

LE SPA TANT ATTENDU...

Propos recueillis par Laure JEANDEMMASSE

Le Negresco à Nice : est-ce un hôtel ? Est-ce un musée ? C'est en tout cas l'un des plus beaux hôtels du monde. Cet hôtel d'art à tout : son emplacement face à la Méditerranée, son architecture Belle Époque, sa décoration intérieure absolument exceptionnelle avec plus de 6 000 œuvres d'art, son restaurant étoilé... Il ne lui manquait qu'un spa !



Lionel Servant, le directeur général du Negresco.

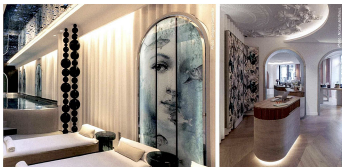
Première particularité de l'hôtel Le Negresco, il s'agit de l'un des rares hôtels français indépendants. Au Negresco, on ne parle pas d'un hôtel mais d'une maison. Le concept de la maison consiste à faire découvrir l'art à travers les grandes périodes de l'art français de Louis XIII à nos jours. Madame Augier (propriétaire 1957/1983) a réuni avec passion les 6 000 œuvres d'art réparties dans les moindres recoins de la Maison.

Enfin, la Maison propose 128 chambres et suites, avec chacune sa propre décoration où l'on retrouve les jours de dialogue d'une approche contemporaine avec des touches historiques.

Lionel Servant, le directeur général du Negresco vous raconte la fascinante histoire du Negresco. « Dès mon arrivée dans cette belle maison, j'ai souhaité apporter une réponse à tous les besoins secondaires. Depuis 2020, nous avons notre propre plage à La Plage qui possède le niveau de service de l'hôtel tout en bénéficiant d'un restaurant, d'un lounge, d'un bel espace de brassés baignés de soleil ; c'est un véritable « jardin sur la mer ». Le Spa est alors venu naturellement au cœur de notre réflexion pour répondre aux attentes de nos hôtes français et internationaux. »

LE NEGRESCO, UN HÉRITAGE, UNE LÉGENDE

« L'une de mes missions consiste à conserver et mettre en valeur l'histoire iconique et légendaire de la Maison. Cet hôtel est une légende et le moi héritage à un vrai sens que je partage avec l'ensemble de mes collaborateurs ; nous sommes les héritiers. Et en tant qu'héritier notre rôle est d'en être le cet héritage et de contribuer pleinement à son évolution pour répondre à chaque décennie aux attentes de nos hôtes et de nos clients locaux tout en conservant son ADN. »



LA PASSION DE L'HÔTELLERIE

«Après avoir obtenu un BTS hôtellerie, j'ai réalisé l'ensemble de ma carrière professionnelle dans l'hôtellerie. Connaître de mon choix naturel pour embrasser cette magnifique profession d'hôtelier, j'ai eu la chance de pouvoir travailler auprès de l'ensemble des métiers de la restauration et de l'hôtellerie pour par la suite devenir sous directeur, puis directeur d'établissement.»

LE MANAGEMENT

«Il faut trouver le juste équilibre au quotidien entre exigence et bienveillance. Dans ma carrière professionnelle, j'ai toujours été très exigeant. Avec plusieurs années d'expérience, la bienveillance est devenue une respiration. Il faut sans cesse savoir se remettre en question pour pouvoir évoluer et atteindre la meilleure version de nous-même.»

UNE VISION À 2030

«Pendant le Covid, nous avons travaillé sur un projet global à 2030. Nous avons conceptualisé une vision, une feuille de route; je souhaitais avec mes équipes faire perdurer la légende de l'hôtel à travers un changement d'image, un repositionnement. J'ai notamment apporté cette approche entrepreneuriale qui participe aujourd'hui au succès de l'hôtel Le Negresco. Nous générons des profits conséquents que nous pouvons réinjecter en rénovation/innovation. C'est un véritable cercle vertueux pour aller sur un positionnement Palace à l'horizon 2030.»

VALORISER LE PATRIMOINE FRANÇAIS

«Nous faisons la part belle aux artisans, aux Meilleurs Ouvriers de France, même si cela implique un coût supplémentaire. Valoriser le patrimoine français fait partie intégrante de notre identité, cela contribuera à la mise en lumière de la marque Le Negresco dans la prochaine décennie. Nous sommes labélisés Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV) et notre rôle est de sublimer les compétences, les talents et les savoir-faire français. Nous sommes acteurs de ce label dans le secteur de l'hôtellerie de luxe et dans la restauration. Au spa

par exemple, nous avons sélectionné uniquement des marques françaises. Nous privilégions pour l'ensemble de notre maison la collaboration avec des entreprises/ fournisseurs locaux et français.»

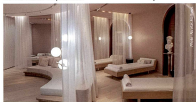
UN SPA COMME UNE PROMENADE ARTISTIQUE...

«Être au spa est semblable à l'émotion qui nous habite devant une œuvre. L'art dans sa manifestation noble, la découverte qui pique la curiosité, la contemplation qui éveille l'âme, l'immersion dans l'univers de l'artiste qui nous renvoie à notre essence profonde. Ainsi, N Le Spa se dessine autour d'un thème maître à travers un triptyque profondément ancré, propice à: la découverte, la contemplation et l'immersion. En somme, une ode à l'art sous toutes ses formes et tous ses états. N Le Spa possède une trentaine d'œuvres d'art provenant principalement de la collection privée de Madame Augier, on y retrouve cette décoration atypique qui est l'emblème de l'Hôtel Le Negresco.»

MA VISION DU SPA

«Avec mes collaborateurs, je souhaitais créer un spa d'exception avec un niveau d'excellence à travers sa décoration, son niveau de service et sa personnalisation de l'accueil de nos clients. Au sein de N Le Spa, nous avons 23 salariés, pour sept cabines car nous internationalisons l'ensemble des prestations avec un service que nous souhaitons irréprochable.»

N Le spa
est une ode
à l'art sous toutes
ses formes





*Il ne faut pas
que l'hôtelier
impose trop ses choix
car c'est un monde
différent*

Et pour cela, le facteur humain est une condition de réussite indéniable, il est au cœur de nos préoccupations. En tant que chef d'entreprise, la rentabilité demeure un objectif indéniable, cependant, avant tout, je souhaite proposer une offre d'exception.

Je connais mon métier d'hôtelier en revanche l'offre spa est un autre métier à part entière...

«J'ai un parcours purement hôtellerie mais avec une expérience spa. Et pour que le spa performe et soit attractif, il ne faut pas que l'hôtelier impose trop ses choix car c'est un monde différent. On ne gère pas une cabine de soin comme on gère une chambre.»

L'accompagnement d'experts

«Le Negresco a sollicité le talent de Patrick Saussay, expert international en matière de spas différenciants, et de Jean-Philippe Joux, architecte designer qui a créé l'identité unique du lieu en s'inspirant de l'héritage de l'hôtel. Ensemble, et au travers de ce projet, ils ont entrepris l'écriture d'un nouveau chapitre du Negresco.»

N LE SPA

N Le Spa se compose de sept cabines dont une double, dans lesquelles tout a été pensé de manière holistique avec des programmes ciblés et personnalisés. Il est composé d'un espace humide comprenant un hammam, un sauna, une piscine, ainsi que des douches sensorielles. N Le Spa possède également l'Écrit. Logé dans un espace confidentiel, l'Écrit Spa privatif de 300 m² célèbre le bien-être dans tout son art. Au programme : soins à deux, bain sensoriel, hammam, sauna et compositions gastronomiques à déguster.

Le concept store

Comme face à une œuvre d'art, le concept store du spa permet la surprise et la découverte où l'interactivité est présente. Le concept store fait la part belle aux découvertes spontanées, avec ou sans rendez-vous, autour de



produits cosmétiques, nutri-cosmétiques et de parfums. Point d'orgue du concept store, un laboratoire dédié à la fabrication immédiate d'un sérum sur-mesure. Le stade ultime de la personnalisation.

Le Boudoir

Le principe du Boudoir est de pouvoir découvrir un soin du visage très performant et toujours hissé vers l'excellence. Dans ce lieu, la cliente peut profiter d'un soin du visage, mais aussi de maquillage, de mise en beauté et de coiffure.

Le Barber

Cet espace offre une véritable expertise de soins pour les hommes (soin spécifique visage, soin et coupe de la barbe et des cheveux). La décoration quant à elle présente notamment une sculpture représentant Salvador Dali réalisée par Cyril de la Patellière, en hommage à la belle amitié qui existait entre Madame Augier et l'artiste. «Notre métier est fait de convivialité, d'échanges. Ainsi, au Boudoir et dans l'espace Barber, nos clients ont la possibilité de prendre une coupe de champagne, partager un cocktail avec toute l'expertise des équipes du bar.»

Le yoga immersif

Avec N Le Spa, le yoga devient immersif. Il s'agit là d'une innovation mondiale rendue possible par l'art digital, où chaque mouvement, chaque son et chaque respiration, même vers la paix et l'équilibre intérieur.

Patrick Saussay a créé ce lieu de Yoga Immersif avec Créative Motion. Il voulait un yoga qui sublime complètement l'expérience de yoga avec des intentions différentes : l'énergie, l'équilibre, la clarté, la conscience... Un diagnostic détermine l'énergie qui doit être travaillée, et en fonction de cela, la fréquence sonore et les images sont adaptées. C'est un cours sur-mesure en individuel.»

UN SPA, HUIT MARQUES...

«De nombreuses marques potentielles voulaient systématiquement additionner le nom de leur marque au côté de celui de l'hôtel. Or, le Negresco est une marque à part entière. Finalement, nous avons pu être défini ce que sera le spa de demain : avec l'opportunité de venir à plusieurs

reprises tout en bénéficiant d'une marque différente. Ainsi, le spa offre une variété de marques talentueuses : Olivier Claire, Vinésime, Codage, CHO Nature, Maison Godet, Le Rouge Français, Fred Mécone, Végétaloment Provence. Je pense que l'avenir du spa est plus dans la diversité des marques que l'on peut proposer à nos clients que dans une seule et même marque. Au N Le Spa, nos clients ont la possibilité de pouvoir profiter d'une marque à un moment T et de revenir plusieurs fois par la suite bénéficier d'autres marques. Les marques Olivier Claire, Vinésime et Codage ont développé spécifiquement pour le N Le Spa des soins signatures.»

LA COLLECTION ÉPHÉMÈRE

«La collection éphémère est une réponse en miroir à ce que Madame Augier faisait déjà, elle a toujours souhaité mettre en avant des artistes méconnus. Au N Le Spa, nous proposons en marque éphémère CHO Nature. Aussi bien pour l'hôtel que pour le spa, nous sélectionnons et privilégions comme partenaires des entreprises françaises, familiales avec un engagement environnemental.»

PATRICK SAUSSAY, LE CONCEPTEUR

Patrick Saussay parle du N Le Spa. «C'est toujours un vrai bonheur de travailler sur des endroits qui ont une véritable histoire, une identité très forte. C'est un projet extrêmement nouveau dans le monde du spa. Pour ce qui est des marques, j'ai préféré aller chercher le meilleur des marques plutôt que la meilleure marque. Nous avons également pris en compte le facteur temps de nos clients afin de satisfaire chaque requête et d'offrir ainsi des expériences personnalisées.

JEAN-PHILIPPE NUEL, L'ARCHITECTE, DESIGNER

«Son approche consiste à ne jamais faire de reconstitutions d'époque, mais plutôt à entamer un dialogue entre patrimoine et modernité. L'héritage, c'est comprendre le lieu, son âme, son esprit pour que le projet ait du sens

et participe à l'identité singulière de l'Hôtel Le Negresco. Dans l'univers de N Le Spa, il y a l'histoire du Negresco, dévoilant un espace de 700m², où les courbes et les lignes se dessinent en totale fluidité. «Nous nous sommes aussi inspirés de la ville de Nice, de sa culture, de son marché aux fleurs. N Le Spa, représente l'âme du Negresco et également une part de l'âme de Nice, c'est un lieu honnête pour un hôtel hors-pair. J'ai pris un immense plaisir à travailler sur ce projet.» explique l'architecte.

L'ART, MÊME DANS LE LINGE AVEC RKF

Riad et Faouel Besaïss expliquent : «Deux ans de travail ont été nécessaires à RKF pour travailler sur le projet de N Le Spa. La pièce maîtresse est le peignoir mais on ne peut même pas l'appeler peignoir... Le Negresco souhaitait une véritable pièce d'art, un vêtement de haute couture. La direction de l'hôtel voulait une belle matière, de la couleur, de la fluidité du tissu, un design, un côté artistique... Le cahier des charges était incroyable! Cependant, grâce à une expertise et un historique, nous avons fabriqué un peignoir d'exception N Le Spa dans une matière brevetée décorée de magnifiques dessins de fleurs. Le peignoir N Le Spa est une œuvre unique, made in France.»

MON CONSEIL AUX FUTURS EXPLOITANTS DE SPA

C'est l'essentiel conseil que vous donne

Lionel Servant:

«Osez des choses, différenciez-vous. Pour être attractif, il faut vraiment vous positionner sur le bon être global avec une expérience complète. Osez la différenciation et proposez quelque chose de spécifique qui donne envie de venir chez vous. Pour cela, il faut connaître parfaitement votre clientèle et son positionnement pour viser juste.» ▲

