



Un succès
nommé

D'LICE

Il n'aura fallu qu'une poignée d'années à D'lice pour s'imposer dans le paysage français de la vape. 100 % made in France, la marque aux 26 saveurs "Premium" nous a livré les clés de sa réussite. Explications.

« Ici, c'est la Corrèze. » Le ton est donné. Et c'est bien plus qu'un simple clin d'œil au désormais célèbre slogan de Pierre Blanc (voir encadré). Car la société D'lice, vous l'aurez deviné, est une entreprise corrézienne. Basée à Brive-la-Gaillarde, elle est née d'un concours de circonstances peu banal méritant que l'on s'y attarde un peu. Norbert Neuvy, son directeur, est un prothésiste dentaire qui a découvert la cigarette électronique à Paris lors d'une comédie musicale, fin 2008. Étonné que les comédiens aient l'autorisation de fumer sur scène, il découvre avec stupéfaction la veille de son départ en vacances que les cigarettes dont sont affublés les comédiens ne sont en fait que des accessoires électroniques...

« Ici, c'est la Floride » : un rêve américain

Trois jours plus tard, à 7000 km de Paris, Norbert Franchit le pas de la porte de Smoking Everywhere une boutique située dans un centre commercial de Floride. Interloqué par les volutes goulues qui s'échappent de l'établissement, il entre, hésite, puis ressort. La curiosité aura pourtant le dernier mot. Il lâche



quelque 300 dollars au gérant et repart avec un kit complet. L'idée d'arrêter de fumer n'est pas encore à l'ordre du jour, le but étant dans un premier temps de réduire, voire de substituer, la cigarette électronique aux clopes fumées machinalement, les "pavloviennes". Et elles sont nombreuses. En moins de temps qu'il n'en faut pour prononcer D'lice, Norbert écrase sa dernière cigarette un soir de Saint-Sylvestre, écœuré par l'odeur du tabac. Il rentre en France et passe dès lors le plus clair de son temps à expliquer aux copains – et aux curieux – comment il a arrêté de fumer à l'aide de son "gadget", comme on appelait ça à l'époque... Généreux, il en offre aux copains puis, devant la demande incessante, décide de s'en procurer en plus grande quantité afin de pouvoir les vendre.

D'lice



Un partenariat au sommet

Il n'y a pas que la pub TV et les réseaux sociaux dans la vie ! Chez D'lice, on l'a bien compris, et Norbert Neuvy, le boss de D'lice, a flashé lors d'une rencontre avec Stéphane Dassy, le boss de Bud Racing. Bud Racing, c'est un savoir-faire français inoxydable en matière de préparation de motos tout-terrain qui se vérifie sur tous les circuits au niveau international, et ce depuis 2007. Le courant passant plus que bien entre les deux hommes, l'idée d'un partenariat a germé (très) rapidement et D'lice jouit désormais d'une belle visibilité sur les motos du team français, encore et toujours... au top !



L'éthique comme cheval de bataille

Dès lors, tout va très vite. Norbert se lance à la recherche de fournisseurs car la demande ne cesse de croître. Il exerce encore en tant que prothésiste, mais il lui devient de plus en plus difficile de se consacrer à son emploi tant les clients affluent devant l'entrée du 24 boulevard de Jouvenel. Il s'inscrit au RCS, embauche un premier employé et s'attelle à trouver des sources d'approvisionnement sûres. « Au début, tout venait de Chine. Or je ne voulais prendre aucun risque », explique-t-il. Cette volonté "sacerdotale" d'offrir sans attendre des liquides de qualité se transforme rapidement en un cahier des charges implacable, quasi dogmatique : mettre à disposition de la clientèle des liquides fabriqués en France avec des arômes naturels et, par-





dessus tout, une traçabilité à toute épreuve ! D'lice était née. Un réseau de distributeurs se met progressivement en place tandis que Norbert et son équipe peaufinent leur offre. Vapoteur de la première heure, le Briviste – qui a vapé et customisé plus de cigarettes électroniques et de liquides que nous n'en consommerons jamais – mise sur l'authenticité des goûts. Cela va s'avérer payant puisque aujourd'hui la société D'lice peut s'enorgueillir d'avoir ses e-liquides distribués via plus de 700 boutiques spécialisées.

Une équipe jeune et dynamique qui cultive le goût

À l'image de son équipe, la communication chez D'lice est authentique. Pub TV, réseaux sociaux, blog... difficile de prendre D'lice en défaut. Tout y est, de la charte graphique appétissante au ton "souple et dégage" des rédacteurs qui alimentent les Facebook et autres Twitter. La douzaine d'employés qui officient à Brive sont en effet très attentifs au consommateur. Et D'lice propose régulièrement des jeux-concours via ses différents supports numériques de communication.

C'est avec la même attention et le même plaisir que l'équipe D'lice accompagne également ses partenaires professionnels en leur proposant une gamme vaste et originale de supports de communication : affiches, mobilier, cartes des saveurs, dépliants, coffrets dégustations, lingettes... Tout ce dont ils pourraient avoir besoin !

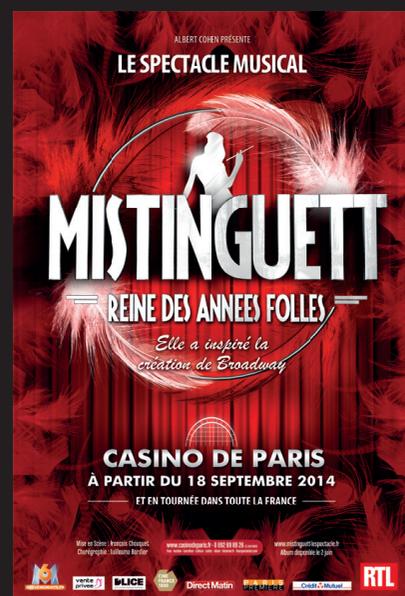


Vu dans la boutique D'lice à Brive, un T-shirt du désormais célèbre artiste briviste Pierre Blanc, l'instituteur corrézien qui, inspiré par les encouragements d'enfants supporters entendus lors d'un match de rugby, a alimenté la chronique cet été en associant ce slogan à un portrait de Jacques Chirac. À apprendre par cœur et à réciter à très haute voix lors du prochain match du CA Brive !

D'LICE

D'lice sur les planches avec Mistinguett

Voilà un partenariat qui tombe à point nommé ! Sans comédie musicale – et avec le soutien d'Agnès, Naémi et Ambre, respectivement épouse et filles de Norbert Neuvy –, la société D'lice n'aurait peut-être jamais vu le jour (voir texte). L'entreprise corrézienne s'est donc impliquée corps et âme dans l'aventure Mistinguett, une comédie musicale produite par l'équipe de Mozart, l'opéra rock et des Dix Commandements, entre autres. L'équipe de Norbert Neuvy a concocté un e-liquide spécifique pour l'événement et des stands D'lice seront présents dans le Casino de Paris : de quoi faire le plein à l'entracte, assurément ! Mistinguett, à l'affiche au Casino de Paris



Et si vous connaissiez déjà les 22 saveurs au catalogue jusqu'à cet été, sachez que pour la rentrée vous pourrez vous délecter de quatre nouvelles saveurs (Cherry Cola, Melon, Gringo et Cigarrito). Des nouveautés qui ne sont que la partie émergée de l'iceberg puisque D'lice planche d'ores et déjà sur une application pour mobile pleine de surprises ainsi que sur une nouvelle gamme d'e-liquides "complexes" qui viendra s'ajouter à la gamme classique. Garanties sans ambrox, sans diacetyl, sans parabène et disponibles en 0, 6, 12 et 18 mg de nicotine, les e-liquides D'lice font désormais partie intégrante du paysage Français de la vape. Et si l'on peut vous donner ne serait-ce qu'un dernier conseil : c'est de Foncer les tester dans le point de vente le plus proche de chez vous. La liste des revendeurs est disponible sur le site Internet de D'lice : www.dlice.fr ■

D'LICE

