



## La tendance est au bien-être

Analyse rédigée par Claudine Barry

*Le tourisme de bien-être, vous connaissez? Les voyageurs s'y adonnant dépensent 130% de plus que les autres, et même près de 150% de plus dans le cas du tourisme national. Ce créneau devrait croître de 10% annuellement au cours des prochaines années.*

Si certains voyageurs font du bien-être la motivation première de leur séjour, pour la plupart, il s'agit d'un motif secondaire, le voyage n'est alors que simplement agrémenté de composantes qui y sont liées. Dans un cas comme dans l'autre, cette tendance est à la hausse et plusieurs secteurs d'activités sont concernés.

### De quoi parle-t-on, au juste?

Il s'agit d'une appellation qui ratisse large: découvrir une cuisine saine et locale, se reposer et se recentrer sur ce qui «compte vraiment», demeurer actif, vivre des expériences authentiques enrichissantes, explorer la nature par des activités de plein air; en voilà quelques composantes. Mais l'idée de base reste liée au bien-être, soit viser un état de satisfaction complète, tant pour le corps que pour l'esprit. Cette approche holistique regroupe plusieurs aspects de la santé:

- physique;
- mental;
- spirituel;
- émotionnel;
- environnemental;
- social.

Les voyages ne sont pas toujours synonymes de repos et de santé, au contraire. Le [stress](#) dû aux contrôles douaniers et aux attentes dans les aéroports, le décalage horaire, les repas copieux et le manque d'exercice font que le touriste revient parfois à la maison plus fatigué qu'avant son séjour. Une étude de l'Université Columbia sur les touristes d'affaires révèle même que ceux qui voyagent fréquemment sur de longues périodes ont plus de risques de développer des problèmes cardiovasculaires.

### Qui sont ces voyageurs à la recherche du bien-être?

Pendant que le taux d'obésité continue de croître, un nombre grandissant de consommateurs veulent inverser la tendance en cherchant des moyens de mieux prendre soin d'eux. Les gens qui adoptent ainsi un mode de vie plus sain en surveillant leur alimentation, en s'adonnant régulièrement à des activités physiques, ou en procédant à des périodes de méditation ou de relaxation veulent conserver leurs habitudes en voyage.

Selon l'étude The Global Wellness Tourism Economy, les touristes de bien-être sont d'âge mûr, instruits et aisés financièrement. Ils viennent surtout d'Europe, d'Amérique du Nord et des pays développés d'Asie. La croissance future du tourisme de bien-être sera surtout générée par les voyageurs en provenance d'Asie, du Moyen-Orient et d'Amérique latine.

### Le bien-être pour tous

Le secteur de l'hébergement prend d'assaut cette tendance en intégrant à son offre certaines options plus axées sur la santé. Par exemple, le groupe Affinia Hotels de New York offre à ses clients la possibilité de se faire livrer des produits frais et [prêts à cuisiner](#). Les hôtels Westin proposent quant à eux un service de concierge pour accompagner leurs clients amateurs de course à pied.

Encore plus engagé dans cette tendance, le groupe Intercontinental lance [EVEN Hotels](#), une toute nouvelle marque pour des voyages plus équilibrés. On y trouvera notamment:

- un design apaisant;
- de la literie faite de fibres naturelles;
- un environnement sain entretenu à l'aide de produits nettoyants non toxiques et naturels;
- des chambres spacieuses avec tapis et équipements d'exercices;
- une salle d'entraînement dernier cri;
- une cuisine santé et savoureuse ainsi qu'une grande gamme de desserts et de vins (tout est dans l'équilibre).

L'ouverture des premiers établissements est prévue pour l'été 2014. Visionnez la [vidéo promotionnelle](#), elle illustre à merveille le concept du bien-être.



Meet EVEN™ Hotels

Source: [www.ihg.com](http://www.ihg.com)

Le [MGM Grand](#) de Las Vegas inaugurerait, en octobre dernier, 42 chambres aménagées pour un maximum de bien-être. Ces unités sont notamment équipées d'une douche avec infusion de vitamine C, d'un environnement hypoallergène, d'aromathérapie, d'une chaîne de télé avec conseils d'experts en santé et bien-être ainsi que d'un minibar rempli d'aliments équilibrés. Le succès de ce concept pousse l'établissement à convertir tout l'étage, soit 171 chambres, en suites «[Stay Well](#)». La vidéo ci-dessous donne un aperçu des composantes de ces chambres.



[http://www.youtube.com/watch?feature=player\\_detailpage&v=1OrPLvrBQqA](http://www.youtube.com/watch?feature=player_detailpage&v=1OrPLvrBQqA)

Les établissements de villégiature se prêtent bien au tourisme de bien-être. En plus des services offerts et de l'aménagement des lieux, les clients peuvent pratiquer des activités de plein air revigorantes. Les spas de destinations, comme le [Spa Eastman](#), dans les Cantons-de-l'Est, ou encore le [Mountain Trek Fitness Retreat & Health Spa](#), en Colombie-Britannique, sont des précurseurs de cette tendance du tourisme de santé, qui s'est longtemps adressée à un marché de niche. Dans le cas des spas de destinations, le bien-être doit constituer la motivation première du séjour, puisque le client choisit parmi les programmes d'amaigrissement ou de remise en forme. La localisation de ces établissements de repos contribue beaucoup au bien-être. L'éloignement permet aussi au visiteur de consacrer toute son énergie à l'atteinte des objectifs de son séjour.



Source: [www.mountaintrek.com](http://www.mountaintrek.com)



### **Pour ajouter un peu de bien-être à votre offre...**

Le tourisme de bien-être rejoint désormais un marché en plein essor: la population souhaitant conserver ses bonnes habitudes en voyage. Voici cinq astuces permettant à un établissement d'hébergement de rehausser le bien-être de ses convives.

1. Favorisez une bonne nuit de sommeil: ne lésinez pas sur la qualité des matelas et des oreillers. Assurez-vous que les lieux sont calmes et que l'habillage de fenêtre empêche bien le passage de la lumière, lorsque le client le souhaite.
2. Créez un cocon de confort: la qualité de l'air doit être excellente. Une odeur de fraîcheur devrait se dégager des lieux. L'éclairage devrait être disponible en une variété d'options (pour travailler, se relaxer, etc.) et facile à contrôler.
3. Facilitez les expériences d'entraînement: proposez des itinéraires de course à pied ou de vélo; prêtez de l'équipement, des bicyclettes, des tapis de yoga, etc.
4. Offrez des options de cuisine santé: faites-le pour le minibar, le service aux chambres et au restaurant.
5. Surprenez agréablement vos clients: faites preuve d'originalité en intégrant une composante attentionnée comme un panier de fruits frais, par exemple.

L'idée d'offrir du bien-être implique de se préoccuper de la santé et du confort du client, de lui permettre de maintenir son équilibre (physique et mental) pour qu'il puisse ensuite apprécier tout le reste.

### **Sources:**

Flowers, Jennifer et Maria Pedone. «[Westin Hotels Caters to Marathoners With New Running Concierge](#)», travelandleisure.com, 18 octobre 2013.

Hoisington, Alicia. «[Brands focus on health and wellness in design](#)», hotelnewsnow.com, 15 octobre 2013.

Ito, Tom. «Winning wellness strategies in hotel design», Hotel Mag, 12 novembre 2013.

Karantzavelou, Vicky. «[Health and fitness travel forecast wellness spa trends for 2014](#)», traveldailynews.com, 26 novembre 2013.

Rosenbrock, Katie. «[World's best wellness resorts](#)», usatoday.com, 4 novembre 2013.

Shankman, Samantha. «[The Top Wellness Travel Trends For 2014](#)», skift.com, 1<sup>er</sup> novembre 2013.

SRI International et Global Spa & Wellness Summit. «[The Global Wellness Tourism Economy](#)», 2013.

### **Sites Web:**

[Affinia Hotels](#)

[Wellness Tourism Worldwide](#)