

ÉDITION LIMITÉE

LE RED TOOTHPASTE DES RED CARPETS

Aujourd'hui, force est de constater que le mot « culte » est un peu utilisé à tort et à travers, on a vite fait de s'autoproclamer de cette trempe et notamment dans l'univers de la beauté, au point que l'adjectif perd parfois un peu de son véritable sens. S'il y a bien un produit qui peut revendiquer être à ce point intemporel, c'est sans conteste le mythique dentifrice « pâte rouge » de la marque Email Diamant, qui célèbre son... 130^{ème} anniversaire. Une longévité qui force le respect, bien plus d'un siècle d'existence qui recèle forcément son lot d'histoires, d'anecdotes et même de quelques méprises. **Faites-vous par exemple partie de l'immense majorité des gens persuadés que c'est un toréro qui orne les étuis - présentés de manière verticale et volontairement à contre-courant de ce qui se pratique d'ordinaire en matière de dentifrices - de l'illustre marque ?** On vous le concède bien volontiers, il y a de quoi s'y méprendre au premier coup d'œil mais figurez-vous qu'il s'agit en fait d'un jeune chanteur lyrique, arborant son bel habit de Figaro dans le Barbier de Séville, et plus précisément d'André Barreau, le fils de Jean-Baptiste et Annette Barreau, à l'origine de la marque en 1893. Comment ça, vous ne connaissez pas l'histoire originelle d'Email Diamant ? Alors laissez-nous vous la conter rapidement...

**EMAIL
DIAMANT**
EXPERT BLANCHEUR

130
depuis
ANS





IL N'Y A QU'EMAIL QUI M'AILLE

Tout commence à la fin du 19^{ème} siècle, à Paris à qui la toute jeune Tour Eiffel confère de nouvelles perspectives. En 1892, Jean-Baptiste Barreau, professeur de chant de son état, épouse la jeune modiste Annette Bonnot. Ils l'ignorent évidemment à ce moment précis mais ensemble, ils vont donner naissance à l'un des produits les plus emblématiques de la beauté. **L'année suivante, Annette ouvre sa boutique au 94 rue Lafayette, une adresse évidemment dévolue en premier lieu aux beaux vêtements, mais pas uniquement puisqu'elle décide aussi d'y proposer une « poudre dentifrice américaine » dite « du chimiste John Walton de Philadelphie ».** Un produit résolument intrigant et plus encore à une époque où l'hygiène bucco-dentaire n'en est encore qu'à ses balbutiements, le brossage quotidien n'étant pas encore un réflexe au moment où commence justement à se démocratiser le métier de dentiste, lui aussi venu d'Amérique d'ailleurs. Il est alors de bon ton de revendiquer pareille origine pour les dentifrices, un symbole sans doute d'une certaine modernité technique et scientifique qu'on prête alors volontiers au pays de l'Oncle Sam.

Le chimiste John Walton a-t-il vraiment existé ou bien peut-être s'agissait-il simplement d'un prête-nom ? Aujourd'hui encore, on l'ignore et le mystère reste entier sur ce point. Ce qui est certain en revanche, c'est que la première guerre mondiale fait momentanément disparaître le dentifrice tant plébiscité du magasin d'Annette Barreau. C'est seulement en mai 1923 que cette dernière en relance la production, déposant au passage les dénominations « Email Diamant » et « John Walton ». Petit à petit, la marque étend son périmètre et d'autres produits viennent alors rejoindre l'incontournable pâte à dents. Un élixir « aux paillettes d'or de la Californie pour la toilette de la bouche », des brosses à dents, de l'eau de toilette, une crème, de la poudre de maquillage déclinée dans des teintes aux noms élégants tels que rachel, créole, blanc albâtre... C'est à cette époque que les époux Bonnot-Barreau ont une idée lumineuse : utiliser comme image de marque une photo de leur fils André, jeune chanteur lyrique au sourire ultra-bright. Ils profitent de cette occasion pour faire évoluer la couleur de leur étui vers un imprimé en rouge et brun foncé sur fond chamois qui sera déposé en 1931. **Malgré la crise économique qui fait trembler le monde à cette époque, la petite entreprise familiale se porte pour le mieux et acquiert même une dimension internationale. Elle exporte en Angleterre, dispose de dépôts à Barcelone et à Turin, de représentations en Amérique du Sud...**

Mais c'est bien connu, les histoires d'amour finissent mal en général, et après avoir affronté un drame familial, les époux Bonnot-Barreau se séparent en 1935, chacun revendiquant alors la propriété exclusive de l'Email Diamant alors même qu'il n'existe plus aucune structure légale pour représenter la marque. C'est à ce moment que André Barreau (le célèbre fils baryton) et son frère Pierre décident, en 1935, de créer une nouvelle société afin d'assurer la pérennité du produit et de son image. Adieu les crèmes et poudres, ils se recentrent sur quelques produits bucco-dentaires et poursuivent le développement de la marque partout en Europe et dans le reste du monde. Un plan rapidement contrarié, la mobilisation générale étant sonnée en 1939.

Sourire, c'est Séduire!

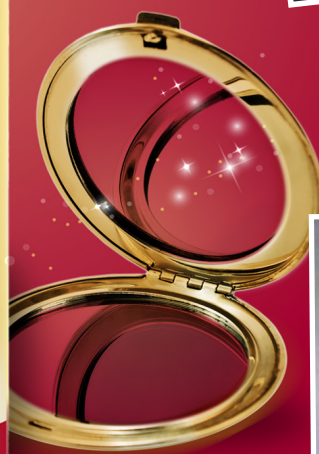


La France est de nouveau en guerre et il devient très difficile de se procurer de la glycérine, ce qui conduit les frères à mettre au point une poudre dentaire présentée dans une petite boîte métallique. À la Libération, la production de pâte reprend de plus belle, son succès s'étend au monde entier, attirant même les convoitises de contrefacteurs. Pour toujours défendre la version originale de la pâte rouge et portés par le contexte favorable des 30 glorieuses, les frères initient de nombreuses campagnes de publicité avec des insertions dans la presse, de l'affichage dans le métro, des films diffusés au cinéma...

Autant d'occasions de donner naissance à un univers distinctif où le glamour donne la réplique à l'élégance à la française, où les tenues des grands soirs foulent les tapis rouges, où tout n'est que séduction et créativité. Une image qui aujourd'hui encore confère à Email Diamant un statut à part dans l'univers aseptisé des dentifrices. Les années passant, on assiste au développement en France des grandes surfaces où s'effectuent alors la majeure partie des achats de dentifrices, un réseau où Email Diamant viendra comme une évidence proposer sa vision singulière. Elle n'aura finalement jamais eu de cesse d'innover, comme lorsqu'elle proposa en 1986 le premier dentifrice blanc au fluor dédié aux fumeurs ou bien encore en 1991 avec une solution anti-plaque dentaire avant brossage. Profitant à la fois d'un fantastique héritage et étant toujours portée par son goût pour l'innovation, elle s'inscrit finalement entre deux époques, ce qui fait sans doute d'elle cette marque si intemporelle.

Aujourd'hui encore, sa légitimité à faire apparaître « la magie du blanc » lui permet de s'adresser à toutes les générations, chacun sachant pouvoir compter sur l'efficacité de son iconique formule rouge qui a finalement peu évolué par rapport à sa recette originelle qui se distinguait déjà par sa haute teneur en ingrédients d'origine naturelle. Bien sûr, on n'y retrouve plus le fameux carmin de cochenille d'antan mais on peut toujours compter sur cette pâte rouge dont chacun sait qu'elle va, en teintant légèrement et momentanément les gencives grâce à ses réflecteurs naturels de lumière, faire apparaître les dents particulièrement blanches. Ce dentifrice à la fois vintage et premium est la promesse, évidemment tenue, d'un sourire instantanément éclatant mais aussi plus beau sur le plus long terme grâce à une combinaison d'huiles essentielles, de glycérine et d'agents polissants très doux qui vont permettre d'éliminer efficacement les taches et aider les dents à retrouver leur éclat et leur homogénéité. On salue bien entendu sa teneur en fluor lui permettant de renforcer et de protéger l'émail jour après jour, mais aussi son arôme menthe et anis étoilé reconnaissable entre mille. Bref, un dentifrice vraiment culte et qu'on a plaisir à redécouvrir dans un étui collector célébrant comme il se doit son 130^{ème} anniversaire.

1 TUBE VENDU
PAR
MINUTE



ÉDITION LIMITÉE
Formule Rouge
L'Original Email Diamant
Tube 75ml, 4,30€

Tous les produits EMAIL DIAMANT sont disponibles en GMS et sur Amazon