes cérébrales de son utilisateur et change de couleur en fonction de son état émotionnel. En observant ainsi le comportement de ses passagers, la compagnie aérienne poursuit l'objectif de pouvoir améliorer la qualité de ses services à bord. Actuellement proposé aux voyageurs Première et Business class sur certains vols Londres - Newark du transporteur britannique, ce test devrait très prochainement être étendu aux classes économiques long-courriers.

Innovation « Santé Bien-être »

Avec pour objectif de favoriser l'émergence de projets innovants en Aquitaine, le réseau ADI a monté un programme de rencontres thématiques dont la 1^{ère} édition consacrée à la santé et au bien-être a eu lieu en juin dernier.

Fin 2011, la région Aquitaine fusionnait ses deux offices de développement pour créer une entité unique, l'**Agence de Développement Innovation** (ADI). L'objectif du président, **Alain Rousset** : positionner la nouvelle structure au cœur des filières régionales, en partenariat avec les pôles et clusters, comme une passerelle favorable à l'innovation et au développement industriel. Parmi ses actions, le réseau ADI programme depuis 3 ans des manifestations d'informations et de bonnes pratiques dans les départements aquitains pour susciter l'innovation, la mise en place de nouveaux projets et le développement de partenariats.

Cosmétique

Le 19 juin dernier, ces journées thématiques intitulées les « Étapes de l'Innovation », se sont intéressées pour la première fois au secteur « **Santé Bien-être** ». Pour l'occasion près d'une centaine de participants, représentants locaux des filières santé, cosmétique, nutrition, sport, tourisme, systèmes de soins ou encore éducation à la santé, ont été réunis autour d'un programme divisé en deux temps. Une première partie proposée sous forme d'atelier et dédiée à la cosmétique, s'est attachée à présenter le tissu économique de la filière dans les Landes et les Pyrénées Atlantiques puis à rendre compte du nouveau cadre réglementaire européen par la voix de **Laure Bassereau**, Responsable technique du groupe Panther.

Santé Bien-être

Une seconde partie uniquement axée sur la thématique du jour a présenté les enjeux sociétaux et économiques liés au secteur. Ainsi, **Jean-Georges Micol**, Directeur général et **Valérie Lascaux**, Chef de projet Santé, de l'ADI, ont établi un panorama visant à démontrer la réduction de la frontière entre la santé et le bien-être à l'heure du numérique. A l'appui de leur présentation, des initiatives locales telles les applications **Body** développées par la société bordelaise Wopata prodiguant des conseils et astuces santé ainsi que **Dodado** conçue par l'entreprise éponyme basée également à Bordeaux, laquelle permet de comprendre et d'agir sur le mal de dos. Ou encore, la plateforme **Gluciweb** élaboré par Zippyware (Biarritz) qui propose aux patients diabétiques plusieurs serious games pour promouvoir et faciliter l'éducation thérapeutique dans le diabète de type 1.

Retour d'expériences

Pour illustrer le potentiel de marché du secteur pour les entreprises, plusieurs témoignages d'entreprises innovantes ont été livrés. Ainsi se sont exprimés : **Sébastien Vitu** de Business Développer Interaction Healthcare (33) sur l'essor des dispositifs d'éducation thérapeutique ; **Laurence Delpy**, Responsable du cluster Aqui O Thermes (40) sur les nouvelles cabines péloïdes dans les thermes Régina et les thermes Lacroix de Dax ; **Cécile Brun**, Responsable R&D au sein de l'entreprise Action Pin (40) sur le lancement de la gamme cosmétique IXXI conçue à partir du pin des Landes ; **Maryline Reuschlé** du laboratoire Art & Cos (40) sur l'élaboration de formules cosmétiques bio en sous-traitance ; **Patrice Percie du Sert** de la société Le Miel et l'Eau (47) sur la mise en place d'un Centre de bien-être se positionnant sur le soin par inhalation d'air des ruches (Aquaè n°43). ■

COSMÉTIQUE

Les **thermes de Saubusse** (40) ont fait appel au laboratoire **Art&Cos** (40) pour mettre au point un **baume de massage** d'origine 100% naturelle qui puisse s'adapter à toutes les zones du corps et à tous les types de peaux. Sa formulation élaborée à partir de l'eau thermale de Saubusse a été enrichie d'extrait d'aloë vera bio, d'acacia bio et de vitamine E pour apporter hydratation, cicatrisation, régénération cellulaire, fermeté de la peau et réactivation de la circulation sanguine. Côté texture, le produit est présenté comme innovant pour sa qualité d'application de longue durée et sa capacité à se transformer en lait au contact de l'eau. Une particularité souhaitée pour que ce dernier puisse se retirer très facilement de la peau, sans frotter, et qu'il ne laisse pas de « nappe d'huile » en surface lorsque les curistes vont ensuite dans la piscine ou le spa. Enfin, son parfum présente des notes, de **kiwi** et de **pin**, sélectionnées à partir d'actifs végétaux issus de la région Aquitaine et rappelant l'ancre local.

Cosmebio[®], association de cosmétique écologique et biologique, a remis le 17 juin dernier ses **1^{ers} Trophées de l'Excellence**. Pour cette première édition, **5 lauréats** ont été retenus selon 4 catégories : Biodiversité avec 2 produits ex-aequo : **Terrethik** pour le velouté de karité parfum mangue Karethic et **Thalass'Armor**, pour le masque fondant hydratant BioCarnac ; **Commerce équitable** : trophée remporté par l'**Huilerie Émile Noël** pour le baume corps & cheveux gourmand karité monoï Emma Noël ; **Environnement** : **Bernard Cosmetics** pour le shampooing solide Secret de Provence ; **Responsabilité sociétale des entreprises** : **Les laboratoires Léa** pour la crème de jour anti-âge au lait d'amande de marque So'Bio Etic.

ILE DE LA REUNION – VILLAGE DE CILAOS

Appel à projets pour reprise et développement d'activité

Etablissement thermal
Ancien Hôtel à réhabiliter



Au cœur d'un des 3 cirques de l'île de la Réunion, dans un écrin de nature, dominant le village de Cilaos, à fort potentiel en matière d'attractivité touristique, le Département de la Réunion, propriétaire et exploitant actuel du seul établissement thermal de l'Océan Indien, cherche un repreneur qui saura développer l'activité thermale, en coordination avec l'ancien hôtel des Thermes à réhabiliter, situé à proximité.

A vendre / A louer à long terme

Commune de Cilaos (974)

Etablissement Thermal Irénée Accot (travaux d'amélioration à prévoir)

Ancien « Hôtel des Thermes » (travaux de réhabilitation à prévoir)

La valorisation conjointe de ces deux biens est souhaitée

Un cahier des charges est imposé

Peut être adjoint, sous forme de bail à long terme uniquement, en fonction du projet du candidat, tout ou partie du site contigu dénommé « Le petit séminaire », propriété d'un EPCI partenaire.

Dossier à retirer sur www.cg974.fr, rubrique « Appels à Projets »

Contacts :

Département de la Réunion
6 bis rue Rontaunay
97 488 Saint-Denis
Ile de la Réunion

Ou
dbatiments@cg974.fr
avec la mention « Appel à Projet Cilaos »

**Remise des candidatures
avant le 30 septembre 2014**

Renseignement complémentaire :
M. Sylvain QUERRIOUX
0262 90 86 61

INITIATIVE

Les Familles Thermales

Les thermes des Fumades (30) ont lancé depuis un an, un projet d'accueil des curistes nommé **Familles Thermales**. Structuré en association, ce concept repose sur la formation de famille à la réception et à la prise en charge complète des personnes présentant un handicap ou une maladie dégénérative 24h/24 pendant un ou plusieurs jours. Plusieurs objectifs y sont liés, comme apporter une autre visibilité aux thermes, améliorer l'offre d'hébergement, favoriser l'économie locale et développer le « tourisme de santé ».

PARTENARIAT

Uniformes Six Senses

Six Senses Hotels Resort a scellé un partenariat avec la société anglaise, **Fashionizer**, pour créer les uniformes de ses stations balnéaires et de ses spas. La marque a pour cela utilisé son tissu **TPC™** (Tissu Performant en Coton organique) – antitache, pour les vêtements exposés et huiles de massage et lotions –, ainsi que le traitement **SILVERPLUS™** – antibactérien et lavable à basse température. Les tenues portent également les couleurs de la chaîne hôtelière : vert olive, gris galet et blanc perle.

TENDANCE

Programme sur-mesure

L'application **IOS Watchfit**, sortie le 16 mai dernier, propose des régimes et des programmes de **fitness** conçus par des coachs sportifs et personnalisés grâce aux indications fournies par l'utilisateur sur ses habitudes d'alimentation et son niveau d'activité. Le logiciel donne également la possibilité de comparer son programme avec celui d'autres personnes connectées, la volonté de son concepteur, **Parisa Louie**, étant de conférer à son application une dimension communautaire à l'utilisation.

FORMATION

Diplômes CQP

Le **GRETA des Landes** (40) et le jury paritaire de la branche de la **CPNE-FP** (Commission Paritaire Nationale de l'Emploi – Formation Professionnelle) a décerné, le 5 juin dernier, le CQP Agent Thermal à **42** candidats. Parmi eux, 27 personnes ont suivi la formation. Les 15 autres, issus des thermes de Cambo-les-Bains (64) et de Salies-de-Béarn (64), ont validé le diplôme via une Validation des Acquis de l'Expérience (VAE). 8 validations VAE sont encore en cours (salariés de Préchacq, des Bains St-Pierre et du groupe Thermes Adour).

INTERNATIONAL

Les 19 et 20 juin dernier s'est tenue la première édition du **salon international du spa et du bien-être au Maroc**. Cet événement, qui s'est déroulé à Agadir, a réuni les professionnels du secteur autour de la thématique : « Les nouvelles tendances du tourisme spa ». L'objectif est de mettre en place un **Maroc Cluster Tourisme et Bien-être**, le secteur de la beauté connaissant une croissance régulière à deux chiffres depuis une dizaine d'années.

MARCHÉS PUBLICS

SPLETH

AVIS D'APPEL PUBLIC À LA CONCURRENCE

Objet du marché : Fabrication de sacs de curistes pour le nouvel Établissement Thermal de Balaruc-Les-Bains

Lieu de livraison : Blanchisserie Thermale, 34770 Gigean

Caractéristique principale : Le prestataire devra assurer la fabrication, l'impression et la livraison de sacs pour les curistes de l'établissement thermal.

Au minimum sur l'année :

- 40 000 sacs imprimés avec le logo THERMALIV (recto) et le logo des partenaires de la SPLETH (verso)

- 2 000 sacs imprimés avec le logo O'BALIA (recto) et le logo THERMALIV (verso)

Au maximum sur l'année :

- 60 000 sacs imprimés avec le logo THERMALIV (recto) et le logo des partenaires de la SPLETH (verso)

- 5 000 sacs imprimés avec le logo O'BALIA (recto) et le logo THERMALIV (verso)

Renseignement complémentaire :

Laurie Burguiere, SPLETH - Établissement thermal, B.P. 45 - 34540 Balaruc-les-Bains
Tél. : 04 67 51 76 96 - Fax : 04 67 43 37 40
Courriel : laurie.burguiere@thermesbalaruc.com

Date limite de réception des offres :

15 juillet 2014 à 12h00

SPLETH

AVIS D'APPEL PUBLIC À LA CONCURRENCE

Objet du marché : mise en place d'une solution d'accueil du public pour son nouvel établissement thermal de Balaruc-Les-Bains

Lieu de livraison : Établissement thermal, rue du mont saint clair, 34540 Balaruc-les-Bains

Caractéristique principale : Le marché concerne la mise en place d'un système automatisé de file d'attente et du système vidéo intégrée à celle-ci. Il prend en compte l'acquisition de la solution globale avec la livraison, l'installation, le paramétrage, la mise en service, les tests de bon fonctionnement de la solution y compris tous les équipements hardware et software ainsi que la maintenance logicielle et du matériel associée pendant une durée de 3 ans. Le candidat devra obligatoirement proposer l'option suivante : l'équipement de 15 afficheurs de poste « nouvelle génération » LCD-Display

Renseignement complémentaire :

Christian Maise, SPLETH - Établissement thermal, B.P. 45 - 34540 Balaruc-les-Bains
Tél. : 04 67 51 76 13 - Fax : 04 67 43 37 40
Courriel : christian.maise@thermesbalaruc.com

Date limite de réception des offres :

15 juillet 2014 à 12h00

SYNDICAT MIXTE DE VESUBIE VALDEBLORE

AVIS D'APPEL PUBLIC À LA CONCURRENCE

Objet du marché : Construction d'un centre thermal à Berthemont-les-Bains, lots 1 à 11

Lieu d'exécution : Berthemont-les-Bains, 06450 Roquebillière

Caractéristique principale :

Lot n°1 : VRD - terrassement généraux

Lot n°2 : Structure – couverture

Lot n°3 : Menuiseries aluminium – serrurerie

Lot n°4 : revêtements sols durs et faïences
Lot n°5 : peintures, sols souples, plafonds suspendus

Lot n°6 : menuiseries bois

Lot n°7 : cloisons stratifiées – casiers

Lot n°8 : ascenseurs

Lot n°9 : chauffage - vmc - climatisation - plomberie sanitaire – traitement d'eau

Lot n°10 : électricité courants forts courants faibles

Lot n°11 : équipements thermaux

Renseignement complémentaire :

Direction des finances, de l'achat et de la commande publique - 147 bd du Mercantour, BP 3007 - 06201 Nice Cedex 3
Tél. : 04 97 18 63 68 - Fax : 04 89 04 29 89

Date limite de réception des offres :

16 juillet 2014 à 15h30

Regina Biarritz Hotel & Spa

Après six mois de travaux, le Regina Biarritz Hotel & Spa a rouvert ses portes le 27 juin dernier sous enseigne MGallery avec spa by Omnisens.

Construit en 1907 par l'architecte Henry Martinet, le Regina Biarritz Hotel & Spa (64) a été racheté successivement par les groupes Royal Monceau en 1987 puis Accor en 1997. Depuis novembre 2013, c'est un nouveau propriétaire qui a racheté ses murs pour lui conférer une nouvelle existence : **Naos Groupe**. Fondé et dirigé depuis 2007 par un ancien de chez Accor, **Pascal Lemarchand**, ce nouvel acteur français de l'hôtellerie se positionne à la fois sur les segments économiques, urban business et luxe. Pour le Regina, le positionnement haut de gamme s'inscrivait dans la continuité de l'histoire de celui qui était surnommé au XX^e siècle, le « Petit Palace de Biarritz ». Pour asseoir définitivement ce positionnement, il est placé sous enseigne **MGallery**, la collection de Boutiques hôtels du groupe Accor, et vise un classement en **cinq étoiles**.

Luxe et simplicité

Démarrés en novembre 2013, les travaux ont été l'occasion d'une rénovation importante de l'hôtel, qui a été conduite par l'agence d'architecture locale, **Architectes Anonymes**, ainsi que par le cabinet de design, **Studio 28**. 6 mois plus tard, l'esprit Art Déco et Second Empire a été ravivé au moyen d'aménagements extérieurs modernisés et d'un agencement intérieur inspiré par la thématique de la mode. Désormais, l'hôtel compte 65 chambres dont 10 suites, un restaurant « N°1 by George » dont la carte est signée par le chef triplement étoilé **Georges Blanc**, un spa, deux salles de réunion ainsi qu'une piscine à fond mobile. Si le montant des investissements n'a pas été communiqué, le PDG du groupe a néanmoins fait savoir que sa stratégie commerciale visait à attirer

une clientèle française et internationale, mais également locale avec l'ouverture au public extérieur du restaurant et du spa. Clairement en concurrence avec le palace l'Hôtel du Palais, situé plus bas dans la ville biarrote, il entend proposer du luxe « décliné dans sa simplicité ».

Un spa by Omnisens

D'une superficie de 200 m², un espace bien-être et beauté a été installé dans l'hôtel qui n'en comptait pas jusque-là. Le spa qui s'est associé à la griffe créée par **Joëlle Guillemot**, Omnisens, comprend trois cabines de soins dont deux doubles, un hammam et une boutique.

Le choix d'**Omnisens** comme partenaire cosmétique a été motivé par son positionnement et ses valeurs partagées avec le groupe. En effet, la marque n'est présente que dans les hôtels spa de luxe 5*, et les produits de la gamme ne sont disponibles à la vente que dans les établissements où elle est implantée, et sur son site internet. Outre le partenariat cosmétique qui a consisté en l'élaboration d'une nouvelle carte de soins, notamment inspirée par l'océan et la mode, Omnisens accompagne **Benoît Bayle**, directeur de l'hôtel, dans la gestion du personnel, les actions commerciales, et la formation de l'équipe du spa.

Naos, un groupe en développement

Avec l'entrée de ce nouvel établissement dans son parc hôtelier, Naos groupe annonce également le lancement de sa nouvelle marque, **NCollection Luxury Hotel**. Actuellement, propriétaire de huit hôtels à Poitiers (86), Bordeaux (33) et Biarritz (64), dont deux répartis dans la branche luxe, il envisage d'en posséder une trentaine d'ici 2018. Trois projets orientés telle la nouvelle enseigne, sont actuellement en cours à Avignon, Arcachon et Rennes, et tous devraient être équipés d'un spa, la taille variant en fonction des contraintes des bâtiments. ■

3 QUESTIONS À

Christine Reverchon, Directrice de la marque Naos Groupe

Quelle ambiance avez-vous voulu donner à l'établissement ?

Lors du rachat de l'hôtel par le Naos Groupe, l'hôtel avait perdu son panache d'antan. Autrefois surnommé « le Petit Palace », il avait accueilli de grands noms tels que Coco Chanel, Jeanne Lanvin ou Juan Carlos Ier d'Espagne. Nous avons voulu redorer le blason de cet établissement en rendant hommage à son histoire. Pour ce faire, nous avons opté pour un décor basé sur le thème de la mode, tout en mettant en valeur le style Second Empire du bâtiment et la verrière Art Déco qui surplombe le patio. Un partenariat a également été conclu avec le chef triplement étoilé Georges Blanc, qui a signé la carte du restaurant « N°1 by George ».

La carte du spa s'inscrit-elle dans le positionnement de l'hôtel ?

Elle est en adéquation à la fois avec le positionnement de l'hôtel, mais aussi avec son environnement. L'ambiance « mode » du reste de l'établissement se retrouve notamment dans le massage « Reflets de Soie » - modelage manuel combiné à la texture d'un foulard de soie -, les trois soins « Délices Gourmands » rappellent quant à eux le restaurant « N°1 by George ». Enfin, le « Massage Sportif Esprit Golf » - réalisé à l'aide d'une balle de golf - fait écho au Golf de Biarritz situé juste à côté. Omnisens a également signé quatre soins exclusifs, rendant hommage à la ville de Biarritz. Le « Biarritz 64 », la « Promenade Regina », « l'Impérial Regina », et un soin « Collection » qui sera renouvelé à chaque saison.

Quelle est la politique de développement de la NCollection Luxury Hotel ?

Le Regina Biarritz Hotel & Spa est le premier de cette toute nouvelle collection. Elle regroupera des établissements de luxe, établis dans des lieux uniques, possédant un caractère et une histoire propre.

www.mgallery.com

FICHE TECHNIQUE

Directeur : Benoît Bayle

Hôtel : 5*

Nombre de suites et chambres : 65

Date d'ouverture : 27 juin 2014

Restaurant : Chef George Blanc (« N°1 by Georges »)

Collection : MGallery (Accor), et NCollection Luxury Hotel (NAOS Groupe)

Spa Manager : Monica Höss

Equipements : 3 cabines de soins dont 2 doubles avec tables de massage Beauty Tech, 1 hammam Teddington

Partenaire cosmétique : Omnisens

Soins exclusifs : le Biarritz 64, la Promenade Regina, l'Impérial Regina, et un soin collection par saison