

# emotionSpa Magazine

## & Beauty

**NOUVEAU**

**TENDANCES BEAUTY**  
**LA COSMÉTIQUE**  
**GOURMANDE**  
**DE LA CUISINE À LA CABINE**

*Foodie Cosmetics  
from the kitchen  
to the treatment room*

**THALASSO**  
**EN TUNISIE**  
**OÙ EN SOMMES-NOUS?**  
*Thalasso in Tunisia,  
The current situation*

**DEAUVILLE, 2014**  
**UNE CURE DE JOUVENCE**  
*Deauville, 2014,  
a rejuvenating makeover*

SPÉCIAL

# HOTELLERS



# La rentabilité d'un espace sensoriel

## Le Chabichou à Courchevel

**U**N LIEU MYTHIQUE : COURCHEVEL, UNE ADRESSE DÉJÀ RÉPUTÉE DEPUIS 1963 : LE CHABICHOU, UN CHEF CHARISMATIQUE ET ÉTOILÉ, MICHEL ROCHEDY, ET EN TRAIT D'UNION, UNE ÉVOLUTION CONSTANTE AU COURS DES DÉCENNIES. LE CÉLÈBRE

CHALET BLANC CRÉAIT ENCORE L'ÉVÈNEMENT EN OUVRANT IL Y A MAINTENANT 2 ANS : LE CHABISPA, UN SPA HIGH-TECH DE 1100 M<sup>2</sup>. CES TRAVAUX DE GRANDE AMPLEUR ONT DONNÉ AU CHABICHOU UNE SECONDE JEUNESSE PERMETTANT À LA FAMILLE ROCHEDY D'OUVRIR DÉSORMAIS À L'ANNÉE, FAISANT DU CHABICHOU LE SEUL HÔTEL DE COURCHEVEL 1850, À OUVRIR HIVER COMME ÉTÉ. BIEN ENTENDU, LE SPA A JOUÉ UN RÔLE STRATÉGIQUE DANS L'EXPLOITATION DU SITE, PARTICULIÈREMENT L'ESPACE SENSORIEL ET LES BASSINS ANIMÉS, IMAGINÉS ET CONÇUS PAR HYDROCONCEPT.



### Multi-sensory spaces, a profitable concept

A MYTHICAL DESTINATION: COURCHEVEL, A RENOWNED ADDRESS SINCE 1963 - LE CHABICHOU, AND A CHARISMATIC AND MICHELIN-STARRED CHEF - MICHEL ROCHEDY, ALL UNITED BY DECADES OF CONSTANT PROGRESS AND CHANGE. TWO YEARS HAVE PASSED SINCE THE FAMOUS WHITE CHALET'S OPENING OF ITS STATE-OF-THE-ART 1,000M<sup>2</sup> SPA: THE CHABISPA. THIS LARGESCALE PROJECT GAVE A NEW LEASE OF LIFE TO THE CHABICHOU AND ENABLED THE ROCHEDY FAMILY TO REMAIN OPEN ALL YEAR ROUND, MAKING THE CHABICHOU THE ONLY HOTEL IN COURCHEVEL 1850 TO BE OPEN DURING BOTH WINTER AND SUMMER SEASONS. IN TERMS OF OPERATIONS, OF COURSE THE SPA PLAYS A STRATEGIC ROLE, IN PARTICULAR THE MULTI-SENSORY SPACE AND AQUA-THERAPY POOLS, IMAGINED AND CREATED BY HYDROCONCEPT.

In 2010, Michel ROCHEDY met Franck TRECCO, CEO at Hydroconcept during the Equip'Hotel exhibition. The company based in Monaco already had many Spa creations under its belt, including the Spa in la Cadière-d'Azur owned by the berard family who, being close friends of the rochedys, had recommended the company to them. The project had already begun 18 months earlier, however after one meeting and the first study of the existing plans, there was no doubt that it was necessary to start over from scratch. "Franck TRECCO pinpointed major mistakes in the initial plan: inappropriate circulation and space planning, the absence of aquatic wellness features... I understood more in 3 hours with Franck than in a whole year", says michel rochedy.

The challenge was set for hydroconcept who had less than a month to put a new project forward. On 5<sup>th</sup> january 2011 it was ready for the architect in charge of the global project and from that point, the schedule was launched. The project was defined entirely around multi-sensory bathing journeys as the main features, enhanced with a highly comprehensive and state-of-the-art Spa experience area that included an innovative salt cave. "We worked in close collaboration with the interior designer, hydroconcept who was in charge of pool engineering and filtration studies, which are one of our specialities, as well as the various administrative requirements for the regional health agency" (editor's note: the french department of health and safety, for example).

"Today, the multi-sensory space has lived up to its promises, and generates significant profitability thanks to high net profit margins as the area only requires the presence of a lifeguard. it is also an amazing feature for capturing non-resident clients, especially during the low season, and guarantees that the Spa enjoys a good rate of frequentation", confirms Michel ROCHEDY. For that matter, a smart pricing strategy has been established to optimize the Spa utilization ratio. Specific time slots preserve a harmonious client flow and can accommodate all client requests, even the smallest, so that each and every client can enjoy the Spa experience.

## FOCUS

En 2010, Michel ROCHEDY rencontre le PDG d'Hydroconcept Franck TRECCO, lors du salon Equip'Hotel. Ce dernier a déjà à son actif de nombreux Spas dont celui de la famille BERARD à Cadières d'Azur, très amis des ROCHEDY, les BERARD conseillent la société monégasque. Cela fait déjà 1 an et demi que le projet a été initié mais après ce rendez-vous et la première étude des plans existants, pas de doute, il faut repartir de zéro. « Franck TRECCO a révélé des erreurs majeures dans le plan initial : zones de circulation inappropriées, mauvais emplacements des différents espaces, pas de zone ludique... J'ai compris plus de choses en 3 heures avec

Franck qu'en un an », souligne Michel ROCHEDY.

Le défi est lancé, Hydroconcept a moins d'un mois pour proposer un nouveau projet. Le 5 janvier 2011, celui-ci est présenté à l'architecte responsable du projet global et de là, la programmation est lancée : définition complète du projet avec comme axes principaux les parcours de bassins sensoriels mais aussi la zone expérience très high-tech et complète avec une très originale grotte saline. « Nous avons travaillé en étroite collaboration avec l'architecte d'intérieur, Hydroconcept a réalisé toute l'ingénierie des bassins, les études de filtrations, une de nos spécialités mais aussi les différentes déclarations de l'Agence Régionale de Santé » (ndlr : ex DDASS). « Aujourd'hui, l'espace sensoriel a rempli ses promesses avec une rentabilité importante grâce à une marge nette élevée car cette zone ne nécessite qu'un maître-nageur. C'est aussi un formidable outil d'attraction pour la clientèle extérieure, particulièrement en basse saison, qui assure au Spa une bonne fréquentation », confirme Michel ROCHEDY. Une politique très intelligente de tarification a d'ailleurs été mise en place pour permettre une bonne fluidité de l'occupation et recevoir tous les clients, y compris les plus petits, selon des tranches horaires spécifiques, pour préserver le plaisir de chacun. I.C.

→ [www.hydro-concept-spa.com](http://www.hydro-concept-spa.com)

