

SpaInc.

Tout pour le spa au Canada

été 2011

Les sites d'aubaines :
bonnes affaires ou
mauvaises surprises?

*Un petit coin de paradis:
le spa Savanna*

La vague écolo atteint nos spas

Correction / Prévention / Nutrition

Investissement minime.
Résultats MAXimaux.
Même votre ADN vous remerciera.

La ligne pour la peau, MAX, offre une nouvelle dimension en soins de la peau. Cette ligne révolutionnaire de crèmes et de sérums va jusqu'à réparer les dommages cellulaires et livre des solutions inégalées pour la prévention de l'apparence du vieillissement.

Produit à 3 phases : CPNmc Systems by Image, Correction, Prévention, Nutrition



Technologie révolutionnaire de cellules-souches d'origine végétale.

AGELESS VITAL C ORMEDIC CLEAR CELL DAILY DEFENSE BODY SPA IPEEL

Distribué par Esthetics Plus 1-888-422-6677 www.EPBeauty.ca www.imageskincare.ca



Relevez la santé de votre peau

Formation disponible :

Module I – Introduction aux cosméceutiques Skincare
Module II – Peeling chimique 101
Module III – Peeling chimique 102

Appelez pour les dates dans votre région.



Les IPeels professionnels personnalisés de Image fournissent des résultats inégalés et traitent les problèmes cutanés spécifiques. Du traitement de la rosacée au mélasme, cette ligne incroyable offre des solutions pour tous les types de peaux. Traitée de façon sécuritaire et efficace, votre peau vous remerciera.

AGELESS VITAL C ORMEDIC CLEAR CELL DAILY DEFENSE BODY SPA IPEEL

À la recherche de représentants; veuillez contacter notre bureau pour les détails.

Distribué par Esthetics Plus 1-888-422-6677 www.EPBeauty.ca www.imageskincare.ca

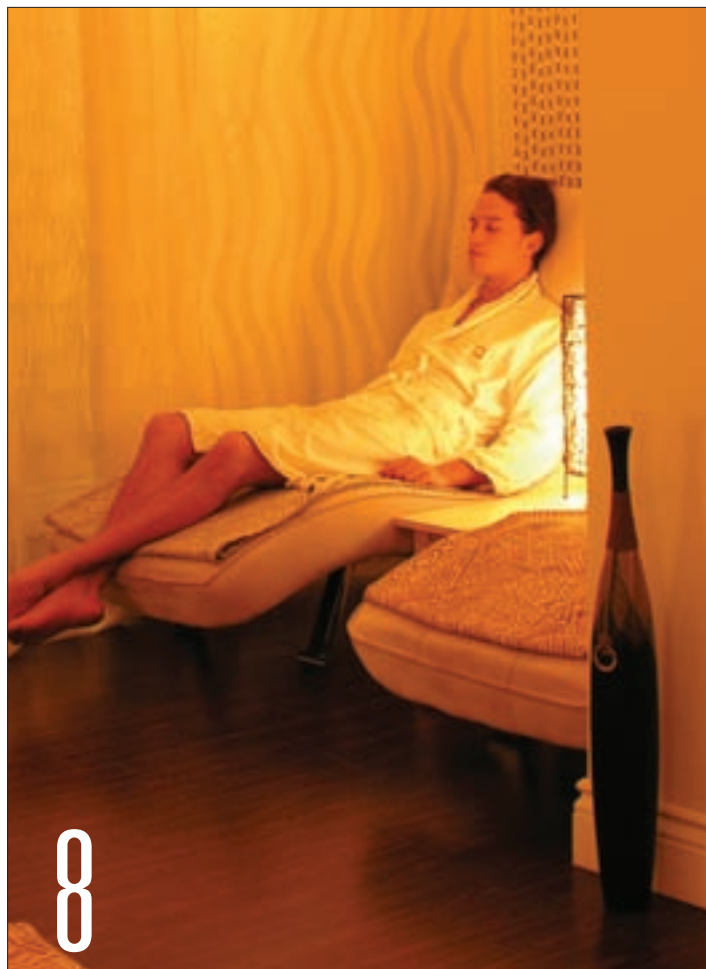
7



12



26



SOMMAIRE

	• vue globale		• grains de beauté
07	Spas internationaux	22	Les produits cosmétiques naturels
	• ambiance		• carrefour
08	Spa Savanna	24	Produits pour les ongles
	• stratégies	26	Nouveautés
12	L'écologisation de votre spa	28	Construction du Bleu Spa
18	Sites d'aubaines - les avantages et les inconvénients	29	Calendrier
21	L'Hybride médi-spa		• profil
		30	Marie-Eve Lejour



La nouvelle réalité

Nous avons tous entendu parler du régime alimentaire des 100-miles (*100 mile diet*), et au cours des dernières années, les marchés de producteurs ont émergé en grand nombre à travers le pays. Dans nos épiceries, les rayons des fruits et légumes et des produits biologiques abondent avec de meilleurs choix.

Le mouvement qui nous encourage à acheter des produits locaux et biologiques et à être plus respectueux de l'environnement n'est plus une mode passagère : c'est devenu la nouvelle réalité.

Les kiosques à journaux débordent de manchettes sur l'alimentation saine, les moyens d'être plus écologique à la maison et les derniers produits à être liés au cancer. Dans l'industrie des spas, nous en prenons conscience.

Bon nombre d'adeptes du spa nous demandent d'offrir des options qui répondent à leurs standards écologiques.

Que ce soit en fournissant des produits biologiques et naturels pour les traitements ou un engagement à l'éco-gestion qui démontre un respect de l'environnement, les spas avertis d'aujourd'hui prennent des mesures pour participer aux solutions écologiques pour la planète.

Notre industrie met l'accent sur la beauté et le bien-être, et comme vous le lirez dans les pages à suivre, il y a plusieurs occasions de répandre ce bien-être au-delà de nos portes, vers la communauté et autour du monde.

Heather Ednie
Rédactrice

Est-ce que c'est durable?

Je l'admets. J'ai succombé aux promesses d'économies offertes par les sites d'aubaines en ligne et je ne suis pas la seule. Le nouveau rapport sur la consommation, « Consumerology Report », de l'agence de publicité **Bensimon Byrne** à Toronto a révélé qu'un Canadien sur quatre dit avoir utilisé des sites Web de rabais de groupe ou d'aubaine du jour. Selon un sondage de 1 500 personnes, mené en mars dernier par **The Gandalf Group**, un tiers de ces utilisateurs visitent les sites de rabais quotidiennement à la recherche d'aubaines et 70% attendent un bon de rabais avant d'acheter.

Bien que je n'aie pas de chiffres précis, je peux personnellement témoigner qu'il y a une abondance de rabais et de forfaits de spas disponibles sur ces sites. D'un côté, ces bons d'achat peuvent engendrer de l'intérêt et exposer les spas à de nouveaux clients. Mais comme vous pouvez lire à la page 18, il est conseillé de procéder avec un peu de prudence. Ces bons d'achat peuvent nuire s'ils incitent les clients de longue date à dépendre de tels rabais. Ils mettent aussi beaucoup de pression sur les entreprises à baisser leurs prix. On peut donc se demander si ces rabais aux prix fortement réduits sont vraiment rentables ou durables. J'aimerais bien recevoir vos commentaires sur le sujet.

Profitez bien de cette édition.

Bernadette Johnson,
Rédactrice

Éditrice Susan A. Browne
sbrowne@dvtail.com

Rédactrice en chef Theresa Rogers
trogers@dvtail.com

Rédactrice Heather Ednie
hednie@dvtail.com

Rédactrice Bernadette Johnson
bjohnson@dvtail.com

Journaliste Jason Hagerman
jhagerman@dvtail.com

Directrice artistique Tammy Malabre
tmalabre@dvtail.com

Directrice de la publicité Beth Kukkonen
bkukkonen@dvtail.com

Vente publicitaire Jennifer Dilorio
jdilorio@dvtail.com
905-886-6641 poste 309

Marlene Kirkup
mkirkup@dvtail.com
905-886-6641 poste 319

Amanda Jones
ajones@dvtail.com
905-886-6641, ext. 308

Directrice de marketing Heather Kerr
hkerr@dvtail.com

Coordonnatrice marketing Keri LaPlante
klaplante@dvtail.com

VP de production Roberta Dick
robertad@dvtail.com

Directrice de production Crystal Himes
chimes@dvtail.com

Publié quatre fois par année par :
Dovetail Communications Inc.
Présidente : Susan A. Browne

Tél. : 905-886-6640
Téléc. : 905-886-6615
Courriel : general@dvtail.com

ABONNEMENTS ET ADRESSE DE RETOUR
30 East Beaver Creek Rd, Suite 202
Richmond Hill, Ontario L4B 1J2

CONVENTION DE POSTES-PUBLICATIONS
NO 40026342.

Dépôt légal – Bibliothèque nationale du Canada.
Tous droits réservés.

Toute reproduction intégrale ou en partie des textes, illustrations et photographies est interdite. Dovetail Communications Inc. ne peut être tenu responsable des erreurs ou négligences commises dans l'emploi des renseignements contenus dans le magazine Spa Inc.

Spa Inc. et Dovetail Communications Inc. ne peuvent être tenus responsables du contenu des annonces publicitaires, ou de toute garantie ou offre incluses dans les dites annonces.

Spa Inc. accepte de recevoir des manuscrits numérisés, des photographies et des illustrations, mais ne s'engage pas à les publier ni à les conserver.

Abonnement d'un an : Canada 24\$, États-Unis 39\$.
Chaque numéro : 6\$. SVP ajouter la TPS et la TVQ.

Tél: 877-547-2246

IMPRIMÉ AU CANADA

25
YEARS

DOVETAIL
COMMUNICATIONS INC.



Ce magazine est imprimé sur du papier qui contient 10% de post-consommation et peut être recyclé. Le papier ne contient ni chlore, ni acide.

Nous aurions pu le nommer
"Geltastique" ou "Shelerrific"...
mais pourquoi faire comme
les autres ?

Comme vous, **Polish Pro** ose être différent. Parce
que vous n'êtes pas qu'une simple amatrice de
beaux ongles, vous êtes une professionnelle. Alors,
pourquoi vous priver? **Polish Pro** ne prend que
quelques minutes à appliquer, quelques secondes
à sécher et surtout, tient pendant deux semaines
sans écaillage. Offert dans une gamme infinie de
couleurs pétillantes.



Notre trousse de départ Polish Pro comportant six
couleurs (flacons de 15 ml), une couche de base et une
couche finition inclut maintenant les coloris Pink Cash-
mere et Blanca pour un manucure français impeccable
pendant deux semaines. Pour plus d'informations,
consulter le site www.belmonda.com ou nous
contacter au 866-647-4100 ou au 514-697-4100.

Trousse de départ Polish Pro



Ad



The Dorchester Spa

LONDRES, ANGLETERRE

Récemment voté Boutique spa de l'année par Conde Nast Traveler, Reader's Choice (R.-U.), The Dorchester Spa exsude le glamour des années 30. Le spa dispose de neuf salles de soins insonorisées, créant une ambiance intime mais spacieuse. Une liste de traitements vaste et impressionnante, qui s'adresse à un large éventail de clientèle, inclut même des traitements spécialisés pour femmes enceinte (approuvés après la 12e semaine de grossesse), pour les nouvelles mamans et pour les mères qui allaitent. Le « Spatisserie », exclusif au Dorchester, est une salle luxueuse où les clients peuvent profiter de repas légers, boire du champagne ou des cocktails ou prendre un thé accompagné par des savoureux petits-fours.

www.thedorchester.com/dorchester-spa



The Peninsula Spa by ESPA

NEW YORK, ÉTATS-UNIS

Un oasis de détente niché au cœur de midtown Manhattan, The Peninsula Spa est la définition du luxe à son meilleur. Cette retraite sur un toit paisible est idéale pour échapper à l'agitation de la ville trépidante et transporter les clients dans un état d'esprit tranquille. Équipé de bains de vapeurs et de saunas relaxants, d'un choix de soins de spa extensif, d'un centre de conditionnement physique moderne et d'une piscine vitrée, The Peninsula Spa ne laisse rien à désirer. Les thérapeutes qualifiés du spa pratiquent la philosophie ESPA qui combine les techniques asiatiques, européennes et ayurvédiques. Afin que les clients soient complètement détendus avant le début d'un traitement, ils sont encouragés à arriver 60 minutes avant leurs rendez-vous.

www.peninsula.com



Amanyara Serenity Villa

PROVIDENCIALES, ILES TURQUES-ET-CAÏQUES

Réparti sur un demi-hectare de végétation luxuriante, Amanyara Serenity Villa vous propose une évasion pittoresque pour une exploration de soi intrinsèque. Le spa dispose de quatre pavillons de traitement doubles, une piscine de 108 mètres carrés et une boutique opulente située dans le pavillon d'accueil et de détente. Un Maître en Résidence accompagne les clients dans la visite d'une pittoresque salle de yoga en plein air et d'un studio de Pilates mettant en évidence les avantages de ces pratiques de guérison holistique. Même les aficionados les plus perspicaces seront impressionnés par le menu de traitements qui inclut une variété d'exfoliants naturels, des massages, des enveloppements corporels et des soins du visage et de beauté.

www.amanresorts.com/amanyara/spa.aspx

Spa Savanna

Favoriser le bien-être de la communauté

Spa Savanna propose un petit coin de paradis dans un quartier ouvrier historique de Montréal. Fondé sur le principe que 'vous êtes un reflet de votre voisinage', le choix de l'emplacement du spa a été intentionnel, explique Don Anderson, directeur du spa.

« Tous les trois (Anderson et ses copropriétaires Elizabeth et Catharine Lipsz), nous habitons ce quartier », explique-t-il. « Le spa aurait pu être fondé n'importe où – il aurait pu être dans un quartier plus aisé, mais nous avons pris une décision réfléchie basée sur notre philosophie. Il y a des spas dédiés à l'esthétique et à la beauté, et puis il y a des spas comme le nôtre, dédiés à découvrir la beauté dans le bien-être. Aucun quartier ne peut se passer de ça. »

Depuis son ouverture en avril 2006, Spa Savanna est rapidement devenu populaire et a gagné une réputation d'excellence. Le quartier a évolué aussi, grâce au marché immobilier de Montréal en plein essor. Aujourd'hui, c'est moins surprenant de découvrir un spa de jour luxueux dans le quartier de St-Henri.

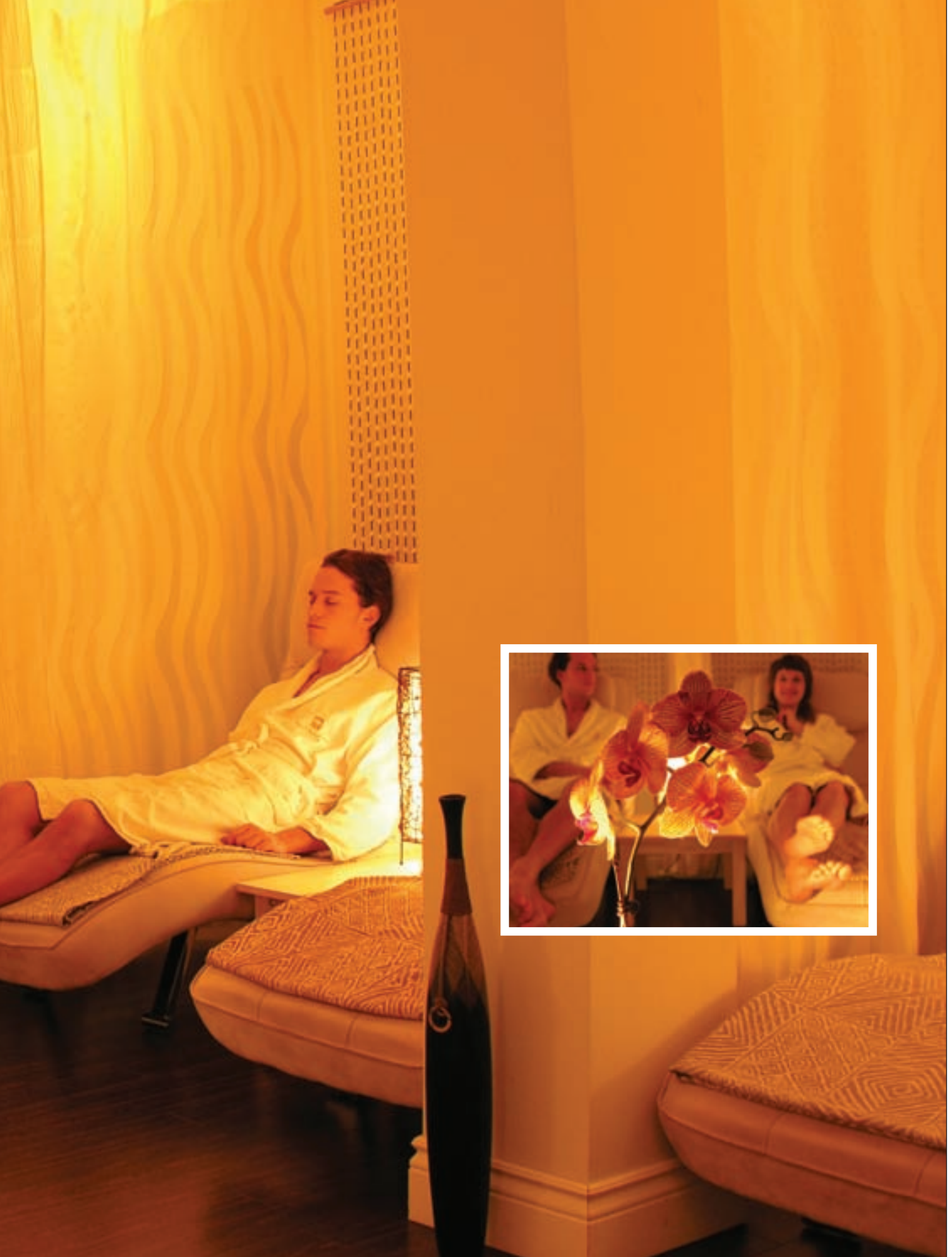
Un menu compréhensif

Spa Savanna a neuf salles de traitement ainsi qu'une salle de maquillage et de manucure chaleureusement éclairée, des vestiaires pour femmes et pour hommes, chacun avec son propre bain de vapeur, et une salle de détente avec une atmosphère qui invite les visiteurs à décompresser.

La liste des services et des traitements est longue et comprend un menu de massages, des soins du visage et du corps, des soins de la cellulite « Velashape », des manucures, des pédicures, de l'épilation, des consultations en maquillage, un menu 'juste pour lui', ainsi que de diverses technologies d'esthétique telles que la microdermabrasion, la thérapie par lumière DEL, des thérapies de 'lifting' et d'ultrason, et la thérapie par lumière intense pulsée « Palomar ». De plus, le spa compte plusieurs spécialistes parmi ses employés, dont un physiothérapeute, un ostéopathe et un naturopathe.

« Tous nos massothérapeutes peuvent effectuer divers styles de massages. Les traitements technologiques sur notre menu rehaussent les autres éléments qui visent le bien-être car ils stimulent la circulation sanguine dans la peau. Pour le plaisir, j'aime déclarer que nous faisons tout sauf la coiffure », dit Anderson. « Nous faisons en sorte que tout soit personnalisé pour chaque client. C'est cette connexion avec nos clients qui fait toute la différence. »

Spa Savanna emploie une esthéticienne médicale certifiée qui se spécialise dans les traitements à lumière intense pulsée. Le spa loue l'équipement nécessaire deux fois par mois pour permettre au spécialiste d'effectuer des traitements esthétiques médicaux. « Nous préférons avoir notre propre spécialiste, au lieu de nous fier aux techniciens qui peuvent être embauchés avec la location de l'équipement », dit Anderson. « Notre esthéticienne certifiée



peut gérer les soins de la peau des clients entre chaque traitement et suivre leur progrès. De plus, elle est complètement familière avec notre philosophie et nos produits. Donc, le service qu'elle fournit s'aligne parfaitement avec l'expérience *Spa Savanna*. »

Spa Savanna utilise deux lignes de produits principaux – *Comfort Zone* et *G.M. Collin*. « Les deux lignes sont très synergiques », dit Anderson. « *Comfort Zone* est enivrant. Il vous transporte ailleurs. Vous n'avez qu'à vous détendre et le laisser vous emporter. Tandis que *G.M. Collin* est plus thérapeutique et axé sur le traitement. Ça me fait penser aux blouses de laboratoires et aux dossiers. La qualité des deux marques est excellente. »

Un décor inspiré

La conception de Spa Savanna a été inspirée du milieu et de la culture africaine, « entre la jungle et le désert, où toutes les bêtes se rassemblent – un endroit d'équilibre », dit Anderson. Les couleurs terre et pastel s'harmonisent avec les matériaux naturels et engendrent une atmosphère sereine. Les salles de traitement ont tous des noms Zoulous. Amanzi, par exemple, signifie 'l'eau de la montagne'.

« Nous fournissons un environnement raffiné et détendu et nous avons d'excellents employés », dit Anderson. « En fait, notre équipe actuelle est probablement la meilleure équipe que nous avons jamais eue. Leur niveau de professionnalisme, leur familiarité avec nos produits et leur esprit d'équipe créent l'expérience ultime pour nos clients. »

Dans le cadre de son engagement au bien-être, Spa Savanna prend plusieurs mesures pour réduire son impact sur l'environnement. Un programme de recyclage est en place et toutes les boissons et breuvages sont servis dans des verres réutilisables ou des tasses en céramique. La lessive est faite sur place afin de réduire l'impact du transport routier et de mieux contrôler l'utilisation de produits chimiques. Les deux bains de vapeur sont desservis par une unité haute efficacité de *Steam Sauna* à Toronto.

Le client a toujours la priorité

Le plan de marketing de Spa Savanna est axé sur leurs principaux clients. Des promotions hebdomadaires sont créées selon les tranches horaires disponibles. Chaque semaine, ils consultent leur livre de rendez-vous pour voir où il reste des places et envoient un publipostage électronique à tous leurs clients annonçant le spécial pour la semaine à venir (environ 3000 courriels). Ils offrent des spéciaux du mois aussi – en juin ils ont offert un rabais de 30% sur les produits *Man Space* de *Comfort Zone* pour souligner la fête des pères.

« Nous avons une clientèle de base très fidèle et cela inclut plusieurs hommes », explique Anderson. « Notre estimation initiale indiquait un marché masculin d'environ 10 à 15%, mais



nos chiffres réels indiquent que notre clientèle est formée à 30% d'hommes. »

Pour les nouveaux clients, Spa Savanna alloue 15 à 20 minutes de plus pour les consultations en vue de leur expliquer le processus. « Nos thérapeutes abordent plusieurs sujets avec eux – ils parlent de santé, d'alimentation, des habitudes de sommeil, des vitamines, etc. Les discussions peuvent être très révélatrices. Par exemple, si un client révèle qu'il prend 'parfois' des vitamines, cela peut signifier qu'il ne suivra pas toujours un régime de soins de la peau tel qu'indiqué. À la fin d'un traitement, chaque client reçoit une 'ordonnance' lui indiquant ce qu'il doit utiliser à la maison pour compléter son régime des soins de la peau. »

Spa Savanna est fondé sur un engagement au bien-être et sa réussite est mesurée par la satisfaction des clients.

« Nous avons des cas vraiment touchants – des clients atteints de graves problèmes de peau qui reçoivent de l'information honnête pour la première fois », dit Anderson. « Nous nous assurons que notre personnel soit aussi informé que possible et que tous les employés agissent selon nos philosophies de service à la clientèle et de gestion. Nos efforts sont clairement récompensés. Nos clients connaissent les noms de nos employés et nous bénéficions de beaucoup de références par les membres des familles – les enfants de nos clients deviennent souvent des clients fidèles. » ♦

Spa Savanna en bref

Personnel : 13 thérapeutes, 6 employés de soutien

Superficie : 4 000 pieds carrés

Salles : 9 salles de traitements, une salle de maquillage et manucure, une salle de séjour, deux bains de vapeur infusés d'eucalyptus

Lignes de produits : Comfort Zone, G.M. Collin, Jane Iredale, OPI, Footlogix



lignes exclusives • gestion pratique • formation

VOTRE PARTENAIRE POUR PROSPÉRER EN *BEAUTÉ*

Distributeur autorisé pour :
Equavie, Guinot, Phytomer,
Swiss line et Vie Collection

SOPAR INTERNATIONAL INC.

1875, boul. Lionel-Bertrand, Boisbriand, QC J7H 1N8
Tél. : 450 433-8918 – 1 800 361-6089 –
Télec. : 450 434-2608 – 1 800 375-8832 –
info@soparc.ca – www.soparc.ca



L'écologisation de votre spa

Faire de votre spa un champion de l'environnement est aussi simple que de changer une ampoule.

Alors que la population de notre planète monte en flèche, atteignant plus de sept milliards cette année, les ressources que nous prenons pour acquises se font rares et il devient essentiel de gérer attentivement ce qui nous reste. Que votre spa soit un géant de 50 employés et plus ou une boutique d'une seule personne, il est possible de changer vos habitudes de consommation et de mener la charge car de plus en plus de spas envisagent un virage écologique.

« Les spas sont axés sur la durabilité du corps et de l'esprit », dit Sheila Armen, directrice d'affaires et copropriétaire du *Strong House Spa* au Vermont. « Mettre l'accent sur la durabilité dans l'opération du spa est un prolongement naturel et la voie logique pour un spa. »

La santé de l'esprit, du corps et de la terre

Peter Brabeck, président de la compagnie *Nestlé*, croit que nous allons manquer d'eau avant de manquer de pétrole. Le gouvernement d'Ontario dit que la demande pour l'eau

dépassera les réserves de 40% en moins de 20 ans. Un spa qui décide de faire une transition écologique doit commencer quelque part. Selon Roberto Arjona, chef de la direction de *Rancho la Puerta*, le premier spa de destination en Amérique du Nord, il doit commencer dès la première goutte d'eau.

« L'eau est la ressource la plus importante pour notre industrie et pour notre planète », dit Arjona. « En établissant des méthodes de construction intelligentes et en utilisant des matériaux et des pratiques adaptés à l'environnement, nous pourrions gérer notre consommation d'eau et la réutiliser. »

Chez *Rancho la Puerta*, au lieu d'utiliser des arroseurs traditionnels, ils emploient un système d'irrigation goutte à goutte qui fournit des quantités d'eau spécifiques à chaque plante dans le jardin. Afin de limiter les besoins en eau des sources externes, les plantes choisies pour les jardins sont résistantes à la sécheresse. Ce sont des plantes indigènes ou provenant d'écosystèmes semblables. L'eau requise pour les jardins provient d'une installation d'épuration des eaux usées qui capte l'eau grise

utilisée dans les traitements de spa. L'eau grise, provenant des chalets d'invités, est recueillie dans un marais biologique et recyclée par un ruisseau qui traverse le site.

Du paillis, répandu un peu partout dans les jardins, minimise l'évaporation.

Des toilettes à compost et des urinoirs sans eau limitent la consommation d'eau davantage.

Le spa utilise des douches et des toilettes à faible débit ainsi que des appareils certifiés Energy Star et encourage ses clients à apporter leurs propres bouteilles d'eau réutilisables.

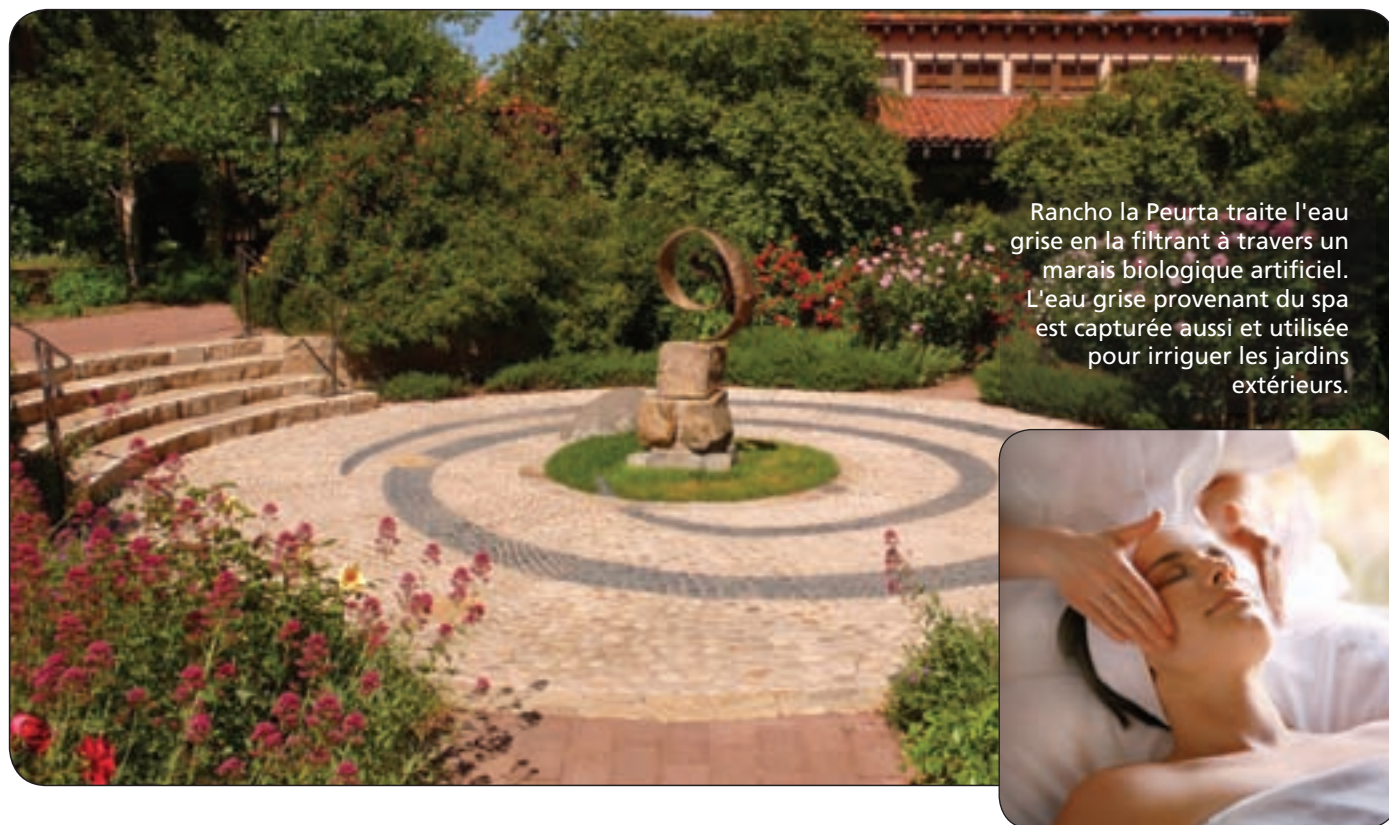
Osmosis Day Spa, membre du *Green Spa Network*, a récemment complété le premier projet de création de zone humide pour une utilisation non agricole approuvé par le comté

Osmosis utilise également un système d'irrigation goutte à goutte dans ses jardins extérieurs et des panneaux solaires sur le toit pour chauffer l'eau. Les tuyaux d'eau chaude sont isolés afin de réduire le gaspillage d'énergie.

Réduire, réutiliser et recycler

Bien que l'eau soit au cœur du mouvement écologique, ce n'est pas le seul facteur à considérer. La liste des éléments à considérer est longue – la gestion de l'énergie, le recyclage, l'alimentation biologique, entre autres.

D'autres éléments à considérer sont les produits utilisés et vendus par les spas. Plusieurs personnes ont des armoires pleines de lotions et d'autres produits de beauté. Si le client d'un spa a un tiroir plein de produits, dit Armer, il est moins enclin à acheter un nouveau produit biologique.



Rancho la Peurta traite l'eau grise en la filtrant à travers un marais biologique artificiel. L'eau grise provenant du spa est capturée aussi et utilisée pour irriguer les jardins extérieurs.

de Sonoma, en Californie.

Ce projet impliquait la création d'un écosystème de zone humide qui fonctionne conjointement avec le système de recyclage des eaux grises. Selon *Osmosis*, cela permettra d'économiser près de 1000 litres d'eau par jour en recyclant l'eau des douches et des lavabos pour l'irrigation souterraine. Dans ce cas, la conservation servira aussi à soutenir l'habitat faunique.

Strong House Spa a un programme de recyclage des produits cosmétiques. Le spa accepte tout contenant de produit pour la peau, au moins à moitié plein, en échange d'un rabais de 5\$ sur un produit biologique semblable vendu au spa.

« Nous recyclons les contenants et les produits nettoyants sont utilisés par notre compagnie de recyclage pour laver leurs camions », explique Armen.

Tous les produits de spa, à l'exclusion du rouge à lèvres, sont recyclés grâce à un service d'élimination de déchets dangereux au Vermont.

La plupart des membres du Green Spa Network recommandent à leurs clients d'apporter leurs propres peignoirs de bain et bouteilles d'eau afin de réduire la lessive et les déchets.

« Pour encourager les clients à ce faire, offrez-leurs des incitations », suggère Armen. Des coupons rabais, par exemple, ou peut-être des petits cadeaux, comme des échantillons de produits.

Il y a tant de petits trucs écologiques qui, tous ensemble, peuvent faire une grande différence. *Rancho la Puerta* utilise des contenants réutilisables pour certains produits et utilise des sacs à ordures compostables.

Chez *Prairie Chic Spa* au Manitoba, la propriétaire, Dawn May, imprime les rappels de rendez-vous à l'arrière de ses cartes d'affaires pour minimiser le gaspillage de papier.

« Comme ça, vous n'avez pas à imprimer une autre feuille de papier », dit May. « Ça semble tellement simple, mais ce n'est pas tout le monde qui le fait. La simplicité est parfois très élégante. »

En outre, quand May a décidé que *Prairie Chic* avait besoin de rénovations, elle a utilisé de la peinture recyclée, vendue dans la plupart des quincailleries. Aussi, elle a acheté des meubles usagés dans un *Centre de rénovation ReStore* de *Habitat for Humanity*.

Rancho la Puerta a utilisé des matériaux provenant d'un vieux court de tennis désaffecté pour construire une route de service pour le personnel d'entretien.

Écologique et dévoué

Chez plusieurs spas écologiques, leur philosophie se répand à travers la communauté locale.

« Parfois, nous sommes absorbés par nos efforts de réduire notre impact sur l'environnement », dit May. « Mais quand vous voulez être respectueux de l'environnement, c'est avec l'intention de faire quelque chose de bon pour la planète et cela implique plusieurs éléments. »

Chaque année, un organisme communautaire du Manitoba organise un effort de nettoyage du parc provincial *Birds Hill*, au nord de Winnipeg. Chaque année, May parraine l'effort avec le groupe *Friends of Birds Hill Park*.

« L'initiative de nettoyage attire beaucoup de bénévoles et je fais don d'un certificat cadeau pour les encourager », dit May.



Commencez dès maintenant!

Que pouvez-vous faire aujourd'hui pour transformer votre spa en une oasis écologique? Parlez-en avec votre compagnie d'électricité. Une analyse énergétique, gratuite dans certaines régions du Canada, peut fournir une liste d'idées pour vous aider à réduire la consommation et les coûts d'énergie. Entre-temps, voici une liste de choses que vous pouvez faire pour assurer que vous faites de votre mieux pour respecter Mère Nature :

- Installez des lumières écoénergétiques et des interrupteurs à détection de mouvement pour les zones plus tranquilles du spa
- Isolez les tuyaux d'eau et les conduites de chauffage et de climatisation
- Remplacez les toilettes avec des toilettes modernes à faible débit
- Recueillez l'eau de pluie dans des récipients pour jardins et arrosez les jardins extérieurs seulement le matin ou le soir
- Écrivez et imprimez sur les deux faces du papier
- Utilisez des piles rechargeables
- Plantez des arbres sur les lieux du spa pour compenser pour le carbone produit par le spa
- Fermez les ordinateurs et autres appareils électroniques pendant la nuit
- Installez de nouvelles fenêtres. C'est un projet un peu plus coûteux, mais elles peuvent éliminer les pertes de chaleur (ou de fraîcheur)
- Utilisez des panneaux solaires pour capter l'énergie afin de chauffer l'eau du spa (l'énergie éolienne nécessite moins d'investissement au départ mais ne convient pas toujours à cause de l'espace nécessaire)
- L'énergie géothermique est une excellente option lors de la construction d'un spa, s'il est situé au bon endroit
- Prêtez attention à ce qui finit dans la poubelle afin d'identifier les occasions de réduire

Bien sûr, certains projets écologiques peuvent être dispendieux, tandis que d'autres sont gratuits. Mais si vous relevez le défi, vous trouverez que c'est avantageux d'être écologique et vos clients vous en seront reconnaissants aussi.

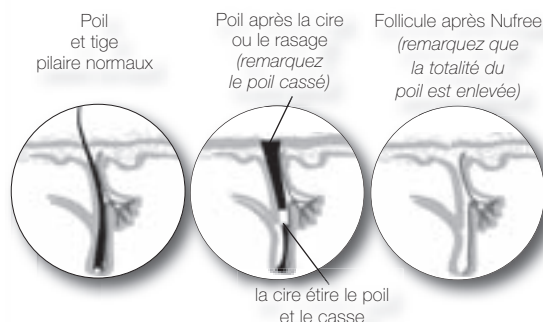
Est-ce que votre système d'épilation élimine les microbes ?

Quand il s'agit d'éliminer les poils indésirables, rien n'est plus efficace et sûr que **Nufree®**... homologué pour une utilisation sur plus de 98 % du corps. Nufree est le seul système d'épilation **sans cire antimicrobienne et anhydre** au monde. Parce que ce n'est pas une cire, Nufree ne colle jamais à la peau ; vos clientes n'auront aucune douleur, rougeur ou gonflement comme avec les traitements typiques à la cire... seulement une peau lisse et soyeuse. Nufree déracine tout le bulbe et la tige pileuse sans casser le poil, contrairement aux dépilatoires et aux cires.

Mais ce n'est que le début. Après un traitement Nufree, **finipil®** notre lotion **antibactérienne et antimicrobienne** de formulation scientifique et brevetée, est appliqué, qui protège le follicule vide. Dans le cadre d'une utilisation quotidienne, finipil ralentit la repousse pileuse et il a été prouvé qu'il diminue la taille des pores et empêche les poils incarnés.

L'étonnant finipil® breveté peut également être utilisé à tout moment et en tout lieu quand un produit antibactérien est nécessaire.

CONNAISSEZ DES Résultats étonnants.



FABRIQUÉ AUX ÉTATS-UNIS 

©2011 Equibal Inc. Tous droits réservés d'equibal inc. the body perfect

Ou composez le: Distributions France Croteau Inc. 800.833.2333
POUR D'AVANTAGE DE FAITS VISITEZ WWW.NUFREE.COM

En 2009, *Osmosis* a parrainé un événement pour le *Ceres Community Project*. Le projet rassemble des adolescents dans la cuisine où ils apprennent à cultiver, préparer et apprécier des aliments sains. Les ados préparent des repas pour des personnes qui luttent contre le cancer et d'autres maladies graves.

Rancho la Puerta a été un partenaire fondateur de la *Fondacion la Puerta*, un organisme qui coordonne des projets environnementaux, sociaux et éducatifs, y compris la préservation des plantes indigènes et des habitats fauniques menacés dans la région de Tecate, sur la frontière Californienne/Mexicaine.

« En prenant le virage vert, les spas peuvent profiter de beaucoup d'avantages », dit Arjona. « En réduisant notre consommation d'eau, d'énergie et de produits, nous réduisons le gaspillage et nos dépenses. Nous profitons sur le plan de la concurrence puisque de plus en plus de curistes préfèrent les spas écologiques. Nous bénéficions écologiquement et socialement puisque nous pouvons avoir un impact positif sur le comportement des autres et nous aidons à préserver des ressources précieuses. »

Selon Armen, les spas sont les ambassadeurs idéaux pour sensibiliser les gens sur la durabilité, car les curistes représentent un public déjà à la recherche du bien-être. ♦



Rashell
Masc-A-Gray
Mascara colorant pour les cheveux

Rashell Cosmetic Masc-A-Gray couvre les repousses grises instantanément afin que la coloration de votre client reste parfaite comme à la sortie du salon. Masc-A-Gray sèche en une minute et dure jusqu'à l'utilisation d'un shampoing. Facile à appliquer et résistant à l'eau, il ne s'écaille pas et ne tache pas. Excellent pour les moustaches et les barbes aussi. Maintenant disponible en douze couleurs. Commandez dès maintenant pour une livraison immédiate.

310.459.0673 rashellcosmetics.com rashellinc@aol.com

Les spas du Québec parlent développement durable

Le Québec est une province verte. Aménagés sur un territoire de renommée mondiale pour sa richesse en ressources naturelles, nous avons appris à embrasser la nature et à jouer notre rôle respectueusement au sein de cette abondance. Il n'est donc pas surprenant que de nombreux spas du Québec ouvrent la voie vers un avenir plus vert.

Cet été, plusieurs entreprises québécoises participeront à des discussions ouvertes sur le développement durable. Avec l'aide de #mardiDD, les entreprises du Québec partagent leurs engagements et leurs projets visant à faire avancer le mouvement écologique. L'objectif est de voir au moins 140 entreprises participer dans cette conversation qui a lieu sur *Twitter* chaque mardi. Visitez www.twitter.com et cherchez le mot-clé #mardiDD pour voir ce qu'ils ont à dire!

Le mouvement écologique résonne aussi avec l'industrie des spas. Spa Eastman est déjà un participant actif, ce qui est tout naturel pour un spa avec un esprit pionnier datant de plusieurs décennies en matière d'environnement.

Un autre exemple de l'écologisation des spas du Québec est le standard écologique auquel tous les membres de *Spas Relais Santé* doivent s'engager. En 2009, l'organisation a créé un 'Comité Vert' mandaté à établir une liste de 'gestes verts' qui démontrent l'engagement de ses membres envers l'environnement et la promotion du marché local. La liste de normes comprend 47 critères dans sept catégories.

Ces catégories incluent :

- **Gestion** : réduction de papier, bacs de recyclage, archives électroniques, utilisation d'équipement *Energy Star*, etc.
- **Maintenance et entretien du spa** : douches et toilettes à débit réduit, herbicyclage
- **Restauration** : vaisselles et contenants réutilisables, achat de produits locaux et biologiques (minimum 30%)
- **Entretien ménager** : achat de produits ménager locaux pour réduire le transport routier (minimum 30%)
- **Opérations du spa** : uniformes des thérapeutes en tissu de fibres naturelles, vente de sacs biodégradables ou recyclables
- **Communications** : internet comme mode de communication principal au lieu de l'impression de brochures
- **Formation** : informer les employés et clients au sujet des 'gestes verts'

Que faites-vous pour écologiser votre spa?



" J'ai vécu un dommage par l'eau avec un assureur direct et un autre avec Asserpro. Quelle différence, aucune comparaison sur le traitement et le règlement de ma réclamation! "

*Monsieur Michel St-Jacques, président
SPA L'Oasis de l'Île.*



ASSERPRO inc.
Courtier d'assurances

LE SEUL ET UNIQUE SPÉCIALISTE EN ASSURANCE SPA-ESTHÉTIQUE !

Appelez-nous maintenant pour une soumission en quelques minutes, 1-800-463-6385

Questions en assurances SPA-Esthétique? Visitez la zone info sur [WWW.asserpro.com](http://www.asserpro.com).



Vous y trouverez **une bibliothèque d'information** et des liens utiles concernant tout ce que vous devriez savoir pour ne pas prendre de risques inutiles dans votre quotidien.

Visitez notre site WEB et prenez connaissance des témoignages de nos clients concernant leur expérience avec nous. Vous comprendrez pourquoi Asserpro a des milliers de clients dans votre domaine et est le **numéro 1 au Québec en assurances Spa-Esthétique!**

Le marketing de masse extrême

Les sites d'aubaines en ligne pourraient nuire à l'industrie des spas.



RABAIS sur massages aux pierres chaudes



Nous en avons tous entendu parler et, apparemment, beaucoup d'entre nous les avons essayés. Les sites d'aubaines, tels que Groupon, LivingSocial et Wag Jag, inondent l'internet avec des coupons de rabais. L'industrie des spas se lance elle aussi dans le marché des offres à prix fortement réduits. Ces offres sont tellement étonnantes qu'elles semblent trop belles pour être vraies. Il se peut, en fait, que ce soit le cas.

Les offres de rabais pour les soins de spa comptent pour au moins la moitié de toutes les offres en ligne. Plusieurs acteurs de l'industrie des spas sont inquiets par rapport à ce que cela pourrait signifier à long terme. C'est devenu une telle controverse que Leading Spas of Canada prend position sur le sujet en informant les spas sur les risques potentiels liés à l'utilisation des sites d'aubaines en ligne.

« Les consommateurs bénéficient de ces rabais, mais au bout du compte, notre industrie est durement touchée », dit Tazeem Jamal, directrice du spa Skindulgence The Urban Retreat Ltd. et présidente du comité d'adhésion de Leading Spas of Canada. « Ces offres à prix fortement réduits seront nuisibles pour les affaires de tous les spas. Ils encouragent un comportement indésirable chez les consommateurs. Si vous recevez un traitement pour 40 \$ un jour, pourquoi revenir pour le même traitement à 140 \$? Les consommateurs ont tendance à 'sauter' d'un spa à l'autre selon les offres. Cela nuit à nos efforts de créer des bases de clients fidèles. »

Financièrement, les spas proposent ces offres à perte, dit Jamal. Elle ajoute qu'il est important de connaître les faits avant d'offrir un coupon rabais. Il y a plusieurs choses à considérer :

- Les frais généraux restent les mêmes, peu importe le rabais offert

- Un trop grand afflux de clients avec des coupons rabais peut perturber les horaires, aliénant les clients fidèles
- Un grand pourcentage des ventes va directement au site d'aubaine—généralement au moins 50% du prix de vente
- Ces offres fournissent une grande visibilité, mais ces nouveaux clients deviendront-ils des clients fidèles?

Avant de proposer des offres à grands rabais, Jamal vous suggère de prêter attention à la façon dont vous les structurez. « Je crois que l'attrait c'est que cela ne vous coûte rien sur le coup. Prenez toutefois en compte ce que cela pourrait vous coûter en bout de ligne », dit-elle. « Par exemple, un traitement facial 'CM Collins Vitamin C' coûte à peu près 29 \$ seulement pour les produits. Il ne faut pas oublier les rémunérations des thérapeutes et du personnel administratif, ainsi que les coûts de la literie, des accessoires, etc. Alors, qu'est-ce que ça va vraiment vous coûter? Vous pourriez avoir encaissé 30 000 \$ mais il vous en coûtera

42 000 \$. Par contre, si vous structurez votre offre convenablement—en offrant un cours de yoga à prix réduit, par exemple, où plusieurs personnes peuvent participer à la fois, avec un seul instructeur—le retour sur votre investissement sera meilleur.

Il n'y a pas que des pessimistes

Ce n'est pas tout le monde qui s'inquiète. En fait, pour certains, ces sites deviennent rapidement des outils-clés pour la publicité de leur spas. Carol St. James, propriétaire du Spa St. James dans le centre-ville de Montréal, affirme que son affiliation avec LivingSocial a été une expérience merveilleuse.



nous sommes très accessibles. Les gens viennent ici, ils voient ce que nous avons à offrir et nous sommes relativement sûrs de les revoir. Si vous avez de bons employés et si vous êtes en mesure de bien gérer l'afflux de clients, il n'y a aucun problème. »

La clé, c'est de bâtir une relation avec les clients qui viennent profiter des offres. Les St. James (Carol et son fils, Jordan, codirigeant de l'entreprise) sont toujours à la réception pour s'assurer que quand un client part, il part avec un coupon rabais qui l'incitera à revenir. « Quand nos clients LivingSocial viennent, nous leur donnons des rabais pour leurs prochaines visites », explique St. James. « Nous les traitons comme tout autre client qui paye à plein tarif et nous les informons sur tous

nos services. En agissant de cette façon, nous avons converti plusieurs de ces clients en clients fidèles. »

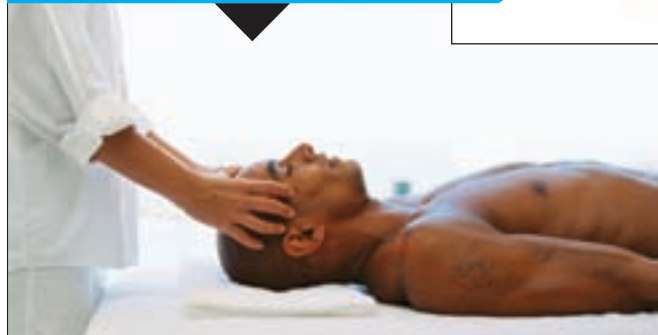
Il n'existe pas de suivi formel pour analyser la fidélisation de la clientèle, puisque le spa est relativement intime et que les St. James connaissent leurs clients. Mais bon nombre des clients LivingSocial prennent d'autres rendez-vous en sortant et les St. James savent qu'ils gagnent de nouveaux clients.

St. James admet que le pourcentage à défrayer aux sites d'offres est un peu élevé et elle espère que cela va diminuer au fil du temps. Elle ajoute qu'un avantage supplémentaire de ces offres est qu'elles augmentent le flux de clients durant les périodes tranquilles.

« Les clients sont rassurés quand ils voient qu'il y a d'autres clients dans le spa », dit St. James. « Et jusqu'à présent, nous avons été en mesure de tout bien gérer. »

Néanmoins, Jamal conseille que les spas considèrent leurs options avant de suivre cette tendance et qu'ils n'oublient pas la règle d'or: se concentrer sur le maintien de leur clientèle. « À quoi ça sert d'être une industrie reconnue pour ces offres de rabais exceptionnels? », demande-elle. « Notre objectif devrait plutôt être d'augmenter les standards du professionnalisme et de gagner le respect des consommateurs. Autrement dit, de 'fournir de la valeur'. Montrez à vos clients que vous les appréciez et ils vous apprécieront aussi. » ♦

RABAIS sur massages



« Ces bons de rabais sont effectivement des produits d'appel mais nous en vendons des milliers à la fois », ajoute-t-elle. « Comment aurions-nous pu accroître notre visibilité autant sans ce type de publicité? »

En décembre dernier, Spa St. James a offert un forfait de traitement (une pédicure de 60 minutes avec un traitement facial ou un massage de 60 minutes) d'une valeur de 190 \$ pour seulement 65 \$. Ce printemps ils ont offert un forfait d'une valeur de 150 \$ pour seulement 65 \$. Sur le site SwarmJam, ils ont également vendu un forfait évalué à 250 \$ (exfoliation du corps, enveloppement corporel et traitement facial hydratant) pour seulement 100 \$. Ces offres représentent le format de publicité de choix du Spa St. James.

« Je n'ai que du bien à dire à ce sujet », dit St. James. « Peut-être c'est parce que nous sommes si bien équipés. Notre personnel est extraordinaire et, puisque nous sommes situés au centre-ville,

Les prix réduits!

FORFAIT 2011A 830\$

- D3560 Lit facial
- GD3328 Tabouret pneumatique
- D1000B Bain de vapeur facial

OPTION :

- HY735 Chariot avec raccords pour lampe et tiroir: plus 130 \$



OPTION :

FORFAIT 2011B 1260\$

- D3668 Lit facial hydraulique
- D1000B Bain de vapeur facial
- SL114 Lampe grossissante
- HY735 Chariot avec raccords pour lampe et tiroir
- D-98041 Tabouret pneumatique avec dossier

OPTION :

- D-220 Chariot de métal: plus 40 \$
- D201H Bain de vapeur facial à haute fréquence avec minuterie: plus 140 \$



OPTION :

D220 ou D201H

FORFAIT 2011C 1485\$

- D3673 Lit facial électrique
- GD303 Bain de vapeur facial
- SL114 Lampe grossissante
- D-220 Chariot de métal avec 2 dispositifs de verrouillage aux roues. Barre multiprise incluse.
- HZ9017 Tabouret pneumatique avec dossier

OPTION :

- D201H Bain de vapeur facial à haute fréquence avec minuterie: plus 140 \$



OPTION :

FORFAIT 2011J 475\$

Chaise pour pédicure

D8220



Tabouret pour pédicure
Avec tiroir coulissant
Couleurs disponibles:
blanc, noir

XH-15315D



FORFAIT 2011K 595\$

Chaise pour pédicure
avec tabouret

D-22302



Chariot pour
pédicure

GD053



Les spas de jour se lancent dans le monde hybride des médi-spas

Les adeptes du spa s'intéressent de plus en plus aux traitements esthétiques médicaux avancés, ce qui a déclenché une nouvelle tendance chez les spas de jour traditionnels. Ce n'est plus nécessaire de fréquenter des médi-spas pour recevoir ces traitements esthétiques qui étaient « exclusifs » auparavant. Les spas traditionnels répondent à la demande croissante pour l'esthétique médicale en élargissant leurs services pour inclure des procédures médicales non chirurgicales telles que des thérapies au laser et des traitements d'anti-âge.

Alors que les spas commencent à dépasser le cadre des services traditionnels et à s'aventurer dans le monde des esthétiques médicales, les propriétaires de spas ont le choix de louer ou d'acheter l'équipement.

Cette décision dépend en grande partie du budget dont dispose le spa et de l'étendue de sa clientèle.

Pamela Coad, propriétaire de la compagnie de location *Glow Girl Inc.*, loue le système de laser Cutera 1064 aux spas qui s'en servent pour l'épilation laser, l'enlèvement des angiomes stellaires et la thérapie de rajeunissement facial.

« De nombreux spas aimeraient offrir ces services mais n'ont pas les fonds suffisants. En louant l'équipement, ils peuvent répondre aux besoins de leurs clients sans se soucier des coûts d'entretien ou des responsabilités qui accompagnent la propriété », dit Coad.

L'équipement que *Glow Girl Inc.* offre en location peut coûter à Coad jusqu'à 12 000 \$ en frais de garantie et d'entretien chaque année.

Pour pouvoir offrir des services esthétiques médicaux à ses clients, Shanette Seipt, propriétaire de *L'Exquisite Day Spa* à Oakville, en Ontario, a une entente sur une base de commission avec *The Laser Spa Group*.

The Laser Spa Group, une entreprise de location à Hamilton, en Ontario, loue la diode laser *Light Sheer* aux spas de Toronto et de la région du Grand Toronto.

Bozana Skojo, propriétaire de *Laser Spa Group*, offre deux options aux propriétaires de spas : une entente sur une base de commission ou des frais de locations quotidiens. Skojo engage des techniciens certifiés pour opérer l'équipement dans différents

spas : 40% de la commission est conservée par le locataire et 60% va à *Laser Spa Group*.

Si un spa emploie déjà un technicien certifié, il peut louer l'équipement à la journée. *Glow Girl Inc.* et *Laser Spa Group* demandent environ 500 \$ par jour pour la location d'équipement. Le prix peut diminuer si le spa loue l'équipement pendant plusieurs jours consécutifs.



Le décision de louer l'équipement esthétiques dépend du budget et de l'étendue de votre clientèle

La majorité des spas qui louent des systèmes de laser le font une fois par mois, pendant un ou deux jours, mais quelques-uns louent

l'équipement pendant une semaine. La plupart des traitements esthétiques médicaux nécessitent des sessions successives, aux 4 ou 6 semaines, et les clients des spas doivent s'engager à des dates de rendez-vous précises durant les périodes où l'équipement sera sur place.

Si un spa peut se le permettre financièrement, acheter l'équipement peut être avantageux. Mais pour s'assurer que le spa dépasse le seuil de rentabilité, il faut être certain qu'un assez grand volume de clients reviendra régulièrement pour ces traitements.

Skojo note que la location est un excellent moyen pour les spas de rester à jour avec les dernières technologies à un coût minime. « Les seuls frais sont pour la location. Ensuite, les propriétaires de spas peuvent se laver les mains de tous les coûts et des responsabilités. » ♦

L'extraordinaire exfoliant

Comme en témoigne la demande croissante pour les produits non alimentaires biologiques, les consommateurs d'aujourd'hui recherchent de plus en plus des produits de beauté naturels.

// **M**angeriez-vous votre crème pour le visage? », demande Lynn Shulman, fondatrice de *Elixir Organic Spa* à Toronto. Prenez un moment pour réfléchir à cette question.

Selon le sondage « *Organic Industry Survey 2010* » du *Organic Trade Association*, les ventes de produits non alimentaires biologiques aux États-Unis ont augmenté de près de 10% en 2009, atteignant 1,8 milliards de dollars. Et selon le rapport « *The World of Organic Agriculture : Statistics & Emerging Trends 2010* », les ventes mondiales de produits biologiques alimentaires et non alimentaires ont atteint environ 51 milliards de dollars en 2008 et ont sûrement augmenté en 2009 et 2010.

Les consommateurs recherchent des ingrédients naturels et des produits sans agents de conservation ni produits chimiques. Les consommateurs veulent savoir ce qu'ils mettent sur leur peau et ce que leur corps absorbe. Les spas qui offrent des produits avec des ingrédients identifiables et naturels répondent à la demande des consommateurs et en récoltent les bénéfices.

Une petite étude effectuée en 2004 à l'Université de Reading à Berkshire, au Royaume-Uni, a découvert des traces de produits chimiques appelés 'parabens' dans des échantillons de tissus prélevés sur des femmes atteintes du cancer du sein. L'étude indique la nécessité d'intensifier les recherches sur le lien entre les produits chimiques et le cancer du sein. Même si les chercheurs ne sont pas en mesure de démontrer un lien direct entre les parabens et le cancer du sein, l'étude initiale a été suffisante pour faire parler les gens.

Les parabens et plusieurs autres produits chimiques sont utilisés comme agents de conservation dans les produits cosmétiques et d'autres produits de spa.

« Les consommateurs sont plus avertis maintenant et ils ne veulent pas utiliser des produits qui pourraient entraîner des effets néfastes », explique Erin Hughes, propriétaire de *EcoChic Spa* à Whistler, C.-B.



Alors, mangeriez-vous, ou laisseriez-vous vos clients manger la crème pour le visage de votre spa?

Identifier les ingrédients

Tout produit appliqué sur la peau d'un client pénètre dans leur corps par le processus d'absorption cutanée. Donc, même si un client n'ingère pas le produit, il va tout de même pénétrer sa peau et infiltrer son corps.

comestible



Signature Series de
Beauty Through Balance



Antioxydant Skin Care de GiGi



Écran Solaire 100%
Naturel de MelanSol

« Dans le fond, vous consommez votre crème hydratante, alors vous devriez être sûr que les ingrédients dans cette crème sont inoffensifs pour votre organisme », explique Shulman.

Pour déterminer si un produit est naturel, il suffit de lire la liste d'ingrédients.

« Une entreprise peut utiliser le mot 'naturel' sur son produit, mais cela ne signifie pas nécessairement que le produit est fabriqué à

partir d'ingrédients naturels. Souvent, ce n'est qu'une stratégie d'image de marque », dit Hughes.

Shulman recommande que les spas s'associent avec des fournisseurs qui procurent des informations complètes sur leurs ingrédients. Les spas devraient aussi fournir ces mêmes informations à leurs clients.

« Nous disons à nos clients exactement ce que contiennent les produits », affirme Sandra Black, propriétaire de *Sea Chi Organics*.

Il y a plus de 16 ans, *Sea Chi* a commencé à produire du thé. Black a découvert que son thé kombucha manifestait des effets bienfaits quand il était appliqué sur la peau. Avec l'aide d'un herboriste, elle a développé la première crème biologique *Sea Chi*.

Plusieurs fabricants de produits biologiques peuvent transmettre aux propriétaires de spas la provenance exacte de leurs ingrédients.

« Si je veux, je peux examiner l'origine de chaque ingrédient et je ne pense pas qu'on puisse dire ça des produits pour les soins de la peau vendus par les grandes compagnies », explique Shulman.

Naturel et d'origine locale

« Les produits naturels n'ont pas une longue durée de conservation », prévient Hughes.

Par conséquent, *EcoChic* passe ses commandes en petits lots. Les commandes sont passées au début de la semaine et les nouveaux lots arrivent le vendredi. Puisque les produits biologiques n'utilisent pas d'agents de conservation, les lots restent en circulation pour une durée maximale de six mois. Après six mois, les produits sont offerts aux employés ou donnés à un refuge pour femmes.

« Nous devons fonctionner selon un horaire différent de celui des spas qui achètent en grandes quantités, mais cela n'implique pas beaucoup plus de travail », ajoute Hughes.

Voulant offrir plus de produits biologiques et locaux, Hughes a créé un jardin hydroponique qui fournit le spa d'ingrédients naturels. Hughes couve les plantes biologiques dans ce jardin intérieur jusqu'à ce qu'elles soient assez grandes pour être transplantées sur une ferme biologique locale, où elles mûrissent. Après, ces ingrédients retournent au spa où ils sont utilisés dans des traitements conçus par *EcoChic*.

« Présentement, nous faisons pousser des concombres et ils seront bientôt transplantés à la ferme biologique », dit Hughes. « En juillet et août, les concombres serviront d'ingrédients pour un enveloppement corporel rafraîchissant qui aide à apaiser les coups de soleil ». ❖

1

Deborah Lippmann, icône de la beauté, relance la crème pour les pieds Steppin' Out qui offre, selon elle, la façon la plus simple d'adoucir et de lisser les pieds. Cette crème comprend de l'açaï, de la graisse de kokum, de l'aloès et de l'huile d'olive, un mélange qui hydrate et protège au contact. Vous n'avez qu'à l'appliquer autour des ongles pour une cuticule lisse et douce au toucher.

www.lippmanncollection.com

2

Peacekeeper Cause-Metics a lancé quatre nouvelles peintures à ongles, embouteillées avec un couvercle argenté facile à ouvrir, augmentant la ligne Eco-Smooth Nail à huit couleurs allant du rose translucide au bleu nuit. La compagnie fait un don de tous ses profits après les impôts pour soutenir la santé des femmes et la sensibilisation aux droits des femmes. L'organisme Environmental Working Group classe cette ligne de peinture à ongles parmi les plus sûres.

www.iamapeacekeeper.com

3

IBD a vu son Red Velvet Gelac mis en vedette lors d'une émission récente de « American Idol ». Rihanna a adoré cette teinte de rouge et l'a appariée de bijoux et d'accessoires modérés pour mettre en évidence ce vernis d'un marron foncé. Le Gelac dure jusqu'à 14 jours sans s'écailler et s'enlève facilement en 10 minutes en trempant les ongles.

www.ibdbeauty.com

4

OPI nous propose d'appliquer une couche de sa nouvelle ligne de vernis, Shatter, par-dessus deux couches bien sèches de laque à ongles pour un effet chic à double texture. Une couche de vernis de protection ajoute une finition brillante et lumineuse. Depuis le lancement du vernis Shatter noir en janvier, la ligne s'est élargie pour inclure sept couleurs uniques.

www.opi.com

5

CND a collaboré avec le designer Jason Wu pour créer une édition limitée de vernis à ongles qui rendent hommage aux femmes iconiques. La ligne inclut quatre couleurs, Miss Wu, Brigitte, Sophia, Veronica ainsi qu'un vernis à effet, Anna Effect, qui peut être superposé pour créer une variété infinie de styles.

www.cnd.com



1



2



3



4



5



Leading Nail Care

• Longueur • Force • 180 Couleurs

Le système tout en un, le seul de ce genre!

Beaucoup plus qu'un Poli Gel:

- Les Manucures et Pédicures Bio Sculpture combinent couleur et force.
- Aucun limage requis.
- Une application dure en moyenne de 3 à 6 semaines.
- Application et retrait rapide.
- Temps total de cuisson de 6.5 minutes par main/pied.
- Promouvoir la santé de l'ongle.
- 25 ans d'expérience dans le Gel Couleur.
- Le plus haut retour d'investissement.

L'Inventeur du:

- Du Gel qui se dissout.
- Du Gel qui ne s'écaille pas.
- Des extensions en Gel.
- De la flexibilité adaptée au type d'ongle.

Nouveau ou client existant:

Commandez dès maintenant votre Collection
Récolte d'Afrique avant l'automne.
Informez-vous des Ateliers de
4 heures spécialement pour la Couleur!

5 Nouvelles Couleurs

- 123 – Désert du Namib
- 124 – Delta d'Okavango
- 125 – Cavernes du Congo
- 126 – Savannah aux Crépuscules
- 127 – Chute Victoria

Bio Sculpture Nails

1.877.424.6435

www.biosculpturenails.com

Info@biosculpturenails.com



Spa Revolutions fusionne la chaleur thérapeutique de *Lava Shells* ^{MC}, la sensation rafraîchissante de *Glacial Shells* ^{MC} et les formules avancées de la ligne des soins de la peau *OSEA* pour créer le système des soins du visage *Shell Facial*. *Shell Facial* est conçu pour contrer les effets nocifs de l'exposition quotidienne au soleil, au vent et à la pollution.

www.sparevolutions.com



Jan Marini a dévoilé son nouvel exfoliant sans abrasifs à gros grains : *Marini Instant Refining Exfoliator*. Convenant à tous types de peaux, il polit la peau et la laisse radieuse. Avec un système de billes dissolvantes, des enzymes puissants et des antioxydants efficaces, l'exfoliant nettoie et exfolie la peau, la laissant douce, re-texturée, rajeunie, luisante et ultra-hydratée.

www.janmarini.com



Lab Dr Renaud vient de lancer un traitement de rajeunissement très puissant, le *Sérum Jeunesse Cellulaire ExCellience CellClock*. Dès la première application, les rides sont atténuées, la fermeté et l'élasticité de la peau augmentent, le teint est plus lumineux et la peau paraît visiblement plus jeune.

www.ldrenaud.com



Donmar Health and Beauty a dévoilé ses nouveaux produits pour homme. *Börlind For Men Products* est une ligne de produits biologiques, facilement transportés, conçus uniquement pour l'utilisation quotidienne par le plus masculin des hommes. Tous les produits sont formulés avec un complexe d'antivieillessement contenant un gel d'aloès et des extraits d'algues.

www.donmar.ca



Farmhouse Fresh révèle son nouveau gel pour le corps, *Honeysuckle Blood Orange Custard Body Gel*, qui peut être fouetté et remué avec sa petite cuillère en bois avant d'être appliqué sur la peau. Les vitamines A, B1, B2, B3 et C non-transformées, le potassium et le magnésium rafraîchissent la peau pendant qu'un mélange de beurre de karité hydrate en profondeur.

www.farmhousefreshgoods.com



Ouidad Playcurl Volumizing Foam est une mousse qui fournit une dose impressionnante de volume et vous permet de dompter votre chevelure longtemps. Un mélange avancé composé d'extrait de fleurs d'arnica, de pro vitamine B5 et de polymères volumisants donne à vos cheveux un éclat formidable et les laisse maniabiles.

www.ouidad.com



Phytomer a lancé sa crème *Sun Radiance Self-Tanning Cream*, une crème fondante qui vise à embellir le visage et le corps par un bronzage d'apparence naturel. Sa texture crémeuse facilite l'application et sa couleur blanche la rend visible sur la peau pour assurer une application égale.

www.soparc.ca

Mirai Clinical a lancé une gamme de produits pour femmes pour les soins de la peau mature. *Mirai 3-step Skin Care Regimen* utilise les meilleurs ingrédients naturels japonais éprouvés en clinique favorisant une peau saine et belle. Les produits contiennent de l'astaxanthine, l'antioxydant le plus puissant utilisé dans les soins de la peau. La ligne comprend un savon liquide pour le corps, *Purifying Body Wash*, un sérum, *Purifying Body Serum*, et un vaporisateur rafraîchissant, *Instantly Purifying and Cooling Body Spritzer*.

www.miraiclinical.com



Mary Cohr nous propose sa nouvelle crème, *Nutrition Lift*, qui contient du beurre de karité, des biopeptides CL et EL, le 'dynalift', des céramides, de l'algisium, de l'huile de pépins de framboises, de l'huile de babassu et de la vitamine E. Tous combinés dans une crème riche et fondante, ces ingrédients nourrissent la peau et la gardent jeune et ferme.

www.baronesse.com

Trois mois avant la grande ouverture

Phase 3 : Construction du Bleu Spa de Québec

Jusqu'ici, tout va bien—la construction de Bleu Spa a seulement deux semaines de retard en raison d'une période de fortes précipitations au début du mois de mai qui a retardé l'installation des bains thermiques à l'extérieur. Mais la construction et la conception se poursuivent et l'essence du spa se dessine. Les efforts de marketing s'intensifient et la tâche exigeante de sélectionner le personnel est en cours.

La fin du mois d'août sera maintenant la date cible pour notre ouverture, ce qui est encore tout à fait acceptable pour le conseil d'administration. Il y a eu très peu de surprises jusqu'à présent. Les coûts de construction restent généralement dans le budget, avec un écart de seulement 5%. La certification LEED est dans les temps et l'optimisme prévaut alors que nous entrons dans cette dernière phase de développement. Même le forage d'eau a été un grand succès. Un approvisionnement abondant d'eau a été découvert à une profondeur de 440 pieds, assurant une source d'eau suffisante pour la demande considérable d'un spa.

Des complications de conception ont surgi lorsque les actionnaires étaient en désaccord avec les architectes quant aux choix des meubles et des accessoires. Tout a été remis sur la bonne voie suite à l'embauche d'un nouveau designer qui possède une philosophie plus en ligne avec celle des fondateurs du spa.

Chaque aspect de l'entreprise doit être examiné, de sorte que rien ne soit laissé au hasard. La commande du matériel, du



meublier et des fournitures est bien en cours. L'essentiel est de synchroniser la livraison de toutes les commandes prioritaires dans les deux semaines qui précèdent la date d'ouverture. Même la demande du permis d'alcool et l'inscription au programme de panneaux routiers touristiques doivent être traités durant cette période.

Le processus d'embauche est en cours, en commençant par l'examen de tous les C.V. reçus, avec des entrevues à venir prochainement. Il faudra présélectionner les candidats de manière efficace afin de ménager le temps nécessaire pour faire passer des entrevues aux candidats les plus qualifiés.

Jusqu'à présent, la stratégie de marketing a été modeste en vue de réserver le budget publicitaire pour une campagne de publicité plus sensationnelle trois semaines avant l'ouverture. Bleu Spa s'implique dans tous les événements locaux durant l'été. Bleu Spa a choisi d'offrir des dons de forfaits de soins de spa afin d'établir des partenariats avec tous les événements locaux et de minimiser ainsi les coûts de pré-ouverture.

Un Gala d'ouverture VIP est prévu pour la fin de septembre, un mois après notre ouverture, ce qui coïncidera avec l'apparition des magnifiques couleurs d'automne. Des dignitaires de tous les horizons seront invités à notre Gala, incluant plusieurs entraîneurs et athlètes olympiques et para-olympiques canadiens. Gatineau et Ottawa sont bénis par la multitude d'entraîneurs et d'athlètes de haut niveau qui résident dans la région de l'Outaouais. Bon nombre de ceux-ci croient fermement que l'expérience du spa et du yoga devrait faire partie de tout programme d'entraînement d'athlètes d'élite. ❖



Des cours de yoga pendant le Festival des tulipes

Larry Greene est le co-développeur de Bleu Spa. Dans cette rubrique, il partagera son expérience personnelle de construction et d'ouverture d'un nouveau spa.

Joignez vous au cercle des gagnants

L'appel aux candidatures a été lancé pour les spAWARDS 2012. Les spas ont jusqu'au 13 décembre 2011 pour soumettre leurs formulaires de mise en candidature et avoir la chance d'être nommé l'un des 50 meilleurs spas, ou d'être nommé dans l'une des dix autres catégories.

Les gagnants recevront une jolie plaque et auront accès à du matériel de marketing pour leurs sites Web et leurs devantures. Ils bénéficieront aussi d'une visibilité nationale en tant que spa de premier ordre.

Visitez www.spAWARDS.com dès aujourd'hui pour plus d'informations et revenez souvent car de nouvelles catégories y seront ajoutées!

Spa Inc. est fier d'être le commanditaire médiatique officiel des spAWARDS 2012.



**Faites-nous
part de vos
événements.**

**Soyez
répertoriés!**

SVP faire parvenir vos
événements à Heather Ednie
hednie@dvtail.com

ÉVÉNEMENTS

Août 2011

Sydney International Spa and
Beauty Expo les 13 et 14 août
Sydney, Australie
[www.internationalbeauty
expo.com.au](http://www.internationalbeautyexpo.com.au)

Leading Spas of Canada :
Webinaire sur la stratégie
de marque du spa
le 23 août, en ligne
www.leadingspasofcanada.com

Face and Body Spa Conference
and Expo du 27 au 29 août
San José, CA
www.faceandbody.com

1^{er} Congrès de spa Brésilien
du 28 au 30 août
Sao Paulo, Brésil
www.abcspas.com.br

ISPA Connect
le 29 août, San Diego, CA
www.experienceispa.com

Septembre 2011

SPATEC Fall
du 7 au 10 septembre,
Dana Point, CA
www.spatechna.com

The International Congress
of Esthetics and Spa du
11 au 12 septembre
Long Beach, CA
[www.longbeach.skincare
shows.com](http://www.longbeach.skincare
shows.com)

The Makeup Show Europe
les 17 et 18 septembre,
Berlin, Allemagne
www.themakeupshow.com

Day Spa Expo and Forum
les 17 et 18 septembre

Atlanta, GA
www.dayspaexpo.com

Premiere Birmingham
les 18 et 19 septembre
Birmingham, AL
www.premiereshows.com

SpaExec
le 21 septembre
San Diego, CA
www.spaexec.net

InterCHARM Milano
du 24 au 26 septembre,
Milan, Italie
www.intercharm.it

Esthétique Spa
International Montréal
les 25 et 26 septembre,
Montréal, QC
www.spa-show.com

FORMATION

C.-B.

Vancouver : Cours de
certification, le 21 août, le 18
septembre, et le 16 octobre;
Extensions avancées/Décor
d'ongles, le 22 août, le 19
septembre et le 17 octobre;
Cours de manucure et de
pédicurie, du 23 au 26
septembre.

Kamloops : Cours de certification,
le 2 octobre; Extensions avancées/
Décor d'ongles, le 3 octobre.

Ontario

NORTH AMERICAN SCHOOL OF PODOLOGY

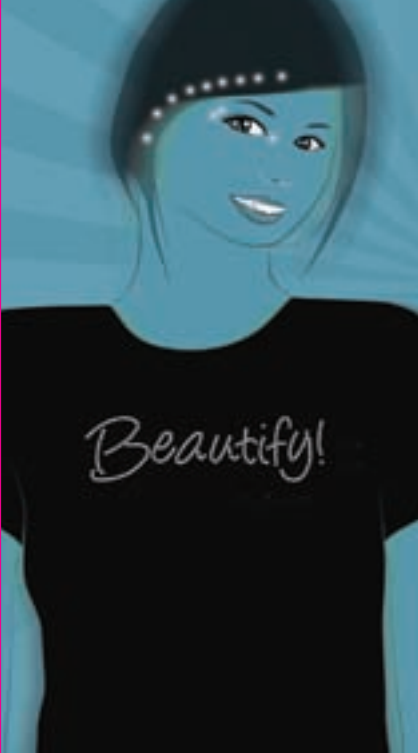
Toronto : Pédicurie avancée
(4 jours), du 30 octobre au 2
novembre; Évaluation complète

des jambes et des pieds
(4 jours), du 13 au 16
novembre; Pathologie avancée
de la peau et des ongles
(2 jours), les 20 et
21 novembre.

Québec

BELMONDA

Pointe-Claire : Cours de
maquillage (5 jours), du 8 au
16 septembre; Formation vernis
de gel, le 29 août; Ongles de
gel (3 jours), du 30 août au
7 septembre;
Cils semi-permanents,
le 6 septembre; Soins faciaux
et de la peau (5 jours), les 12
et 13 les 19 et 20 et le 27
septembre; Épilation à la cire
(2 jours), les 22 et
29 septembre.





**Kit de départ pour la
pose de bijoux dentaires
à partir de \$250**

Kit de départ pour la pose
de bijoux dentaires
Kit individuel pour la pose
de bijoux dentaires
Kit de blanchiment
dentaire
Bijoux de Peau
(Body Gems)
Cristaux pour les Cheveux
(Hair Gems)
Transferts de cristaux
thermocollants pour textile
Pretty Pedi Chaussettes

TOOTH Fairy™
LE SPÉCIALISTE DE LA DÉCORATION DENTAIRE
Montre venir nous voir à l'ABA et spa

COMMANDEZ MAINTENANT :
www.rose-bella.com
1-877-649-4900

Marie-Eve Lejour

**Marie-Eve Lejour,
Co-proprétaire, La
Savonnerie des Diligences**



Marie-Eve Lejour a laissé sa carrière en entreprise pour partir une aventure plus gratifiante. Elle est co-proprétaire d'une compagnie de savon naturel, ce qui lui permet de modeler son travail autour de ses convictions écologiques.

Sa compagnie, La Savonnerie des Diligences, est une petite entreprise familiale située à Eastman (Cantons de l'Est, Québec) qui fabrique des savons et produits corporels naturels depuis 2005. Elle distribue ses produits dans une quarantaine de dépositaires au Québec, vend ses produits en ligne et fabrique des produits sur-mesure. Membre partenaire des Spas relais santé certifiés, la Savonnerie offre des produits qui sont authentiques, simples et verts, et constituent une alternative intéressante et solidaire aux produits de consommation de masse.

Quelle est la philosophie derrière vos produits?

Nous fournissons de l'alimentation pour la peau. Tous nos produits sont naturels et même comestibles.

Comment restez-vous fidèles à vos principes fondateurs?

Nous créons des produits et choisissons des clients qui reflètent nos valeurs. On nous demande souvent de produire du savon liquide, mais nous ne le ferons jamais – cela ne correspond pas à nos valeurs. Tous ces contenants non réutilisables consommés quand un savon en pain fait aussi bien l'affaire.

Comment changeriez-vous la façon dont nous agissons comme société?

Nous devons cesser de surconsommer et se demander quels sont les choix à faire et comment nous pouvons mieux faire ces choix. La véritable question écologique est d'arrêter de consommer autant et de prendre des décisions d'achat qui contribuent à la création d'un monde meilleur.

Comment peut-on atteindre ce but?

J'essaie de me concentrer sur les choses que je peux faire personnellement et j'encourage tout le monde à aimer la simplicité, à embrasser l'authenticité et à tout simplement revenir à l'essentiel. ❖

AUBAINES ESTIVALES

Belmonda

JUILLET-AOÛT 2011

Consultez notre site Web
WWW.BELMONDA.COM
pour d'autres offres exceptionnelles

Cliquez J'aime sur notre page
Facebook et suivez nous sur Twitter



nsi
nail systems international

NOUVEAU! COLLECTION ACCESSOIRES NSI POLISH PRO

Multipliez votre choix de couleurs grâce aux accessoires Polish Pro. Superposez n'importe lequel de ces six accessoires sur une couleur Polish Pro et voilà - un nouveau look éclatant!

Flacon 0,5 oz **SEULEMENT 19,99 \$**

NOUVEAU! COLLECTION "ALWAYS A BRIDESMAID" DE NSI POLISH PRO



6 magnifiques couleurs pour un manucure qui dure au moins 2 semaines!

Flacon 0,5 oz **SEULEMENT 19,99 \$**

Adhésif NSI Polybond #1140

Rég. 5,25 \$ **SPÉCIAL 3,75 \$**



Dissolvant de cuticule NSI Vanish en format 1/2 oz #2700

Rég. 5,95 \$ **SPÉCIAL 4,20 \$**



Huile NSI Nuture Oil Présentoir de 6 flacons
0,5 oz Rég. 31,50 \$ **SPÉCIAL 27,45 \$**

china glaze

NOUVEAU

CRACKLE METALS #80767

59,40 \$ ou **4,95 \$ ch**

Six vernis métalliques éclatants s'ajoutent à la très populaire collection Crackle Glaze.

"COLLECTION METRO"

Capturez la sensualité et le charisme de la métropole grâce à ces teintes automnales.

12 pces #81079 **54 \$**



NOUVELLE COLLECTION

"HAPPY GO LUCKY"

Présentoir 12 pces **SEULEMENT 71,40 \$**
#450643

Sortez des sentiers battus et retrouvez votre jeunesse grâce à ces teintes fraîches et amusantes.



LE **NOUVEAU** TRIPLE THREAT prolonge la durée de votre manucure!

Ce système en trois étapes comprend le Primer qui prévient les écailllements, la couche de base Bonder Rubberized Basecoat et la couche de finition Polished 3-in-1 Topcoat pour un manucure qui dure longtemps! Présentoir de 9 pces **SEULEMENT 81 \$** #45034

essie

NOUVELLE COLLECTION - RESORT

Mini cube 4 pces

#2556 **11 \$**

Présentoir 12 flacons

#2557 **59,40 \$**

Présentoir 36 flacons

#2558 **178,20 \$**



Montez la température d'un cran cet été grâce à ces

COLORIS ENFLAMMÉS

Mini cube 4 pces

#P0508400 **11 \$**

Cube de couleurs 6 pces

#P0508500 **29,70 \$**

Présentoir 12 flacons

#P0508600 **59,40 \$**

Présentoir 36 flacons

#P058700 **178,20 \$**





Retrouvez ce que le temps vous a volé!

Concentrées au cœur de la Technologie CellClock,
les 5 plus récentes innovations en matière d'anti-âge.
Le Sérum Jeunesse Cellulaire ExCellience CellClock – un soin
d'une exceptionnelle puissance rajeunissante permettant
aux cellules de retrouver leur vitalité d'il y a 10 ans.

ExCellience CellClock



Laboratoire
Dr Renaud

1 800 361-0352
ldrenaud.com