

# Côté Maison ouvre un mégastore à Lyon

**NEUF ANS APRÈS AVOIR LANCÉ SA PREMIÈRE BOUTIQUE "CÔTÉ MAISON", LA LYONNAISE BRIGITTE BICHARD VIENT D'OUVRIR SON PREMIER MÉGASTORE DÉCO À LYON. DE LA VAISSELLE AU BAIN, DE LA CUISINE AU JARDIN, SA BOUTIQUE DE LA PLACE SAINT-NIZIER S'EST AGRANDIE ET PROPOSE Désormais SEPT CORNERS. INTERVIEW.**

## Votre parcours ?

Brigitte Bichard : J'ai rejoint le monde de la décoration en 1991 en ouvrant une boutique de linge de maison, avenue de Saxe. A l'époque, j'étais franchisée Carré Blanc, mais je m'ennuyais un peu, car les collections m'étaient imposées. Du coup, quand, en 95, mon voisin a vendu son magasin, je l'ai acheté et j'ai monté mon propre magasin : Côté Maison.

## Le concept ?

Un magasin présenté sous une charpente, où on trouve le nécessaire pour dresser une jolie table. J'ai commencé par de la faïence et des articles très colorés. Mon objectif était de proposer des petits prix pour que les gens puissent souvent changer de vaisselle. Six assiettes roses une première fois, et six vertes quelques mois plus tard. Comme ma première boutique a très bien marché, mon mari m'a rejointe pour développer ce concept. Et nous avons ouvert 11 autres magasins et 5 mégastores en France.

## Et comment est née cette idée du mégastore ?

J'avais envie de diversifier ma gamme de produits. Or mes boutiques n'étaient pas assez grandes. En créant des mégastores, j'ai considérablement agrandi ma surface d'exposition. Je suis passée de 140 m<sup>2</sup>, pour les boutiques traditionnelles, à 500 m<sup>2</sup> par mégastore.

## Pourquoi à Lyon ?

Parce qu'on avait très envie de mettre en avant à Lyon notre



nouvelle gamme de produits. On a longtemps cherché une grande surface de disponible dans la Presqu'île, mais c'était très compliqué. Finalement, on a eu l'opportunité de racheter le pas-de-porte voisin de notre boutique de Saint-Nizier. Ce qui a été le coup du siècle !

## Vous n'avez pas peur de concurrencer vos propres boutiques lyonnaises ?

On s'est posé la question, mais en fait, tous nos magasins sont en progression depuis qu'on a ouvert le mégastore, car il sert de boutique référence. Les autres permettent aux clients d'accéder à nos produits sans venir jusqu'ici.

---

**"J'ÉTAIS FRANCHISÉE CARRÉ BLANC, MAIS JE M'ENNUYAIS UN PEU, CAR LES COLLECTIONS M'ÉTAIENT IMPOSÉES. DU COUP, EN 1995, J'AI MONTÉ MON PROPRE MAGASIN : CÔTÉ MAISON"**

---



L'avantage du mégastore, c'est qu'il développe une nouvelle gamme de produits.

**Qu'est-ce qui différencie votre mégastore des autres boutiques de décoration ?**

Sa présentation et ses 5000 références ! Nous avons misé sur un agencement inédit à Lyon. Dans notre boutique, on a tout de suite l'impression de rentrer dans une pièce particulière, comme le salon, la cuisine, ou le jardin. Car nous avons choisi de découper notre magasin en sept corners dont la thématique est différente. On trouve le côté table, le côté cuisine, le côté utile avec des petits accessoires malins et pas chers, le côté jardin, le côté bain, le côté gourmand et le côté lecture gourmande.

**D'autres espaces sont prévus ?**

À partir du mois de novembre, le côté jardin se transforme en marché de Noël. On trouvera tout pour la déco de Noël. Des boules et des guirlandes de toutes les couleurs et de toutes les formes pour les sapins, des arbres, mais aussi des sprays avec des odeurs de Noël.

**Comment vous différenciez les corners ?**

Les sols, les luminaires, les revêtements et les peintures sont différents selon les espaces. Comme ça, chaque corner a sa propre identité et sa propre atmosphère. On a aussi installé une verrière qui fait penser à un jardin d'hiver.

**Qui s'est occupé de l'agencement et de la décoration ?**

C'est nous qui nous occupons de tout, aussi bien des cou-

leurs que des matériaux. Nous sélectionnons aussi tous les produits proposés dans nos magasins.

**D'où viennent les articles ?**

Nous travaillons avec 90 fournisseurs. Des gros comme Kenwood et Magimix, mais aussi des plus petits. Nous allons chercher nos produits dans toute l'Europe. Tous sont sélectionnés selon les mêmes critères : le design, la qualité et le prix.

**Vous avez des exclusivités ?**

Oui, j'ai dessiné une gamme de produits exclusifs siglés Côté Maison. Je me suis intéressée à la vaisselle, à la verrerie, aux paillassons et à d'autres produits.

**Vos services ?**

On propose des listes de mariage accessibles sur internet et des listes de Noël. Une carte de fidélité illimitée dans le temps et informatisée. Au bout de 50 points, notre client reçoit un chèque cadeau de 46 euros. Nous prenons aussi en charge 50 % des frais de livraison dans la région. Pour finir, nos clients peuvent nous passer des commandes spécifiques et commander certains meubles sur mesure.

---

**"J'AI DESSINÉ UNE GAMME DE PRODUITS EXCLUSIFS SIGLÉS CÔTÉ MAISON. JE ME SUIS INTÉRESSÉE À LA VAISSELLE, À LA VERRERIE, AUX PAILLASSONS ET À D'AUTRES PRODUITS"**

---



**"AUJOURD'HUI, LES FEMMES REGARDENT ÉNORMÉMENT LES ÉTIQUETTES. ELLES VEULENT LE BON PRODUIT AU BON PRIX. CE QUE NOUS ESSAYONS DE LEUR PROPOSER"**

**La clientèle que vous visez ?**

On croise ici des dames de 70 ans, tout comme des jeunes filles. Et des hommes qui s'intéressent à la cuisine. Mais nous ne visons pas qu'une clientèle aisée. Aujourd'hui, les femmes regardent énormément les étiquettes. Elles veulent le bon produit au bon prix. Ce que nous essayons de leur proposer.

**Quels sont vos premiers prix ?**

Notre verre premier prix coûte 1,50 euro et notre assiette tourne autour des 5 euros. Ce sont des prix qui correspon-

dent au marché et à l'utilisation quotidienne d'une vaisselle renouvelable. Nous proposons aussi du linge de bain Delorme à prix raisonnable. Comme un gant à 3,50 euros, une serviette à 11,50 euros et un immense drap de bain à 30,90 euros...

**Les tendances déco de votre boutique ?**

On va vers le contemporain modéré avec des choses à la fois simples et sobres. On essaie de se détacher un peu de notre image campagne, charme. Ça se concrétise avec des assiettes plus carrées, mais aussi une gamme de transparent et d'uni. D'autant plus que la mode est aux ambiances zen à base de bois et d'acier brossé.

Propos recueillis par Angélique Lamy