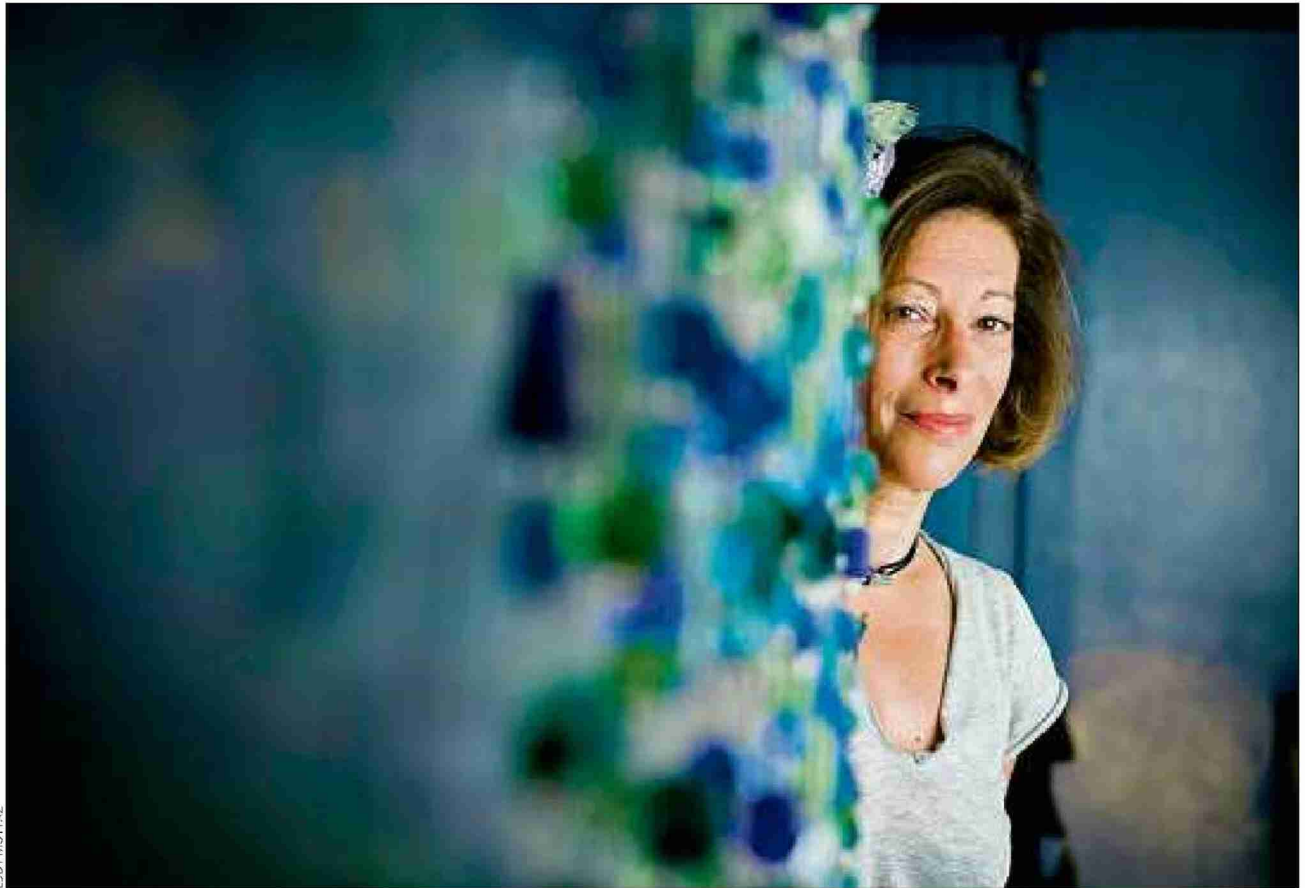


After the rain, après 10 ans



EDDY MOTTAZ

Isabelle Nordmann: «À l'époque de la création du spa After the rain, les gens associaient encore le mot avec Société Protectrice des Animaux.» GENÈVE, 19 MAI 2011

> Bien-être

Il y a une décennie, Isabelle Nordmann ouvrait à Genève un spa pionnier baptisé After the rain qui a essaimé, depuis, dans plusieurs pays

> Interview après une ouverture à Paris et à

l'heure où la culture du massage s'est imposée en Occident

Emilie Veillon

Le plancher de bambou est neuf. Le mobilier des vestiaires a été remplacé. Sauf les casiers, comme si quelqu'un avait voulu garder une trace tangible du succès d'After the rain, le premier spa urbain créé il y a 10 ans à Genève.

A l'époque, la fondatrice Isabelle Nordmann a une idée sim-

ple: convertir les citoyens actifs à la détente et au bien-être toute l'année, et pas seulement pendant les cures thalasso. Dans un passage de la rue du Rhône, elle déploie un décor contemporain sur quatre étages, hammam, espace de repos et cabines. Ouvert même le dimanche, After the rain affiche une carte de massages et de soins originaux (after shopping, sous la pluie, edelweiss, etc.). Le succès est immédiat. Suit une gamme de produits de beauté avec le chimiste et formateur Pierre Botti-

glieri, ainsi que l'ouverture des partenariats dans des hôtels prestigieux, de la Turquie à la Russie. Aujourd'hui, After the rain, c'est environ 7000 clients annuels rien qu'à Genève; un chiffre d'affaires annuel consolidé de 2,7 millions de francs dû pour 60% aux femmes mais pour 40% aux soins masculins; une marque distribuée dans 40 spas à travers le monde et une présence en Suisse, bien sûr, mais aussi en France, à Chypre, en Arabie saoudite, en Russie et en Turquie

Depuis l'ouverture des débuts, la culture du massage s'est largement répandue en Occident. De leur côté, les hôtels ouvrent des spas pour garder leurs étoiles alors que les esthéticiennes se forment aux techniques de l'Orient. Dans ce contexte hyper-concurrentiel, Isabelle Nordmann continue d'innover. Elle réserve par exemple son spa aux enfants un après-midi par mois, développe des offres romantiques pour les couples et se lance dans les soins anti-âge. Rencontre.

Le Temps: Vous avez ouvert une quarantaine de spas partenaires en Europe, Turquie et Russie. Pourquoi avoir inauguré cet été une adresse en nom propre à Paris?

Isabelle Nordmann: Je reçois très régulièrement des demandes de franchise de Paris. Mais cet ancien hôtel particulier du XVIIIe, le Saint James & Albany, m'a vraiment séduite. J'ai eu envie de développer le projet avec mon équipe. Le spa se trouve sous des voûtes historiques et dissimule la deuxième plus grande piscine de Paris. C'est vraiment très beau.

– C'est votre père, Philippe Nordmann, fondateur du groupe Manor, qui vous a transmis le désir d'entreprendre?

– Certainement oui. Mais rien ne me destinait au business du spa. J'ai grandi en Suisse puis étudié le marketing et la finance à l'Université de Denver aux Etats-Unis, et je pensais travailler dans les affaires familiales. Mais la découverte de l'informatique m'a donné envie de me lancer en tant que programmeur. Je suis plutôt matheuse, et j'ai tout appris seule. J'ai fondé une petite entreprise qui développait des programmes sur mesure pour le groupe Vendôme, des avocats ou des PME.

– Mais, le business, du spa?

– En 2000, mes clients sont devenus particulièrement stressés et nerveux. La pression était infernale. Au cours d'un déjeuner avec un ami également dans le monde de l'informatique, nous avons évoqué ce mode de vie qui ne nous convenait plus. En plaisantant, nous nous sommes souvenus des Bains Russes à New York et de fil en aiguille, le concept d'un spa urbain s'est dessiné. A l'époque, les gens associaient encore le mot avec Société Protectrice des Animaux.

– Et ce nom, After the rain, comment vous est-il venu?

– J'ai fait appel à l'agence lausannoise Trivial Mass qui démarrait à l'époque, en leur demandant de réfléchir à un nom qui marque une évolution, une régénérescence. C'est exactement ce qu'est la nature après la pluie.

– Face à la concurrence et à la banalisation du spa, comment se distinguer?

– La personnalisation, la prise en charge globale de chaque personne, l'excellence et l'originalité des soins et les produits frais font notre différence. Quatre fois par an, nous adoptons un thème, décorons le spa et créons des soins en relation. Nous avons toujours été précurseurs et essayons de le rester. Pour cette fin d'année, nous célébrons la danse sous toutes ses formes.

– Les produits de beauté, c'est important pour la femme que vous êtes?

– Pas sûr. Longtemps, je n'ai porté aucune crème du visage et je me lavais au savon. Je trouve que les produits sont compliqués à choisir et à utiliser, entre la crème de nuit, de jour, éclat et antirides... C'est ce constat qui m'a donné envie de développer en 2006 une gamme centrée sur la personnalisation, avec une seule crème fondamentale à laquelle s'ajoutent des élixirs aux principes actifs variés, en fonction des besoins.

– Après la décennie du bien-être, quelle sera, selon vous, la prochaine grande tendance en matière de spa?

– La médecine anti-âge appliquée au corps et visage. Nous sommes en train d'acquiescer des machines, de travailler avec des médecins et des nutritionnistes pour développer des programmes anti-âge ciblés. Les soins seront lancés au printemps 2012, à l'occasion de nos dix ans.

After the rain, passage des Lions 4, Genève, 022 819 01 50,

www.aftertherain.ch.

Hôtel Saint-James & Albany,

202, rue de Rivoli, Paris.

+33 1 44 58 43 77.

www.aftertherain.ch/fr/paris