

Juul arrive en France : une révolution ?

Jean Moiroud / président de la Fédération interprofessionnelle de la vape (Fivape)

En moins de deux ans, Juul petite start-up de la Silicon Valley a raflé 75 % du marché de la vape aux États-Unis. Elle a débarqué en France le 16 novembre 2018. Nul ne sait si le jeune dispositif français de la vape va en sortir renforcé ou s'il va tout simplement exploser. Jean Moiroud expose les enjeux pour Swaps.

Une histoire à l'américaine

La société Juul, issue d'une scission avec l'entreprise Pax Labs, a été officiellement créée en juin 2017. Ses deux fondateurs sont d'anciens étudiants de l'université Stanford en Californie. Pax Labs a été à l'origine de deux produits connexes au tabac : le vaporisateur hybride Ploom, utilisant des cartouches remplies d'un mélange de tabac et d'additifs qui, une fois chauffé, visait à restituer les sensations d'une cigarette, et le vaporisateur traditionnel Pax, pouvant accueillir des fleurs de marijuana (officiellement des feuilles de tabac séché). Le modèle Ploom, qui a été revendu au géant du tabac Japan Tobacco International, a fait l'objet d'un lancement international et a été un échec commercial.

Rapidement après sa création, la société Juul a levé des fonds et, à partir de juillet 2018, a vu sa valorisation monter à 15 milliards de dollars. Il est important de noter que les investisseurs qui ont pris part à ce tour de table initial – Tiger Global Management et Tao Capital – sont des fonds issus des nouvelles technologies (Silicon Valley), ce qui a permis à Juul d'afficher un double ADN : design et technologie, et indépendance vis-à-vis de l'industrie du tabac. Ce positionnement s'est retrouvé très tôt dans l'histoire et les valeurs de la marque, ce qui a servi de moteur au recrutement de collaborateurs très qualifiés. L'indépendance de Juul, affichée et assumée par les dirigeants eux-mêmes, a depuis sa création permis des échanges constructifs avec la filière indépendante de la

vape, qui y voyait un partenaire de poids face à la toute-puissance de l'industrie du tabac. L'argent des nouvelles technologies contre l'argent du tabac en somme...

En décembre 2018, c'est le basculement : Juul annonce une prise de capital de 35 % par la société Altria, qui n'est autre que Philip Morris aux États-Unis. Attirés par la part de marché de Juul, estimée à 75 % sur les produits de la vape en Amérique, ce ne sont pas moins de 13 milliards de dollars que le géant du tabac a déboursé pour s'offrir une tranche du leader mondial du secteur. Si les contours exacts du deal sont, et seront, probablement, mal connus, les sommes en jeu illustrent bien – au-delà de sa toute puissance financière – l'importance que donne Big Tobacco aux dispositifs de vapotage dans son développement futur.

Une conception équilibrée de l'offre et du modèle économique

Une conception équilibrée

De taille très compacte (un peu plus longue qu'une clef USB), « la Juul » fonctionne avec des cartouches préremplies de 0,7 ml d'e-liquide. L'utilisateur a le choix entre quelques saveurs, vendues aux alentours de 10 euros le paquet de quatre. L'autonomie de la batterie, bien que faible (200 mAh, contre 3 000 mAh pour les plus grosses vapoteuses européennes), s'accorde parfaitement avec la faible capacité de production de vapeur de la cartouche, ce qui permet un usage d'une demi-journée à une journée sans recharge. Le format compact est ergonomique et

La Fivape

Créée en 2014, la Fédération interprofessionnelle de la vape est une association loi 1901, strictement indépendante de l'industrie du tabac, qui a pour vocation d'unir, de représenter et de défendre les professionnels de la filière française des produits de la vape. C'est aujourd'hui la plus grosse association nationale et européenne des professionnels du vapotage, avec plus de 660 adhérents : boutiques physiques, boutiques en ligne, fabricants d'e-liquides et grossistes. Première fédération mondiale à avoir entrepris des travaux normatifs avec l'Afnor, conduisant à la création de deux comités spécialisés, la Fivape soutient les travaux techniques et scientifiques sur la lutte contre le tabac et pour une meilleure intégration des produits de la vape dans les politiques de santé publique.

séduisant, le design sobre, attractif et la recharge rapide. Le produit est parfois présenté comme l'Apple ou le Nespresso de la vape.

Un système propriétaire

La Juul est un système dit fermé, c'est-à-dire qu'il ne laisse pas à l'utilisateur la liberté de choisir le dispositif de vaporisation associé à la batterie, ni l'e-liquide qui y sera vaporisé. Le produit est autoportant, il ne nécessite pas de conseil particulier lors de la vente. On assemble la cartouche avec la batterie et l'on peut commencer à vapoter, le tirage déclenche le fonctionnement de l'appareil, reproduisant ainsi la gestuelle d'une cigarette.

Cette simplicité a contribué au succès de l'objet aux États-Unis, la disponibilité des cartouches ayant été dès le début très grande. Épiceries, magasins de vape et magasins de tabac, vente en ligne : quand un fumeur acquiert un système à cartouches fermées, il doit pouvoir accéder aux recharges facilement, ou risque de reprendre des cigarettes.

Mais, avec 75 % de parts de marché aux États-Unis et une baisse très significative du nombre de fumeurs depuis 2016 qui peut lui être imputée en partie, qu'est-ce qui fait l'efficacité de ce dispositif ?

Une formulation innovante de l'e-liquide

Si la proposition technologique de la Juul semble équilibrée, elle n'est pas non plus différente des centaines d'autres équipements disponibles sur le marché. Certains lui ressemblent, beaucoup sont même plus performants. Le secret de la Juul tient dans la formulation de l'e-liquide, fortement dosé en nicotine (60 mg/ml), ce qui compense et équilibre le sous-dimensionnement des composants. Le taux légal en Europe, depuis la transposition de la directive européenne sur les produits du tabac en 2015, est fixé à 20 mg/ml. L'inhalation de ce taux élevé est rendue possible par la forme chimique de la nicotine utilisée.

En effet, l'e-liquide traditionnel contient de la nicotine de qualité pharmaceutique issue des plants de tabac sous forme basique (dite « free-base »). Dans Juul il y a adjonction d'un acide organique, en l'occurrence de l'acide benzoïque ; la nicotine se trouve « protonée » et son pH légèrement plus acide. Ces nouvelles propriétés lui permettent un passage en gorge plus aisé qu'à concentration équivalente, avec de la nicotine free-base. Le ressenti est plus proche de celui d'une cigarette de tabac et les retours des usagers sont très prometteurs quant à l'efficacité d'une telle formulation pour arrêter facilement la cigarette.

© Juul

Arrivée de « la Juul » en Europe et de l'industrie du tabac dans le capital

Le lancement de la marque Juul dans l'Hexagone s'est fait aux mois de novembre et décembre 2018, juste avant la

prise de participation de l'industrie du tabac dans le capital. Il y a plusieurs façons d'analyser les perspectives qui s'ouvrent pour la société pour les années à venir. Tout d'abord, le taux légal maximum en Europe est fixé à 20 mg/ml. Juul a donc dû respecter ce taux et on peut se demander s'il perdra de son intérêt, alors que la concentration en nicotine est un maillon important de l'équilibre général du produit. Quelle sera la réponse des consommateurs ?

La société arrive accompagnée de polémiques nées aux États-Unis. Elles portent sur l'initiation à la nicotine des adolescents (avec un produit séduisant) et la critique des saveurs fantaisistes réputées attirer les jeunes. Le site de vente (juul.fr) s'est doté d'un système de vérification de l'âge et de l'identité afin d'empêcher les mineurs de pouvoir acheter en ligne et la compagnie évoque un programme de « prévention jeunesse ». Ces sujets sont à prendre avec précaution. Ils reflètent la sensibilité des autorités américaines face à un produit nouveau, impactant directement les habitudes de vie de plusieurs millions d'Américains. La France, avec son taux élevé de prévalence tabagique doit s'extraire de ces sujets à tout prix : la vape n'est pas une porte d'entrée dans le tabac, surtout chez les plus jeunes. La statistique américaine est édifiante : le tabagisme chez les adolescents a été divisé par deux depuis 2011, et le vapotage est resté stable dans cette population.

Enfin, le récent investissement de Big Tobacco dans Juul pose la question de la survie de la filière de la vape indépendante française. Juul ne pourra pas être le leader de la vape indépendante, et les « digues » que les professionnels de la vape indépendante construisent en France depuis six ans face à l'industrie du tabac et son lobbying national et communautaire risquent de ne plus tenir longtemps.

La filière française a pourtant tout pour être compatible avec des objectifs de santé publique sains et pragmatiques...

Une filière française organisée autour de produits « ouverts »

La filière française du vapotage est la plus développée au monde : le marché est structuré, professionnalisé et son industrie du e-liquide fait figure de référence. Les boutiques spécialisées, dont le nombre est estimé à 2 700, sont des commerces dans lesquels les fumeurs peuvent trouver un conseil expert pour acheter la cigarette électronique qui correspond à leur profil. Ce conseil est nécessaire, car les produits de la vape sont très variés.

Du côté du matériel, il existe une infinité de combinaisons entre la batterie et le « clearomiseur » (réservoir d'e-liquide qui permet la vaporisation). Il s'agit là de composer une offre technique qui répond au besoin d'un fumeur,



en fonction de critères plus ou moins objectivables : quantité de tabac consommé et niveau d'addiction, affinité avec la technologie et recherche de simplicité, désir d'un équipement plus ou moins compact, goûts et couleurs, budget. Le travail du professionnel du vapotage se fonde sur un questionnement, un échange, un apport technique, des levées de doutes et une approche motivationnelle et comportementale. L'arrêt du tabac du client marque le succès du professionnel.

Du côté du consommable, l'e-liquide, on procède avec des essais, des dégustations pourrait-on dire, qui permettront au fumeur de ressentir pour la première fois les sensations du vapotage et de commencer à en comprendre l'efficacité pour contrôler ses envies de tabac. Plusieurs taux de nicotine sont proposés en test, afin d'illustrer les différences de ressenti entre un taux faible et un taux fort. Enfin, c'est l'occasion de choisir parmi la grande variété de saveurs et, pour le fumeur, de réaliser qu'il est possible d'entrer avec plaisir dans une démarche d'arrêt du tabac qui comprend une part de fantaisie. Cet aspect est crucial : il implique de l'émotion dans un processus qui était jusque-là perçu comme médicalisé, contraignant et forcément douloureux.

Cette démarche globale repose sur des produits composites, compatibles entre eux et variés. Notons que des produits très comparables à ceux proposés par le géant américain sont disponibles dans les boutiques spécialisées : dispositifs à cartouches et e-liquides aux sels de nicotine, vendus en bouteilles et qui reviennent au final bien moins cher au consommateur. Au final, le tout que constituent le savoir-faire technique et motivationnel d'un professionnel, la variété du matériel et celle des e-liquides donne les meilleurs résultats. Dans le cadre d'un suivi (visite régulière de la boutique pour du SAV ou l'achat de consommables par exemple), cette démarche permet aux fumeurs de devenir vapoteurs exclusifs en quelques semaines ou quelques mois et ouvre, pour bon nombre, la question d'une vie sans tabac mais aussi, dans un second temps, sans vape.

En conclusion

Le vapotage est un sujet passionnant : porté depuis ses débuts par les usagers, des professionnels passionnés et des professionnels de la réduction des risques engagés, il fait face à une industrie aux moyens considérables, le tabac, et, la plupart du temps, à un pouvoir politique très frileux. Si la filière française est unique au monde, c'est parce qu'elle a su créer un véritable écosystème très efficace pour aider les fumeurs à abandonner le tabac. Grâce à son expertise et son esprit d'innovation, plus d'1,5 million de nos concitoyens ont déjà réussi à sortir du tabac.

L'arrivée de Juul en France, et surtout l'investissement massif de l'industrie du tabac dans un système fermé, qui ne laisse pas de place au conseil et à l'accompagnement, amène à réfléchir sur le devenir de ces produits atypiques et des gens qui les créent et les font vivre.

Entre la nécessité de laisser au vapotage les moyens de se développer et celle d'encadrer les initiatives sujettes à caution de l'industrie du tabac, il est aujourd'hui difficile de se positionner vis-à-vis de Juul. Car malgré toutes les déclarations d'intention officielles, l'industrie du tabac ne semble pas avoir renoncé à augmenter ses parts de marché et à recruter de nouveaux fumeurs dans les pays où les réglementations sont moins contraignantes.

Il faut souhaiter qu'un maximum de fumeurs puissent sortir de cette addiction mortelle, quelle que soit la solution choisie. Système fermé, système ouvert, produit de la vape, patch, gomme ou volonté, peu importe la manière. Mais les professionnels indépendants français, défenseurs d'un savoir-faire construit avec passion et engagement depuis bientôt dix ans, s'interrogent, voire se méfient...

Doit-on accorder du crédit à la démarche de cette industrie qui a causé plus de morts au XX^e siècle que les deux guerres mondiales réunies ? L'industrie du tabac pourrait-elle devenir un acteur de la réduction des risques et par extension, de la santé publique crédible ? Est-ce qu'un investissement, tellement important qu'il hisse la capitalisation d'une start-up américaine au-dessus de celle d'entreprises comme SpaceX et Airbnb, donne une indication fiable quant à la visée éthique et humaniste de l'opération ? Doit-on faire confiance à l'industrie du tabac quand elle nous dit qu'elle veut en finir avec la vente des cigarettes ? Le vapotage serait-il simplement, pour elle, une façon de s'adapter au sens de l'histoire, qui montre que les parts de marché du tabac ne feront, très probablement, que baisser dans les pays développés ?

De même, les récentes décisions en France de Philip Morris de tout miser sur l'IQOS (tabac à combustion basse) et de réduire volontairement ses marges en février dernier pour atténuer les hausses de prix voulues par l'État démontrent, si besoin était, que Big Tobacco est loin d'avoir renoncé et ne se range pas du côté de la santé publique. Face à ces enjeux, seule une filière vape indépendante et éthique peut garantir aux fumeurs, aux ex-fumeurs et aux autorités, que certaines limites ne seront pas dépassées. Depuis décembre 2018, Juul ne semble malheureusement plus faire partie de cette dynamique.