



MYSODA

INTERVIEW

EXCLUSIVE

Dirk Uyttenhove

CEO Mysoda France et Benelux

Rodolphe David

Directeur Général

MYSODA

révolutionne le marché des appareils à gazéifier

MySoda, c'est l'histoire du David finlandais, décidé à défier le Goliath du secteur : Sodastream.

Fondée en 2011, l'entreprise a placé la durabilité et l'ancrage local au cœur de son ADN. Production la plus verte possible, matériaux bio-sourcés, zéro plastique... Autant de choix stratégiques qui la distinguent du leader historique.

En 2019, face au potentiel des marchés français et du Benelux, MySoda choisit d'implanter sa première usine hors de Finlande à Comines, en Hauts-de-France. Un investissement de 1 million d'euros en pleine crise du Covid qui marque la confiance du groupe dans le territoire.

Cinq ans plus tard, Dirk Uyttenhove, CEO MySoda France et Benelux et Rodolphe David, Directeur Commercial, reviennent sur les raisons de ce choix et dressent le bilan d'une implantation qui continue de faire pétiller l'avenir du groupe !





DIRK UYTENHOVE

CEO Mysoda France et Benelux



RODOLPHE DAVID

Directeur Général



**Pouvez-vous
nous présenter
MySoda ?**

MySoda est une société finlandaise, fondée en 2011 qui conçoit et produit des machines à soda haut de gamme pour la maison. Nous sommes un challenger de SodaStream, la marque allemande de référence sur ce secteur.

MySoda prône un engagement écologique très fort. Pouvez-vous nous détailler les différentes actions que vous mettez en place ?

En effet, chez MySoda nous plaçons l'écologie au cœur de notre développement. Cela passe par le remplissage de nos cylindres, la composition de nos produits, nos prestataires, mais aussi nos décisions stratégiques.

La première action de notre fondateur a été de mettre en place un remplissage des cylindres de CO₂ en Finlande, soit au plus près de notre marché d'origine. C'était le grand atout différenciant de notre concurrent numéro un. Un schéma que nous avons reproduit pour notre site de Comines, en nous approvisionnant chez Air Liquide, juste à côté de l'usine.

Puis, au fil des années, nous avons souhaité aller plus loin dans la démarche en nous attaquant aux autres axes du produit, comme les matériaux. Aujourd'hui, nos machines sont constituées de bio-composites, issus du bois d'usines proches de nos sites de production.

Nous avons ensuite fait de même avec nos concentrés de goût en choisissant des fournisseurs les plus proches possibles. Par exemple, en France, nous travaillons avec l'Abeille à Cholet, du groupe LSDH.

Tous ces choix stratégiques nous ont permis de réduire drastiquement notre empreinte écologique et de nous démarquer de SodaStream.

Une politique que nous avons également appliquée aux scopes 2 et 3 de notre production. Nous achetons nos palettes et notre carton à côté de chez nous. Notre transporteur est une entreprise locale. Même au niveau marketing, nous travaillons avec des entreprises situées dans un rayon de 100 km autour de nous.

Et nous continuons d'améliorer notre démarche chaque jour. Le CO₂ de la plupart des acteurs du marché est, par exemple issu de l'énergie fossile. Chez MySoda, nous avons trouvé le moyen d'améliorer ce point en utilisant du Bio-CO₂, entièrement basé sur des ressources renouvelables et extrait de processus biogéniques tels que la production de bioéthanol. L'empreinte carbone pour la production de 425 g de CO₂ fossile est d'environ 700 g. Avec notre CO₂ biogénique, elle devient nulle. Même le remplissage de nos cylindres est pensé pour avoir l'impact le plus faible possible grâce à l'utilisation de l'énergie solaire et éolienne.

Chaque décision stratégique est réfléchie en fonction de son impact et de la solution la plus verte possible. Le local est notre leitmotiv.

Pourquoi cette volonté de vous développer en France ?

La première raison du choix de la France est son potentiel marché. À l'époque, en 2019, le marché de la gazéification à domicile n'était pas encore arrivé à maturation en France, qui était pourtant le 2^e pays demandeur après l'Allemagne. Ce qui nous offrait la possibilité de venir challenger le leader tout en bénéficiant d'un modèle économique qui nous convenait.

Produire au plus près de notre clientèle est un facteur clé permettant de réduire notre empreinte carbone et ainsi rentrer de dans nos objectifs environnementaux. La France s'est donc imposée d'elle-même comme site d'implantation pour ce projet de développement.

Nous étions le premier challenger du secteur, avant nous, il n'y avait que Sodastream sur le territoire.

Elle présente également un avantage concurrentiel fort puisqu'elle est frontalière avec les pays du Benelux, et que l'Angleterre et les Pays-Bas ne sont pas loin. Nous discutons même aujourd'hui avec le Portugal, l'Espagne, l'Italie... Autant de pays qui nous intéressent dans un futur relativement proche.



Et pourquoi avoir fait le choix des Hauts-de-France pour votre implantation ?

Les Hauts-de-France se situent au carrefour de l'Europe du Nord avec un transport multimodal au maillage dense. La région représente donc un véritable atout pour notre distribution en France et en Europe, dans cette logique de production à proximité de nos marchés.

Enfin, sur des aspects beaucoup plus pragmatiques, les Hauts-de-France bénéficient d'une disponibilité foncière importante et nos relais locaux ont réussi à nous présenter des sites répondant à un cahier des charges très précis. Un facteur déterminant pour nous.

Depuis Comines MySoda peut partir à la conquête de l'Ouest !

Vous avez évoqué un cahier des charges très précis. Pouvez-vous nous en dire plus ?

Tout à fait. Nous souhaitions nous implanter dans un bâtiment existant d'au moins 5 mètres de haut, sur un site de 2 000 à 3 000 m², avec la possibilité d'installer une citerne de dimensions importantes pour la conservation du gaz destiné à nos cylindres.

Deux autres facteurs déterminants entraient également en ligne de compte. La proximité des axes routiers afin de permettre une distribution fluide et efficace de notre production. Et la présence de fournisseurs clé pour notre production, à l'image d'Air Liquide pour le CO₂ alimentaire.

Nord France Invest et Hello Lille, avec qui nous étions en relation, ont su trouver un site répondant à ces critères et sur lequel nous avons la possibilité d'installer des silos extérieurs, ce qui n'est pas possible partout, y compris sur des sites industriels.

Quels défis majeurs avez-vous rencontrés lors de votre implantation en région ?

Malheureusement, nous avons fait le choix de nous développer fin 2019. Il ne nous a fallu que 4 mois pour trouver le site idéal pour notre implantation et le valider. Mais la phase opérationnelle de l'implantation est tombée en pleine crise sanitaire du Covid.

Il était donc plus compliqué d'aménager le site et de recruter pendant cette période, ce qui a retardé de quelques mois notre démarrage. Notre activité a donc officiellement commencé en 2021.



Vous avez mentionné Nord France Invest et Hello Lille comme relais locaux pour votre développement. De quel soutien avez-vous bénéficié de leur part et qu'en avez-vous pensé ?

Nous avons été mis en relation avec Nord France Invest par Business France Finlande. NFI et Hello Lille nous ont accompagnés dans la recherche d'un site d'implantation répondant aux critères que nous avons évoqués précédemment et nous ont mis en relation avec des fournisseurs potentiels sur le territoire.

Ce qui m'a particulièrement marqué dans cet accompagnement, c'est la réactivité de notre contact de l'époque, Olivier Charras. Nous avons senti que les

personnes qui accompagnaient ce projet étaient vraiment concernées par notre développement, nous apportaient de nouvelles idées. Cette pro-activité était très agréable et nous a permis d'identifier rapidement les bonnes solutions et les bons contacts. Nous n'avons pas eu à attendre des semaines pour avoir une réponse.

Avec Nord France Invest à nos côtés, nous avons quelqu'un avec nous pour nous guider, un membre supplémentaire dans l'équipe.



5 ans plus tard, avec un peu de recul, qu'avez-vous réellement trouvé en Hauts-de-France ?

Déjà, nous n'avons aucun regret sur le fait de nous être implantés à Comines. Ce choix géographique pour le développement de nos affaires européennes nous convient très bien.

D'autant que nous avons trouvé au sein du tissu économique local les fournisseurs essentiels à notre fonctionnement, ce qui nous donne une réactivité et une fluidité optimales pour notre production.

Au niveau des revendeurs, de grands distributeurs nous ont fait confiance dès le début, à l'image de Leclerc, Système U ou Casino. Nous avons alors réalisé que les marques de distributeurs représentaient un fort potentiel de développement commercial et avons ajusté notre stratégie. Nous sommes arrivés en 2019 dans l'idée de vendre nos produits. Aujourd'hui nous nous sommes diversifiés et nous produisons des marques de grande distribution comme Carrefour, Leclerc ou encore Monoprix. Ce qui représente désormais 80 % de notre chiffre d'affaires.

Parallèlement, l'enseigne Biocoop a lancé la marque MySoda en propre dans ses magasins.

Et bien entendu, nous bénéficions de l'image positive du made in France. Ce critère a d'ailleurs été notre porte d'entrée avec les enseignes.



Au-delà des aspects business, nous avons personnellement apprécié de nous implanter en région, pour sa qualité de vie incroyable. Le Nord de la France est un véritable carrefour européen. En quelques minutes depuis Lille, vous êtes sur les magnifiques plages de Belgique ou à Bruxelles, capitale européenne. Vous allez au Luxembourg facilement, vous prenez un TGV et vous êtes en Angleterre en 1 h 20...

Et pour démonter une idée reçue, le taux de pluviométrie dans le Nord a été inférieur en 2024 à l'ouest de la France. C'est un point à mettre en avant !

Au-delà du business, s'implanter en Hauts-de-France c'est également une qualité de vie incroyable.

Au regard de ces 5 années et du potentiel que représente la région pour votre développement, quelles sont vos perspectives d'évolution à court ou moyen terme ?

« Nous avons démarré l'aventure MySoda en France à deux, Rodolphe et moi. Aujourd'hui, nous sommes 14.

Notre ambition est d'augmenter, voire de doubler nos capacités de production. Mais pour cela, nous devons encore arbitrer entre de la robotique, une augmentation du temps de travail, des recrutements, l'ouverture d'une ligne supplémentaire... Toutes ces questions-là sont à l'étude.

Y a-t-il un facteur qui vous a marqué sur le business en France ?

En effet, je pense que l'engagement du salarié du Nord de la France est assez exceptionnel.

Dans mon passé professionnel, j'ai habité et travaillé en Hauts-de-France, pour une très grosse entreprise américaine qui n'est autre que Coca-Cola...

Il existe en Hauts-de-France une vraie confiance. Même un salarié qui n'est pas cadre a les clés du bâtiment.

Fort de ces deux expériences, je peux vous dire que les salariés ici sont engagés. Ils ont une valeur travail que l'on ne retrouve pas plus au sud, c'est une certitude. Là-bas par exemple, si un contrat n'est pas signé, ce n'est pas bon. Ici, en Hauts-de-France, même si le contrat est en cours d'élaboration, les affaires peuvent commencer.

Quel serait votre conseil à un investisseur étranger ?

Je pense que notre meilleur conseil serait de se faire aider, en faisant appel aux agences de promotion économique. Nous avons eu la chance de rencontrer Nord France Invest par le biais de Business France Finlande, puis Hello Lille, et cela a vraiment permis d'accélérer notre développement (enfin, si le Covid n'était pas passé par là !).

**BESOIN D'AIDE
POUR VOTRE PROJET
DE DÉVELOPPEMENT ?**

CONTACTEZ-NOUS !



NORD FRANCE INVEST
L'AGENCE DE PROMOTION ÉCONOMIQUE
DES HAUTS-DE-FRANCE

Espace International,
299 boulevard de Leeds
59777 LILLE - France



HAUTS-DE-FRANCE REGION

FINANCÉ PAR

