DOC. HILTON VILAMOURA

LE PORTUGAL dans la course

Situés pour l'essentiel dans les hôtels haut de gamme, les spas font l'objet d'un véritable engouement. Les projets d'envergure fourmillent et se concentrent dans l'Algarve et les grandes villes.

Que le marché du spa soit en plein boom au Portugal, cela ne fait aucun doute, à en juger par les inaugurations récentes et les nombreux projets annoncés. *«Ce mouvement a commencé il y a plus de deux ans, à travers les* day-spas *et les hôtels 5 étoiles ou de charme ; la croissance reste très forte»,* explique Martin Goldmann, directeur général du groupe Azur Ambiente, l'un des principaux équipementiers du pays avec Sorisa, Step et Unique Spa. Selon une étude réalisée par Deloitte en 2005, on en dénombrait alors environ 2 000 au Portugal... *«Mais seulement 10% méritent réellement ce nom !»,* avertit Pedro Toscano, directeur général de 7 Seven Spa (groupe Imocom), qui s'est lancé récemment dans la conception et l'exploitation d'espaces haut de gamme à sa marque. Une première dans le pays, selon le dirigeant.

Preuve de la vitalité du secteur : pour la première fois l'année dernière, un symposium mis en place par Millenium Organisation et Azur Ambiente a réuni 130 congressistes à Lisbonne. Étant donné son succès, l'opération aura lieu de nouveau en novembre. Il est vrai que le Portugal dispose de nombreux atouts, à commencer par le nombre de jours d'ensoleillement et la douceur de son climat, qui en font une destination touristique séduisante, à une ou deux heures d'avion des principales capitales européennes. Les chiffres parlent d'eux-mêmes : le tourisme y représente 9% du PIB et, en 2006, 66% des 11,3 millions de touristes provenaient d'Espagne, du Royaume-Uni, de France et d'Allemagne. S'y ajoutent des prix attractifs et la multiplication des packages golfs et spas. Une combinaison gagnante qui peut contribuer à faire du pays une destination spa. ›››

G. VICTORIA/FOTOLIA

La côte Algarve, au sud du pays, où se concentre un nombre élevé de projets.
The Algarve coast, in Southern Portugal, where numerous projects are located.

1

2

1-2. Le spa du Hilton de Vilamoura vient d'être inauguré sur 2 800 m².

1-2. The Hilton spa in Vilamoura has just opened, expanding on 2,800 sq m.

Pedro Toscano, directeur de 7 Seven Spa.

7 Seven Spa director Pedro Toscano.

7 Seven Spa exploite à Lisbonne un spa dans un centre de fitness.

7 Seven Spa runs a spa housed in a fitness club in Lisbon.

A lively scene in PORTUGAL

Located mostly in top-end hotels, spas are enjoying unprecedented popularity. Large-scale projects are in progress, especially in the Algarve and large cities.

The spa boom has come to Portugal, as evidenced by a string of new openings and announcements of upcoming projects. "The move started more than two years ago through day spas and upmarket hotels, and growth is still very strong," reports Martin Goldmann, managing director of the Azur Ambiente group, one of Portugal's main equipment suppliers along with Sorisa, Step and Unique Spa. A 2005 study by Deloitte counted about 2,000 spas in Portugal, "But only 10% deserve the name," warns Pedro Toscano, general manager of 7 Seven Spa (Imocom group). His company recently began specializing in the design and operation of top-end spas under its own brand, the first one to do so in Portugal, according to Toscano.

Further proof of the sector's vitality is the first symposium hosted by Millenium Organization and Azur Ambiente last year, with 130 participants in Lisbon. The success was such that the organizers plan a second fair in November. It is true that Portugal has many advantages for the spa industry, starting with its mild, sunny climate, which makes it an attractive destination, only an hour or two by airplane from the main European capitals. Tourism represents 9% of Portugal's GDP, with 11.3 million visitors in 2006. Prices are low and many operators offer golf-spa packages, a winning combination that could help make Portugal a premier spa destination.

A series of projects

Like everywhere else, the market is concentrated in the top-end hotels. According to Deloitte, they represent 70% of the well-being market, with the remaining 30% divided among fitness clubs, day spas, thermal springs, beauty institutes and hair salons. A series of new spa projects are planned in the Algarve, a region known for its resorts and home to 60 five- and four-star ›››

DES ESPACES QUI DÉCOIFFENT

■ Parallèlement aux spas d'hôtel et *day-spas* «classiques», d'autres types d'initiatives émergent. Ainsi, une expérience pilote est menée par la marque haut de gamme Lucia Piloto, qui possède dix salons de coiffure au Portugal, principalement entre Lisbonne et Porto. Le premier espace du genre vient d'ouvrir ses portes dans le plus grand salon de la chaîne, à Lisbonne, sur 800 m², en partenariat avec la marque Matis.

HAIR SALONS TAKE HOLD

■ *In parallel with the "conventional" day spas and hotel spas, other types of projects are looming up. The upmarket haircare brand Lucia Piloto, which operates 10 hair salons in Portugal, is experimenting with a spa concept. Its first well-being space recently opened in Lisbon: 800sq m in the chain's biggest salon, developed in partnership with the Matis brand.*

1

2

3

1-2-3. Salle de soin thalasso, bassin, piscine du Real Spa Marine, inauguré en mars sur le site historique du Grande Real Villa Italia, à Cascais.
***1-2-3.** A thalasso treatment room, a pool and a swimming pool opened in March on the historical site of the Grande Real Villa Italia, in Cascais.*

›› Comme partout ailleurs, le marché se concentre dans les hôtels haut de gamme. Selon Deloitte, ils représentent 70% de l'offre, les 30% restants se répartissant entre les clubs de fitness, *day-spas*, thermes, instituts et coiffeurs. Les projets foisonnent, principalement dans l'Algarve, haut lieu de villégiature (avec 60 hôtels 5 et 4 étoiles), mais aussi à Lisbonne, la capitale (68), Cascais, le Saint-Tropez portugais (17), Porto (35) et sur l'île de Madère (37). Bref, dans des endroits à forte concentration urbaine et touristique, qui drainent aussi une population régionale : Lisbonne n'est qu'à une demi-heure de voiture de Cascais, et à deux heures de l'Algarve. *«C'est devenu une obligation pour les 5 étoiles ; les hôtels commencent à comprendre la plus-value apportée par un spa»,* note Pedro Toscano.

Des spas ouverts sur l'extérieur

Et les projets ne manquent pas au sein de 7 Seven Spa. Il faut dire que le groupe Imocom, spécialisé notamment dans la construction de bureaux, centres commerciaux et hôtels, bénéficie d'un accord de préférence pour le développement des chaînes du groupe Hilton au Portugal. Alors que sa filiale vient d'inaugurer un immense spa au Hilton de Vilamoura *(lire p. 27),* dans l'Algarve, elle compte au moins huit projets d'ici à 2010. Le prochain, prévu pour 2009 au Conrad Palacio de Valverde Resort & Spa, promet d'être spectaculaire, puisqu'il prendra place sur 1 500 m² à Quinta do Lago (Algarve), dans un 6 étoiles – le premier du pays – avec près de 10 000 m² de jardins extérieurs. *«Au Portugal, nous avons la possibilité de créer des spas holistiques largement ouverts sur l'extérieur, ce qui n'est pas toujours le cas dans les autres pays européens»,* se réjouit le jeune dirigeant. Autres ouvertures programmées en 2008 : 300 m² au sein du Monte Santo Resort, à Carvoeiro (Algarve), et le 7 Seven Spa Wine Cartaxo, fondé sur les vertus du raisin et du vin, dans un complexe (hôtel, centre de congrès, salle de spectacles, centre équestre) situé à 130 kilomètres de Lisbonne.

Des acteurs de poids

Reste qu'Imocom n'est pas le seul à s'intéresser au marché. Le groupe Sonae (industrie, distribution, centres commerciaux, télécommunications) vient de se lancer dans la course avec l'ouverture, en septembre, d'un spa au Porto Palacio Hotel, un 5 étoiles dont il est propriétaire, en plus de quatre «appart-hôtels» et d'un autre établissement. S'étendant sur 1 500 m² et trois niveaux, ce spa abrite en exclusivité la marque française L'Occitane, inaugurant ainsi le premier spa By L'Occitane du Portugal. *«Si les tendances sont plutôt portées sur les ambiances asiatiques, nous avons choisi de travailler dans les tons méditerranéens, en cohérence avec l'image et l'expertise de L'Occitane»,* explique Valérie Jaminet-Reysset, consultante pour Spa Concept Portugal sur ce projet. Distribuée par Baunilha Bourbon, la marque provençale devrait prochainement faire son entrée dans trois autres spas d'hôtels haut de gamme, confirmant sa volonté de se déployer dans ce circuit en Europe du Sud (*lire CosmétiqueSpa n°1*).
Autre intervenant majeur : le groupe hôtelier Hotéis Real, qui exploite trois spas dans des 4 ou 5 étoiles. Après avoir inauguré en mars, sur 1 000 m², le Real Spa Marine sur le site historique du Grande Real Villa Italia, à ›››

«Le mouvement a commencé depuis deux ans et le marché reste en forte croissance.»

«The move started more than two years ago and growth is still very strong.»

Martin Goldman, directeur général du groupe Azur Ambiante.

›› hotels. The country's other luxury hotels are mostly found in the Lisbon (68), Cascais (17), Porto (35) and Madeira Island (37). These are all places that draw tourists as well as regional visitors: Lisbon is only a half-hour drive from Cascais, and two hours from the Algarve. "A spa has become a must for the five-stars," Toscano says.
7 Seven Spa still has numerous projects, largely because its owner, the Imocom construction group, has a preferential agreement with Hilton for the development of its hotels in Portugal. They recently completed a huge spa at the Hilton in Vilamoura in the Algarve (see p.27), and there are at least eight more openings scheduled between now and 2010. The next one, set for 2009 in the Conrad Palacio de Valverde Resort & Spa complex in the Algarve, is sure to be spectacular: a 1,500 sq m space in the country's first six-star hotel with nearly 10,000 sq m of grounds. "In Portugal we can create holistic spas opening outdoors, which is not always possible in other European countries," Toscano says.
Other new spaces will open in 2008: a 300 sq m spa in the Monte Santo Resort in Carvoeiro (Algarve), and the 7 Seven Spa Wine Cartaxo, offering grape- and wine-based treatments in a complex including a hotel, a convention center, a performance hall and a riding academy, 130 kilometers from Lisbon.

Important groups investing

Besides Imocom, the Sonae group (industry, distribution, shopping centers and telecom) has joined the race with the opening of a spa in its five-star Porto Palacio Hotel in September. Spanning 1,500 sq m over three levels, the space features the French brand L'Occitane. "The trend is more for Asian decors, but we decided to create a Mediterranean ambience in keeping with L'Occitane's image," explains Valérie Jaminet-Reysset of Spa Concept Portugal, who worked on the project as a consultant. Distributed by Baunilha Bourbon, the Provençal brand should soon launch three other top-end hotel spas, as a means to expand in southern Europe (see *CosmétiqueSpa* #1).
Another major player is the Hotéis Real hotel group, which operates three spas in four- and five-star hotels. After opening the 1,000 sq m Real Spa Marine on the historical site of the Grande Real Villa Italia in Cascais last March, Hotéis Real has two other projects : a thalasso- ›››

Martin Goldman, managing director of the Azur Ambiante group.

LES MARQUES sur la brèche

Expertise et antériorité obligent : ce sont essentiellement les marques françaises (Académie, Phytomer, Decléor, Clarins, Anne Sémonin, Matis, L'Occitane, Nuxe...) et anglophones (Espa, Elemis depuis peu) qui se sont installées sur le marché, la griffe italienne Comfort Zone ayant aussi trouvé sa place. Parmi les sociétés bien implantées figure Phytomer. Le spécialiste en cosmétique marine est présent, entre autres, dans trois spas du groupe hôtelier Hoteis Real et dans plusieurs *day-spas. «Nous travaillons surtout avec les instituts, mais nous avons mis en place depuis un an une stratégie de développement pour nous introduire dans les spas»,* déclare Ana Bispo, directrice commerciale de Ed Roque, son distributeur. Decléor, distribuée par Sorisa comme la ligne espagnole Germaine de Capuccini, fait aussi figure d'exemple. La marque a démarré il y a quatre ans dans les spas d'hôtels haut de gamme, et les projets sont nombreux. Elle travaille aussi avec les *day-spas*, à l'instar du Men's Day à Lisbonne, dédié aux hommes. Preuve que le marché, loin d'être uniforme, offre déjà un visage contrasté. ■ V. D.

A melting pot of BRANDS

Backed by their expertise and experience, a great many French brands (Académie, Phytomer, Decléor, Clarins, Anne Sémonin, Matis, L'Occitane, Nuxe, etc.) and UK brands (Espa and more recently Elemis) are operating in Portugal. The Italian brand Comfort Zone has also found its place. Marine cosmetics specialist Phytomer enjoys a strong presence, with three spas of the Hotéis Real group and a number of day spas. "We work mostly with beauty institutes, but we have also initiated a development strategy targeting spas," reports Ana Bispo, marketing director of Phytomer's distributor Ed Roque. Another example is Decléor, distributed by Sorisa. The brand arrived in Portuguese hotel spas four years ago and has many projects underway. Today it is also working with day spas, like Men's Day in Lisbon, as a proof of the multifaceted nature of this fast-changing market. ■ V. D.

LES DAY-SPAS en pleine forme

Si les spas d'hôtel se multiplient, les *day-spas* ne sont pas en reste. Installés dans les grandes villes, ils sont souvent liés, pour le moment, aux clubs de fitness. Lorsqu'il ne s'agit pas d'instituts rebaptisés fort opportunément spas… *«Il est difficile d'ouvrir de véritables* day-spas*, car il faut être bien situé et attirer une clientèle suffisante. La présence d'un centre de fitness permet de drainer une partie des clients. Dans notre spa de Lisbonne, le premier que nous avons ouvert en novembre 2005, 60% viennent du club de fitness et nous réalisons un panier moyen de 100 euros»,* assure Pedro Toscano. Reste que l'acteur le plus offensif sur ce créneau est Holmes Place Iberia. Spécialisé dans les centres de fitness avec 15 unités au Portugal, le groupe a décidé d'installer des spas dans tous ses futurs clubs. Trois spas Zensations ont déjà ouvert ; cinq autres verront le jour d'ici à la fin de l'année, et quatre en 2008. Confrontée au *turnover* de ses praticiens, la société a pris le taureau par les cornes en ouvrant à Lisbonne son propre centre de formation. Au menu : initiation à l'accueil et à l'écoute des clients, formation sur les ventes, le matériel de spa et le management. ■ V. D.

DOC. HOLMES

A bright day for DAY SPAS

Hotel spas may be booming in Portugal, the country is also home to many day spas. Concentrated in big cities, most are linked to fitness clubs. And some are beauty institutes that have taken on the name "spa" to get in on the trend. "It's hard to open a genuine day spa, because you need to be well located and able to draw enough clientele," comments Pedro Toscano. "A fitness center generates clients. In our Lisbon spa (our first, opened in November 2005), 60% of the clients come from the fitness club and the average spend is €100." The most active player on this market is Holmes Place Iberia. A specialist in fitness centers with 15 units in Portugal, the group has decided to open spas in all of its future clubs. Three "Zenzations" spas are already in operation, to be followed by five more by the end of the year, and another four in 2008. To deal with its staff turnover problem, the company has opened its own training center in Lisbon, with a program covering client relations, sales training, spa equipment and management. ■ V. D.

›››

Cascais, la société portugaise a deux autres projets dans ses cartons : un spa-thalasso en 2009 au Real Marina Hotel & Spa (5 étoiles), à Olhao, et un espace bien-être en 2010 au Grande Real Quinta do Barao Hotel & Spa (5 étoiles), à Carcavelos.

Des freins au développement

L'attrait des spas au Portugal n'est donc plus à démontrer. Tout le monde peut-il y gagner ? La réponse est évidemment non, comme partout ailleurs. *«Peu de spas gagnent de l'argent. La croissance numérique provient principalement de petits opérateurs, qui ont des taux élevés de fermeture dans les 12 à 18 mois qui suivent leur ouverture. Quant aux hôtels, dans la plupart des cas, ils perdent de l'argent,* assure Nick Coutts, directeur général de Holmes Place Iberia, qui a décidé d'implanter un spa dans tous ses centres de fitness (*lire p. 20*). *Notre objectif est d'atteindre notre seuil de rentabilité dans les six mois après l'ouverture, mais nos meilleurs spas l'ont déjà atteint après deux mois.»* *«Si les hôtels ressentent comme une obligation l'ouverture d'un spa, ils ne la perçoivent pas encore comme une opération financière. Pourtant, c'est un argument crucial pour augmenter le taux d'occupation des chambres»,* nuance Valérie Jaminet-Reysset. Avant d'ajouter : *«Il y aura forcément saturation du marché ; la régulation interviendra d'ici à cinq ans».*

1

2

3

1. Le Holmes Place Iberia a décidé d'installer des spas dans tous ses futurs clubs.
2. Valérie Jaminet-Reysset, consultante pour Spa Concept Portugal.
3. Nick Coutts, directeur général de Holmes Place Iberia.

›››

spa in the Real Marina Hotel & Spa (five-star) in Olhao in 2009, and a well-being space at the Grande Real Quinta do Barao Hotel & Spa (five-star) in Carcavelos in 2010.

Obstacles to development

No doubt Portugal offers a very favorable setting for spas. Yet, as on any market, success is by no means certain. "Not many spas earn money," says Nick Coutts, managing director of the Holmes Place Iberia (*see p.20*). "Numeric growth comes mostly from small operators, many of which close within 12 to 18 months after opening. As for the hotels, most of them lose money [on their spa]. Our goal is to break even after six months, but our best spas have reached that point after two months." According to Jaminet-Reysset, "The hotels consider a spa an obligation, but it's not yet seen as a profit-making operation. Still, it can be a crucial factor for increasing occupancy. The market has to reach saturation some time. [I think] the adjustment will take place within the next five years."
Meanwhile, the sector should try to overcome certain obstacles : the lack of specific regulations or a professional body representing the profession, problems related to training, high staff turnover… These are crucial issues for the industry worldwide, but they have not prevented the "spa fever" from spreading. At least not yet. Developers are focusing on the Costa Vicentina, the farwestern part of the Algarve, which so far had escaped the expanding of tourist infrastructures.
The Portuguese group Pelicano is investing €200m in a project called Herdade do Pinheirinho, with two hotels, four residence hotels, three condominiums and a 27-hole golf course. Costa Terra, a project by the Swedish group Volkart, has a budget of €500m for three suite hotels, four condominiums, five residence hotels, a golf course, a riding academy, a sports medicine clinic and an ecumenical center. And all of this development can only mean more opportunities for spas. ■ V. D.

1. The Holmes Place Iberia decided to open spas in all their fitness clubs to come.
2. Valérie Jaminet-Reysset, a consultant for Spa Concept Portugal.
3. Nick Coutts, managing director of the Holmes Place Iberia.

Dans l'intervalle, le secteur devra tenter de régler certains freins à son développement. Comme, par exemple, l'absence de réglementation et d'organisme représentatif de la profession, ou les problèmes liés à la formation et au *turnover* important des équipes. Autant de points cruciaux que l'on retrouve à l'échelle internationale, mais qui ne sauraient empêcher la fièvre du spa de se répandre. Pas encore.

Des projets de taille

Déjà, les promoteurs immobiliers travaillent sur la Costa Vicentina, la partie la plus occidentale de l'Algarve, qui avait échappé jusqu'ici au développement d'infrastructures touristiques. Ainsi, le groupe portugais Pelicano voit grand avec son projet de 200 millions d'euros, «Herdade do Pinheirinho», qui comprend la construction de deux hôtels, quatre «appart-hôtels», trois *condominiums* et un golf de 27 trous. Quant au Costa Terra, projet du groupe suédois Volkart, il devrait nécessiter un investissement de 500 millions d'euros pour la construction de trois «suite-hôtels», quatre *condominiums*, cinq «appart-hôtels», un golf, un centre équestre, une clinique de médecine sportive et un centre œcuménique. Autant de chantiers où les spas auront sans aucun doute leur place. ■

VALÉRIE DEMON

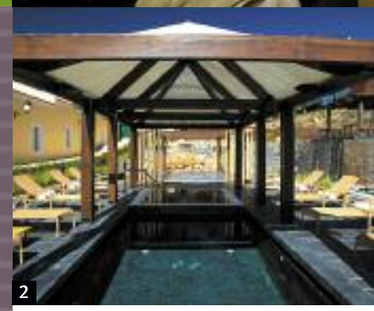
DEUX FIGURES DE PROUE

■ Si le développement du marché s'accélère, des précurseurs font figure d'exemple, à l'image du Ritz (Four Seasons, 5 étoiles), à Lisbonne, dont le spa de 1 500 m² a été créé en partenariat avec le Britannique Espa. Inauguré fin 2003 dans un luxe d'espace, ce lieu à l'ambiance zen abrite une magnifique piscine, quatre cabines seulement (marque exclusive : Espa ; 750 soins en moyenne par mois), un sauna, un hammam… Autre réalisation exemplaire : le spa Six Senses (1 500 m², neuf cabines, une cabine suite) du Penha Longa Hotel & Golf Resort (5 étoiles), à Sintra. Ouvert en juin 2005 en pleine nature et centré sur l'aromathérapie, il accueille 500 à 600 clients par mois. Dépense moyenne : 87 euros.

TWO KEY FIGURES

■ The dynamic market in Portugal owes its beginnings to trailblazers such as the Ritz (five-star, Four Seasons group) in Lisbon, which opened a 1,500 sq m spa in partnership with Espa in 2003. This zen-look, opulent space offers a magnificent pool and four cabins (750 treatments per month using the Espa brand in exclusivity), a sauna, hammam, etc. Another project that can serve as an exemple was the Six Senses spa (1,500 sq m, nine cabins, one suite cabin) in the Penha Longa Hotel & Golf Resort (five-star) in Sintra. Opened in June 2005, this aromatherapy-oriented space welcomes 500 to 600 clients per month, who spend an average of €87.

1



2

1. Le Four Seasons du Ritz, à Lisbonne : un spa de 1 500 m² à l'ambiance zen.
2. Le Six Senses du Penha Longa, à Sintra, accueille 500 à 600 clients par mois.

1. The Ritz Four Seasons in Lisbon : a 1500 sq m spa with a zen feel.
2. The Penha Longa Six Senses in Sintra hosts 500 to 600 clients per month.