

# Etude de Projet : Ouverture d'un SPA



BENABBES TAARJI

Réalisé par : Mohamed

Kenza RBIB

Omar SAIDI

Sara LAANABA

Soukaina MARZOUQ



**Encadré par:** Mr. Mohamed MOUNIR

## **Introduction**

### **I/ Etude commerciale du projet**

- A- Le secteur
- B- La stratégie commerciale
- C- La concurrence

### **II/ Etude Technique**

- A- Description du local administratif et technique
- B- Outil et matériel d'exploitation

### **III/ Etude Financière**

- A- Estimation de l'enveloppe d'investissement
- B- Financement du projet
- C- Bilan d'ouverture
- D- Compte de produit et charges prévisionnels
  - Détermination des charges de personnels
  - Détermination des produits
- E- Tableau des financements prévisionnels

Conclusion

# Introduction

Dans le cadre de notre étude en gestion financière, nous avons décidé de faire une étude de faisabilité concernant une station thermale ou un centre de remise en forme, en d'autres termes un SPA et Hammam.

Le terme spa est utilisé pour désigner à la fois :

- Les centres de remise en forme où il est associé au bien-être et à la beauté;
- Les bains à remous, plus connu sous le nom de jacuzzi, du nom de l'inventeur de ce type de bain.

Dans les deux cas, l'eau et ses bienfaits sont le dénominateur commun.

A la suite d'une étude de marché, nous avons constaté que les SPA ne sont pas démocratisés au sein de notre pays alors que ces derniers sont une source d'épanouissement, de bien-être et de relaxation pour les personnes qui sont soumises au stress quotidien.

Par ailleurs, on peut constater que la population Marrakchi n'est pas très imprégnée par cette culture de remise en forme pour diverses raisons et principalement pour des raisons financières.

En Europe et particulièrement en France, les SPA ont un rôle principal et elles sont constituées d'une dizaine de pièces comportant des salles de musculations, des piscines chauffées des bains à vapeur, des vestiaires, donc elles présentent des similitudes très importantes avec les SPA au Maroc.

Des statistiques nous indiquent qu'entre 85% et 95 % des habitants des grandes agglomérations ne sont pas équipés de machines de musculations et ne disposent pas de bain à vapeur. Ce chiffre peut même atteindre 99 % dans certains quartiers ou banlieues dites populaires.

# **Etude commerciale le du projet**

## A- Le secteur :

Le secteur du SPA est désormais en croissance de 20% à 25% par an dans l'hôtellerie au Maroc. Le marché du SPA a vraiment démarré dans notre pays il y a quelques années et on constate une forte accélération depuis 4 ans. Tous les hôtels 5\* se doivent aujourd'hui d'avoir un SPA, ce qui loin d'être le cas au Maroc et devient préjudiciable vis-à-vis de la clientèle étrangère.

L'hôtellerie 4\* commence de son côté à s'équiper. Il faut dire que le SPA intéresse désormais tous les segments de clientèle d'un hôtel, des voyageurs d'affaires aux couples de vacances.

Les touristes étrangers deviennent de plus en plus exigeants et demandeurs de ce type de prestations. Par ailleurs, la population marocaine (d'une certaine classe sociale certes) est de plus en plus sensibilisée aux notions d'accès au bien-être par le biais de massages aux huiles essentielles, à l'argan, au ghassoul...ou encore de bains relaxants à base de jets d'eaux, agrémentés de pétales de roses, de jeux de lumières, de fragrances à la lavande...et c'est sans doute une des raisons qui nous ont poussé, nous les investisseurs locaux à s'intéresser de près à la SPA Attitude Urbaine made in Morocco !

## B- La stratégie commerciale

### ➤ De luxueuses salles de soins :

Pas moins de 10 salles de soins au confort raffiné sont à la disposition des clients, qui ont été conçues dans une architecture arabo-mauresque puisant son inspiration dans des matériaux noble et précieux. On peut ainsi aisément distinguer la pierre de Taza taillé avec délicatesse, le panneau de Mamouni en bois de cèdre de l'atlas aux lignes envoutantes et les crêpes finement sculptées parcourant avec légèreté le plafond. Chaque détail est pensé pour créer à chaque passage, une expérience de détente et de sérénité incomparable.



## ➤ **Espaces de bien être et de détente :**

Le Spa propose des soins issus des traditions ancestrales du hammam et des rituels orientaux de la beauté marocaine. Toute l'équipe vous invite, dans un environnement où se conjuguent élégance et discrétion, à vivre une expérience holistique unique. Hammam, tisaneries, salles de soins spacieuses, avec lumière du jour, centre de fitness avec coach particulier, bassin de relaxation intérieur chauffé avec bains à remous, salons de coiffures aux lignes épurés....

Cet endroit magique qui va vous surprendre avec la possibilité de se désaltérer au sein de ses nombreux espaces couverts par une végétation luxuriante, où des cocktails de fruits frais et des infusions sont proposées.



## ➤ **Le Spa et ses services :**

Un accueil quotidien de 9h00 à 21h qui propose un large éventail de soins : massages signatures, massages intuitifs, soin de visage personnalisé, hammam avec gommage au savon noir et à l'eucalyptus, cocon corporels et capillaires au ghassoul, soins des mains, salon de coiffure (make up et soins pour mariées), équipements fitness, hammam à réserver en groupe avec rituels de soins exclusifs.



## ➤ **Fitness :**

Marrakech a toujours été considéré, comme la ville touristique par excellence où le côté fête est, à juste titre, beaucoup mis en valeur. Pour accueillir tous ses touristes un grand nombre de personnes y travaillent et souvent dans le stress car Marrakech est une ville qui ne s'arrête jamais.

Pour refaire le plein d'énergie, Le Spa crée son Fitness et ouvre ses portes pour vous remettre en forme, en solo ou en cours collectifs. Le Spa et Fitness vous prépare un programme complet et adapté pour respirer, vous réenergiser, vous tonifier, vous amuser, vous dépenser, vous déconnectez à votre rythme.



## **Profil du marché :**

### > **Menace:**

- Naissance de nouveaux SPA
- Multitude des concurrents.
- Guerre des prix, les concurrents s'arrachent les parts du marché.

### > **Opportunités :**

- Nombre réduit de SPA au Maroc
- Accès facile

### > **Nos concurrents**

La liste qui va suivre recense les différents SPA existants à Marrakech .

A signaler que cette liste n'est pas exhaustive.

- Terre Ressort & Spa
- L'Atlas Médina
- Spa - Mamounia
- Le Kenzi



- Club-Med
- Framissima Idrisside

### **>La publicité :**

La communication n'est pas ce qui manque chez ce genre de club. On sait d'avance que ce secteur au Maroc n'est pas saturé mais une fois que le client a trouvé chaussure à son pied, il est difficile de lui faire changer d'avis. Cette étude va nous permettre de frapper l'esprit des personnes que nous envisageons de satisfaire. .

Pour cela on va utiliser plusieurs moyens à savoir les journaux et magazines, les affiches publicitaires, la radio et l'Internet parce que ce sont les canaux les plus utilisés par notre cible.

## **- L'enquête**

La population étudiée dans le cadre de cette étude est la population marocaine. Cependant ce qui nous intéresse le plus concernant cette dernière sont ses attentes envers un SPA.

# Questionnaire

Bonjour Monsieur/Madame.

Etant des étudiants de l'école Supérieure de Commerce de Marrakech, nous réalisons une étude de faisabilité d'un projet dont le thème est l'ouverture d'un nouveau SPA.

Nous vous prions de bien vouloir répondre à notre questionnaire en vous assurant une confidentialité totale.

**--Etes-vous inscrit (e) dans un SPA ? :**

- Oui       Non

**Si «non»**

**pourquoi ?**.....

..

**-- Que recherchez-vous dans un SPA ? :**

.....  
.....  
.....

**-- A quelle fréquence allez-vous au SPA ? :**

- 2 fois par semaine       2 fois par mois  
 1 fois par semaine       1 fois par mois

**-- Quels sont les services indispensables dans un SPA ?  
(possibilité de cocher plusieurs cases) :**

- Hammam - Massage - sauna       Centre de beauté  
 Jacuzzi       Fitness -  
Piscine  
 Autres :

.....  
.....  
.....

**-- Quel est votre principal critère lors du choix d'un SPA :**



- Les tarifs
- L'ambiance
- L'emplacement
- Autres :

.....  
.....

**-- Parmi cette liste, quel est le moyen de communication qui vous attire le plus :**

- Télé
- presse
- affichage
- Radio
- internet
- autre :.....

**- Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?**

- [15 -25[
- [25 - 35 [
- [35 - 55 [
- [55 et plus [

**- Votre sexe :** Féminin Masculin

**- Votre profession :** .....

**- Où situez-vous la catégorie de votre revenu (en dhs)?**

- Moins de 2500
- [2500-4000[
- [4000-7500[
- [7500-10000[
- Plus de 10000

Nous vous remercions pour votre précieuse collaboration qui nous sera d'une grande aide pour notre étude.



D'après notre base de données, on a pu relever les données suivantes :

La population marocaine perçoit les SPA comme un lieu de divertissement souvent inaccessible, et cela est dû généralement aux tarifs excessifs ou bien au manque du temps ce qui est mis en évidence dans le graphe ci-dessus.



- 30% de la population fréquente des SPA au moins 2 fois par semaine, et on a pu remarquer que ces personnes sont soit des touristes soit des gens qui appartiennent à une classe sociale bien spécifiée.

D'après ce graphique, on remarque que le critère du choix d'un SPA est souvent lié au prix. L'emplacement et l'ambiance viennent en deuxième lieu.

On constate que la télévision et la radio constituent les moyens de communication les plus importants car l'internet et la presse ne font pas partis de la culture marocaine .C 'est pour cela qu'on va essayer d'attirer nos clients à travers la télé et la radio.



On constate d'après le graphe ci-dessus que les personnes se situant entre 35 et 55 ans fréquentent souvent les Spa et ceci est dû principalement au besoin de se sentir bien dans sa peau, se soulager après une dure journée de travail, ou bien encore fuir la vieillesse