



JEAN ZIMMERMANN

AU NOM DE SA PASSION POUR L'ASIE



«Depuis tout petit, quelque chose vibre en moi pour l'Asie.»

La légende des Chevaliers aux 108 étoiles, Jean Zimmermann l'a découverte à l'âge de 8 ans grâce à un feuilleton télévisé. Cette histoire de Robins des Bois chinois va le marquer profondément. Elle pourrait être le point de départ d'une passion pour ce pays bien loin de la Vallée de Saint-Amarin d'où sa famille est originaire, et de Berrwiller où il vit. **«C'est difficile à expliquer mais je sens que ça a toujours été là, depuis tout petit, quelque chose vibre en moi pour l'Asie.»** Arts, culture, traditions, il va nourrir sa curiosité en attendant l'âge de 24 ans où il se trouve un poste de coopérant à Pékin. Depuis... il n'a plus quitté la Chine.

Avec son DUT d'électrotechnique-informatique industrielle et son diplôme d'école de commerce, il profite d'opportunités professionnelles variées. Il sera responsable marketing pour le groupe Schneider et représentant commercial pour Hager avant de glisser vers d'autres milieux, notamment celui des marques de luxe. **«J'avais suivi ces études car je ne savais pas trop quoi faire, mais en Chine j'ai pu sortir de ce carcan, j'étais au bon endroit au bon moment»**. En 2004, il devient directeur général d'une grande enseigne, le Lane Crawford, l'équivalent du Bon Marché en Asie. Cette expérience lui ouvre des perspectives pour l'avenir. **«J'ai vite compris l'opportunité de créer une marque chinoise de cosmétique haut-de-gamme»**. Après l'ère maoïste, le luxe et le savoir-faire ayant reculé en Chine, Jean Zimmermann, érudit et passionné, décide de leur redonner leurs lettres de noblesse.



En 2007, il crée la marque de cosmétique Ba Yan Ka La, avec pour objectif de montrer que le luxe n'est pas l'apanage des produits européens, que la Chine aussi **«a une histoire et une culture, qu'il n'est pas question de passer sa vie à consommer de l'occidental.»** Depuis plusieurs années, il développe sa gamme de **«cosmétiques verts»**, **«la crème de la crème»** en matière de qualité. Pour ce faire, il sélectionne des produits rares, le plus recherché vient du Tibet, c'est de la racine d'orpin rose. Pour un Européen fin connaisseur des ressources naturelles chinoises et de ses vertus, c'est le résultat d'un travail de passionné. **«J'ai appris à parler, lire, écrire le chinois, j'ai pu sillonner seul les quatre coins du pays, nouer des contacts, ils m'ont permis ensuite de trouver des ingrédients locaux.»**

Cet attrait pour la culture bio n'est pas un hasard : sa mère pratiquait déjà la médecine douce, juste équilibre entre remèdes de grand-mère et concoctions de plantes. Dans la même lignée, c'est sa fille de 14 ans, Constance, qui teste ses nouveaux produits. **«Avec naïveté et sincérité, elle a l'honnêteté de dire ce qu'elle pense, elle m'a évité plusieurs échecs**



commerciaux !» Aujourd'hui, son entreprise compte 15 salariés et une dizaine de points de vente en Chine, à Hong-Kong et Singapour. Il négocie l'arrivée de ses produits en Europe. Cette gamme sans conservateurs chimiques **«made in China»** mettra quelques années à se faire connaître. Jean Zimmermann sait qu'il doit être patient **«pour casser cette mauvaise image des produits chinois, c'est pourtant très injuste»**.

Son pays d'adoption et son combat pour le valoriser ne l'ont pas éloigné pour autant de ses origines alsaciennes. Même s'il ne court pas après tous les raouts organisés par l'amicale des Alsaciens, **«je ne cherche pas à recréer l'Alsace à Shanghai»**, il prend plaisir à transmettre sa culture. Sa fille, née en Chine, vient chaque année passer un mois en Alsace pour profiter de Noël. **«Ça lui permet de faire pousser ses propres racines. De toute façon, on n'a pas le droit de fêter Noël ailleurs !»** Marchés de Strasbourg, de Colmar, illuminations de Saint-Louis et d'Altkirch... tout est déjà programmé pour profiter à plein de cette bouffée d'air alsacien !

Sa fille, née en Chine, vient chaque année passer un mois en Alsace pour profiter de Noël.

