



Tourisme de bien-être: des vacances pour le corps et l'esprit



ANNE-SOPHIE POIRÉ
Le Soleil



Centres de villégiature, retraites, déconnexion numérique, hôtels spécialisés : les propositions de tourisme de bien-être abondent. À preuve, il progresse deux fois plus rapidement que celui du tourisme dit traditionnel, selon le Global Wellness Institute. Et parmi les offres, le Monastère des Augustines à Québec fait figure de proue.

Le concept de bien-être transforme l'industrie du voyage. Sa force? Il se situe à l'intersection de deux puissantes industries en plein essor. Le tourisme atteignait une valeur de 2600 milliards \$ en 2017, alors que le marché du bien-être touchait les 4200 milliards \$ la même année.

En quête d'expériences sociales, physiques ou spirituelles, les adeptes du tourisme de bien-être sont prêts à déboursier une somme importante. À l'échelle internationale, en 2013, 1639 \$ ont été dépensés en moyenne par voyage de bien-être, une somme 59 % plus élevée que celle avancée par le touriste moyen, relève le Travelmarket report.

La quête du bien-être

Tirillé entre une multitude d'appareils mobiles, connectés plusieurs heures par jour, le citoyen numérique évolue dans une société où la concentration est devenue une denrée rare. «Plusieurs indicateurs démontrent que le consommateur est toujours plus à la recherche de déconnexion et de ressourcement», rappelle Laurent Bourdeau, professeur au département de géographie de l'Université Laval, et titulaire de la Chaire de recherche en partenariat sur l'attractivité et l'innovation en tourisme.

Isabelle Duchesnault, directrice générale du Monastère des Augustines, abonde dans le même sens. «Le tourisme de bien-être est ancré dans les besoins d'aujourd'hui. La santé est globale. Elle comprend un volet spirituel, une quête de sens.»

«Le bien-être est à la base de l'industrie touristique, poursuit le professeur Bourdeau. Les bains thermaux, par exemple, ont été un élément important dans le développement de l'industrie. Les touristes ont toujours été attirés par la mer, les plans d'eau et le climat méditerranéen.»

L'industrie du tourisme de bien-être est passée de 563 milliards \$ en 2015, à 639 milliards \$, en 2017. Une hausse annuelle de 6,5 %, contre 3,2 % pour le tourisme en général. Et sa progression ne décélère pas. Le Global Wellness Institute prévoit qu'il atteindra les 919 milliards \$ en 2022, dans une croissance de 7,5 %.

« Le tourisme de bien-être est ancré dans les besoins d'aujourd'hui. La santé est globale. Elle comprend un volet spirituel, une quête de sens »

— Isabelle Duchesnault, directrice générale du Monastère des Augustines



Comme les Augustines

Alors que la quête de bien-être prend désormais plusieurs formes, l'offre du Monastère des Augustines adhère à un type de produit recherché, selon M. Bourdeau.

Le Monastère des Augustines apparaît sur la liste des 100 établissements internationaux Healing hotel. Les membres de cette association misent entre autres sur la santé holistique, tenant compte de la globalité de l'être humain, la guérison et l'épanouissement. Il est le seul endroit québécois à s'y inscrire.



Mode de vie contemplatif, petit-déjeuner en silence, cuisine santé, yoga, massothérapie, réflexologie : les activités de ressourcement du Monastère des Augustines sont nombreuses.

— FOURNIE PAR LE MONASTÈRE DES AUGUSTINES

«Le phénomène des *wellness hotels* a commencé à prendre forme il y a 10 ou 15 ans, mais était très peu organisé, explique Isabelle Duchesnault. Il est maintenant sur toutes les lèvres.»

Reconverti en établissement de retraite holistique en 2015, le monastère compte désormais 65 chambres «épurées pour désembrouiller». On a troqué la prière pour la méditation, mais l'odeur de l'huile essentielle 1639, le même mélange utilisé par les Augustines pour calmer les malades, flotte toujours.

Mode de vie contemplatif, petit-déjeuner en silence, cuisine santé, yoga, massothérapie, réflexologie : les activités de ressourcement y sont nombreuses, toujours pratiquées en accord avec la philosophie des Augustines. Puisque les sœurs sont au cœur du projet.

«Prendre soin du corps et de l'esprit» a toujours été l'idéologie des Augustines, dans une approche holistique de la santé. «Elles sont des sœurs hospitalières, fait valoir M^{me} Duchesnault. La communauté et la connexion à soi et à l'autre ont toujours fait partie de leur pratique.»

«Lorsque j'ai commencé à me pencher sur ce projet d'établissement de santé globale en 2012, on me traitait d'ésotérique, ajoute-t-elle. Mais maintenant, il y a un retour au ressourcement et à la pleine conscience.»



Reconverti en établissement de retraite holistique en 2015, le monastère compte désormais 65 chambres «épurées pour désembrouiller».

— FOURNIE PAR LE MONASTÈRE DES AUGUSTINES

À LA MANIÈRE DES BLUE ZONES

Qu'ont en commun la Sardaigne en Italie, la péninsule de Nicoya au Costa Rica, Loma Linda en Californie, Okinawa au Japon et l'île grecque d'Ikaria? La longévité observée dans ces zones précises est exceptionnellement plus élevée qu'ailleurs dans le monde. Ces régions, nommées «Blue Zones», regroupent une proportion marquée de centenaires.

La Sardaigne a d'abord été identifiée comme «Blue Zone» par deux démographes, Gianni Pes et Michel Poulain ainsi que le journaliste Dan Buettner, en 2000. Puis, en 2002, soutenue par la National Geographic Society, l'équipe a entrepris de localiser ces endroits peuplés de centenaires et de personnes ayant vieilli sans problèmes de santé comme les maladies cardiaques, l'obésité, le cancer ou le diabète.

Activité physique modérée et régulière, définition d'un but dans la vie, réduction du stress, restriction calorique, semi-végétarisme, consommation modérée d'alcool et engagement spirituel, familial et social : en tout, neuf caractéristiques sont partagées par le style de vie des habitants de ces zones de longévité.

Depuis que ces régions ont été répertoriées, le tourisme explose. Le Costa Rica par exemple, mise sur cette «certification» pour attirer les visiteurs en quête de bien-être. Le danger? Tomber dans le tourisme de masse. «La quête de la jouvence peut avoir des effets négatifs sur les populations et leurs habitats», explique Laurent Bourdeau.

Plusieurs endroits tentent également de créer des zones artificielles imitant le mode de vie de ces microcosmes, ajoute M. Bourdeau. «Des destinations proposent un produit touristique fabriqué de toute pièce, dans le but d'attirer les foules.»



L'art de vivre en Sardaigne a fait de cette région une Blue Zone dès 2000.

EN CHIFFRES

639 G\$: Valeur de l'industrie du tourisme de bien-être en 2017

6,5 % : Hausse annuelle du tourisme de bien-être en 2017

3,2 % : Hausse annuelle du tourisme en général en 2017

Source : Global Wellness Institute