

«Cette ville est idéale pour faire du slow shopping»

Morges

Entretien avec Cécile Hussain-Khan, qui a passé ses cent premiers jours à la présidence de la Coordination des commerçants de Morges (COOR)

Depuis mai dernier, Cécile Hussain-Khan préside l'association qui regroupe environ 160 commerces de Morges. Son objectif principal: animer et promouvoir la ville afin d'amener de nouveaux clients dans la Coquette. Après 100 jours d'activité, elle se prête au jeu d'un premier bilan.

L'un des objectifs de l'association est d'amener des clients potentiels en ville. Avez-vous de nouveaux projets à ce niveau-là?

Oui, il y a quelque chose qui me tient vraiment à cœur. Je souhaite me brancher sur le slow tourisme, cette manière plus tranquille et authentique de découvrir la région, et l'appliquer au monde du shopping. J'appelle ça le slow shopping. J'en ai discuté avec l'ARCAM (l'Association de la région Cossonay-Aubonne-Morges) ainsi qu'avec l'Office du tourisme de Morges: ils ont été séduits par l'idée et souhaitent m'apporter leur soutien. Le but est que les gens viennent à Morges et prennent le temps de faire leurs achats, de façon plus décontractée.



Cécile Hussain-Khan préside l'association qui regroupe environ 160 commerces de Morges. VANESSA CARDOSO

Concrètement, comment se matérialisera cette idée?

Dans les prochains jours, nous allons publier un plan de la ville en ligne.

Celui-ci sera un peu spécial car nous allons mettre en évidence les zones de shopping et créer ainsi un itinéraire à suivre pour les visiteurs. Nous indiquerons aussi les parkings longue durée et les restaurants qui font partie de l'association. Nous voulons que les gens se fassent plaisir; pas obligatoirement en achetant, mais en prenant l'air de la ville et en la regardant. Morges est idéale pour un après-midi de slow shopping: c'est une commune plate et il y a un tas de choses à voir.

L'objectif n'est donc pas forcément d'amener plus d'argent dans les caisses?

Le but de l'association est de faire venir des gens en ville. Après, c'est aux commerçants de se débrouiller pour attirer des clients dans leur magasin. C'est une tâche difficile, il faut réfléchir à la décoration, à la vitrine, à la publicité: on ne sait jamais ce qui touche les gens. A Morges, la situation évolue beaucoup et des commerces ferment assez souvent. Mais je pense que nous pouvons rendre cette ville plus attractive et éviter les vitrines vides, c'est ce sur quoi je travaille. Ce qui est sûr, c'est qu'en réunissant nos forces nous sommes plus puissants.

Peu après votre élection, vous disiez vouloir améliorer la communication au sein de l'association. Qu'en est-il aujourd'hui?

La communication est toujours l'un des plus gros problèmes que nous avons. Je souhaite l'améliorer à tous les niveaux. Les messages que nous transmettons aux commerçants ne parviennent pas forcément à destination: certains ne lisent pas leurs mails ou, parfois, nos courriers arrivent dans les indésirables. Nous ne pouvons donc pas être sûrs à 100% que nos membres prennent connaissance de l'information que nous souhaitons leur transmettre. J'avais pensé à créer une page Facebook mais, finalement, j'estime qu'il va falloir passer par le papier.

A titre plus personnel, quels sont les enseignements à tirer après vos premiers mois à la présidence de la COOR?

Honnêtement, je ne vois pas beaucoup de différences avec mon autre poste, celui de présidente de l'association des commerçants de la rue Louis-de-Savoie que j'occupe depuis de nombreuses années. Je suis dans une certaine continuité, mais à plus grande échelle. Je connais très bien le monde des commerces morgiens donc je n'ai pas eu de surprise, même si gérer toute une ville est bien sûr un peu plus difficile qu'une seule rue. Je savais ce qui m'attendait.

Guillaume Martin