

# SpaInc.

Tout pour le spa au Canada

Anciennement Esthémag Pro

printemps 2010

*Partie*  
**4**  
*L'installation*

**personnel**  
démarque  
vos avantages!

**technologies**  
la vraie nature  
de l'infrarouge

**spa**  
Tout de vert conçu

# PRÊTS À MONTRER *en un* RIEN DE TEMPS

## NOUVEAU! VERNIS DE GEL *soak-off*

### DES ONGLES IMPECCABLES, DURABLES ET INCASSABLES

Gelique Soak-off s'applique et se dissout en quelques minutes sans jamais endommager l'ongle naturel. Des ongles impeccables et durables dans une fraction du temps - si rapide, si facile et si abordable.

### OFFRE DE LANCEMENT

**Trousse de couleur seulement 64<sup>95</sup> \$**

Comprend les instructions, la couche de base et sept magnifiques couleurs de gels solubles en format 1/8 oz :

- |                          |                |
|--------------------------|----------------|
| 90130 GEL COUCHE DE BASE | 90135 LILAC    |
| 90138 BLUSH              | 90136 MAUVE    |
| 90140 DAZZLE             | 90137 ONYX     |
| 90139 FLAMINGO           | 90134 SCARLETT |



**Trousse professionnelle seulement 189<sup>95</sup> \$**  
**Inclus :**

- |                        |                   |
|------------------------|-------------------|
| DÉSINFECTANT NETTOYANT | (1 OZ) CLAIR      |
| PRIMER À ONGLES        | (10Z) ROSE        |
| DESHYDRATANT À ONGLES  | (1 OZ) BLANC      |
| COUCHE DE FINITION     | (1/8 OZ) SCARLETT |
|                        | INSTRUCTIONS      |

OBTENEZ UNE LAMPE DE 9 WATT GRATUITEMENT À L'ACHAT DE LA TROUSSE PROFESSIONNELLE !

### OSEZ COMPARER!

BIOSCUPTURE	CALGEL	VEASPA SOAK OFF
1/8 OZ. 63 \$	1/8 OZ. 35 \$	1/8 OZ. <b>\$8<sup>95</sup> \$</b>

### OFFRE À TEMPS LIMITÉ

Achetez un flacon de gel soluble VeaSpa de format 1 oz pour **SEULEMENT 49<sup>95</sup> \$** et obtenez un **FORMAT D'ESSAI GRATUIT**. Vous n'êtes pas satisfait avec le format d'essai? Retournez le format 1 oz intact pour un remboursement complet. C'est sans risque!

6



8



20



30

## SOMMAIRE

	<b>vue globale</b>		
06	Eau Spa by Cornelia (États-Unis); Evason Ma'In Hot Springs & Six Senses Spa (Jordanie); Macdonald Bath Spa Hotel (Angleterre); Hôtel du Palais (France)	26	<b>grains de beauté</b>
	<b>ambiance</b>	28	La rosacée
08	Tout de vert :		Les oméga 3
10	Salon & Spa Carole St-Pierre Riverstone Spa	30	<b>spa et beauté des ongles</b>
	<b>stratégie</b>	32	La vitesse rapporte
14	Démarquez vos avantages	34	Extra, extra
16	Produits maison		Produits pour les ongles
20	Devenez propriétaire! (4e partie)	35	<b>carrefour</b>
	<b>zone zen</b>	37	Potins
24	La vraie nature de l'infrarouge	40	Nouveautés
25	La mission de vie		Calendrier
		42	<b>profils</b>
			Margaret Castenmiller

Page couverture : Eau Spa by Cornelia  
at the Ritz-Carlton, Palm Beach



et surtout valorisant, font pencher la balance lorsqu'il s'agit de loyauté envers l'employeur. Alors, si vous offrez des avantages sociaux innovateurs et vraiment différents de vos concurrents, n'hésitez pas à en faire la promotion.

Si votre nature est de faire confiance à la nature, alors l'infrarouge lointain pourrait devenir votre nouvelle source de revenus. Il faut très peu de recherche pour découvrir tout ce qui se dit au sujet de cette lumière naturelle qui réchauffe les molécules sans la désagréable sensation de chaleur. Que ce soit pour contrôler la cellulite et enclencher le processus de lipolyse, ou pour promouvoir le « nettoyage » des toxines et le soulagement de douleurs bénignes, ils existent une grande variété d'appareils sur le marché pour vous aider à promouvoir la santé et le bien-être auprès de votre clientèle.

En ce beau jour de printemps, que la nature soit avec vous...

Joanne Brouard Corbeil  
Rédactrice en chef  
Spa Inc. (anciennement Esthémag Pro)

## Quelle est votre nature?

Les Québécois sont renommés pour être humbles. On les voit rarement clamer haut et fort leurs bons coups.

Heureusement, certains dérogent de cette règle et « osent » dire que ce qu'ils font vaut la peine d'être mentionné. C'est le cas de Carole St-Pierre qui a compris que si elle ne partageait pas tous les efforts qu'elle a investi pour rendre son spa totalement « vert », personne ne l'aurait su. Et que dire de l'exemple qu'elle donne à tout l'industrie du spa!

Un autre bon coup à mettre en valeur : vos avantages sociaux. Le salaire est peut-être un attrait majeur pour des employés de qualité, mais des avantages sociaux hors du commun,



## La connexion candienne du spa

Bienvenue au tout nouveau magazine Spa Inc. ! Il s'agit du même magazine que vous aimez et connaissez si bien, mais avec un nouveau nom qui symbolise notre engagement envers l'industrie.

Dans ce numéro, nous continuons notre série « Devenez propriétaire » (page 20) où on y parle d'une étape cruciale : l'installation. Cette année, nous introduisons également une nouvelle section, intitulée « Vue globale » où vous y trouverez des spas internationaux et le secret de leur succès (page 6).

Nous débiterons la nouvelle décennie avec des sujets d'actualité comme le passage vers la prévention dans le monde du spa, les hybrides gym et spa, le tourisme de bien-être et la tendance au "membership". Toute une aventure en perspective!

Theresa Rogers  
Rédactrice, Spa Inc (anciennement  
Esthémag Pro Canada)

# SpaInc.

ISSN 1705-8201 – Volume 8, numéro 1

<b>Éditrice</b>	Susan A. Browne sbrowne@dvtail.com
<b>Rédactrice en chef</b>	Joanne Brouard Corbeil info.spamedia@gmail.com
<b>Rédactrice</b>	Theresa Rogers trogers@dvtail.com
<b>Journaliste</b>	Jason Hagerman jhagerman@dvtail.com
<b>Collaborateurs</b>	Stéphane Trudeau Isabelle Villeneuve
<b>Directrice artistique</b>	Tammy White twhite@dvtail.com
<b>Directrice de la publicité</b>	Beth Kukkonen bkukkonen@dvtail.com
<b>Vente publicitaire</b>	Jennifer Dilorio jdilorio@dvtail.com 905-886-6641 poste 309 Marlene Kirkup mkirkup@dvtail.com 905-886-6641 poste 319 Sarah Vassos svassos@dvtail.com 905-886-6641, ext. 325
<b>Coordonnatrice marketing</b>	Nicole Burnie nburnie@dvtail.com
<b>Directrice de production</b>	Roberta Dick robertad@dvtail.com
<b>Coordonnatrice de production</b>	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.

IMPRIMÉ AU CANADA

**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.

*Vous trouverez une multitude de renseignements au*  
***www.soinspersonnels.com***

En concertant l'industrie des soins personnels,

- ▼ **COIFFURE**  
le Comité sectoriel propose des moyens et des
- ▼ **ELECTROLYSE**  
outils concrets pour favoriser la formation continue
- ▼ **ESTHÉTIQUE**  
de la main-d'œuvre et pour améliorer la gestion
- ▼ **MASSOTHÉRAPIE**  
des ressources humaines dans le secteur.
- ▼ **SOINS DU CORPS**

SOINS  
PERSONNELS  
QUÉBEC



Comité sectoriel de la main-d'œuvre  
des services de soins personnels

(514) 844-3020 OU, SANS FRAIS, AU 1-866-682-6040 OU, PAR COURRIEL, À [INFO@SOINSPERSONNELS.COM](mailto:INFO@SOINSPERSONNELS.COM)

Cette activité est rendue possible grâce à la contribution financière d'Emploi-Québec.

Emploi  
Québec

# Eau Spa by Cornelia, au Ritz-Carlton

PALM BEACH, U.S.

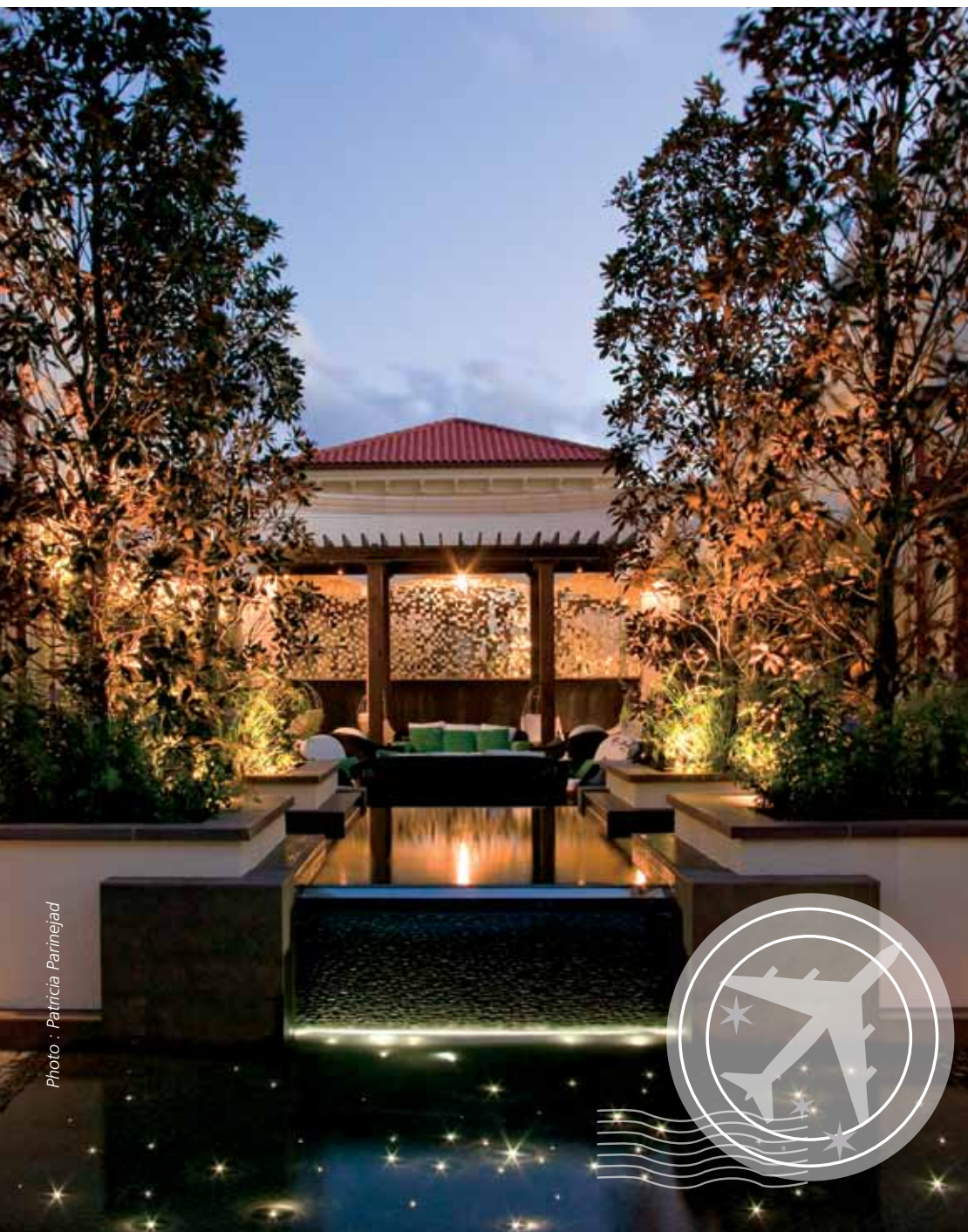


Photo : Patricia Parinejad

## Souhais d'espoir

- Les invités peuvent allumer une petite chandelle et faire un vœu sur les résultats qu'ils espèrent obtenir chez Eau Spa.

## Jardin « intérieur »

- Un sanctuaire de 7 000 pieds carrés, où les plantes ont des propriétés médicinales, aromathérapeutiques ou pour attirer les papillons.
- Un banc sous la chute d'eau chaude pour un massage du cou et des épaules.
- Des balançoires suspendues au-dessus d'un étang.
- Le seul endroit du spa où il n'y a pas de musique.
- Plusieurs plantes du jardin sont utilisées dans les soins de Eau Spa : lavande, jasmi.

## Bar à gommage

- Un « mélangeur » se consacre à la création de gommages sur mesure, que les clients peuvent appliquer eux-mêmes ou à l'aide d'une thérapeute.
- La trousse gommage comprend un gommage sur mesure, un beurre de corps, un loofa, un vaporisateur pour le corps et une carte d'instructions.

## Salles de soins

- 12 des 19 salles de soins ont un jardin privé. Les salles simples ont une chaise suspendue et une douche à l'extérieur, alors que les salles doubles ont un bain, une chute d'eau et un lit de jour à l'extérieur.
- Les invités peuvent choisir une thérapie musicale, aromatique ou une thérapie de couleurs.
- Chaque salle comprend une station iPod et MP3.

[www.eauspa.com](http://www.eauspa.com)

Un nouvel endroit pour se gâter a ouvert ses portes en décembre dernier : Eau Spa. Le spa de 42 000 pieds carrés est la culmination d'une rénovation majeure de 120 millions de dollars du Ritz-Carlton, à Palm Beach.



## Evason Ma'in Hot Springs & Six Senses Spa JORDANIE

Situé à 264 mètres sous le niveau de la mer, le Evason Ma'in Hot Springs est l'endroit rêvé pour relaxer et se faire dorloter tout en profitant des bienfaits des chutes d'eau chaude du Ma'in. De facture classique, le Six Senses Spa se trouve directement sous l'une des chutes thermales qui tombent en cascade dans la piscine principale. Les soins sont basés sur les propriétés thérapeutiques de l'eau riche en minéraux, combinés à des soins asiatiques et des forfaits signatures de Six Senses.

[www.sixsenses.com/evason-ma-in](http://www.sixsenses.com/evason-ma-in)



## Macdonald Bath Spa Hotel BATH, ANGLETERRE

Profitez des bienfaits des eaux de Bath tout en demeurant dans l'une des résidences historiques de l'Angleterre, au spa du Bath Spa Hotel. On y offre des soins conçus spécialement par Decléor qui se marient à de vieux secrets celtiques, des massages aux herbes et des programmes personnalisés de santé et de mise en forme.

[www.macdonaldhotels.co.uk/bathspa](http://www.macdonaldhotels.co.uk/bathspa)



## Hôtel du Palais BIARRITZ, FRANCE

Anciennement la résidence d'été de Napoléon III et de l'impératrice Eugénie, l'Hôtel du Palais surplombe les plages de Biarritz et l'océan atlantique. L'entrée principale, les salons privés, la salle à manger et les jardins ont conservé leur style Empire. Le spa offre des soins et des massages Guerlain adaptés aux besoins des invités, incluant le shiatsu, la réflexologie ou le shiroadara. En 2008, Hôtel du Palais a été nommé Meilleur hôtel européen de destination par Condé Nast Traveler, Readers'Choice (USA); Meilleur hôtel spa européen, par Condé Nast Johansens (GB); et Meilleur hôtel spa en Europe par European Press.

[www.hotel-du-palais.com](http://www.hotel-du-palais.com)

# Tout de vert

Des rénovations aux services, tout est écolo au Salon & Spa Carole St-Pierre



La conception d'un spa est normalement basée sur les besoins des clients, mais la directrice générale du Salon & Spa Carole St-Pierre a jugé bon d'y inclure également les besoins de ses employés.

« Toute l'équipe du Salon et Spa CSP mérite de travailler avec des produits et dans un environnement sain, dit-elle. Ce qui est bon pour nous est aussi bon pour la santé de nos clients et celle de notre planète. »

Le nouveau Salon & Spa CSP, situé dans la magnifique ville d'Hudson, à environ 50 km à l'ouest de Montréal, a été complètement réaménagé pour offrir à ses clients une expérience encore plus agréable dans un environnement sain : nouvel espace



d'accueil, bar à couleurs, stations de coiffure tendance, nouvelles salles de massage et d'esthétique, nouveaux espaces de manucure et de soins des pieds, salle de repos, bar santé, bar à sourcils et maquillage minéral. On y trouve maintenant plus d'intimité, plus de plaisirs, et plus de santé.

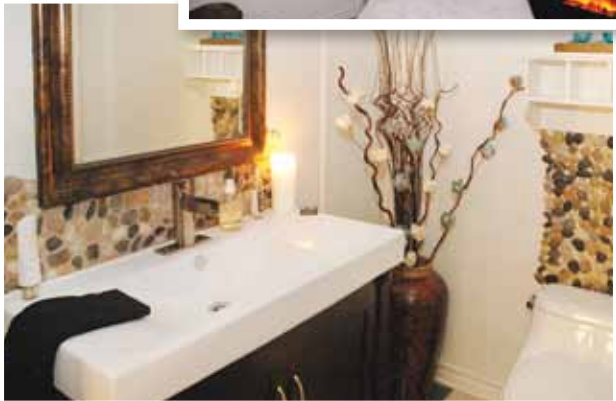
« L'espace repas santé a été repensé et propose des repas biologiques distribués par l'épicerie-resto bio de Hudson "Que de bonnes choses", explique Mme St-Pierre. Nous privilégions les cafés et thés verts bio et équitables, les jus de fruits biologiques et les eaux minérales locales. Même nos muffins, soupes, quiches et pizzas sont

d'origines biologiques. »

Pour les travaux, l'utilisation de peinture à faible émission de COV, de parquets naturels, et de meubles dont la composition et les revêtements sont issus de matières recyclées neutres, a été privilégiée. Tous les matériaux de construction et de démolition ont été acheminés à un centre de récupération régional.

Le spa utilise et propose exclusivement des produits biologiques et/ou issus d'extraits botaniques et d'huiles essentielles pures, sans parabène ni agents de conservation cancérigènes, parfums ou colorants.





## Le Salon & Spa Carole St-Pierre pratique les six "saines" habitudes suivantes :

### 1. Par ici le recyclage

Ils utilisent du papier recyclé pour l'administration, le papier hygiénique et les mouchoirs.

### 2. Literie santé

La douce literie est en fibres de coton et de bambou, ce qui réduit le temps de séchage de 25%.

### 3. Sacs ultra bios

Les sacs en plastique sont 100% biodégradable et l'impression est réalisée avec de l'encre végétale. Les sacs de papier, sans arbres, sont en fibres de pierre (calcium de carbonate). La fabrication n'implique ni eau, ni blanchiment chimique, et n'émet aucun gaz toxiques ou déchets dangereux.

### 4. Entretien écolo

L'entretien général du spa est réalisé exclusivement avec des produits écologiques. La désinfection de tous les instruments ainsi que les meubles en contact direct avec les clients est assurée par l'emploi des produits Accel, une formule bactéricide, virucide, fongicide et tuberculocide de grade hospitalier à base de peroxyde d'hydrogène et complètement biodégradable.

### 5. Énergie éco-l'eau

L'exploitation responsable des ressources naturelles passe par une gestion efficace de l'eau - l'eau de pluie est recueillie pour arroser les fleurs du jardin - et par l'utilisation d'ampoules et d'éclairages éco-énergétiques. Ils utilisent aussi comme chauffage d'appoint des foyers au bioéthanol pour le confort des clients et pour créer une ambiance chaleureuse. Tous les robinets sont éco-énergétiques car ils réduisent la consommation et le débit d'eau de 30%. Des filtres à eau ont été installés pour réduire la consommation de bouteilles d'eau en plastique.

### 6. Réduction des rebuts

Des bacs à recyclage sont installés à travers le spa, les déchets organiques sont compostés et les sacs de vidanges sont compostables et biodégradables.

**Adresse :** 33 Wharf Street, Hudson

**Grandeur :** 4 000 pieds carrés

**Employés :** 20

**Soins de la peau :** Eminence, GM Collin et Mary Cohr

**Soins des cheveux :** coloration Chi (sans ammoniaque), Chi organics (shampooing sans sulfate), et Tosca (produits coiffants biologiques sans paraben)

**Soins des ongles :** gel NSI (sans odeur), OPI et vernis à ongles CHI avec nano silver (anti-bactérien) sans formaldéhyde, sans toluène et sans dibutyl phthalate (DBP).

**Site web :** [www.carolest-pierre.com](http://www.carolest-pierre.com)

# Un site historique pour *une évasion spa*

Les invités du Riverstone Spa sont littéralement enveloppés par la nature. Des planchers d'ardoise aux chutes d'eau, en passant par la rivière qui coule à travers le spa, c'est l'histoire et la spiritualité des Amérindiens qui remplit l'atmosphère.

Le spa est situé dans le quartier le plus historique de Winnipeg, qu'on nomme The Forks. Le nom provient du fait que les rivières Red et Assniboine se rencontrent à cet endroit (forks signifie fourche) et que, il y a des milliers d'années, les Amérindiens s'y étaient installés et y vivaient en harmonie avec la nature.

« Nous ne voulions pas être un spa comme les autres, dit Janice Colatruglio, directrice du spa. Nous voulions être vraiment différent. »

On distingue l'influence indigène à plusieurs niveaux, tels que dans les soins du visage, les soins des mains et des pieds, et les massages aux pierres chaudes, don't un nouveau massage aux pierres de jade.

**Avec nous l'assurance,  
c'est un jeu d'enfant.**

Votre prix en  
quelques minutes.  
Appelez-nous!  
1-800-463-6385



**ASSERPRO inc.**  
Courtier d'assurances

**LE SEUL ET UNIQUE SPÉCIALISTE EN ASSURANCE SPA-ESTHÉTIQUE !**



Le massage aux pierres chaudes indigène Riverstone a été conçu avec l'aide de la communauté amérindienne. Ce soin apaisant combine les traditions aborigènes avec l'art ancien du massage en utilisant des pierres de basalte chaudes et des pierres de marbre froides. Le soin inclut le service d'un thé au cèdre et à la sauge, avec des chandelles au sweetgrass qui brûlent doucement pour ajouter un air de spiritualité. Des rubans tressés et une couverture fabriqués exclusivement pour le spa sont incorporés au décor.

Pour souligner les efforts du Riverstone Spa de recréer un ambiance aborigène authentique, on leur a offert une plume d'aigle. Cette plume est utilisée pendant la partie cérémoniale du soins, où la salle et le client sont "nettoyés" à l'aide de feuilles de sauge fumantes.

Le Riverstone Spa utilisent des pratiques uniques pour atteindre l'équilibre et l'harmonie à l'intérieur du spa et à l'intérieur des clients : il se tourne vers la nature pour énergiser les pierres

de massage. L'énergie de la pleine lune est capturée en placant les pierres à l'extérieur sous le ciel de nuit, pour toute la durée de la pleine lune.

Le besoin de nettoyer l'air des énergies négatives avant chaque session de massage, à l'aide de cristaux, est considéré essentiel au Riverstone Spa. Et à la fin de chaque journée, le spa est nettoyé en entier avec les feuilles de sauge fumantes pour éliminer les énergies négatives et repartir en neuf le lendemain matin.

Avec cinq ans d'expérience derrière elle, Mme Colatruglio a bien hâte aux cinq prochaines années.

« Dans notre industrie, ce qui est nouveau aujourd'hui est déjà ancien le lendemain. Nous nous efforçons donc d'actualiser sans cesse notre menu. Nous consultons nos clients pour savoir ce qu'ils veulent, et nous recherchons toujours ce qui est mieux et plus performant. » ❖



**Ouverture :** 2004

**Superficie :** 5500 pieds carrés

**Salles de soins :** 10

**Employés :** 32

**Revente :** Akhassa, Comfort Zone, DERMed, Deserving Thyme, Footlogix, Gehwol, Jane Iredale, OPI

# OBJECTIF VENTRE PLAT

La quête d'un ventre plat  
est une préoccupation  
partagée par tous !

Les chercheurs Phytocéane  
ont donc sélectionné des actifs  
spécifiques et originaux pour  
traquer les graisses présentes  
au niveau de la taille.

phytoceane.ca

## Remodeler le ventre Affiner la taille

PHYTOCÉANE

OBJECTIF  
VENTRE PLAT

CRÈME FONDANTE MINCEUR

SLEEK STOMACH CARE  
CONTOURING CREAM

Communiquer avec nous  
pour découvrir les nombreux  
avantages dont vous pourriez  
profiter en devenant un  
partenaire choyé du

Groupe

STAL

1.866.STAL.866

### ACTIFS PRINCIPAUX :

Jania Rubens : ultra-hydratant,  
reminéralisant

Cystoseira Baccata : prévient la  
formation de nouvelles cellules  
graisseuses, stimule la dégrada-  
tion des graisses

Extraits d'algues rouges : aide à  
bloquer le stockage des graisses  
(efficacité supérieure à la caféine)

Produit vente: tube 150ml

Taille professionnel: tube 250ml



# Démarquez vos avantages

## Des bénéfices marginaux ingénieux pour retenir vos employés

L'époque où les gens restaient fidèles à leur employeur toute leur vie est définitivement derrière nous. Particulièrement dans le secteur de la beauté professionnelle, où le roulement de personnel est très élevé.

« Notre roulement de personnel est d'environ 30% par année, ce qui représente la moyenne nationale, » explique Elaine Cabana, directrice des opérations pour Amérispa, qui est partenaire avec 10 hôtels d'importance à travers le Québec.

La seule façon de s'assurer le succès à long terme est de développer une stratégie de rétention des employés. Si la croissance vous intéresse, mieux vaut investir temps et argent pour votre personnel.

Il est certain qu'un salaire compétitif et des bénéfices marginaux standards intéresseront vos employés à l'embauche, mais pour gagner leur loyauté à long terme, vous devez démontrer que vous avez leurs intérêts (et ceux de leur famille) à coeur.

### Avantages « spéciaux »

De nos jours, les employés donnent beaucoup d'importance aux bénéfices qui agrémentent leur vie, comme les horaires de travail flexibles et les prix de reconnaissances.

Alors, au-delà des standards de l'industrie en matière de bénéfices, tels que les services de salon ou de spa à rabais, les cadeaux d'anniversaire et les commissions sur les ventes, comment choisir les bénéfices qui rendront vos employés heureux?

Lucie Oceau, gestionnaire des réseaux sociaux pour Spa Eastman, partage que ce spa de renommée internationale a mis sur pied un comité pour découvrir ce que les employés désirent comme bénéfices. « Un comité d'amélioration continue se rencontre une fois par mois et voit, entre autre, aux intérêts des employés et à leur bien-être. »

### Avantages « à être connus »

Un aspect très important des bénéfices marginaux est leur promotion. À quoi servent l'investissement et l'effort dans un programme innovateur de bénéfices marginaux si on ignore son existence?

Faites une liste des bénéfices que votre spa offre au personnel et remettez-la à vos nouveaux employés, parlez-en régulièrement à vos réunions de personnel, faites la promotion d'un bénéfice à chaque mois (bénéfice du mois), etc. N'hésitez pas à démontrez à vos employés qu'ils sont vraiment privilégiés de travailler chez vous! ❖



## DES IDÉES

# provenant de l'industrie

### SOULIERS FOURNIS

**Spa :** Amerispa

**Endroit(s) :** 10 partenariats avec des hôtels à travers le Québec



Chez Amerispa, les uniformes et les souliers de travail fournis font partie des bénéfices les plus populaires auprès des employés.

#### Autres bénéfices :

- commission avantageuse
- frais de cotisations payés pour les différentes associations (massothérapeutes)
- formation continue (formation à l'interne)
- assurances collectives assumés 50-50
- rabais substantiels sur achats de services et produits
- soins gratuits pour l'anniversaire
- rabais de 15% sur certains abonnements chez Énergie Cardio
- nuitée, petit-déjeuner et soins dans l'un de nos hôtels/partenaires après 10 ans de service

**Ancienneté :** La plus ancienne employée travaille chez Amerispa depuis l'ouverture en 1994 (16 ans)

**Plus grand roulement :** taux de roulement de 30% par année

### BONUS DE RÉFÉRENCES

**Spa :** Spa Eastman

**Endroit (s) :** Eastman et Montréal

Un bonus de 100\$ est versé aux employés qui ont référé une personne embauchée.

#### Autres bénéfices ::

- accès gratuit aux installations du spa
- rabais sur produits et services
- jours de congé flottants
- assurance collective abordable
- séjour de 24 heures gratuit pour les nouveaux employés
- un comité social
- comité d'amélioration continue
- un certificat cadeau pour un massage de 60 minutes pour chaque anniversaire
- repas santé à prix modique

**Ancienneté :** La moyenne d'ancienneté des massothérapeutes est de 10 ans et l'employée la plus ancienne travaille au Spa Eastman depuis presque 19 ans.

**Plus grand roulement :** taux de roulement très faible (près de 8%)



# Des idées provenant d'ailleurs

Les plus grandes entreprises se creusent aussi les méninges pour recruter et retenir les meilleurs candidats. Voici quelques exemples de bénéfices innovateurs, tirés de la liste « Top 100 Best Companies to Work For » du site internet [www.fortune.com](http://www.fortune.com).



### Bénéfices pour homosexuels

La firme de comptabilité et de consultation Ernst & Young (44e sur la liste) offre les mêmes bénéfices pour les couples homosexuels que ceux qui sont offerts aux couples hétéros.

### Service de concierge

S.C. Johnson & Son (no. 83) fournit des services de concierge sur les lieux du travail pour faire les emplettes des employés et les livrer à la maison, faire changer l'huile de leur automobile ou même faire la queue en leur nom pour se procurer des billets de spectacle.

### Argent santé

Paychex (no. 54), une firme de gestion de chèques de paie, distribue annuellement des prix de 100 \$ à 300 \$ aux employés qui s'engagent dans des activités visant la promotion de la santé, comme se faire vacciner contre la grippe, faire une visite annuelle chez le dentiste, ou se rendre au travail à vélo.

# Produits maison

Lancer une gamme de produits maison inspirée par les besoins de vos clients, c'est gagnant-gagnant : ils obtiennent ce qu'ils demandent et vous offrez des services sur mesure.



L'une des tendances actuelles les plus importantes dans le secteur du spa est le lancement de produits maison. Les professionnels de la beauté profitent de leur contact privilégié avec leur clientèle et transforment l'information obtenue en produits sur mesure.

## Les avantages

« Les propriétaires de spa reçoivent énormément de commentaires de leurs clients et de ce qu'ils recherchent, explique Seth Hoover, un infographiste chez Alternative Beauty, un fabricant de produits maison. Cela leur permet de créer des produits dont le succès est déjà assuré. »

Offrir votre propre marque de produits vous permet de vous démarquer de la concurrence, de faire connaître le nom de votre spa et d'augmenter le bouche-à-oreilles. « Le nom de votre spa et son logo se retrouve sur des produits que vos

clients recherchent—quoi de mieux! » dit M. Hoover.

De plus en plus de spas offrent une gamme de produits privée. Selon Doug Preston, président de Preston Inc., un fabricant de produits de marque privée depuis plus de 14 ans, les produits maison sont en train de transformer le domaine de la vente. Cependant, pour que ces produits se démarquent vraiment, il faut qu'ils offrent quelque d'unique.

« Si vous trouvez un produit qui est presque parfait mais qui lui manque un petit quelque chose, vous pouvez lui apporter ce qui manque et en faire la production en tant que marque privée, » dit M. Hoover.

Un autre avantage aux marques privées : éviter les ventes perdues au profit des ventes en ligne. « Si vous offrez une marque reconnue, vos clients peuvent se les procurer à prix



plus bas sur plusieurs sites Internet, dit M. Preston. Mais si vous offrez votre propre marque de produits, c'est vous qui contrôlez les ventes, tant à votre spa qu'en ligne. »

Être propriétaire de votre marque de produits vous permet de contrôler la quantité de produits disponibles sur le marché, en plus d'en contrôler le prix. Vous n'avez qu'à déterminer si votre gamme de produits sera abordable, moyenne ou haut de gamme.

« Si vous voulez offrir une crème de 200\$ à vos clients, et que vous ne la payez que 18\$, c'est tout à fait réalisable. C'est vous qui déterminez comment positionner votre marque, » ajoute M. Preston.

Faire connaître votre gamme de produits au-delà de votre commerce aide également le bouche-à-oreille et peut potentiellement amener une nouvelle clientèle. Aru Spa and Salon, basé à White Rock, en Colombie-Britannique, est en train de développer une gamme de produits de marque privée qui seront aussi offerts dans un magasin de ventes au détail.

« L'objectif est d'attirer de nouveaux clients au spa en rendant nos produits de soins accessibles, et ensuite de continuer de leur vendre nos produits à notre magasin de ventes au détail, » explique Aaron Oram, co-propriétaire et fondateur de Aru.

Ouvrir un magasin n'est pas possible pour tout le monde, mais vendre vos produits de marque privée dans des magasins déjà établis est également une option.

### L'emballage

L'emballage et les enseignes font partie des dépenses les plus importantes d'un lancement de produits maison, et demandent beaucoup de temps et d'énergie. Mais il est possible de le faire d'une façon plus simple et plus abordable.

« Si vous limitez la vente de vos produits à l'intérieur de votre spa, la mise en marché n'a pas autant d'importance, dit M. Preston. Mais si vos produits se trouvent parmi plusieurs autres produits à l'intérieur d'une boutique, c'est une autre histoire. » Les produits qui se trouvent dans une boutique doivent se vendre par eux-mêmes, d'où l'importance d'investir dans l'image et l'emballage. À l'inverse, les produits vendus en spa sont soutenus par les conseils d'une professionnelle.

### Le faire soi-même

Si vous pensez comme les propriétaires de Aru, et que vous prévoyez lancer votre gamme de produits sans l'aide d'un fabricant de marque privée, la meilleure chose à faire est de vous informer auprès des gens de l'industrie.

« Nous avons trouvé nos fournisseurs à l'aide du bouche-à-oreilles, dit M. Oram. Lorsque nous faisons la recherche pour les bouteilles, des gens nous ont référé d'autres fournisseurs comme ceux qui vendent les ingrédients. »

Il y a les chimistes, les fournisseurs d'ingrédients, les fournisseurs de bouteilles, les infographistes, les spécialistes de la mise en marché... « Il y a plusieurs personnes compétentes, mais elles ne sont pas toutes compatibles avec votre projet, dit M. Oram. La personne doit avoir la même vision que vous. »

### Les premiers pas

« Il y a plusieurs fabricants qui sont prêts à concevoir des produits qui répondent à vos besoins, aussi spécifiques soient-ils, dit M. Hoover. Si vous voulez un certain parfum ou une certaine couleur, ils pourront vous les fournir. »

Le meilleur endroit pour commencer votre démarche est Internet. Plusieurs fabricants y décrivent les produits qu'ils peuvent offrir. Par exemple, Preston Inc. publie une liste de plus de 200 produits disponibles.

N'hésitez pas à demander des échantillons. Si vous prévoyez travailler avec un fabricant de marque privée et que vous voulez choisir l'un des produits déjà conçus par eux, étudiez bien leurs échantillons afin de vous assurer que ce qu'ils offrent correspond à ce que vous voulez offrir.

Utilisez les outils qu'on met à votre disposition. Alternative Beauty offrent des maquettes en ligne afin que les clients potentiels puissent voir les différents emballages disponibles.

N'ayez pas peur. La première commande moyenne pour un spa de jour tourne autour de 1 800 \$, selon M. Preston. Il s'agit d'un très petit investissement si l'on considère les profits potentiels.

Que vous lanciez votre gamme de produits vous-même ou que vous utilisiez les services d'un fabricant de produits de marque privée, vous vous donnez l'opportunité d'offrir quelque chose unique à votre spa.

« Il y a d'excellentes opportunités de marques privées, dit M. Oram. Il n'en tient qu'à vous de le faire et de choisir comment le faire. » ❖





## Des ajouts aux soins

Une bonne façon de mettre vos produits maison en valeur est d'en faire une utilisation originale, comme les ajouter à vos soins existants. « Nous allons ajouter des suppléments alimentaires, qui stimulent le système immunitaire, à plusieurs de nos nouveaux soins, dit Aaron Oram, co-proprétaire et fondateur de Aru Spa and Salon à White Rock, en Colombie-Britannique. Ces suppléments ne seront disponibles qu'au moment du soin, et éventuellement dans nos boutiques. »

### Un autre élément...

L'un des bénéfices cachés des produits maison est que ces produits font partie de l'équité de votre entreprise. Doug Preston, de Preston Inc., possédait deux spas avant de se lancer dans l'aventure des produits maison. Lorsqu'il a vendu ses spas, la marque de produits maison a été vendue séparément.

« J'ai fait une entente séparée pour la marque privée et cela m'a apporté un excellent profit. Vous pouvez décider de vendre la marque avec le spa, ou encore de continuer la distribution. Au moins, vous avez le choix, » dit-il.



Unique au monde!  
Dermographe avec lumière

ART 2000

Fabriqué  
au Québec

# Révolution maquillage (semi) permanent

Appareils les plus performants  
sur le marché

- Dermographe en acier inoxydable
- Cartouche stérile et jetable
- Constance de la couleur de la ligne
- Diminution des retouches
- Meilleure expérience pour la cliente et la technicienne
- Sans déchirures ni oedèmes
- Diminution exceptionnelle de la douleur
- Cicatrisation parfaite pratiquement invisible

Formation complète en collaboration avec  
Académie **Edith Serei**



- Cours de Perfectionnement disponible



514-910-5450 sans frais : 1 877 999-4699  
[www.perform-art.com](http://www.perform-art.com)

NEW / NOUVEAU

# BsQ.

NATURAL  
*Couture*

- No parabens
- No mineral oils
- No harsh preservatives
- No artificial colours
- No synthetic ethanol perfume bases
- No SLES

- Sans parabenes
- Sans huiles minérales
- Sans agents de conservation durs
- Sans couleurs artificielles
- Sans excipient synthétique à base de d'éthanol

BERGAMOT



MUGUET



THE UK BEAUTY AWARDS  
SILVER AWARD  
2009

BEST NEW  
FRAGRANCE OF THE YEAR

AMBER



*Inspired*  
FRAGRANCES



*Perfume Passion*

# V&A



© Victoria and Albert Museum, London

Perfume Passion Inc. • [www.perfumepassion.com](http://www.perfumepassion.com) • 1-877-287-7361

# L'installation



Le choix des produits, de l'équipement, de l'informatique et autres fournitures, est une étape cruciale pour établir l'image de votre spa.

*Cet article est le quatrième d'une série de huit, qui explique les étapes pour l'ouverture d'un spa. À ce jour, nous avons exploré le plan d'affaires, les options de financement et l'importante étape de l'emplacement. À partir de maintenant, nous entamons l'installation.*

## Les produits

Parmi les choses qui assurent le succès d'un spa, on trouve bien sûr les produits de soins, qu'ils soient utilisés pour les services ou qu'ils soient offerts en revente. Il existe plusieurs variables à considérer lorsque vient le temps de choisir vos produits.

« On doit déjà avoir une idée du marché ciblé avant de pouvoir choisir les produits qui seront vendus et utilisés, » dit Sandra Moren, consultante pour les spas et conférencière chez Kyron Spa and Salon Consulting.

Si vous avez fait une étude de marché, que vous avez inclus dans votre plan d'affaires, vous connaissez déjà le type de produits et leur valeur de revente, qu'ils soient abordables, moyens ou haut de gamme.

À partir de cette information, faites une recherche sur le web. Vous y découvrirez des centaines de fabricants de produits de soins, qui décrivent les avantages, les ingrédients, l'utilisation et le prix de leurs produits.

Il est aussi intéressant de rechercher les blogues et les articles de magazines pour les commentaires sur certains produits. Cela vous apportera de l'information objective qu'un fabricant ou un distributeur ne pourra pas fournir. Et si vous choisissez de travailler avec un consultant, celui-ci pourra vous diriger vers les fabricants les plus sûrs.

« Le produit doit non seulement convenir à la clientèle que vous visez, mais aussi à votre image, » Barbara Crowhurst, une consultante en revente et présidente de Retailmakeover.

Par exemple, si vous désirez créer l'ambiance conviviale d'un village ou d'une petite ville, n'offrez pas des gammes de produits qui semblent sortir tout droit du centre-ville. « Le propriétaire du spa doit vraiment prendre en considération le thème et la vision du spa qui ont été déterminés au départ, » dit Mme Moren.

Considérez aussi le soutien que vous obtiendrez du fabricant. Les escomptes sur volume sont importants mais des services additionnels peuvent rendre la relation beaucoup plus avantageuse.

« Quel type de formation est offert par le fabricant? Est-ce qu'il se déplace lors d'une porte ouverte ou d'une ouverture officielle? » demande Mme Moren.



Elle a récemment travaillé avec un spa situé en Alberta qui a déniché un produit au Québec dont le prix était très abordable. « Le problème, c'est que l'entreprise n'avait pas de représentant dans l'ouest du pays. Le prix était intéressant, mais il n'y avait aucun potentiel de plus-value. »

Au moment de faire votre choix de produits, considérez le temps alloué par le fournisseur aux autres spas ainsi qu'aux clients. Certains produits, comme les dissolvants de vernis et les huiles de massage, ne sont pas mis à jour aussi souvent que les vernis à ongles ou les gels, qui changent avec les saisons. « Assurez-vous d'obtenir des produits qui sont vraiment actuels, » dit Mme Moren.

Il peut être excitant de "magasiner" les produits, mais il faut faire attention de ne pas offrir une trop grande quantité de gammes de produits. Selon Mme Moren, l'idéal est de commencer avec une seule gamme. Cela évite d'investir tout votre argent dans votre inventaire et permet une connaissance approfondie de cette gamme par vos employés.

« Si vous offrez trop de gammes différentes, les employés ne seront pas en confiance. Ils ont besoin d'être très bien formés sur les avantages d'un produit ou d'une gamme de produits, sinon il y aura un malaise, dit Mme Moren. Attendez quelques mois avant d'ajouter une seconde gamme et, idéalement, tenez-vous en à deux gammes seulement. »

Quant au maquillage, une seule gamme suffit. Les couleurs changent à toutes les saisons, particulièrement au Canada. Une

grande variété de couleurs doit donc être disponible dans cette gamme, au lieu d'offrir plusieurs gammes. Le même principe s'applique aux vernis à ongles et aux systèmes de gel pour les ongles.

### Revente

Pour s'assurer que les résultats obtenus en salon demeurent les mêmes entre les visites, il est suggéré de vendre les mêmes produits que ceux utilisés en cabine. Une raison de plus de bien former vos esthéticiennes au sujet des produits—elles pourront bien exécuter le service et encore mieux vendre les produits de revente.

Si la cliente comprend les avantages d'un produit, il y a beaucoup plus de chance qu'elle se le procure pour prolonger les résultats de son soin, surtout si l'espace revente est agréable et bien planifié.

« Lorsque l'espace revente est bien conçu, il peut générer un profit phénoménal, » dit Mme Moren. Et, selon Mme Crowhurst, les clients doivent être en contact avec les produits revente, mais sans se sentir agressés.

En fait, il y a deux façons d'établir votre espace revente : placer des échantillons à la réception (avec modération) afin d'attirer les clients vers la section revente, ou encore placer les produits revente à la réception si vous n'avez pas suffisamment d'espace pour une section revente séparée.

Et n'ayez pas peur d'utiliser des tables dans votre espace revente. « Les tables sont trop souvent oubliées, dit Mme Crowhurst. Elles portent les produits à la hauteur des mains. » Selon Mme Crowhurst, la hauteur idéale pour la revente est située entre les yeux et les genoux. Un bon point à considérer lorsque vous concevrez vos étalages.

Le type d'étalage que vous choisirez doit également refléter l'image de votre spa. Si votre ambiance est ultra-moderne, des étalages en bois rustiques ne conviendraient pas. De plus, évitez de surcharger l'espace avec une trop grande quantité d'étalages.

Un autre conseil : n'investissez pas tout votre argent dans l'espace revente. Ce n'est ni judicieux, ni visuellement agréable, d'installer des étalages mur à mur, et du plancher jusqu'au plafond.

« Pourquoi gaspillez votre argent et tenir un inventaire trop important?, dit Mme Moren. Les tendances changent et vous ne voulez pas vous retrouver avec des surplus à liquider. Achetez suffisamment pour remplir vos étalages - ne mettez pas de produits en entreposage. »

Les produits doivent être parfaitement alignés, c'est-à-dire

### ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● Votre marque maison

Lancer votre marque maison en même temps que l'ouverture de votre spa n'est pas nécessairement une bonne idée. L'ouverture d'un spa nécessite beaucoup de travail et l'ajout d'un lancement de produits rendrait l'exercice beaucoup trop lourd.

« Je recommande à mes clients de commencer avec une gamme de produits connus et d'étudier l'évolution pendant un an. Lorsque le spa devient profitable, c'est le moment de penser au lancement d'une gamme de produits maison, » explique Sandra Moren, consultante pour les spas et conférencière chez Kyron Spa and Salon Consulting.

Cette année d'observation permet de mieux connaître le secteur de l'esthétique et de mieux cerner le potentiel financier d'une marque maison vs l'effort qu'il faudra y investir.



Pour en savoir plus sur le lancement d'une marque maison, voir à la page 16.

un produit à l'avant et le reste de l'inventaire de ce produit parfaitement aligné derrière ce produit. L'éclairage des étalages doit être également soigneusement calculé.

« Imaginez une pièce très sombre, puis ajoutez-y cinq faisceaux lumineux, explique Mme Crowhurst. On voit soudainement les produits—la lumière nous attire vers eux. » Elle suggère d'installer des rails de lumières halogènes environ trois pieds devant l'étalage pour profiter de l'effet au maximum.

Il est aussi possible d'offrir des items autres que des crèmes de soin, tels que des peignoirs et des serviettes. Les items pour achat impulsif, comme des chandelles, des diffuseurs à l'huile ou des CD de musique, devraient se trouver à la réception, près de la caisse. Vous pouvez vous procurer ce type d'items auprès de fournisseurs en gros.

### Équipement

L'installation d'un salon ou d'un spa requiert beaucoup plus que les produits. Les tables de massage, l'équipement d'hydrothérapie, les peignoirs, les stations de soins des mains et de soins des pieds, la caisse enregistreuse, les terminaux de débit, ne sont que quelques-uns des appareils nécessaires au bon fonctionnement de votre commerce.

La recherche de fournisseurs d'équipement peut être faite sur Internet, de la même façon que pour les produits. Recherchez des entreprises bien établies, qui vous procureront la stabilité et le soutien dont vous aurez besoin dans les cas de problèmes reliés aux équipements.

Lorsque vous aurez arrêté votre choix sur quelques fabricants, l'approche sera différente à celle des produits. « J'ai l'habitude de demander trois soumissions, dit Mme Moren. Je soumet les besoins de mon client aux trois compagnies et lorsque je reçois les soumissions, j'aide mon client (le ou la propriétaire du spa) à déterminer la meilleure offre. Ce n'est pas toujours le prix qui compte le plus. »



Est-ce que vous allez le faire sur place ou envoyer votre lingerie à l'extérieur? Soyez à l'affût des escomptes que les fabricants de laveuses et de sècheuses peuvent offrir aux entreprises.

Vous pouvez contacter les fournisseurs spécialisés en esthétique (tables de massage, stations de soins des pieds...) par un simple courriel ou coup de téléphone. Les contacts en personne sont également possibles lors des congrès professionnels. Prévoyez un

Par exemple, le prix d'un fournisseur peut être plus élevé, mais l'escompte est plus intéressant. Il faut aussi tenir compte des frais de transport lors de l'achat d'équipements. Est-ce que ces frais seront payés ou devrez-vous vous en défrayer la moitié? Si vous réussissez à faire payer les frais de transport au fournisseur, vous êtes gagnant.

budget pour assister aux congrès les plus importants—vous pourriez regagner votre investissement en négociant des escomptes et en développant une relation privilégiée avec un fournisseur.

Tenez également compte de la proximité du fabricant ou du fournisseur. À l'instar des fournisseurs de produits, l'accès à des éducateurs et à des spécialistes est très importante.

Un autre investissement à considérer : un logiciel spécialisé, lequel a un impact direct sur la relation avec les clients et leur fidélité, et sur les opérations quotidiennes du spa. Il y a une grande variété de logiciels disponibles, des plus traditionnels à ceux qui sont offerts comme service via Internet. (Pour plus de détails sur les logiciels spécialisés, voir le reportage "Affaires humaines" à la page 16 du numéro Hiver 2009).

Pour ce qui est des articles de confort, tels que les peignoirs, les serviettes et les couvertures, on peut se les procurer dans les magasins à rayons ou encore auprès des fournisseurs qui offrent la personnalisation de ces articles (impression de logos...). L'uniformité est importante lorsqu'il s'agit de ces articles. Des serviettes de motif léopard, des peignoirs verts et des couvertures rayées ne vont pas très bien ensemble, à moins que cela fasse partie de l'image que vous désirez projeter.

Comme vous pouvez le constater, l'installation de votre spa requiert autant de recherche que pour le choix de l'emplacement.

« N'investissez pas trop d'argent pour ces articles, dit Mme Moren. Tenez d'abord compte du volume de la clientèle que vous prévoyez servir. » Une autre chose à considérer : la lessive.

« Lorsque vous préparer l'installation d'un spa, cela ressemble à un énorme casse-tête. Vous devez d'abord identifier chacun des morceaux pour faciliter le montage du casse-tête, » dit Mme Moren. ❖

**Prochain numéro**  
**5e partie : L'embauche**

## Points de départ

**Si vous recherchez l'aide d'un(e) consultant(e) qui connaît bien le secteur de l'esthétique pour dénicher vos produits et vos fournisseurs, en voici une liste non exhaustive (consultants anglophones) :**

**Barbara Crowhurst**  
Retailmakeover  
[www.barbaracrowhurst.com](http://www.barbaracrowhurst.com)

**Vivienne O'Keeffe**  
Spa Profits Consulting, Inc.  
[www.spaprofits.com](http://www.spaprofits.com)

**Suzanne Ambers**  
Suzanne Ambers, Spa Consultant  
[www.suzanneambers.com](http://www.suzanneambers.com)

**Dennis McCrindle**  
Our Little Secret Corp.  
[www.ourlittlesecretcorp.com](http://www.ourlittlesecretcorp.com)

**Sandra Moren**  
Kryon Salon & Spa Consulting  
[www.kryonspaconsulting.com](http://www.kryonspaconsulting.com)

**Leslie Lyon**  
Spas2b, Inc.  
[www.spas2b.com](http://www.spas2b.com)

**Kathryn Stolle**  
Stolle Service, Ltd.  
[www.stolle.com](http://www.stolle.com)

# La vraie nature de l'infrarouge

## Les avantages santé de l'infrarouge lointain

L'infrarouge lointain fait partie du spectre de la lumière. Il n'est pas visible à l'oeil nu mais on ressent sa chaleur pénétrer la peau, comme les lampes infrarouges installées dans certains salles de bain d'hôtel.

Les rayons infrarouges réchauffe le corps par un procédé de conversion—ils pénètrent les substances organiques, tel que le corps humain, mais sans chauffer l'air. Il est donc possible de faire pénétrer profondément la chaleur de l'infrarouge lointain dans le corps et ce, sans inconfort.

Des recherches poussées sur les traitements à l'infrarouge sont tenues par des chercheurs chinois et japonais depuis plus de 30 ans. Certains acupuncteurs pratiquent maintenant de l'acupuncture au laser de bas niveau (avec un rayon infrarouge de 800-1000 nm). Ils pointent le rayon sur les points d'acupuncture pour stimuler la circulation ou pour aider à cesser de fumer.

### Une question d'eau

Le corps humain est composé à 90% d'eau. Une fois pénétré dans les tissus de l'organisme, l'infrarouge lointain active les molécules d'eau, ce qui causent la résonance des particules et augmentent ainsi la chaleur.

En ce moment, l'utilisation la plus commune de la lumière infrarouge lointaine est la perte de poids et la réduction de la cellulite. « L'énergie IRL (infrarouge lointain) augmente la chaleur du corps et brise les agglomérations importantes de molécules d'eau et de gras, explique Irene Yesayan, présidente de Thermocellulite Distribution, à Laval.

Les fabricants d'équipements Silhouet-Tone Canada et Syneron Inc. ont tous deux incorporé la lumière infrarouge à leur systèmes de contrôle de la cellulite pour réchauffer et ramollir les couches profondes de gras afin d'enclencher la lipolyse (élimination des graisses).

Comme Mélanie Whalen, formatrice nationale pour Silhouet-Tone Canada, l'explique, les appareils de santé et de beauté marient souvent la sagesse de la nature à la science moderne pour obtenir les meilleurs résultats. « Le dernier appareil que nous avons conçu

pour traiter l'apparence de la cellulite allie le massage photo-pneumatique à la lumière infrarouge, des ultrasons set de la radiofréquence pour travailler d'une façon plus globale. »

Chez Syneron Inc., on utilise quatre différentes modalités pour traiter l'apparence de la cellulite. Lisa Nguyen, chef de produits pour Syneron, explique le rôle des différentes sources de chaleur utilisées dans leurs appareils pour métaboliser et éliminer le gras. « Il y a la radio fréquence bipolaire (RF), appelée 'elos' qui chauffe les couches profondes de graisse (jusqu'à 20 mm sous la surface de la peau), puis l'infrarouge qui chauffe la peau jusqu'à une profondeur de 5 mm, ce qui chauffe les tissus adipeux et augmente la lipolyse. Et finalement, des rouleaux mécaniques effectuent le palper-rouler. »

L'infrarouge lointain procure une variété de bénéfiques beauté et santé.

### Panoplie d'appareils

Il existe plusieurs autres appareils à infrarouge lointain sur le marché, tant pour les professionnels que pour les consommateurs : appareils à main, tapis, vêtements... Par contre, l'un

des appareils les plus connus demeure le sauna à infrarouge.

Alors que les saunas traditionnels atteignent une chaleur de plus de 200 degrés Fahrenheit, les saunas à infrarouge n'atteignent que 150 degrés. L'avantage évident de l'infrarouge est que la chaleur pénètre plus profondément dans le corps sans réchauffer l'air ambiant, qui demeure frais et sans vapeur. De plus, les saunas à infrarouge utilisent une fraction de l'énergie normalement nécessaire aux saunas traditionnels.

M. Bruce Rackette, président directeur général de Far North Wellness, un fabricant d'équipement et d'accessoires à infrarouge lointain, explique que les saunas à infrarouge et les lits de massage "hybride" (avec lumière infrarouge lointain) permettent aux spas d'attirer une plus grande base de clientèle et de générer de nouveaux revenus.

« Les appareils à infrarouge lointain attirent les clients qui sont non seulement intéressés à la relaxation, mais aussi à la perte de poids, la désintoxication et le soulagement de la douleur. Un spa bien occupé qui offre le service d'appareils à infrarouge lointain peut voir un investissement de 2000 \$ à 5000 \$ se transformer en revenus de plus de 100 000 \$ par année. » ❖



# La mission de vie

La conscience est un ensemble de structures qui établissent un parallèle entre les besoins de base (manger, boire, se vêtir...) et le niveau ultime de réalisation, soit l'accomplissement de sa mission de vie.

Nos comportements sont influencés par divers éléments, tels que nos croyances et nos convictions. Si je « crois » que je peux réussir, j'adopterai une attitude positive et une ouverture face à l'expérience. Cette conviction me permettra ainsi d'améliorer ma capacité d'adaptation et facilitera mon apprentissage.

Nos croyances découlent d'une appréciation de nous-même et de la perception de notre identité. Si je me trouve stupide et que j'ai une faible estime de ma personne, alors mes croyances me dirigeront vers un chemin limitatif. J'aurai l'impression que je ne mérite pas de m'accomplir et de me réaliser, et ceci orientera mes comportements vers l'échec et la dysharmonie.

Vous conviendrez donc que la perception de notre identité doit être équilibrée et juste afin de pouvoir concevoir clairement notre rôle social et spirituel que représente la quête ultime : notre propre mission de vie.

Les quelques questions existentielles suivantes peuvent aider à faire émerger en nous notre intention de nous réaliser :

- . Pourquoi suis-je sur la Terre ?
- . Ai-je un destin pré-déterminé ?
- . Aurai-je des regrets si je ne réalisais pas mes objectifs ?

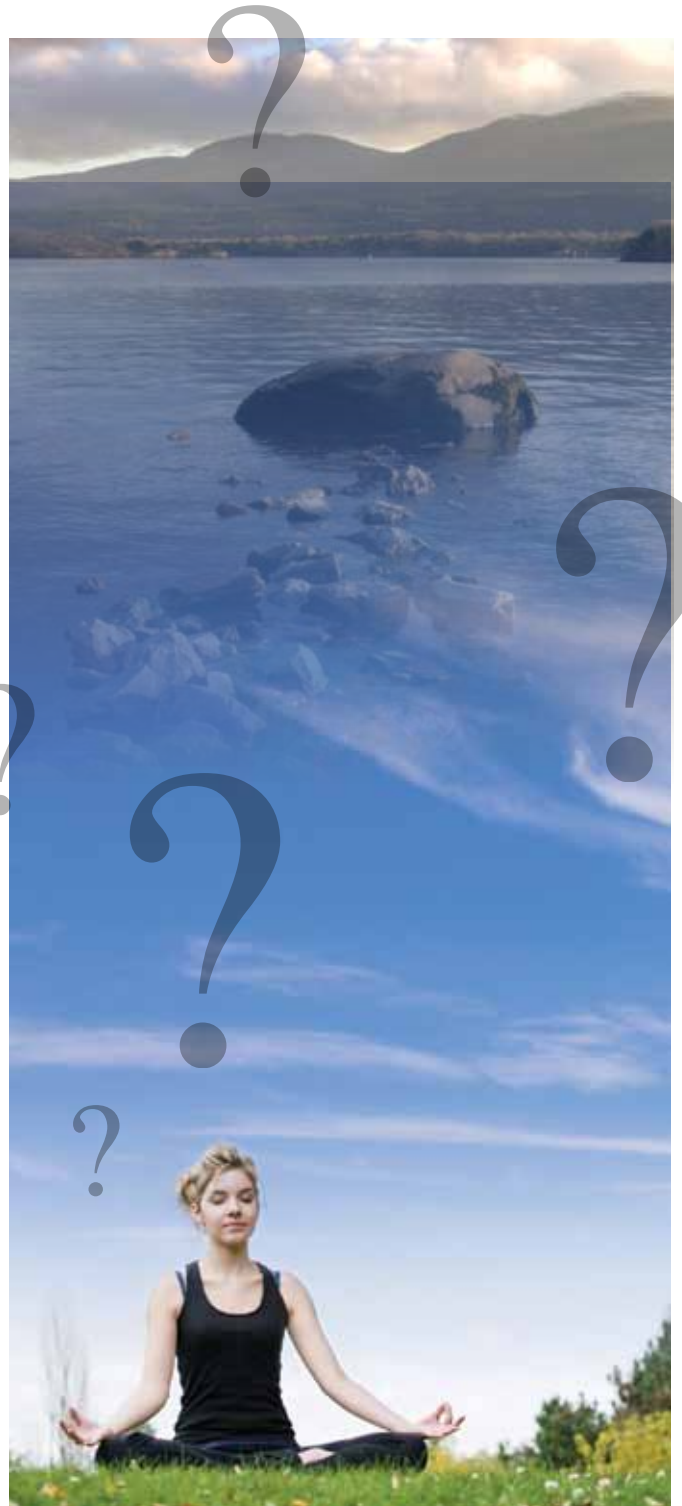
Lorsqu'on réussit à créer un lien avec l'essence même de notre destinée, un phénomène puissant de levier supporte nos croyances et nos capacités et confirme, hors de tout doute, que nous sommes sur la bonne voie.

La connexion avec notre mission de vie entraîne une motivation débordante. On se sent plus fort, plus déterminé et surtout utile. L'esprit devient plus clair et la paix intérieure s'installe, peu importe les obstacles.

Et vous ? Avez-vous trouvé votre mission de vie ? La réponse est souvent beaucoup plus près—et plus évidente—que l'on croit...❖



Stéphane Trudeau est motivateur-ostéopathe.  
[www.stephanetrudeau.com](http://www.stephanetrudeau.com)



# La rosacée

## Une dermatose qui fait rougir plusieurs canadiens

Qu'est-ce que Mariah Carey, Bill Clinton, William Shatner et Cameron Diaz ont en commun? Ils sont tous les quatre affectés par la rosacée, comme plus de 2 millions de personnes au Canada.

« Il y a plusieurs signes qui caractérisent la rosacée, dit Benjamin Barankin, un dermatologue de Toronto. Les plus communs sont les poussées de rougeur fréquente ou "flush", avec des joues, un nez et un menton qui sont rouges en permanence, et des capillaires apparents. Plusieurs personnes ont aussi des éruptions similaires à l'acné. »

La cause de la rosacée demeure un mystère. Par contre, ce qui l'aggrave est beaucoup mieux connu. « Le climat a beaucoup d'influence sur la rosacée, dit M. Barankin, ainsi que le soleil. »

Ceux qui sont aux prises avec de la rosacée ont des problèmes de circulation au niveau des capillaires faciaux, qui sont aggravés par les aliments épicés, l'alcool et l'exercice. Il y a aussi ceux qui adhèrent à l'école de pensée qu'une mite de la peau, appelée Demodex, est la véritable cause de la rosacée.

« Demodex a été identifié comme étant la cause de plusieurs problèmes reliés à la peau, » dit Derek Lepage, co-fondateur et vice-président des opérations chez FaceDoctor, un concepteur de savons pour le visage. Il semble y avoir beaucoup plus de Demodex sur le visage des gens qui souffrent de rosacée.

### Soins

Comme il y a des similitudes entre la rosacée et l'acné, et que l'acné est plus commune que la rosacée, celle-ci est souvent mal diagnostiquée. Mais selon M. Barankin, comme les soins pour ces deux problèmes sont également similaires, « les gens peuvent en retirer un soulagement même en cas d'erreur de diagnostic. »

Le bon soin donnera, par ailleurs, le meilleur effet. Et c'est pour cela que plusieurs spas offrent maintenant les services de techniciennes formées pour le soin de la rosacée à l'aide de la lumière intense pulsée.

« J'ai été formée par un médecin pour identifier la rosacée, et je la traite à l'aide d'un traitement laser depuis plus de quatre ans, dit Nicole Riederer, une technicienne laser au Casbah Spa, à Vancouver. »

La formation laser inclut non seulement le traitement de la rosacée, mais aussi celui de la pigmentation et de l'acné, en plus d'une formation technique sur l'appareil. Le traitement de la rosacée au laser, un soin très populaire dans les spas, exige de quatre à six visites. Chez Casbah, on vend ces traitements entre 300\$ et 475\$ par visite.



Le Casbah Spa, à Vancouver, offre des soins au laser pour la rosacée.

« La lumière vise le capillaire (petit vaisseau sanguin) et le détruit, dit Mme Riederer. Le traitement ne guérit pas la rosacée, mais il en contrôle les symptômes. »

Après une série de traitement, les clients obtiennent souvent un effet prolongé et n'ont besoin que d'une visite annuelle par la suite.

En plus d'offrir les traitements au laser, les spas peuvent offrir des produits qui conviennent à la peau atteinte de rosacée.

« Les nettoyants et les hydratants doivent être très doux, » dit M. Barankin.

Chez Casbah, Mme Riederer utilise la gamme de produits Aquafolia qui a été conçue pour soulager et calmer la peau tout en limitant sa production d'huile sébacée. « Cette gamme se base sur les trois "a" : anti-rougeurs, anti-âge et anti-éruptions, » dit-elle.

Lorsqu'une professionnelle arrive à identifier et traiter la rosacée, elle permet à son client d'éviter que la condition dégénère et développe une affection plus grave comme le rhynophyma, lors que le nez devient rouge et bosselé, surtout chez les hommes.

« Les gens qui souffrent de rosacée ont tendance à développer une inflammation des paupières, dit M. Barankin. Il y a même des gens qui sont devenus aveugles à la suite d'une rosacée oculaire. De là l'importance de bien diagnostiquer et traiter la rosacée. » ❖

## Soins pour la rosacée

► **Murad** calme et renforce les peaux sensibles avec un programme en trois étapes qui vise les rougeurs, la sécheresse et l'irritation. La gamme Redness Therapy comprend un gel nettoyant calmant, un gel récupérateur et un hydratant correcteur avec SPF 15.



◀ **Rosacea Care** est une gamme de produits professionnels conçus pour la rosacée. Elle comprend un Serum pour le matin et le soir, Vita-Oil, un masque facial et une crème teintée avec un SPF 20.



▲ **Aquafolia** est une gamme complète de produits conçus pour être doux pour la peau avec des propriétés anti-âge. Cette gamme traite plusieurs affections de la peau, sans irritation, sans exfoliation et sans déshydratation.



▼ **FaceDoctor** incorpore de l'huile de seabuckthorn dans ses savons pour soigner la rosacée. L'huile interrompt le procédé de reproduction du Demodex, une mite de la peau qui pourrait causer la rosacée.

Tout pour le spa au Canada

# Spa Inc.

Anciennement Esthemag Pro Canada

## Offre exclusive

**40%** de rabais sur le prix d'abonnement!

Recevez 4 numéros pour seulement  
**15,00 \$** (Incluant les taxes applicables)

*Spa Inc.* offre un éditorial de très haute qualité pour faciliter la croissance de votre entreprise et vous tenir au courant de ce qui se passe dans les secteurs de l'esthétique et du bien-être au Canada. Que vous soyez une professionnelle chevronnée ou une nouvelle entrepreneure, vous pourrez vous démarquer grâce au magazine *Spa Inc.*!

**DOVETAIL**  
COMMUNICATIONS INC.

Tél: 1.877.772.0831

Courriel: [SpaInc@publicationpartners.com](mailto:SpaInc@publicationpartners.com)

# Les Oméga-3

**M**oins connus que les vitamines, les minéraux et les oligo-éléments, les oméga-3 n'en sont pourtant pas moins nécessaires à l'équilibre de la peau.

Appartenant à la grande famille des lipides, ce sont des acides gras dits essentiels, car le corps en a besoin mais ne peut pas les fabriquer. Ces acides gras sont au nombre de trois : l'acide alpha-linolénique (ALA), l'acide eicosapentaénoïque (EPA) et enfin l'acide docosahexaénoïque (DHA). On retrouve principalement l'ALA dans les graines de lin et de Chia, dans l'huile de canola, de noix ou de soya, tandis que l'EPA et le DHA sont surtout présents dans les poissons gras et les algues marines.

## Les effets

Les études prouvant les bénéfices des oméga-3 sur la santé sont de plus en plus nombreuses : ils protègent contre les maladies cardiovasculaires, aident à prévenir certains cancers, régulent la tension artérielle, ont des effets anti-inflammatoires et anti-allergiques.

Dans notre organisme, les oméga-3 cohabitent avec les oméga-6, l'autre grande famille d'acides gras essentiels dont les plus répandus sont l'acide linoléique, l'acide gamma-linolénique et l'acide arachidonique. On retrouve principalement les oméga-6 dans les huiles de bourrache, d'onagre ou de cassis, dans l'algue d'eau douce appelée spiruline, et dans les graines de tournesol. Tout comme les oméga-3, les oméga-6 jouent un rôle préventif dans les maladies du cœur.

Cependant, aujourd'hui, on estime de façon générale que notre alimentation est trop riche en oméga-6—beaucoup de produits commerciaux sont riches en oméga-6—ce qui empêche les effets bénéfiques des oméga-3 de se manifester. Un excès d'oméga-6 peut même provoquer des troubles inflammatoires sévères tels que l'arthrite ou l'asthme.

## La peau

Les acides gras oméga-3 jouent un rôle essentiel au niveau de la peau. Tout d'abord, les oméga-3 s'intègrent dans les lipides des membranes de nos cellules, conférant élasticité et résistance à la peau tout en participant à l'effet barrière. Ensuite, un apport d'oméga-3 réduit significativement la concentration d'un médiateur de l'inflammation dans les cellules de l'épiderme : la PGE2 ou prostaglandine 2.

## Source exceptionnelle

L'inca Inchi ou *Plukenetia volubilis* est une plante amazonienne connue par les populations locales depuis plusieurs siècles. Elle a été utilisée par les civilisations pré-Inca et Inca d'où son nom.

L'huile d'Inca Inchi est obtenue par pression à froid des graines récoltées généralement au Pérou selon les méthodes d'agriculture traditionnelle et biologique. Le Pérou appartient à une zone géographique où la culture de l'Inca Inchi et l'utilisation de son huile font partie d'un programme de développement durable, le programme OMEGA, associé à la reforestation de la forêt amazonienne et au commerce équitable.

Cette huile originale est l'huile connue la plus concentrée en acides gras saturés. Ils représentent jusqu'à 94% de sa composition. Il s'agit des acides oléique (oméga-9), linoléique (oméga-6) et linoléique (oméga-3).

De toutes les sources naturelles connues, l'huile d'Inca Inchi est la plus riche en oméga-3. Sa teneur en oméga-3 avoisine les 55%.

Anti-inflammatoire, elle apaise les rougeurs, le prurit, les sensations de tiraillement et d'inconfort.

Antiradicalaire et anti-âge, l'huile vierge 100% naturelle améliore la microcirculation et exerce une action préventive sur les dommages liés aux UV. De plus, sa teneur exceptionnelle en tocophérols lui confère une grande stabilité et lui permet de préserver sa grande qualité durant toute son utilisation.

L'huile d'Inca Inchi est recommandée pour :

- le soin des peaux fragilisées, très sèches et/ou sensibles, des peaux abîmées et des peaux matures;
- atténuer les symptômes de certaines affections comme l'eczéma;
- diminuer l'inflammation du psoriasis;
- calmer la peau irritée après un coup de soleil, un coup de froid ou l'utilisation de cosmétiques mal adaptés.

L'huile d'Inca Inchi est un actif exceptionnel, 100% végétal, à rechercher en tout temps pour se protéger des rigueurs du climat ou pour conserver une peau de pêche tout au long de l'année.❖



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.

# Belmonda

## Promotions pour la graduation des étudiants 2010

### AUBAINES SUR MOBILIER & ÉQUIPEMENT

#### NOUVELLE!

Machine à paraffine #SL-PB3  
- Contenant 3 lb

Rég. 75 \$  
**SPÉCIAL 63<sup>75</sup> \$**



#### FORFAIT SPA 2010B

**RÉG. 1265 \$ SPÉCIAL 1195 \$**

- D3668 Lit facial hydraulique
- D1000B Bain de vapeur facial OU D1000BT Bain de vapeur facial avec minuterie
- SL114 Lampe grossissante
- HY735 Chariot avec raccords pour lampe et tiroir
- GD98041 Tabouret pneumatique avec dossier

#### OPTION:

- D3668 Lit facial hydraulique en noir - sans frais supplémentaire
- D220 Chariot de métal plus 40 \$

APPAREIL CHAUFFANT POUR CARTOUCHE DE CIRE HOMOLOGUÉ ETL EN PRIME



D3668 Black or D220

Tabouret pédicure

- Avec tiroir sur le côté
  - Disponible en noir ou blanc
- #XH-1535D

Rég. 95 \$ **SPÉCIAL 85 \$**



Bain de vapeur haute fréquence homologué CSA

- Avec ozone
- Bras mobile
- 4 électrodes

#D201H

Rég. 467 \$  
**SPÉCIAL 420 \$**



Lime à ongles électrique Ikonna

- Poids léger de 30 000 tr/min, 180 g
- Pièce à main d'acier inoxydable durable avec roulements scellés permettant un fonctionnement fluide et silencieux.

#OCIUS-ESF

Rég. 325 \$  
**SPÉCIAL 295 \$**



Table de manucure

- Fini bois de poirier
- Surface en verre biseauté
- 4 tiroirs
- 2 armoires
- 51 po x 30 po x 22 po

#7702

Rég. 495 \$  
**SPÉCIAL 450 \$**



Tous les prix sont sujets à changement sans préavis.

# La vitesse rapporte

## Une nouvelle technologie rend les système d'ongles en gel plus rapides

Le secteur professionnel des ongles artificiels vit une transformation. L'acrylique perd du terrain au profit du gel qui devient graduellement le standard.

Ce qui aide grandement la popularité croissante du gel, est une nouvelle technologie qui élimine le long procédé de limage associé à ce type de système. Les système au gel avec procédé de trempage, tel que le nouveau Soak Off, de Ve'a Spa, démontre que la technologie est bel et bien implantée.

### Nouvelle façon de faire

Les manucures françaises ont longtemps dominé la demande et exigeaient, la plupart de temps, l'usage d'un système à base d'acrylique. Mais aujourd'hui, tant les manucures françaises que l'acrylique tendent à disparaître.

« Nous avons découvert que les clientes préfèrent le gel à l'acrylique parce qu'il n'a pas d'odeur et endommage moins les ongles, » explique Hamie Beaudry, directrice du spa chez Escape Spa, à Ottawa.

Les systèmes à base de gel sont plus faciles à appliquer—moins de limage et moins d'effort en général pour la technicienne—que l'acrylique. Le gel s'intègre aussi très bien à la tendance des ongles colorés.

« Maintenant, tout le monde porte de la couleur sur les ongles. C'est la grande tendance de l'industrie, » dit Belinda Thornhill, présidente de l'Académie et Maison de distribution Belmonda, à Pointe-Claire, au Québec, et distributeur du système au gel Soak Off.

La couleur est amusante et très tendance, mais l'utilisation d'un vernis demande beaucoup de temps et d'entretien, ce qui ne convient pas aux gens qui



## Bio Sculpture

Bio Sculpture offre une variété de gels fondants, tels que Royal Gel, Clear Gel, Sculpting Gel et plus de 150 gels de couleur qui ne s'écaillent pas. La méthode de trempage pour retirer le gel permet de préserver la santé et la force naturelle des ongles  
[www.biosculpturenails.com](http://www.biosculpturenails.com)



la cliente ne retourne au salon qu'à toutes les trois semaines, au lieu de la visite hebdomadaire pour le vernis à ongles. Si l'on compare un service de manucure (vernis à ongles) à 20\$, avec un service de gel de couleur (avec trempage) à 60\$, le prix est sensiblement le même (selon le salon mais les visites sont moins fréquentes pour la cliente.

On peut faire la publicité du système de gel avec trempage par les moyens traditionnels, tel que les enseignes et le bouche-à-oreilles, mais une façon encore plus efficace d'en faire la promotion est

de demander aux techniciennes du salon d'en porter.

se trouvent sur le marché du travail à temps plein et qui ont à peine le temps de s'occuper de leur famille. Les ongles en gel de couleur sont l'alternative "durable" par excellence.

Par contre, les ongles en gel ne sont pas parfaits. Pour les enlever, il faut les limer un par un, ce qui requiert beaucoup de temps, tant pour la cliente que pour la technicienne. Sans mentionner la poussière qui en résulte.

Les nouveaux systèmes de gel, tels que Soak Off, élimine l'étape du limage. « Vous trempez les ongles en gel dans la solution de trempage et le tout est joué : le gel fond complètement en cinq minutes, » dit Mme Thornhill. Le trempage apporte plusieurs bénéfices au spa qui utilise ce type de gel.

## Effet domino

« L'un des avantages les plus importants du gel de couleur qui s'applique et s'enlève facilement, est le potentiel de faire revenir les clientes qui ont choisi de retourner aux vernis à ongles traditionnels pour appliquer de la couleur sur leurs ongles, » dit Mme Thornhill.

Un autre avantage est que ces gels de couleur peuvent être appliqués (et retirés) par n'importe quelle employée du salon ou du spa, ce qui augmente les revenus tant pour le spa que pour les techniciennes.

« Les techniciennes en pose d'ongles n'ont pas besoin de suivre une nouvelle formation pour ce type de gel, dit Mme Thornhill. Une manucuriste peut aussi le faire, et toute autre professionnelle de la beauté peut facilement l'apprendre. De plus, comme l'application et le retrait ne prennent qu'une fraction du temps normalement alloué pour les ongles en gel, le volume de la clientèle peut substantiellement augmenter. »

Selon Mme Beaudry, les clientes vont préférer ce type de gel au service de manucure traditionnel pour plusieurs raisons. D'abord parce que le gel ne coûte pas plus cher que le vernis parce que

« Nos techniciennes portent des ongles en gel avec trempage et elles les adorent, dit Mme Beaudry. Cela démontre à quel point le produit fonctionne. Nos mains sont constamment mouillées ou couvertes d'huile. Et lorsqu'on effectue une pose d'ongles, on aime bien nous aussi avoir de beaux ongles. Si on fait la manucure d'une cliente et que le dissolvant à vernis affecte notre propre vernis, on a avantage à porter des ongles qui ne seront pas affectés par ce produit. »

« Ce type de système a été conçu pour les femmes qui n'ont vraiment pas de temps à consacrer pour une manucure à toutes les semaines, et qui n'ont également pas le temps de passer plusieurs heures au salon pour faire limer leurs ongles en gel, dit Mme Thornhill. Ce système offre le meilleur des deux techniques. » ❖



## Bellissima

Bellissima Bella Forma est un système de gel qui ne se soulève pas, qui n'écaille pas et qui n'endommage pas les ongles. Peut être utilisé tant sur les prothèses que sur les ongles naturels.

[www.bellissimagel.com](http://www.bellissimagel.com)

## Vea Spa

Les vernis gel Soak-Off, de Vea Spa, s'applique et fond au trempage en quelques minutes dans endommager les ongles naturels. La trousse comprend des gels de couleur, un déshydrateur, un "primer", un nettoyant, un désinfectant, un scellant et une lampe U.V. [www.belmonda.com](http://www.belmonda.com)



## OPI

Les vernis gel Axxium Soak-Off, de OPI, sont faciles à appliquer et s'auto-nivellent pour un résultat lisse et sans défauts. Idéal pour les occasions spéciales et les voyages. Période de trempage pour faire fondre : 15 minutes. [www.opi.com](http://www.opi.com)

## Élever les standards

Un groupe de professionnelles en soins des pieds, provenant de l'Amérique du Nord et du Royaume Uni, sont revenues de Saint Kitts, dans les Caraïbes, avec un Baccalauréat ès Sciences (B. Sc.) en podologie (sciences de la santé naturelle) issu du

Open International University for Complementary Medicines.

Les étudiantes qui avaient complété les niveaux un à quatre de la formation offerte au North American School of Podology (NASP) se sont réunies sur l'île des Caraïbes en février dernier pour participer à une retraite de cinq jours au bout de laquelle elles obtenaient leur baccalauréat. Elles ont travaillé dans des cliniques gratuites de soins des pieds, en collaboration avec l'équipe de médecins et de formateurs du NASP, pour soigner les pieds de plus de 600 patients.

« Les étudiantes se sont rendues à l'île pour compléter leur baccalauréat, dit Vicki Malo,

présidente du NASP, mais elles sont revenues avec un sentiment d'accomplissement envers leurs patients et de camaraderie envers leurs collègues d'études. Elles ne sont pas près d'oublier leur expérience sur l'île. » [www.podology.net](http://www.podology.net)



## « Innocence » sur la passerelle

Les mannequins qui ont défilé pour le couturier Tadashi Shoji portaient toutes le vernis Innocence, de China Glaze, sur les ongles de leurs mains et de leurs pieds. La chef manucuriste Julie Kandalec décrit les manucures transparentes comme un rose subtil qui a permis de créer un look naturel pour accompagner les tissus éclectiques du couturier.



## Mer et formation CND

L'automne dernier, des professionnelles de 74 spas, salons et académies se sont rassemblées pendant quatre jours à bord du RCCL Enchantment of the Seas pour une croisière-formation organisée par CND pour former les « grands maîtres CND ». Les participants ont reçu une formation intensive sur les soins SpaManicure et SpaPedicure, sur les ongles artificiels Liquid & Powder et sur les services de gel Brisa, en plus d'assister à la présentation des tendances 2009-2010.



Les récipiendaires du statut de Maître CND

## Poursuite légale terminée

OPI Products Inc. a annoncé la fin heureuse d'une poursuite contre Beauty Treats International, Co. qui fabriquait et vendait des vernis à ongles dont les emballages et les bouteilles étaient presque identiques à ceux d'OPI. La cour fédérale des États-Unis a émis une injonction permanente qui interdit Beauty Treats International, Co. de fabriquer et de vendre des produits similaires et de détruire l'inventaire de produits similaires en entier.

