

## RHONE > COMMERCE

### **Côté Maison** cherche à faire de son enseigne une marque

Créée en 1999, la chaîne de magasins de décoration Côté Maison (pdt du dir. : Charles Bichard ; Lyon) a réussi à maintenir ses ventes en 2009 et devrait clôturer son exercice (au 31/01) sur un recul de 2 %, à 9,1 M€ de CA. La société, déficitaire jusqu'alors, pourrait atteindre pour la première fois l'équilibre. *"Il nous faudrait plus de vingt boutiques pour être bénéficiaires"*, estime Charles Bichard qui en compte aujourd'hui quatorze. Mais vu le coût d'ouverture des points de vente (environ 1 M€), Côté Maison cherche à augmenter ses volumes de vente et ses marges par d'autres biais : la société a ouvert un site de vente en ligne et réfléchit à la diffusion de ses produits via d'autres points de vente que les siens, transformant ainsi son enseigne en marque.

**PERSPECTIVES.** Côté Maison (87 pers.) réfléchit à la mise en œuvre de ce dispositif qui lui permettrait de diffuser plus massivement ses propres collections (25 % de ses ventes) et d'augmenter son volume de produits d'importation. Il est à noter que cette démarche est à l'inverse de celles conduites par deux entreprises régionales, Comptoir de Famille et Jardin d'Ulysse, qui, après avoir fourni les distributeurs en objets pour la maison, ont créé des points de vente. Côté Maison s'approvisionne en Europe et en Asie (15 % des approvisionnements).