

Côté Maison gagne du terrain



L'enseigne de décoration dirigée par les Lyonnais Brigitte et Charles Bichard ouvrira un mégastore à Toulouse à l'automne et peaufine plusieurs implantations dans les capitales européennes dans l'objectif de devenir un acteur incontournable de son secteur.

Chez Côté Maison, on serait tenté de dire qu'il se passe toujours quelque chose ! En une dizaine d'années, le très discret couple **Brigitte et Charles Bichard** a construit une chaîne de dix-sept magasins dans l'Hexagone dont sept mégastores, le prochain ouvrant à Toulouse en septembre prochain. Depuis l'instauration de la première boutique de décoration axée à l'époque sur la vaisselle de charme, la démarche s'est propagée à tous les univers de la cuisine : vaisselle, ustensile design, ménage via la très chic ligne Perigot, librairie, épicerie et a gagné le bain. Au départ une sélection de produits établie avec comme postulat « *tendance, qualité et prix raisonnables* » par Brigitte Bichard ; puis l'augmentation de la diffusion a permis l'émergence de collections exclusives Côté Maison. La stratégie de développement s'inscrit clairement sur des emplacements numéro un en centre ville, de 250 à 350 m², et une extension à proche échéance sur les principales capitales européennes. Bruxelles tout d'abord, car située à proximité de Lille, l'une des deux plateformes logistiques, la

seconde à Uzès pourra alimenter à terme les futurs magasins de Milan et d'Espagne. Objectif encore, concentrer l'intégralité de l'approvisionnement y compris français, sur les deux plateformes de façon à maîtriser significativement les stocks. Une rationalisation drastique car Côté Maison s'active à franchir la délicate phase de taille critique. Constituée uniquement de capitaux propres, l'enseigne réalise un chiffre d'affaires de 10 millions d'euros hors taxe appelé à doubler dans les deux ans. Comme l'explique Charles Bichard, « *Côté Maison doit devenir un acteur majeur du marché de la décoration sur un positionnement moyen haut de gamme, hors GMS* ».

Côté marketing, l'entreprise détentrice d'un fichier de 70 000 clients titulaires d'une carte de fidélité peaufine accueil et services, « *secteurs trop souvent délaissés* » par un plan de formation interne élaboré par Mercury International. Plus surprenant, selon plusieurs études concurrentielles, Côté Maison est la quatrième marque de son secteur avec un taux de 52 % de notoriété assistée. Enfin, ouvert en novembre dernier, le site marchand

cotemaison.com propose déjà 350 références pour environ 8 000 connections mensuelles, sa logistique est gérée directement depuis la maison mère place Saint-Nizier.

Site commercial promis à un bel avenir, c'est encore un outil essentiel de recrutement. ♦

Nadine Fageol

Brigitte et Charles Bichard

