

MYRA

JAN 2027

«LE LUXE DE DEMAIN SE RESSENT»



Acte 1 — Pourquoi maintenant.

Le marché du wellness premium a changé ; l'offre locale, elle, reste encore fragmentée

Acte 2 — Pourquoi nous.

Une adéquation forte entre les fondateurs et le marché, un actif déjà connu, une trajectoire crédible, des premiers signaux de traction et une maîtrise réelle du lieu.

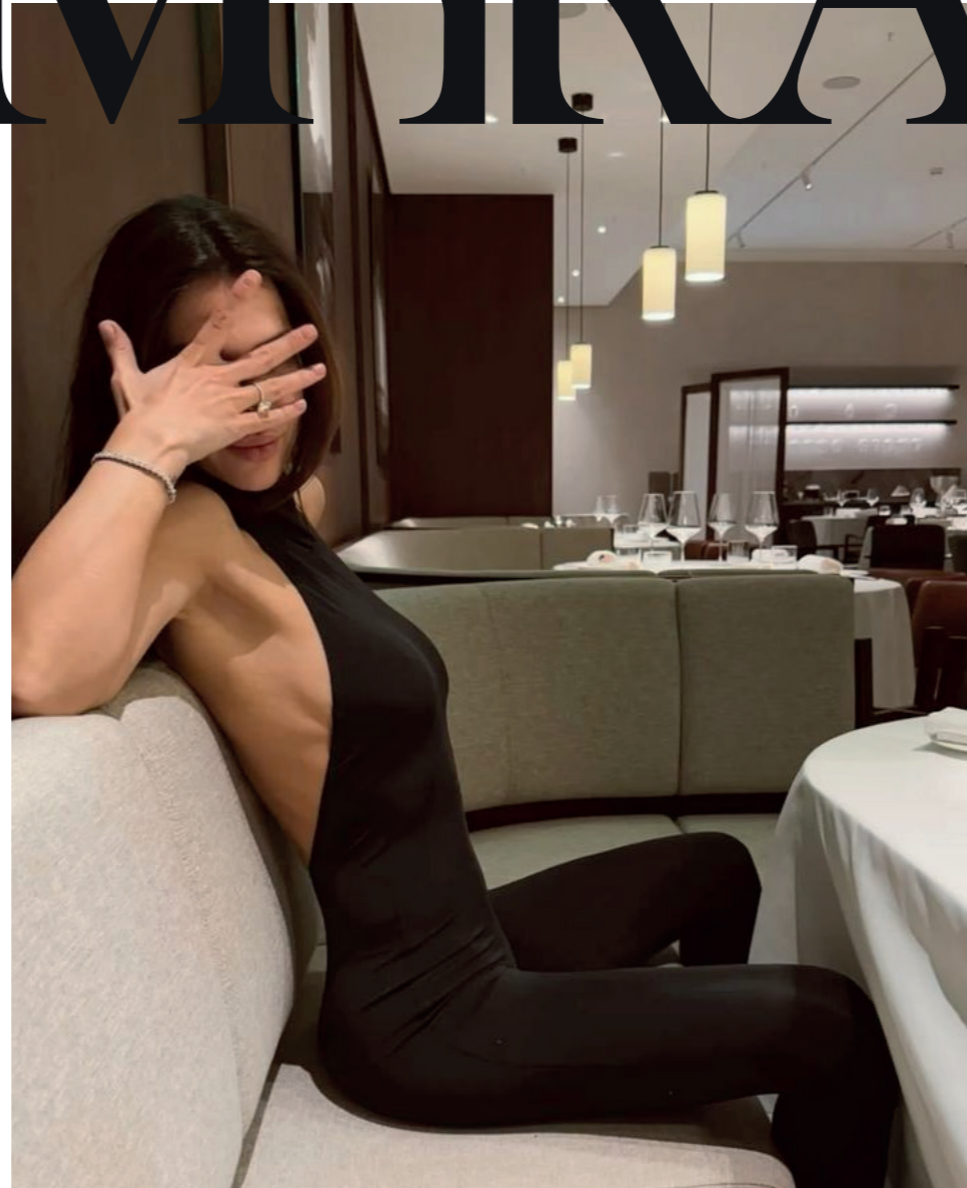
Acte 3 — Pourquoi Myra.

MYRA orchestre un usage complet au sein d'un actif rare, avec une économie unitaire plus dense et plus performante.

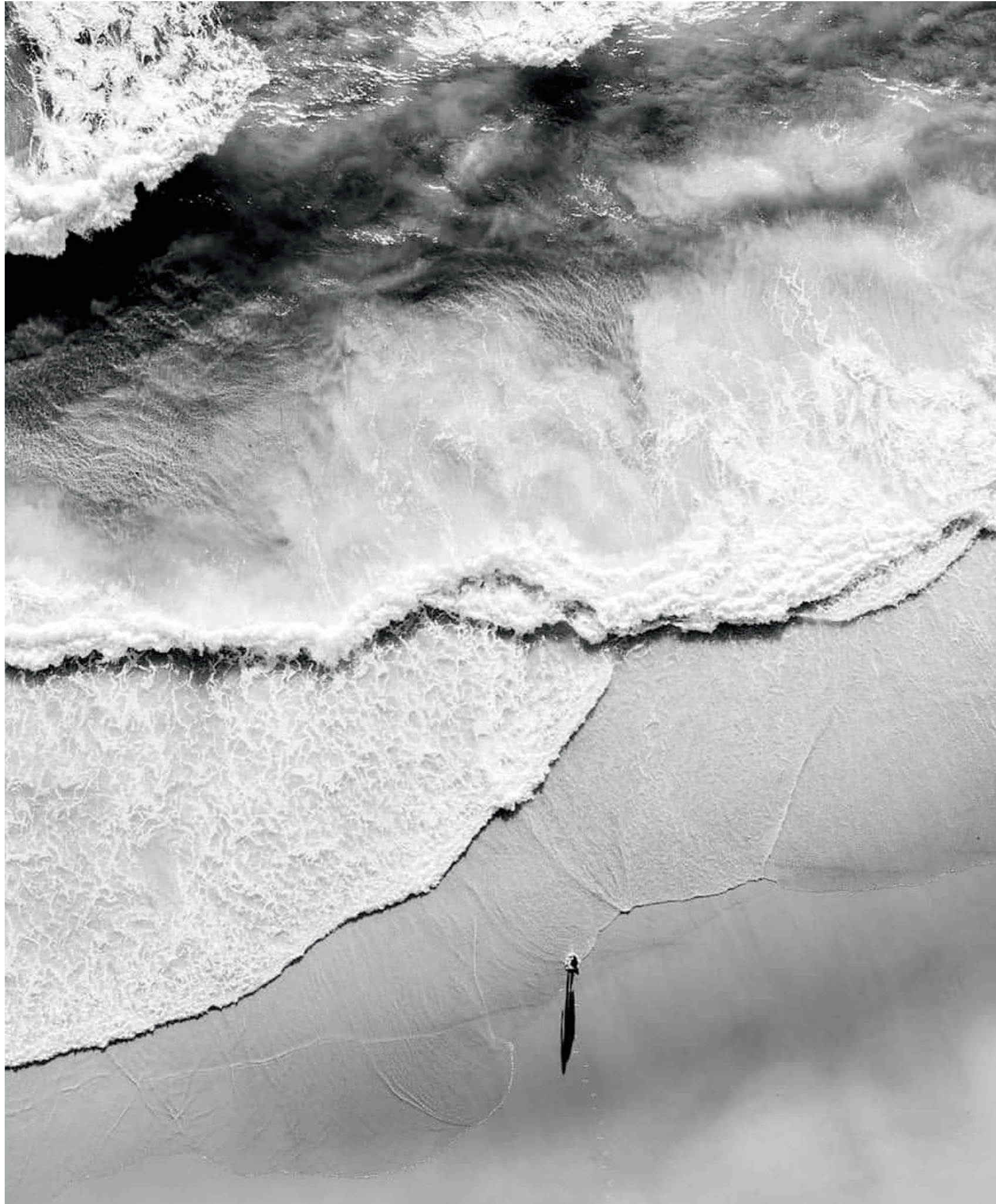
Acte 4 — Pourquoi nous rejoindre.

La phase Alpha offre l'opportunité de participer à la construction du premier cercle, avec accès privilégié, capacité d'influence et potentiel de création de valeur.

MYRA



MYRA naît d'une conviction simple : le luxe de demain ne réside plus dans l'objet ostentatoire, mais dans l'art de vivre. À Marlenheim, aux portes de Strasbourg et de la Route des Vins, nous façonnons un refuge où l'hospitalité, le mouvement, la récupération et le lien social convergent en une expérience unique. Ni hôtel classique, ni club de sport, ni spa traditionnel, MYRA définit une catégorie à part : un lieu de présence, de rythme et d'appartenance, conçu pour celles et ceux qui privilégient la justesse à l'excès. La phase fondatrice offre aujourd'hui une opportunité singulière : celle de ne pas seulement financer un projet, mais de co-construire une marque destinée à devenir la référence du wellness premium.



01. INTRODUCTION

Le bien-être premium entre dans une nouvelle ère. Les clients les plus exigeants ne recherchent plus une accumulation de services, mais une expérience cohérente capable d'unir performance, récupération, hospitalité et qualité relationnelle. Pourtant, l'offre actuelle demeure fragmentée : l'entraînement, la récupération et le séjour s'effectuent dans des lieux distincts, sans continuité réelle ni vision d'ensemble. Cette fragmentation génère une fatigue décisionnelle, dilue la responsabilité des résultats et augmente drastiquement le coût global pour une expérience dégradée par le manque de continuité. C'est dans cet écart entre l'évolution des attentes et l'inertie du marché que MYRA prend place. Non comme une offre supplémentaire, mais comme une réponse plus juste, plus complète, plus contemporaine.

02. CONCEPT



MYRA RÉUNIT, DANS UN MÊME LIEU, L'HÉBERGEMENT, L'ENTRAÎNEMENT, LA RÉCUPÉRATION, LES SOINS ET LE LIEN SOCIAL, AVEC UNE MÊME DIRECTION DE QUALITÉ. NOUS RASSEMBLONS SUR SITE LES MEILLEURS EXPERTS, SÉLECTIONNÉS, FORMÉS ET DÉVELOPPÉS SELON NOS PROPRES STANDARDS. CETTE CENTRALISATION RÉDUIT LA FRICTION POUR LE CLIENT, AUGMENTE LA DURÉE D'USAGE DU SITE ET PERMET UNE EXPÉRIENCE PLUS FLUIDE, DU PREMIER EFFORT JUSQU'AU REPOS. ELLE CRÉE AUSSI UN AVANTAGE STRUCTUREL : CHAQUE FONCTION ALIMENTE LES AUTRES, CE QUI RENFORCE À LA FOIS LA DÉSIRABILITÉ DU LIEU, LA FRÉQUENCE DE VISITE ET LA VALEUR PAR CLIENT.

03. VISION

”

MYRA A POUR AMBITION D'ÉTABLIR LA RÉFÉRENCE EUROPÉENNE DU CLUB-STAY PREMIUM. DANS UN MARCHÉ DU BIEN-ÊTRE ENCORE FRAGMENTÉ ET SANS STANDARD DE RÉFÉRENCE, MYRA S'IMPOSE COMME UNE RÉPONSE SYSTÉMIQUE. NOUS CONVERGEONS EN UNE DESTINATION UNIQUE LES PILIERS FONDAMENTAUX QUE LA CLIENTÈLE DE PRESTIGE EXIGE DÉSORMAIS SANS COMPROMIS : L'ENTRAÎNEMENT DE HAUTE PRÉCISION, LA SCIENCE DE LA RÉCUPÉRATION, L'EXPERTISE DE SOIN ET UNE HOSPITALITÉ DE HAUT RANG. CETTE INTÉGRATION VERTICALE DE L'EXPERTISE DÉPASSE LA SIMPLE EXPÉRIENCE CLIENT ; ELLE CONSTITUE UN MODÈLE OPÉRATIONNEL PLUS LISIBLE, PLUS DÉSIRABLE ET STRUCTURELLEMENT PLUS PERFORMANT.



Pour garantir cette exigence, MYRA devient un centre de formation de référence pour les coachs et praticiens du bien-être. Ce travail de codification nous permet de former, certifier et fidéliser un vivier de talents alignés sur nos standards. L'Académie ne garantit pas seulement la qualité ; elle devient un actif stratégique à part entière : elle sécurise l'homogénéité de l'expérience client, renforce notre barrière à l'entrée sur les plans technique et intellectuel, et nous donne la capacité de recruter plus vite et mieux à mesure que le projet grandit. À partir de ce site pilote, nous développons un modèle opérationnel duplicable. Notre ambition dépasse l'exploitation d'un lieu remarquable : nous bâtissons une plateforme de marque capable d'instituer la nouvelle référence européenne du bien-être.

'JEREMY PAULEN'

Président



'MAXIME RUFFENACH'

Responsable commerciale



'TINA FOURRIER'

Directrice Générale



04. EQUIPE

L'équipe dirigeante de MYRA réunit trois jeunes portées par une même vision et un même niveau d'exigence. Notre rencontre s'est inscrite dans l'univers de l'hôtellerie, à la suite d'un salon professionnel, avant de prendre une forme plus concrète grâce à une mise en relation par Technogym. Très vite, une évidence s'est imposée : au-delà de la complémentarité de nos parcours, nous partageons une même sensibilité au détail, à la qualité de service et à la justesse de l'expérience. Nous avançons aujourd'hui avec une proximité rare, dans un cadre presque familial, fondé sur la confiance, l'engagement et la volonté commune de bâtir un projet ambitieux, durable et pleinement incarné.

05. COMPLEXE

DÉPLOYÉ SUR 20 ARES ET OFFRANT JUSQU'À 1 500 M² DE SURFACE UTILE, CE DOMAINE EST ANCRÉ DANS NOTRE PATRIMOINE FAMILIAL DEPUIS DES DÉCENNIES. BÂTI PAR NOTRE PÈRE, IL CONSTITUE AUJOURD'HUI NOTRE SOCLE OPÉRATIONNEL.

Nous ne projetons pas un concept «hors-sol» : nous révélons le potentiel d'un ensemble patrimonial unique en le réinventant pour les usages premium de demain. Pierre de grès, bois, verdure, cour intérieure, volumes anciens et matière naturelle composent un lieu dont la force tient autant à son caractère qu'à sa capacité de transformation. Là où d'autres imaginent des structures ex nihilo, nous composons à partir d'une réalité physique, historique et géographique.



06. FITNESS

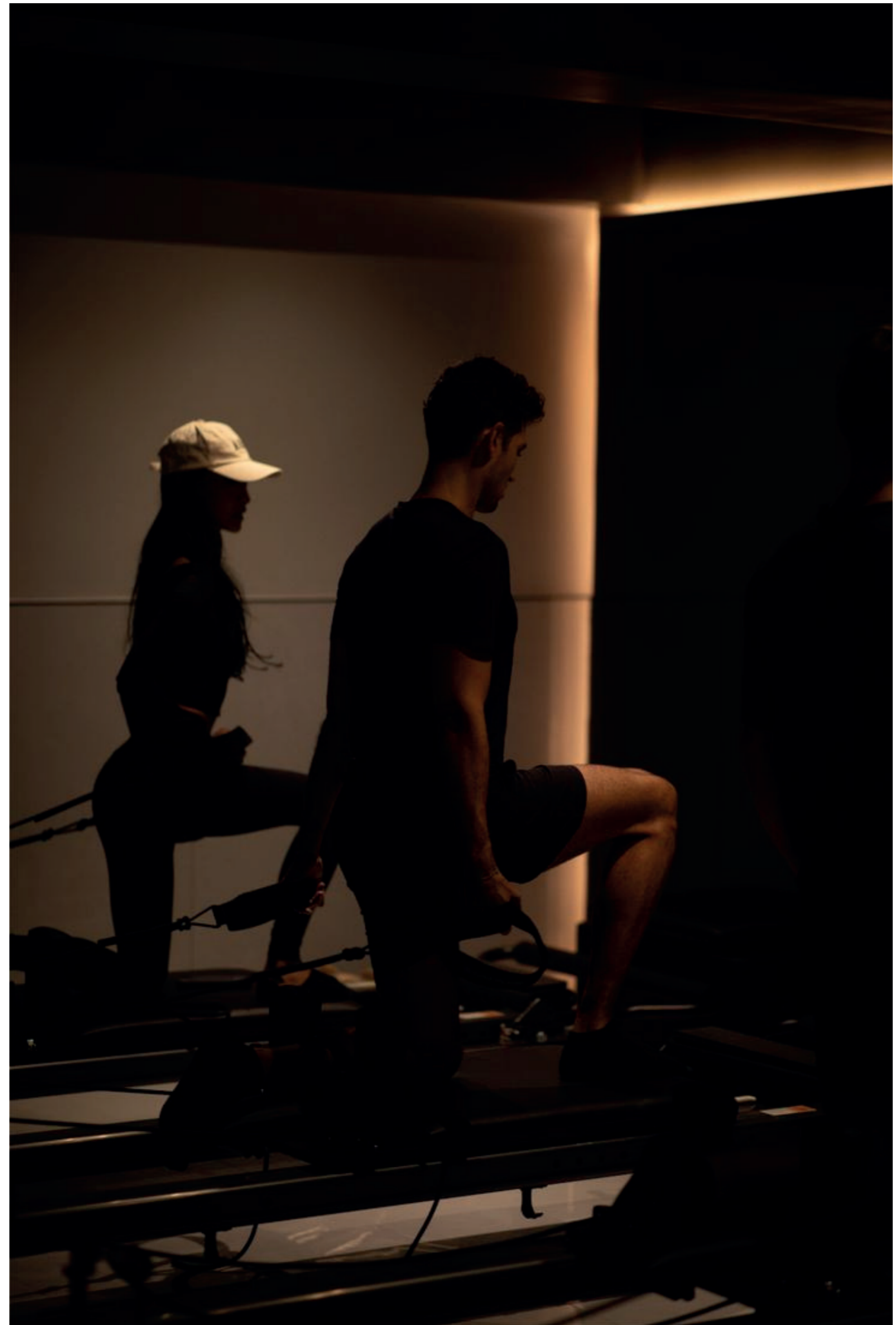


Le studio fitness MYRA est pensé comme un espace d'entraînement à haute valeur ajoutée, structuré autour de deux formats complémentaires : le coaching individuel et le coaching en petit groupe. L'ensemble fonctionne exclusivement sur réservation, avec des capacités volontairement limitées afin de garantir un suivi plus précis, une meilleure qualité d'encadrement et une expérience plus exigeante que celle d'un club en libre accès.

Cette approche permet d'ajuster finement les séances aux besoins réels des clients, tout en préservant la rareté et l'attention qui fondent le positionnement premium de MYRA. La programmation reste souple et évolutive, avec des disciplines activées selon la demande, les saisons et les profils présents sur site — performance, mobilité, pilates, yoga, préparation physique ciblée ou recovery movement.



01. FUNCTIONAL TRAINING
02. ABDOS & GAINAGE
03. MOBILITÉ & FORCE
04. PILATES REFORMER
05. HOT YOGA
06. BOXE FITNESS
07. CYCLING
08. RUN CLUB
09. COACHING



07. RÉCUPÉRATION

Le spa MYRA, déployé sur 200 m², constitue un hub de récupération pensé pour répondre aux nouveaux standards du bien-être premium. Son architecture articule un parcours thermique et sensoriel — sauna, hammam, bain froid — dédié à la régénération métabolique et cardiovasculaire, un pôle technique centré sur la récupération active avec compression et cryothérapie,

des cabines de soins manuels et experts à forte valeur ajoutée, ainsi qu'une zone de décompression "bulle" conçue pour apaiser le système nerveux et prolonger le temps passé sur site. Cette organisation permet d'adresser dans un même espace plusieurs usages à haute valeur — récupération post-effort, gestion du stress, relâchement profond et soins ciblés — tout en renforçant la cohérence du parcours MYRA entre entraînement, récupération et hospitalité.





REDLIGHT



MICRONEEDLING

08. HÉBERGEMENT

Le site accueille six résidences de 80 à 170 m², chacune équipée de sa propre cuisine et de sa salle de bain, avec une capacité totale d'environ 30 personnes en simultané. Cette composante résidentielle crée une clientèle captive et permet d'inscrire l'expérience dans la durée. Un séjour de 48 heures suffit à immerger pleinement le client dans l'écosystème MYRA, en favorisant de manière naturelle les ventes croisées vers le club, la nutrition, les soins et les expériences de recovery. Au-delà de l'usage individuel, cette offre permet également d'optimiser le taux d'occupation de l'actif en milieu de semaine grâce à l'accueil de retraites thématiques, de séminaires corporate et de formats B2B, venant ainsi compenser la saisonnalité classique des activités de loisir.



A modern lounge interior with a bar, armchairs, and people socializing. The space is dimly lit with warm ambient lighting. In the background, a bar area is visible with a well-stocked backbar. Several people are seated in contemporary armchairs, some holding drinks. The overall atmosphere is sophisticated and relaxed.

09. NUTRITION

UN ESPACE DE 100 M² ACCUEILLANT 25 COUVERTS EN CONFIGURATION HIVERNALE, ET UNE TERRASSE ESTIVALE PERMETTANT DE CAPTER LES FLUX SAISONNIERS. IL JOUE UN RÔLE STRATÉGIQUE DANS LE MODÈLE EN CONSTITUANT L'UN DES PREMIERS POINTS DE CONTACT AVEC LA MARQUE ET EN ORIENTANT LES VISITEURS OCCASIONNELS VERS DES OFFRES À PLUS FORTE VALEUR AJOUTÉE, TELLES QUE LES RETRAITES, LES SÉMINAIRES CORPORATE ET LES EXPÉRIENCES SIGNATURES.

À la carte, une sélection pointue de boissons fonctionnelles et d'aliments bien-être :

1. Matcha japonais bio battu à la main,
2. Lattes au collagène marin et aux plantes adaptogènes (ashwagandha, maca, rhodiola)
3. Eaux enrichies en électrolytes ou infusées de fruits minéraux,
4. Shots de probiotiques, elixirs à base de magnésium, zinc et vitamine D,
5. Petits snacks riches en protéines et en superfoods (boules d'énergie, crackers sans gluten, granolas artisanaux).



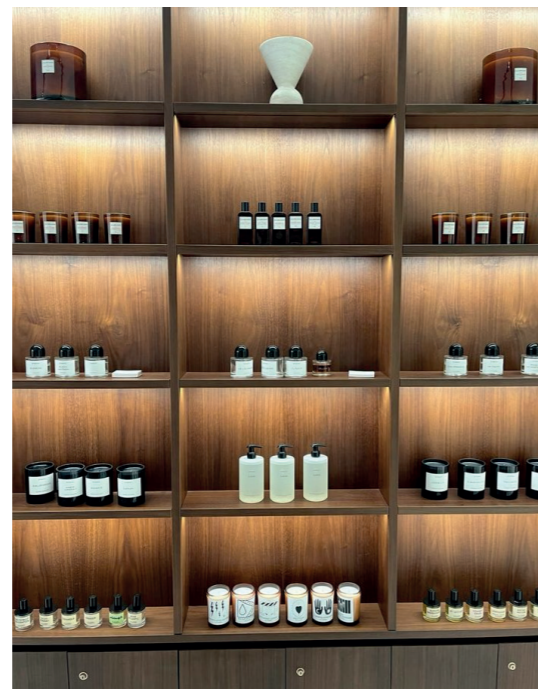
Le tout est servi dans une vaisselle épurée, dans un esprit inspiré des clubs de bien-être new-yorkais ou tokyoïtes : cocktails sans alcool, textures légères, associations aromatiques minimalistes. L'approche est nutritionnelle, mais jamais punitive : il s'agit de plaisir, de clarté, d'alignement avec le corps.

10. ÉPICERIE

L'épicerie fine MYRA est pensée comme une extension raffinée de l'expérience de marque, à mi-chemin entre retail sélectif, art de vivre et hospitalité contemporaine. Elle incarne une mise en scène tangible de l'univers MYRA à travers une sélection exigeante de produits issus de la ferme, de producteurs locaux et de références premium choisies pour leur qualité, leur traçabilité et leur cohérence avec les valeurs de vitalité, de naturalité et de sophistication portées par le lieu.



D'une part, une curation exigeante de produits fermiers et artisanaux issus du territoire.



D'autre part, une gamme de produits orientés performance et vitalité vient enrichir l'offre.



Conçue comme un espace de découverte et de désir, elle permet d'ancrer la marque dans le quotidien du client en prolongeant l'expérience au-delà du séjour, du soin ou de la pratique sportive.

INCOMING



À L'HORIZON 2028, CETTE VISION SE CONCRÉTISE PAR LA CONSTRUCTION D'UNE NOUVELLE AILE, VENANT PROLONGER NATURELLEMENT L'EXISTANT TOUT EN RENFORÇANT LA CAPACITÉ D'ACCUEIL ET LA DIVERSITÉ DES EXPÉRIENCES PROPOSÉES.



INVITATION

Pour répondre à la demande du marché et constituer un premier cercle aligné, nous ouvrons une phase de prévente à capacité volontairement limitée. Nous recherchons, dès le lancement, des profils visionnaires prêts à construire avec nous ce que nous voulons faire de MYRA : une seconde maison. Devenir membre fondateur offre un accès inédit aux coulisses du projet : un canal direct d'échange, des interactions privilégiées avec l'équipe, une participation à certaines sessions de décision et un rôle actif dans l'évolution du projet. Les membres de ce premier cercle bénéficient d'avantages concrets — memberships founding, accès prioritaire aux retraites, privatisations, suites, événements signatures, créneaux rares et expériences à forte demande — auxquels peuvent s'ajouter des conditions tarifaires sécurisées sur certaines offres fondatrices. Mais l'essentiel est ailleurs : entrer tôt dans MYRA, c'est prendre part à son histoire, à sa construction et à la définition même de l'expérience.

MYRA