

SpaInc.

Tout pour le spa au Canada

hiver 2011/12

BLEUSPA:
une oasis de bien-être

**Éveillez les palais
de vos clients**

Le corps
et l'esprit

**Santé holistique
et bien-être global**

www.spainc.ca

Postes-publications N^o. 40026342 6 \$

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 antimicrobien 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.

Poil
et tige
pileux normaux



Poil après la cire
ou le rasage
(remarquez
le poil cassé)



la cire étire le poil
et le casse

Follicule après Nufree
(remarquez que
la totalité du
poil est enlevée)



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

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

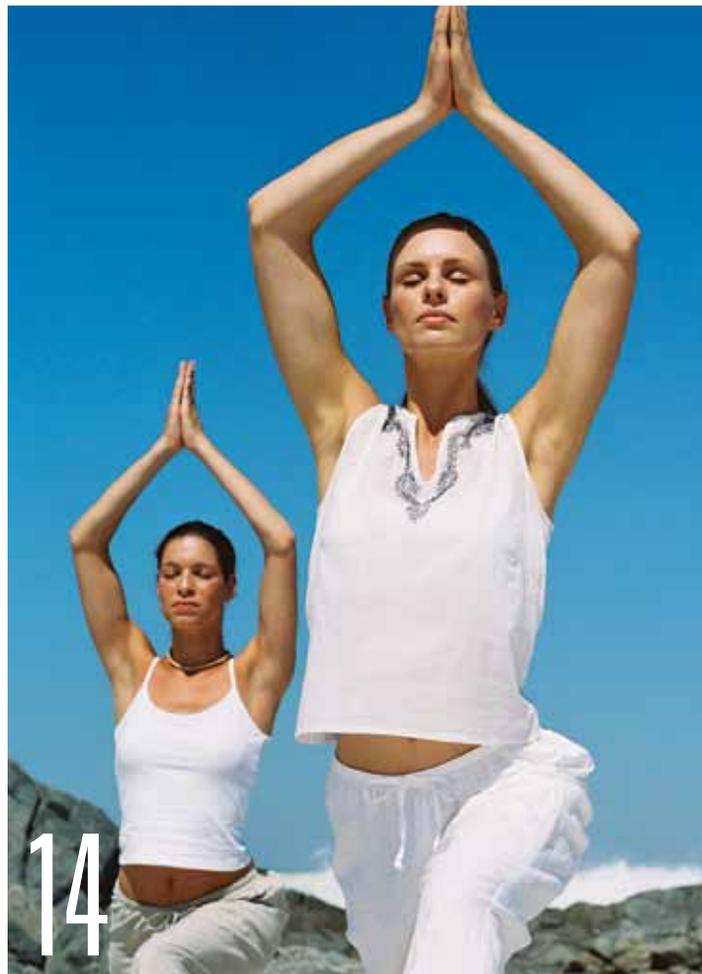
8



16



18



SOMMAIRE

	• parlons spa		• grains de beauté
07	Les nouvelles de l'industrie	21	Inflammation
		22	Les soins de la peau
	• ambiance		• carrefour
08	BleuSpa	25	Produits pour les ongles
		26	Nouveautés
	• stratégies	29	Calendrier
14	Le bien-être holistique		• profil
16	La condition physique	30	Steven Salhany
18	Les services nutritionnels		
20	Medi-spa en bref		



Mettez l'accent sur le corps et l'esprit

Cette année, ma résolution pour le nouvel an est d'adopter une approche holistique de bien-être. Donc, pour les douze prochains mois, je me concentrerai sur ma santé globale : corps et esprit. Cela paraît simple – si simple, en fait, que cela devrait être une pratique courante. Mais, par ces temps trépidants, nous avons tendance à nous concentrer sur un seul aspect de notre santé, négligeant ainsi notre bien-être global.

La bonne nouvelle c'est que de plus en plus de gens se rendent compte de l'importance d'adopter un régime compréhensif de santé et de bien-être. Ils reconnaissent qu'un mode de vie sain ne se réduit pas à un tapis roulant et à des suppléments de vitamines. Ils s'ouvrent à de nouvelles approches et pratiques holistiques. En éduquant les clients et en leur offrant des occasions de jumeler une variété de pratiques, les spas peuvent jouer un rôle intégral dans leur quête de bien-être holistique.

Dans cette édition de *Spa Inc.*, nous abordons les façons dont un spa peut incorporer le bien-être holistique dans ses traitements, ses forfaits et dans sa stratégie de marque. De nombreux spas offrent déjà une multitude de services holistiques, tandis que d'autres commencent tout juste à explorer ces possibilités. Mettre l'accent sur le bien-être pourrait aider à ouvrir les portes du spa à une clientèle toute nouvelle.

Avez-vous récemment ajouté un nouvel élément à vos services qui favorise davantage le bien-être de vos clients? J'aimerais beaucoup en entendre parler. Nous aimons vous tenir au courant des meilleures pratiques de l'industrie... et, personnellement, je suis à la recherche de nouvelles idées pour m'aider dans ma quête de santé et de bonheur cette année!

Mes meilleurs vœux pour 2012,

Heather Ednie



Venez nous voir en ligne!

www.spainc.ca

Twitter : [SpaIncMag](https://twitter.com/SpaIncMag)

www.facebook.com/SpaIncMag

SpaInc.

ISSN 1705-8201 – Volume 8, numéro 3

Éditrice Susan A. Browne
sbrowne@dvtail.com

Directrice de la rédaction Theresa Rogers
trogers@dvtail.com

Rédactrice en chef Heather Ednie
hednie@dvtail.com

Journaliste Julie Teeluck
jteeluck@dvtail.com

Directrice artistique Tammy Malabre
tmalabre@dvtail.com

Collaborateurs Stacey Johnson
Isabelle Villeneuve

Directrice de la publicité Beth Kukkonen
bkukkonen@dvtail.com

Vente publicitaire Jennifer Dilorio
jdilorio@dvtail.com

905-886-6641 poste 309
Sarah Vassos
svassos@dvtail.com
905-886-6641, ext. 310

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

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

Directrice de marketing Lisa Pressacco
lpressacco@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

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 : 877-772-0831

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.



Les looks d'aujourd'hui. Les tendances de demain.

ASSISTEZ À L'UN DES SALONS DE LA BEAUTÉ LES PLUS **GRANDIOSES** & **DYNAMIQUES!**

Salons de la beauté de l'ABA près de chez vous au printemps prochain :

Montréal

Palais des congrès

Les 11 et 12 mars

Toronto

Metro Toronto Convention Centre

Les 1^{er} et 2 avril

Winnipeg

Winnipeg Convention Centre

Le 22 avril

Vancouver

Vancouver Convention Centre – Ouest

Les 29 et 30 avril

Edmonton

Northlands Park

Les 6 et 7 mai

Des maîtres de la coupe... aux professionnels.

- **Assistez** à un salon de la beauté incontournable au Canada.
- **Découvrez** les récentes techniques et les derniers produits coiffants.
- **Rivalisez** avec les meilleurs de l'industrie.
- **Libérez** votre force créative.
- **Participez** à l'after-party.

aba

ALLIED **BEAUTY** ASSOCIATION

Des questions?

Demandez tous les détails à votre distributeur
ou appelez le bureau de l'ABA au : | 800-268-6644

RESTEZ BRANCHÉ!

Suivez-nous sur:

Facebook.com/Allied Beauty Association
ou sur twitter.com/ABACanada



L'OCÉAN. LA SCIENCE. LA BEAUTÉ.

PHYTOMER



- | Leader en biotechnologie marine avec des produits de pointe formulés à partir d'ingrédients naturels.
- | Somme de la performance et de la relaxation à travers des soins visage ultra-efficaces et des soins corps mondialement reconnus.
- | Soutien commercial majeur via le développement de menus de soin sur-mesure et de programmes de formation personnalisés.

40 ANS D'EXPÉRIENCE AVEC PLUS DE 500 SPAS DANS 70 PAYS :

Four Seasons Amman, Le Meridien Ra Beach, The Venetian Las Vegas, Mykonos Grand, TwinPalms Phuket...

Distribué par :

Sopar International inc. | 1875, boul. Lionel-Bertrand Boisbriand, Québec J7H 1N8

Tél. : 450 433-8918 – 1 800 361-6089 | Fax : 450 434-2608 | 1 800 375-8832

www.soparc.ca | info@soparc.ca

Parlons Spa

Destination : Québec

Le Spa Eastman a été sélectionné comme l'un de trois finalistes pour le 'Meilleur spa de destination de l'année' en Amérique (du Nord et du Sud), une catégorie des prix World Spa Awards organisés par Professional Beauty à Londres, au Royaume-Uni. Les lauréats dans chaque catégorie seront dévoilés lors d'un gala en mars 2012. Les prix World Spa Awards visent à sensibiliser le public à l'égard de l'industrie et à reconnaître la passion et l'excellence dont les professionnels et propriétaires de spas font preuve. Les prix visent à élever les normes dans l'espoir que les spas soient incités à hausser la barre.



Le L Spa & Wellness Centre honoré

Le Spa & Wellness Centre, à Grande Prairie, en Alberta, a été sélectionné comme finaliste pour les prix Alberta Business Awards of Distinction, dans la catégorie Employer of Youth Award of Distinction.

Lors de l'annonce des finalistes, ce 20 décembre dernier, La Chambre de commerce de l'Alberta a noté que le L Spa & Wellness Center avait démontré des réalisations exceptionnelles en matière d'embauche des jeunes et en offrant aux jeunes des occasions de carrières. L Spa est maintenant admissible au prix Alberta Premier's Award of Distinction.

Nouveau portail en ligne attestant des bénéfices des thérapies de spa

SpaEvidence a lancé un portail en ligne créé pour éduquer et diffuser les preuves médicales qui attestent des effets bénéfiques des thérapies de bien-être offertes aux spas.

Les professionnels de la médecine, des spas et du bien-être, ainsi que le grand public, sont invités à profiter de cette ressource gratuite à www.spaevidence.com/spaevidence.



SkySpa s'installe à Québec

Les adeptes de spa ont une raison de plus pour profiter de la Vieille Ville romantique. SkySpa ouvrira un nouveau site au 17e étage du Complexe Jules-Dallaire, surplombant la Ville de Québec.

Lettres

Établir des normes (automne 2011, p. 17)

Je suis propriétaire et gérante de Inner Balance Spa à Calgary, et nous avons développé une approche brevetée à la formation sur place qui fournit des résultats de manière rapide et efficace.

En tant que propriétaire de spa et directrice de Emerge Spa Training of Canada, je crois fermement que la formation et le développement du personnel sont essentiels pour assurer le succès à long terme d'un spa.

Je crois que le Canada est l'un des leaders mondiaux en matière d'éducation et de formation dans l'industrie des spas et je suis heureuse de constater que cette industrie progresse vers la normalisation. L'établissement de normes élevées servira non seulement à protéger le public, mais aussi à donner plus de crédibilité à l'industrie.

Lisa Gossen, Directrice

www.emergespatraining.com



Le marketing de masse extrême (été 2011, p. 18)

Je suis une esthéticienne et propriétaire d'une entreprise située au cœur de Toronto. Regardez ce qui se passe maintenant! Nous commençons à vendre nos services à une fraction du coût réel juste pour attirer de nouveaux clients. Ceci n'est pas la façon de réussir. Ce n'est que le début de la chute!

Les propriétaires de spa poussent les choses aux extrêmes, offrant leurs services à des prix qui ne couvrent même pas les coûts. Pour répondre à votre question, « Est-ce que ces rabais sont durables ? », ma réponse est NON.

Je crois que nous savons tous que, dans notre industrie, la meilleure façon d'attirer de nouveaux clients, c'est par les références. Alors pourquoi ne pas commencer à choyer nos clients actuels au lieu d'offrir des rabais qu'on ne peut pas soutenir ?



Lara Grinchuk

www.estheticsoflara.com

ambiance | bleuspa

par Heather Ednie



Le paradis vous





attend



BleuSpa ouvre ses portes en tant qu'oasis de bien-être

Ah, BleuSpa. Une indulgence salubre que tout le monde devrait découvrir. Niché dans les collines de Cantley, au Québec, BleuSpa a célébré son inauguration officielle ce 26 octobre dernier et a rapidement établi une réputation comme l'endroit idéal pour la détente et le bien-être et pour retrouver l'équilibre.

BleuSpa propose une multitude d'options pour créer l'expérience de bien-être ultime. Avec des bains nordiques à l'extérieur, un sauna et un hammam, des massages thérapeutiques, des soins du corps, le yoga, l'Âyurveda et une variété d'activités en plein air – sans oublier le menu exquis du Bistro Bleu – BleuSpa offre tout ce qui est nécessaire pour créer une expérience unique adaptée à chaque client.

La philosophie du spa, de respecter dame nature et d'être écologique, est reflétée dans tous les aspects de l'établissement. « Même mon nom s'harmonise avec la philosophie », plaisante Larry Greene, un des huit

copropriétaires de BleuSpa et vice-président en marketing et développement. Blagues à part, l'accent sur l'environnement est évident. Allant des produits d'origine locale, comme la boue provenant de Cassleman, en Ontario, au système de chauffage et de climatisation géothermique, la récupération des eaux de pluie et l'utilisation de matériaux de construction écologique, BleuSpa démontre son grand respect pour l'environnement. « Nous n'utilisons que des produits naturels au spa et essayons d'acheter localement », dit Greene. « La plateforme de yoga plein air est nichée dans la forêt, ce qui s'accorde bien avec notre vision. L'atmosphère est très Zen, très chaleureuse et conviviale. »

Le design réfléchi du spa est basé sur un concept d'eau pure et propre - le blanc et le bleu cobalt accentuent les bois naturels, l'ardoise et les céramiques. Les salles de traitements, compatibles avec iPod, portent des noms de dieux (comme la salle pour couples nommée Mars & Venus), ce qui est plutôt approprié, car leurs massages procurent des sensations divines.

« Notre décor est moderne et plutôt européen », dit Greene. « Nous avons utilisé des lignes droites et des couleurs pures et relaxantes. Les aspects clé du design, comme les carreaux mosaïques, se répètent à travers le spa pour renforcer cette ambiance de calme et de connectivité ».

Bistro Bleu : santé et délices

Chef Juan Carlos, formé en France, développe l'art de cuisiner avec des produits locaux. « Nous essayons d'utiliser des produits locaux et saisonniers autant que possible et nous travaillons en collaboration avec les fermiers », explique Carlos. « Cet accent sur les produits locaux nous oblige à être créatif avec le menu; les produits disponibles dictent les recettes ».

Le bistro vise à promouvoir des produits québécois autant que possible, et honnêtement, ce n'est pas difficile. Avec une gamme de fromages délicieux, de producteurs de viande et de fermiers locaux, le menu offre un grand choix de plats somptueux, parfaitement préparés. Allant des salades aux desserts, des soupes du jour aux plats principaux savoureux, Carlos est un maître de la saveur, de la nutrition et de la présentation. Une spécialité de la maison, le confit de canard aux oignons rouges caramélisés jumèle les saveurs fumées enivrantes du confit et du fromage Comtomme avec le sucré de la marmelade aux figues pour créer un plat irrésistible.

Le menu est un pur délice – la gastronomie met en vedette des produits sains, cultivés localement. « Nous proposons des aliments simples mais exquisément préparés », déclare Carlos.

Plaisirs scandinaves

Les bains nordiques offrent une variété d'options et d'expériences divines qui favorisent la relaxation totale. Deux foyers entourés de chaises Adirondack créent des zones de



détente en plein air donnant sur une piscine chauffée, une douche froide et une piscine à débordement qui rappelle les grands bains de Versailles. Le bain vapeur turc peut accueillir jusqu'à 35 personnes. Vous pouvez également opter pour le sauna. Sinon, profitez d'un thé ou d'un verre de vin et relaxez en écoutant de la musique apaisante devant le foyer au salon qui surplombe la piscine.

Le yoga et le conditionnement physique

La salle de yoga chez BleuSpa devient rapidement un élément populaire. Cet hiver, huit classes sur inscription (déjà complètes) et huit classes ouvertes sont offertes à chaque semaine. Le signe révélateur du tapis yoga roulé sous le bras des visiteurs montre que les cours attirent rapidement des adeptes. « S'il fait assez beau, les classes peuvent être menées dehors », ajoute Greene.

**BleuSpa en bref :****Salles de traitements :** 12**Personnel :** 55 en tout; 28 massothérapeutes et 8 instructeurs de yoga contractuels**Capacité :** jusqu'à 130 clients**Produits locaux :** Golden Moor, Bioorigine, Phyto 5, Bougies de Soya à l'huile essentielle

Le printemps prochain, des sentiers pédestres seront aménagés pour permettre des activités de groupe comme la randonnée, la raquette et le ski de fond.

Le marketing de BleuSpa

BleuSpa propose un environnement paisible et luxueux ciblant une clientèle de professionnels ayant entre 35 et 55 ans. Les stratégies de marketing et de publicité, ainsi que la formation du personnel, sont toutes destinées à attirer ce marché de niche et à satisfaire cette clientèle. Jusqu'à présent, cela fonctionne à merveille. Les salles de massage sont rapidement réservées pour les fins de semaines, des groupes corporatifs ont déjà réservé des séances de groupe pour le temps de fêtes et le marketing en ligne a pris son envol. Une offre sur Groupon, le site de

rabais en ligne, proposait un coupon 2 pour 1 pour les bains scandinaves et, à ce jour, BleuSpa a vendu plus de 3 000 séances aux bains, amassant près de 55 000 \$ pour le spa.

« En ce moment, les priorités clés dans ma vie sont le renouvellement de l'énergie, la pratique du yoga, l'amour de la nutrition saine et la gestion du stress », explique Greene. Un entrepreneur de longue date, Greene est aussi propriétaire d'un grand complexe sportif dans la région qui compte 5 800 membres, mais aujourd'hui il est davantage axé sur BleuSpa. « Je joue encore au tennis et je m'entraîne à mon club sportif, mais BleuSpa reflète mieux mes valeurs personnelles actuelles. C'est avec joie et grand plaisir que je m'investis dans BleuSpa et j'invite tout le monde à visiter et à découvrir l'univers de bien-être que nous avons à offrir. » ❖

OFFRE DE LANCEMENT
ACHETEZ-EN UN
ET OBTENEZ-EN
UN GRATUITEMENT



OUTILS VEA SPA

En acier inoxydable d'origine japonaise



59⁹⁹ \$

6⁴⁹ \$

TROUSSE D'OUTILS (8 PCS) #90500

Inclus : lime à ongles d'orteils incarnés, outil pour soulever les ongles d'orteils, pince à épiler à bout incliné, repousseur à cuticules, pinces à cuticules, pince à ongles d'orteils robuste, et repousseur/enlève-ptérygion.



PINCE ÉLECTROLYSE PROFESSIONNELLE 4" #99000

Pince à épiler à bout pointu.



6⁴⁹ \$

PINCES À EMBOUT INCLINÉ/POINTU PRO. 4" #99001

Pince à épiler à bout pointu/incliné.



4⁹⁹ \$

PINCES À EMBOUT COURBÉ 3.5" #99025

Pince à épiler à bout courbé.



4⁹⁹ \$

PINCES À EMBOUT POINTU PRO 3.75" #99026

Pince à épiler à bout pointu.



4⁹⁹ \$

PINCES À EMBOUT INCLINÉ PRO 3.5" #99027

Pince à épiler à bout incliné.



4⁹⁹ \$

PINCES À EMBOUT INCLINÉ 3.5" #99028

Pince à épiler à bout incliné.



10⁹⁹ \$

EXTRACTEUR DE COMÉDONS À DOUBLE EMBOUT 3.5" #99002

Deux oeillets pour enlever les points noirs et les points blancs.



9⁹⁹ \$

LANCETTE ET EXTRACTEUR DE COMÉDONS #99003

La lancette perce les points blancs; l'anneau extrait les points noirs. Les deux bouts se dévissent.



9⁹⁹ \$

EXTRACTEUR DE COMÉDONS À DOUBLE EMBOUT 4.5" #99004

Deux oeillets pour enlever les points noirs et les points blancs.



7⁹⁹ \$

POUSSE-CUTICULE, CUILLER METALLIQUE #99005

Pousse-Cuticule, Cuiller Metallique.



10⁴⁹ \$

POUSSE-CUTICULE À DOUBLE EMBOUT #99006

L'extrémité courbée n'égratigne pas les ongles; l'extrémité en forme de curette nettoie la saleté sous les ongles.



10⁴⁹ \$

POUSSE-CUTICULE À DOUBLE EMBOUT #99007

L'extrémité en forme de bêche repousse les cuticules; l'extrémité plate nettoie sous les ongles.



10⁴⁹ \$

POUSSE-CUTICULE À DOUBLE EMBOUT #99008

L'extrémité courbée n'égratigne pas les ongles; l'extrémité en forme pointue nettoie la saleté sous les ongles.

10⁴⁹ \$



POUSSE-CUTICLE ET COUPEAU PTÉRYGION #99009

La lame déloge le ptérygion, la partie de la cuticule qui adhère à l'ongle; l'extrémité courbée repousse la cuticule et n'égratigne pas les ongles.

10⁴⁹ \$



LIME À ONGLES INCARNÉS #99020

Parfaite pour limer vers l'extérieur.

10⁴⁹ \$



NETTOYEUR D'ONGLES DOUBLE EMBOUTS 6.5" #99021

L'extrémité courbée soulève les ongles d'orteils pour nettoyer sous les ongles et appliquer des traitements.

10⁴⁹ \$



NETTOYEUR D'ONGLES DOUBLE EMBOUTS 6.5" #99022

L'extrémité en forme de curette nettoie la saleté sous les ongles.

10⁴⁹ \$



LIME À ONGLES INCARNÉS DOUBLE EMBOUT #99023

Parfaite pour limer vers l'extérieur; surface longue à texture grossière des deux cotés de la lime; le coté incliné permet d'aller sous l'ongle.

16⁴⁹ \$



COUPE-CUTICLES, OUVERTURE 1/8" #99012

Ressort double; joint emboîtant.

16⁴⁹ \$



COUPE-CUTICLES, OUVERTURE 1/4" #99013

Ressort double; joint emboîtant.

16⁴⁹ \$



COUPE-CUTICLES, OUVERTURE 1/2" #99014

Ressort double; joint emboîtant.

21⁹⁹ \$



COUPE-ONGLE; OUVERTURE-CONCAVE #99015

Ressort à barillet puissant; branches verrouillables à prise facile.

21⁹⁹ \$



COUPE-ONGLES PÉDICURE #99016

Joint emboîtant; ressort double; lame concave; branches verrouillables à prise anti-dérapante.

21⁹⁹ \$



COUPE-ONGLES INCARNÉ #99024

Parfaite pour les ongles d'orteils incarnés; joint emboîtant; ressort simple.

8⁴⁹ \$



CISEAU À ONGLES, EMBOUT COURBÉ #99019

Vis réglable; lame courbée; anneaux plus grands.

13⁹⁵ \$



COUPE-CORS À UNE LAME #99010

Accompagné d'une râpe-pression; stérilisable.

4⁹⁵ \$



RECOURBE-CILS #99011

9⁹⁹ \$



COUPE PROTHÈSE #99017

La lame extrêmement aiguisée coupe les ongles artificiels à la longueur.

le corps

l'esprit

l'âme

l'harmonie

la joie

l'amour

la paix

l'espoir

Le bien-être holi

Les soins du corps et de l'esprit font de bonnes affaires pour les spas

Dans le monde affairé d'aujourd'hui, les services de spa gagnent de plus en plus de valeur en tant que ressources pour les régimes de soins personnels et de santé. Tout aussi importants qu'une visite chez la coiffeuse ou le dentiste, ou qu'une séance d'entraînement au gym, les services et produits offerts par les spas contribuent de manière indispensable à la santé et au bien-être global de leurs clients.

De plus en plus de spas adoptent une approche holistique au bien-être, remplaçant les « menus » de traitements traditionnels par des forfaits plus compréhensifs qui englobent des traitements, des produits et des activités bienfaisants, ainsi que des aliments et des boissons santé. C'est une approche avantageuse, tant pour les spas que pour leur clientèle. Ces forfaits compréhensifs augmentent la valeur des ventes individuelles et les clients bénéficient d'une expérience qui les laisse plus comblés. Bien gérés, ces forfaits peuvent mener à la fidélisation de la clientèle.

Mais, de quoi s'agit-il lorsqu'un spa adopte une approche holistique au bien-être? Et comment s'assurer que cet accent placé sur la santé et le bien-être des clients s'avère être une stratégie rentable?

Demandez à un expert

La notion de bien-être holistique représente des choses différentes pour différentes personnes. Sur le site www.holistic-wellness-basics.com le bien-être holistique est décrit comme étant une fusion de bien-être physique, mental et spirituel – c'est le résultat d'avoir consciemment choisi de vivre une vie de qualité. Pour obtenir plus de détails, nous avons consulté Peggy Hall, conseillère en nutrition, instructrice de yoga et consultante en bien-être. Hall a dédié sa carrière à la promotion et à l'orientation des programmes de bien-être.

Originaire de la Californie, Hall a été nommée « America's Ultimate Wellness Expert » par la revue *Woman's World Magazine*. Elle est une consultante spécialisée pour la station radio ABC Radio Network, pour l'émission télévisée « America Now » de ITV Studios, et pour les magazines *Clean Eating Magazine* et *Oxygen Women's Fitness*.



Peggy Hall

Hall vise à aider tous ceux qui en ont assez de se sentir malades et fatigués. Elle explique qu'il existe de nombreuses façons pour un spa de mettre l'accent sur le bien-être holistique et d'en tirer des bénéfices tout en bonifiant l'expérience des clients.

Des combos santé

Offrez votre expertise. En plus des massages et des soins du corps, il y a une multitude de traitements et de services qui pourraient contribuer au bien-être global de vos clients, comme des cours de yoga, de méditation et de nutrition. Les forfaits de spa qui comprennent une consultation avec un naturopathe, un diététicien ou un coach de vie peuvent avoir un impact appréciable. Si vous ne pouvez pas vous permettre d'embaucher une telle variété de spécialistes, « il y a de nombreux travailleurs indépendants à qui vous pourriez référer vos clients, ou qui seraient même prêts à offrir des cours sur place », suggère Hall. « Mettez ces ressources à la disposition de vos clients et votre spa gagnera en valeur pour eux. »

La valeur ajoutée

Vous pourriez offrir des petits 'extras' qui sont peu coûteux pour le spa. Jumelés à un traitement ou à un forfait, ils peuvent parfaire l'expérience du client. « Cela pourrait être aussi simple que de jouer de la

stique

musique qui s'harmonise avec leurs centres d'énergie – mais soyez sûr de le promouvoir en tant qu'élément bénéfique : ce n'est pas seulement de la « musique de spa » générique, c'est quelque chose de spécial. Il vous en coûtera très peu d'offrir une telle prime à vos clients. »

Une autre suggestion serait d'exploiter les bénéfices de la thérapie par la couleur. Remplacez vos literies et serviettes de bain de couleur neutre avec de la literie colorée qui répond aux besoins individuels de vos clients. « Le rouge inspire la sécurité et le confort, le vert favorise la guérison et l'ouverture d'esprit, tandis que le bleu symbolise la communication et la vérité, et ainsi de suite », ajoute Hall. « Il suffit de consulter un spécialiste pour développer le programme puis de recouvrer vos dépenses. »

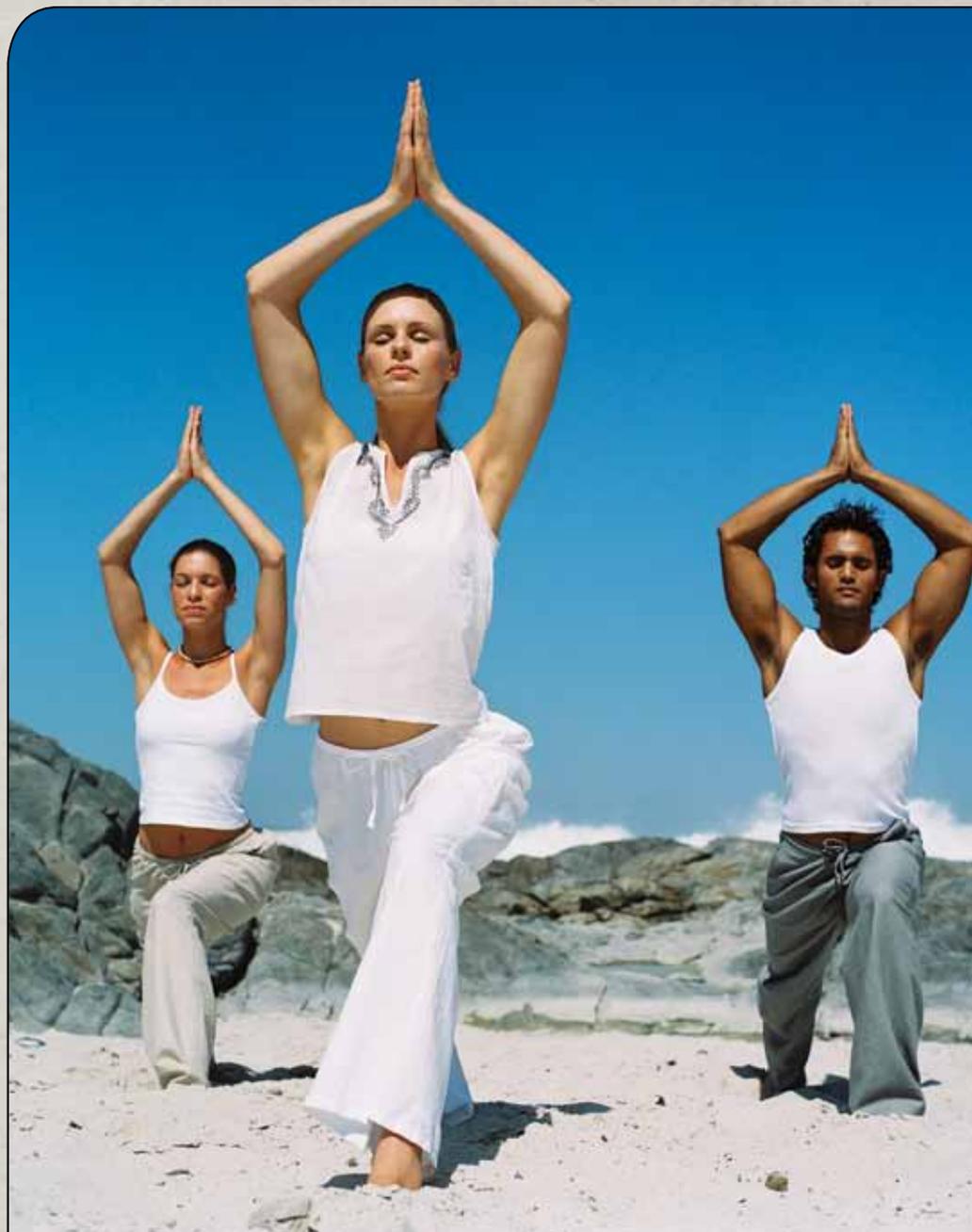
Donnez-leur des devoirs

Qu'il s'agisse d'un petit cadeau à titre gracieux ou des conseils et directives à suivre, offrez un petit quelque chose à vos clients qui leur permettra de se concentrer sur leur bien-être longtemps après avoir quitté le spa. Cela leur rappellera leur belle expérience au spa et les incitera à revenir.

« Préparez des feuillets instructifs que vos clients pourront ramener chez eux, comme des instructions pour des exercices de respiration ou une recette pour une tisane énergisante », dit Hall. « Vous pourriez créer un disque de méditation guidée, ce qui est peu coûteux à produire. Sinon achetez-en un et ajoutez tout simplement votre marque de spa sur l'étiquette. Quel que soit votre choix, vos clients se souviendront de votre spa, »

Le pouvoir des tisanes

Les aliments et les boissons qu'un spa offre à ses clients représentent un élément intégral du bien-être holistique. Les



tisanes, par exemple, favorisent la détente, n'ont pas de calories et sont disponibles dans une grande variété de saveurs. Proposez un thé ou une tisane à vos clients durant leur visite au spa afin de favoriser davantage leur bien-être. Ou offrez des tisanes créées spécifiquement pour votre spa que vos clients pourront savourer à la maison en se rappelant de leur expérience au spa.

« Les tisanes peuvent jouer un rôle important dans vos offres holistiques », dit Hall. « Les thés et tisanes ont un effet calmant, sont une bonne source d'antioxydants et sont des antidépresseurs naturels. Offrir des tisanes est une solution économique pour compléter l'expérience de vos clients. Créez votre propre mélange de tisanes, ou créez un 'bar à thé' où les clients peuvent se préparer une tisane à leur goût. Tout ce qui permet au client de participer est bénéfique. Laissez-les improviser et s'amuser en même temps! » ❖

La condition physique

Soutenez le bien-être de vos clients en offrant des options de conditionnement physique

Les cours de conditionnement physique, le yoga et les activités de plein air complètent l'expérience de bien-être au spa et peuvent s'apparier parfaitement avec les traitements offerts. « C'est un jumelage merveilleux et cela me surprend que plus de spas n'offrent pas de programmes de conditionnement physique », dit Kim Kraushar, copropriétaire et directrice de mise en forme physique chez Interlude Spa en Nouvelle Écosse. Les adeptes de spa sont conscients de l'importance de bien prendre soin d'eux-mêmes et le conditionnement physique est une extension naturelle des soins du corps.

Madeleine Marentette, fondatrice de Grail Springs en Ontario, affirme que ses clients prennent de plus en plus conscience du fait que le maintien d'un mode de vie sain implique plusieurs éléments, dont l'activité physique régulière. Grail Springs s'étend sur 100 acres et ses clients peuvent profiter d'une gamme d'activités en plein air, telles des promenades dans la nature, le canoëisme, l'équitation et la raquette en hiver ainsi que des cours de yoga quotidiens. D'autres spas proposent des passes mensuelles de yoga.

Les programmes de conditionnement physique sont facilement jumelés avec les services de soins du corps. Un client peut suivre un cours et ensuite profiter d'un massage pour détendre ses muscles endoloris. Le forfait « Awakening » proposé par Interlude Spa commence avec un cours privé de Pilates STOTT, suivi d'un massage, une manucure et une mise en plis.

Par où commencer?

L'introduction des cours de conditionnement physique représente un investissement. Vous devez considérer l'espace requis et la formation du personnel ainsi que développer un plan d'affaires pour récupérer cet investissement, dit Kraushar. Elle ajoute que l'industrie d'entraînement physique est vaste et diverse et que les propriétaires de spas peuvent se sentir dépassés. « Vous devez faire vos recherches avant d'investir », dit-elle. Une option serait d'assister à des conférences et des ateliers pour rester au courant des développements dans l'industrie.

Pour déterminer quelles activités vous devriez mettre en place, il faut bien connaître votre clientèle et rester fidèle à la philosophie de votre spa. Vos clients seront peut-être moins tentés par une

classe de « Hot Power Yoga » que par un cours de Nia. Grail Springs vient d'introduire les cours de Nia, une technique

d'entraînement physique populaire qui fusionne les arts de la guérison, comme le yoga, avec des mouvements d'arts martiaux, afin de créer une expérience unique. « Nous aimons diversifier nos cours, explorer de différentes philosophies et incorporer de différentes techniques. Jamais deux fois la même chose », dit Marentette.

Laissez vos clients vous guider

Marentette dit que ses clients n'étaient pas autant attirés par les classes de cardio offertes à l'intérieur qu'ils l'étaient par les activités en plein air. « Quand nous avons proposé des activités en plein air, tout le monde y a assisté. Mais quand nous avons proposé des cours d'entraînement cardio-musculation à l'intérieur, personne n'est venu », dit Marentette. « Ils préfèrent participer à quelque chose d'unique. » Marentette a décidé de convertir le gymnase en un studio de yoga spacieux. Vous pouvez adapter vos services en fonction des types de programmes auxquels vos clients répondent le mieux.

Les avantages d'un partenariat

Pour un spa en plein milieu de la ville, l'introduction d'un programme de conditionnement physique peut être un défi en raison des contraintes d'espace. Un spa qui cherche à inclure le yoga sur leur menu de services pourrait former un partenariat avec un studio de yoga à proximité, dit Marentette. Le spa et le studio de yoga pourraient faire de la publicité croisée et offrir des rabais promotionnels. « La collaboration est essentielle si vous n'avez pas l'espace nécessaire, puisque le yoga n'est pas très lucratif. Les gens ne veulent pas payer plus de 15\$ par classe, donc à moins que vous ayez un grand espace pour accommoder plusieurs personnes, vous pourriez perdre de l'argent », dit Marentette.

Ceci étant dit, l'ajout d'un cours de yoga ou d'autres cours de conditionnement physique pourrait attirer de nouveaux clients qui retourneront régulièrement et qui profiteront aussi, fort probablement, de vos traitements de spa. ❖



Le yoga en plein air chez Grail Springs



**Avec Asserpro, s'assurer
c'est vraiment facile!**

*Madame Micheline Garcia, propriétaire
Institut de beauté Micheline Garcia*



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!**

Favoriser le bien-être de vos clients grâce à la nutrition

Offrez des gâteries nutritives : des tisanes, des goûters et même des repas extravagants

Allant des tisanes et des fruits offerts gratuitement à un menu cinq étoiles conçu pour plaire à tous les palais, les services nutritionnels proposés par un spa peuvent favoriser le bien-être global des clients. « Les spas sont les ambassadeurs idéals pour la promotion d'un style de vie sain et sont bien placés pour fournir des conseils nutritionnels qui complètent les traitements qu'ils offrent », dit Lori Stryker, fondatrice et présidente de Organic Make-up Company.

Stryker est de l'avis que les professionnels bien informés peuvent hausser l'expérience du spa en fournissant des conseils judicieux en matière de santé et par la promotion d'un régime qui inclut beaucoup de fruits et légumes, de grains entiers, de protéines végétales et d'aliments riches en eau. Ceux-ci fournissent les ingrédients essentiels pour maintenir une fonction cellulaire optimale – le fondement d'une peau saine et belle. Il n'est donc que logique d'encourager les clients à adopter une alimentation saine lors de leurs visites au spa.

Nourrissez les cinq sens

Pour fournir une expérience complète aux clients, il faut stimuler tous les sens, déclare Heather MacKay, gérante du Windsor Arms Hotel Spa. Des arômes enivrants pour le nez, de la musique apaisante pour les oreilles, et un menu riche en saveurs pour stimuler les papilles. « L'objectif étant d'offrir une expérience sensorielle totale – pas seulement un service », explique MacKay.

Mettez l'accent sur la fraîcheur et le goût

Les choix sur le menu devraient compléter l'expérience des services et traitements d'un spa tout en démontrant aux clients comment concorder leur alimentation avec leurs objectifs de santé et de bien-être. Ste. Anne's Spa en Ontario offre un traitement très populaire : un enveloppement corporel aux pierres composé de lait et de graines de sésame. Christopher Ennew, leur chef exécutif, utilise également des graines de sésame et de lin pour créer de savoureux biscuits. « Nous essayons de montrer comment on peut combiner toutes sortes

d'ingrédients, tant dans la cuisine que dans les traitements », explique Ennew.

Des ingrédients frais et locaux forment les aliments de base dans les cuisines des meilleurs spas au Canada. Le chef cuisinier

Ennew préfère travailler avec les aliments qu'il peut obtenir le jour même. Les aliments frais ne contiennent ni additifs, ni agents de conservation. Et en plus d'encourager les agriculteurs de la région, l'achat d'aliments locaux est une pratique écologique. Lorsque les cuisiniers établissent des relations avec des agriculteurs locaux, ils sont certains de la provenance des aliments, ainsi que de leur condition et qualité. Pour un approvisionnement d'ingrédients frais et de qualité, Eric Edwards, le chef exécutif au restaurant Treetop Tapas & Grill chez Grotto Spa, préfère s'associer avec des fermes locales autant que possible. Les tapas sont des entrées d'inspiration espagnole. Puisque les portions sont petites, elles sont plus facilement digérées. Les tapas sont préparés dans un court laps de temps, ce qui permet aux aliments de conserver leurs éléments nutritifs.

À part les plateaux de fromages, de nombreux spas visent à éliminer le plus de gras possible dans les plats qu'ils proposent. Cependant, éliminer la graisse ne signifie pas sacrifier le goût. « Tout le monde pense que la graisse, c'est ce qui donne la saveur », dit Ennew, « mais il y a une grande variété d'épices, de marinades et de fines herbes qui peuvent être utilisées pour hausser nos plats. Et quand on utilise des fines herbes, il en résulte un plat à la fois plus parfumé et plus attrayant visuellement. »

Elmwood Spa utilise des ingrédients frais, saisonniers et naturels qui regorgent de saveur. « Les épices, les fines herbes et les fruits et légumes nous offrent une multitude de saveurs naturelles », explique Kathryn Merei, gérante des médias sociaux et du marketing chez Elm Spa Group. Les aliments sains ont la



1. Granola chez Ste. Anne's Spa
2. Salade de carpaccio de betterave rouge chez The Spa at Windsor Arms
3. Salade de chou d'hiver marinés chez The Spa at Windsor Arms
4. Assortiment de tapas chez Grotto Spa



Le bar à jus chez Elmwood Spa



fausse réputation d'être fades, mais en conservant leur goût frais, on encourage une alimentation saine.

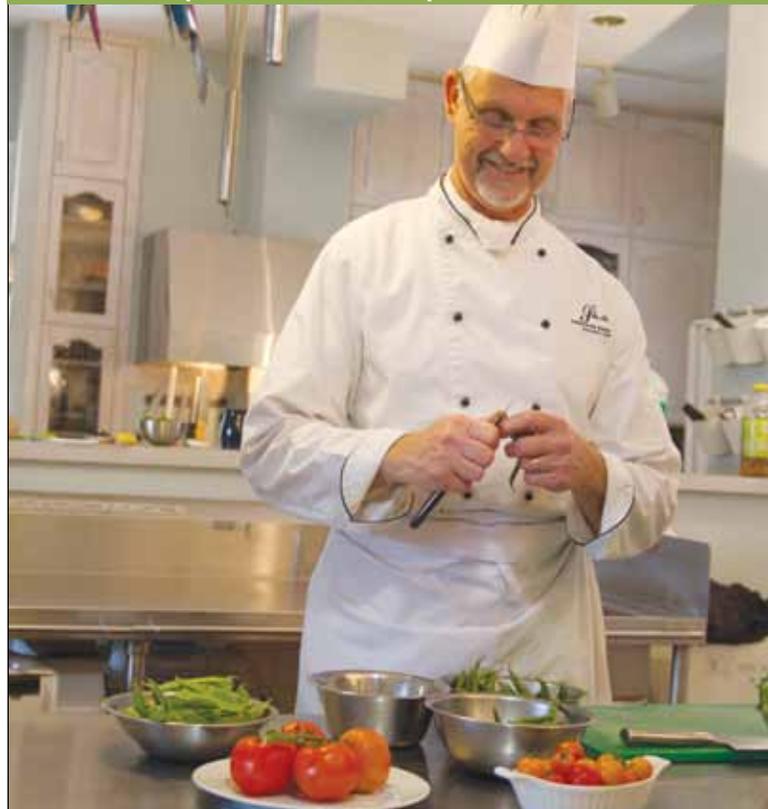
Des collations santé gratuites.

Puisque les clients doivent rester bien hydratés lors de leurs traitements, les spas devraient offrir une variété de breuvages. De plus, les clients ont parfois besoin de se recharger entre les traitements. Le bar à jus chez Elmwood Spa sert des smoothies de luxe, faits de yogourt sans gras et de jus de fruits fraîchement pressés. Il propose aussi des sandwiches et des collations, comme des muffins et des croissants. Les gâteries proposées par le bar à jus peuvent être achetées, mais le spa fournit gratuitement les bouteilles d'eau, les tisanes et les fruits. Le Windsor Arms Hotel Spa offre gracieusement des thés en feuilles biologiques, des biscuits faits maison et des fruits frais. Cependant, les smoothies biologiques sur leur menu du midi ne sont pas gratuits. Les propriétaires de spas doivent déterminer ce qu'ils peuvent se permettre d'offrir gratuitement. Par exemple, le coût d'offrir des pommes gratuitement n'est pas très élevé et peut être compensé si le prix des services de spa augmente d'un dollar ou deux. Les clients apprécieront les collations gratuites et en seront reconnaissants.

Déterminez votre style

Il y a plusieurs façons d'intégrer la nutrition dans les offres de votre spa, mais les menus ne doivent pas uniquement se concentrer sur la nutrition. Certains sont créés pour compléter le luxe de l'expérience de spa. De nombreux spas offrent des forfaits de traitements qui comprennent des gâteries alimentaires. Les couples qui profitent du forfait « Couple's Retreat » de Windsor Arms Hotel Spa peuvent savourer un verre de vin mousseux. Le forfait « Signature Experience » de Grotto Spa inclut une dégustation de plats de tapas dans leur restaurant Treetop

Cuisinier Christopher Ennew, Ste. Anne's Spa



Tapas & Grill. Les clients de Elmwood Spa peuvent choisir de terminer leur journée au spa avec un repas gastronomique de trois services. Que vous serviez du thé ou des tapas, mettez l'accent sur la nutrition. Faites preuve de créativité avec votre menu afin de parfaire l'expérience de spa pour vos clients. ❖

La médecine esthétique, définie

La popularité croissante des services de médi-spas

Vous avez probablement déjà entendu le terme « médecine esthétique ». Bien que la plupart d'entre nous connaissent ce terme, de nombreuses esthéticiennes ignorent ce qui distingue, exactement, une « esthéticienne médicale ».

Une esthéticienne médicale est une professionnelle des soins de la peau qui se spécialise dans des traitements avancés, comme les peelings chimiques, la microdermabrasion, et les traitements au laser divers (l'épilation au laser, le rajeunissement de la peau et les traitements vasculaires). Elle peut également assister les médecins avec des produits cosmétiques injectables comme le Botox ou des comblements dermiques.

La popularité de la médecine esthétique est à la hausse et cela ne semble pas être une mode passagère. Les traitements cliniques deviennent pratique courante, puisque de plus en plus de clients cherchent des solutions rapides qui nécessitent peu de temps de récupération. Comparés à la chirurgie plastique, ces traitements représentent aussi le choix le plus économique.

Il est essentiel de recevoir une formation adéquate pour pouvoir effectuer ces traitements avancés de façon efficace et sécuritaire. Les traitements au laser requièrent une connaissance approfondie de l'anatomie de la peau et des cheveux. En fait, les professionnels de la médecine esthétique devraient être obligés de suivre des cours de perfectionnement afin de maintenir à jour leurs aptitudes et pour se familiariser avec les nouveaux produits, traitements, technologies et techniques.

Il faut également recevoir une certification afin d'obtenir les assurances appropriées. Certains propriétaires de médi-spas font former leurs employés à l'interne par d'autres membres du personnel. Ce qu'ils ignorent, c'est que leur assurance ne remboursera peut-être pas une réclamation dans le cas d'un incident impliquant une esthéticienne non-certifiée.

Certains traitements sont particulièrement techniques et nécessitent un expert bien formé pour assurer l'efficacité et la sécurité. Par exemple, un peeling chimique exige des connaissances approfondies des caractéristiques de la peau. Il est important, aussi, de suivre toutes les consignes du manufacturier d'un produit pour éviter les complications, telles que l'hyperpigmentation post-inflammatoire. Plusieurs manufacturiers fournissent eux-mêmes la formation pour éduquer les professionnels sur les spécificités de leur gamme de produits.

Les traitements comme les peelings chimiques et l'épilation au laser peuvent être très lucratifs. Ce sont des traitements efficaces qui fournissent des résultats rapidement et qui ont un potentiel de profit pouvant aller jusqu'à 90 pourcent.

De plus en plus de médi-spas offrent des traitements « combos » : la microdermabrasion en combinaison avec des peelings chimiques ou des traitements au laser; l'aiguillette cutané jumelé avec des soins du visage cliniques (pas nécessairement effectués lors du même rendez-vous). C'est un excellent moyen d'accroître les ventes et, dans certains cas, cela peut fournir de meilleurs résultats.

Le monde de l'esthétique médicale est vaste et en pleine croissance, alors cela peut valoir la peine de l'explorer. Il est essentiel de rester au courant des développements : l'éducation est un outil précieux qui vous distinguera. Comme on dit : savoir, c'est pouvoir. ❖



Stacey Johnson est propriétaire de la compagnie Esthetics Plus, fournisseur de produits tendance et de formation de pointe.

Et le gagnant est...

Les lauréats 2012 des prix SPAwards seront annoncés dans l'édition du printemps de Spa Inc. Les juges ont de nombreux candidats à considérer. Découvrez les meilleurs spas au Canada!



Commandité par :

milano
SOFTWARE

ESTHETICS PLUS

Inflammation et vieillissement

Le vieillissement est un phénomène complexe qui fait intervenir plusieurs facteurs intrinsèques – appelés vieillissement chronologique - et extrinsèques. Ces derniers vont peu à peu amplifier le phénomène de vieillissement chronologique.

Les travaux de plus en plus nombreux sur les phénomènes impliqués dans le vieillissement nous permettent d'acquérir une connaissance toujours plus poussée de ceux-ci. Par exemple, l'inflammation cutanée est maintenant officiellement liée à plusieurs maladies, dont le cancer, ainsi qu'au vieillissement de la peau.

L'inflammation, une réponse naturelle

Le terme inflammation désigne l'ensemble des phénomènes survenant à un point d'irritation après l'invasion par un agent pathogène, c'est-à-dire un agent susceptible d'engendrer une maladie.

Autrement dit, l'inflammation est une réponse naturelle de l'organisme à une menace potentielle faite à son intégrité. C'est une réponse non spécifique – en effet, quel que soit l'agent infectieux rencontré, le mode d'action est toujours le même – donc elle n'est pas très précise et peut même s'avérer excessive. Parfois destructrice, elle est le plus souvent rapide et efficace.

Quand l'inflammation devient un phénomène chronique

L'inflammation est un mécanisme de défense vital. Dans le cas d'une infection ou d'une blessure, les cellules immunitaires produisent des médiateurs, ou messagers chimiques, qui ont pour rôle d'attaquer et de nettoyer les cellules dans les zones affectées. Il y a alors production d'une grande quantité de radicaux libres et destruction du tissu normal. Ensuite, une étape de guérison s'amorce et la réparation cellulaire est activée.

Dans un deuxième temps, si la santé du tissu n'est pas rétablie ou bien s'il persiste une source d'irritation faible mais constante, l'inflammation peut devenir chronique. En effet, dans ce cas de figure, le système immunitaire va continuer de produire des niveaux faibles de substances pro-inflammatoires, incluant des radicaux libres, et favoriser l'entretien de micro-foyers inflammatoires persistants qui auront pour conséquences des dommages constants au niveau des tissus voisins.

Mais la réaction inflammatoire n'est pas uniquement provoquée par l'attaque d'un agent infectieux. Elle peut aussi être déclenchée par d'autres signaux extrinsèques et plus spécifiquement au niveau cutané, plusieurs autres facteurs peuvent en être la cause. Parmi les principaux, citons la pollution, l'usage du tabac, les substances

irritantes, les changements hormonaux ou le stress.

Également, avec l'âge, le système immunitaire devient moins efficace et sa capacité à gérer la réponse inflammatoire diminue. Il a tendance à s'emballer et le niveau des activités liées à la réaction inflammatoire augmente. Cette cascade d'événements conduit systématiquement à une production accrue de radicaux libres et à des dommages au niveau tissulaire.

Inflamm-âge et stratégies préventives

Le terme Inflamm-âge décrit clairement la relation étroite qui existe entre inflammation et vieillissement. De récents travaux sur ce processus soulignent le fait que l'inflammation chronique est une cause majeure du vieillissement prématuré. En effet, les dommages provoqués par l'inflammation chronique s'accumulent lentement, souvent sans aucun symptôme visible ou perceptible – c'est d'ailleurs pour cette raison que l'inflammation chronique est aussi appelée inflammation silencieuse – mais conduisent à une sévère détérioration du derme et ultimement, au vieillissement accéléré de la peau.

Voici quelques stratégies à intégrer le plus tôt possible dans toute routine de soins afin de réduire l'impact des facteurs extrinsèques sur la peau et d'en ralentir ainsi le vieillissement lié au phénomène d'Inflamm-âge :

- . protéger la peau avec un produit solaire anti-UVA et UVB lors de l'exposition au soleil ;
- . identifier, avec l'aide de l'esthéticienne, les soins dont les textures sont les plus adaptées au type de peau et à la saison ; l'équilibre hydro-lipidique d'un produit de soin est primordial pour restaurer ou préserver l'intégrité de la barrière cutanée ;
- . choisir des produits de soins qui contribuent activement à réduire et à prévenir le vieillissement lié à l'inflammation chronique. Ceux-ci renferment des actifs antiradicalaires et des substances aux propriétés anti-inflammatoires ;
- . limiter l'usage d'agents kératolytiques ou kératorégulateurs (BHA, AHA, rétinol, résorcinol, etc.) ainsi que le recours trop fréquent aux techniques de dermabrasion ou de peelings chimiques. ❖



Isabelle Villeneuve est Directrice scientifique-Chef de l'innovation chez Laboratoire Dr Renaud. Passionnée de cosmétologie, depuis 1995, elle participe activement au dynamisme et à la croissance de Laboratoire Dr Renaud.

L'atteinte d'une peau souple et

Les soins de la peau ne s'arrêtent pas au pain de savon

Bien que 'nettoyer – exfolier – hydrater' soit le mantra des soins de base pour la peau, l'atteinte d'une peau saine et éclatante nécessite plus qu'un savon en pain et un soupçon de crème hydratante. Des suppléments et des traitements réguliers, combinés avec un régime quotidien utilisant des produits recommandés par des professionnels, garderont la peau à son meilleur.

Des conseils personnalisés

En vue de recommander les bons produits, les esthéticiennes doivent d'abord prévoir des consultations avec leurs clients. Ceci est particulièrement important lors des changements de saison, dit Holly Sherrard, directrice de l'éducation pour le groupe International Dermal Institute. Si votre client utilise un produit pour contrôler un excès d'huile durant l'été, en hiver il peut avoir besoin de passer à une crème qui hydrate la peau. La peau se déshydrate en hiver et cela peut provoquer des problèmes cutanés comme des rougeurs ou des boutons.

Sherrard reçoit souvent des appels de thérapeutes qui se demandent pourquoi un client réagit mal à un certain produit. Quand Sherrard s'informe à savoir ce qu'ils ont appris lors de leur consultation avec le client, les thérapeutes admettent souvent qu'ils n'en ont pas eu.

« Il est très important de faire une consultation avec un client avant de suggérer un traitement. Sinon, vous ne saurez pas, par exemple, s'il prend un nouveau médicament ou s'il passe par une période stressante », explique Sherrard. Ces facteurs peuvent avoir un effet sur la peau. De la même façon, si vous traitez un jeune de 20 ans qui a la peau d'une personne de 40 ans, il faut peut-être lui poser des questions sur son style de vie.

L'eau et le savon : pas la formule magique

Si vous rincez votre assiette après avoir dégusté un plat préparé avec de l'huile d'olive, vous remarquerez qu'il y reste un film. L'eau seule n'est pas suffisante pour bien nettoyer l'assiette et il en va de même pour la peau, explique Sherrard.

Puisque la peau est légèrement acide, le nettoyant idéal aura un pH équilibré. Les savons en pain ont tendance à être alcalins, alors le nettoyage avec du savon risque de déshydrater la peau. Sherrard recommande de nettoyer la peau deux fois le matin et deux fois le soir. « Le premier nettoyage élimine la saleté

sur la surface de la peau et le deuxième nettoie la peau en profondeur », dit-elle. Pour le premier nettoyage, Sherrard suggère d'utiliser un nettoyant à base d'huile qui nourrit et purifie. S'il est formulé avec une huile végétale telle que l'huile d'olive ou de noix de kuki, un produit à base d'huile ne laissera pas la peau grasse.

Pour le deuxième nettoyage, choisissez un nettoyant selon le type de peau (grasse ou sèche) ou un produit qui cible un problème spécifique (l'acné ou le vieillissement). Un nettoyant ciblé lutte contre les problèmes cutanés auxquels votre client veut remédier. Un nettoyant à base d'argile aidera, par exemple, à éliminer un excès d'huile.



Une exfoliation régulière stimule la fonction des enzymes naturelles de la peau. « En exfoliant la peau régulièrement, vous encouragez le renouvellement cellulaire sur la surface de la peau », explique Sherrard. « Ceci peut renforcer sa fonction de barrière protectrice. »

Après l'exfoliation, vous pouvez utiliser un tonifiant pour apaiser la peau, resserrer les pores et enlever l'excès de maquillage ou de saleté. Toutefois, un produit nettoyant peut être utilisé pour ce dernier. Les hydratants reconstituent et hydratent la peau. En hiver, traitez la peau déshydratée avec des

sérums et des concentrés qui aident à réparer la peau, maintenir l'hydratation et renforcer la barrière lipidique.

Se protéger contre la « lumière du jour » et non « le soleil »

L'expression « protection solaire » donne l'impression que l'écran solaire n'est nécessaire que pendant l'été. « Mais nous devrions porter un FPS de 15 durant toute l'année », dit Sherrard. L'écran solaire devrait être appliqué de nouveau à toutes les deux heures, que vous ayez transpiré ou été dans l'eau ou non.

La beauté en toutes saisons

Pour une peau vraiment en santé, un régime de soins de la peau doit être ajusté au gré des saisons et adapté aux besoins particuliers, ciblant les problèmes de la peau et les objectifs du client. Établissez un lien avec votre client et prévoyez des consultations régulières et vous serez en mesure de recommander les produits et traitements qui fourniront les meilleurs résultats. ❖

rayonnante



1 Ciblez

Swiss Line Cell Shock,
Crème de Nuit
Resurfaçant Total
www.soparc.ca

2 Hydratez

Dermalogica Overnight
Repair Serum
www.dermalogica.com/ca

3 Réparer

Biodroga Institute,
Innovative Repair & Cell
Protection Cream
www.cudema.com

4 Fortifiez

GlisODin Skin Nutrients,
Formule Anti-âge Avancée
www.glisodinskin.com

5 Protégez

G.M. Collin, Crème
Solaire Minérale FPS 25
www.gmcollin.com

IMAGE SKINCARE



LA MANIÈRE LA PLUS FACILE DE PRENDRE VOS VITAMINES



Vital C de Image Skincare fournit à la peau les vitamines essentielles A, C et E ainsi que des antioxydants qui la nourrissent et lui donnant un éclat sain et lumineux.

Les produits de Image Skincare sont disponibles exclusivement pour les esthéticiennes et les médecins.

Pour plus d'information appelez 1.888.422.6677

À la recherche de conseillers de vente en C.-B., AB, ON et les Maritimes. Distribué par Esthetics Plus. www.EPbeauty.ca



WWW.IMAGESKINCARE.COM

IMAGE SKINCARE - LES GAMMES DE PRODUITS :
PRODUCT LINE NAMES REMAIN AS IS TOUS LES PRODUITS
SONT SANS PARABENS.

AGELESS™

VITAL C

ORMEDIC™

CLEAR CELL™

DAILY
DEFENSE

BODY SPA

IPEEL

WORLD WIDE LAUNCH PARTY

WORLDWIDE LAUNCH PARTY 2012

Bientôt dans une ville
près de chez vous!

Vancouver, C.-B. - le 25 février 2012

Edmonton, AB - le 5 mars 2012

Montreal, QC - le 12 mars 2012

Regina, SK - le 18 mars 2012

Winnipeg, MB - le 19 mars 2012

Thunder Bay, ON - le 18 mars 2012

IMAGE SKINCARE

WWW.IMAGESKINCARE.COM

Pour plus d'information appelez 1.888.422.6677

Age Later.



CHINA GLAZE lance le vernis Magnetix, une laque infusée de poudre de fer. Magnetix utilise les forces magnétiques pour créer trois motifs uniques – un effet étoilé et des flèches ou des rayures diagonales répétées – pour un décor d’ongle remarquable.

www.chinaglaze.com

Deborah Lippmann

dévoile deux nouvelles couleurs de vernis pour le printemps: Mermaid’s Dream, un vert mousse scintillant et On The Beach, un bleu vif – des couleurs inspirées de la plage. Le mélange scintillant et perlé de Mermaid’s

Dream crée une finition satinée et élégante, tandis que On The Beach a une finition crème.

www.deboralipman.com

LCN nous propose la lampe de polymérisation révolutionnaire, le SkyPro LED, muni d’ampoules DEL haut de gamme qui garantissent de sécher les ongles avec la lumière 100 % UV dans la moitié du temps (60 secondes) qu’une lampe traditionnelle. Il ne sera jamais nécessaire de remplacer les ampoules car les ampoules DEL durent plus de 50 000 heures.

Cet appareil est doté d’une minuterie automatique. Aussitôt que le client pose ses mains sous la lampe, la lumière s’allume pour une durée de 60 secondes.

www.lcn.ca



Opi a collaboré avec la chanteuse célèbre, Nicki Minaj, pour créer une collection de vernis à ongles en édition limitée. La gamme Nicki Menaj comprend cinq vernis nacrés ainsi que le Super Bass Shatter, dans des teintes allant d’un rose irisé, d’un pailleté multicolore et d’un gris acier scintillant à deux teintes vertes : lime et sarcelle. La collection est formulée sans DBP, toluène, ni formaldéhyde et l’applicateur ProWide™ Brush assure une application précise.

www.opi.com

ORLY offre le GelfX, fortifié de vitamines et d’antioxydants pour promouvoir la santé et protéger la structure des ongles. Chaque bouteille fournit de 35 à 40 applications et les lumières DEL sèchent ce vernis-gel en 30 secondes. GelfX résiste à l’acétone et est formulé sans DBP, formaldéhyde ni toluène. GelfX est disponible dans 32 des couleurs en tête des ventes de la marque.

www.belmonda.com



BioSculpture nous propose le nettoyant désinfectant pour les mains, Techniclean Hand Sanitizer, disponible en format de 300 ml avec pompe et dans un format de voyage de 100 ml. La formule sèche en 10 secondes et ne déshydrate pas la peau, contrairement aux désinfectants traditionnels.

www.biosculpturenails.com



Oro Nero propose deux nouveaux produits : une crème à paupière rehaussante et un baume repulpant pour les lèvres. La crème à paupière intensive diminue les rides et ridules et ses microparticules correctives dissimulent les cernes, donnant un air rafraîchi aux yeux. Le baume à lèvres utilise de l'acide hyaluronique, des cellules-souches végétales et de l'hématite pour stimuler la production du collagène et de l'élastine. Le baume peut également être utilisé sur le contour des lèvres et sur les lignes nasogéniennes.

www.intercosmetics.ca



Eminence Organics nous propose l'huile faciale, Herbal Recovery Oil, une nouvelle addition à la collection Beyond Organic de Biodynamique. Herbal Recovery Oil est convenable pour tous les types de peau, même la peau sensible. Cette huile tonifiante et hydratante lisse et rajeunit la peau vieillissante. Les principes actifs, dont la sauge sclarée, l'huile d'olive et l'ylang ylang, sont tous apaisants et équilibrants. La sauge sclarée stimule le renouvellement cellulaire et raffermi la peau et l'huile d'olive hydrate la peau en profondeur.

www.eminenceorganics.com



Image SkinCare dévoile la crème pour les mains Total Rejuvenating Hand Cream, une lotion hydratante avec de la protection UVA et UVB. C'est l'idéal pour les clients qui ont des problèmes de pigmentation, une peau vieillissante ou la peau sèche. Des agents éclaircissants, comme l'acide de koki, la réglisse, la mûre et la busserole, diminuent les taches de vieillissement.

www.epbeauty.ca



Jane Iredale nous offre Tansasia, l'autobronzant sans traces adapté pour tous types de peau qui crée un bronzage intense et durable avec une utilisation fréquente. Les ingrédients comme l'acétyl tyrosine et le poivre des moines stimulent la production de la mélanine, imitant la couleur naturelle de la peau bronzée, sans exposition au soleil. La protéine de blé apporte une hydratation, donc il n'est pas nécessaire d'utiliser une crème hydratante après l'application de Tansasia. Tansasia ne contient pas de FPS.

www.stogryn.ca



Guinot restitue les contours de jeunesse du corps avec Age Logic Cellulaire Corps qui réveille les cellules fatiguées. Des ingrédients actifs clés stimulent la fonction cellulaire et luttent contre le processus de vieillissement des cellules. Le résultat est une peau plus lisse, souple et élastique.

www.soparc.ca

Farmhouse Fresh dévoile sa crème de beurre de karité pour les mains, Fluffy Bunny, une crème riche, légèrement parfumée à la lavande et à la menthe. La crème contient un mélange de beurre de cacao, d'huile de graine de jojoba, d'huile de soja, d'aloès et de vitamines A et E pour adoucir, calmer et apaiser la peau.

Fluffy Bunny est formulée sans produit animal et sans gluten.

www.farmhousefreshgoods.com



Olie Biologique nous propose son huile d'argan, certifiée 100 % biologique par le USDA. Riche en vitamines et en antioxydants, l'huile d'argan peut être utilisée pour traiter la peau sèche, l'acné et les ridules, ainsi que pour réparer les pointes fourchues, renforcer les ongles cassants, réduire les inflammations et prévenir les vergetures causées par la grossesse ou les fluctuations de poids.

www.oliebiologique.com



Ouidad protège et maintient les boucles sans fatiguer les cheveux avec son shampooing Climate Control Defrizzing Shampoo and Conditioner sans sulfates. Le shampooing contient de la vitamine B5 pour l'hydratation et du beurre de karité, du céramide 2, de la glycérine et de l'hyaluronate de sodium pour maintenir l'équilibre entre l'hydratation et le contrôle des frisottis. Le produit est adapté pour les cheveux normaux ou les cheveux traités chimiquement.

www.ouidad.com



Les huiles de bain Herbalind Spa sont soigneusement combinées pour apaiser et restaurer la peau, le corps et l'esprit. Les mélanges d'huiles sont disponibles en antistress calmant, eucalyptus stimulant, genévrier énergisant, lavande calmante et équilibrante, mélisse reposante et en romarin revigorant et revitalisant.

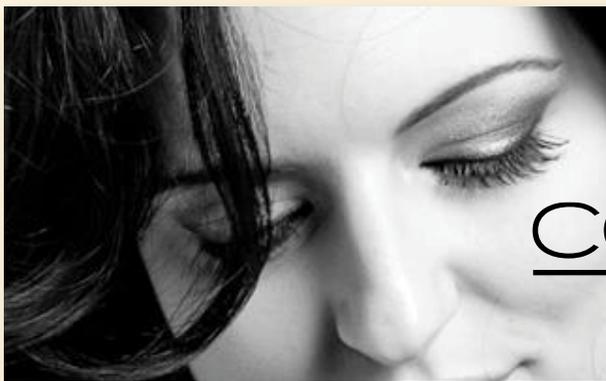
www.cudema.com



Oakworks dévoile sa nouvelle chaise de traitement, General Procedure Chair, qui comble les besoins des professionnels de la médecine et fournit le confort et l'esthétique requis par un spa haut de gamme. La chaise peut se transformer en chaise longue d'apaisement et en lit de traitement. Avec des étriers, des accoudoirs rabattables, des repose-jambes à plusieurs positions et un appui-tête ajustable, elle s'adapte à tous les besoins.

www.oakworks.com

YEUX



RefectoCil®

Teinture & Permanente des Cils

COMBINAL

MiCHA®

Extensions de Cils

CORPS



Allpresan® pedicare

L'originale Crème-Mousse pour soins des pieds

De l'Allemagne



SUNLABS

CONTRÔLE DE L'INFECTION



SURFACES

BAINS DE PIEDS

INSTRUMENTS



Prestige PRO



BeautySoClean®



deb

Vous proposant les plus grandes marques internationales

BON COSMETIC BRANDS OF NORTH AMERICA INC.
1-877-283-7546

Appelez le numéro ci-dessus pour trouver un Distributeur de ces produits

FORMATION

Colombie-Britannique

BIO SCULPTURE CANADA

Vancouver : Cours de certification pour ongles gel, les 19 février, 18 mars et 15 avril; Extensions / Décor d'ongles avancé, les 20 février, 16 avril.

Kelowna : Cours de manucures & pédicures, du 9 au 12 mars; Cours de certification pour ongles gel, les 4 mars et 22 avril; Extensions / Décor d'ongles avancé, les 5 mars et 23 avril.

MAISON DE BEAUTÉ GABRIELLA

Vancouver: Maquillage permanent, du 10 au 15 mars

NORTH AMERICAN SCHOOL OF PODOLOGY

Victoria : Programme CMP de pédicure avancé, Niveau 1 (4 jours), du 25 au 28 mars; Contrôle d'infection Niveau 2, le 29 mars.

Kelowna : Programme CMP de pédicure avancé, Niveau 1 (4 jours), du 25 au 28 mars.

Vancouver : Évaluation compréhensive des pieds et des jambes, Niveau 3 (4 jours), du 18 au 21 mars.

Alberta

NORTH AMERICAN SCHOOL OF PODOLOGY

Calgary : Programme CMP de pédicure avancé, Niveau 1 (4 jours), du 4 au 7 mars et du 22 au 25 avril; Contrôle d'infection, Niveau 2, le 26 avril.

Sask.

BIO SCULPTURE CANADA

Saskatoon : Cour de certification & de remise à niveau pour

ongles gel, le 16 avril; Extensions / Décor d'ongles avancé, le 17 avril.

Regina : Cours de manucure & pédicure, du 21 au 24 février; Cours de certification & de remise à niveau pour ongles gel, le 5 mars; Extensions / Décor d'ongles avancé, le 6 mars.

Ontario

BIO SCULPTURE CANADA

Hamilton : Cours de certification & de remise à niveau pour ongles gel, le 12 mars; Pédicure II, le 1er mars; Manucure I & II, Pédicure I, du 27 au 29 février; Décor d'ongles, le 19 mars; Atelier de pédicure pour ongles gel « Spring Fling », le 26 mars.

Kitchener : Cours de certification & de remise à niveau pour ongles gel, le 5 mars; Extensions / Décor d'ongles avancé, le 6 mars.

Brampton : Cours de certification & de remise à niveau pour ongles gel, le 19 mars; Extensions / Décor d'ongles avancé, le 20 mars.

Ottawa/Gatineau : Cours de certification & de remise à niveau pour ongles gel, les 5 mars, 12 mars, 16 avril et 30 avril; Décor d'ongles (bilingue) le 2 avril; Cours de manucure & pédicure, du 20 au 23 février; Extensions avancé (AM anglais / PM français), les 27 février, 26 mars et 23 avril.

NORTH AMERICAN SCHOOL OF PODOLOGY

Cobourg : Programme CMP de pédicure avancé, Niveau 1 (4 jours), du 22 au 25 avril.

SKIN CARE ACADEMY

Richmond Hill : Filetage de cils, les 20 et 27 février; Reiki Niveau 1, le 12 février; Épilaton

brésilienne, le 26 février; Reiki Niveau 2, le 11 mars; Filetage les 29 janvier et 26 mars.

Québec

BIO SCULPTURE CANADA

Québec : Cours de certification pour ongles gel, et 9 mars.

St. Eustache : Cours de certification pour ongles gel, les 19 mars et 26 mars; Cours de manucure et pédicure, du 21 au 24 février; Extensions / Application de pointes avancé, le 20 mars.

BELMONDA

Pointe-Claire : Soins du visage et de la peau, 6 jours entre le 7 et le 29 février; Ongles gel, 4 jours entre le 15 février et le 16 mars;

Formation pour ongles gel « Soak-Off », le 20 février; Formation en beauté holistique, le 5 mars; Journée de maquillage professionnel, le 12 mars; Cours d'épilation, 3 jours entre le 13 et le 27 mars; Cours de maquillage, 5 jours entre le 14 et le 28 mars; Faux-cils permanents, 2 jours entre le 19 et le 26 mars.

Nouveau Brunswick

BIO SCULPTURE CANADA

Moncton : Cours de certification & de remise à niveau pour ongles gel, les 19 mars et 16 avril; Extensions / Décor d'ongles avancé, le 17 avril.

ÉVÉNEMENTS

Février 2012

Esthétique SPA International les 26 et 27 février, Vancouver, C.-B.

www.spa-show.com/1-spashow/esthetic-show-Vancouver.html

Mars 2012

Face and Body Midwest 2012 du 3 au 5 mars, Chicago, IL
www.faceandbody.com/midwest

Hair Exchange Winnipeg le 12 mars

www.cosmoprofbeauty.com/Education.aspx

SPATEC Spring du 14 au 17 mars, Orlando, FL
www.mcleaneventsinternational.com

The Makeup Show LA les 17 et 18 mars,

Los Angeles, CA

<http://themakeupshow.com>

Avril 2012

Esthétique SPA International les 15 et 16 avril, Las Vegas, NV

www.spa-show.com/8-spashow/esthetic-show-LasVegas.html

SPATEC Europe du 18 au 21 avril, Marbella, Espagne
www.mcleaneventsinternational.com

International Esthetics, Cosmetics & Spa Conference du 22 au 24 avril, New York, NY

www.iecsc.com/ny

Esthétique SPA International les 29 et 30 avril, Toronto, ON
www.spa-show.com/4-spashow/esthetic-show-Toronto.html

Steven Salhany



Crée en 2007, l'entreprise The Mansfield Robe Company est une division de KayAnna Inc, l'un des principaux fabricants de peignoirs et de vêtements de nuit pour femmes. Ayant noté qu'il manquait un leader au Canada dans la fourniture de peignoirs aux hôtels et aux spas, Steven Salhany a lancé The Mansfield Robe Company pour combler ce besoin dans l'industrie hôtelière.

S'appuyant sur 40 années d'expérience dans la fabrication de peignoirs, Mansfield se sert de ce savoir-faire pour créer des peignoirs unisexes confortables et durables, qui résistent aux lavages commerciaux.

Quelle est la philosophie principale qui anime votre stratégie d'entreprise?

Cela se résume à une question : quel est le but d'offrir un peignoir à un client lors de leur visite au spa ou de leur séjour à l'hôtel? La réponse : pour rendre leur expérience sur les lieux le plus agréable possible... d'où la devise de Mansfield : confort, qualité et une image supérieure pour parfaire l'expérience du client.

Comment positionnez-vous votre entreprise pour attirer de nouveaux clients?

Puisque nos peignoirs s'ajustent confortablement pour tous les types de corps, nous offrons aux exploitants de spas ou d'hôtels non seulement la capacité d'améliorer l'expérience de leurs clients, mais aussi l'occasion de faire la vente au détail de nos produits.

Quels sont les principaux produits de votre gamme?

Présentement notre gamme de produits se compose de peignoirs, d'enveloppes de bain, de bandeaux et de pantoufles. Nous élaborons des plans pour élargir notre gamme de produits et nous veillerons à maintenir la qualité haut de gamme pour laquelle l'entreprise Mansfield est reconnue.

Que faites-vous pour vous détendre?

Les fins de semaine, mes enfants m'aident à me détendre. Je suis entraîneur de l'équipe de hockey de mon fils et je prends un grand plaisir en assistant aux pratiques de patinage artistique et aux parties de basket de ma fille. À la maison, ma femme et moi aimons recevoir des amis autour d'un bon repas accompagné d'une bouteille de vin. Des enfants formidables, des sports divertissants, un foyer familial rempli d'amour, des repas somptueux et une bonne bouteille de vin entre amis — rien de meilleur pour se détendre!

Aubaines hivernales

Belmonda JANVIER-FÉVRIER 2012



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

Visitez notre site belmonda.com pour d'autres offres spéciales

CUCCIO[®] PROFESSIONAL

NOUVEAU!

Mini beurres corporels
Cuccio 1,5 oz
SEULEMENT 5,95 \$

Agrumes & Herbes
toscanes #3217

Lait & Miel #3216

Citronnelle &
Lavande #3234

Papaye & Goyave #3218

Pomme-grenade &
Figs #3115-CUCCIO



NOUVEAU!

Gousse de vanille 8 oz Cuccio
Duo beurre et exfoliant 19,5 oz

#3225-XMAS11 **SEULEMENT 24,95 \$**



ÉLU VERNIS
À ONGLES DE
GEL #1

SEULEMENT 19,50 \$^{CH}



essie

COLLECTION
« SURE-SHOT »

Mini cube 4 pces
#10059591

SEULEMENT 12 \$

Présentoir à flacons
12 pces #10059589

SEULEMENT 66 \$

Présentoir à flacons
36 pces #10059590

SEULEMENT 198 \$



ELECTROPOP
BRIGHTS

Boîte 6 pces "Brights"
(coloris éclatants)
#80748 **29,10 \$**

"Lights" (coloris pâles)
#80747 **29,10 \$**

Présentoir 3D 12 pces
#80750 **58,20 \$**



china glaze.



Support 36 pces
#80749

174,60 \$



ONE MINUTE
skin and nail care products

À L'ACHAT DE TOUT FORMAT 13 OZ,
OBTENEZ UN FORMAT 3 OZ DE LA MÊME
COULEUR GRATUIT



épillyss

ADVANCED
DEPILATORY
SOLUTIONS



**ACHETEZ-EN 6 ET
OBTENEZ-EN UN GRATUIT**



RYB

HOLISTIC
BEAUTY

À l'achat de
tout format
50 ml de
crème,
obtenez le
nettoyant
Bioessential à
**seulement
26 \$**
Reg. 32 \$

VEA SPA *soak-off*
GEL POLISH



À l'achat de tout format 1 oz à 49,95 \$,
OBTENEZ UN EMBALLAGE DE 6 GRATUIT!

#90121 Blanc 1oz.

#90122 Clair 1oz.

#90123 Rose 1oz.



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