

SpaInc.

Tout pour le spa au Canada

printemps 2011



Les employés et le perfectionnement

Les rituels régénérateurs du Spa Scandinave

Revitalisez votre salle d'attente

Utilisez I Peel maintenant... et vieillissez plus tard.

Des mélanges de peeling uniques qui donnent des résultats incomparables!

Organic to TCA!

Image Skincare offre des traitements **Signature Lift** pour tous types et états de peau.

Traitez la rosacée et le chloasma de manière efficace et en toute sécurité !

Formations disponibles :

Module I – Introduction aux soins de la peau cosméceutiques

Module II – Peeling chimique 101



I IMAGE
SKINCARE

Esthetics Plus

1.888.422.6677

www.epbeauty.ca www.imageskincare.ca

Image Skincare offre une nouvelle ligne de produits révolutionnaires pour défendre votre peau!

Les nouvelles crèmes hydratantes **Daily Defense** contiennent des ingrédients révolutionnaires et des technologies qui aident à combattre le stress causé par l'environnement et les radicaux libres.



- ingrédients de qualité pharmaceutique
- protection de la deuxième génération contre les rayons UVA/UVB
- luttent contre les dommages causés par les radicaux libres avec de puissants peptides, le resvératrol et le thioctate
- des cellules souches dérivées de pépins de raisins prolongent la vie des cellules de la peau
- intègrent la technologie micro-éponge pour mieux absorber l'huile à la surface de la peau afin qu'elle demeure matte et non-grasse
- sans parabens

I IMAGE
SKINCARE

Esthetics Plus

1.888.422.6677 www.epbeauty.ca www.imageskincare.ca



12



16



26



7

SOMMAIRE

	• vue globale		
07	Le Spa Scandinave Les Bains Vieux-Montréal	20	
		22	
	• ambiance		
10	L'Éducation et la formation	24	
14	Les Olympiades canadiennes des métiers	26	
		28	
16	Revitalisez votre salle d'attente	29	
19	spAWARDS	30	
			• grains de beauté
			Une amitié avertie
			Le nouveau visage de l'anti-âge
			• carrefour
			Produits pour les ongles
			Nouveautés
			Potins
			Calendrier
			• profil
			Sylvie Legault

DEUX EN UN!
Notre édition anglaise

Les deux versions
(en français et en anglais)
de *Spa Inc.* sont maintenant
publiées dans une
publication tête-bêche.

RETOURNEZ

Page couverture : Le Spa Scandinave
Les Bains Vieux-Montréal, Montréal, QC



Célébrez le renouveau!

Le printemps est ma saison préférée. La neige disparaît et le jardin commence à bourgeonner. Les températures printanières encouragent la croissance, la renaissance et le changement. Les journées plus chaudes nous tirent de l'hibernation et, comme les journées s'allongent, nous pouvons prolonger nos activités.

Cette édition de *Spa Inc.* reflète l'énergie positive du printemps. L'article de fond à la page 10, traitant de l'éducation et de la formation continue, nous rappelle la nécessité d'évoluer et de grandir. La chronique « Grains de beauté » à la page 20, intitulée « Une amitié avertie », donne le ton pour l'arrivée du temps chaud et nous prépare à accueillir le soleil avec des conseils pour conserver une peau saine. De nombreux nouveaux produits sont présentés dans cette édition, démontrant que

l'industrie du spa est dynamique et en constante expansion.

Notre chronique « Ambiance » met en vedette le *Spa Scandinave Les Bains Vieux-Montréal*, un luxueux refuge de détente au cœur du Vieux-Port. Lors de ma visite au spa, je me suis laissé complètement décompresser dans le bain de vapeur et le sauna, et mes brèves plongées dans les douches et bains froids m'ont revitalisée. Le massage d'exfoliation suédois était divin, laissant mon corps complètement détendu et ma peau douce et soyeuse. Alors que je savourais l'expérience, je me suis dit, « C'est pour des moments comme ceux-ci que l'on vit ». Notre industrie joue un rôle important, luttant contre la réalité de la vie stressante en offrant des oasis pour nous sustenter corps et âme.

Spa Inc. est fier d'être le nouveau commanditaire des prix spAWARDS décernés par Book4Time (www.spAWARDS.com). Ces prix reconnaissent les « meilleurs des meilleurs » et aident à placer la barre haute pour nous tous dans l'industrie des spas. Nous tenons à féliciter les gagnants de l'an dernier et nous avons hâte de découvrir les nouveaux lauréats à la fin de 2011.

C'est le printemps—prenez du temps pour vous!

Heather Ednie
Rédactrice

Point de vue logistique

Dans cette édition, nous avons abordé quelques aspects des opérations d'arrière-plan de la gestion d'un spa—en d'autres mots, les exigences logistiques. Nous aurions pu traiter d'un grand éventail de sujets, puisque la logistique se rapporte à la planification et à la coordination de toutes les activités d'un spa—du logiciel à la technologie et à l'emballage. En fin de compte, nous nous sommes concentrés sur quelques domaines clés.

Dans notre huitième et dernière tranche de « *Devenez propriétaire* » (page 10), Jason Hagerman a fait un reportage sur l'éducation et la formation, et la façon de garder votre personnel à jour et vos services actuels.

Dans notre deuxième chronique, intitulée « *Assez la flânerie sans but! : Revitalisez votre salle d'attente en la transformant en un point de vente stratégique* », nous examinons l'importance de prolonger l'expérience du spa jusque dans la salle d'attente. Comme vous le lirez, cela rendra vos clients heureux et divertis, sans oublier l'augmentation de votre potentiel de vente.

Profitez de cette édition et essayez quelques-uns des conseils dans votre spa cette année.

Bernadette Johnson,
Rédactrice

Éditrice	Susan A. Browne sbrowne@dvtail.com
Rédactrice en chef	Theresa Rogers trogers@dvtail.com
Rédactrice	Heater 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	Patricia D'Amato pdamato@dvtail.com
Directrice de production	Roberta Dick robertad@dvtail.com
Coordonnatrice de production	Joanna Forbes jforbes@dvtail.com

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

Tél. : 905-886-6640
Télééc. : 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.

LAISSEZ-VOUS SURPRENDRE...
PAR UN SOIN ANTI-TACHES VRAIMENT EFFICACE.

En 8 semaines,
les taches sont réduites de 50%.*



MELAPERFECT

INNOVATION BREVETÉE**
EXCLUSIVE TRIPLE PERFORMANCE
GRÂCE À L'EXTRAIT DE TRAMETES

SELECTIV
MELA
SYSTEM™

- 1 **Micronise** les amas de pigments, responsables des taches brunes
- 2 **Déstocke** leurs particules ultra-fines vers la surface cutanée
- 3 **Prévi**ent la récurrence des taches brunes

DARPHIN
PARIS

Plus qu'un soin, un Art.

STAL
Distributeur Canadien Exclusif
1.866.STAL.955

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 Cashmere 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



Stimulant pour les cinq sens

Le Spa Scandinave Les Bains Vieux-Montréal



Niché dans le cœur du Vieux-Montréal, avec une vue sur le Vieux-Port, le Spa Scandinave Les Bains Vieux-Montréal ne pourrait pas être mieux situé. En franchissant la porte, on a l'impression de prendre un voyage à travers le temps, en passant de la beauté historique en pierre à l'extérieur au spa élégant et moderne, conçu avec raffinement et discernement.

Bien que l'idée initiale était de répondre principalement aux touristes, le spa est rapidement devenu un pilier pour les montréalais depuis l'ouverture de ses portes en janvier 2009. Ceci a été réalisé en accordant la priorité aux besoins des clients. « Nous savons que si nous créons des liens avec nos clients, si nous répondons à leurs besoins et fournissons une expérience vraiment thérapeutique, ils reviendront », affirme Nicole Desrosiers, directrice du spa. « Avec cette philosophie, nous gagnons de plus en plus de clients fidèles. Nous avons choisi d'excellentes thérapeutes qui se concentrent sur les besoins des clients et posent les bonnes questions pour mieux

les comprendre. Elles incorporent différentes techniques pour créer les expériences recherchées au bénéfice ultime des clients ».

Le luxe accessible

Pour combler les besoins de ses clients locaux, le spa propose des heures d'ouverture qui contournent les horaires chargés d'aujourd'hui. Les portes s'ouvrent à 7 h afin que les clients puissent y passer avant le travail. « Cela vous aide vraiment à être mieux concentré pour la journée. Plusieurs de nos clients prennent rendez-vous au spa le matin avant une grande réunion », ajoute Desrosiers. « Vous pouvez arriver à 7 h, passer aux bains, recevoir un massage de 60 minutes et repartir pour 9 h. C'est ainsi que nous pouvons faire partie intégrale des routines de nos clients—ils viennent une fois par semaine ou une fois par mois dans le cadre de leur plan de bien-être global ».

Pour rendre les choses encore plus simples—et créer une atmosphère d'indulgence—absolument tout, sauf le maillot de bain, est fourni sur place.

Chaque client reçoit des sandales, un peignoir et des serviettes. Les douches et les vestiaires ont tout ce qu'il faut—le shampooing, le revitalisant, les savons et les crèmes (pour tous les différents types de peau) et les articles de toilettes—absolument tout, des Q-tips aux produits pour le défrisage des cheveux. « Comme ça, les clients n'ont pas besoin de traîner un grand sac quand ils visitent notre spa », dit Desrosiers.

La sensation d'être dorloté s'étend au-delà du vestiaire. Dans le salon pour la sieste, un bar santé propose une variété de collations biologiques, des frappés aux fruits et des thés. De l'eau est toujours disponible et les clients sont encouragés à en boire. C'est important de boire de l'eau après les bains et les traitements.

Une expérience envoûtante

Avec l'accent fermement mis sur le corps et l'esprit, ce paradis au centre-ville ne propose aucun lien avec le monde urbain extérieur. Tout est créé à partir de matériaux naturels, dans un milieu naturel, pour favoriser la détente complète.

« Pour profiter pleinement de l'expérience des bains chauds et froids, vous devez vous reposer et vous détendre entre les deux, chose dont nous nous assurons », dit Desrosiers. « Il n'y a aucun bruit, aucune interruption—vous n'avez qu'à vous concentrer sur vous-même. Nous avons créé une expérience visant les cinq sens, y compris le sens de l'odorat : des huiles essentielles s'échappent à travers le système de ventilation pour éveiller votre imagination ».

Le spa offre une variété de massages dans des sessions de 60 ou 90 minutes, tels que les massages pour deux, les massages suédois, les massages des tissus profonds et les traitements à pierres chaudes. Chacun à sa petite touche unique pour faire de l'expérience un souvenir magique du Scandinave. Par exemple, le traitement avec les pierres chaudes se termine par l'application de pierres froides sur le visage pour vous rafraîchir, corps et âme.

Le traitement signature du spa est une exfoliation suédoise qui combine la massothérapie, l'aromathérapie et l'exfoliation et vous laisse détendu, plein d'énergie et rajeuni. Au début du traitement, vous choisissez entre quatre fragrances, chacune avec son propre exfoliant. Après 30 minutes de massage ciblé à vos besoins particuliers, l'exfoliant est ajouté à la lotion de massage pour un massage et une exfoliation complète du corps pendant une heure. Si cela ne vous transporte pas au ciel, l'application de serviettes chaudes et humides par après, c'est le bonheur absolu.

Le rituel scandinave

Tous ceux qui visitent le spa sont encouragés à se livrer à l'expérience des bains. Alternant entre le chaud et le froid, avec des intervalles de détente, les bains scandinaves sont à la fois éveillants et apaisants. Chez Scandinave, une attention particulière aux détails transforme cette expérience en un rituel régénérateur.



Les visiteurs peuvent choisir entre un bain vapeur à l'eucalyptus, un sauna finlandais ou un bain hydrojet avec des chutes d'eau velouteuses qui vous enveloppent dans une chaleur purifiante. Ensuite, une douche Nordique ou une plongée dans le bain froid stimule les nerfs et referme les pores.

L'agencement des pièces, le calme naturel de l'environnement et les textures luxurieuses des accessoires favorisent une expérience stimulante.

Le spa de la ville

Le Spa Scandinave Les Bains Vieux-Montréal incarne l'esprit montréalais : moderne et élégant mais immergé dans un environnement historique. Il propose une sérénité et une beauté qui encouragent la détente et la revitalisation. Ce pilier de bien-être personnel séduit les cinq sens tout en fournissant une expérience thérapeutique. Avec une multitude de clients réguliers, les affaires en semaine sont très stables. Toutes les visites au spa doivent être réservées à l'avance, même pour les bains. « Nous limitons l'accès pour assurer une expérience agréable dans un environnement de quiétude », explique Desrosiers.

Bien qu'il faille le voir pour vraiment apprécier l'élégance naturelle de ce spa, un nombre croissant de prix attestent de son architecture urbaine audacieuse. En janvier dernier, l'Ordre des architectes du Québec lui a décerné le premier prix dans la catégorie 'Aménagement intérieur commercial ou corporatif'.

Le Vieux-Montréal est un eldorado touristique, pour des raisons bien évidentes. On y trouve des options de fine cuisine abondantes, de nombreux pubs, des bars d'ambiance, des clubs pour tous les goûts et une variété d'autres options de divertissements. Avec le Spa Scandinave niché parmi tout cela, cette ville historique est une destination inégalée. ❖

Dimensions globales : 12 000 pieds carrés
Nombre de salles : 11 salles de massage, dont une pour les massages à deux
Employés : 30 employés, 45 thérapeutes
Ligne de produits : Comfort Zone



accueillez la lumière

et ayez une peau d'apparence plus jeune!

***Bienvenue dans le merveilleux monde de Collagentex —
la thérapie non-invasive de rajeunissement de la peau :***

- Le système réduit les rides fines, les taches de vieillesse et diminue les taches de rousseur.
- Il a un effet anti-âge qui donne une peau vivante et d'apparence jeune.
- Il lisse les visages, les hanches, les cuisses, les fesses et le haut du corps.
- Il minimise les pores, réduit l'inflammation et traite l'acné.
- Les traitements sans douleur d'une durée de 10 minutes rétablissent le collagène perdu et réduisent la cellulite. Vous rajeunirez de 4 à 5 ans en seulement quelques brèves séances!
- L'équipement tout indiqué pour les dermatologues, cosméticiennes, spas, gymnases et centres de bien-être.



COMPOSEZ SANS FRAIS LE 1-866-622-7803 POUR TOUTS LES DÉTAILS.

***Demandez des détails sur nos programmes
de financement, avec des paiements d'aussi peu
que 25 \$ par semaine, sans dépôt initial!***

collagentEX
www.collagentex.ca



Premier de la classe

La formation continue des employés et de la direction d'un spa est essentielle pour assurer que le nouveau spa demeure actuel et attrayant.

Riverstone Spa, Winnipeg

Il y a deux étés, nous avons lancé la nouvelle série « Devenez propriétaire » dans le but de préparer les nouveaux propriétaires de spas aux défis auxquels ils devront faire face. Nous avons traité toute la gamme des sujets clés : le plan d'affaires et comment l'exécuter; les sources créatives de fonds et de financements; l'immobilier, les fournisseurs et l'embauche; le développement de protocoles et les stratégies de marketing. En cette huitième et dernière édition de la série, nous traitons de l'éducation et de la formation. L'industrie des spas évolue continuellement. Il est essentiel de réhausser les compétences et d'élargir l'étendue des répertoires des employés pour assurer que le spa demeure concurrentiel.

Dénialisez-vous!

L'internet a changé la façon dont nous apprenons et la manière dont l'éducation est transmise. Les étudiants dans de nombreuses écoles primaires écoutent des vidéos par diffusion en continu sur YouTube depuis des tableaux SMART. Les élèves des écoles secondaires utilisent Wikipédia pour compléter leurs devoirs. Les universités offrent des programmes complets en ligne, permettant aux élèves d'obtenir des diplômes de la maison ou de mettre à jour leurs compétences de l'étranger.

La formation des professionnels de spa reste, cependant, largement inchangée par l'existence de cours en ligne. Tout comme un ébéniste n'assisterait pas à un webinaire qui ne fournit pas d'outils pratiques, les travailleurs de spas ne peuvent pas apprendre de nouvelles techniques en ligne.

« On m'a demandé plusieurs fois pour des programmes en ligne », dit Peter Muto, directeur de Looks Aesthetic Academy, une école d'esthétiques à Mississauga, en Ontario. « Ce serait assez simple de concevoir et de développer une option d'éducation en ligne, mais si vous n'avez pas de formation pratique avec les outils nécessaires, si vous n'avez pas un consultant ayant de l'expérience pour vous montrer comment faire et pour vous offrir ses commentaires immédiats, vous n'apprenez que la moitié de l'essentiel ».

Muto poursuit en expliquant que l'acquisition d'expérience pratique est déjà un défi. Quand il s'agit de l'apprentissage de techniques de spa, les cours en ligne aggravent les difficultés de compréhension. C'est, paraît-il, le consensus des éducateurs et des spas.



« Nous croyons fortement que vous ne pouvez pas apprendre à faire des manucures sans une formation pratique », dit Erica Nieuwenhuis, directrice générale et éducatrice chez Bio Sculpture Canada Inc. « Ce fut notre philosophie depuis les débuts de l'entreprise ».

Bio Sculpture offre des programmes d'éducation et de formation continue dans des centres de formation en Colombie-Britannique, en Alberta, en Ontario et au Québec.

« Dans les régions où nous n'avons pas de centres de formation, nous travaillons avec des représentants qui louent régulièrement des petites salles de conférence où ils peuvent offrir des cours », dit Nieuwenhuis.

L'internet peut aussi jouer un rôle

Ne vous trompez pas, les propriétaires et les employés de spas peuvent bénéficier de la diffusion d'information en ligne. Les employés peuvent apprendre sur les maladies et les champignons d'ongles, les réactions possibles aux différents produits, les caractéristiques des produits et une litane d'autres informations théoriques utiles.

L'Association Internationale de Pédicurie offre des webinaires pour aider les pédicures à identifier les bactéries, les champignons et d'autres affections liées aux pieds; les meilleurs pratiques pour les personnes du troisième âge; et d'autres sujets, côté affaires. Leading Spas of Canada offre des webinaires une à deux fois par mois, traitant des sujets qui n'exigent pas de formation pratique, tel que les opérations d'affaires et le marketing.

« Du côté théorie, il y a beaucoup que vous pouvez faire en ligne pour votre spa », dit Melissa Hampson, propriétaire et gérante du Spa Ahava et d'Edgewater Spa à Saskatoon, au Saskatchewan. « Mais cette industrie demande tellement d'expérience pratique que je pense que la formation requiert la participation active, avec un modèle humain, pour que vous puissiez bien assimiler ce que vous faites et le reproduire au spa. »

À Riverstone Spa, à Winnipeg, la directrice de spa Janice Colatruglio a développé une approche qui minimise les heures improductives occasionnées quand les employés assistent à des webinaires.

La formation des nouveaux employés

« Lorsque les gens sont embauchés, ils ont déjà leur certification esthétique », dit Janet Colatruglio, directrice de Riverstone Spa. « Ce que nous faisons tout de suite c'est de les former dans nos protocoles et produits spécifiques et dans notre façon de faire les choses ».

Un programme de formation pour les nouveaux employés n'est pas conçu pour confirmer qu'un employé est capable d'effectuer un service.

« Ils doivent être en mesure de faire les choses à notre manière », dit Melissa Hampson, propriétaire et gérante du Spa Ahava et d'Edgewater Spa.

Un programme de formation met l'ensemble du personnel sur la même longueur d'onde.

« Comme ça, si vous êtes en vacances ou malade, vos clients savent qu'ils recevront toujours la même qualité de service », dit Hampson.

Le programme de formation chez Ahava et Edgewater dure entre huit et dix jours et couvre la mise en place de la salle, la familiarisation avec l'équipement, les procédures de nettoyage et d'autres procédures qui peuvent varier de spa en spa.

« La plupart du temps, mes employés n'assistent pas aux webinaires », dit Colatruglio. « Nous comptons 35 employés à notre spa. Pour cette raison, ce n'est que moi et mes éducateurs qui participent aux webinaires, dans mon bureau. Par après, nous pouvons partager ces informations durant nos réunions d'équipe régulières. »

Salissez-vous!

Une instruction efficace comprend toujours la formation pratique —les étudiants doivent se 'salir les mains'.

Un grand nombre de spas invitent des éducateurs sur place pour mener des sessions de formation en face à face avec des petits groupes.

« Nous essayons de tout organiser sur le site », dit Colatruglio. « Pour ceux qui ne veulent pas se déplacer, nous sommes heureux de nous rendre chez eux pour offrir la formation dans leur spa, dans un cadre moins formel », dit Nieuwenhuis. « Les étudiants sont habituellement plus à l'aise dans leur propre environnement ».

Les propriétaires de spas préfèrent souvent tenir des sessions de formation après les heures de travail. Ceci permet d'éviter la perturbation des routines et des rendez-vous. Si vous prévoyez offrir des sessions de formation sur place, après les heures de travail, vous devriez fournir des collations et des rafraîchissements pour vos employés. L'éducation elle-même peut être une incitation puissante, mais les employés peuvent avoir besoin d'un petit quelque chose de plus pour les encourager à participer après les heures de travail.

Une autre option est d'envoyer les employés à des écoles hors site. Les éducateurs fournissent un environnement de spa simulé où les étudiants peuvent perfectionner leurs compétences.

Looks Aesthetic Academy, par exemple, offre un cours d'esthétique diplômé pour les nouveaux étudiants de l'industrie. Le cours exige huit mois de participation durant lequel les étudiants apprennent les subtilités des soins de la peau et la dermatologie, le côté affaires de l'industrie de l'esthétique, l'application du maquillage, le maquillage aéroglyphique, le maquillage de la mariée, les manucures, les pédicuries, l'épilation à la cire et le massage. La majorité des spas ne payeront pas pour envoyer leurs employés à ce cours de base qui coûte \$7 000. De toute façon, les demandeurs d'emploi devraient connaître les bases avant d'être embauchés. Cependant, l'école offre aussi des cours de perfectionnement pour les employés de spas, leur permettant d'avancer leur formation et d'offrir de nouveaux services.

Les médi-spas ont besoin d'infirmières avec une formation spécialisée dans l'industrie des spas. L'école de Muto offre des programmes avancés en esthétique médicale et la certification des techniciens en laser.

« Souvent les médecins aux spas sont très occupés avec des épilations laser et les 'peelings' chimiques et ces services sont essentiels pour les médi-spas », dit Muto. « Alors, une infirmière avec la bonne formation pourrait aider et offrir ces services populaires ».

Les cours avancés coûtent entre \$1 000 et \$2 000 et exigent environ 40 heures de formation, dans un environnement de spa simulé.

« Mais si le spa défraie les coûts pour cette formation, il reçoit un retour rapide sur son investissement en étant en mesure d'offrir ces nouveaux traitements à ses clients », explique Muto.

Des centaines d'écoles à travers le Canada offrent des milliers de possibilités de formation, à l'interne et à l'externe. Mais pour certains spas, ces options sont hors de portée.

D'autres options

« Malheureusement, dans notre région, il n'y a pas beaucoup



Edgewater Spa, Saskatoon

d'éducateurs qui apportent leurs services aux spas. Et nos employés n'ont pas le temps de participer aux sessions de formation hors site. C'est également difficile pour moi de fermer le spa dans le but d'envoyer les employés à la formation », dit Hampson. « Alors, je voyage beaucoup et visite plusieurs salons professionnels pour m'instruire moi-même et partager mes connaissances avec les employés ».

Récemment, Hampson a ajouté le shellac aux répertoires de services chez Spa Ahava et Edgewater Spa.

« J'ai assisté au salon professionnel à Vancouver où j'ai suivi plusieurs cours », dit Hampson. « De retour au spa, j'ai partagé mes nouvelles compétences avec les employés. Maintenant, nous avons un nouveau service à notre menu ».

Les salons professionnels sont une ressource inestimable pour la formation du personnel et des gestionnaires.

« En tant que gestionnaire, il faut assister à ces expositions », dit Colatruglio.

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 conférences d'ouverture offrent une grande source d'éducation sur les tendances, et les sessions de formation sont importantes pour l'expérience pratique. Assurez-vous simplement de rester sur la bonne voie.

« L'essentiel est de vous assurer que ceux qui participent aux salons professionnels tirent le plus qu'ils peuvent de la formation », dit Colatruglio.

Consultez l'horaire du salon au préalable pour établir un plan d'attaque et vous en bénéficiez au maximum. Souvent les éducateurs offrent plusieurs sessions sur le même sujet au cours d'une exposition. Si deux sessions qui vous intéressent sont en conflit, consultez l'horaire pour trouver une heure de remplacement.

« Il faut travailler pour être certain que votre personnel demeure sur la bonne voie », dit Colatruglio.

Les salons professionnels sont des événements sociaux. Ne vous laissez pas prendre dans l'aspect social puisque ceci peut entraver vos opportunités d'éducation. Les participants doivent se rappeler pourquoi ils assistent au salon.

Le perfectionnement

La formation continue est un sujet polarisant dans l'industrie des spas.

« Nous conseillons aux techniciens d'ongles que nous certifions de prendre un cours de perfectionnement au moins une fois aux deux ans », dit Nieuwenhuis. « Cela permet d'éliminer les mauvaises habitudes qui peuvent se former au cours du temps. »

Nieuwenhuis explique que les employés de spas peuvent entrer dans des routines et commencer à prendre des raccourcis.

« Soudainement, tout ne se déroule pas aussi bien qu'avant »,

Compétences Canada présente des talents pleins d'avenir

Les Olympiades des métiers

par Bernadette Johnson

Si vous cherchez à embaucher un jeune professionnel d'esthétique et de soins de beauté qui est ambitieux et talentueux, il existe un moyen infaillible pour trouver le meilleur des meilleurs. Il suffit de regarder les Olympiades canadiennes des métiers et des technologies de Skills/Compétences Canada pour trouver les meilleurs étudiants dans leur domaine à travers le pays.

« Les compétitions de Compétences Canada fournissent une multitude de candidats pour combler les postes », dit Debbie Banfield de Skills/Compétences Canada, un organisme national sans but lucratif. « Les élèves du plus haut calibre participent dans ces compétitions. Le fait que ces étudiants sont prêts à travailler si fort pour atteindre un niveau national ou mondial en dit long au sujet de leur motivation, de leur discipline et des compétences qu'ils possèdent. »

Banfield est l'experte canadienne en esthétiques pour Skills/Compétences



Isabelle Collin a gagné l'argent et le prix *Best in Nation* à la compétition *WorldSkills*

Canada et *WorldSkills*, et est directrice d'esthétique au centre de formation Woodford Training Centre à Conception Bay, Terre-Neuve. Elle est associée à Skills/Compétences Canada depuis presque 15 ans. L'organisme offre aux jeunes Canadiens des occasions d'apprentissage par l'expérience à travers des compétitions de métiers spécialisés et de technologies dans des événements régionaux, provinciaux/territoriaux, nationaux et internationaux, ainsi que des programmes de sensibilisation pour les métiers spécialisés.

Les Olympiades canadiennes des métiers et des technologies (SCNC) est la seule compétition nationale impliquant tous les métiers et technologies pour les jeunes étudiants et apprentis du pays. Chaque année, l'évènement rassemble environ 500 jeunes de toutes les régions du Canada pour faire concurrence dans plus de 40 catégories de métiers, y compris le domaine des soins de beauté/esthétique. Les étudiants s'affrontent pour gagner l'honneur d'être couronnés les meilleurs de leur discipline. Aux deux ans, le Canada

dit-elle. « Nous recevons souvent des appels pendant lesquels nous offrons aux esthéticiens un mini-cours de recyclage informel et ils disent 'Oh oui, c'est bien comme ça que j'avais été formé, mais j'ai arrêté de passer par cette étape' ».

À l'autre extrémité de cette discussion, Hampson décourage le recyclage.

« Je ne crois pas que le recyclage soit nécessaire », dit-elle. « C'est pourquoi j'incorpore souvent de nouveaux traitements et services dans notre répertoire ».

Dans l'industrie des spas, la prochaine nouvelle tendance approche toujours à grands pas. Hampson estime qu'une meilleure allocation des ressources est l'adoption de nouvelles techniques pour réactualiser les compétences des employés.

« D'ici quatre ans, je ne vais pas vous réapprendre comment faire une pédicurie », dit Hampson. « En tant que propriétaire, c'est à moi de m'assurer que le personnel et la clientèle ne s'ennuient pas. Même s'il s'agit simplement d'ajouter de nouvelles



Ahava Spa, Saskatoon

fragrances, exfoliants, enveloppements corporels ou pédicuries thématiques, c'est amusant d'avoir de nouveaux services au menu pour garder le tout frais. »

En tant que propriétaire, c'est à vous de déterminer si vos employés ont besoin de suivre des cours de recyclage sur un des services offerts au spa.

« Tous les éléments de la formation sont importants. Vous ne pouvez pas éviter la formation continue », dit Colatruglio. « Cette industrie évolue si rapidement—la rééducation, la modernisation et la réorganisation sont perpétuelles. Quelle que soit la formation dont vous avez besoin, vous devez l'obtenir, peu importe la manière. » ❖

spécialisés

rivalise avec les meilleurs au monde à la compétition *WorldSkills*, le plus grand concours international de compétences professionnelles.

« C'est un programme à plusieurs niveaux. Les étudiants sont choisis pour représenter leur école à une compétition régionale—les gagnants accèdent au niveau provincial puis national et finalement mondial », dit Banfield. « L'aspect le plus important de ces concours est l'inspiration et la motivation qu'ils procurent, mais aussi, l'éducation. C'est merveilleux de voir ces étudiants s'efforcer pour améliorer leurs compétences et manifester leur passion ».

Après avoir gagné le premier rang à la compétition canadienne en mai 2009 à Charlottetown, Î.-P.É., Isabelle Collin, (de Dieppe, N.-B., étudiante à Medes College) a représenté le Canada à la 40^e compétition *WorldSkills*, la même année à Calgary. Le Canada a accueilli plus de 900 concurrents de 51 pays pour cette compétition internationale. Collin a gagné

l'argent dans la catégorie Soins de Beauté. De plus, elle a remporté le prix *Best in Nation* (pour avoir reçu la plus haute note de tous les concurrents canadiens).

« C'était une expérience incroyable. Ça m'a aidé à grandir en tant que personne mais aussi dans ma carrière; ça a renforcé ma confiance; ça signifie beaucoup pour mes clients; et c'est génial pour mes perspectives professionnelles », dit Collin, ajoutant que c'était aussi beaucoup de travail.

Les catégories des sections esthétiques de la compétition comprennent le massage, l'épilation à la cire, les soins du visage, le décor d'ongles et le maquillage thématique ou de fantaisie (comme la fleur du style Twiggy au dessus d'un œil que Collin a dû créer pour la compétition mondiale). Et les critères d'évaluations sont stricts, dit Collin : « Le plus petit détail peut vous coûter beaucoup de points. Votre posture doit être parfaite. Vous devez sourire tout le long. Vous devez préserver

la modestie du client, puisque vous faites ces traitements devant un grand nombre de personnes. Vous devez bien nettoyer vos outils avant et après le traitement... La liste est très longue ».

Au début de son parcours, Collin dit qu'elle ne savait pas qu'il y avait une compétition d'esthétique nationale, encore moins une compétition mondiale. Mais elle dit que l'expérience était marquante et l'a poussée vers l'avant. « Ces concours m'ont aidé à atteindre plusieurs de mes objectifs. Je ne veux pas m'arrêter là. Je ne veux pas être simplement une esthéticienne ordinaire; je veux aller au-delà des attentes ».

Cette année, les Olympiades canadiennes des métiers et des technologies auront lieu à Québec du 1^{er} au 4 juin, 2011. La 41^e compétition *WorldSkills* aura lieu à Londres, au Royaume-Uni en octobre 2011. Cette année, Jenica Bubar, de Riverview, N.-B., représentera le Canada dans la catégorie Soins de Beauté à la compétition mondiale, *WorldSkills*. ❖

Assez, la flânerie sans but!

Revitalisez votre salle d'attente en la transformant en un point de vente stratégique.

Combien de fois vous est-il arrivé de somnoler dans une salle d'attente? Pensez aux salles d'attente à l'hôpital : ce sont souvent des peines à endurer. Avec seulement quelques manœuvres et peu d'investissement, un propriétaire de spa futé peut transformer cet endroit ennuyeux en une occasion de divertissement pour accroître les affaires. La salle d'attente peut devenir une extension de l'expérience globale du spa.

Le point d'accès au spa

Il est important d'établir une distinction entre la salle « d'attente » et la salle de « détente ». La salle d'attente est près de l'entrée ou du « check-in », et c'est, bien évidemment, l'endroit où les clients (ou leurs accompagnateurs) attendent. La salle de détente, elle, est le cœur du spa. C'est l'endroit où les clients se reposent entre ou après les traitements. « Ce n'est pas une bonne stratégie que de mélanger ces deux zones, mais en réalité on voit ça souvent », dit Sam Margulies, designer de spa chez Atmosphere Spa Design. La seule exception est pour certains médi-spas où la salle d'attente est plus centrale et où le marketing agressif est coutumier. Mais en général, le marketing n'a pas sa place dans une pièce dédiée à la relaxation. Dans une salle d'attente, par contre, cela peut être une stratégie avantageuse.

La salle d'attente offre une opportunité stratégique pour promouvoir votre entreprise—vos services et vos produits—et augmenter vos ventes. « En fait, si vous structurez la stratégie correctement, le dortotage offert dans le spa peut servir de stimulant pour les ventes quand les clients seront de retour dans la salle d'attente », ajoute Margulies. « Vous n'avez qu'à placer les clients dans une situation où on fait la promotion des produits sans qu'ils s'en rendent compte. Par exemple, à la conclusion d'un traitement, le thérapeute peut discuter des caractéristiques bienfaitantes d'un certain produit avec le client ».

Malheureusement, de nombreux spas canadiens n'ont pas une politique de vente au détail adéquate et finissent par passer à côté d'environ 30% de profits potentiels. « La vente au détail peut faire la différence dans le revenu d'un spa », dit Margulies. « La vente au détail offre la plus grande marge bénéficiaire. Aux États-Unis, les spas ont tendance à la prioriser plus qu'ici. Un grand nombre de spas aux États-Unis ont des concierges de spa. Avec leur assistance, les spas connaissent souvent une augmentation de ventes de produits et de services. À vrai dire, tous les employés d'un spa devraient être formés en conciergerie ».



La vente en première ligne

Le comptoir de réception est l'une des zones de merchandising les plus importantes pour un spa. Placez-y différents outils de marketing pour annoncer vos promotions. « Faites comme si vous étiez 'La Baie'. À la caisse, il y a toujours des publicités qui annoncent leurs promotions », explique Larry Oskin, président de Marketing Solutions. « Placez-y une ou deux affichettes de comptoir pertinentes et opportunes, par exemple pour la Saint-Valentin, les bals de finissants ou pour les forfaits de mariage. Vous n'avez qu'à suivre le calendrier et exploiter l'espace visuel à la réception pour assurer que vos messages soient vus. »

Oskin suggère de créer un « mur de souvenirs » pas loin du comptoir de la réception, mettant en évidence une variété d'éléments pour accroître l'intérêt dans votre spa. Il pourrait inclure l'historique du spa et des profils du personnel-clé.

La salle d'attente au Studio 157 a des photos des propriétaires affichées sur le mur, ainsi que des écriteaux annonçant les nouveaux produits, les nouveaux traitements et les spéciaux du mois.

« Nous y mettons de belles affiches colorées qui sont imprimées professionnellement », dit Rachel Bourdon, gérante du Studio 157 à Gatineau, au Québec. « Récemment nous avons changé le style de nos certificats-cadeaux pour des cartes en plastiques. Nous avons apposé une affiche pour l'annoncer et pour laisser savoir à nos clients que nous innovons. Nous offrons ces cartes à la réception, mais les clients ne peuvent pas les acheter s'ils

ne savent pas qu'elles sont disponibles. Les clients nous parlent souvent de ce qu'ils voient sur nos murs. »

Sur votre « mur de souvenirs », vous pourriez ajouter des informations et des petites touches personnalisées pour promouvoir le caractère de votre spa et inciter vos clients à prendre le temps de lire et de consulter ce que vous voulez partager. En octobre dernier, Studio 157 a eu une journée porte ouverte pour célébrer leur 30^e anniversaire et Amélie Grenier, une humoriste Québécoise très connue, y était. Maintenant, une photo d'elle avec les deux propriétaires du spa est fièrement affichée sur le mur.

Diffusez vos nouvelles

Avoir une télévision dans la salle d'attente est un bon moyen de promouvoir votre spa et vos produits. Les compagnies telles que CaerVision et HighTech Message fournissent des solutions en vidéos. CaerVision propose des vidéos qui incluent des informations éducatives et divertissantes qui peuvent être personnalisées pour répondre à vos besoins, mettant en vedette vos produits, vos promotions et votre personnel. HighTech Message est strictement commercial et sollicite de la publicité d'entreprises qui ont un rapport avec votre spa. De cette façon, les vidéos peuvent elles-mêmes générer des profits.

« Soyez conscient qu'il ne s'agit pas seulement de mettre une vidéo à l'écran. Planifiez un calendrier de marketing et changez la vidéo pour présenter de nouvelles astuces et de nouvelles promotions », ajoute Oskin. « Nous vous recommandons de suivre un calendrier de rotation bimensuel. Vous devriez modifier le contenu assez souvent pour que ça demeure frais, mais pas si souvent que ça devienne compliqué. Assurez-vous d'adopter un horaire de marketing qui vous convienne ».

Une pièce à usage mixte

Dans la salle d'attente, vous devriez mettre tout en œuvre pour promouvoir vos produits et services : des brochures, une télévision avec une vidéo qui favorise vos produits et services, etc. « Utilisez votre salle d'attente comme un deuxième emplacement d'espace commercial », suggère Margulies.

En fait, une meilleure tactique serait de fusionner votre espace commercial et votre salle d'attente. Vous devriez avoir des places assises dans l'espace commercial. Assurez-vous qu'il y ait des places assises au milieu de l'espace afin que les clients puissent voir les produits étalés autour. Soyez sûr d'avoir des échantillons disponibles afin qu'ils puissent essayer les produits, et des brochures pour faciliter leurs décisions d'achats.

Prolongez l'expérience

Persuadez vos clients de passer un peu plus de temps avec vous avant qu'ils ne se précipitent vers les portes. Encouragez-les à

rester un peu plus longtemps une fois leur traitement terminé.

À Studio 157, il y a un bar à jus dans la salle d'attente pour les nouveaux arrivants ou pour les clients qui sortent. Les clients se sentent choyés. C'est une excellente façon de prolonger l'expérience sublime du spa. Le bar à jus propose des jus, de l'eau, du café et des tisanes ainsi que des pommes, des oranges et des bonbons pour une petite remontée d'énergie. « Plusieurs clients viennent après le travail et n'ont pas le temps d'aller souper avant. Ils ont donc faim », dit Bourdon. « Nous leur proposons un petit quelque chose pour apaiser leur faim. Comme ça, ils ne sont pas distraits par leur faim durant les massages. Souvent, après un massage, les clients peuvent avoir faim et sont contents de prendre un fruit avec eux en sortant. »

Pour les journées plus affairées, Oskin suggère d'organiser des démonstrations dans la salle d'attente, pourvu qu'il y ait assez d'espace. « Ça pourrait être des démos de maquillage, des mini-sessions de 'massage sur chaise', ou des professionnels de la santé qui offrent des astuces et des conseils », explique Oskin. « Les démonstrations de produits peuvent inciter les clients à acheter ou à prévoir d'autres traitements. En général, ça peut être tout simplement intéressant et divertissant ». ❖

DU NOUVEAU CHEZ
Belmonda

C'est avec grand plaisir que nous vous annonçons le lancement de notre magasin en ligne!

Tout ce dont vous avez besoin est maintenant disponible 24 heures par jour, 7 jours sur 7.

Obtenez 10% DE RABAIS
sur votre première commande Web

Cette offre est de durée limitée alors inscrivez-vous dès maintenant et commencez à épargner temps et argent!

Magasinez en ligne sur www.belmonda.com

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec nous par courriel : info@belmonda.com ou téléphone 514.697.4100, SF 866.647.4100

Belmonda
L'Académie de Beauté & Distribution 189-600 Labrosse, Pointe Claire, Québec H9R 1A3

Êtes-vous le meilleur des meilleurs?



Si vous êtes fier de votre spa, si vos clients sont très satisfaits et si vos efforts de marketing sont progressifs, c'est le moment de l'annoncer au monde entier. Accédez au site www.spAWARDS.com pour proposer votre spa dans l'une des catégories de prix et gagnez le droit d'annoncer au monde que votre spa est un meneur.

Un appel à candidatures a été lancé pour dix catégories de prix, dont Le Top 50 des spas canadiens. D'autres catégories honorent, entre autres, le spa le plus romantique, la meilleure cuisine de spa et l'innovation. Ces prix qui reconnaissent « Les Tops » de l'industrie ont été créés pour permettre aux clients de découvrir les bijoux cachés de notre industrie et pour mettre en valeur les meilleurs opérateurs dans le domaine.

Tous ceux qui le désirent peuvent nommer un spa en remplissant le formulaire de candidature en ligne. Les critères des prix comprennent la créativité et la présentation en ligne, la disponibilité d'information concernant les traitements et les tarifs, la facilité de prendre des réservations en ligne, l'efficacité des cartes-cadeaux et des programmes de fidélité, les traitements de spa innovants, les stratégies de marketing exceptionnelles, et la satisfaction globale de la clientèle.

Spa Inc est le commanditaire canadien officiel des spAWARDS. Nous ferons partie du comité de jugement pour la catégorie « Le Top 50 des spas canadiens » et nous savons déjà que ce sera une compétition difficile—ce pays abonde de spas fantastiques, qui proposent une grande diversité de traitements.

Les prix spAWARDS ont été lancés l'an dernier par Book4Time et la réaction immédiate a été très positive. Les lauréats gagnent le droit d'utiliser le logo et les matériaux de marketing de spAWARDS afin de promouvoir leurs spas et d'annoncer leurs accomplissements. Les gagnants de l'année dernière ont été révélés en février dernier. Une liste complète des gagnants se trouve sur le site www.spAWARDS.com.

*Découvrez un monde
merveilleux avec une chaîne
de maquillage pour toutes
occasions et modes de vie.*

*“Fresh”
Printemps 2011*

SST

Cosmetics Inc.

- Sévie “Signature”
- Label Noir

**Pour d’autres informations et
opportunités de distribution
s.v.p. contactez :**
1-800-667-2566
info@sstsignatureseries.com
Ou visitez notre web site :
www.sstsignatureseries.com

Les cosmétiques SST sont : Base de minéraux ✓
Sans Parabènes ✓
Sans produits chimiques sévère ✓



Une amitié

Aidez votre clientèle à maintenir un rapport positif avec le soleil cet été.

C'est le soleil qui rend toute la vie possible. Sans lui, la planète serait une sphère inhabitable congelée, se propulsant à travers l'espace à plus de 60 000 miles à l'heure.

Pourtant, malgré tous ses bénéfices, le soleil peut aussi être un destructeur impitoyable. Le rayonnement ultraviolet produit par le soleil est endommageant pour la peau. Selon le Dr Benjamin Barankin, dermatologue et directeur médical du Toronto Dermatology Center, le rayonnement ultraviolet inhibe le système immunitaire de la peau et peut causer la réactivation des feux sauvages.

« Il peut aussi propager des lésions précancéreuses et le cancer de la peau plusieurs années après l'exposition », dit Barankin.

Le défi consiste à trouver un équilibre entre l'exposition au soleil et l'indulgence excessive. Le spa peut être une source

d'éducation et un refuge pour les canadiens qui adorent le soleil, en fournissant les produits, les traitements et l'information dont ils ont besoin pour pouvoir profiter du soleil tout en évitant ses effets néfastes.

Ayoye!

« En été, la pire des choses qu'une personne puisse faire pour sa peau c'est attraper un coup de soleil », dit Barankin.

Selon Environnement Canada, au moins un canadien sur sept développera un type de cancer de la peau au cours de sa vie. Mais la peur des coups de soleil ne devrait pas empêcher les gens de profiter de ses bienfaits. Plusieurs études, dont la recherche provenant de la Harvard Medical School, indiquent que l'exposition au soleil est bénéfique pour la santé. La vitamine D, une vitamine dont beaucoup de canadiens sont en déficience, provient de l'exposition au soleil et aide à préserver la densité osseuse.

« Un bronzage peut protéger la peau. En autant que vous n'attrapiez pas un coup de soleil, vous êtes tout à fait en sécurité au soleil », explique le Dr Jason Rivers, professeur clinique de dermatologie à l'Université de la Colombie Britannique et directeur régional des programmes Prudence au soleil et Prévention du cancer de la peau de l'Association canadienne de dermatologie.



Correctionist Nighttime Restoration Treatment

Ce traitement de nuit à pénétration profonde pour le visage et le cou raffermit et hydrate, aide à contrer les effets néfastes de l'environnement et stimule le renouvellement cellulaire.



Obagi Professional—C Serum

Ce sérum riche en vitamine C aide à prévenir les signes de vieillissement prématurés et protège contre les effets endommageants de l'environnement. La vitamine C neutralise les radicaux libres pour prévenir les dommages au niveau cellulaire de la peau.



Murad Essential—C Daily Renewal Complex

Les effets anti-vieillessement de la vitamine C sont amplifiés par le système de réparation de la peau breveté par Murad. Le système améliore l'élasticité cutanée, stimule la synthèse du collagène, améliore la clarté de la peau et offre une protection antioxydante puissante.



Elta MD Skincare, UV Clear SPF 46

Cette formule légère à 9% d'oxyde de zinc micronisée avec un FPS de 46 et de la vitamine B3 de haute pureté apaise et protège la peau sujette à l'acné.

avertie

Afin d'assurer que les clients bronzent plutôt que d'attraper un coup de soleil, les dermatologues recommandent aux spas de fournir des crèmes solaires avec un FPS d'au moins 30.

« Les écrans solaires pour le sport sont conçus pour résister à la sueur et à l'eau, ce qui fait qu'ils ne coulent pas autant », dit Rivers, ajoutant qu'ils sont donc particulièrement utiles pour une application sur le visage.

Selon Barankin, les écrans solaires qui contiennent de l'oxyde de titane et de l'oxyde de zinc sont excellents, tout comme ceux contenant du Parsol 1789 ou de l'avobenzone et du Mexoryl.

Après Soleil

Suite à un coup de soleil, le spa peut offrir des services et des conseils pour soulager la douleur et aider les clients à récupérer.

« Des compresses froides sont apaisantes après un coup de soleil », dit Rivers.

Les clients devraient être conseillés d'éviter le soleil et de prendre un anti-inflammatoire comme de l'ibuprofène. Les stéroïdes pour application locale, comme l'hydrocortisone, peuvent soulager l'inflammation et la douleur. Il est recommandé de consulter un dermatologue pour déterminer si un tel stéroïde est approprié.

Pour accélérer la récupération et apaiser les coups de soleil, le spa peut offrir des produits contenant du rétinol, du thé vert et de l'acide glycolique.

Une source de revenus souvent inexploitée par les spas est la vente de vêtements d'été.

« Le port de vêtements et de chapeaux sera toujours plus efficace que les crèmes solaires pour se protéger des coups de soleil », dit Barankin.

Des chapeaux à larges bords, des lunettes de soleil et des hauts légers et flottants peuvent offrir une protection contre le soleil, favoriser la guérison et prévenir d'autres brûlures. ❖

Aidez vos clients à protéger leur peau en offrant des produits avec de la protection solaire



Yon-Ka Vital Defense

Vital Defense est un hydratant antioxydant et anti-vieillessement qui lutte contre les effets de la pollution. La formule légère, à absorption rapide, peut même être utilisée sous le maquillage.



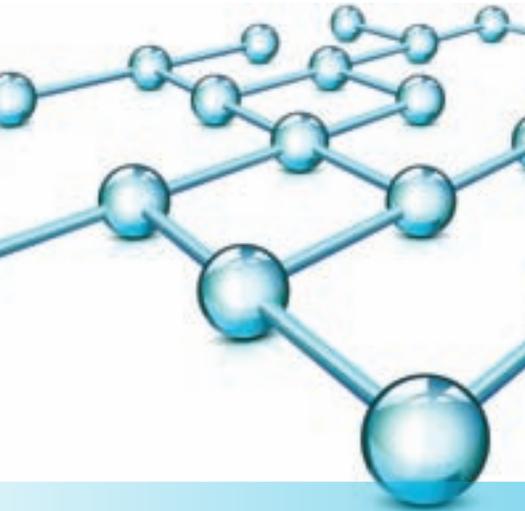
Kerstin Florian Spa Sun Aloe Gel

Cette thérapie après-soleil à absorption rapide contient des algues et de l'aloès pour laisser la peau douce et hydratée.

Mary Cohr Mineral Defense FPS 30 Sun Protection Crea

Le plus haut niveau de protection disponible auprès de Mary Cohr protège la peau lors de l'exposition au soleil et lutte contre les effets nocifs des rayons UV.





Le nouveau visage de l'anti-âge

C'est un fait, l'espérance de vie a augmenté de 40 ans en un siècle. La population mondiale prend de l'âge et ce phénomène encore inédit engendre de plus en plus d'études sur le vieillissement.

Véritable pionnière dans ce domaine, la cosmétologie travaille sur l'anti-âge depuis des dizaines d'années en cherchant non seulement à retarder mais aussi à estomper les signes du temps. Les recherches constantes permettent de voir apparaître sur le marché de nouveaux actifs souvent inspirés de la recherche médicale et des récentes découvertes en biologie cutanée.

Voici les cinq dernières découvertes scientifiques majeures, véritables révolutions dans les soins anti-âge:

Les cellules souches prometteuses

Les cellules souches sont au cœur de nombreuses études. Encore peu connues il y a quelques années, elles sont porteuses aujourd'hui d'immenses espoirs en médecine régénérative. Elles ont fait l'objet de travaux qui ont permis à deux chercheurs de recevoir le prix Nobel de médecine en 2007.

Les cellules souches que l'on trouve dans l'épiderme adulte ont un potentiel de multiplication extraordinaire. Nichées au cœur de la peau, elles orchestrent le renouvellement naturel et constant de l'épiderme. Peu nombreuses, elles sont extrêmement

précieuses. Elles sont aussi très vulnérables, d'où l'importance de les protéger.

Un extrait de cellules souches d'une pomme Suisse très rare et connue pour son potentiel de longévité a gagné le prix européen de l'innovation en 2008. Résultat de fines recherches scientifiques et technologiques, cet actif a démontré sa capacité à protéger l'activité des cellules souches épidermiques en les maintenant dans un microenvironnement nutritif favorable et en les protégeant des rayons UV. En protégeant les cellules souches épidermiques, il favorise le repeuplement cellulaire au creux des rides, conduisant ainsi à leur comblement. La peau est mieux structurée de l'intérieur et d'apparence plus jeune.

Les sirtuines, ces protéines de longévité

Communes à pratiquement la totalité des organismes vivants, des bactéries à l'homme, les sirtuines sont présentes en abondance dans les tissus des centenaires. Une coïncidence ? Pas vraiment... Des travaux scientifiques ont démontré que ces protéines sont au centre de mécanismes complexes. Elles entraînent un allongement de la durée de vie chez des individus placés en restriction calorique. Au niveau de la peau, les sirtuines sont donc des éléments clés de la réparation cellulaire.

Cette découverte a donné naissance à un nouvel actif, extrait du riz. Celui-ci relance l'expression et la production des protéines de

longévité au sein de nos cellules cutanées. En ralentissant le rythme de division cellulaire, il permet aux cellules d'économiser leur énergie et de vivre plus longtemps. De même, l'ADN dispose de plus de temps pour mieux se réparer. Le « capital jeunesse » de la peau est préservé. Si, au contraire, le cycle naturel est accéléré, comme dans le cas d'un peeling, la cellule n'a pas le temps de se réparer et elle meurt prématurément.

En résumé, les sirtuines ont l'avantage, en plus de ralentir le vieillissement cutané, de protéger le noyau cellulaire : l'ADN réparé retrouve sa structure initiale et devient plus résistant. Les sirtuines sont donc des éléments clés de la réparation cellulaire et permettent ainsi de lutter contre les signes de l'âge.

La télomérase au service des télomères

En 2009, le prix Nobel de médecine a récompensé des études réalisées sur les télomères et la télomérase. Ces éléments génétiques clés sont impliqués dans la régulation du processus de vieillissement cellulaire. Lorsqu'une cellule se divise, les extrémités de ses chromosomes—appelées télomères—raccourcissent, diminuant progressivement la capacité de réplication de la cellule et conduisant au phénomène de vieillissement. La télomérase est une enzyme capable de maintenir la pleine longueur des télomères, ce qui a pour conséquence l'augmentation de la durée de vie fonctionnelle des cellules.

Un actif d'origine végétale permet aujourd'hui d'induire l'expression de la télomérase dans les cellules de la peau. Obtenue à partir des racines de *Scutellaria baicalensis Georgi*—la plante la plus utilisée dans la médecine chinoise—la baicaline augmente la vie active des cellules d'environ 10%, retardant ainsi leur vieillissement. Des tests in vivo ont prouvé que ce produit permet une restructuration du relief cutané et une augmentation de la fermeté et de l'élasticité. La peau reste donc dans une dynamique jeune plus longtemps.

La chronobiologie dans la peau

La chronobiologie est la science qui étudie les rythmes biologiques. Les recherches en chronobiologie montrent que



plusieurs aspects de la peau varient selon l'alternance du jour et de la nuit, par exemple, la température de la peau, la production de sébum, le pH ou encore la perte en eau transépidermique.

Pour la peau, ces variations sont orchestrées par les gènes « clock ». Ceux-ci donnent le tempo à la cellule, orchestrant et modulant plus de 20% de l'expression des gènes. De façon générale, le jour, elles se protègent des diverses agressions environnementales, tandis que le soir, elles mettent en marche toutes les fonctions liées à la réparation. Mais des facteurs externes, comme les UV, peuvent diminuer l'expression de ces gènes « clock », ayant pour conséquence une désynchronisation de ces rythmes au sein des cellules. Celles-ci ne peuvent alors plus adapter leur comportement à leur environnement, elles se protègent et se réparent moins bien : elles vieillissent plus vite.

Issu de la science épigénétique, il existe maintenant un peptide qui relance l'expression des gènes « clock » de façon à préserver les rythmes biologiques circadiens. Cet actif cosmétique lutte contre la désynchronisation qui apparaît avec l'âge, maximisant la protection des cellules le jour et leur régénération la nuit.

La détoxification cellulaire

Saviez-vous que 7 milliards de toxines sont produites chaque jour à tous les niveaux de la peau ? Les principaux facteurs à l'origine de ces toxines sont le stress, la pollution, les rayons UV et le vieillissement intrinsèque. Avec l'âge, les systèmes d'élimination naturels des toxines sont dépassés. Elles s'accumulent et asphyxient littéralement les cellules. La peau ne se régénère plus correctement et vieillit plus vite.

L'extrait purifié d'un microorganisme appelé *Candida saitoana*, riche en -glucanes, relance le système de détoxification cellulaire. Il favorise l'élimination des toxines et recycle les débris en matériaux neufs pour relancer la régénération. La peau peut alors se concentrer pleinement sur les mécanismes de réparation cellulaire. L'efficacité des autres actifs des soins est amplifiée et les résultats sont prolongés. Le processus de vieillissement est ralenti.

Au-delà de l'innovation, il s'agit d'une évolution profonde des connaissances pour une cosmétique toujours plus scientifique aux vertus correctrices et compensatrices. Le vrai défi pour un produit de soin est de cumuler des actions complémentaires afin de prodiguer à la peau un soin complet lui assurant effet immédiat, prévention et correction à moyen terme. ❖



Isabelle Villeneuve est Directrice scientifique-Chef de l'innovation chez Laboratoire Dr Renaud. Passionnée de cosmétologie, elle compte 20 années d'expérience dans le domaine. Depuis 1995, elle participe activement au dynamisme et à la croissance de Laboratoire Dr Renaud.

► Avec sa nouvelle collection printanière Precious, Orly célèbre le glamour raffiné de la porcelaine, le lustre vif de la soie et la brillance luxuriante des bijoux précieux. Des couleurs telles *Pure Porcelaine* (beige crémeux), *Gilded Coral* (corail doré, miroité) et *Sapphire Silk* (bleu sardelle profond) sont incontournables cette saison.
www.opi.com



▲ La collection de printemps *French Affair* de Essie fera fondre les ennuis d'hiver et vous plongera dans l'esprit printanier. Ces six couleurs sont inspirées par la beauté du sud de la France. La ligne comprend les couleurs *Kisses and Bises*, *Sand Tropez*, *Topless and Barefoot*, *French Affair*, *Nice is Nice* et *Coat Azure*.
www.belmonda.com



▲ China Glaze dévoile sa ligne d'été de vernis, *Island Escape*—un arc-en-ciel de couleurs saisonnières brillantes. Coordonnez ces couleurs chaudes à votre guise pour ajouter une touche de bonbon à vos manucures et pédicuries d'été. Avec des teintes telles que *Papaya Punch* et *Seniorita Bonita*, ces couleurs d'été sont garanties d'éblouir.
www.aiibeauty.com



◀ *Glitter in the Air* de Deborah Lippmann est un vernis pailleté pour le printemps qui se distingue par sa sobriété. Prenant son inspiration de la performance scintillante de Pink au Grammy Awards en 2010, la brillantine est utilisée avec modération dans ce vernis crémeux raffiné, créant une apparence onirique et éthérée.
www.lippmanncollection.com



► Opi nous offre un soupçon du sud avec sa ligne *Texas*. Les teintes telles que *Suzi Loves Cowboys* (représentée ici), *Austin-tatious Turquoise* et *San Tan-Tonio* sont des couleurs rafraîchissantes qui embrassent la chaleur de l'été.
www.opi.com



**" Le service personnalisé
d'Asserpro fait toute
la différence! "**

*Mesdames Caroline Vachon et Dominique Roy
propriétaires, Spa Le Dôme de Morphée, Orford.*



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

Nouveau!!!



Asserpro lance son site Internet: **www.asserpro.com**.
Il vous offre une bibliothèque d'informations 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 assurance spa-esthétique!**

Ispa, le fauteuil pédicure et bain de pieds de **T4 Spa Concepts and Designs**, comprend une station d'accueil iPod et des haut-parleurs encastrés pour permettre à vos clients d'échapper au monde extérieur et de se détendre dans leur propre sphère privée. La cuvette comporte un jet avec doublures jetables, un agitateur avec contrôle à tête unique, une pomme de douche multifonctionnelle avec anti-refoulement, des commandes automatiques et une lumière DEL intégrée.

www.t4spa.com



Amino Genesis Skin Care dévoile son nouveau gonflant pour lèvres *Lips to Love*. La formule accroît le collagène dans les lèvres, les gonflant instantanément pour des lèvres irrésistiblement plus pulpeuses. L'applicateur vibrant stimule la circulation et l'absorption du produit.

www.aminogenesis.com

Repêchage révèle sa nouvelle collection Sea Spa Collection composée de quatre traitements divins. Les sels de bain Sea Spa Mineral Bath Salts et le bain de mousse Sea Spa Bubble Bath apaisent les muscles endoloris et soulagent la tension. La ligne comprend aussi l'huile pour le corps *Sea Spa Massage Bath & Body Oil* et le savon liquide *Sea Spa Body Wash*.

www.repechage.com



Mary Cohr soigne la peau stressée avec sa crème réparatrice *NutriZen*. L'extrait de lotus élimine la tension et redonne un éclat radieux tandis que les Omega 3, 6 et 9 protègent la peau contre les éléments en restaurant un équilibre parfait d'acides gras essentiels.

www.baronesse.com



Le nouveau **TGF-Booster** de **Le Mieux** est un sérum anti-âge incroyablement puissant qui lisse les ridules et les rides en stimulant la croissance de collagène et d'élastine. Un format professionnel de 2oz fournit une grande valeur pour les propriétaires de spas. Le **TGF-Booster** fusionne des peptides efficaces avec des antioxydants puissants pour aider à prévenir le vieillissement prématuré.

www.lemieuxcosmetics.com



La série *Acai Berry* d'**Ancient Secrets** saisit l'essence bénéfique des baies d'açaï. Contenant 10 fois plus d'antioxydants que les raisins rouges et 10 à 30 fois plus de flavonoïdes que le vin rouge, la baie d'açaï fournit une synergie de graisses saines, de fibres et de phytostérols. Pour favoriser une peau saine et brillante, la série *Acai Berry* fusionne un complexe presque parfait d'acides aminés avec de précieux oligo-éléments, essentiels pour la régénération des tissus.

www.beautythroughbalance.ca



Medispa Holdings Inc offre le system de microdermabrasion *Abrastim Sapphire Photo Abrasion System*, une combinaison parfaite de thérapies pour la peau. Le système réunit les thérapies de rajeunissement par lumières bleues et rouges, la microdermabrasion par granules de saphir, le drainage lymphatique et un micro-courant avec des gels de traitement phyto-actifs infusés de botaniques qui améliorent la santé et l'apparence de la peau dès le premier traitement. Le système a remporté un prix à Paris pour ses résultats instantanés. C'est aussi la seule machine sur le marché qui puisse être utilisée en toute sécurité à l'intérieur de l'os orbital pour raffermir la peau flasque autour des yeux.

www.medispa.ca

Maintenant disponible au Québec!

Cosmederma lance deux nouvelles lignes de produits pour les soins de la peau dans le marché du spa au Québec. Les traitements pour les soins de la peau *Swiss Med* et *Naturmed* fournissent des solutions intelligentes et technologiquement avancées pour une apparence rajeunie et saine.

Swiss Med

La ligne cosmétique *Swiss Med* fournit des soins de la peau correctifs avec des produits professionnels et des produits pour traitement à domicile. La peau paraît plus lisse, plus ferme et plus radieuse après un seul traitement et il y a une réduction de jusqu'à 50% dans l'apparence des ridules après trois semaines d'utilisation à domicile.



La ligne comprend deux produits adaptés pour tous les types de peau : *Alpha Beta Peel*—un 'peeling' qui offre une restructuration de la peau et contient les acides hydroxy alpha et beta qui améliorent sa texture; *Ultra Sensitive Cream*—conçu pour apaiser la peau hypersensible et la peau réactive, ce traitement augmente les défenses naturelles.

Naturmed

Les formules spéciales de *Naturmed* éliminent les radicaux libres excessifs et stimulent les défenses naturelles de la peau. Elles améliorent l'élasticité, augmentent le renouvellement cellulaire et restituent l'énergie des fonctions cellulaires d'une manière équilibrée et synergique. Avec une utilisation régulière, *Naturmed* rehausse la beauté naturelle de la peau et la rend radieuse.



Avec une ligne de produits pour traitement à domicile à leur disposition, les esthéticiennes peuvent prescrire des programmes personnalisés. De cette façon, *Naturmed* offre des traitements de beauté sur mesure qui visent à promouvoir le bien-être global des clients.

L'expansion va de l'avant

Phase 2 de la construction de Bleu Spa à Cantley, au Québec.

L'absence de tempêtes de neige pour la majeure partie de l'hiver dans l'Outaouais était un don du ciel pour notre entrepreneur. Vers la fin février, nous étions à mi-chemin dans notre calendrier de construction, et toujours dans les temps, grâce en grande partie à la météo. Depuis décembre, nous avons échappé à trois tempêtes majeures qui ont fait des ravages dans l'est du Canada. De plus, l'hiver a été relativement doux, permettant une progression normale dans tous les aspects du développement structurel du bâtiment principal.

Le fait que Bleu Spa tente d'acquiescer la certification LEED, le premier de son genre au Québec, a suscité une série de défis. Que ça soit dû aux contraintes relatives à l'utilisation rationnelle de l'eau, à la réduction des émissions CO₂, à l'amélioration de la qualité des environnements intérieurs ou simplement à l'économie énergétique, il y a eu plusieurs difficultés imprévues nécessitant la présence continue de nos architectes de Montréal. Ce qui a commencé comme une réunion mensuelle ordinaire s'est transformé en une série de visites et d'appels, tous concernant la liste de contrôle pour la certification LEED.

Un cas particulier était le remplacement d'un adhésif à faible taux d'émissions, approuvé par le programme LEED, par un adhésif non-approuvé, simplement dû au temps froid. L'adhésif approuvé ne pouvait pas être appliqué à des températures inférieures à 10°C, tandis que le remplacement pouvait être utilisé dans les températures en dessous de zéro. L'utilisation de l'adhésif non-

approuvé mettait notre certification LEED en péril, mais comme nous voulions ouvrir les portes en août

2011, notre horaire était serré. Bien que le prestige de se voir attribuer la certification LEED nous fût très important, notre équipe a décidé que nous devons faire tout ce qui était possible pour respecter notre échéancier.

Un deuxième défi impliquait le nombre d'espaces de détente disponibles durant l'hiver. Les plans reflétaient un manque de places assises sur le site, mais seulement durant la saison froide. Ceci a été résolu par la décision d'aménager une autre pièce intérieure, fenêtrée, avec un foyer central, directement sur le toit du hammam (bain turc). Bien que cela ait entraîné des dépenses imprévues, notre équipe a été plutôt inspirée par l'idée, la considérant comme une attraction pour notre spa.

Sur une note encore plus positive, à la fin février, nous avons appris que Bleu Spa avait rencontré tous les critères pour le **Programme d'investisseurs immigrants**, un programme de subvention d'**Investissement Québec** visant les petites entreprises dans la province. Nous avons été invités à Montréal par les directeurs délégués de la Banque Nationale pour un souper où nous avons reçu un chèque de \$250,000.



Larry Greene est le co-développeur de Bleu Spa, dont l'ouverture est prévue pour le mois d'août. Dans cette rubrique, il partagera son expérience personnelle de construction et d'ouverture d'un nouveau spa. Suivez-le dans chaque numéro pour connaître son progrès ainsi que les défis qu'il doit surmonter.

Accros du magasinage, préparez-vous!



Belmonda Beauty Academy a annoncé le lancement de sa boutique en ligne. Les clients peuvent désormais commander les produits dont ils ont besoin, lorsqu'ils en ont besoin, d'une manière pratique et fiable. Tous les produits, y compris le matériel de stérilisation, le mobilier et les produits de soins pour la peau sont maintenant

disponibles pour commande 24 heures par jour, 7 jours par semaine. Pour un temps limité, toutes les commandes en ligne bénéficieront d'un rabais de 10%.

Pour de plus amples informations, consultez le site www.belmonda.com ou composez le 866-647-4100.

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

**Soyez
répertoriés!**

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

EVENTS

Juin 2011

Conférence de Yoga
du 2 au 5 juin Minneapolis, MN
www.yogafit.com

Formation : Spa Management
Training du au 2 juin
Mississauga, Ont.
www.spaformation.com

Premiere Orlando
les 5 et 6 juin, Orlando, FL
www.premiereshows.com

ISPA Connect
le 6 juin, Carefree, AZ
www.experienceispa.com

Esthétique Spa International
Québec
les 12 et 13 juin, Québec, QC
www.spa-show.com

Allied Beauty Association -
Assemblée générale annuelle
du 14 au 17 juin, Halifax, N.-É.
www.abacanada.com

Assemblée générale annuelle
de l'Allied Beauty Association
du 14 au 17 juin
Halifax, N.-É.
www.abacanada.com

A4M Brazil
du 17 au 19 juin
Sao Paulo, Brésil
www.anti-agingevents.com

International Esthetics,
Cosmetics and Spa Conference
du 18 au 20 juin
Las Vegas, NV
www.iecsc.com/lv

Exposition et Conférence: Spa
and Resort/Medical Aesthetics

les 28 et 29 juin, New York, NY
www.spaandresortexpo.com

Juillet 2011

Conférence de Yoga du 14 au
17 juillet, Scottsdale, AZ
www.yogalift.com

World Massage Festival
du 14 au 17 juillet
Cullowhee, NC
www.worldmassagefestival.com

Beauty Week
du 30 juillet au 2 août
Las Vegas, NV
www.probeauty.org/
beautyweek

Cosmoprof North America
du 31 juillet au 2 août
Las Vegas, NV
www.cosmoprofnorthamerica.com

Québec

Belmonda

Pédicurie: de base, spa &
thérapeutique (4 jours), les 6,
7, 8 et 15 juin; Soins du visage et
de la peau (5 jours), les 13, 14,
20, 21 et 27 juin; Épilation
à la cire (2 jours), les 28 juin
et 4 juillet.

Info : 866-647-4100

www.belmonda.com

Mary Cohr

Vaudreuil : Visage niveau les
13 – 14 juin.

Info : 888-458-4545

C.-B.

Ongles Bio Sculpture

Vancouver : Cours de
certification, les 13 juin et 17
juillet; Extensions avancées &
décor d'ongles, les 14 juin et
18 juillet.

Prince George : Cours de
certification, le 10 juillet;
Extensions avancées & décor
d'ongles, le 11 juillet.

Kelowna : Cours de certification,
le 24 juillet;

Extensions avancées & décor
d'ongles, le 25 juillet.

Info : 877-424-6435 poste 809

www.biosculpturenails.com

Ontario

Ongles Bio Sculpture

Hamilton : Décor d'ongles
avancé, le 4 juillet; cours de
certification/perfectionnement,
les 13 juin et 11 juillet;
Extensions et application de
pointes avancé, les 20 juillet et
18 juillet; Manucure et pédicurie
(4 jours), du 6 au 9 juin.

www.eastcpastbeauty.ca



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



Sylvie Legault, directrice de spa, Spa Fairmont le Château Montebello

En 1992, Sylvie Legault a pris une décision qui changerait le cours de sa vie: elle a quitté son emploi et est retournée aux études pour obtenir son permis de massothérapeute. Son objectif était d'ouvrir un nouveau spa santé dans un hôtel cinq étoiles, ce qui n'était pas vraiment tendance il y a 19 ans. Elle visait le Fairmont Château Montebello.

Sa proposition a été acceptée et le Spa Fairmont Château Montebello a pris forme. Six mois plus tard, Legault a dû embaucher plus de personnel et agrandir le spa. Année après année, l'entreprise grandissait, devenant un grand succès.

Quelle est la philosophie principale qui détermine votre approche aux affaires et à la vie en général?

Essayer de rendre les gens heureux. Je veux qu'ils se sentent bien et importants—de sorte qu'ils veulent revenir au spa. Ceux qui me connaissent savent que je mène ma vie selon cette philosophie.

Qu'est ce que vous aimez le plus dans votre travail?

J'aime rencontrer et recevoir les gens et les traiter comme je souhaiterais être traitée moi-même. Lorsque je pratiquais comme massothérapeute, je donnais toujours mon 200%. Je crois fermement dans la philosophie donnant-donnant.

Pour moi, le bonheur de mon personnel est également très important. Ma porte est toujours ouverte à mes employés. Ils méritent d'être entendus et ils auront toujours toute mon attention. Chaque personne est unique et est un membre précieux de l'équipe.

Que priorisez-vous le plus pour vos clients?

Je veux que mes invités se sentent comme chez eux; comme s'ils étaient dans leurs salles familiales avec leurs pantoufles aux pieds. Je veux les voir partir avec un sourire aux lèvres. Quand je vois les clients dans la salle de détente, enveloppés dans nos couvertures vertes, à moitié endormis—je peux dire qu'on a atteint notre objectif.

Comment vous gâtez vous?

J'adore me faire dorloter dans de différents spas. Et j'adore magasiner—c'est ma seule faiblesse...

J'aime aussi faire de la raquette et du ski de fond en hiver. Durant l'été, je fais un peu de jardinage à la maison. C'est une façon pour moi de me détendre, de me revitaliser et d'oublier tout le reste. ❖

AUBAINES DU PRINTEMPS

Belmonda

MARS-AVRIL 2011

Belmonda est maintenant en ligne
Bénéficiez d'un escompte supplémentaire
de 10 % sur votre première commande
effectuée en ligne (offre de durée limitée)

essie

NOUVELLE
COLLECTION
DE PRINTEMPS
"FRENCH AFFAIR"



Mini cube 4 pces
#P0424400 **11\$**
Cube couleur 6 pces
#P0424500 **29⁹⁵\$**
Présentoir 12 flacons
#P0440500 **59⁴⁰\$**
Présentoir 36 flacons
#P0440600 **178²⁰\$**

CUCCIO
PROFESSIONAL

COMBO SEL ET BEURRE
À l'achat de tout sel pour **19⁹⁵\$**,
obtenez le beurre agencé

GRATUITEMENT!

COMBO
NETTOYANT ET LYTE
À l'achat d'un nettoyant pour
8⁹⁵\$, obtenez un beurre lyte

GRATUITEMENT!



NOUVELLE COLLECTION
DE COULEURS POUR
LE PRINTEMPS
'PRECIOUS'

Présentoir 18 pces #450640 **107⁰⁰\$**

6 pc #45080 **35⁷⁰\$**

Coffret Mani Mini 48 pces

#48108 **149\$**

ORLY



VEA SPA *soak-off*
GEL POLISH

PROMO Ensemble complet **159⁹⁵\$**

Inclus :
Trousse de couleurs
(20 pces)
Lampe UV 36 W
4 broches à gel
Solution Soak off
Nettoyant
Couche de base
Déshydratant
Couche de finition
Déshydratant
Scellant



ONE MINUTE MANICURE®

30 oz Rég. 39⁹⁵\$
SPÉCIAL 29⁹⁵\$

13 oz Rég. 24⁹⁵\$
SPÉCIAL 19⁹⁵\$

3 oz Rég. 7⁸⁰\$
SPÉCIAL 5⁹⁵\$

**GIGANTESQUE
PROMO SUR TOUS
LES FORMATS
— RENFLOUEZ
VOS STOCKS
MAINTENANT ET
EPARGNEZ!**



STÉRILISATEUR
AUTOCLAVE
2100



Rég. 1595\$

SPÉCIAL 1495\$

Poudre OXYMED
pour bain
hydrothérapeutique



2 kg #9014 Rég. 195\$

SPÉCIAL 175\$

10kg #9114 Rég. 685\$

SPÉCIAL 550\$



NOUVEAU Gants de nitrile sans
poudre roses Medicom
"Hope & Cope" #1172
Rég. 17⁶⁵\$ **SPÉCIAL \$15⁹⁵**

DÉSINFECTANT
ULTRACARE

#606983711119
Rég. 42⁹⁵\$

SPÉCIAL 32⁹⁵\$



NOUVEAU
cabaret ultra
Capacité 1 gallon
#70400
Rég. 82\$
SPÉCIAL 69\$

china glaze

"ISLAND ESCAPE"
UN ARC-EN-CIEL TROPICAL
DE COLORIS ÉCLATANTS



36 pces #80712 **139\$**

12 pces #80710 **49\$**

6 pces #80708 **27\$**

RÉDUCTIONS
SUR LES VÊTEMENTS SPA!

PEIGNOIRS BLANCS

- Tissu-éponge velours #20060
Rég. 49\$ **SPÉCIAL 39⁹⁵\$**

- Gaufré #20020
Rég. 34⁹⁵\$ **SPÉCIAL 29⁹⁵\$**

- Tissu-éponge pelucheux #127014
Rég. 39⁹⁵\$ **SPÉCIAL 29⁹⁵\$**

ENSEMBLE
Pantoufles/serre-tête/
sortie de bain gaufrée

Rég 28⁹⁵\$ **SPÉCIAL 19⁹⁵\$**





Nouveau !

**L'expertise anti-âge des
peaux grasses**

SeboBalance

**Révélez enfin une
peau parfaite !**

ESTOMPE LES RIDES & MATIFIE

RESSERRE LES PORES & APAISE

NEUTRALISE LES IMPERFECTIONS



Après 28 jours seulement !

Une gamme bien au-delà des résultats attendus

La double performance d'une
gamme de soins novateurs destinés
aux peaux grasses dès l'apparition
des 1^{er} signes de vieillissement.



**Laboratoire
Dr Renaud**

**1 800 361-0352
ldrenaud.com**

**FIER FOURNISSEUR EXCLUSIF
DES SOINS POUR LA PEAU
AUX SUITES DU BEVERLY
HILTON DURANT LES
*Oscars 2011***

