



KARIN HERZOG

UNE FEMME DERRIÈRE LE CHERCHEUR



Depuis 1974, Karin Herzog propose des cosmétiques innovants à base d'oxygène actif. Si les découvertes sont du Dr Paul Herzog, les idées viennent de sa femme. Un couple complémentaire, comme le raconte leur fille, l'actuelle présidente de la marque, Noëlle Palmisano-Herzog.



KARIN HERZOG EN DATES

1974

Naissance de la marque.

2008

Karin Herzog cède son fauteuil à sa fille et son gendre.

2015

Dernier produit de la marque.

« Derrière chaque grand homme se cache une femme. » La marque Karin Herzog ne déroge pas à ce dicton populaire. Depuis 1974, l'entreprise a mis les bienfaits de l'oxygène au service de la cosmétique. Si les premiers produits ont été élaborés par le Dr Paul Herzog, son épouse n'était jamais bien loin. « Même si mon père était le patriarche, elle l'influçait au quotidien. Il voulait partir à Zurich mais, une nuit, ma mère a rêvé qu'elle s'installait dans une ville près d'un lac. Ils ont donc choisi Vevey, sur les rives du lac Léman, dont mon père est tombé amoureux », se souvient Noëlle Palmisano-Herzog, fille des fondateurs et actuelle présidente de l'enseigne. Après l'euphorie de l'emménagement, il commence à s'ennuyer et tourne en rond dans cette nouvelle vie de retraité. Là encore, son épouse lui donne l'impulsion. C'est elle qui l'encourage à accomplir son rêve : travailler l'oxygène et concevoir un produit d'exception. Depuis de nombreuses



années, le Dr Paul Herzog avait constaté que le taux d'oxygénation sous la peau des enfants était très élevé ; mais qu'il diminuait avec l'âge, entraînant ainsi l'altération de la peau. Cet apport d'oxygène pouvait donc atténuer les effets du vieillissement précoce.

Un duo de choc

« Mon père a transformé la cuisine de notre appartement en laboratoire et a commencé à élaborer ses premiers



produits. Ma mère jouait les cobayes et lui faisait ses recommandations », s'amuse Noëlle Palmisano-Herzog. Alors que Karin Herzog remarque que les produits ne provoquent ni effets secondaires ni rougeurs, elle constate surtout que sa peau est de plus en plus belle.

L'idée d'une commercialisation germe alors. « Les économies de mes parents commençaient à fondre et ma mère encourageait mon père à vendre son invention. Mais lui ne voulait pas se diriger vers les cosmétiques et souhaitait rester dans un univers médical. »

propre expérience pour insuffler à son époux les caractéristiques du produit parfait. « Ma mère ne s'est jamais beaucoup maquillée. Quand elle imaginait un produit, elle voulait absolument qu'il tienne toutes ses promesses. Et qu'il n'agresse pas la peau. C'est pour elle le plus important. Elle attache une grande importance à l'aspect de la peau. Aujourd'hui, à 82 ans, elle est encore magnifique », souligne sa fille. Tout au long de sa carrière, Karin Herzog s'est attachée à aider les femmes à se sentir belle, bien dans leur peau, et à bien vieillir.

De mère en fille

En 2008, Karin Herzog a passé la main à sa fille et à son gendre après un cancer du rein. Si le prénom de la présidente change, l'esprit reste le même. Et la fondatrice n'est jamais bien loin. « Elle nous conseille avec bienveillance, sans jamais s'immiscer dans l'entreprise. Avec son regard extérieur, elle apporte quelquefois la bonne idée qu'il nous manque. Elle nous donne son avis sur les nouveaux produits et les packagings », se réjouit Noëlle Palmisano-Herzog.

Si, pour Karin Herzog, l'aventure entrepreneuriale est terminée, sa fille confie néanmoins un regret : « Nous avons

Chiffres clés

40

le nombre de produits existants, en comptant aussi la gamme professionnelle.

Env. 1 millier

d'instituts dans le monde utilisent la gamme Karin Herzog pour les soins de beauté ou pour la revente.

20 pays

en Europe (Angleterre, France, Italie, Portugal, Suède, etc.) accueillent la marque et de nombreux pays du monde (Afrique du Sud, Australie, Mexique, etc.) grâce au site Internet et à l'e-shop.

25

salariés dans le monde en comptant les filiales.

Ma mère ne s'est jamais beaucoup maquillée. Quand elle imaginait un produit, elle voulait absolument qu'il tienne toutes ses promesses.”

Une fois de plus, c'est son épouse qui a su faire preuve de persuasion. En 1974, la marque Karin Herzog est née, baptisée ainsi en hommage à celle qui l'a toujours inspiré.

Rapidement, la fondatrice a impulsé la création d'un premier institut de beauté en Suisse. Femme d'initiative et d'action, elle fourmillait sans cesse d'idées pour enrichir la marque. Au fil des années, Karin Herzog a imaginé des gammes complètes avec, notamment, un gommage doux ou le démaquillant La Perle de la peau. À chaque fois, elle puise dans sa

toujours fonctionné avec nos propres fonds. Aujourd'hui, nous sommes prêts à nous allier avec un autre groupe. On ne vend pas seulement pour vendre, mais aussi pour le bonheur de nos clientes. Notre acheteur doit évidemment avoir les mêmes valeurs et la même éthique que nous. Nous voulons rester un produit haut de gamme mais à un prix accessible. » Cette question reste un point fondamental de la marque. Les époux Herzog ont toujours milité pour démocratiser les cosmétiques. ■

Johanna Amselem