

**Phytomer s'impose de plus en plus dans le secteur de l'hôtellerie haut de gamme,** avec parmi ses plus récentes références : le Relais & Château Le Mas Candille à Mougins ou encore L'Incomparable, dernier né du prestigieux groupe Lodge & Spa Collection, situé au lac du Bourget. Au cœur de l'accompagnement de la marque, **une stratégie de merchandising premium, dédiée aux Spas hôteliers 4 et 5\*, avec des prestations sur mesure et haut de gamme.**

 ISABELLE CHARRIER

## Phytomer

« Notre Guide Design & Spa est *un recueil complet et didactique de nos conseils* en aménagement, design et merchandising. »

**Mathilde Gédouin-Lagarde,**  
Directrice Marketing & Communication Phytomer

**Mathilde, expliquez-nous la genèse et les objectifs de votre Guide Design & Spa.**  
**Mathilde Gédouin-Lagarde :** Définir l'aménagement et l'identité visuelle d'un Spa relève d'une vraie expertise. Nous n'avons pas tous des talents de décorateurs. Or l'atmosphère d'un Spa joue un rôle primordial dans l'expérience bien-être offerte aux clients. Le sujet demande donc d'être traité avec soin. Chez Phytomer, nous connaissons bien cette problématique pour nous être pliés à l'exercice dans nos trois Phytomer Spa & Wellness : le Spa Émeraude à Saint-Malo, le Spa Étoile à Paris dans le 8<sup>e</sup> et très bientôt le Spa Trocadéro, à Paris dans le 16<sup>e</sup>. Chaque projet a consolidé nos connaissances en aménagement de Spa haut de gamme. Nous avons voulu les partager avec nos partenaires Spas hôteliers à travers un recueil complet et didactique de nos conseils en aménagement, design et merchandising : le Guide Design & Spa. On y retrouve les codes Phytomer et nos partis pris Spa. Nous y avons apporté un maximum de détails pour faciliter la mise en œuvre : référentiel couleur, mobilier et accessoires (avec indication tarifaire), choix des matériaux. L'objectif étant d'apporter à nos partenaires des guidelines pour recréer, dans leur Spa, l'atmosphère naturelle et haut de gamme de Phytomer.

**À cette fin, vous avez créé des outils ultra-premium afin de mettre en scène vos produits dans l'objectif d'aider vos partenaires hôteliers à mieux vendre. Comment se passe la mise en place ?**

**M.G.L. :** Nous avons développé une expertise merchandising en interne pour répondre aux besoins de nos partenaires et les accompagner sur le terrain. En complément du Guide Design & Spa, nous avons mis au point un Kit Merchandising pour animer les espaces vente et aider les Spas hôteliers à mieux conseiller. Nous avons voulu ce kit très complet. Il contient près de 50 éléments permettant de créer différentes mises en scène en fonction de la saison et de l'actualité. Nous l'avons également voulu ultra-premium en privilégiant des images sophistiquées et des matériaux haut de gamme : blocs en bois bleu nuit, réglottes de linéaire couleur laiton s'associant à merveille avec le bleu des produits Phytomer, porte-panneaux en bois, panneaux produits et mannequin en dibond... Nos partenaires hôteliers ont reçu un kit merchandising accompagné d'une notice très claire. Elle donne des conseils d'installation pour chaque élément, les bonnes pratiques et les erreurs à éviter, photos à l'appui. Notre Visual Designer peut également se rendre sur place pour optimiser la mise en place du kit et donner des conseils sur l'aménagement de l'espace et le merchandising.

**Au cœur de votre concept de merchandising, un argument cher aux hôteliers : le sur-mesure. Prenons le cas de l'hôtel du Nessay ou du Savoy, deux hôtels de charme 4\* où Phytomer a déployé cette nouvelle offre.**

**M.G.L. :** Le sur-mesure est primordial si l'on veut pouvoir répondre aux problématiques propres à chaque Spa hôtelier. Les exemples du Château du Nessay à Saint-Briac-sur-Mer (à découvrir p.92) et de l'Hôtel Le Savoy à Megève sont très parlants. Ce sont deux hôtels 4\* haut de gamme avec une identité très forte et des attentes spécifiques. Le Château du Nessay souhaitait donner au Spa une identité plus forte à l'image des autres espaces de l'hôtel. L'objectif était également d'optimiser sa visibilité afin d'en augmenter la fréquentation. Nous avons principalement travaillé sur l'aménagement de la galerie et du vestiaire pour les rendre plus immersifs et valoriser les produits. Une fois nos propositions validées, notre Visual Designer s'est rendu sur les lieux pour la mise en place. À l'Hôtel Le Savoy, l'objectif était de donner plus de visibilité au Spa dès l'accueil et dans les espaces bien-être. Nous avons développé des outils sur mesure (plaque en laiton pour l'accueil, lettrage adhésif pour les cabines de soins...) que nous avons livrés à l'hôtel qui s'est ensuite chargé de l'installation. Dans les deux cas, nous avons travaillé en collaboration avec les Spas hôteliers afin de répondre parfaitement à leurs attentes et à celles de leurs clients.



« Our Design & Spa Guide is a comprehensive and instructive collection of our recommendations in fixtures and fittings, design and merchandising. »

MATHILDE GÉDOUIN-LAGARDE, PHYTOMER, MARKETING & COMMUNICATIONS DIRECTOR

**Phytomer is gaining more and more ground in the luxury hotel industry.**

At the core of its brand proposition is a **high-end merchandising strategy** developed exclusively for 4 and 5-star hotel Spas and providing **bespoke and premium services.**

**Mathilde, tell us about the genesis and purpose of your Design & Spa Guide.**  
**Mathilde Gédouin-Lagarde :** Defining a Spa's visual identity through fixtures and fittings is an area of expertise in its own right. At Phytomer, we are well aware of the implications as we have navigated the ins and outs of the practice at our three Phytomer Spa & Wellness establishments. Each project has consolidated our know-how in high-end Spa merchandising. We wanted to share this expertise with our hotel Spa partners through a comprehensive and instructive collection of our recommendations in fixtures and fittings, design and merchandising. The purpose of this initiative was to provide our partners with guidelines to help them, in their Spa, transform Phytomer's atmosphere of nature and luxury into reality.

**To that end, you have created ultra-premium tools designed to stage your products and help your partners increase sales in their hotels. Can you tell us more about what is involved?**  
**M.G.L. :** In addition to the Design & Spa Guide, we have developed a Merchandising

Kit to stage the retail space and help hotel Spas in their home care recommendations. We wanted to create a fully comprehensive kit. It has close to 50 elements that allow different product staging solutions according to the seasons or promotions. We also wanted to deliver an ultra-premium solution by focusing on sophisticated visuals and high-end materials. Our hotel partners have received a merchandising kit along with clear instructions backed with photos and including recommendations for setting up each element, best practices and the pitfalls to avoid. Our Visual Designer can also come on-site to optimize the implementation phase and provide recommendations on space planning and merchandising strategies.

**At the heart of your merchandising concept is bespoke service, something that matters even more in the hospitality sector. Please tell us more about your collaboration with Le Nessay and Le Savoy, two French 4-star hotels where Phytomer has rolled out this new offering.**  
**M.G.L. :** Bespoke service is of utmost importance if you want to provide a real solution to the specific issue that each hotel Spa is facing. Château du Nessay in Saint-Briac-sur-Mer (read more on

page 102) and Hôtel Le Savoy are good examples. Château du Nessay wanted to strengthen the Spa's identity to match the other spaces in the hotel. Another objective was to optimise product visibility and increase capture rate. We focused on space planning in the gallery and changing rooms and made them more immersive spaces that enhanced the products. Once our recommendations had been given the green light, our Visual Designer went on-site to set up everything. At Hôtel Le Savoy, the objective was to increase visibility at the reception and in the wellness spaces. We developed tailor-made tools (brass plate at the reception, adhesive lettering for the treatment rooms...) that were delivered to the hotel where the staff took care of the implementation phase.