



Fanbrush

Le premier crayon de maquillage conçu pour les supporters

Inventé par la société Imalis, basée à Aix-en-Provence, Fanbrush permet en un seul coup de crayon de se fessiner sur le visage des lignes de couleurs parallèles, représentant drapeaux ou emblèmes de clubs.

POURQUOI n'y a-t-on pas pensé plus tôt ? C'est la première question qui vient sur les lèvres lorsque l'on évoque Fanbrush, tant le concept, pourtant novateur, paraît évident.

Pratique et facile à utiliser, ce crayon de maquillage permet d'une simple pression, en quelques secondes, sans se salir, d'appliquer sur sa peau les couleurs de son équipe préférée, en traçant deux ou trois lignes de couleurs parallèles. De petite taille, il tient dans la poche et peut s'utiliser dans n'importe quel



Vendu au prix de six euros, Fanbrush offre six mètres de maquillage.

lieu. Pour le démaquillage, du lait, de l'eau savonneuse ou un simple mouchoir suffit.

Ce premier crayon de maquillage conçu spécialement pour les supporters est né dans l'imagination de Pierre Maillé fin 1996. La mode des supporters grimés aux couleurs de leur équipe, lancée par les Danois lors du Championnat d'Europe de football en France en 1984, est à l'époque de plus en plus

répandue dans les stades.

« Le spectacle sportif nécessite un engagement car ceux qui sont neutres s'ennuient. Vous êtes le 12e homme et, quelque part, vous influencez le jeu. Ce qui compte c'est le lien à la couleur, par laquelle je montre mon appartenance à la tribu », explique Pierre Maillé. Voyant les supporters souvent mal maquillés, il lui vient alors l'idée de créer un crayon à

plusieurs lignes de couleurs parallèles.

Quelques années plus tard, en 2002, l'informaticien quitte le poste de responsable technique qu'il occupe pour tenter d'exploiter le concept. *« A 40 ans, j'ai voulu en avoir le cœur net, savoir si cette idée avait un sens économique. Je ne connaissais rien à cosmétique, ni au marketing sportif. J'avais foi en mon produit et je me suis demandé s'il répondait à une demande »,* souligne-t-il.

Il crée la société Imalis en 2004 à Aix-en-Provence et noue, pour produire Fanbrush, un partenariat industriel avec Alkos Cosmétique, un acteur de la fabrication cosmétique. D'emblée le succès est au rendez-vous. Ainsi, Imalis a-t-elle vendu plus de 500 000 exemplaires du crayon depuis son lancement fin 2004.

La société, la seule au monde à commercialiser ce produit breveté, souhaite au-

jourd'hui profiter de l'effet de la Coupe du Monde de football qui débute, demain en Allemagne. En s'appuyant sur un déploiement commercial dans plusieurs pays (France, Pays-Bas, Allemagne, Autriche, Suisse, Italie), elle veut atteindre le million d'exemplaires vendus cette année.

Grâce à l'utilisation de 15 couleurs de base, Fanbrush se décline en plus de 500 combinaisons. Les 32 pays qualifiés pour la Coupe du Monde sont référencés. Vendu au prix de 6 euros, le crayon offre 6 mètres de maquillage. Il peut ainsi être utilisé une centaine de fois après l'ouverture.

Serge PAYRAU

Fanbrush est commercialisé sur Internet sur le site des éditions Panini. Pendant la Coupe du Monde, il sera offert dans les coffrets de parfum Adidas et sera aussi présent sur les étals du Carrefour Grand Littoral.