

actualité en continu des décideurs et des professionnels du bien-être

- [A LA UNE](#)
- [ENTREPRISES & MARCHÉS](#)
- [Créer & Gérer un centre de bien-être](#)
- [Esthétique professionnelle](#)
- [Métiers & Formations du bien-être](#)
- [Annonces emploi • ventes • achat](#)
- [Guide des fournisseurs](#)
- [AGENDA](#)

## Le design d'un spa ne se réduit pas à sa déco », par Sam Margulies, designer

04/03/2013 | 14:58



**Quels sont les éléments de succès d'un spa ? Là où les créateurs hexagonaux évoquent l'équilibre des sphères, la couleur des murs et le revêtement du sol, les anglo-saxons, eux, comprennent la conception structurelle du lieu et le plan de surface. Pour le designer Sam Margulies, qui a déjà accompagné plus de 130 créations de spa dans le monde, la conception et le design sont tout aussi essentiels à la réussite d'un projet que l'emplacement et l'espace.**

Pour élaborer un projet de spa, je pense qu'il faut prendre en compte trois éléments : un business plan, les désirs du futur propriétaire et un espace dédié. Cette présentation succincte a le mérite de résumer l'essentiel : un seul point fait défaut et le projet peut vite battre de l'aile. J'ai vu tous les cas de figure. Certains créateurs avaient déjà l'espace, mais sans savoir quel type de spa ils allaient y implanter. D'autres savaient très exactement ce qu'ils voulaient proposer à leur future clientèle, mais ils n'avaient pas encore choisi de lieu, ni élaboré un business plan. Enfin, il y avait aussi les forts en math, ceux qui avaient un business plan parfaitement élaboré, mais sans savoir où ils allaient s'installer, ni quels types de prestations ils allaient vendre...

Dans ce métier, les idées reçues sont légion. Par exemple, ce n'est pas toujours le nombre de cabines de soin qui crée le revenu potentiel le plus important. C'est leur taux de rentabilisation potentielle qu'il faut prendre en compte. Et c'est là que la conception du plan de surface et des sens de circulation fait toute la différence. N'oubliez jamais que si un spa est un endroit qui doit accueillir des

clients et leur procurer des soins, cela entraîne aussi des problèmes de logistiques particuliers : stockage du linge, mise à disposition des produits, gestion du personnel...

### **Intégrer les espaces additionnels au business plan**

Malgré tout, les vieilles habitudes ont la vie dure ! Dans la plupart des cas, le créateur de spa commence par lister les services qu'il veut vendre, avant même de créer son business plan et de chercher un lieu où installer son établissement. Seulement voilà : pour que le business plan tienne la route, il faut savoir combien de cabines sont prévues et englober tous les espaces additionnels pour tenir ses objectifs. Il est impossible d'évaluer le potentiel réel de son entreprise sans ces éléments. Prenons un exemple : vous avez prévu dans votre business plan dix cabines et 85% de taux d'occupation. Si votre lieu ne comporte finalement que huit cabines, soit 20% de moins que ce qui était prévu, et que la conception du plan de surface ne permette que 65% de taux d'utilisation, le revenu potentiel de votre spa chutera de 40%...

Les « espaces additionnels » peuvent vous réserver de fâcheuses surprises. Ne les négligez donc pas ! Si votre projet comporte vingt cabines, il vous faudra prévoir aussi une salle de repos et des vestiaires. Questions : comment calculer la surface nécessaire pour les vestiaires? découle-t-elle de la surface globale du spa ou du nombre de cabines de soins ? cette surface a-t-elle quelque chose à voir avec la créativité et l'humeur de votre architecte ?... Autre chose : vous pensez proposer des soins d'eau ou, tout simplement, ajouter des douches ? N'oubliez pas calculer l'espace nécessaire pour les chauffe-eaux ou les réservoirs d'eau chaude.

Bref, pour chaque mètre carré de votre spa générant directement des revenus, vous devrez calculer des espaces supplémentaires. Certes, ils ne vous apporteront aucun chiffre d'affaires supplémentaire, mais ils restent indispensables à la viabilité et à la rentabilité de l'ensemble de votre projet.

Vous voyez bien que, dans ces conditions, votre projet de spa nécessite un investissement plus important que d'autres activités orientées vers le service et la vente au détail. Et cet investissement, il faut le calculer en termes de coût au mètre carré. Quant à votre retour sur investissement, il vous faut également refaire de nouveaux calculs mais cette fois en revenu par mètre carré...

Le design d'un spa fait couler beaucoup d'encre chez les spécialistes autoproclamés. Architectes et décorateurs se poussent du col pour proposer les « meilleures solutions » aux porteurs de projet. Vérifiez bien que ce soit avant tout les « meilleures solutions » pour vous aussi !

### ***Sam Margulies***



#### **BIO EXPRESS**

*A la tête d'Atmosphere Spa Design, à Montréal, Sam Margulies a déjà accompagné plus de 130 créations de spas dans le monde. Fondateur du Global Speakers Group, qui veut rassembler les meilleurs conférenciers mondiaux dans le domaine du spa et du bien-être, ce designer pragmatique et inventif enseigne aussi à l'université de Californie, à Irvine (UCI), et à l'école hôtelière de Leysin, en Suisse.*