

# Les vitrines de Morgane redonnent le sourire aux commerçants

**C**onjurer la crise financière en créant sa propre entreprise : c'est le choix risqué relevé en août 2009 par Morgane, une Dampmarthoise de 26 ans partie tenter sa chance à Paris. Deux ans et demi plus

tard, à la tête de sa société, ([www.m-et-o.com](http://www.m-et-o.com)), elle a gagné son défi. En plus de vivre de sa passion, la jeune décoratrice a découvert qu'elle représentait aussi un atout pour les commerçants et

grandes enseignes touchés par la récession.

On peut la croiser dans le métro, avec son énorme valise remplie d'objets de décoration, un indéfectible sourire aux lèvres. Morgane vit son rêve. « Quand, toute petite, je passais devant les superbes vitrines du boulevard Haussmann ou du quartier de l'Opéra, se souvient-elle, je ne pensais pas que cette magie pouvait conduire à un métier. » Après une formation de décoratrice-étalagiste-merchandiseuse dispensée par la chambre de commerce et d'industrie de Paris, Morgane n'envisage pas de devenir salariée. « J'avais envie de toucher à tout, explique la jeune femme au tempérament indépendant. Je voulais à tout prix découvrir des univers différents. »

## C'est sa façon de lutter contre la grisaille économique

Un passage dans une couveuse d'entreprises parisienne financée par l'Etat pour aider les jeunes créateurs et elle fait le grand saut en montant

son entreprise individuelle. « Je me suis vite rendu compte que l'objectif de mon métier était plus commercial que créatif », reconnaît la jeune femme, qui travaille aussi bien pour les commerçants indépendants que pour les grandes enseignes, dans des secteurs aussi variés que le prêt-à-porter, la lingerie, l'alimentaire, l'optique... Très vite, la décoration des vitrines et les techniques de présentation des produits vendus par ses clients, qu'elle maîtrise toutes, donnent leurs premiers résultats. Aujourd'hui, de plus en plus de grandes marques de luxe font appel à elle pour l'élaboration de concepts de vitrines, qu'elles dupliquent ensuite au sein de leur réseau en suivant la charte créée par Morgane. Mais le but de la Seine-et-Marnaise est vraiment atteint quand ses clients lui disent : « Chaque nouvelle vitrine dope mes ventes pendant près d'une quinzaine de jours. » C'est sa façon à elle de lutter contre la grisaille économique.



PARIS (XVIII<sup>e</sup>).

(LP/GILLES PELISSIER.)