

STAR WELLNESS

En croissance constante depuis sa création, la société poursuit son développement auprès des professionnels du spa, notamment en s'ancrant davantage à l'international.

Fondée en 2000 par **Valérie et Sydney Dalmayrac**, Star Wellness est une entreprise dédiée à l'agencement et au conseil dans l'univers du bien-être. Travaillant avec des professionnels de l'hôtellerie placés sur un segment **haut de gamme**, elle propose des services de conception et d'aménagement d'espaces. Elle est composée de trois pôles : le consulting, l'équipement et le spa management. Star Wellness a réalisé, en 2015, un chiffre d'affaires qui s'élève à **4 millions d'euros** et dont la moitié est générée par le **spa management**.

Missions

Valorisant une expérience de plus de 15 ans dans l'industrie du spa, Star Wellness vise à proposer un service sur mesure aux professionnels, en prenant en compte l'environnement global de l'établissement ainsi que leur clientèle. **Valérie Dalmayrac** est en charge de la direction des spas en gestion et assure ainsi la mise en place de la stratégie adéquate, la conception et la mise en œuvre des cartes de soins, de la formation, du recrutement ou encore la recherche de nouveautés bien-être. Par ailleurs, une stratégie marketing du spa est mise en place pour développer la visibilité du spa dans l'hôtel mais également auprès de la clientèle extérieure. Afin de proposer une **solution personnalisée** en accord avec le positionnement de l'établissement, Star Wellness collabore avec différents fournisseurs partenaires, qui sont tous axés sur le segment haut de gamme et répondant aux exigences de la fréquentation des spas. **Sisley, La Prairie, Clarins** ou encore **Bamford**, sont autant de marques de cosmétiques

avec lesquelles la société travaille pour la réalisation de la carte des soins ou encore la commercialisation des produits. Côté équipements, Star Wellness est le seul dépositaire français de la marque italienne **Starpool**, qui fabrique des saunas et des hammams ainsi que des spas. Le mur de sel et les cabines de sel sont également des équipements issus de cette même marque. Les zones réservées au fitness, dont la conception participe à 15 % de l'activité de Star Wellness, sont, quant à elles, équipées avec des produits **Technogym**. Afin de se rendre visible auprès des professionnels, la société mise sur des opérations de marketing on-line et offline ainsi que par une présence sur des événements internationaux. De plus, l'entreprise possède un showroom, qui présente les possibilités d'aménagement d'espaces bien-être.

Développement

Aujourd'hui, Star Wellness compte cinq spas en gestion et deux boutiques d'hôtels. Par ailleurs, plusieurs établissements bénéficient de services de consulting en management spas, comme l'**Hôtel Métropole Monte-Carlo** ou encore le **Phytomer Spa & Wellness** situé à Saint Malo (35). Parmi les spas gérés se trouvent : Spa Eden Roc de l'Hôtel du Cap-Eden-Roc (06), depuis 2006 ; le Spa Saint-Martin du Château Saint-Martin & Spa (06), depuis 2008 ; le Spa de l'Apogée (73), depuis 2013 ; Baumannière Le Spa (13), depuis 2012 ainsi que le Spa My Blend By Clarins (75) depuis 2016. D'ici à 2020, la société projette de réaliser deux ouvertures de spas par an et de générer un chiffre d'affaires de 12 millions d'euros. Elle a pour objectif de compter en gestion propre 16 sites, dont 8 situés à l'international. 🌐

3 QUESTIONS À

Sydney Dalmayrac, Directeur-général de Star Wellness

Quels sont vos projets de développement pour 2017 ?

Nous comptons poursuivre le travail que nous faisons en collaboration avec des spas haut de gamme et ainsi développer nos missions de consulting menées depuis la création de notre société. Concernant notre actualité, il est important de revenir sur un de nos projets concrétisés à l'automne dernier au Spa My Blend By Clarins au Royal Monceau à Paris. Nous avons repris en main la partie gestion tout en conservant la marque Clarins comme partenaire cosmétique : notre objectif était d'amener notre griffe sur quelque chose qui n'était pas viable mais le devient progressivement.

Comment choisissez-vous les marques avec lesquelles vous collaborez ?

Que ce soit en matière de cosmétique ou d'équipements, nous travaillons avec des marques qui sont placées sur le segment du haut de gamme afin de répondre aux attentes des établissements avec lesquels nous collaborons. Notre priorité est de prendre en compte l'environnement global de l'espace pour penser ensuite à la sélection des fournisseurs partenaires. Nous avons avant tout une démarche placée sous le signe de l'expérience personnalisée. C'est d'ailleurs ce qui nous différencie des franchises. Le choix d'une marque de cosmétique va être orienté par rapport aux tarifs pratiqués par l'hôtel et au pouvoir d'achat de la clientèle. Quant aux équipements, plus le positionnement est haut de gamme, plus nous sommes en mesure d'installer des infrastructures innovantes.

Comment appréhendez-vous l'évolution du spa ?

Bien sûr, il est important de prendre en compte la technologie qui arrive dans l'univers du spa. Il est important d'être en veille, de repérer les nouveaux équipements ainsi que les cosmétiques qui se distinguent par leur caractère innovant. Il y a également « l'innovation sociale » : il s'agit d'adopter une démarche RH tout en continuant à faire des efforts, à proposer de nouvelles idées, toujours adaptées en fonction du contexte et de l'environnement.

www.starwellness.com

FICHE TECHNIQUE

Fondateurs : Valérie et Sydney Dalmayrac

Date de création : 2000

Show-room : Palais des congrès, Antibes – Juan-les-Pins

Spas en gestion : Spa Eden Roc de l'Hôtel du Cap-Eden-Roc (06), le Spa Saint Martin du Château Saint-Martin & Spa (06), le Spa

de l'Apogée (73), Baumannière Le Spa (13), et le Spa My Blend By Clarins (75)

Partenaires cosmétiques : Sisley Paris, Clarins, La Prairie, Bamford

Fournisseurs d'équipements : Starpool, Technogym, Lemi, Porteril

Logiciel ERP : Spa Booker