



Visite guidée : Jac Vapour

Depuis deux ans, la France a vu débarquer, dans le paysage des matériels grand public, une marque européenne, qui détonne par son design, son ingéniosité et son succès effréné. Nous partons à la découverte de Jac Vapour, guidés par Robert Patrick, directeur des ventes de l'entreprise écossaise.

Par Juliette Paturel et Florent Biriotti

Bonjour Rob, peux-tu nous présenter Jac Vapour et nous raconter comment tout a démarré ?

Andy a lancé la compagnie il y a de ça dix ans maintenant. Grand fumeur, Andy s'est procuré très vite une cigalike aux USA, c'est là que tout démarre : le potentiel d'avenir de cette nouveauté lui était évident. Designer de formation, il s'est mis à fabriquer manuellement sa propre e-cigarette et y est parvenu. Il l'a ensuite améliorée de plus en plus en réalisant que ce produit donnerait lieu à un grand business dans le futur. Il lança alors Jac Vapour avec tout son argent, 5000£ de départ et a tout investi dans les cigalikes. Mais après avoir créé la société, le site web et le stock de cigalikes en ligne : pas de ventes ou plutôt très peu de ventes, quelques unes chaque semaine seulement. Il fallait marketer l'offre et les produits, mais sans aucun budget restant. C'est sur le forum qu'il a trouvé les contacts vraiment passionnés, comme on les connaissait surtout au début du phénomène vape. Il devint proche de certains et leur envoya ses cigalikes. En l'espace de 3 jours, le site web tournait fort. Immédiatement. Le site est passé de 3 ventes par semaines à plusieurs milliers.

Depuis l'entreprise lancée quels ont été vos principaux développements ?

Le test révéla concluant, Jac Vapour a investi de plus en plus dans l'industriel et la création de ses propres produits. Même à l'époque de l'OEM, Andy poussait toujours sa touche de correctif ou spécifique auprès de nos fournisseurs, mais le premier projet d'Andy est le lancement sur le marché d'un cartomiseur bottom dual coil, qu'une fois de plus il fit découvrir à la communauté du forum. Bien plus efficace que les cigalikes du marché de l'époque, le produit rencontra un très fort succès.

Le gros projet suivant a été les e-cigarettes A-series de la même génération que les batteries eGo. Kanger qui fabriquait et fabrique encore aujourd'hui nos A-series nous a même offert des conditions d'achat plus avantageuses pour utiliser le design de nos batteries.

Les projets se sont alors multipliés, autant que l'équipe s'est agrandie : une équipe marketing, une équipe de ventes, d'ingénieurs R&D, de digital, un service

clientèle. Je suis personnellement chez Jac Vapour depuis cinq ans.

Comment Andy t'a-t-il trouvé et embarqué dans cette aventure d'entreprise ?

En fait, il se trouve que la directrice marketing, qui est aussi la femme d'Andy, est également ma sœur. Alors à force de l'entendre à chaque vacances familiales me parler de ses e-cigarettes et de l'explosion de plus en plus impressionnante de son affaire... J'ai quitté la société pour laquelle je travaillais dans le secteur de l'assurance maladie. Après des années dans cette branche, j'avais envie de changement. J'ai donc rejoint Jac Vapour pour m'occuper des canaux de vente, hors ventes en ligne.

Si sur le marché de la vape, nombreux sont les fabricants de liquides, il y a, à l'opposé, très peu de fabricants de matériel. On ressent une réelle volonté chez Jac Vapour d'adresser un matériel grand public. Pourquoi ?

Il y a beaucoup de petits moders, incroyables, dont le travail est unique, mais qui produisent en toutes petites séries. Peu de fabricants du secteur produisent en quantité en Chine, nous y avons vu une réelle opportunité de proposer quelque chose de différent. Nous voulons nous concentrer sur le marché de masse qui touche la très grande majorité des utilisateurs, en leur proposant des matériels aux designs différents des autres produits

du marché. Nous avons pour objectif de ne produire que des petits modèles, qui tiennent dans une main facilement.

Et pourquoi ce choix de faire vos propres designs sur vos modèles ?

Nous avons beaucoup vendu et utilisé de produits de marques chinoises et en avons vu certaines limites. Dans leur fragilité, leurs performances, et leurs designs souvent simples. Et avec des taux de retours produits, car défectueux, bien

trop importants. Nous avons vite décidé de ne plus vendre que nos propres produits.

Quelles sont les étapes avant lancement d'un produit ?

Le processus est long. Pour lancer un liquide, on se dit que c'est bon et que le public aimera, mais c'est une tout autre affaire pour un matériel et c'est aussi très excitant. Lorsque nous mettons un matériel sur le marché, nous en avons généralement commencé le développement 18 mois à l'avance. C'est toujours un grand projet pour notre petite compagnie.

Nous suivons un processus très structuré de récupération d'informations via un réseau d'environ 200 testeurs issus des forums et de personnes actives et avisées sur l'e-cigarette. Nous faisons parvenir des pièces des premiers prototypes à des utilisateurs aux profils différents, de débutant à expert, puis récoltons leurs impressions et expériences de test via un formulaire unique.

Notre équipe liste ensuite les points forts et points d'amélioration remontés par les utilisateurs, le prix estimé par les testeurs de ce que ce type de machine devrait coûter. Nous revoyons notre design en prenant en considération les remontées. Nous réitérons l'opération une seconde

fois à réception des nouveaux prototypes, avec les mêmes testeurs qui remontent leurs impressions de nouveau via le même formulaire. Il est impératif de passer par ce type de tests avant le lancement, car

ce type de projet coûte entre 250 000 et 300 000€ à développer, se tromper nous coûterait trop cher, aussi nous maximisons nos chances de mettre sur le marché des produits à succès.

Si au début on ne trouvait Jac Vapour que sur votre site, aujourd'hui la marque est vendue par d'autres boutiques. Pourquoi ce choix ?

Nous avons démarré la distribution de nos produits aux professionnels du

marché il y a trois ans pour répondre à la demande de revendeurs de proposer dans leurs boutiques les produits Jac Vapour. En France, la distribution est organisée par PIPELINE. Nous sommes heureux de ces développements de la marque.

Comment avez-vous eu l'idée de vous lancer aussi dans la production de e-liquides ?

Tous les professionnels du secteur le savent, la marge dégagée sur les ventes de matériel est indiscutablement très faible par rapport à celle sur l'e-liquide. Et pour vaper il faut du e-liquide ! Nous avons dès le démarrage de l'activité travaillé avec un fabricant pour produire nos bouteilles de e-liquides, mais les recettes sont développées par nos équipes. Nous avons deux approches pour créer nos e-liquides. Pour les basiques ou mono arômes, nous cherchons à nous rapprocher de la vraie saveur, si on fait une fraise on veut que ce soit réaliste.

À l'extrême opposé, nous développons des e-liquides complexes et pour vapors avancés. Par exemple il y a six ans que nous avons lancé notre gamme « Pic-Nic » qui propose le kit de DIY complet pour faire son e-liquide au taux souhaité. C'est un peu le shortfill inversé. On choisit sa base, un ou plusieurs des 40 arômes disponibles et les boosters de nicotine associés. C'était bien avant les réglementations européennes, un moyen de proposer aux clients de faire de vraies économies sur leur e-liquide. Cette gamme est une de nos gammes les plus fortes.

En France nous connaissons bien votre gamme Bryn's Special Sauce, peux-tu nous en parler ?

Ah oui, nous savons que cette gamme fait un carton en France ! Même plus encore qu'au UK, où déjà c'est un très beau succès. Bryn est un de nos employés qui est utilisateur depuis bien avant Jac Vapour. Il n'a pas été embauché pour créer des juices pour Jac Vapour, mais il a ce talent et nous l'avons vite compris en goûtant ses recettes maison. Il a un palais vraiment unique ! Nous devons faire connaître son travail au monde ! Pour l'anecdote le visuel du cuisinier sur les étiquettes des e-liquides a été dessiné à son effigie. Il a quelques nouveautés à nous faire découvrir d'ici la fin de l'année, à suivre...

Et nous avons d'autres gammes premium au UK, une gamme qui ne produit quasiment pas de vapeur pour vaper de manière furtive...

Tant de gammes ! Tu es sûr que vous êtes toujours principalement producteur de matériel ?

Oui le hardware reste notre première préoccupation et notre plus gros marché, mais c'est long. Nous ne voulons pas rivaliser avec le rythme effréné des sorties chinoises, parfois trop vite lancés, ou apportant peu par rapport à la version précédente, nous préférons prendre le temps nécessaire pour être sûr qu'il sortira du lot sur le marché. Alors comme nous aimons les projets dans la vape, nous faisons pas mal de projets liquides qui sont plus courts à lancer sur le marché.

Quels sont les projets pour les mois et années à venir ?

Nous avons de nombreux projets à lancer dans les mois à venir et nous sommes beaucoup focalisés sur le développement de la marque à l'international. Au UK, nous sommes présents dans 25% des vapeshops. Nous devons encore développer, mais nous envisageons sérieusement de démarrer aux États-Unis et en Chine. En réalité nous avons, grâce à des produits à fort succès comme la DNA75 Series B, une base de clients mondiale. Progressivement nous essayons de répondre à toutes les demandes locales. Nous sommes au Vietnam, aux Philippines, en Indonésie, en Malaisie, à Tokyo, au Bangladesh...

En parlant de produit top seller, la VIM est un produit unique.

La VIM ? Je n'utilise que ça. J'ai bien sûr plein de matériel, du matériel high end, plus de 50 appareils à vaper mais je n'utilise que la VIM. Si tu me vois je vape sur ma VIM. Pour moi ce produit est parfait. La VIM n'a pas les mêmes fonctionnalités ou le même chipset que beaucoup d'excellents produits sur le marché, mais sa très grande capacité embarquée pour un appareil d'une telle compacité. Je l'ai toujours en poche.



Cette VIM a également une autre histoire. Pouvez-vous nous parler de cet accord que vous avez passé avec les prisons ?

Tout à fait. En fait, nous cherchions à rencontrer le gouvernement écossais et nous savions que, dans les six prochains mois, les prisons d'Écosse allaient devenir non-fumeurs. C'est ce qui s'est passé en Angleterre et ce qui allait se passer en Écosse. Nous avons pris contact avec l'équipe responsable de cette mesure. Nous leur avons dit que nous, entreprise écossaise, étions capables de désigner un produit adapté à ce contexte ; un produit simple et sécuritaire, pour un prix similaire à ce que nous produisons pour le grand public. C'est comme ça qu'est née la WeeVIM. Nous avons dû travailler avec eux, comprendre quel type de produit leur conviendrait le mieux et ainsi développer les cartouches scellées de la VIM et de la WeeVIM, car en prison les tanks rechargeables sont interdits pour des raisons de sécurité. Et aujourd'hui beaucoup de prisonniers possèdent une WeeVim et nous sommes heureux de pouvoir dire que ce produit a peut-être aidé à former un monde "meilleur", plus sécurisé. C'est un projet qui a demandé beaucoup d'investissement, de rencontres avec les prisonniers. Ça a été une superbe expérience, dure, mais tout s'est très bien passé, nous sommes

heureux du résultat et nous avons vu les ventes augmenter de mois en mois.

Avez-vous des projets dont vous voudriez nous parler en exclusivité ?

Oui, bien sûr. Nous avons toujours de nombreux projets, mais nous allons bientôt lancer deux nouveaux produits, des produits qui méritent un rafraîchissement. Nous allons réactualiser la S-17, nous avons trouvé une finition dont nous sommes très fiers, une finition qui se rapproche du DLC sans en être un. Mais nous allons aussi la changer de l'intérieur et proposer de nouvelles couleurs ainsi qu'un nouvel airflow.

Nous allons également rafraîchir le modèle S-22 qui va devenir le S-23, qui fera donc 23 mm de diamètre et sera doté de nouveaux coils. Ce kit aura différents modes de puissance, tout le look sera revu et les nouvelles résistances fournies avec seront également compatibles avec nos autres produits.

Concernant les liquides, nous comptons élargir la gamme Bryn's Special Sauce avec de nouvelles saveurs. Nous avons déjà testé ces nouvelles recettes et elles devraient paraître dans les deux à trois mois qui arrivent.

Nous avons beaucoup à faire, et encore beaucoup de projets encore tenus secrets pour lesquels nous sommes vraiment enthousiastes.

Les top sellers Jac Vapour :

Jac Vapour Series-B DNA 75W 23mm

Compacité et performances sont les maîtres mots de cette box électronique au design élégant et intemporel. Dotée d'un chipset DNA 75 conçu par la firme américaine Evolv, d'un écran OLED de 0,91", d'un pin 510 sur ressort, d'une trappe à accu aimantée de haute qualité, cette box ne peut que convaincre ! Désormais disponible en 23 mm de diamètre et pour moins de 90 €, il ne vous reste donc plus qu'à trouver l'atomiseur qui l'habillera.



La gamme Bryn's Special Sauce

Créée par Jac Vapour, la gamme Bryn's Special Sauce est composée de e-liquides gourmands et fruités. Épatante de par son réalisme, sa complexité et son originalité, cette gamme mérite amplement son franc succès, même auprès des palais les plus fins. Toutes les recettes sont disponibles en Shake & Vape de 50 ml vers 80 ml et la saveur Té disponible en 10 ml.

Kit Jac Vapour VIM

Ultra compacte, ultra légère et ultra résistante, la VIM par Jac Vapour est LE kit idéal pour les débutants mais aussi pour les expérimentés à la recherche d'un setup d'appoint performant. Ce kit est composé d'une batterie de 2600 mAh et d'un clearomiseur d'une contenance de 2 ml. Deux types de résistances sont compatibles avec ce kit, des résistances MTL et des DL. Que vous aimiez la vape serrée ou aérienne, la VIM comblera toutes vos envies grâce à ses coils mais aussi grâce à l'airflow ajustable situé en bas de la batterie.

Son remplissage facile par le haut, en enlevant le topcap, sa recharge en USB et sa compacité font de ce kit un excellent compagnon du quotidien.

À moins de 35 €, pourquoi s'en priver ?

