

spa.

BEAUTE



Doc Villa Thaigo et Les Fraises Sauvages.

LE MAGAZINE DES DÉCIDEURS
spa | beauté | bien-être | santé

N°75 | OCTOBRE 2021 | 9€

VOUS AIMEZ LES PROBLÈMES ? CRÉEZ UN SPA DANS VOTRE HÔTEL !

..... par Lionel VINCIGUERRA et Mike BLACKMANN, LV Riviera Spa

Derrière ce titre provocant, deux hommes sont quotidiennement confrontés à toutes les difficultés rencontrées par leurs clients hôteliers. Heureusement, ils ont des solutions.



Mike Blackmann et Lionel Vinciguerra.

Mike Blackmann

Sous ce titre se cache une réalité que l'on peut catégoriser en trois points :

- imaginer votre futur spa,
- concevoir votre futur spa,
- exploiter votre futur spa.

Ce sont les trois étapes extrêmement compliquées, risquées et anxiogènes, permettant d'avoir un spa dans un hôtel.

POURQUOI CRÉER UN SPA HÔTELIER ?

Mais avant d'imaginer votre futur spa, posez-vous la question : «Pourquoi créer un spa hôtelier ?». La seule réponse possible est : «Apporter un service supplémentaire aux clients hébergés et une plus-value à l'hôtel».

Si le but est uniquement la rentabilité intrinsèque, mieux vaut vous servir des espaces pour faire des chambres ou un parking payant si c'est au sous-sol...

Lionel Vinciguerra

En effet, 95 % du cycle d'exploitation des spas d'hôtel 4 étoiles en gestion interne sont déficitaires de par leurs charges.

L'EXEMPLE CONCRET DU SPA DÉFICITAIRE

Voici un spa de 200 m² dans un hôtel 4 étoiles de 100 chambres.

- Le spa est composé de trois cabines dont une duo avec une zone humide de 100 m², un bain à remous ou une piscine, un sauna et un hammam.
- Au minimum, trois spa praticiennes sont présentes chaque jour afin de proposer un vrai service et ne jamais dire «Non» à un client faute de personnel.
- La gestion est internalisée par l'hôtel.
- Le prix moyen d'un soin à la carte est de 90 euros de l'heure, TTC.

- Le spa est ouvert 7/7 de 10h00 à 20h00 avec, à la réception, une personne présente en permanence.

Pour ce type de spa, il devrait y avoir approximativement un CA de 350 000 euros HT avec le compte d'exploitation suivant (voir tableau).

Le spa d'un hôtel 4 étoiles est donc par définition TRÈS souvent un centre de coût et non un centre de profit. A contrario, dans les hôtels 5 étoiles, le prix des soins est doublé et donc le CA l'est aussi. En revanche, les charges augmentent avec une prestation inhérente au luxe mais ne doublent pas. Atteindre la rentabilité est donc plus aisé.

Mike Blackmann

Un directeur d'hôtel peut accepter de perdre de l'argent au spa, car même si dans cet exemple l'hôtel a perdu 18.000 euros, l'existence du spa a automatiquement augmenté le taux d'occupation des chambres, voire leurs prix moyens. En ayant une vision globale, l'hôtel peut donc tout de même être bénéficiaire dans l'opération.

POURQUOI UN GESTIONNAIRE DE SPA ?

Si le directeur d'hôtel n'a pas de problèmes de ressources humaines, une équipe fidèle, des clients satisfaits mais une petite perte d'exploitation, il confiera rarement la gestion à un exploitant.

En revanche, s'il délègue l'exploitation, l'objectif d'un gestionnaire de spas hôteliers sera schématiquement de développer le C.A. grâce à son expertise, diminuer les charges grâce à son expérience d'exploitant et générer des économies d'échelle réalisées en mutualisant les ressources avec les autres spas.

Avec pour finalité :

- dégager une rentabilité dont profitera aussi l'hôtel,
- proposer une expérience client au spa digne de ce nom,
- mais aussi soulager totalement le directeur général de la gestion du spa au quotidien, dont les ressources humaines...

L'IMAGINATION

Lionel Vinciguerra

Pour en revenir à nos trois points initiaux après cet aparté, dans la première phase, l'imagination, il va falloir prendre rendez-vous avec :

- l'architecte pour définir les plans,
- le constructeur pour le gros œuvre et le second œuvre,
- le concepteur de spa afin de définir le budget nécessaire,
- le comptable pour valider les aspects financiers,
- le banquier pour le prêt.

Nous recommandons toujours de faire appel en plus à l'œil d'un spécialiste de l'exploitation des spas hôteliers, ne serait-ce qu'une journée pour tout valider, même, si au final, le spa est exploité en direct par l'hôtel.

LA CONCEPTION

Dans la phase conception, les travaux en cours réservent toujours leur lot de surprises, même si un maître d'œuvre est nommé, c'est humain qu'un directeur d'hôtel passe régulièrement sur le chantier.

L'EXPLOITATION

Mike Blackmann

Puis arrive la fameuse phase d'exploitation, c'est en général la partie la plus sensible. Le spa le mieux pensé



Kyriad Prestige Saint-Priest.

..... DÉSOLÉ, LE SPA EST FERME...

Mike Blackmann

Il n'y a rien de plus frustrant dans un établissement de luxe que de se rendre avec envie dans un spa et voir une pancarte : «Désolé, nous sommes en soins, revenez plus tard» ou bien le spa est fermé quelques jours par semaine ou quelques matinées par soucis d'économie alors que des clients séjournent à l'hôtel ! L'hôtel ne le fait pas pour le bar, la réception, ou le restaurant ! Avez-vous déjà vu une pancarte : «Toute l'équipe du bar est à l'apéro avec des clients, revenez plus tard». Pourquoi voit-on alors ce genre de pancarte ou ces horaires disparates dans les spas hôteliers ? Certes avoir une personne en réception représente un coût mais elle participe indéniablement à l'expérience globale du client.

et le mieux conçu, s'il n'est pas géré correctement, va vers la catastrophe ! L'inverse est cependant moins vrai...

- Choix de la marque et de la carte de soins doivent être en adéquation avec l'hôtel.
- Recrutement des salariés, impérativement diplômés en esthétique.
- Formation des équipes.
- Commercialisation du spa, domaine souvent inconnu de l'hôtelier.
- Gestion des plannings, point très important afin d'optimiser le C.A. et ménager les spa praticiennes.
- Gestion des clients et gestion des conflits potentiels.
- Nettoyage, encore plus d'actualité avec la crise sanitaire.
- Entretien des machines, qui ont la fâcheuse habitude de tomber en panne le samedi à 18h00 !
- E-réputation qui va conditionner les achats en ligne.
- Yield management à la manière d'un hôtelier qui gère ses chambres. Réseaux sociaux devenus primordiaux, quoi qu'on en pense, quoi qu'on en dise...
- Etc.



Ratio charges d'exploitation/CA		% / charges	
Masse salariale	230 000 €	63%	La réduire baisserait la qualité du service
Marketing	30 000 €	8%	Le réduire baisserait le C.A.
Lingerie	32 000 €	9%	La réduire diminuerait la qualité des serviettes
Consommation énergies	20 000 €	5%	
Consommables cabine	26 000 €	7%	Les réduire baisserait la qualité de la prestation en cabine
Ménage/Produit entretien	30 000 €	8%	L'hygiène est primordiale
Total charges	368 000 €		
Charges d'exploitation/C.A.	-5%		



Royal Mougins.

MERCI LE SPA !

Lionel Vinciguerra

Au-delà de toutes ces problématiques, il est évident qu'un spa attractif, accueillant et bien géré, est une importante plus-value pour un hôtel. Dans le métier, on entend tous les chiffres concernant l'augmentation du taux d'occupation des chambres grâce au spa : 1 % ? 4 % ? 8 % ? 10 % et plus ? De manière factuelle, nous avons constaté que des établissements ouverts sans spa sont passés d'un taux d'occupation le week-end inférieur à 50 % à un taux d'occupation supérieur à 80 % après l'ouverture de leur spa ! Nous avons également connu une «zone wellness» que nous pourrions qualifier de «belle endormie» où l'hôtel a augmenté son taux d'occupation des chambres de 12 % en changeant de mode de gestion pour son spa.

LV RIVIERA SPA

La société a été créée il y a bientôt 10 ans. LV Riviera Spa est un concept d'exploitation de spas hôteliers en marque blanche leader en France.

On peut retrouver des spas gérés par LV Riviera Spa :

- dans des hôtels 4 et 5 étoiles,
- dans des spas de 250 m² à 1000 m² de 3 à 9 cabines,
- avec la gestion de la zone wellness allant de 200 à 700 m²,
- avec des cartes de soins proposant des soins de 90 à 200 euros selon les établissements,
- avec des C.A mensuels allant de 20 k € à 100 k € selon les mois et les spas,
- dans des spas de luxe comme à Monaco ou à La Folie Douce à Chamonix avec un concept de luxe décalé,
- dans des grandes villes (Paris, Monaco, Cannes, Marseille...), des zones business (Saint Priest, Sophia-Antipolis...), des zones saisonnières (Chamonix...).

La marque Blanche LV Riviera Spa permet de proposer une réelle expertise sur-mesure dans la gestion de spas hôteliers avec d'excellentes retombées pour l'hôtel sans en avoir les contraintes d'exploitation. «Chaque projet est mûrement étudié, il y a autant de clients que de partenariats différents dans notre groupe. L'avant signature du contrat prend parfois des mois afin que chacun définisse ses besoins (l'investisseur, le directeur, la marque de soins, nous), nous tenons à notre image de 100 % de clients satisfaits.»

UN HÔTEL SANS SPA, C'EST POSSIBLE ?

Mike Blackmann

Créer et gérer un spa est un parcours du combattant au quotidien, c'est certain, mais peut-on réellement imaginer un hôtel 4 ou 5 étoiles sans spa de nos jours ? Bien qu'avec parfois des côtés sympathiques, le directeur d'hôtel a-t-il le temps de s'occuper du spa alors qu'il ne contribue qu'indirectement à la rentabilité de l'hôtel ? Ne faudrait-il pas qu'il se consacre exclusivement à son métier premier, celui de l'hébergement ? Ce sont les deux problématiques de plus en plus récurrentes rencontrées sur ce marché en pleine expansion, surtout depuis l'arrivée des comparateurs d'offres où le client va chercher un hôtel en priorité en cochant la case «Spa» faisant disparaître automatiquement les plus beaux hôtels sans spa...

Cet article introductif est le premier de la série, dans les prochains numéros, nous reviendrons plus en détail sur :

- La phase 1 : l'imagination.
- La phase 2 : la conception.
- La phase 3 : la gestion.

Keep in touch ! ♦



Monte Carlo Beach Spa.