

Yue-Sai, la vedette chinoise de l'art de vivre

SHANGHAI (AFP) - Yue-Sai Kan est une immense star en Chine. De la télévision dans un premier temps, puis des affaires avec une ligne de cosmétiques cédée à l'Oréal. Insatiable, cette Sino-américaine lance une chaîne de magasins de décoration pour la maison.



Yue Sai Kan, le 10 décembre 2000 à Shanghai (© AFP/Archives - Liu Jin)

Dans son appartement de Shanghai, à deux pas des enseignes de luxe de la rue de Nankin, Yue-Sai Kan ne s'arrête jamais d'entreprendre. Parfaitement maquillée, vêtue d'un tailleur imprimé rose fuchsia, elle donne pourtant l'impression de recevoir en amie.

Originaire de la province du Guangxi (Sud), qu'elle quitte à un an avec sa famille, en 1949 quand les communistes s'emparent du pouvoir, Yue-Sai est résolument décomplexée. Son assurance l'a sûrement aidée à graver les échelons.

"Quand je suis arrivée en Chine, personne n'aurait pu prédire que j'arriverais à faire ce que j'ai réalisé", dit cette bouillonnante quinquagénaire.

"Rien ne me prédisposait à la réussite ici. Je ne parlais pas mandarin, je n'avais pas de relations et j'étais une Chinoise étrangère", se plait à souligner la star, citoyenne américaine depuis 1975 et qui maîtrise aujourd'hui parfaitement le mandarin.

Après avoir créé sa société de production audiovisuelle dans les années 1970

aux Etats-Unis, elle se fait remarquer avec un programme intitulé "Regarder vers l'Est", qui présente la culture asiatique aux Occidentaux. La chaîne américaine PBS lui demande, en 1984, d'animer une émission consacrée aux 35 ans de la République populaire de Chine.

Elle tape dans l'oeil des officiels chinois qui lui offrent l'antenne à la télévision nationale. Elle enregistre plus de cent émissions pour "Chaque endroit du Monde", suivies par près de 400 millions de téléspectateurs.

Elle met rapidement sa popularité au service de ses affaires, toujours empreintes de féminité. En 1992, Yue-Sai lance sa marque de cosmétique sous son propre nom. La plupart des femmes chinoises ne savent pas comment se maquiller. C'est pourtant un succès immédiat.

"Le principe est très simple : en changeant votre apparence, vous pouvez changer ce que vous êtes. Les femmes gagnent de l'assurance quand elles se sentent belles", résume Yue-Sai.

"Elle incarne la réussite en Chine. Elle a vécu à l'étranger mais est rentrée au pays, à un moment où les Chinois de la diaspora ne voulaient pas rentrer. Elle a eu l'intelligence de revenir pour bénéficier du développement du marché chinois", analyse Zhang Hua, journaliste pour l'édition chinoise de Cosmopolitan, à Pékin.

En dix ans, la marque de cosmétiques atteint plus de 50 millions de dollars de chiffre d'affaires et intéresse les grands du secteur. En mai 2004, L'Oréal finit par racheter la marque, dont Yue-Sai est toujours vice-présidente.

"Je n'avais pas les compétences pour développer la marque aussi bien que L'Oréal pouvait le faire", assure-t-elle. Le groupe français a passé la marque dans sa division luxe et établi un laboratoire de recherche et développement à Shanghai, dans le but de lui donner une envergure internationale.

Yue-Sai est déjà ailleurs. La femme d'affaires, qui suit de loin les cosmétiques dont les produits au rouge emblématique jonchent sa coiffeuse, est intarissable sur sa nouvelle ligne "La Maison de Yue-Sai".

Le premier magasin de plus de 5.000 mètres carrés, ouvert à Shanghai lundi, est le prélude à d'autres implantations dans la plus grande métropole chinoise et à Pékin.

Les citadins chinois y trouvent des objets de décoration, des vêtements pour la maison, mais aussi des chocolats estampillés "Yue-Sai", venus de France, ou du vin italien. La vedette n'en finit pas de dicter son art de vivre.