

# Public cible

## 1. Femmes entre 18 à 35 ans

- Francophones, Canadiennes de souche
- Issues de la diversité

### Carrière

- On observe une augmentation du nombre de femmes qui partent en affaires;
- Elles ont une carrière ou une idée d'affaires;
- Elles viennent de démarrer leur entreprise ou sont en affaires depuis moins de deux ans. Si ça fait plus longtemps, elles ont un projet qui les passionne pour le plaisir et qui rapporte un peu d'argent;
- Elles sont ambitieuses, persévérantes, passionnées par un sujet et souhaitent développer une activité autour de l'entrepreneuriat;
- Elles souhaitent s'épanouir dans une carrière qui leur convienne.

### Situation familiale

- Célibataires
- Mères avec jeunes enfants
- En couple ou monoparentale

### Valeurs

- Être libre, être flexible, avoir du temps pour avoir une vie familiale, trouver un équilibre entre la vie familiale et professionnelle.

### Besoins

- Le contexte de travail ou elles évoluent est trop rigide pour atteindre un équilibre travail famille;
- Elles souhaiteraient faire plus d'activités : spa, massages, sorties, activités culturelles, voyages, mais elles n'en ont pas le temps à cause du travail et de la famille.
- La pandémie a révélé que la charge de la famille incombe encore beaucoup à la femme, surtout en temps de crise. Elles ont besoin de se ressourcer, d'organiser leur emploi du temps pour arriver à tout gérer;
- Elles ont besoin de bien s'entourer pour arriver à conjuguer leur vie professionnelle et personnelle avec succès.

## **Activités d'affaires**

- Elles font des formations en marketing digital (création de sites web, réseaux sociaux);
- Elles font appel à du coaching de développement personnel (PNL, coach d'affaires);
- Elles suivent des femmes comme Danièle Henkel. Elles ont peu de modèles de femmes qui ont réussi en affaires autour d'elles.
- Selon leur communauté d'origine, l'entrepreneuriat sera valorisé ou non.

## **Loisirs**

- Elles aiment faire du yoga débutant ou intermédiaire et n'ont pas le temps de cuisiner;
- Elles aiment sortir avec leurs amies, mais n'en ont pas toujours le temps;
- Elles utilisent Facebook et Instagram;
- Elles écoutent Netflix, écoutent des fictions ou des documentaires pour se divertir (documentaires légers qui rejoignent leurs intérêts);
- Elles lisent des romans pour se relaxer et déconnecter;
- Elles écoutent de la musique.

## **2. Spectateurs intéressés par les enjeux de résilience et de dépassement**

Chacun d'entre nous peut vivre des situations difficiles dans sa vie personnelle comme professionnelle, qu'on soit jeune ou plus âgé, quelle que soit notre origine. Les femmes que nous rencontrons dans la série sont des exemples qui prouvent que l'on peut dépasser les obstacles malgré les difficultés. C'est une série passionnante pour les spectateurs qui cherchent des solutions à leurs problèmes ou des exemples positifs qui montrent qu'on peut agir pour réaliser nos rêves ou améliorer notre vie.

## **3. Spectateurs intéressés par les différentes cultures**

À travers la série 3 CLICS, l'entrepreneuriat est aussi un prétexte pour découvrir certaines communautés culturelles différentes de la nôtre : les ressources, l'histoire, la culture liée aux affaires et à la famille. Le Canada est riche de ces différences. En général, on connaît comment fonctionne notre propre communauté culturelle, mais rarement plusieurs, à moins de côtoyer des personnes issues de communautés culturelles différentes. Cette série est donc positive pour bâtir un pont entre les communautés également.