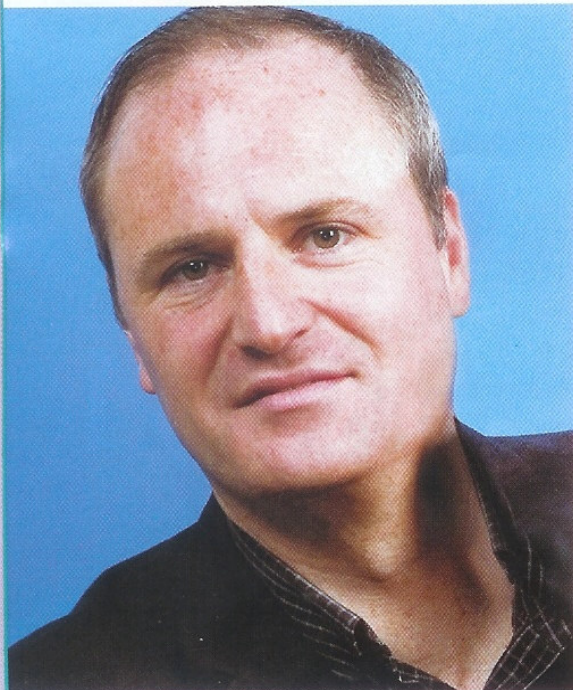


## Portraits



### PIERRE MAILLÉ, MAQUILLE TOUS LES SUPPORTERS DE LA COUPE DU MONDE

***Sans équivalent dans le monde, « Fanbrush », le premier crayon de maquillage conçu spécialement pour les supporters, devrait passer le million d'exemplaires avec la coupe du monde de foot.***

« C'est une idée que tout le monde peut avoir. Une idée simple qui peut générer beaucoup d'activité. Voilà ce que je me suis dit quand j'ai vu le maquillage des supporters danois en 1984 ». Dix ans plus tard, Pierre Maillé, la quarantaine, abandonne finalement son activité d'ingénieur informaticien, « repart à zéro » et se lance dans une « start-up un peu folle ». Imalis est née pour proposer une ligne de maquillage « identitaire, tribal ou revendicatif ». Constitué de deux ou trois bâtons cosmétiques disposés en parallèle qui s'appliquent sur la peau et se retirent avec une simple lingette démaquillante, Fanbrush reproduit d'abord les couleurs de drapeaux. Présenté en juin 2004 comme « l'idée de l'Euro » par

l'Equipe magazine, le produit de Pierre Maillé vise la vente d'un million d'exemplaires en 2006 grâce à la coupe du monde de football. L'entreprise aixoise espère tripler son chiffre d'affaires par rapport à 2005 et atteindre 600 000 euros.

Fabriqué par Alkos cosmétique -un fournisseur de l'Oréal- et déjà protégé par un brevet international, Fanbrush est vendu sur Internet, dans les boutiques spécialisées pour supporters et par le réseau Panini en France. Le crayon à maquillage est également disponible en Allemagne dans les magasins Sport 2000 et Intersport. Un test chez Carrefour est en cours. Les perspectives pour 2007 s'annoncent tout aussi positives avec la Coupe du Monde de Rugby et les nouveaux marchés des pays de l'hémisphère sud ainsi que les Etats-Unis et le Canada. (H.T.)