

emotion Spa

Le Magazine International
des Professionnels du Bien-être
The International Magazine for Wellness Professionals

n° 3 - Automne/Autumn 2005
Français / English

A la une

**Rencontre avec
Alain Masazza**

*Directeur du Marketing
Accor Tourisme Loisirs*

**Soins,
cure ou à la carte ?**

*Les nouvelles attentes
des clients*

Matériel Hydro

Comment bien choisir ?

W

www.emotionspa-mag.com

on en parle
let's talk about

voyages
travels

tendances
trends & tendencies

high-tech
high-tech

Nouvelle rubrique : Emotion Spa Beauty

Dédiée à l'actualité des produits beauté et bien-être

Les chemins du bien-être

Itinéraire transculturel d'un coach

Jean-Marc ORTEGA, coach formateur, directeur de l'Institut Equilibre et Performance

The roads to wellness

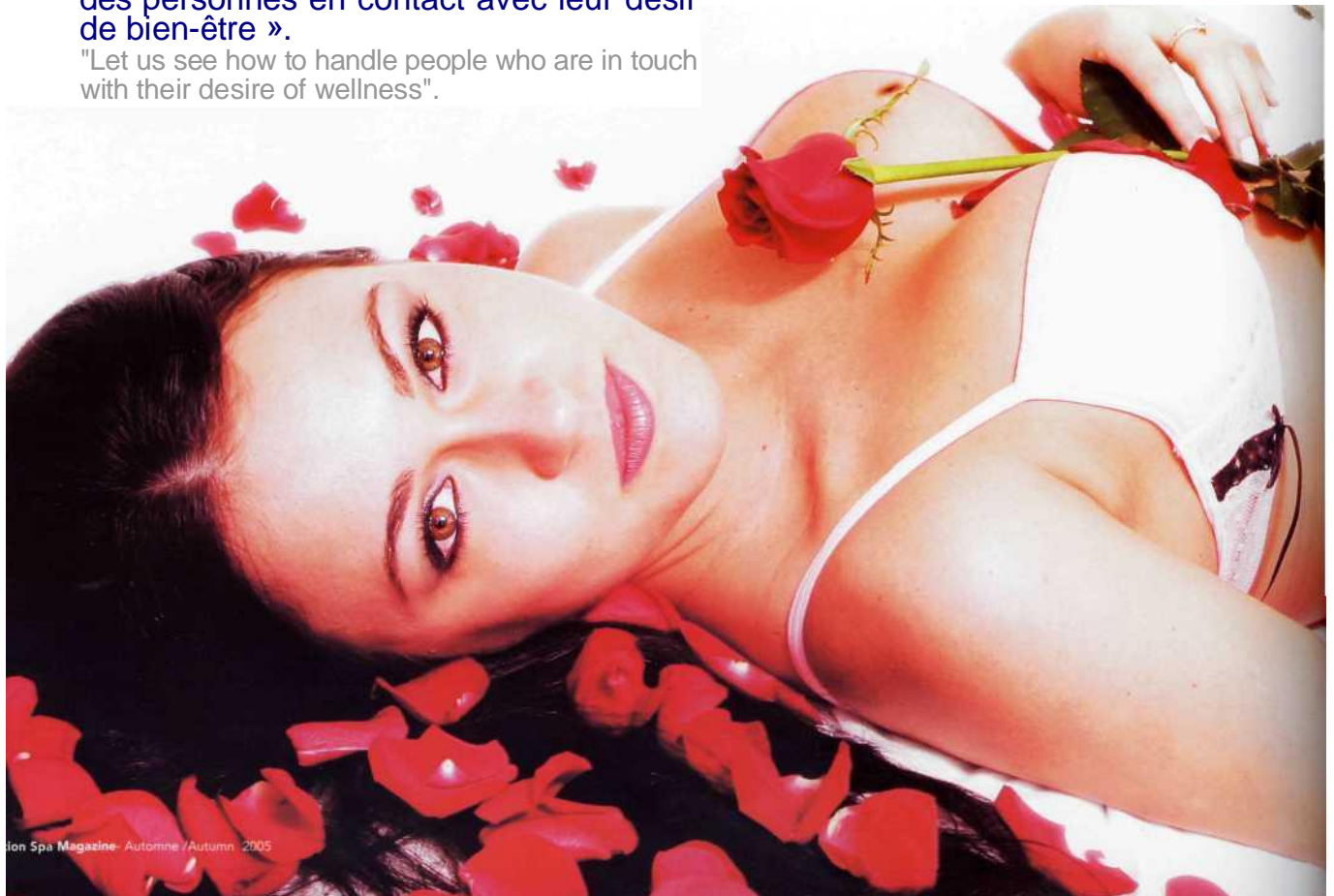
The transcultural itinerary of a coach

Chaque race, chaque pays a développé une culture propre. Chaque société, chaque entreprise dans la société, a développé aussi une culture spécifique, fondée sur des valeurs, une histoire, des grilles communes de comportements, etc. D'autres cultures, " transversales " celles-ci, animent la vie de la cité, par exemple la culture de la Beauté ou la culture du Bien-être. Voici donc comment je vous propose de cheminer tranquillement tout au long de cet article : nous allons accompagner (tous coachs !) cet être humain (transculturel)... qui est en relation (interculturelle)... au sein d'un groupe (multiculturel). A partir de la posture de coach, que je vous invite à adopter, nous allons voir comment accompagner des personnes en contact avec leur désir de bien-être (par exemple, les clients, le personnel des centres Spas). Nous observerons les fondamentaux de l'être face à cette culture du bien-être, les ressorts de la communication interculturelle et ceux du management multiculturel utiles à la satisfaction des aspirations légitimes de chacun.

Each race, each country has developed its own culture. Each society, each company in society, has also developed a specific culture, founded on values, a history, a common behavioral pattern, etc. Other cultures, this time "transversal", animate the city's life, for example, the Beauty culture or the Wellness culture. This is the path I suggest we follow throughout the article : let us 'coach' this 'transcultural' being... who is in an 'intercultural' relationship... in the heart of a 'multicultural' group. From the coach's standpoint, let us see how to handle people who are in touch with their desire of wellness (for example, clients, spa center personnel). We will observe the fundamentals of this being while faced with the Wellness culture, the effects of intercultural information and the multicultural management necessary to satisfy everyone's legitimate aspirations.

« Nous allons voir comment accompagner des personnes en contact avec leur désir de bien-être ».

"Let us see how to handle people who are in touch with their desire of wellness".



Être ou paraître, telle est la question ?

To feel good or to look good, that is the question ?

L'être humain est complexe et ses environnements de vie le sont aussi. Il est souvent à la croisée de tendances et sous l'influence de désirs variés, parfois contradictoires. Prenons un exemple, j'aime ce qui est beau et ce qui me fait du bien. Je peux être partagé entre m'habiller « décontracté » et confortable en choisissant mon vieux jean préféré ou m'habiller élégant en choisissant un costume Kenzo. Me sentir bien ou être beau, être ou paraître ? Et si on réconciliait le blanc et le noir, le yin et le yang, dans une unité dynamique et vivante au sein de laquelle chaque chose prend sa place en nous pour participer à être et exprimer ce que nous sommes ? **Nous évoluons dans une société qui a tendance à séparer et individualiser au lieu de rapprocher et mélanger.** "On" a pensé qu'il était bon de séparer le beau du bien, l'esthétisme et la beauté du bien-être. Les Instituts de beauté ont un objectif clairement exprimé : ils visent, comme leur nom l'indique, la beauté. Les Spas sont conçus comme des temples intimes du bien-être. Pourtant, lorsque l'on entre dans un centre de Spa, on est tout de suite baigné dans un esthétisme sobre et raffiné qui fait du bien à notre âme avide de beauté. Dès que l'on entre dans un institut de beauté, notre image devient source d'attention, de valorisation, et lorsque l'on se sent réconcilié avec notre image, soudain notre esprit s'apaise. On se sent bien. Le beau et le bien-être aiment être ensemble.

« Le Spa prend soin de l'être tout entier dans sa résonance avec l'image de soi, l'estime personnelle, l'amour de soi ».

"Spa take care of the entire person, as well as their self image, their self esteem".

The human being is complex as are his life's surroundings. He is often at the crossroad of different trends and under the influence of various, sometimes contradictory, desires. For example: 'I like what is beautiful and what is good for me. I can be torn between the desire to dress casual and comfortably, by choosing my favourite old Jean, and the desire to dress up, and wear a Kenzo suit'. To feel good, or to look good ? What if we were to reconcile black & white, yin & yang, in a lively and dynamic unity, in the heart of which each thing has its place in us, in order to participate in being and expressing who we are? **We evolve in a society that has a tendency to separate and individualize**, instead of bring together and mix. "They" decided that it would be best to separate 'feel' from 'look', aesthetics and beauty from wellness. Beauty salons only exist for one reason : 'beauty', as indicated in their name. Spas are created as intimate temples of wellness. When we enter a spa center, we are immediately plunged into a sober and refined aestheticism that is good for our beauty-hungry soul. As soon as we enter a beauty salon, our image becomes the center of attention, valorisation. And once we feel reconciled with our image, our mind is at ease. We feel good. **Beauty and wellness love to go together.**

L'hyperfonctionnement de soi

Au sein du département recherche de l'Institut Equilibre et Performance, spécialisé dans le coaching individuel et le développement d'équipe, la réflexion psychosociale est fortement orientée vers l'individu confronté à la difficulté qu'il rencontre d'être performant tout en s'efforçant de s'épanouir dans son métier.

Self hyperactivity



In the heart of the research department of the Institut Equilibre et Performance (Institute of Equilibrium & Performance), specialized in individual coaching and team development, the psychosocial analysis is strongly oriented towards the individual, faced with the difficulty of being performant, while trying to succeed in his career. What we are trying to highlight here is that our societies are evolving and producing negative phenomenon. These societies go through sickness phases followed, sometimes, by healthy and prosperous phases. Companies these days are no longer neurotic, but depressed. The people that work for them are under terrible pressure. **Society has a 'time' illness.** Stress has become, for many people, an addiction. The cult of urgency is born. With the arrival of instantaneous communication, and under the dictatorship of « real time », that governs our economy, our 'temporal' culture is radically changing.

Le constat que nous faisons est le suivant : nos sociétés avancent, évoluent en produisant des phénomènes négatifs, elles passent par des phases de maladie suivies de temps en temps par des périodes saines et fastes. Les entreprises aujourd'hui ne sont plus névrosées mais déprimées. Les personnes qui y travaillent sont soumises à de terribles pressions. **La société est malade du temps.** Le stress est devenu pour de nombreuses personnes une addiction. Un culte de l'Urgence est né. Avec l'avènement de la communication instantanée et sous la dictature du « temps réel » qui régit l'économie, notre culture temporelle est en train de changer radicalement. L'urgence ne se cantonne plus au domaine médical. Elle a envahi nos vies : il nous faut réagir " dans l'instant ", sans plus avoir le temps de différencier l'essentiel de l'accessoire.

Ce règne du court terme absolu produit des effets contrastés et entraîne l'émergence de nouvelles formes de pathologies relationnelles et personnelles (pathologies de " surchauffe " : fonctionnement " binaire " oui-non, corrosion du caractère, dépressions d'épuisement...). **Ces individus « à flux tendu », à forte urgence intérieure et en hyperfonctionnement de soi, que nous sommes par moment, ont besoin de temps gratuit, libre, non rentable.** Ils ont besoin d'une respiration, de prendre le temps de s'occuper de leur santé, de leurs plaisirs, de se retrouver, de prendre soin d'eux-mêmes ; parfois de panser leurs plaies, se réparer, voire se reconstruire.

Retour aux sources

Nous avons besoin de prendre le temps d'être en contact avec ce qui est beau : une fleur, une couleur, un tableau, un paysage. Nous avons aussi besoin de retrouver la beauté en nous et sur nous, presque de lutter contre un rythme et un environnement qui tend à flétrir notre beauté intérieure et extérieure. Voir une expo, se balader dans la nature, faire les boutiques, fréquenter les instituts de beauté... Et peut-être aussi trouver un équilibre personnel tel que le regard que l'on porte sur soi soit suffisamment bienveillant pour voir ce qui est beau en nous. Nous constatons souvent que tout cela ne suffit pas à contrebalancer les effets nocifs de la pression sociale. Nous avons besoin de ressentir dans notre corps des effets bienfaisants. Nous avons envie de bien-être, de détente, de silence, de sérénité, de paix intérieure. Nous ressentons parfois comme une urgence (une de plus) la nécessité de " calmer le jeu ", de dire " Stop ! : je fais un break, je m'occupe de moi ". Alors, le temps s'arrête. On s'abandonne en confiance entre des mains expertes. Heureusement, la société, à l'image de la nature, véritable organisme à l'écologie très créative, produit le poison et l'antidote. **Les Instituts de beauté, comme les Spas offrent, à ce titre, une alternative précieuse et régénérante.** L'enjeu de ces centres est fort car, à travers les jeux d'image, de look, comme par le média du corps et de son plaisir, c'est la personne qui est visée, c'est le moi qui est au centre du je(u). Ici, les professionnels ne s'occupent pas de cheveux, de visage ou de morceaux de corps : ils prennent soins de l'être tout entier dans sa résonance avec l'image de soi, l'estime personnelle, l'amour de soi. Là les fils sont très tendus entre les masques de la personne, les tiraillements surmoïques et la vie intérieure la vérité de l'être. **Cette relation professionnelle demande donc délicatesse, sensibilité, prudence et savoir faire.** L'Institut Equilibre et Performance s'efforce de répondre aux besoins très particuliers de ces formations. Elles concernent le personnel, tant les Spa Managers (Voir le précédent article paru dans European Spa Magazine N°2 : " Spa Managers, secrets de fabrication ") que le personnel d'accueil et les praticiennes. Les modules de formation se déclinent sous la forme de Coaching de Développement.

Emergencies are no longer only medical. They have invaded our lives : the need to react 'right away', with no time to differentiate what is important and what not. This short term dictatorship is producing contrasting effects and is creating new forms of relational and personal pathologies (the 'overheated' pathology : 'binary yes/no' functioning, personality corrosion, exhaustion depression...). **These 'high strung' individuals, with a strong inner urgency and in 'self hyperactivity', which we all can be, need free, un-productive, time off.** They need time to breathe, time to take care of their health, time to have fun, time to come together, time to take care of themselves; sometimes even time to heal their wounds, to repair or even reconstruct themselves.

Back to basics

We need to take the time to be in touch with what is beautiful : a flower, a color, a painting, a landscape. We need to rediscover our beauty and the beauty within us. It is almost like fighting a rhythm or an environment that tends to fade our inner and outer beauty. To see an art exhibit, to take a walk in a park, to go window shopping, to go to the beauty salon...



And maybe even find a personal equilibrium, such as what we think of ourselves, to make sure we can see what is beautiful in us.

We have often notice that all this is enough to counter balance the harmful effects of social pressure. We need for our bodies to feel the beneficial effects. We desire wellness, relaxation, silence, serenity, interior peace. We sometimes feel the 'urgency' (yet another one) to slow down and say 'stop!' : I'm taking a break, I'm taking care of myself. And then, time stands still. We give way to expert hands. Luckily, society, spitting image of nature, a real organism with a very creative ecology, produces the antidote as well as the poison.

Le programme est conçu " sur mesure " pour répondre aux spécificités du centre, les sessions sont individuelles ou collectives (seulement en petits groupes). Les thèmes abordés portent sur la relation dans un cadre de bien-être, les techniques d'écoute et d'échange, le management spécifique aux Spas, aux Instituts et le management individualisé et multiculturel, les techniques de bien-être et de développement personnel : renforcement du moi, techniques de sérénité, relaxation, induction par la parole, méditation, énergétique, vitalisation et dynamisation, pratique du vide et de " l'expérience fondamentale ", éléments de techniques psycho-émotionnelles...

L'identité culturelle de l'être

Les psychothérapeutes, comme les coaches, ont l'obligation de faire un travail sur eux-mêmes de façon à acquérir une expérience vraie de la guérison ou du développement personnel, et aussi afin de mieux accompagner, sans « parasitages », leurs clients. **On est tenté de penser que le personnel des Spas, praticiens du bien-être, experts en soins relaxants, spécialistes de l'équilibre et de l'harmonie intérieure, est composé de personnes qui incarnent leurs savoir-faire.**

Comment inviter à la relaxation si l'on est soi-même sous tension ? Comment transmettre une énergie restructurante par le massage si nous sommes morcelés, déstabilisés, flottants dans un no man's land intérieur où tout est chamboulé ? Nous sommes liés les uns aux autres et c'est un premier constat important : nous ne pouvons pas faire l'économie de nous-mêmes dans la relation.

Notre véritable efficacité se trouve en-deça de la technique : nous allons participer au bien-être de la cliente en grande partie grâce à notre façon d'être. Nos partages avec elle un statut d'être humain, et une culture : celle de citoyen du monde. Geert Hofstede décrit la culture comme " *une programmation mentale c'est-à-dire un conditionnement généralement inconscient qui laisse aux individus une liberté considérable pour penser, sentir et agir, mais à l'intérieur des contraintes de ce que son environnement lui offre en termes de pensées, de sentiments et d'actions.* " Ces contraintes recouvrent toutes les sphères de la vie et, pour les comprendre, la vie humaine doit être considérée comme un tout intégré. Nous avons besoin de communiquer aussi au niveau de la culture de l'autre, surtout s'il est originaire d'une autre culture que la nôtre. La culture se distingue de la nature humaine et de la personnalité. Les différences culturelles se manifestent de plusieurs façons. En tant que symboles (ex. : les drapeaux), héros (ex. : Astérix) et rituels (ex. : les formules de politesse) ; ils constituent les pratiques observables. En tant que valeurs, " tendances générales à préférer un certain état de choses à un autre " ; elles définissent : le bien et le mal, le propre et le sale, le beau et le laid, le naturel et ce qui est contre nature, la norme et l'anormal, le cohérent et l'insensé, le rationnel et l'irrationnel...

« Chaque individu est unique et cette unicité a besoin d'être reconnue ».

"Each individual is unique and his uniqueness needs to be recognized".

Beauty salons, as well as Spas, in this case, offer a precious and regenerating alternative.

The stakes are high for these centers because, in the game of image and looks, as well as in the game of body and pleasure, the target is the person, their inner self. Here, the professionals don't take care of hair, or face, or parts of the body: they take care of the entire person, as well as their self image, their self esteem. This is where we see the tenseness of the person's mask, the friction between superegos and inner life, the true person.

This professional relationship therefore requires delicacy, sensibility, caution and know-how.

The Institut Equilibre et Performance tries its best to propose the solution to these specific training needs.

This concerns the personnel as well as the Spa Managers (see previous issue in European Spa Magazine N°2 : " Spa Managers, trade secrets "), the reception personnel and the practitioners. The training units are regrouped under the label : Development Coaching. The programs are personalized in order to answer the center's specificities. The sessions are individual or collectives (only small groups). The themes are 'relationship within the wellness context', 'listening and exchanging techniques', 'management : specifically for Spas and institutes', and 'individual and multicultural management', the wellness & personal development techniques : strengthening my inner self, serenity techniques, relaxation, inductive reasoning, meditation, energizing, vitalising and dynamising, practice of nothingness and of the "fundamental experience", initiation to psycho emotional techniques...

The person's cultural identity

Psychotherapists, as well as coaches, are obliged to undergo self analysis in order to acquire a true experience in healing or in personal development, and especially so as to not "contaminate" their client.

We are inclined to think the Spa personnel, the wellness practitioners, the relaxation treatment experts, the equilibrium & inner harmony specialists are composed of people who incarnate their know-how.

How can we invite a person to relax if we are tense ? How can we transmit restructuring energy through massage if we are divided, unstable, and floating in an inner no man's land where havoc runs loose? We are 'linked' to one another, and that is the first important thing to know : we can not economize ourselves in this kind of relationship. We are efficient beyond the technique : we contribute to the client's wellness thanks to our way of being. We share with him the status of human being, as well as a culture: the culture of world citizen.

« La spécificité de notre culture occidentale, c'est l'individualisme »

"The specificity of our modern western culture is individualism".

La spécificité de notre culture occidentale contemporaine, c'est l'individualisme, les comportements y sont régulés d'une nouvelle façon, non plus par la tyrannie des détails mais avec le plus de choix privés possible, avec le moins d'austérité et le plus de désir possible, avec le moins de coercition et le plus de compréhension possible. Autre facteur-clé, la "sensibilité à soi" entraîne la primauté de la valeur personnelle sur le statut social : il faut être au contact de ses émotions, être capable de les exprimer, etc.

La sensibilité à autrui, il

faut comprendre l'autre de manière empathique, être à son écoute rend aussi chacun hypersensible au jugement d'autrui, explicite ou implicite (priorité à ce qui donne une image positive de soi).

Enfin, la **sensibilité systémique et sociale**, dans le prolongement, permet en quelque sorte une suradaptation à tout système - famille, école, groupe des pairs : il faut choisir un rôle en fonction des circonstances, se l'approprier en le personnalisant, cumuler divers rôles, gérer des conflits de rôles, etc. Si chacun est devenu acteur de sa propre socialisation, il n'en reste pas moins que la personnalisation est aussi un conditionnement social (il faut...). Elle implique paradoxalement une intériorisation du champ culturel de plus en plus différenciée et permet une adaptation sociale par la réalisation de soi.

Les praticiens, comme les Spa Managers, doivent pouvoir comprendre et apprendre de ces différences car leur travail est subtil et touche, nous l'avons dit, au-delà du corps et du paraître, l'être tout entier.

Dans le cadre d'un coaching, un training spécifique permet d'améliorer notre capacité à gérer la relation de manière efficace en respectant les différences tant culturelles qu'inhérentes à la personnalité. Chaque individu est unique et cette unicité a besoin d'être reconnue. Dans tous les métiers où l'on est en contact avec une clientèle variée, cette flexibilité du comportement permettant de s'adapter à chacun et cette compétence dans la relation interculturelle sont les clés du succès. Ce sont les clés d'une relation réussie par l'intermédiaire de laquelle le beau ou le bien-être vont tout naturellement trouver un chemin. La technique professionnelle commence seulement alors à prendre de la puissance dans un résultat final de qualité.



Geert Hofstede describes culture as a *mental program, that is to say a generally unconscious conditioning that leaves the individual with a considerable amount of freedom to think, feel and act, but enclosed inside the restrictions that his environment offers him in terms of thought, emotions and action.* » These

restrictions cover all aspects of life and, to understand them, human life must be considered as a whole. We therefore need to communicate on the other person's cultural level, especially if he is from a different culture. A culture can be recognized through human nature or personality. Cultural differences can transpire by different means. A symbol (a flag), a hero (Astérix), a ritual (étiquette) ; they establish obvious practises. As for values, « a general tendency to prefer one thing to another. » They define : good and evil, clean and dirty, beautiful and ugly, natural and unnatural, normal and abnormal, coherent and insane,

rational and irrational... **The specificity of our modern western culture, is individualism** ; behaviours are regulated in a new way, no longer by the tyranny of details but by as many private choices as possible, with very little austerity and as much desire as possible, with very little coercion and as much comprehension as possible.

Another key factor is "self sensibility", which increases the priority of personal values over social status : you need to be in touch with your emotions, to be able to express them, etc. **Sensitiveness towards others** - in an empathetic way, to listen to - renders everyone hypersensitive to another person's judgement, explicitly or implicitly (priority given to what makes a positive self image). Finally, **systematic and social sensitivity**, consequently, will allow an 'over adaptation' of all Systems -family, school, peer groups : one needs to choose a role depending on the circumstances, to be able to personalize it, to cumulate different roles, and deal with conflicts, etc. If everyone becomes an actor in his own socialization, personality still remains a social conditioning (it has to...). Paradoxically, it implies the interiorization of the ever changing cultural realm and allows for a social adaptation by self achievement.

The practitioners, such as Spa Managers, must be able to understand and learn from these differences, because their work is subtle and goes beyond the body and appearance, it touches the entire being.

Du management Individualisé au management multiculturel

Si l'on entend la différence comme composante d'une harmonie plutôt qu'en terme de dissonance, **il peut être très utile de développer une réelle compétence professionnelle permettant l'alliance avec les clients, quels qu'ils soient et d'où qu'ils viennent.**

Ce talent de l'interculturalité et de la transpersonnalité sera sans doute, dans l'avenir, un critère important quant à la qualité du service.

Le but n'est pas de neutraliser les différences, mais de s'en servir de manière constructive. Les différences culturelles au sein des activités professionnelles ne peuvent être niées, ni même minimisées. Il est impératif de comprendre la culture et la personnalité de l'Autre, afin de rendre efficace la collaboration et l'échange. Dans le champ de la personnalité, la Process Com Coaching®, utilisée par l'Institut Equilibre et Performance, est un modèle puissant pour que les personnes formées puissent développer une solide connaissance et une conscience d'elles-mêmes, une compréhension de leurs comportements sous stress, une bonne capacité à analyser leurs stratégies de communication pour faciliter l'atteinte de leurs objectifs professionnels et personnels, et enfin une aisance relationnelle et un réel charisme. L'apprentissage des cultures et des personnes, ainsi que leurs incidences dans le monde des affaires est un travail difficile qu'il est nécessaire de conduire sans relâche.

Peut-être s'agit-il ici de construire, sur les particularités de chaque culture et l'unicité de chaque personne, une nouvelle dynamique sociale nous donnant l'espoir, demain, de participer à la création du mythique "village mondial" dans lequel nous pourrions tous vivre libres et solidaires.

" Je vous le dis ici et maintenant, mes amis : même si nous devons affronter des difficultés aujourd'hui et demain, je fais pourtant un rêve, je fais le rêve qu'un jour tous les hommes pourront s'asseoir ensemble à la table de la fraternité. " Martin Luther King. Beau rêve, n'est-ce pas ?

Within a coaching context, specific training increases our capacity to efficiently handle relationships, while respecting cultural differences inherent to each personality. Each individual is unique and **this** uniqueness needs to be recognized. In each job, where one is in contact with a wide clientele, behaviour flexibility allows us to adapt to each and everyone, and our competence in intercultural relationships is the key to success. They are the keys to successful relationships by which beauty and wellness will naturally find their way. Professional technique only then starts to become powerful with the final quality result.

From individual to multicultural management

If we consider differences as a positive part of harmony, and not the contrary, **it might be useful to develop real client related professional competence, no matter what is the background. This intercultural and 'transpersonality' talent will undoubtedly be, in the future, an important criteria for service quality.** It is important to understand the other person's culture and personality, in order to optimize the collaboration and the exchange.

With regards to personality, the Process Com Coaching®, used by the 'Institut Equilibre et Performance', is a powerful tool. Trained staff can develop solid knowledge, self consciousness, understand behaviour under stress, be able to analyze communication strategies in order to facilitate reaching professional and personal goals, and, ultimately, be at ease in a relationship and have real charisma. Learning about different people and cultures, and the repercussions they have in the business world, is a very difficult and constant job.

Maybe we should start thinking about building, based on these cultural differences and uniqueness, a new social dynamic that will give us hope that the mythical 'world village' could one day see the light and in which we could all live free and solidary. *"I say to you today, my friends, so even though we face the difficulties of today and tomorrow, I still have a dream. I have the dream that one day all men will be able to sit around the fraternity table."* Martin Luther King. Beautiful dream, isn't it ?