



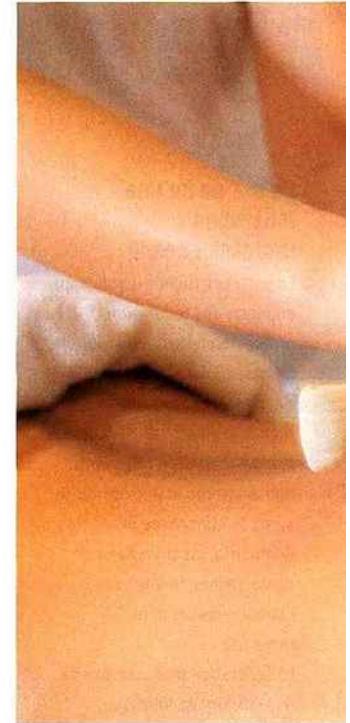
Enquête

Thalassothérapie

Il n'y a pas de mal à se faire du bien

Marché Aller en thalasso, c'est une parenthèse de quelques jours pendant lesquels priorité est donnée au bien-être. Et tout y participe : de l'atmosphère feutrée à la liberté de choix des soins en passant par une restauration soignée, une ambiance conviviale ou encore un environnement naturel. Si les individuels constituent les premiers clients des établissements spécialisés, répartis le long du littoral français, les groupes ne sont pas oubliés pour autant. Pour eux, des offres sur-mesure sont proposées.

Catherine Mautalent



Les Egyptiens furent les premiers à reconnaître les vertus thérapeutiques de l'eau de mer. Hippocrate, Galien, Platon et Aristote en conseillaient l'usage en bains chauds pour soigner et essuyer des plaies. Mais ça, c'était il y a bien longtemps...

Les prémices de la thalassothérapie en France se dessinent du côté de Boulogne-sur-Mer (Pas-de-Calais) lorsqu'en 1800 ouvre le premier centre de soins pour rhumatismes et affections dépressives. Mais, ce n'est que vingt deux ans plus tard que la thalassothérapie prend vé-

ritablement son essor sur le territoire hexagonal, avec l'ouverture du premier établissement de bains chauds à Dieppe, créé à l'initiative de la Duchesse de Berry. Puis, avec l'apparition du chemin de fer, les Parisiens fabriquent les stations balnéaires, et viennent ainsi renforcer la primauté des plages et des bains normands les plus proches de la capitale. En 1913, la première association internationale des bains de mer voit le jour.

De leurs côtés, et peu à peu, les établissements de bains de mer ne seront plus seulement "machine" à soigner, classer, assister ou prévenir des dangers, mais aussi des lieux de plaisir et de détente pour se divertir... sous contrôle.

Au sein des nouveaux établissements s'installent alors des salles de repos, des salons ou encore des casinos permettant ainsi une parenthèse récréative dans le programme de santé. A Dinard, dans les années 1920, la piscine occupe

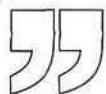
une position centrale dans le casino, équipée de hublots disposés sous le niveau de l'eau pour que, de la salle des fêtes, rien ne se perde du spectacle des baigneurs... et de la machinerie !

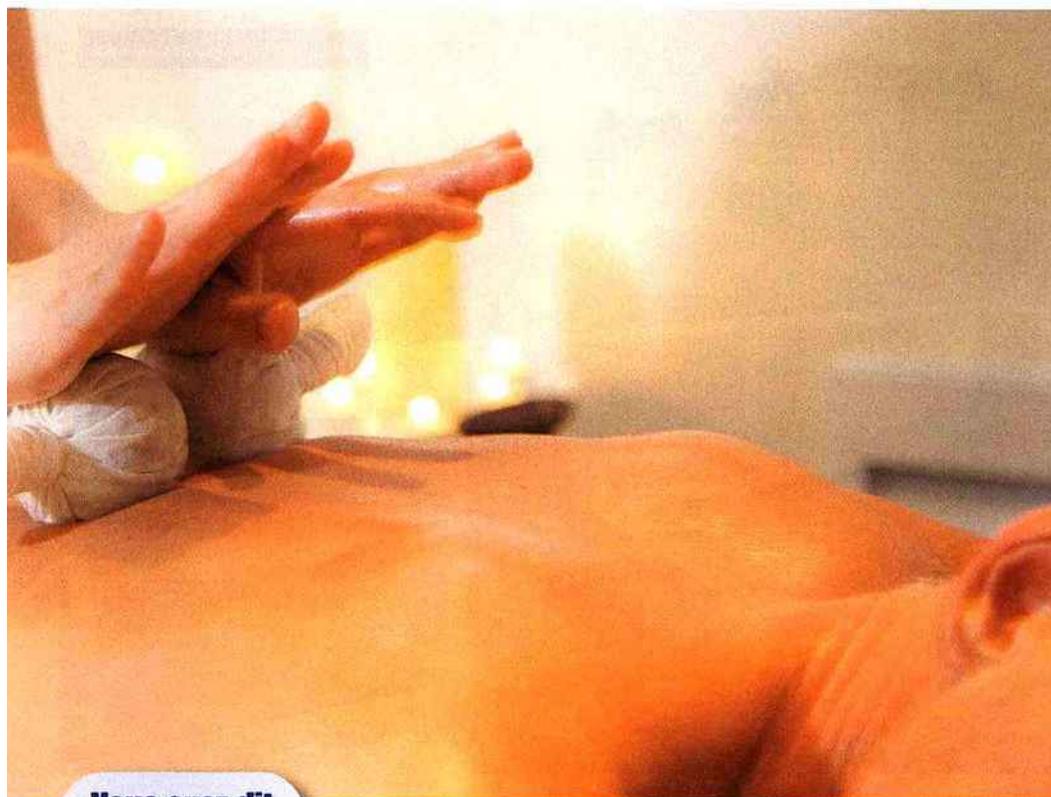
Et puis, au nom de l'hygiène, le fonctionnalisme l'emporte définitivement sur le décor : murs blancs, lisses et sans moulurations, aux angles arrondis ; utilisation de matériaux lavables comme les briques émaillées, le mosaïque, le marbre ; choix de la peinture à l'huile pour faciliter le lavage aux lances. A Trouville, par exemple, la devise est : "de l'air, de la lumière, des peintures blanches".

Devant la recrudescence des curistes et des établissements, la société française de thalassothérapie est créée en 1959. Et c'est en 1964, à l'initiative du cycliste Louison Bobet que la thalassothérapie moderne prend forme. Il ouvre l'institut de Quiberon. Et plus d'un demi-siècle après sa création, il figure



D'un côté, la population qui vieillit ressent le besoin de préserver son capital santé, de l'autre, des actifs qui sont de plus en plus stressés : deux phénomènes qui pousseront le tourisme de bien-être dans les années à venir.





Vous avez dit thalasso ?

La thalassothérapie consiste en l'utilisation simultanée sur un site marin privilégié, et sous surveillance médicale, des bienfaits des éléments de la mer dans un but préventif ou curatif. Ces éléments sont le climat marin, l'eau de mer, les boues, les algues marines et toute autre substance venant de la mer. La thalassothérapie utilise l'eau de mer chauffée afin de faire passer dans le sang de nombreux composés organiques tels que le calcium, le potassium, le sodium, etc.

aujourd'hui parmi les adresses les plus reconnues du secteur.

Un chiffre d'affaires annuel évalué entre 125 à 130 millions d'euros

En 1986, devant le développement des centres en France, médecins, scientifiques et dirigeants d'institut de thalassothérapie créent la Fédération Internationale de Thalassothérapie. Le 1^{er} février 2008, cette dernière et le Syndicat National Professionnel de la Thalassothérapie se regroupent sous une seule entité : France Thalasso. Sa nouvelle présidente a été élue en janvier dernier. Il s'agit de Marie Perez Sisgar. Elle dirige Thalacap Catalogne et Thalacap Ile de Ré, elle en est également le médecin conseil.

A ce jour, Atout France comptabilise 55 instituts de thalassothérapie répartis le long du littoral français. « Le secteur génère un chiffre d'affaires de l'ordre de 125 à 130 millions d'euros environ chaque année pour

un peu plus de 400 000 curistes », ajoute l'agence de développement touristique de la France dans son ouvrage *Destinations bien-être et Spas - attentes clientèles et stratégies de développement*, paru en décembre 2015. Ce chiffre d'affaires « a peu progressé depuis 2005, mais pourrait rebondir dans les années à venir au bénéfice de la rénovation d'une partie des équipements de soins et/ou d'hébergements », poursuit Atout France. En effet, le secteur a considérablement investi dans les cinq dernières années pour diversifier son offre, rehausser le niveau de ses prestations..., mais aussi ses tarifs !

Côté public, les établissements sont majoritairement fréquentés par une clientèle originaire de la région dans laquelle s'insère le centre, ainsi que par celle de l'Ile-de-France. « Les clients étrangers sont peu présents, 92 % sont Français ! », relève Atout France. Quant à leurs profils, il s'agit majoritairement de femmes

et de personnes plutôt âgées. Toutefois, selon les experts, la part des hommes tend à s'accroître et la clientèle à se rajeunir. En moyenne, 60 % des clients effectuent un séjour bien-être tous les deux ans. C'était tous les trois ans en 2010. Et 23 % consomment un à deux séjours par an.

Un secteur en croissance continue

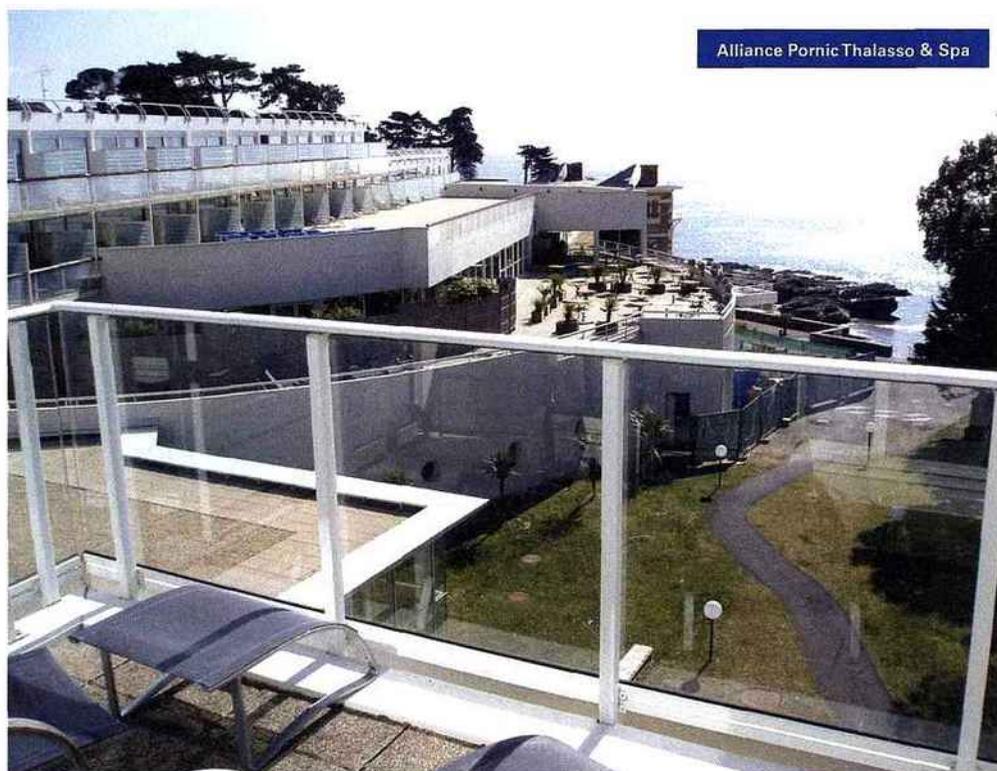
En janvier dernier s'est tenue la 34^e édition des Thermalies à Paris, qui a accueilli quelque 300 exposants (11 % du visitorat était composé de tour-opérateurs et d'agences de voyages). L'offre thalasso y était largement représentée (aux côtés des centres thermaux), de quoi s'informer et s'approprier « un marché en expansion, relevait Karelle Geyer, commissaire général du salon. On n'a jamais eu autant le besoin de se faire du bien ». Un point de vue largement partagé par les représentants des établissements thalasso, confirmant même que « l'activité du secteur se portait très bien, et qu'il était en croissance continue depuis plusieurs années ». Et encore plus particulièrement en cette année 2016, relevaient certains, à la suite des attentats de novembre à Paris. Et parmi les tendances porteuses de cette dernière édition, qui figurent de plus en plus dans les offres des centres de thalassothérapie, on relevait les cures « detox », « no stress » ou encore « anti burn out ». Le secteur



ne cesse d'innover, à la fois pour répondre aux nouvelles demandes et aussi pour profiter des avancées technologiques et scientifiques. Parmi les innovations les plus récentes, on peut citer des séjours sur la méditation, la relaxation, l'optimisation de sa longévité ou la mémoire, la musicothérapie... Et impossible de s'ennuyer en thalasso ! Car si les soins ne durent pas toute la journée, les centres permettent aux clients de pratiquer de nombreuses activités en parallèle, qu'elles soient sportives, physiques et touristiques.

Groupes : une offre « à la carte »

Des clients aujourd'hui majoritairement individuels, alors que parallèlement sont proposées aussi des offres groupes. Mais, ces dernières ne font pas toujours l'objet de brochure spécifique, car selon les différents centres thalasso que *Tourisme de groupe* a rencontré lors des Thermalies, « à cette clientèle sont proposées des offres sur mesure ». A l'exemple d'Alliance Pornic Hôtel Thalasso & Spa, qui accueille chaque année environ 45 groupes, des clients issus de comités d'entreprise et des retraités, et ce aussi bien en semaine que sur un week-end. « Nous proposons uniquement des offres à la carte pour cette clientèle, les soins sont définis au préalable, confirme ainsi Julie Lemarié, responsable commerciale. Les groupes peuvent cependant aussi choisir parmi nos cures existantes, et afin qu'ils apprécient au mieux les soins, l'idéal est que le nombre de participants ne dépasse pas les 30 pax ». Alliance Pornic Hôtel Thalasso & Spa travaille en partenariat avec l'office de tourisme de Pornic qui dispose d'un service groupes à même de compléter le séjour en cure avec des découvertes touristiques. Le Thalasso Concarneau Spa Marin - qui commissionne les professionnels entre 15



Alliance Pornic Thalasso & Spa



Concarneau

Vite dit...

Un nouveau centre de thalassothérapie a ouvert ses portes à Concarneau dans le Finistère. Aménagé dans un décor moderne et minéral, il dispose d'une piscine ludique avec jets massants et jacuzzi, d'un hammam, une piscine de nage à contre-courant, un sauna avec vue sur l'océan. Le Resort, résidence hôtelière quatre étoiles jouxtant le centre, propose des chambres avec vue sur mer ainsi qu'une cuisine bistronomique.

et 20 % - collabore lui aussi avec l'office de tourisme, lui permettant ainsi de suggérer des packages. Au Carnac Thalasso & Spa Resort, des soirées musicales viennent même ponctuer le séjour ! Quant ce ne sont pas des cours de cuisine, par exemple. L'établissement breton, qui reçoit entre 30 et 35 groupes par an (hors séminaires), participe d'ailleurs depuis trois ans au MAP Pro. « Notre clientèle se partage entre les comités d'entreprise et les jeunes retraités, indique Stephan Bertrand, responsable des ventes. Leurs demandes sont plutôt axées

sur du court séjour, soit deux jours/deux nuits, incluant six soins ». Avant de glisser que les professionnels sont commissionnés à hauteur de 10 %. Elle est entre 8 et 10 % au Thalasso Méditerranée à La Grande Motte, qui totalise une trentaine de groupes par an. Aux Thermes de Saint-Malo, qui a lancé un parcours aquatonique en septembre dernier, tous les soins sont à la carte, mais n'est proposée aux groupes que la thématique « remise en forme » comprenant trois soins individuels par jour. Du côté d'Hendaye, au Thalassa & Spa Serge Blanco, une offre groupes/séminaires est matérialisée dans un document spécifique. « Nous recevons beaucoup plus de groupes affaires que loisirs, qui à eux deux représentent environ 10 à 15 % de notre chiffre d'affaires, reconnaît Cyril Bergeret, attaché commercial. Ces groupes loisirs sont principalement des comités d'entreprise prêts à débloquer un budget situé entre 400 et 500 euros en pension complète ».



Un produit «pas facile à vendre»

Et qu'en est-il du côté des voyagistes? Quelle place donnent-ils au produit thalasso dans leur offre? D'autant que celui-ci pourrait idéalement s'insérer dans un programme d'excursions touristiques. Après l'effort, le réconfort, la détente par des soins dispensés, par exemple, sur une demi-journée... «Cela fait quelques années maintenant que nous proposons ce type d'offre en brochure dédiée à nos clients issus des comités d'entreprise, indique Anne-Sophie Lecarpentier, directrice générale de Périer Voyages. Cette année, nous suggérons quatre produits, certains mixés avec des excursions touristiques». Des produits uniquement axés sur la France et en autocar. «Cette offre thalasso reste cependant anecdotique par rapport à l'ensemble de notre production... et de nos ventes, poursuit-elle. Et si on arrive à faire au moins deux à trois groupes par an (souvent en week-end, plus rarement en séjour, ndlr), on estime que c'est déjà pas si mal».

Mais, Périer Voyages semble être une exception, car force est de constater que dans la plupart des brochures des voyagistes, aucune offre n'est proposée. Il y a encore deux ans, le produit thalasso était inséré en brochure chez Mariot Voyages, «mais, on s'est rendu compte que ce n'était pas facile à vendre», constate Olivier Bonvarlet, responsable du service groupes. Un avis partagé par nombre de professionnels que nous avons interrogés, et qui justifient unanimement ce constat en mettant principalement en avant deux raisons : «les coûts élevés pratiqués en France», et plus anecdotique «le fait que chacun des membres du groupe constitué ne veut pas se montrer aux autres en petite tenue». De plus, «programmer de la thalasso nécessite toute l'implication d'un groupe, et si je puis dire, tout le

monde ne veut pas forcément être dans le même bain!», ironise pour sa part Serge Daviaud, responsable commercial groupes chez Chaigneau Voyages. Avant d'ajouter : «lorsque que l'on programme un hôtel avec piscine, par exemple, dans le souci d'apporter un «petit plus» à nos groupes, ils l'utilisent peu, alors la thalasso». Sans compter, comme le soulignent certains professionnels, que «les soins en thalassothérapie s'adressent plutôt à une clientèle féminine». Ce qui, en termes de groupes constitués n'est pas l'unique profil...

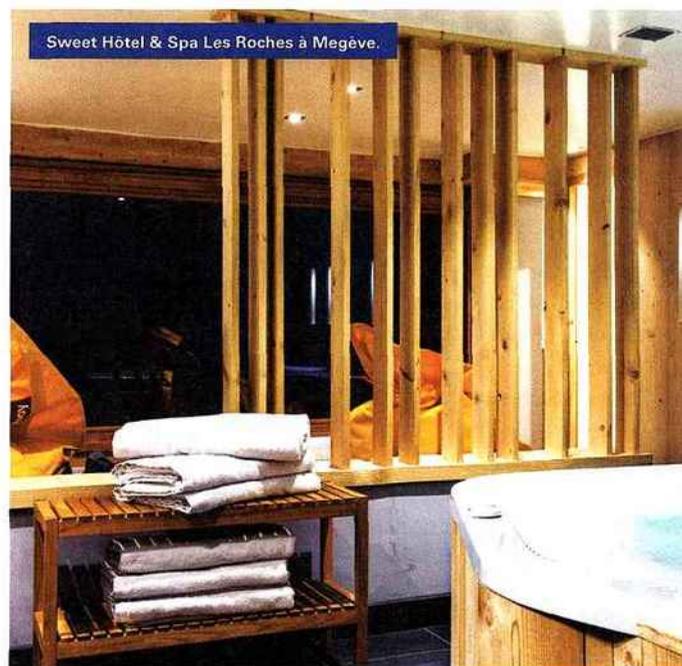
Autant de raisons expliquant sans doute que du côté des clients, il y a peu (voire pas) de demandes sur des produits thalasso, s'accordent à dire les professionnels. «Pourtant, même si nous n'avons pas ce type d'offre en brochure, cela ne nous en empêche pas d'en parler, indique Frédéric Marchand, Directeur groupes chez Nationaltours. Mais, force est de constater que l'adhésion n'est pas au rendez-vous. C'est dommage car les prestations proposées en France sont très bonnes, et en ce sens, le produit thalasso mériterait à être développé». Nationaltours programmait il y a encore quelque temps la thalasso en Tunisie, («une prestation très attractive et qui marchait plutôt bien», glisse-t-il). Mais,

c'était avant le Printemps arabe. Pour les professionnels que nous avons interrogés, tous estiment finalement que «le produit thalasso se prête beaucoup plus à une clientèle individuelle que groupes». En tout cas, «ce n'est pas le produit sur lequel je vais miser dans ma production groupes pour augmenter mon chiffre d'affaires!», ironise Olivier Bonvarlet. Et puis, conclut Valérie Pucheu, directrice Communication et Marketing chez Verdié Voyages (le voyageur ne s'est pas du tout positionné sur ce type d'offres, faute

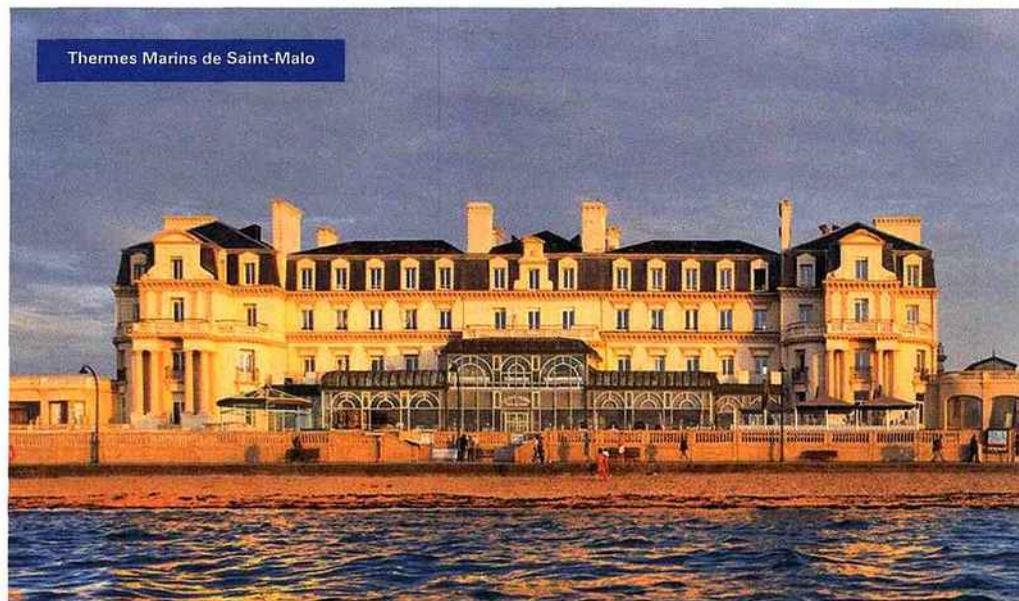
de demandes, aussi!): «il y a de toute manière aujourd'hui des tour-opérateurs qui sont beaucoup plus spécialisés sur cette thématique thalasso que nous». Thalasso n°1 et Thalasso.com sont, entre autres, de ceux-là.

Thalasso n°1 : «la thalassothérapie s'adresse à tous les publics»

Créé en 2003, Thalasso n°1 se positionne rapidement comme le premier tour-opérateur spécialiste du bien-être, en France, en Andorre



Sweet Hôtel & Spa Les Roches à Megève.



Thermes Marins de Saint-Malo



Avec les groupes, on est plutôt sur du long séjour parce qu'ils veulent combiner à la fois des soins et des excursions touristiques alentours.

Christelle Le Ho
Directrice Marketing chez
Thalasso.com



mais aussi sur l'ensemble du bassin méditerranéen. Proposant une offre hôtelière packagée avec des prestations en Spa, en thalasso, en centre thermal ou en balnéo (en résumé : les quatre familles du bien-être!), Thalasso N°1 s'adresse principalement à des individuels, «*mais également groupe, précise le spécialiste, car nous avons un département dédié à cette clientèle*». Avant de poursuivre : «*les formules les plus vendues sont des courts séjours (d'une à quatre nuits) car plus faciles à programmer, et principalement sur des prestations avec massages*». La part hôtelière s'accorde en fonction de la destination choisie,

Le saviez-vous ?

Le terme «*thalassothérapie* » a été inventé en 1865 par le docteur Joseph de La Bonnardière, un médecin de Crémieu (Isère), et ce à partir deux mots grecs pour signifier «*soigner par la mer* ».

ainsi que du budget alloué (de la résidence au cinq étoiles luxe en montagne, campagne ou en bord de mer).

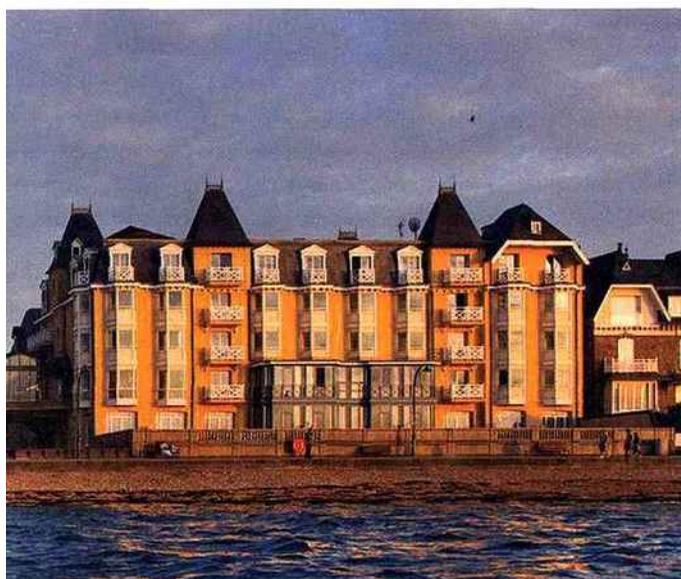
«*En longs séjours, soit cinq à six nuits, poursuit Thalasso n°1, les cures classiques remise en forme sont celles qui fonctionnent le mieux et permettent sur un bon rapport qualité/prix de découvrir un séjour complet*». Parallèlement, quelques cures spécifiques sont choisies pour

une demande de niche qui souhaite des soins plus personnalisés.

Par ailleurs, en thalasso, les axes «*détox*», «*silhouette*», «*sport*», «*anti-âge*» et «*beauté*» restent les soins spécifiques «*les plus innovants sur le marché, estime Thalasso n°1. De plus, chaque site essaye aussi de se démarquer des concurrents en valorisant un ou des soins/marque cosmétiques pour séduire de nouveaux clients*». Rappelant qu'une étude Afnor datant de 2014 annonçait un marché en croissance de +15% en dix ans, Thalasso n°1 constate de son côté que «*la clientèle s'est largement développée et élargie depuis une dizaine d'années, entre démocratisation et extension vers les couples et les familles*». Alors que les clientèles initiales sont constituées de femmes, de seniors «*qui recherchent des solutions bien-être et santé sans médicaments*», glisse Thalasso n°1, et les CSP+ pour s'offrir une pause détente dans leur vie de citadins pressés. Ce développement est également dû, toujours selon Thalasso n°1, par de «*beaux groupes référents sur le marché qui ont permis son essor*». Et de citer, par exemple, Thalassa Sea & Spa, Thalazur, Biarritz Thalasso Resort, Thalassa Spa du Sud, Relais Thalasso, Thalasso.com ou encore les Thermes Marins de Saint-Malo. Mais, est-il facile de vendre un produit thalasso? A cette question, le spécialiste du bien-être argumente qu'il permet «*d'apporter un contenu différent avec une vraie valeur ajoutée*», qu'il est «*une vaste thématique offrant d'une part l'opportunité de ratisser large, et d'autre part de fidéliser le client*», qu'il est enfin «*un bon moyen de vendre le territoire hexagonal en agences de voyages*». En 2015, la production de Thalasso n°1 en France a totalisé un chiffre d'affaires de 8,750 millions d'euros (+27%) et totalisé plus de 30 000 clients, soit +202% d'augmentation en curistes comparé à 2014.

Thalasso.com : une brochure groupes en projet

Thalasso.com est propriétaire (et exploitant) de quatre centres de thalassothérapie basés dans l'ouest de la France, regroupant à la fois de la thalasso, du Spa, du fitness, des hôtels (Roscoff, Baie de La Baule, Douarnenez et Saint-Jean-de-Monts) ainsi que de deux hôtels, l'un à Tours, l'autre à Caen. «*Nous travaillons la clientèle individuelle, mais depuis maintenant quelques années, nous nous intéressons également aux groupes, un dernier marché sur lequel nous avons intensifié nos actions il y a maintenant deux à trois ans*», indique Christelle Le Ho, directrice Marketing chez Thalasso.com. En créant notamment un poste dédié. «*Et nous sommes actuellement en train de réfléchir à l'édition d'une brochure groupes, qui pourrait voir le jour d'ici fin 2016*», poursuit-elle. Pas moins de 50 formules différentes sont proposées à travers les quatre centres de thalassothérapie. «*Du côté de la clientèle individuelle, force est de constater que les séjours se sont de plus en plus réduits, passant du six jours à un week-end, voire deux nuits, relève Christelle Le Ho. A contrario, avec les groupes, on est plutôt sur du long séjour parce qu'ils veulent combiner à la fois des soins et des excursions touristiques alentours*», ces dernières étant suggérées et conseillées par chaque centre. «*La thalassothérapie est un micro-marché en France et reste encore aujourd'hui - et à tort - un produit méconnu pour ses bienfaits et que le grand public ne sait pas toujours dissocier de la balnéothérapie et du Spa, conclut la directrice Marketing. Il n'y a sans doute pas suffisamment de communication, et c'est dommage*». Pourtant, quelle meilleure réponse aux maux d'aujourd'hui qu'un séjour en thalasso? La mer apaise, détend, revigore, fortifie aussi, et aide à faire face au temps qui passe... ■





Les nouveautés 2016

La tenue des Thermalies, seul salon dédié à l'eau et au bien-être, est l'occasion pour les différents établissements de dévoiler leurs nouvelles offres en termes de cures. Tour d'horizon.

Alliance Pornic Resort Hôtel Thalasso & Spa

Capital Santé Premium
(quatre ou six jours).

Activités de développement personnel, marches toniques, séances de cryothérapie ou de sauna infrarouge, séance d'impédancemétrie, consultation diététique, bains hydromassants, enveloppements d'algues, oxygénations biocatalytiques, drainages lympho-esthétiques aux ventouses, modelages, séances de yoga et de Qi Gong...

Carnac Thalasso & Spa Resort

Thalasso santé ventre bio
(six jours)



Soins kiné, bains hydromassants, enveloppements, rééducations spécifiques en piscine, hydrojets, douches à pomme, douches sous-marines...

Castel Clara à Belle-Ile-en-Mer

Mer et rééducation spécial
dos

(six jours)

Séances de massages classiques et spécifiques, modelage, réflexologie plantaire ou modelage balinais, séances en bassin, enveloppements de boue marine, bains hydromassants...

Grand Hôtel Flamants Roses à Canet-en-Roussillon

Stress out
(six jours)

Programme de 24 soins alliant bien-être et *coaching* individuel.

Spécial jambes

Quatre soins par jour en alternance : modelage des jambes, modelage relaxant, cryothérapie, pressothérapie, séance de frigidalgol, douche sous-marine, douche spéciale jambes, bain multi-jets aux extraits d'algues...



Grand Hôtel Loreamar à Saint-Jean-de-Luz

Détox

Une cure qui commence par trois bilans : biologique, biométrique et mode de vie, puis menus détox, soins d'eau de mer et massage.

Hôtel du Palais à Biarritz

Parenthèse anti-âge
(deux jours)

Stretching mobilisant tous les muscles du visage, massés, stimulés et travaillés. En complément : soin visage, modelage musculaire et enveloppement fermé corps.

Ibis Hyères (Thalassa Sea & Spa)

En toute quiétude
(six jours)

Alliance de soins thalasso et de sophrologie progressive sur un rythme quotidien, séances de relaxation. ▼



Institut des Cures marines de Trouville (Thalassa Sea & Spa)

Escale, un avant-goût du
bonheur
(deux jours)

Pause rafraîchissante destinée à booster la bonne humeur et le bien-être, avec un atelier du rire pour évacuer physiquement les tensions.

Mercure Fréjus (Thalassa Sea & Spa)

Silhouette en sérénité
(six jours)

Soins de thalasso drainants et détoxifiants, activités pour galber la silhouette et soins corps raffermissants.

Echapper au *burn-out*
(quatre jours)

Associe les bienfaits de la thalasso à des séances de relaxation et de stimulation sensorielle, musicothérapie.

Miramar Crouesty Hotel Thalasso & Spa à Arzon

Equilibre & Energie
(à partir de quatre jours)

Soins à la spiruline marine, encadrée par une équipe d'experts avec des soins spécifiques couplés aux fondamentaux de la thalasso-thérapie.

Novotel Dinard (Thalassa Sea & Spa)

Echapper au *burn-out*
(quatre jours)

Cure associant les bienfaits de la thalasso à des séances de relaxation et de stimulation sensorielle (16 soins en tout).

Novotel Ile d'Oléron (Thalassa Sea & Spa)

Ventre bonheur (six jours)

Nutrition adaptée, respiration libératrice, massages, modelages, activité physique, séances d'imagination positive, réflexologie du ventre...

Echapper au *burn-out*
(quatre jours)

Alliance des bienfaits de la thalasso à des séances de relaxation et de stimulation sensorielle, musicothérapie...

Novotel Le Touquet (Thalassa Sea & Spa)

Les 4 Saisons de la santé

Programme de santé globale autour de l'équilibre et de la minceur, de la maîtrise du stress et des émotions, du sommeil et de la vitalité.

Détox

Alliance de menus détox, de soins drainants, balade iodée.



Relais Thalasso Chateau des Tourelles à Pornichet

Autour du monde

Découverte des rituels du monde entier à travers la diversité des modelages (oriental, polynésien, indonésien...).

Relais Thalasso Ile-de-Ré Sommeil

Bains massants aux huiles essentielles et aux cristaux marins reminéralisants, jets sérénité, jets harmonie du dos, enveloppements mousse auto-chauffante, modelages sous pluie marine, gommage corps, modelage détente des pieds, aqua-activités...

Séjour Wellness Détox (cinq jours)

Bains massants aux huiles essentielles, modelage sous pluie marine, modelage relaxation, séance de préparation physique en piscine ou en salle, gommage corps, soin éclat visage...

Sofitel Biarritz (Thalassa Sea & Spa)

Ventre Bonheur

Nutrition adaptée, massages, modelages, activité physique, séances d'imagination positive.

Stress Détox (six jours)

Bilan, soins marins régénérants, massages sensoriels, séances de lâcher-prise et de relaxation active.

Echappée Prestige et Liberté

Coaching sur-mesure incluant des soins thalasso (enveloppement zénitude, lagon de relaxation, évanescence marine...).

Sofitel Golfe d'Ajaccio (Thalassa Sea & Spa)

Corsica Training

Programme sportif et soins (drainage, séance de pressothérapie, hydrojets, enveloppements revitalisants, séance d'aquatonic, bains de mer hydromassants, marche tonique...).

Sofitel Quiberon (Thalassa Sea & Spa)

Secrets de jeunesse

Soins thalasso, séances d'activités physiques personnalisées, séances énergisantes, soins de développement personnel...

Spa marin du Val André Thalasso Resort à Pléneuf

Val'Bien-être (six jours)

Soins régénérants d'hydrothérapie et soins bien-être et détente.

Val'Beauté (six jours)

Vingt quatre soins dont 12 régénérants, huit soins beauté et bien-être et deux cours de fitness coachés.

Val'Détox (six jours)

Douze soins marins, sept soins bien-être, quatre séances toniques ou relaxantes en groupe, séance de coaching individuel avec une diététicienne.

Thalasso Concarneau Spa Marin Resort

Evasion marine

Modelages aromatiques relaxants, modelage sous affusion, enveloppements reminéralisants et relaxants aux trois algues, applications de boues marines, bains hydromassants, douches à jet, douche sous affusion, séances d'activités aquatiques...

Voyage des sens (six jours)

Un modelage du monde par jour couplé à des soins d'hydrothérapie et de beauté (modelage, pierres chaudes, bains hydromassants, enveloppements...).

Beauté marine

Soins d'hydrothérapie, enveloppements, modelages et soins beauté.

Silhouette tonique

Gommage, enveloppement, soins minceur, bains hydromassants, aqua-fitness...

Thalasso Deauville (Groupe Deep Nature)

Cure minceur Gruman

(six ou 12 jours)

Bilan diététique et suivi diétiques, consultation sportive, cours aquatique ou fitness, soins amincissants, douches à jet, massages sous affusion...

Thalasso Méditerranée La Grande-Motte

Anti-âge

(six jours)

Soins précis et ciblés pour lutter contre les effets du temps tant au niveau du visage que du corps. Quatre soins spécifiques par jour.

Thalazur Cabourg

Fermeté au masculin

(six jours)

Dédié aux hommes sur les thèmes du sport et de la minceur. Soins raffermissants, remodelants et amincissants, pratiques physiques et sportives en eau de mer.

Thalasso & Spa Serge Blanco à Hendaye

Réveil corporel orientation surf

Coaching et soins ciblés : douches à jet, bains multi-jets, bains bouillonnants, hydrojets, enveloppements d'algues, modelages de récupération, cinq séances de surf (deux heures à chaque fois)...

Carte blanche (six jours)

Cure à la carte à moduler comportant 23 soins.

Thalazur Port Camargue

Optim'homme

Remise en forme, détente, soins du dos... Soins eau de mer et modelages du corps.

Thalgo La Baule

Prévenir le Burn-out

(six jours)

Bain multi-jets, douche de jet, enveloppement d'algues, massages, séances de méditation, parcours aquaminceur, gymnastique aquatique...

Thermes marins de Saint-Malo

Mer & anti-âge

(six jours)

Soins de thalassothérapie et Spa (visage, contour des yeux, anti-rides...), lipomodelages, affusions manuelles, douches sous-marines...

Mer & Minceur

La cure se décline en trois options : « rétention d'eau » (drainages lymphatiques esthétiques manuels, masques...), « cellulite localisée » (soins Activ'minceur, masque cellulissant...) et « rondeurs rebelles ou généralisées » (modelages toniques, masques...).