



Le temps retrouvé

Au spa Valmont, qui n'ouvre que quatre mois l'an, rien n'est trop beau : cascade, hammam, douche sensorielle et même grotte à neige...

PHOTOS: DR

Pour soi Le spa et les soins du corps font partie des luxes modernes exigeant du temps et de l'argent. Et une culture de la sensation.

Dartout dans le monde s'ouvrent spas de luxe et centres de soins raffinés, et les grands hôtels s'équipent d'espaces dédiés au bien-être, afin d'attirer les fortunés qui veulent cultiver le plaisir de la sensation. Exercices de désir, expériences du luxe de se laisser faire par des mains expertes, ces lieux de soins ritualisés offrent le bonheur de ne rien faire. Du moins, rien de productif. Les établissements rivalisent d'imagination pour éblouir une clientèle aux exigences multiples. Car prendre du temps pour soi, c'est aussi raviver des plaisirs qui lassent, renouveler des sensations qui s'épuisent. Et oublier le temps.

Divertir le corps et l'esprit : l'hyperthéâtralisation

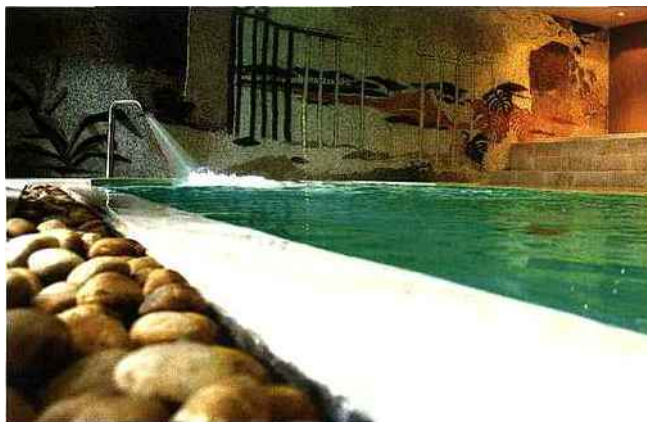
Cascades d'eau, bain à remous, hammam, douches sensorielles, ou grotte à neige qui reconstitue un univers de glacier entre deux passages au sauna. Bienvenue dans les 650 m² du spa Valmont, à Courchevel, dans l'hôtel des Airelles, qui n'ouvre que quatre mois l'an, mais besogne dur toute l'année. « *Quatre mois, c'est peu. Dans ce laps de temps, nous sommes attentifs à satisfaire tous les désirs de nos clients. Nous n'avons pas de charte de soin, nous avons tous les soins ! Et même un barbier pour nos clients du Moyen-Orient. Ici, le maître-mot c'est « faire plaisir », trouver ce qu'il y a de mieux, de plus récent. Tout doit être grand, époustouflant, très théâtralisé. Rien n'est trop beau* », résume Christophe Tollemer, architecte du spa,

Verchant allie finesse et rusticité : ici, les soins reposent sur l'aromathérapie

étourdissant de luxe et d'ostentatoire, pensé pour divertir le corps et l'esprit qui, autrement, s'ennuient.

Choyer sa vraie nature : le terroir statutaire

Autre philosophie du soin : la carte du savoir local, rural. Une façon de mêler sophistication et racines, via un protocole de soin répondant aux désirs d'une clientèle qui veut un traitement unique. C'est le cas du récent spa de Verchant, près de Montpellier, dont les soins reposent sur l'environnement : « *Notre philosophie : exclusivité et personnalisation. Nos produits sont conçus à base d'huiles essentielles bio de la région. Nos soins reposent sur l'aromathérapie, les massages, le calme et l'espace environnant* », précise Caroline Ketterer, manager. Idem au spa d'Evian, dans le patrimonial hôtel Royal. « *Ici, point d'exubérance*, commente Yves Golder, directeur commercial et marketing, *notre objectif n'est pas de faire vivre une expérience originale, mais de procurer plaisir immédiat et bienfait durable. Nos soins, fondés sur « un rituel des somnifères » et notre environnement entre lac et montagnes, ont vocation à offrir un ressourcement profond et durable.* »





Culte du soin : l'argument historique

De plus en plus de marques de cosmétiques lancent des spas à leur nom. Parmi eux, des marques historiques, gage de luxe, de patrimoine de la beauté, et de savoir-faire question lutte contre le temps. Chez Guerlain, l'historique est un argument majeur : avant-gardiste du soin dotée de sa propre école d'esthétique, la maison met en avant son massage créé il y a soixante-dix ans. « *Nous ne courons pas après la tendance, et nos clientes, fidèles, ne viennent pas chercher la dernière technologie de beauté,* explique Sophia Kremser, responsable de la formation internationale, en charge des spas Guerlain. *Nous ne vendons pas du marketing, mais nous proposons un savoir-faire patrimonial, un protocole qui a fait ses preuves. Pour autant, nous innovons et créons des soins très pointus, comme l'Orchidée Impériale. En sortant de chez nous, nos clients, qui nous ont donné de leur temps, doivent se sentir libérés, apaisés, reposés.* »

Guerlain a lancé un établissement à son nom. Ici, ni «tendances» ni high-tech, mais un savoir-faire qui a fait ses preuves

Sensations inédites : l'attrait de l'exotique et de l'éthique

La recherche de sensations et d'émotions nouvelles conduit les spas à puiser dans l'exotisme, les savoirs d'autres cultures. Shiatsu, soins ayurvédiques, et autres arts de santé naturels attirent grâce à leur différence et à la spiritualité que l'on veut bien leur attribuer. Adaptés aux us occidentaux, ils sont ici souvent singés, vidés de leur essence pour devenir agréablement pittoresques. Inversement, des spas de luxe offrent d'initier aux soins tels que pratiqués dans leur pays d'origine, ou presque. Thérapies locales, onguents et elixirs extraits de la nature alentour, respect des lieux et des gens se développent dans des spas observant une certaine éthique. C'est le cas en Afrique du Sud, au Samara Private Game Reserve, dont le petit spa, ouvert sur un point d'eau fréquenté par les animaux de la réserve, use de massages et de soins biologiques locaux. Laurence Bihr, qui a lancé le site de voyages éthiques [Luxethika](#) propose des destinations qui mêlent luxe, spa et respect de l'environnement : « *Jusqu'à présent, aucune structure ne proposait des voyages de luxe éthiques, alors que des lieux lointains et sublimes réfléchissent à un luxe responsable. Par exemple, le spa sud-africain Karkloof est construit avec des matériaux locaux respectueux de l'environnement. L'eau y est recyclée, la propriété entretenue pour éviter l'érosion du sol. Les soins, s'ils ne sont pas tous locaux, sont tous biologiques.* »

Du luxe éthique et exotique donc, qui ouvre la voie à des thérapies naturelles parfois millénaires, aujourd'hui réservées à une élite, alors qu'il s'agit historiquement de médecines du pauvre.

Anne Melcer