



# On a tous un côté *maison*

Depuis dix ans, Côté maison fait recette à Lyon en proposant des concepts de décoration clé en main. Retour sur une histoire basée avant tout sur le plaisir de recevoir.

**A**pprochez, poussez la porte, entrez. La table est dressée pour un repas entre amis et la vaisselle sagement empilée dans les vaisseliers. Dans la cuisine, chrome et acier des fouets et spatules se mêlent aux tons acidulés des robots et plateaux. Un petit détour par le balcon, où grenouilles et lapins facélieux, gardent un œil sur les arrosoirs flashy et vous voilà dans la salle de bains où peignoirs, vestes d'intérieur et chaussons douillets se mêlent aux senteurs fleuries. Faites

comme chez vous, vous êtes chez Côté Maison. «Je voulais que lorsque l'on passe la porte de Côté Maison on se sente un peu chez soi», accueille en souriant la blonde Brigitte Richard, à l'origine du concept. Un concept né à Lyon, il y a tout juste dix ans. Après dix années de collaboration avec le styliste Max Chacul et le développement des boutiques Clémentine Passion, la jeune femme rejoint le monde de la décoration et ouvre, en 1991, une boutique de linge de maison, avenue de Saxe dans le 6<sup>e</sup> arrondissement. En 1995, elle reprend «un peu par hasard», la boutique d'à côté pour développer ses produits coups de cœur autour de la maison. La saga de Côté Maison peut commencer...

Convaincue que «le bonheur est dans la maison», Brigitte imagine un décor

évoquant «l'émotion du temps qui passe» et, coup de génie, installe une charpente apparente. «À l'époque, nous cherchions un signe de reconnaissance fort, se souvient Charles Richard président de Côté Maison, et avons pensé au toit et à la charpente». Largement copiée depuis, cette charpente est présente dans chacune des quinze boutiques de l'enseigne qui, tout aussi symboliquement, s'est choisi une clé en guise de logo, s'ouvrant ainsi les portes du succès.

Très rapidement en effet, les Lyonnaises s'entichent de cet univers qui propose des objets «vrais» sans artifice, adaptés à un quotidien léger. Elles ont un véritable coup de cœur pour cette déco qui, à peu de frais, embellit leur intérieur et raffolent de ces lignes de vaisselle fantaisie et colorée en

faïence, proposées à un prix abordable, qui tranchent avec les services quarante-huit pièces, incontournable cadeau de mariage dont elles se sont depuis longtemps lassées. Un enthousiasme communicatif, puisque dès 1996, Côté Maison s'installe en Presqu'île et ouvre un deuxième emplacement de 140 m<sup>2</sup> dans un angle rentrant de



la place Saint-Nizier, devenu depuis mégastore de 500 m<sup>2</sup> et siège social de l'enseigne. Là encore le succès est au rendez-vous. «A notre grande surprise, s'étonne aujourd'hui encore Charles Bichard,

alors que nous avions ouvert fin novembre, en décembre l'affluence est telle que nous sommes obligés de fermer les portes».

En moins d'un an, le merchandising d'ambiance associé à un positionnement qualité/prix imbattable fait recette et le magasin de Saint-Nizier réalise un chiffre d'affaires inespéré de 762 000 euros (hors taxes).

«Brigitte avait un coup d'avance», analyse admiratif le président de Côté Maison qui souligne que tous les objets réunis dans les boutiques et mégastore de la marque sont pensés et choisis par son épouse. «Plutôt que de dupliquer un concept, elle a eu le génie de créer le sien en associant des produits de différentes lignes par thème couleur».

Deux ans après l'ouverture de la première

boutique, l'offre en produits déco s'étoffe et trois ans après, en 1998, Côté Maison s'impose à la Croix-Rousse dans un petit espace de 75 m<sup>2</sup> revendu l'an passé car devenu trop petit. Encouragés par un volume d'achat en hausse et des fournisseurs enthousiastes qui lui suggéraient fortement de développer le concept : conforté par l'attente d'une clientèle plutôt urbaine, qui, de 25 à 65 ans, dépense régulièrement 38 euros dans leurs magasins, le couple décide de passer à la vitesse supérieure.

«Nous ne voulions avoir ni remord ni regret», explique Charles Bichard qui en 1999 «se jette à l'eau», quittant son poste de directeur commercial du groupe Aoste pour rejoindre sa femme et l'aider au développement de la marque. La même année, la famille Bichard inaugure ses premières implantations hors de sa ville natale, à Bordeaux et dans le centre commercial de Belle Epine en région parisienne et Madame, décidément pleine de talents, commence à dessiner ses propres collections estampillées Côté Maison fabriquées pour l'essentiel en Europe et parfois en Asie. Décoration, vaisselle et textiles de table, les produits, sophistiqués mais destinés au plus grand nombre, sont pensées en fonction de la saison. «Aujourd'hui, constate Charles Bichard, les femmes achètent plus souvent, mais en moins

**«Plutôt que de dupliquer un concept, elle a créé le sien en associant des produits par couleur».**

grande quantité et n'imaginent pas que nappe et vaisselle ne soient pas coordonnées». Ainsi, après un été acidulé dominé par des turquoise, taupe et vert anis, l'hiver sera plus chaleureux, avec des tons orangé, rouge, rouille sans oublier les incontournables chocolat et carmin.

10 000 références et 80 000 clientes fidèles plus tard, Brigitte et Charles Bichard sont toujours convaincus que «le bonheur est dans la maison». Dans toute la maison, Côté Maison propose donc deux «formats» de boutiques. Une dizaine de magasins «classiques» avec la fameuse charpente, dont la surface n'excède pas 200 m<sup>2</sup>, essentiellement axés sur la déco de table et de maison basique et des mégastores (plus de 350 m<sup>2</sup>). Au nombre de sept, en

comptant le «petit» dernier de Bordeaux, 650 m<sup>2</sup> idéalement situés sur les jardins des quais de la Garonne qui vient d'ouvrir et intègre, «c'est une première», un salon de thé. A l'image de celui de la place Saint-Nizier, inauguré il y a tout juste un an, ces mégastores sont organisés en sept corners : côté table où cohabitent arts de la table et décoration de table ; côté cuisine, rendez-vous incontournable de ceux qui aiment cuisiner avec du matériel de pro ; côté utile qui mixe ménage et voyage avec des plumeaux rigolos et des oreillers gonflables ; côté jardin pour les nichoirs, arrosoirs et paillasons accueillants ; côté bains, un espace qui propose des accessoires et des éponges Yves Delorme griffées Côté Maison aux couleurs exclusives (dix coloris l'été, douze l'hiver) ; côté gour-



mand, une épicerie fine avec une collection de pâtes anciennes et d'épices en tubes pour tenter des expériences culinaires inédites et enfin côté lecture gourmandes un petit espace ultra-contemporain où l'on trouve des livres de cuisine tendance. Un aménagement simple et efficace qui permet à chacun, quel que soit son budget, de trouver un cadeau, un accessoire, un objet pour sa maison... Des petits plaisirs dont profiteront à leur tour, les habitants d'Aix-en-Provence où s'ouvrira, fin 2006,

un magasin de 400 m<sup>2</sup>. «A l'horizon 2007, nous devrions avoir une vingtaine de points de vente», se félicite Charles Bichard qui précise que des ouvertures à Toulouse, Strasbourg et Nice sont en projets. Et après ? Après, les deux dynamiques quadragénaires de respectivement 42 et 45 envisagent, pourquoi pas, de développer des services. «Nous pourrions éventuellement créer une activité de chantier comme nous l'avons fait à Ramatuelle où nous avons accessoirisé onze villas très haut de gamme», conclut Charles Bichard.

Marc Lilou



*«Aujourd'hui, les femmes achètent plus souvent, mais en moins grande quantité et n'imaginent pas que nappe et vaisselle ne soient pas coordonnées».*



## Pourquoi ça marche ?

«Ils ont pensé à tout et ce sont de vrais pros». Venant d'un créateur de concept, le compliment est de taille. Architecte d'intérieur et spécialiste de concept, Richard Bagur, dont le cabinet est situé à Lyon dans le 2<sup>e</sup> arrondissement, ne cache pas son admiration pour le travail réalisé par Brigitte et Charles Bichard. Pour lui, ce binôme détonnant fonctionne à merveille. «Brigitte est créative, sait ce qu'elle veut et est toujours en avance d'une

tendance», constate-t-il soulignant par ailleurs «les dons de gestionnaire de Charles Bichard qui n'hésite pas à écumer les salons du monde entier pour en rapporter ce qui ne se fait pas encore en France». Architecture des locaux, mobilier de présentation, signalétique, accroche visuelle du logo, mais aussi qualité de l'accueil et du conseil. «rien n'a été négligé», analyse Richard Bagur avant d'oser un dernier compliment : «Je suis admiratif que seuls, ils soient arrivés à ce résultat».

## Deux ambiances signées Brigitte Bichard

Mère de trois enfants et femme de goût, Brigitte Bichard nous livre ses secrets pour réussir un dîner entre copines et un déjeuner dominical en famille.

«Le soir, j'aime une ambiance détendue, calme. J'imagine une table basse accueillant une vaisselle Zen en porcelaine sombre, intérieur beige, pour un repas de sushis. Bol à riz avec encart pour les baguettes (6,90€), des assiettes rectangulaires fines pour allonger les sushis. (14,90€, un chemin de mini photophores noir (4,90€) pour parfaire cette ambiance feutrée et des sets de table en rustique beige pour éclairer le tout (10,50€)

Pour dynamiser les conversations, je vous propose un assortiment de sushis, accompagné d'un riz Thaï à la coriandre fraîche, servi avec une purée d'aubergines sauce sésame, réveillé d'un tour de moulin "Energie de la Terre" (8,30€). La touche sucrée du dessert sera apportée par des sablés au thé Matcha (6,50€) de chez Mariage avec un thé du Mandarin.»

«Pour un repas de famille, je conseille une vaisselle couleur taupe posée sur des assiettes de présentation blanches, des verres très sobres hauts et fins (Pauillac 5,95€ et 4,90€ qui mettent le vin en valeur. Côté linge, optez pour du lin taupe, avec des doubles sets en lin anis en vis-à-vis (35,90€) et des serviettes taupe qui se marieront à merveille avec les couverts en inox contemporains (environ 15€ le couvert).

Mon repas, léger et raffiné, une nage de langoustines aux herbes fraîches, servie dans une assiette à couvercle du plus bel effet (21,50€) suivi d'un thon mi-cuit au gingembre et balsamico servi avec ses petits légumes croquants assaisonnés d'une huile au sésame Mille et une huiles (5,60€) et pour terminer, un petit pot de crème à l'orange et coriandre servi dans des bodegas transparents pour jouer avec les strates du dessert (3,90€). Avec le thé et le café des petites madeleines à l'eau de rose, un petit sucre coeur, accroché sur le bord de la tasse (29,90€ la boîte).»