



JUILLET 2024

THALASSOTHÉRAPIE ET SPAS

L'innovation et la diversification au cœur de la croissance du marché



DANS CE DOSSIER

SYNTHÈSE DU MARCHÉ	3
Définition et périmètre d'étude	3
Le marché mondial du bien-être, du Spa et de la Thalassothérapie.....	4
Marché national	7
ANALYSE DE LA DEMANDE	11
Le rapport des Français à la Thalassothérapie et aux Spas	11
Les attentes de la demande française	17
Facteurs indirects de la demande	19
Saisonnalité de la demande	22
STRUCTURE DU MARCHÉ	24
Structure de marché des thalassos et des spas	24
Structure des établissements Français et répartition géographique.....	25
Concurrence et complémentarité : thalasso vs spa	29
Une forte concurrence internationale.....	30
RÉGLEMENTATION	31
Régulation actuelle	31
POSITIONNEMENTS INNOVANTS DES ENTREPRISES	32
Etat des lieux des entreprises phares.....	32
Diversification de l'activité des Thalassos : intégration des activités sportives.....	33
Innovation dans les soins médicaux : une approche holistique.....	34
L'expérience des spas sensoriels.....	36
VOIES DE DÉVELOPPEMENT DES ACTEURS	38
Ouverture à deux types de clientèle	38
Intégration de solutions écoresponsables	40

1. Synthèse du marché

1.1 Définition et périmètre d'étude

Il est important de distinguer la thalassothérapie et les spas, puisqu'ils recouvrent deux activités différentes. Le terme de **thalassothérapie**, généralement abrégé en « thalasso », fait référence à tous les **soins thérapeutiques et de bien-être** qui peuvent être prodigués à l'aide de **substances issues du milieu marin** (eau de mer, boue...).

Généralement recommandée dans le cadre de fatigues et arthroses, **la thalasso doit indispensablement être située au bord de la mer ou de l'océan** (Manche, Atlantique et Mer Méditerranée).

Un spa, quant à lui, n'a pas de telles obligations à respecter. **Synonyme de bien-être et de luxe**, un spa apporte au client un moment de confort via des traitements de la peau, des soins de beauté et des séances de relaxation. Alors que la plupart des spas sont gérés indépendamment, certains se sont créés dans des hôtels luxueux.

Le **marché mondial des spas en 2022** était évalué à **104,5 milliards de dollars avec un taux de croissance annuel moyen** (TCAM) projeté de **8,3% de 2022 à 2027**. Le **marché mondial des thalassothérapies et du thermalisme** était lui évalué à 46,3 milliards de dollars avec un **TCAM estimé à 14,3% de 2022 à 2027**. Le marché mondial du bien-être, qui inclut les spas et la thalassothérapie, a été évalué à 5 600 milliards de dollars en 2022. Ce secteur connaît une **croissance continue**, avec des prévisions de hausse atteignant 8 500 milliards de dollars d'ici 2027.

En France, le marché de la thalassothérapie et des spas représente une part significative de l'économie du bien-être, bien que sa croissance soit plus modérée comparée au marché mondial. Entre **2020 et 2022, le secteur a enregistré une augmentation de 11,6 % de sa valeur**. La France se classe parmi les leaders mondiaux, étant **le troisième plus grand marché pour les spas en termes de chiffre d'affaires en 2022**. La thalassothérapie est une véritable spécificité française, la France se positionne en **tête mondiale avec environ 56 centres de thalassothérapie en 2024**.

Le marché français est dominé par des **groupes établis tels que Thalazur, Thalassa Sea & Spa (groupe Accor), et Relais Thalasso**. Ces acteurs offrent des programmes de soins variés et innovants. De nouveaux entrants et startups, ainsi que des plateformes de réservation en ligne comme Thalasseo, ont également fait leur apparition, augmentant la compétition et diversifiant l'offre disponible pour les consommateurs.

Les tendances récentes montrent une **innovation constante dans les services proposés, avec l'introduction de nouvelles technologies** comme la cryothérapie et des soins de bien-être préventifs. Les plateformes digitales ont modifié la façon dont les consommateurs réservent leurs séjours, offrant souvent des réductions attractives. De plus, la demande pour des services de bien-être a été amplifiée par la pandémie, avec un **accent accru sur la gestion du stress et la santé mentale**. Les centres de thalassothérapie et les spas continuent de s'adapter à ces évolutions pour répondre aux attentes croissantes des clients.

1. Synthèse du marché

1.2 Le marché mondial du bien-être, du Spa et de la Thalassothérapie

Vue d'ensemble sur le marché mondial du bien être : un marché d'une valeur de 5 600 milliards de dollars en 2022

Lors du dernier Global Wellness Summit, le *Global Wellness Institute* a présenté les toutes nouvelles données du marché du bien-être, montrant la croissance du marché depuis la crise sanitaire ainsi que les perspectives de croissance jusqu'en 2027, année où le marché devrait atteindre **8 500 milliards de dollars**. La France se place 6ème dans le classement mondial avec un marché du bien-être d'une valeur de 172 milliards de dollars. On note en France une croissance de la valeur du marché de 11,6% de 2020 à 2022. [[Global Wellness Institute 2023 report](#)]

Secteurs	Taille de marché 2022 de l'économie mondiale du bien-être en milliards de dollars USD
Alimentation saine, nutrition et perte de poids	1079 milliards de dollars \$
Activité physique	976 milliards de dollars \$
Tourisme de bien-être	651 milliards de dollars \$
Santé publique	611 milliards de dollars \$
Immobilier de bien-être	398 milliards de dollars \$
Bien-être au travail	51 milliards de dollars \$
Spas	105 milliards de dollars \$
Sources thermales	46 milliards de dollars \$
Soins et beauté	1089 milliards de dollars \$
Bien-être mental	181 milliards de dollars \$

Source : [Global Wellness Institute \(2023 report\)](#)

Le marché mondial du spa

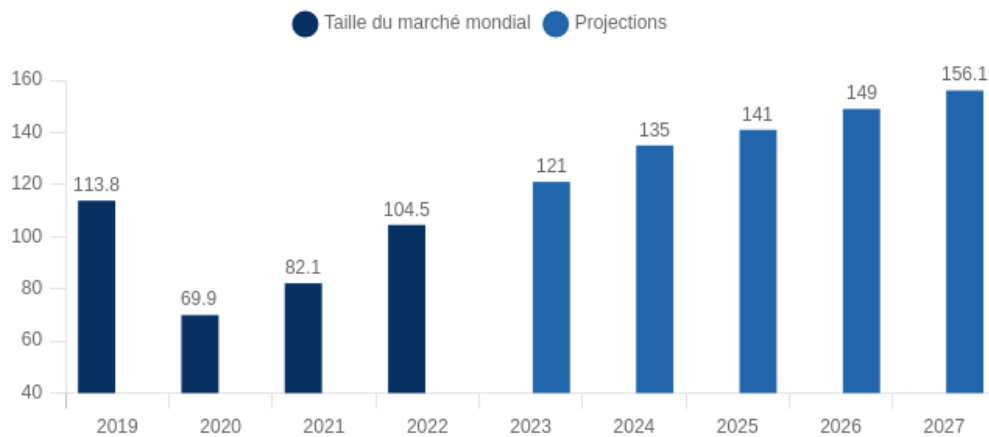
Le marché mondial du spas en **2022** était évalué à **104,5 milliards de dollars** et devrait atteindre **156,1 milliards de dollars d'ici 2027**. On note un taux de croissance annuel moyen (TCAM) de **22,3% de 2020 à 2022** ainsi qu'un **TCAM projeté de 8,3% de 2022 à 2027**.

L'évolution et la demande croissante vers les activités de santé et de bien-être, associée à l'innovation de l'offre des spas, devrait stimuler la croissance du marché.



Evolution de la taille de marché mondial du spa

Monde, 2022-2027, en milliards de dollars



Source : [Global Wellness Institute 2023 Report](#)

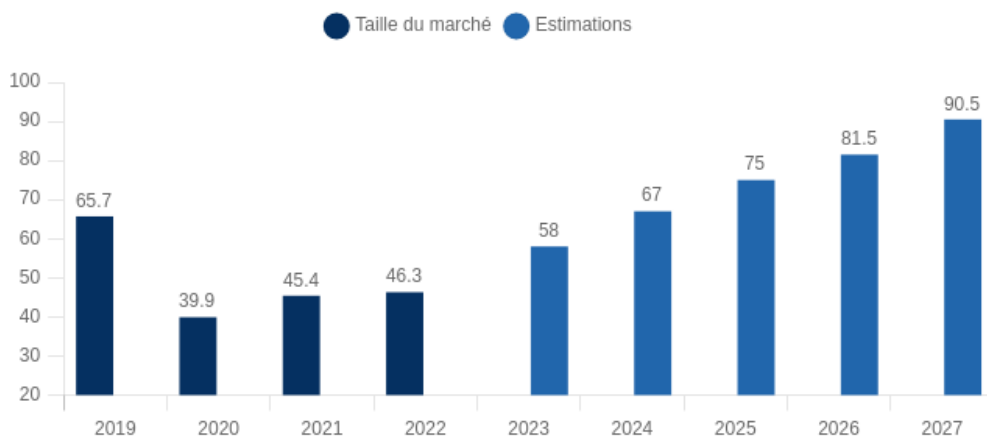
Le marché mondial de la Thalasso

En 2022, le marché mondial de la Thalasso était évalué à **46,3 milliards de dollars**, contre **65,7 milliards de dollars** en 2019 (**soit une baisse de 29,5%**). Le marché sort néanmoins progressivement la tête de l'eau avec un TCAC de 7,7% de 2020 à 2022, ainsi qu'un TCAC projeté considérable de **14,3%** sur la période 2022-2027. Ainsi, en 2027, le marché mondial de la thalasso devrait atteindre **90,5 milliards de dollars**. [[GWI - Page.73](#)]



Taille du marché mondial de la Thalassothérapie et du Thermalisme

Monde, 2019-2027, en milliards de dollars



Source : [GWI - Page.73](#)

En 2021, la France se distingue comme la **1ère destination mondiale** avec **56 centres**. [[AJ Conseil](#)].

1. Synthèse du marché

1.3 Marché national

Aperçu du marché français de la thalasso et des spas en France : approche par L'INSEE

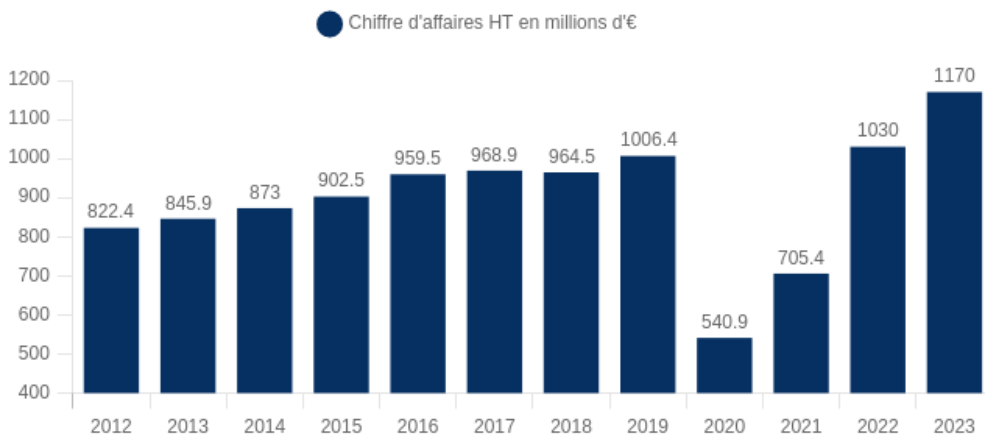
Nous pouvons analyser le code **NAF 96.04Z** intitulé "Services d'entretien corporel" qui comprend

- Les services liés au bien-être et au confort physique, tels que ceux fournis par les bains turcs
- saunas et bains de vapeur, solariums, stations thermales, instituts d'amaigrissement et d'amincissement, instituts de massage (à l'exclusion des massages thérapeutiques), etc.

Methodologie et calcul : nous disposons du chiffre d'affaires de ce code NAF en 2015, qui s'élève à 902,481 millions d'euros. L'INSEE met à jour annuellement l'évolution du chiffre d'affaires en base 100 en 2015. Ainsi, il est possible de calculer l'évolution du chiffre d'affaires de ce code NAF, en utilisant la formule suivante : $CA_{2015} \times \text{indice année } n / 100$. Le graphique ci-dessous nous montre ainsi l'évolution du secteur, entre 2012 et 2023.

Evolution du chiffres d'affaires HT du code NAF 9604Z "Services d'entretien corporel"

France, 2012-2023, en millions d'euros



Source : [INSEE - Traitement Businesscoot](#)

Plusieurs choses sont donc à analyser sur ce graphique.

Tout d'abord, on remarque que le marché a été en croissance continue entre 2012 et 2019 (hormis une légère baisse de CA en 2018). Entre 2012 et 2019, le marché des services d'entretien corporel est passé de **822,4 millions d'euros** à **1,06 milliards d'euros** en 2019, soit une augmentation de **22,3%** en **8 ans**.

On remarque ainsi que le marché avait atteint son pic en 2019, en passant la barre du milliard, mais que la crise sanitaire a négativement impacté le secteur.

On observe alors une chute du chiffre d'affaires, qui s'est quasiment divisé par **2** (1,86) ce qui représente une baisse de **46,25%** de l'activité. En 2020, le marché a donc réalisé un chiffre d'affaires de **540,9 millions d'euros**. Le rebond mécanique est là en 2021, mais l'on ne parvient toujours pas aux résultats de 2019. Entre 2020 et 2021, le marché connaît une croissance de **30%** pour passer de **504,9 millions d'euros** à **705,4 millions d'euros**.

Entre **2020 et 2023**, le marché des services d'entretien corporel a connu une **croissance spectaculaire, augmentant de 116,27%**. Cette forte augmentation indique un **rebond** et une **croissance au-delà des niveaux pré-pandémie**, soulignant une reprise robuste et une expansion continue du marché.

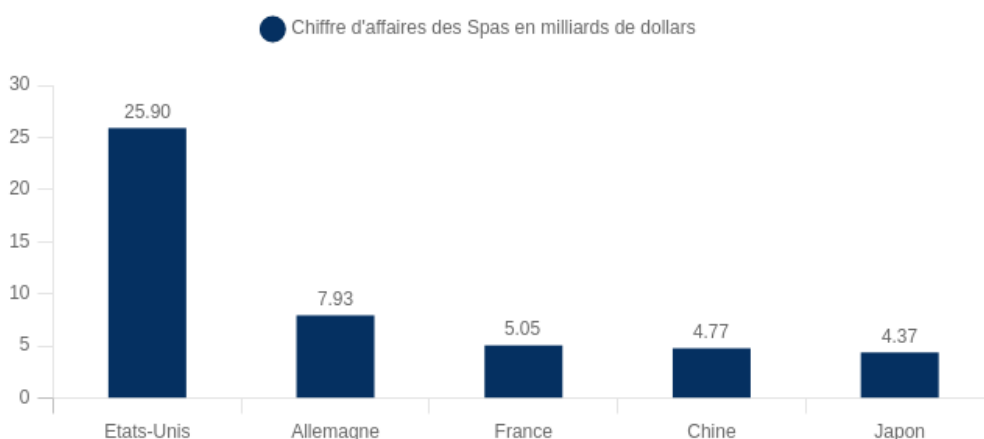
Cependant, le rapport du *Global Wellness Institute* contraste les données de l'INSEE. En effet, d'après cette source, le marché du spa en France est associé à un chiffre d'affaires de 5,05 milliards de dollars en 2022, et celui de la thalasso et thermalisme à 0,53 milliard de dollars la même année, soit un total de **5,58 milliards pour le marché total du spa, de la thalasso et thermalisme en 2022**. Cette estimation de la taille du marché est ainsi environ 5 à 6 fois plus élevée que celle calculée en 2022 à partir des chiffres de l'INSEE (cf graphe précédent).

Les différences significatives dans le chiffre d'affaires du marché des spas entre l'Insee et le Global Wellness Institute (GWI) proviennent de leurs définitions et méthodologies. L'Insee utilise le code NAF 96.04Z, excluant les massages et traitements médicaux (NAF 86.90E), les clubs de santé (NAF 93.13Z), et certains établissements de thermalisme enregistrés sous le code NAF 55.10Z, tandis que le **GWI adopte une approche plus large incluant divers produits et services de bien-être**.



Positionnement de la France parmi ses concurrents mondiaux (Spa)

France, 2022, en milliards de dollars



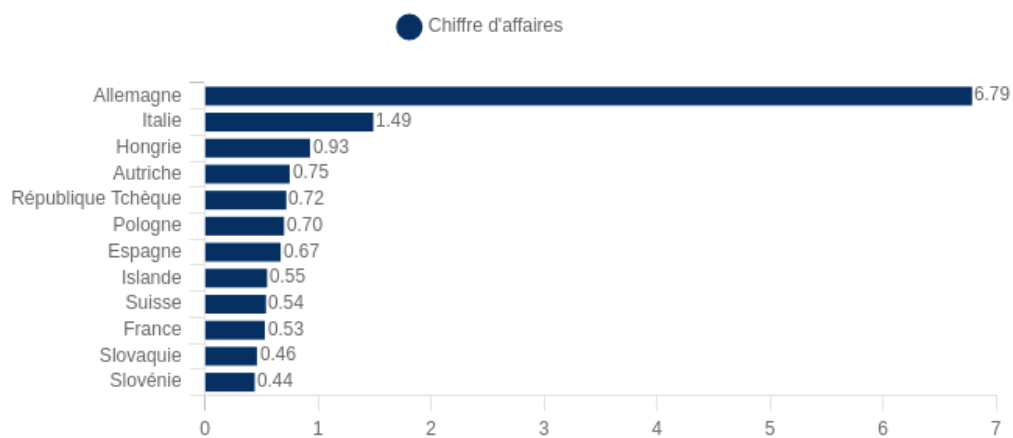
Source : [GWI 2023 report - Page 68](#)

En 2022, La France se positionnait en **3ème** position mondiale en chiffre d'affaires généré par l'activité des Spas. Seuls les Etats-Unis et l'Allemagne ont enregistré de meilleurs résultats. En 2022, La France se positionnait en **18ème** position sur le marché de la Thalassothérapie et du Thermalisme, la même position qu'en 2020.



Positionnement de la France parmi ses concurrents européens (Thalasso et Thermalisme)

Europe, 2022, en milliards de dollars

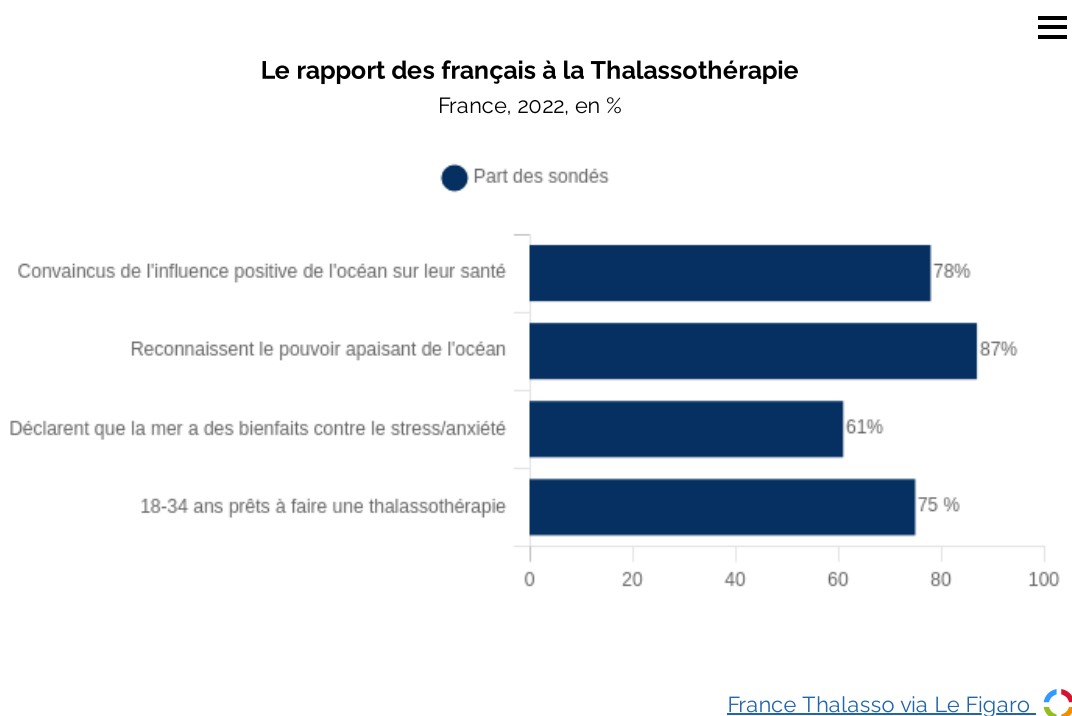


Source : [GWI 2023 report - Page 76](#)

2. Analyse de la demande

2.1 Le rapport des Français à la Thalassothérapie et aux Spas

Dans un contexte récent marqué par la pandémie où les cas d'anxiété ont été accentués chez les Français [[Santé Publique](#)], la mer s'affirme comme une réponse particulièrement efficace au stress et à l'anxiété. C'est ce que déclarent **61%** des personnes interrogées dans une enquête de **France Thalasso** en 2022. **78%** déclarent que l'eau de mer exerce une influence très positive sur leur santé. Les jeunes en particulier sont en première ligne : **75%** des 18-34 ans se disent prêts à faire une thalasso. [[France Thalasso via Le Figaro](#)]



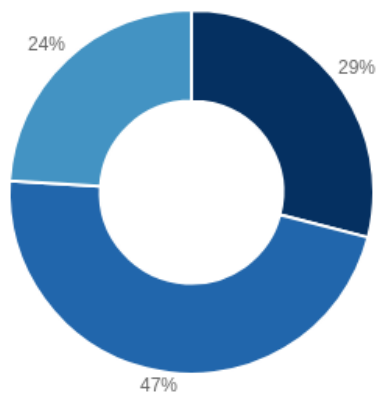
Une étude, intitulée «Les Français et les médecines douces» du magazine Sense of Wellness en 2020 démontre que **71%** des français ont déjà eu recours à au moins une pratique de médecine douce (ostéopathie, diététique, homéopathie, acupuncture, ...). De surcroît, **29%** des Français déclarent avoir déjà fait une thalasso et **47%** sont intéressés à l'idée d'en faire une.



Avez-vous déjà fait ou vous êtes-vous intéressé à la thalassothérapie ?

France, 2022, %

- A déjà fait de la thalassothérapie
- N'a jamais fait de thalassothérapie mais est intéressé
- N'a jamais fait de thalassothérapie et n'est pas intéressé

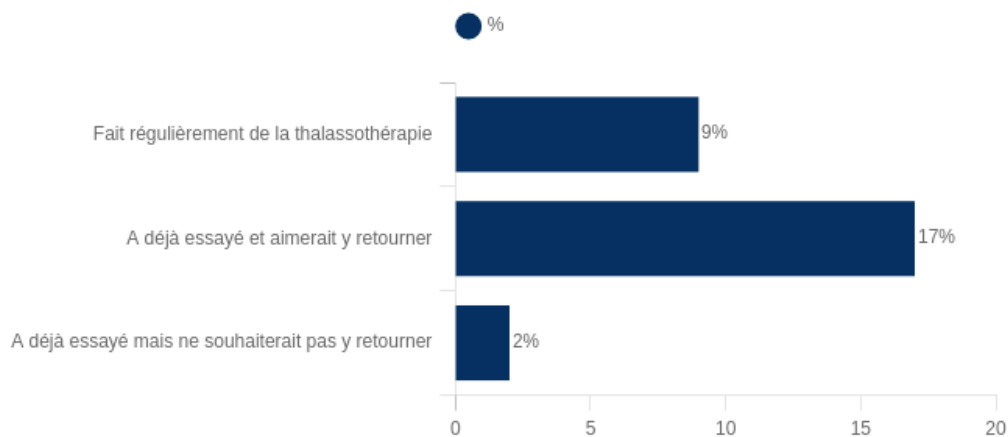


Source : [Sociovision - Page 22](#)



Répartition des 29% qui ont déjà fait de la thalassothérapie

France, 2022, %



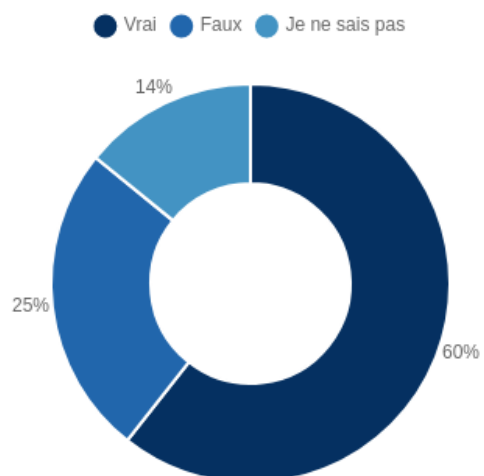
Source : [Sociovision page 22](#)

Parmi les personnes qui font de la thalassothérapie, **9%** d'entre elles en font régulièrement, **17%** d'entre elles ont déjà essayé et souhaiterait y retourner. **3%** ont déjà essayé et ne souhaiterait pas en refaire.



Selon-vous, "Les centres de thalassothérapie se trouvent-ils uniquement au bord de la mer?"

France, 2022, %



Source : [Sociovision Page 24](#)

Ainsi, plus de **39%** des français ne savent pas qu'une thalasso se déroule au bord de la mer. Seuls **60%** savent que la thalasso se pratique au bord de la mer.

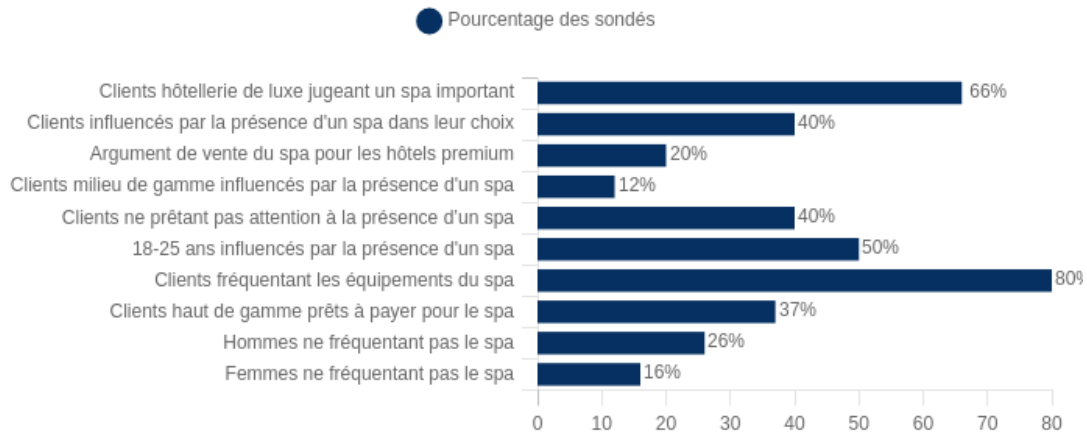
Le spa comme élément de différenciation pour les hôtels

À travers une enquête [Coach Omnium](#), nous pouvons observer que plus un établissement **monte en gamme, plus la présence d'un spa est importante pour ses clients**. Pour tous les établissements, dès qu'il y a un spa, **80% compte utiliser ses équipements**. Enfin, les utilisateurs des spas sont **plus souvent des femmes** que l'inverse. Cette enquête ne prend pas en compte les établissements entièrement dédiés aux spas.



Rapport des français aux spas d'hôtels

France, 2022, en %



[Coach Omnium](#) via [L'Hotellerie Restauration](#)

Une clientèle de loisirs et familiale

L'enquête [Coach Omnium](#) met en avant l'aspect loisir et famille des spas. En effet :

- La majorité des clients (97 %) utilisent le spa principalement lors de **voyages touristiques**.
- Les **couples sont les principaux utilisateurs du spa (65 %)**, suivis par les personnes seules (44 %).
- 37 % des clients fréquentent les spas d'hôtels **en famille**.

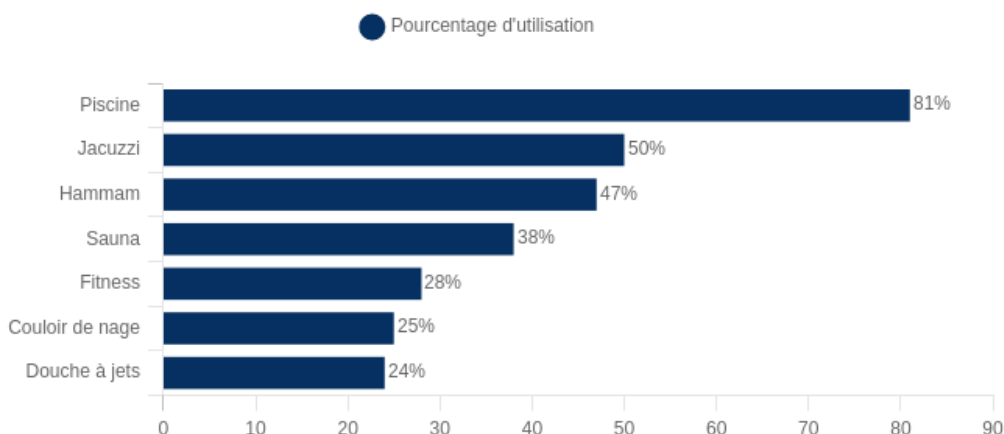
Les préférences d'équipement des clients

La **piscine est l'équipement de spa le plus utilisé, avec une préférence de 81 % des clients, suivie du jacuzzi (50 %) et du hammam (47 %)**. Le sauna, le fitness, le couloir de nage et la douche à jets sont moins fréquentés, respectivement par 38 %, 28 %, 25 % et 24 % des clients.



Quels sont les équipements que vous préférez ?

France, 2022, en % (plusieurs réponses possibles)



[Coach Omnium](#) via [L'Hotellerie Restauration](#)

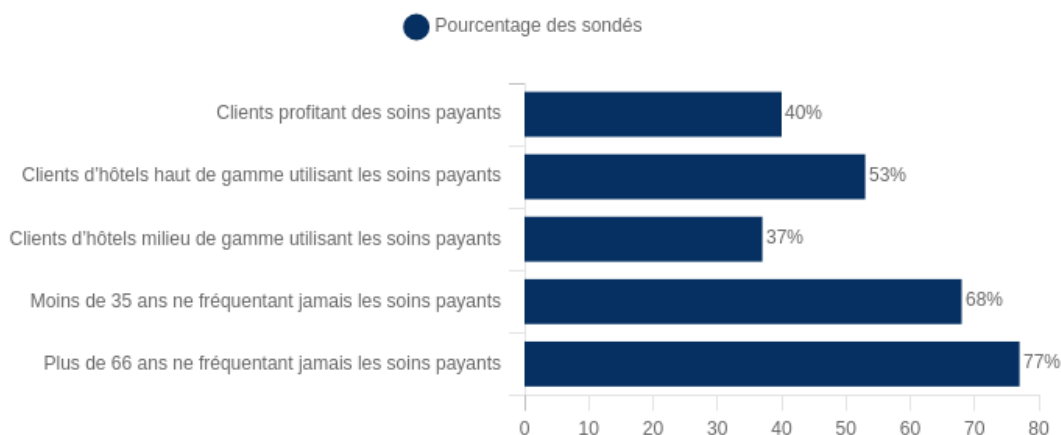
Le rapport des clients aux soins payants

Cette enquête montre que **40 % des clients profitent des soins payants dans les hôtels**. Ce chiffre varie selon les segments, avec **53 % des clients des hôtels haut de gamme utilisant ces services, contre 37 % dans le milieu de gamme**. Les **jeunes** (moins de 35 ans) et les **personnes âgées** (plus de 66 ans) sont **les moins enclins à utiliser les soins payants**, avec respectivement 68 % et 77 % de non-fréquentation.



Le rapport des clients aux soins payants

France, 2022, en %



[Coach Omnium](#) via [L'Hotellerie Restauration](#)

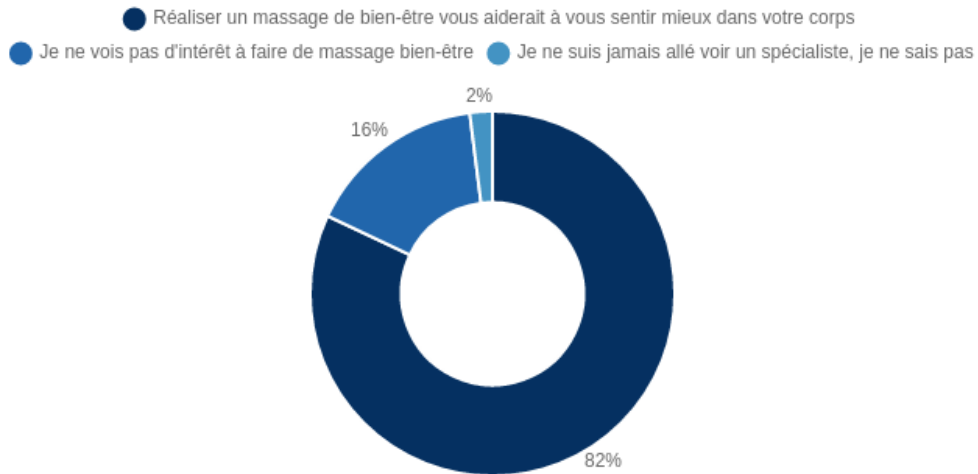
Le rapport au massage

Le massage est le service principal proposé dans les spas et établissements de thalassothérapies. En 2019, Harris Interactive a réalisé une enquête concernant la relaxation des français. **82%** des Français considèrent que réaliser un massage les aiderait à se sentir mieux dans leur corps. (**86%** pour les femmes, **78%** pour les hommes). [[Spa](#)]



La perception du massage de bien-être chez les Français

France, 2019, %



Source : [HarrisInteractive](#)

Les massages seraient également bénéfiques pour lutter contre le stress pour **75%** des Français.

2. Analyse de la demande

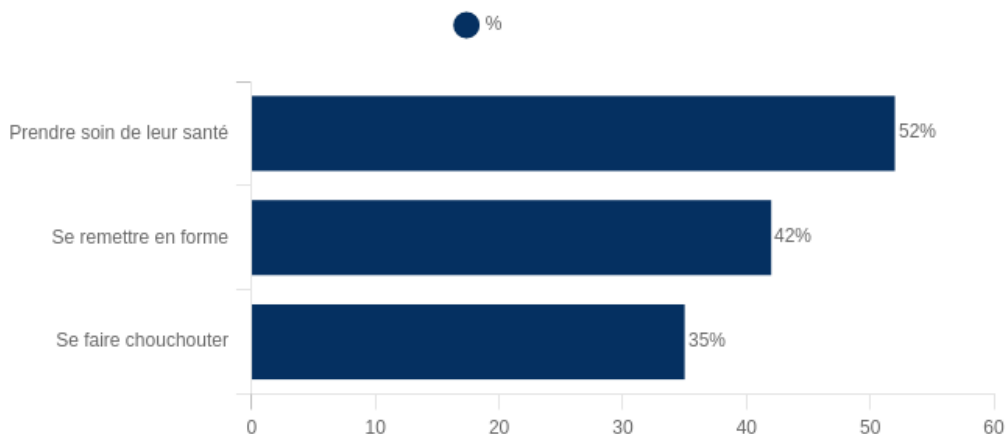
2.2 Les attentes de la demande française

Une enquête réalisée en 2022 à l'échelle mondiale par le cabinet américain McKinsey & Company a montré que 79 % des personnes considèrent le bien-être comme un élément important dans la vie. Plus précisément, 42 % des personnes interrogées ont exprimé que le bien-être est une priorité absolue. **75 % des 18-34 ans se disent prêts à faire une thalasso.** [[Mckinsey via LeFigaro](#)]

La pandémie et les confinements à répétition n'ont fait qu'accentuer l'attente des personnes dans le bien-être. **69 % des Français se disent encore plus stressés après la pandémie qu'avant.** Par ailleurs, L'OMS (Organisation Mondiale de la Santé) a classifié le burn-out professionnel comme une « maladie professionnelle ». [[spa de beauté](#)]

Quelles sont les points principaux que les Français valorisent dans un thalasso ?

France, 2022, %



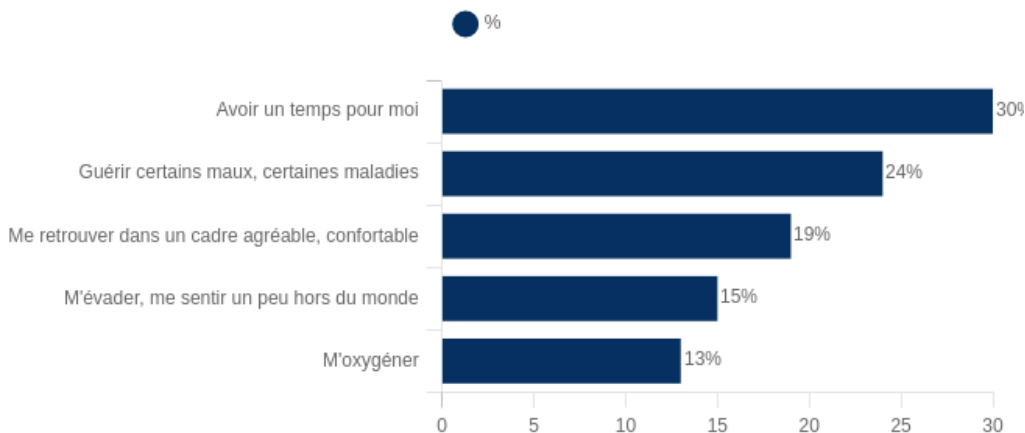
Source : [sense of wellness](#) 

Les Français valorisent en effet trois choses dans une thalasso : prendre soin de leur santé (**52 %**), se remettre en forme (**42 %**) et se "faire chouchouter" (**35 %**).



Qu'est-ce qui vous attire le plus dans une thalasso ? (suite)

France, 2022, %



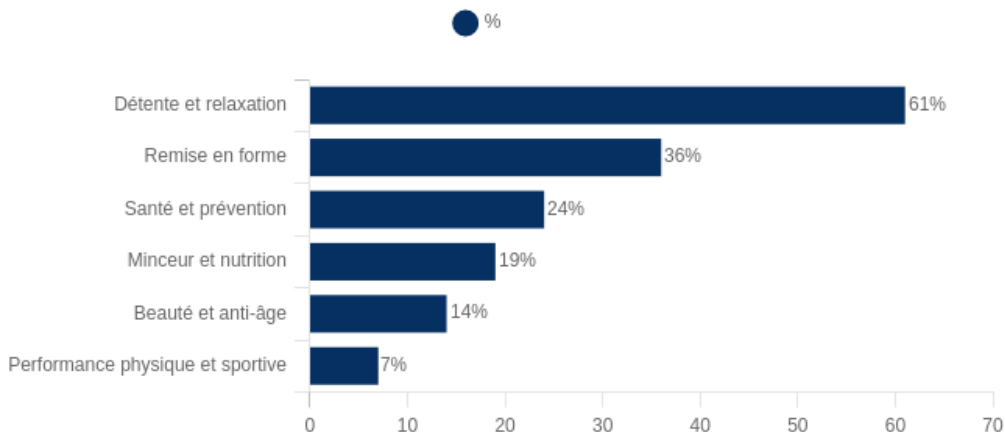
Source : [Sociovision - Page 25](#)

Ensuite, nous pouvons observer que les français sont attirés par le fait d'avoir du temps pour soi (30%), de guérir certaines maladies (24%), de retrouver un cadre agréable, confortable (19%) ou encore de s'oxygéner (13%).



Si on vous offrait une thalassothérapie, quel type de programme privilégieriez-vous ?

France, 2022, %



Source : [Sociovision - Page 26](#)

61% des français feraient le choix d'un programme de détente et relaxation, 36% de remise en forme, 24% de santé et prévention, 19% de minceur et nutrition.

2. Analyse de la demande

2.3 Facteurs indirects de la demande

La demande pour les établissements de thalassothérapie et spa est impactée par **la fréquentation hôtelière ainsi que l'espérance de vie des français**.

La fréquentation hôtelière en bonne santé

Au **deuxième trimestre 2023**, la fréquentation hôtelière en France a connu une **hausse de 4,8%** par rapport au même trimestre de l'année précédente, atteignant 60 millions de nuitées, soit 2,8 millions de nuitées supplémentaires. Cette augmentation est principalement portée par la clientèle non résidente, qui a progressé de 13,9 %, représentant plus de 2,6 millions de nuitées supplémentaires, tandis que la clientèle résidente a connu une légère augmentation de 0,3 %.

Les **hôtels haut de gamme ont particulièrement bénéficié de cette hausse**, enregistrant une augmentation de 9,6 % de leur fréquentation par rapport au deuxième trimestre 2022. Nous avons vu la place importante qu'occupait les **équipements de spa dans la stratégie des hôtels de haut standing**. Ainsi, la fréquence hôtelière de ces établissements a un lien partiel avec une demande grandissante pour les spas.

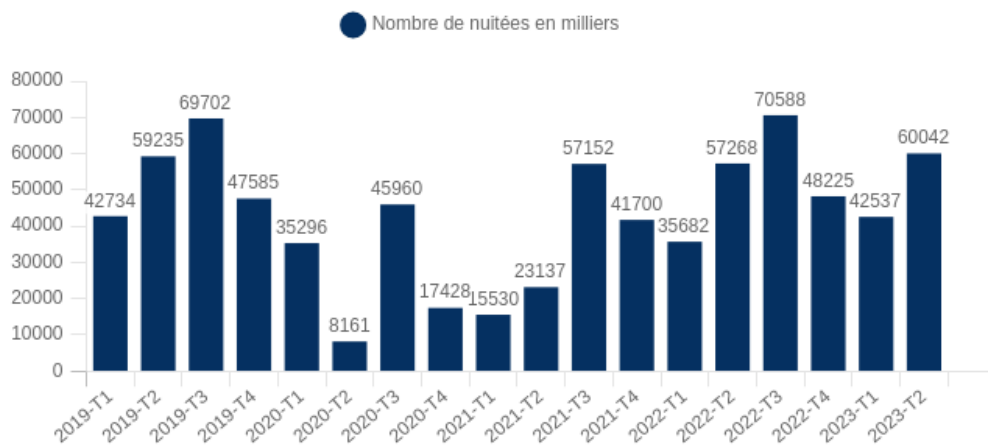
Les hôtels classés de 1 à 3 étoiles ont également vu une augmentation de leur fréquentation, bien que de manière plus modérée. En revanche, les hôtels non classés ont enregistré une baisse de fréquentation de 9,8 %, principalement en raison de la baisse de la clientèle résidente.

La fréquentation a augmenté dans tous les types de territoires, avec une hausse notable dans les zones urbaines, tant en Île-de-France qu'en province. La croissance dans les zones urbaines de province a été particulièrement marquée par une augmentation de 21,4 % de la clientèle non résidente.



Nombre de nuitées hôtelières par trimestre

France, 2019-2023, en milliers



Une population française vieillissante

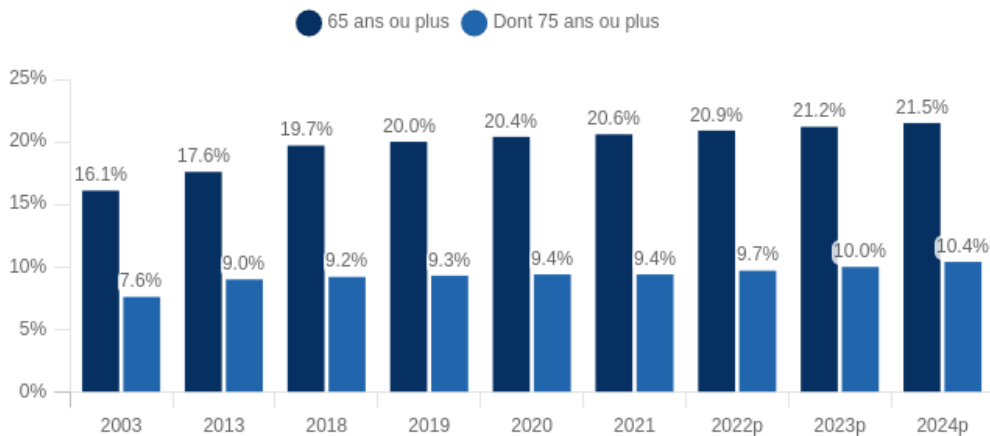
Dans une interview accordée au journal [TourMag](#), **Marie Perez Siscar**, présidente du syndicat France Thalasso (42 centres représentés) dresse un **portrait type d'un client d'une moyenne d'âge de 55 ans**. Ainsi, même si le marché sera amené à s'ouvrir à une clientèle plus jeune, il existe un **lien entre espérance de vie et clientèle de thalassothérapie**.

En France, la population continue de vieillir. **Au 1er janvier 2024, les personnes âgées de 65 ans et plus représentent 20,5 % de la population**, en hausse par rapport à 20,1 % l'année précédente. Cette **proportion a augmenté de 4,7 points en 20 ans**. Selon les projections, cette tendance va se poursuivre. D'ici 2070, on prévoit que plus d'un habitant sur quatre aura 65 ans ou plus. En 2023, l'espérance de vie à la naissance s'élève à 85,7 ans pour les femmes et atteint, pour la première fois, 80 ans pour les hommes. [\[INSEE\]](#)



Proportion des français ayant 65 ans ou plus

France, 2003-2024, en %



p : données provisoires

2. Analyse de la demande

2.4 Saisonnalité de la demande

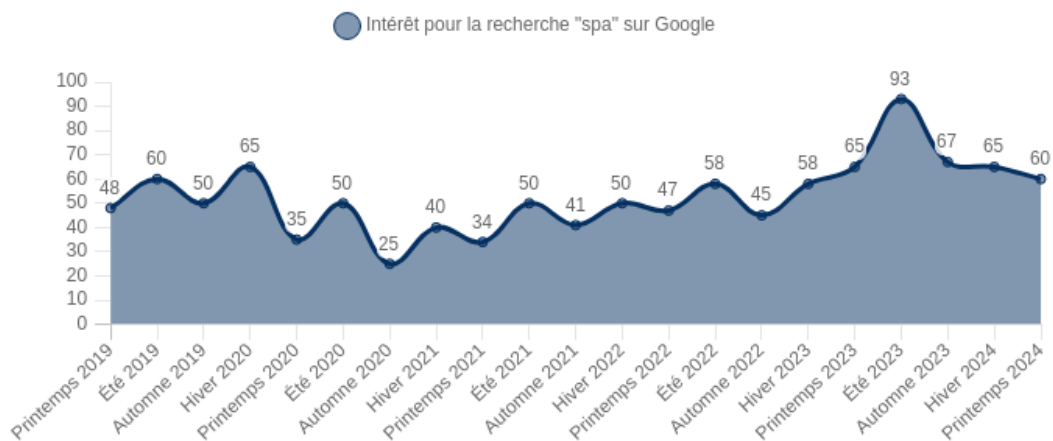
D'après l'analyse **Google Trends** sur le volume de recherche sur les spas en France, l'intérêt pour les spas en France montre une **forte saisonnalité, avec des pics notables en été**, où les recherches atteignent leur maximum. Après une baisse significative au printemps 2020 due à la pandémie, les recherches ont repris et augmenté chaque année, atteignant des niveaux élevés en 2023. Globalement, l'intérêt reste stable en hiver et automne, avec une légère tendance à la hausse.

N.B : Les résultats reflètent la proportion de recherches portant sur un mot clé donné dans une région et pour une période spécifiques, par rapport à la région où le taux d'utilisation de ce mot clé est le plus élevé (valeur de 100). Ainsi, une valeur de 50 signifie que le mot clé a été utilisé moitié moins souvent dans la région concernée, et une valeur de 0 signifie que les données pour ce mot clé sont insuffisantes.



Évolution de l'intérêt par saison pour la recherche "spa" sur Google par saison

France, 2019-2024



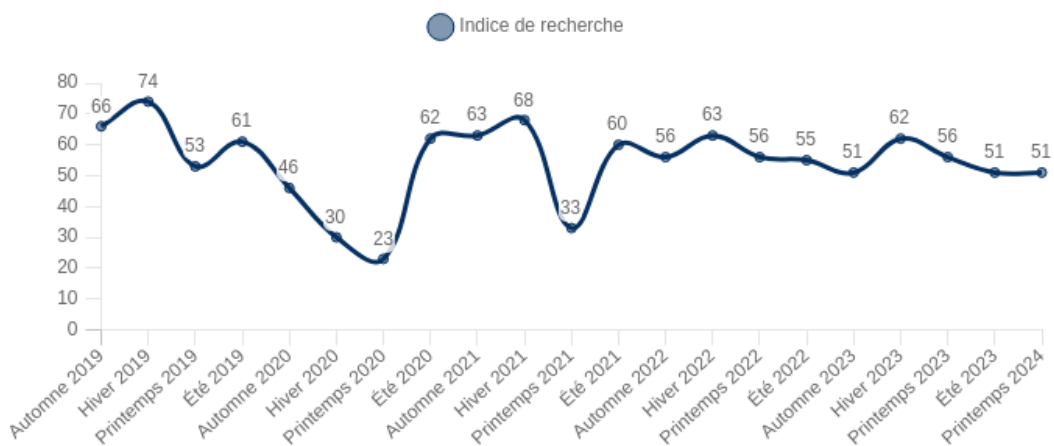
Source : [Google Trends - Traitement de données Businesscoot](#)

Les recherches pour "thalasso" montrent des **pics d'intérêt en hiver et en été**, particulièrement élevés en hiver 2019 et été 2020. Les printemps de 2020 et 2021 enregistrent les indices les plus bas, probablement à cause de la pandémie. Globalement, **l'intérêt augmente au printemps et à l'automne après 2021**, suggérant une popularité croissante de la thalassothérapie en dehors des saisons de pointe.



Evolution de l'intérêt par saison pour la recherche "thalasso" sur Google par saison

France, 2019-2024, en indice de recherche



Source : [Google Trends](https://www.google.com/trends/)

3. Structure du marché

3.1 Structure de marché des thalassos et des spas

Nous pouvons organiser les acteurs et la structure de ces marchés avec cette approche :

Organisation des structures et acteurs du marché

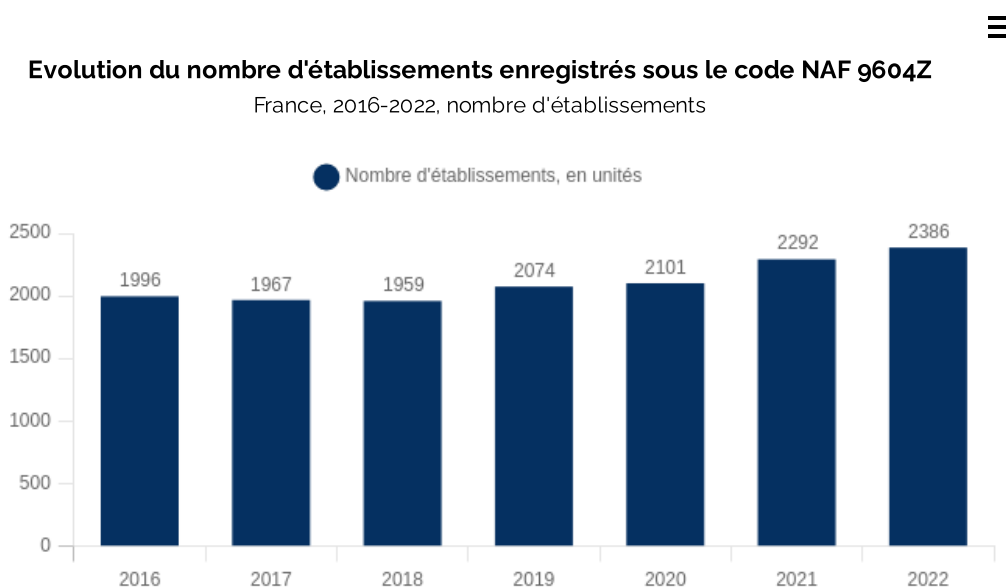
Fournisseurs de matières premières et équipements	Fournisseurs de cosmétiques et produits de soins	Installations de thalassothérapie et spas	Professionnels du bien-être et de la santé	Clients finaux	Distributeurs et revendeurs
<p>Matières premières : sels marins, algues, boues marines, huiles essentielles.</p> <p>Équipements : bains à remous, saunas, hammams, équipements de balnéothérapie.</p>	<p>Produits : crèmes, lotions, huiles de massage, produits de soin de la peau.</p> <p>Marques spécialisées : Thalgo, Algotharm..</p>	<p>Centres de thalassothérapie : offrant des programmes de soins utilisant l'eau de mer et d'autres ressources marines.</p> <p>Spas urbains et d'hôtels : proposant divers soins de bien-être et de relaxation.</p> <p>Resorts de bien-être : intégrant des services complets de thalassothérapie et de spa.</p>	<p>Thérapeutes : spécialisés en soins de thalassothérapie.</p> <p>Esthéticiennes et masseurs-kinésithérapeutes : fournissant des soins de beauté et des massages.</p> <p>Médecins et nutritionnistes : collaborant avec les centres pour offrir des programmes de santé complets.</p>	<p>Individus : recherchant des soins de bien-être, de relaxation et de réhabilitation.</p> <p>Touristes : cherchant des expériences de détente et de soins lors de leurs séjours.</p>	<p>Magasins de produits de bien-être : pharmacies, boutiques spécialisées.</p> <p>Plateformes de commerce en ligne : vente de produits de thalassothérapie.</p>

3. Structure du marché

3.2 Structure des établissements Français et répartition géographique

Depuis 2019, le nombre **d'établissements** et de **salariés** dans la catégorie services d'entretien corporels connaît une **évolution positive stable**. La catégorie NAF 9604Z "Services d'entretien corporels" englobe les activités de soins corporels visant à améliorer le bien-être physique et mental, telles que les soins de beauté, les massages, les spas, la thalassothérapie, et d'autres traitements de bien-être et de relaxation.

Nombre d'établissements enregistrés sous le code NAF 9604Z "Services d'entretien corporels"



Source : [Open Data Source - URSSAF](#)

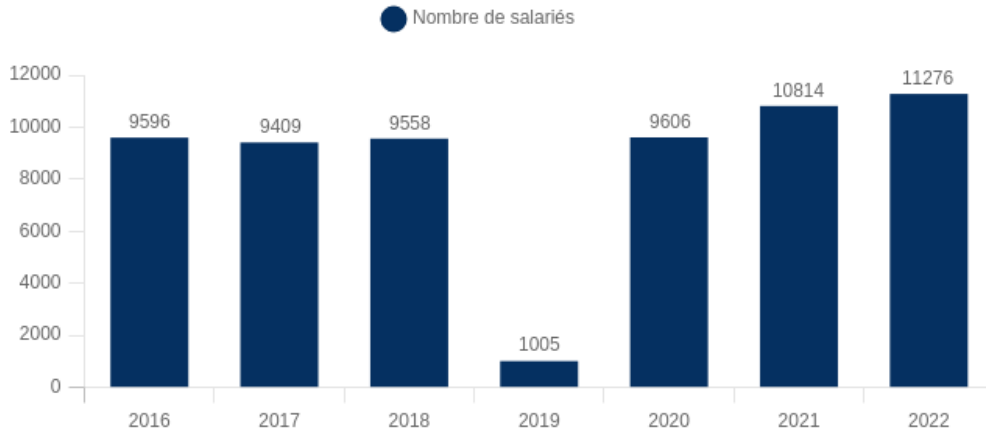
Entre **2016 et 2022**, le nombre d'établissements a connu une augmentation significative de **19,5%**. Il est intéressant de noter que malgré la crise sanitaire de 2020, le nombre d'établissements n'a pas diminué. Au contraire, il a continué à croître. En particulier, de 2020 à 2021, le nombre d'entreprises liées aux soins corporels a augmenté de 9%, et cette tendance s'est poursuivie avec une hausse de **4,1% entre 2021 et 2022**.

Nombre de salariés enregistrés sous le code NAF 9604Z "Services d'entretien corporel"



Evolution du nombre de salariés enregistrés sous le code NAF 940Z

France, 2016-2022, nombre de salariés



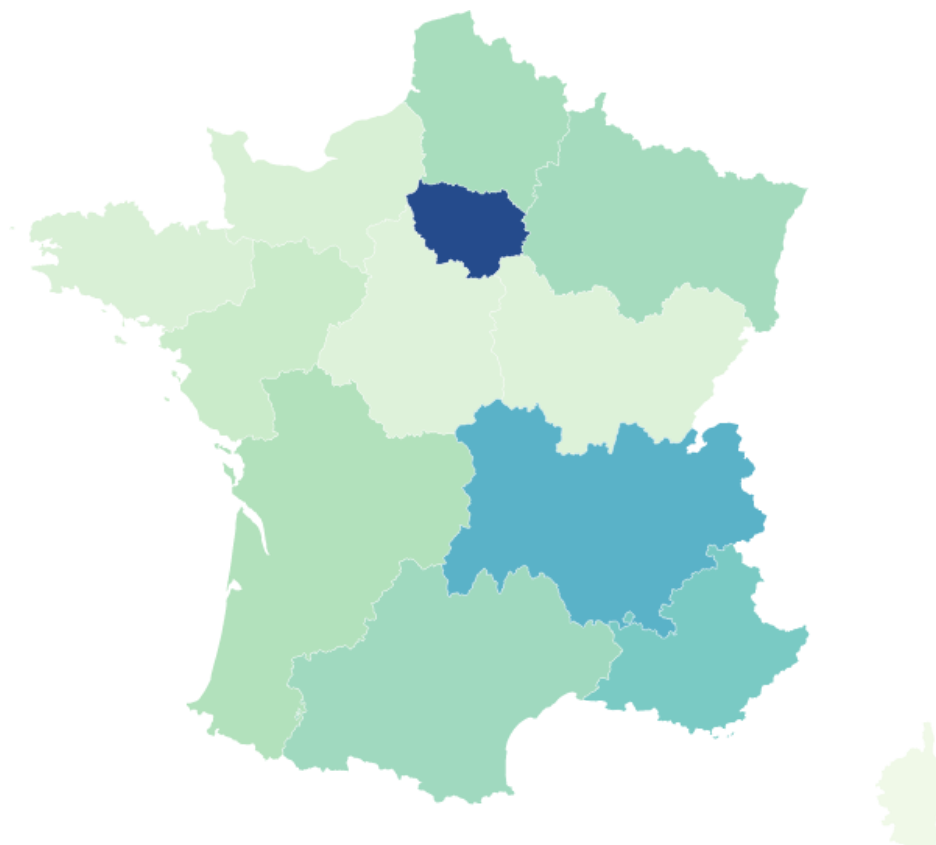
Source : [Open Data Source URSSAF](#)

Entre **2016 et 2022**, le nombre de salariés a augmenté de manière constante, **passant de 9 596 à 11 276, soit une augmentation de 17,5%**. On observe des variations annuelles avec une légère baisse entre 2016 et 2017, suivie d'une reprise progressive. Suivant la tendance du nombre d'entreprises, malgré les défis posés par la crise sanitaire en 2020, le nombre de salariés a continué de croître, atteignant 10 814 en 2021, ce qui représente une augmentation de 12,6% par rapport à 2020. Cette tendance positive s'est poursuivie en **2022 avec une hausse de 4,3% par rapport à l'année précédente**.

Répartition géographique des entreprises enregistrées sous le code NAF 9604Z "Service d'entretien corporel"

Répartition géographique du nombre d'établissements enregistrés sous le code NAF 9604Z

France Métropolitaine, 2022, par nombre d'établissements



Détail de la répartition d'établissements par région en 2022

Région	Nombre d'établissements
Auvergne-Rhône-Alpes	336
Bourgogne-Franche-Comté	52
Bretagne	60
Centre-Val de Loire	50
Corse	12
Grand Est	168
Hauts-de-France	161
Île-de-France	739
Normandie	62
Nouvelle-Aquitaine	142
Occitanie	177
Pays de la Loire	92
Provence-Alpes-Côte d'Azur	247

En 2022, les établissements sont donc fortement concentrés en Île-de-France avec plus de **700** établissements. Suivi par l'**Auvergne-Rhône-Alpes** et la **Provence-Alpes-Côte d'Azur**.

On compte aujourd'hui une **cinquantaine de centres de thalassothérapie en France, répartis sur les trois façades littorales (et un en Corse), avec une prédominance des centres sur la façade atlantique, en Nouvelle Aquitaine (14) et en Bretagne (9).** [[Ministère de l'Économie](#)]

3. Structure du marché

3.3 Concurrence et complémentarité : thalasso vs spa

Il est important de noter la **concurrence et la complémentarité** qui existent entre les centres de thalassothérapie et les spas. Les premiers sont soumis à des **contraintes réglementaires** qui les obligent à être situés au bord de la mer, les seconds n'ont pas cette obligation - ils peuvent être situés n'importe où en France.

Comme expliqué dans la partie consacrée au marché mondial, la plupart des centres de thalassothérapie proposent une offre de spa, associée au bien-être. La [Thalasso de Pornic](#) propose par exemple des « journées et soins thalasso et spa ».

À l'inverse, les **spas** se posent eux comme une **alternative moins onéreuse** que les séjours en centre de thalassothérapie, plus accessible car non soumise à des contraintes réglementaires leur imposant une localisation particulière (voir Partie Analyse de l'offre). Ainsi **ils concurrencent les centres de thalasso** tout autant qu'ils leurs sont complémentaires.

3. Structure du marché

3.4 Une forte concurrence internationale

Alors que la clientèle de la thalassothérapie est à **97 % française**, le secteur de la thalassothérapie en France doit faire face à une **forte concurrence internationale**, notamment des pays du **pourtour méditerranéen et du Maghreb**. Ces pays bénéficient d'un climat attractif, de coûts de main-d'œuvre moins élevés et de l'essor des vols aériens à bas coût, attirant ainsi une partie de la clientèle potentielle [entreprises.gouv.fr].

En outre, la France fait face à la **concurrence croissante des centres de balnéothérapie et des spas hôteliers**. Ces établissements, souvent situés en centres-villes, sont plus faciles à implanter et moins coûteux à exploiter car ils n'utilisent pas d'eau de mer. Des pays comme **l'Allemagne**, où les soins à base d'eau sont populaires, continuent de privilégier les stations thermales plutôt que les centres de thalassothérapie français [entreprises.gouv.fr].

4. Réglementation

4.1 Régulation actuelle

Réglementation des centres de thalassothérapie

Il peut être important de noter certains aspects réglementaires qui ont marqué une rupture dans le secteur.

Les cures dans les centres de thalassothérapie ne sont plus remboursées par la Sécurité sociale depuis 1998. En revanche les [cures thermales](#) le sont sous conditions :

- La cure thermale doit être **prescrite par un professionnel de santé** et concerner une « affection ou une pathologie qui figure sur la liste des 12 orientations thérapeutiques prises en charge par l'Assurance Maladie ».
- La cure thermale doit être **agrée et conventionnée par l'Assurance Maladie**, la durée des soins est fixée à 18 jours et la cure ne peut être remboursée qu'une fois par an.

Cela représente un véritable désavantage pour les centres de thalassothérapies, qui ont dès lors dû s'adapter en termes de prix et de clientèle visée.

Les centres se sont cependant adaptés et ont demandé à l'[AFNOR](#) (Association Française de NORmalisation) de mettre en place des normes interdisant les centres de thalasso n'utilisant pas d'eau de mer.

La norme volontaire [XP X50-844](#) implique « l'utilisation combinée des bienfaits du milieu marin, qui comprend le climat marin, l'eau de mer, les boues marines, les algues, les sables et autres substances extraites de la mer » dans les centres de thalassothérapie.

Un centre de thalasso doit aussi proposer des soins individuels (utilisant des produits dérivés de la mer) et des soins collectifs en bassin ou en piscine.

La norme impose aussi aux centres de **vidanger, nettoyer et désinfecter** après le passage de chaque client, et de placer des équipements antidérapants dans les zones humides intérieures.

Réglementation des spas

[Émotion Spa](#) note certaines des réglementations qui s'appliquent tout particulièrement aux spas en France. Considérés comme des ERP (Établissement Recevant du Public), les spas ont une obligation de respecter certaines contraintes sanitaires et sécuritaires.

Il est conseillé aux centres de posséder une surface de travail minimale de **150 m2 dont 10 m2** pour chaque cabine. Le spa doit posséder au moins **3 cabines de beauté ou bien-être, au moins 2 équipements humides (lavabos...) et 2 vestiaires unisexes**. Il est aussi demandé que le centre possède un espace d'accueil et un espace de détente.

5. Positionnements innovants des entreprises

5.1 Etat des lieux des entreprises phares

Segmentation	Entreprises	Spécificités	Chiffre d'Affaires
Centre de Thalassothérapie	Thalassa	Groupes leader	1.17 milliards € (2022)
	Thalazur		12.73 millions € (2021)
	Relais Thalasso		43 millions € (2023)
	Thalasso de Pornic	Thalassos indépendantes	17 millions € (2022)
Spas	Saint James Albany Hotel Spa	Spas hôteliers	14 millions € (2021)
	Hôtel La Réserve Paris		220 millions \$ (2020)
	Dior institut	Spas Groupe de beauté	n.a
	Spa l'Occitane		116 millions € (2020)
	Cinq Mondes	Indépendants	30 millions € (2018)
	Oceanide Spa		0.056 millions € (2019)
Plateformes de réservations en ligne	Thalasseo	Sites internet	16.464 millions € (2019)
	Balinéa		2.146 millions € (2018)

Le marché des thalasso et spas en France est caractérisé par une forte présence de grands groupes tels que Thalassa, qui domine avec un chiffre d'affaires de 1,17 milliards € en 2022. D'autres acteurs comme Thalazur et Relais Thalasso montrent également de bonnes performances, bien que de moindre envergure. Les thalassos indépendantes comme Thalasso de Pornic réussissent également à attirer une clientèle fidèle avec des revenus significatifs.

Dans le secteur des spas, les spas hôteliers et ceux associés à des marques de beauté, tels que Saint James Albany Hotel Spa et Spa l'Occitane, affichent des chiffres d'affaires solides, soulignant l'importance de leur intégration dans des établissements de luxe. Les spas indépendants comme Cinq Mondes apportent une diversité précieuse au marché.

Les plateformes de réservation en ligne comme Thalasseo et Balinea jouent un rôle crucial dans la modernisation et l'accessibilité des services de thalasso et spas, facilitant la connexion entre les clients et les offres disponibles.

5. Positionnements innovants des entreprises

5.2 Diversification de l'activité des Thalassos : intégration des activités sportives

Le marché de la thalassothérapie et des spas se réinvente en intégrant des segments diversifiés et des domaines d'application innovants. Les centres de thalassothérapie ne se contentent plus de proposer des soins traditionnels à base d'eau de mer, mais offrent désormais une **gamme élargie de services** pour attirer une clientèle variée.

Parmi les tendances actuelles, on trouve le « **thalasso coaching** », qui associe des soins avec des activités sportives telles que la marche nordique ou le surf, comme à Quiberon. De plus, des thérapies holistiques comme le yoga, l'acupuncture, l'ostéopathie ou la sophrologie complètent les soins classiques comme les bains bouillonnants et les enveloppements d'algues Challenges - 09/01/23

Exemples de programmes innovants :

- **Sofitel Quiberon Thalassa Sea & Spa** propose le programme "**Le goût du sport**" incluant des séances de running et de natation Luxe et Bien-être - 25 janvier 2024
- **Emeria Dinard** offre le programme "**Vivalto Sport**" combinant des séances de sport et des soins de thalasso pour améliorer les capacités sportives et offrir un suivi post-blessure Industrie Hôtelière - mars 2024
- Le **Spa marin du Val André** propose le programme "**Starter Sport**" combinant soins et activités physiques encadrées par des coachs Luxe et Bien-être - 25 janvier 2024
- **Thalasso & Spa Barrière La Baule** innove avec des activités comme la **pole dance aquatique** et des circuits de training immersifs Le Figaro - janvier 2024
- **Relais Thalasso**, dans ses centres rénovés et écoresponsables de l'île de Ré et d'Hendaye, multiplie les activités coachées telles que la sortie à vélo, la marche nordique, le surf, et le paddle, ainsi que les aqua-activités comme l'aquabike et l'**aqua-training Challenges** - 25/01/2024.

L'intégration d'activités sportives et de thérapies holistiques répond aux besoins d'une clientèle moderne et active, attirant ainsi une nouvelle génération de clients en quête de **bien-être physique et mental**. Ces programmes permettent non seulement de fidéliser les clients existants en diversifiant l'offre, mais aussi d'élargir la clientèle en touchant **des segments plus jeunes et sportifs**. Les centres de thalassothérapie deviennent ainsi des destinations complètes pour le bien-être, combinant relaxation et remise en forme, ce qui accroît leur attractivité et leur compétitivité sur le marché.

5. Positionnements innovants des entreprises

5.3 Innovation dans les soins médicaux : une approche holistique

Du matériel innovant à l'appui des soins

Le marché de la thalassothérapie et des spas continue d'innover en intégrant des **équipements ultramodernes** pour optimiser les soins offerts. Par exemple, le Roz Marine Thalasso Resort s'inspire des bains antiques avec son « parcours celtique » qui alterne chaud et froid pour favoriser la récupération active, éliminer les toxines, stimuler les défenses immunitaires, réduire la pression artérielle et favoriser la perte de calories. L'utilisation de l'aquatizer, un lit hydromassant venu du Japon, illustre cette innovation technologique [Le Figaro](#) ¹. De même, Côté Thalasso à Banyuls-sur-Mer introduit le système « thalaxion » pour le drainage lymphatique et la lutte contre la cellulite [L'Indépendant](#) ².

Combinaison de la thalassothérapie avec des pratiques holistiques

La diversification des offres en combinant thalassothérapie et pratiques holistiques répond à une clientèle en quête de bien-être global. Cela attire des clients cherchant à allier soins physiques et équilibre mental. Voici quelques exemples de nouveaux traitements innovants :

- Micronutrition à Roscoff : **Consultation** avec un médecin et bilan biologique pour définir les besoins en micronutriments [Les Echos Week-end](#) - 57 ³.
- Tao de l'eau à Pornic : Soins exclusifs alliant **sonothérapie** et watsu (shiatsu dans l'eau) [Les Echos Week-end](#) - 57 ⁴.
- Douleurs chroniques à Biarritz : Programme combinant **bilan ostéo, bilan postural, séances de coaching santé**, et apprentissage de nouvelles postures [Les Echos Week-end](#) - 57 ⁵.
- Rire à Douarnenez : Ateliers collectifs et individuels pour découvrir les **bienfaits du rire sur la santé mentale** [Les Echos Week-end](#) - 57 ⁶.
- Bien-être du ventre à Pornic : Programme complet incluant **pressodynamie, gym hypopressive**, et alimentation bio et détox inspirée de l'ayurvéda [Le Figaro](#) ⁷.

Programmes spécialisés et personnalisés

Les centres de thalassothérapie se distinguent également par des programmes **spécialisés pour différentes étapes de la vie et conditions médicales** :

- Thalasso & Spa Miramar La Cigale propose « **Le Cap des 50 ans en toute sérénité** » avec des soins à base d'eau de mer, des massages drainants et relaxants, et des séances de méditation en pleine conscience [Le Figaro](#) ⁸.
- Sofitel Quiberon Thalassa Sea & Spa offre « Ma pause Surfin' Quiberon », un programme combinant surf, soins de thalasso et activités comme la natation et le yoga pour une récupération active [Le Figaro](#) ⁹.
- Vichy Célestins Spa Hôtel offre des programmes où la thalassothérapie est complétée par des **évaluations et suivis médicaux personnalisés** pour une contribution au bien-être à long terme.

Spécialisations pour différentes clientèles

- Thalasso Serge Blanco à Hendaye propose des programmes pour la gestion de la douleur, le **sevrage tabagique et l'amélioration du sommeil**.
- Centre de Thalassothérapie Atlantal à Anglet intègre des soins de santé avec des évaluations et des traitements personnalisés.
- Institut de Thalasso Thérapie Prévitall à Granville offre des programmes de **réhabilitation et de remise en forme**.
- Thermes de Saujon propose une formule pour les jeunes adultes dédiée à la compréhension des mécanismes du **stress physiologique et psychologique** [Le Figaro](#) - janvier 2024 ¹⁰.
- Thalazur a lancé des programmes spécifiques pour la **ménopause**, combinant soins traditionnels et holistiques comme le yoga, l'acupuncture, et la sophrologie [Industrie Hôtelière](#) - mars 2024 ¹¹.
- Thalasso Concarneau offre la cure "**Second printemps**", combinant soins inspirés des médecines orientales pour accompagner la ménopause [Le Figaro](#) - janvier 2024 ¹².

Cures pour jeunes mamans et bébés

- Miramar La Cigale Thalasso & Spa (Bretagne) : **Cure Jeune Maman** avec Bébé, comprenant divers soins de thalassothérapie et de détente pour la maman, ainsi que des soins spécifiques pour le bébé Miramar La Cigale.
- Thalazur Ouistreham (Normandie) : Escale Thalasso Maman-Bébé, pour des moments de détente partagés entre la maman et le bébé, et une récupération postnatale Thalazur Ouistreham.
- Thalassoline : Cures thalasso pour jeunes mamans et bébés, disponibles à Fréjus, Anglet, Roscoff, Arzon Port-Crouesty, La Baule et Banyuls Thalassoline.
- Thalasso Les Flamants Roses : Cure Maman Bébé, comprenant divers soins de thalassothérapie et de détente pour la maman, ainsi que des soins spécifiques pour le **bébé Le Figaro**.

Cures spécialisées dans le traitement post-cancer

- Les Thermes marins de Saint-Malo et le centre Valdys de Roscoff proposent des **cures post-cancer** avec un accompagnement spécialisé Industrie Hôtelière - mars 2024.
- Thalazur offre également des cures post-cancer à Cabourg, créant une bulle de bien-être pour les **patients en rémission** Luxe et Bien-être - 25 janvier 2024.
- Roz Marine Thalasso Resort propose la cure "Douce renaissance" pour les femmes et les hommes post-cancer, avec des soins individuels et des activités sportives Le Figaro - janvier 2024.
- Concarneau offre une cure courte pour les personnes ayant été affectées par **une pathologie lourde** et un traitement Les Echos Week-end - 57.

Innovations dans les cures minceur

- Emeria Dinard Thalasso & Spa propose la cure « **Ma parenthèse – Cap minceur** », axée sur la désinfiltration, la sculpture et le rééquilibrage alimentaire Luxe et Bien-être - 25 janvier 2024.
- Nancy Thermal propose des minicures de 6 jours dédiées à la minceur, grâce à son **eau thermale calcique, précieuse pour drainer et éliminer** Le Figaro - janvier 2024.

L'intégration d'activités sportives, de thérapies holistiques, et d'innovations technologiques dans les programmes de thalassothérapie répond aux besoins d'une clientèle moderne et active. Cette diversification attire une nouvelle génération de clients en quête de bien-être physique et mental, fidélise les clients existants en offrant une expérience enrichie, et élargit la clientèle en touchant des segments plus jeunes et sportifs. Les centres de thalassothérapie deviennent ainsi des destinations complètes pour le bien-être, combinant relaxation, remise en forme, et soins personnalisés, ce qui accroît leur attractivité et leur compétitivité sur le marché.

5. Positionnements innovants des entreprises

5.4 L'expérience des spas sensoriels

Le concept de découverte sensorielle

Le concept de **découverte sensorielle dans les spas représente une innovation majeure qui transforme la perception et l'expérience des soins de bien-être**. Cette tendance se caractérise par l'intégration de diverses technologies et équipements sensoriels créant une **expérience immersive** et unique pour les clients. Les spas sensoriels sont particulièrement populaires auprès des propriétaires, car ils nécessitent moins de frais d'entretien qu'un spa classique Challenges - 09/01/23¹.

Indépendance et personnalisation

L'ère des parcours de soins imposés est révolue. Selon Antoine Lecoq, directeur des Cures Marines à Trouville (Thalassa Sea & Spa), **"L'heure est au wellness en toute liberté, à la personnalisation, avec des programmes construits à la carte"** Challenges - 09/01/23¹. Cette approche permet aux clients de personnaliser leur parcours de détente en fonction de leurs besoins et préférences.

Innovations et équipements

Les spas sensoriels vont bien au-delà des piscines traditionnelles et des cabines de soins en proposant des **installations qui stimulent tous les sens** :

- Bassins sensoriels : Équipés de jets, geysers, banquettes bouillonnantes, hydromassages et cols de cygne, ces bassins offrent une expérience aquatique riche et variée. Les profondeurs d'environ 1,35 mètre sont idéales pour la détente et l'immersion.
- Cabines chaudes et froides : Saunas, hammams, grottes de sel, et cabines à neige offrent des variations de température qui favorisent le lâcher-prise et la relaxation profonde, stimulant ainsi la circulation sanguine et le métabolisme.
- Tunnels d'expérience : Combinant jeux de lumières, sons apaisants, et variations de température, ces tunnels créent un parcours sensoriel captivant et multisensoriel.
- Grotte saline et murs de sel : Utilisant les bienfaits des sels minéraux pour purifier l'air et améliorer la santé respiratoire, ces espaces ajoutent une dimension supplémentaire de confort et de détente avec des lits d'eau.

L'Hôtel du Parc à Obernai, avec ses espaces Asiane Spa et Yonaguni Spa, illustre parfaitement l'implémentation de ces concepts sensoriels. On retrouve également ce concept chez Evian Spa avec Aqua Balance, combinant jets stimulants, chambre à neige, bain froid à 8°C, sauna, hammam, brumisation, massages et soins du visage L'hôtellerie Restauration numéro 3826, 7 juin 2024 Les Echos Weekend - 28/06/24².

Rentabilité et avantages économiques

Les espaces sensoriels présentent plusieurs **avantages économiques** pour les propriétaires de spas :

- Réduction des coûts de personnel : Contrairement aux cabines de soins nécessitant un personnel dédié pour chaque client, les espaces sensoriels peuvent accueillir plusieurs clients simultanément avec un besoin minimal de supervision, réduisant ainsi les coûts de main-d'œuvre.
- Attraction de clients externes : Les installations sensoriels attirent non seulement les clients hébergés, mais aussi une clientèle extérieure, augmentant ainsi la fréquentation générale du spa et créant des opportunités de revenus supplémentaires.
- Rentabilité accrue : Les espaces sensoriels sont 2,5 fois plus rentables que les cabines de soins traditionnelles. Ils permettent une utilisation optimale de l'espace et offrent une expérience client plus riche, justifiant souvent des

prix plus élevés pour l'accès L'hôtellerie Restauration numéro 3826, 7 juin 2024

De nombreux spas développent des forfaits day spa incluant l'accès aux installations sensoriels ainsi que des repas ou d'autres services, augmentant ainsi la durée de visite des clients et leur dépense moyenne par visite.

Avantages pour les clients

Les spas sensoriels offrent une multitude de bénéfices pour les clients :

- **Expérience immersive** : Les clients profitent d'une expérience holistique qui engage tous leurs sens, offrant une relaxation profonde et un sentiment de bien-être global.
- **Variété de soins** : La combinaison de bassins sensoriels, de saunas, de grottes de sel, et d'autres équipements permet aux clients de personnaliser leur parcours de détente.
- **Santé et bien-être** : Les thérapies basées sur la chaleur et le froid, ainsi que les environnements enrichis en sels minéraux, améliorent la circulation, réduisent le stress, et purifient les voies respiratoires.
- **Lâcher-prise et déconnexion** : Les environnements sensoriels permettent aux clients de se déconnecter du stress quotidien et de se plonger dans une atmosphère apaisante et régénératrice.

Expérience personnalisée : la tendance des suites privées

- Relais Thalasso propose des suites privées où tous les soins se déroulent dans un même espace, offrant une expérience cocooning et personnalisée Luxe et Bien-être - 25 janvier 2024
- L'hôtel Loire Valley Lodges propose des spas privés par hébergement, offrant une expérience personnalisée et unique Industrie Hôtelière Spas 2022

Analyse de l'impact sur la clientèle

L'intégration des technologies sensoriels et des pratiques personnalisées dans les spas répond aux besoins d'une clientèle moderne en quête de bien-être global. Cette diversification attire une nouvelle génération de clients en quête d'expériences immersives et personnalisées. Les spas sensoriels deviennent ainsi des destinations complètes pour le bien-être, combinant relaxation, stimulation sensorielle et soins personnalisés, ce qui accroît leur attractivité et leur compétitivité sur le marché.

6. Voies de développement

6.1 Ouverture à deux types de clientèle

Un intérêt croissant des jeunes pour la thalassothérapie

Julie Lemarié, directrice générale de la Thalasso Alliance Pornic, observe un intérêt croissant de la jeunesse pour les établissements de thalassothérapie pour faire face à leurs problèmes de stress. Elle partage : « Nous avons remarqué une augmentation de l'intérêt, notamment après la réouverture post-Covid, attirant un public **plus jeune avec un pouvoir d'achat et qui ne pouvait pas voyager à l'étranger**. L'évolution vers un public plus jeune est une tendance que nous espérons continuer à cultiver »^[20 Minutes].

Programmes courts adaptés aux jeunes

Le Roz Marine Thalasso Resort et Emeria Dinard proposent des programmes courts adaptés aux modes de vie actuels des jeunes Industrie Hôtelière - mars 2024^[1]. Emeria Dinard se distingue avec des soirées DJ dans le jardin de la thalasso en partenariat avec l'entreprise bretonne Armateurs de Rhum, appelées « jardin d'été », se tenant tous les samedis de 18 h à 22 h durant l'été Ouest France Saint Malo - 07/07/23^[2]. Bruno Vilt, directeur général de la Thalasso d'Emeria Dinard, confie que la rénovation de l'établissement vise à attirer cette nouvelle clientèle : « On crée des espaces chaleureux propices aux rencontres entre amis, en couple ou en famille »^[20 Minutes]. **Il souligne également l'importance d'adapter les offres à des séjours plus courts, de deux à trois jours**, avec des programmes de soins axés sur des besoins spécifiques, constatant que les clients de moins de soixante ans préfèrent des séjours de moins d'une semaine.

Innovations et équipements de pointe

Le Sofitel Quiberon Thalassa Sea & Spa célèbre son 60e anniversaire avec un programme dédié aux jeunes sportifs, intégrant des installations technologiques de pointe comme le tapis de course antigravité AlterG et l'Immersive Room pour des simulations de courses réelles Le Figaro Magazine, no. 24698^[3]. Anne Phelippeau, vice-présidente de Relais Thalasso, souligne l'attrait des suites Relais Thalasso qui rassemblent tous les soins dans une seule pièce moderne, avec baignoire, table de massage et hammam privatif : « Ce sont des espaces modernes avec baignoire, table de massage, et hammam privatif. On veut offrir une expérience spa, sans les inconvénients comme l'attente. C'est une formule qui séduit les jeunes, mais nos clients historiques apprécient aussi ce confort et cette modernité »^[20 Minutes].

Offres adaptées aux jeunes actifs

La Thalasso Roscoff développe des courts séjours de deux jours et une nuit ou trois jours et deux nuits, ainsi que des offres à la journée avec une petite restauration, pour s'adapter à tous les budgets et aux réservations de dernière minute Le Télégramme^[4]. Morgane Lemée, directrice de la thalasso de Roscoff, note que cette nouvelle clientèle, **plus jeune et active, recherche des moments pour relâcher la pression**, avec une dépense moyenne de 100 à 120 € par jour, contre 250 € pour un curiste traditionnel. Grâce à ces nouvelles offres, la thalasso de Roscoff n'a plus de basse période, remplissant les périodes traditionnellement creuses telles que novembre, janvier et les vacances scolaires.

Tendance des courts séjours

Marie Pérez, présidente de France Thalasso et à la tête de l'hôtel Côté Thalasso à Banyuls-sur-Mer, souligne que les jeunes sont surtout adeptes des courts séjours de un à deux jours : « C'est une tendance que nous observons ces dernières années et qui s'accroît. Avec des jeunes qui veulent profiter de soins tout en jouissant aussi de l'accès aux piscines d'eau de mer et aux espaces aquatiques ». Elle ajoute : « Une nuitée, un dîner et deux, trois soins suffisent largement pour un jeune couple à profiter pleinement de l'expérience à Côté Thalasso. Et bénéficier surtout des bienfaits de la thalassothérapie. D'où une attention particulière pour mieux répondre aux besoins des plus jeunes » L'Indépendant^[5].

L'adaptation des offres et la modernisation des infrastructures des centres de thalassothérapie pour répondre aux besoins des jeunes attirent une nouvelle génération de clients. Ces initiatives augmentent la base de clientèle des centres de thalassothérapie, améliorant leur rentabilité et remplissant les périodes traditionnellement creuses. Les jeunes, séduits par des séjours courts et des expériences immersives, deviennent des clients réguliers, assurant ainsi une croissance continue du secteur.

Augmentation de la clientèle masculine

Les centres de thalassothérapie adaptent de plus en plus leurs offres pour attirer **une clientèle masculine en pleine croissance** :

- Emerica Dinard propose des programmes spécifiques comme "Ma parenthèse au masculin" pour répondre aux besoins particuliers des hommes Industrie Hôtelière - mars 2024¹.
- Relais Thalasso innove également avec une nouvelle cure au masculin, proposée dans ses quatre centres Challenges - 25/01/24².
- Le Grand Hôtel Thalasso & Spa de Saint-Jean-de-Luz offre des programmes ciblés pour les hommes. Conçue pour combattre l'accumulation de graisses au niveau abdominal et autour des viscères, tonifier le corps et renforcer l'estime de soi, la cure de cinq jours « Svelte et tonic au masculin » combine les bienfaits des actifs marins des soins d'hydrothérapie drainants avec des soins spécifiques lipomodelants et des massages personnalisés Le Figaro³.
- Le centre Roz Marine Thalasso Resort propose des programmes de remise en forme spécialement conçus pour les hommes, incluant des bilans personnalisés et des activités sportives comme le paddle et le Pilates Le Figaro Magazine, no. 24698⁴.

En développant des programmes spécifiques pour les hommes, les centres de thalassothérapie élargissent leur clientèle et répondent à une demande croissante de la part de cette population. Ces initiatives permettent de diversifier les services offerts et d'attirer une nouvelle catégorie de clients, augmentant ainsi la rentabilité et la fréquentation des établissements.

6. Voies de développement

6.4 Intégration de solutions écoresponsables

Intégration de solutions écoresponsables

Les centres de thalassothérapie et les spas intègrent de plus en plus de **solutions écoresponsables pour répondre aux attentes croissantes des clients en matière de durabilité et pour réduire leurs coûts opérationnels à long terme** :

- L'hôtel Lyon Métropole a mis en place un système de récupération de chaleur double flux et un toit végétalisé pour améliorer l'efficacité énergétique et contribuer à l'esthétique du bâtiment Industrie Hôtelière Spas 2022¹.
- Thalasso Concarneau suit des protocoles de soins Thalgo, garantissant des soins efficaces tout en respectant l'environnement grâce à l'utilisation de produits naturels et écoresponsables Thalasso Concarneau².
- Thalazur Saint-Jean-de-Luz utilise des systèmes de thalassothermie pour chauffer et climatiser ses installations, démontrant l'efficacité de cette technologie sur la côte atlantique Choisir.com³.
- Cordouan Thalazur met en place un système de récupération de chaleur pour réduire sa consommation énergétique de 40 % d'ici 2030, conformément à la loi Elan, avec des travaux estimés à 13 millions d'euros.

Approches écoresponsables dans la conception des spas

Dans un entretien avec Hotellerie Restauration, Franck Trecco et Sébastien Vacher, experts en spa et hôtellerie, expliquent les moyens d'éco-concevoir un spa :

- Pulvérisation de l'eau pour limiter la consommation, par exemple avec un pédiluve à pulvérisation.
- Récupération d'énergie lors de la déshumidification pour chauffer les bassins.
- Qualité des saunas avec un système d'automatisme d'air.
- Sauna infrarouge moins consommateur d'énergie.
- Récupération et traitement des eaux pour l'arrosage du jardin.
- Installation de volets roulants pour maintenir la température.

Ces solutions, bien que coûteuses à l'installation, permettent des économies d'énergie et d'eau à long terme et ajoutent une dimension éco-responsable en termes de communication.

Utilisation de produits naturels et bio

Le spa Codage Kimpton Saint Honoré utilise des sérums sur mesure et des produits bio comme Pure Essentiel et Tata Harper Industrie Hôtelière Spas 2022⁴. Cette tendance vers des produits naturels et éco-responsables répond à une demande croissante des consommateurs soucieux de leur santé et de l'environnement, attirant ainsi une clientèle plus large et fidélisée.

Exemple d'engagement écoresponsable : Relais Thalasso de Sainte-Marie-de-Ré

Le Relais Thalasso de Sainte-Marie-de-Ré se distingue par son engagement écoresponsable, récompensé par de multiples labellisations. L'établissement a réduit son empreinte carbone, baissé sa consommation énergétique, misé sur **la sobriété numérique et préservé la biodiversité locale**. La restauration utilise des produits locaux, reflétant un souci constant de durabilité Sud Ouest⁵.

Le projet Mer'sea, initié par Jean-Pascal Phélippeau, PDG des Relais Thalasso, témoigne de cet engagement. Ce projet s'appuie sur des partenariats avec des experts tels que l'Agence de l'environnement, la Région Nouvelle-Aquitaine et la Surfrider Fondation Europe pour intégrer des pratiques écoresponsables dans toutes les actions menées par le centre. Sous la direction de Sylvain Morin, le relais thalasso a accentué ses efforts en matière de responsabilité sociétale des entreprises (RSE), incluant la réduction des consommations d'eau, la maîtrise des besoins en chauffage et climatisation, la promotion de la mobilité douce pour les salariés et l'approvisionnement en circuit court Sud Ouest⁶.

Un projet majeur de récupération de source d'énergie dans l'air sera mis en place grâce à la technologie innovante de la thermofrigopompe, réduisant la consommation énergétique annuelle de 1584 MWh à 895 MWh. Le centre a également remplacé les thermoplongeurs de chauffage de l'eau de mer par des pompes à chaleur, économisant ainsi 30 % d'énergie. De plus, le site, très affecté par la tempête Xynthia en 2010, a repensé ses cinq hectares pour créer un chemin anti-piétinement, replanter des végétaux adaptés pour fixer le sol et collaborer avec la Ligue de protection des oiseaux pour préserver la biodiversité locale Sud Ouest.

Rentabilité et avantages économiques des solutions écoresponsables

L'intégration de solutions écoresponsables non seulement répond aux attentes des clients en matière de durabilité, mais permet également aux spas de réduire leurs coûts opérationnels à long terme. Cette approche attire une clientèle soucieuse de l'environnement et renforce l'image positive de l'établissement. Les solutions écoresponsables, comme l'installation de systèmes de récupération de chaleur et l'utilisation de produits naturels, permettent de réaliser des économies d'énergie et d'eau et d'apporter une note éco-responsable en termes de communication.

La collection IndexPresse *Business Etude*

Comment accéder à des données fiables, pertinentes et surtout synthétisées, alors que l'information n'a jamais été aussi accessible en apparence ?

Voilà une question à laquelle sont confrontés quotidiennement les décideurs dans les entreprises lorsqu'il s'agit de prendre les bonnes décisions.

C'est pourquoi nous avons créé la collection **IndexPresse Business Etude**, des études sectorielles complètes, réalisées à partir des plus grands titres de la presse

économique et professionnelle. En s'appuyant sur des informations fiables et de qualité, les études d'IndexPresse offrent des synthèses analytiques et éclairées sur les secteurs d'activité émergents ou en mutation.

Vous aurez ainsi toutes les clés en main pour accompagner votre réflexion stratégique, en vous appuyant sur l'examen des enjeux de votre marché, afin d'anticiper ses évolutions et valider, ou modifier, votre positionnement dans le jeu concurrentiel.

IndexPresse *Business Etude*

Date de parution - juillet 2024.



Godefroy ROUX DE LUZE

redaction@indexpresse.fr

Auteur

SECTEURS & MARCHÉS THALASSOTHERAPIE

JUILLET 2024

Le marché de la thalassothérapie et des spas en France connaît une évolution dynamique, intégrant des soins innovants et des technologies de pointe. Avec un chiffre d'affaires en constante progression, le secteur représente un pilier de l'économie du bien-être en France, se plaçant au troisième rang mondial pour les spas. La France, reconnue pour sa spécificité en thalassothérapie, abrite 56 centres le long de ses côtes, attirant une clientèle diversifiée et croissante.

La pandémie a accentué le besoin de bien-être, avec une augmentation de la demande pour des services axés sur la gestion du stress et la santé mentale. Les centres de thalassothérapie et les spas ont su s'adapter en proposant des offres diversifiées et des soins personnalisés, combinant relaxation et activités sportives. De nouvelles tendances émergent, comme les spas sensoriels et les programmes courts adaptés aux jeunes, reflétant une modernisation de l'offre pour attirer une clientèle plus jeune et active.

Les grands groupes comme Thalazur et Relais Thalasso, ainsi que des acteurs innovants, contribuent à l'expansion et à la diversité du marché. Ils offrent des programmes spécialisés allant des soins post-cancer aux cures minceur, répondant aux besoins spécifiques des clients. Les plateformes de réservation en ligne jouent également un rôle crucial en facilitant l'accès à ces services.

Photo de couverture : ©2a1fa27 - stock.adobe.com



IndexPress

IndexPress
19 rue René Thomas
38000 Grenoble
Tél. 04 76 92 05 25
indexpresse@indexpresse.fr