

# Plan de commercialisation

## Pourquoi consacrer une série aux femmes entrepreneures d'ici?

Les femmes entrepreneures sont un des moteurs humains de force positive au Canada et elles sont souvent moins mises en valeur. Selon le rapport « État des lieux de l'entrepreneuriat féminin 2020 » diffusé le 11 août par le Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat (PCFE), en matière d'entrepreneuriat, les stéréotypes de genre sont très marqués. La notion d'entrepreneuriat est associée en premier lieu à des hommes blancs travaillant dans le secteur de la technologie. Les médias reprennent et renforcent ces stéréotypes qui, en plus de façonner la conception des programmes et le traitement réservé aux femmes entrepreneures, influent sur les aspirations des femmes qui sont moins susceptibles de se considérer comme des entrepreneures. Les études démontrent que la représentation des femmes dans les médias renforce les stéréotypes et empêche souvent les femmes de se lancer dans l'entrepreneuriat.

### Quelques données statistiques

L'idée de partir son entreprise, à l'ère du digital, fait partie de la réalité des 18-35 ans bien que COVID-19 apporte des défis, Selon Indice Entrepreneurial, en 2018; 33,6 % des jeunes de 18 à 34 ans ont signifié leur intention de partir en affaire, soit une augmentation de 15.30 % par rapport à 2012. Parmi ce groupe d'âge, on constate que la moitié sont des femmes.

### Autres faits importants selon statistiques canada

- En décembre 2019, l'économie canadienne comptait au total 1,23 million d'entreprises avec employés. De ce nombre, 1,2 million (97,9 %) étaient des petites entreprises, 22 905 (1,9 %) étaient des entreprises de taille moyenne et 2 978 (0,2 %) étaient des grandes entreprises.
- Au cours de la période 2013-2017, le nombre moyen annuel de naissances de PME s'est élevé à 96 580 et le nombre moyen annuel de décès a été de 90 600.
- En moyenne 35,1 % des PME créées dans le secteur des biens survivent au moins seize ans, comparativement à 29,6 % des PME créées dans le secteur des services.
- Les femmes et la diversité lorsqu'elles étaient au Canada depuis neuf ans, environ 5,3 p. 100 des immigrantes étaient propriétaires d'une entreprise privée, ce qui signifie qu'elles ont créé de nouvelles entreprises plus rapidement que la population née au Canada, où le taux est de 4,8 p. 100.

## Les histoires humaines des femmes entrepreneures sont inspirantes et méritent d'être racontées.

Les PME de moins de 20 employés ont été les plus durement touchées par la pandémie. Comme les femmes sont plus susceptibles d'être propriétaires de nouvelles et de petites entreprises, elles sont les plus touchées. « Nous risquons de revenir en arrière sur des dizaines d'années de progrès si nous ne nous penchons pas sérieusement sur les différences entre les femmes et les hommes entrepreneurs et si nous ne veillons pas à ce que les programmes et les plans de rétablissement tiennent compte de l'égalité entre les sexes et de la diversité », a déclaré l'auteure principale de l'étude, Wendy Cukier, fondatrice du Diversity Institute et directrice universitaire du Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat.

## Pourquoi se tourner vers des entrepreneures issues de la diversité en majorité ?

Au Canada, les femmes et la diversité représentent le nouveau visage de l'entrepreneuriat et on en parle trop peu souvent. Une nouvelle étude publiée à l'automne 2019 par la BDC montre que la communauté des entrepreneurs canadiens est de plus en plus diversifiée et qu'elle démarre un plus grand nombre d'entreprises aujourd'hui comparativement à la dernière décennie.

### Principales conclusions :

- L'activité entrepreneuriale a augmenté et on s'attend à ce que la tendance de croissance se poursuive puisque 24 % des Canadiens sondés souhaitent démarrer ou gérer une entreprise.
- Le taux d'entrepreneuriat a augmenté de 80 % chez les moins de 35 ans depuis 2014, et il a triplé chez les plus de 55 ans depuis l'an 2000.
- L'activité entrepreneuriale augmente deux fois plus vite chez les nouveaux arrivants au Canada que chez les entrepreneurs nés au Canada.
- L'entrepreneuriat féminin progresse 3,1 fois plus vite que l'entrepreneuriat chez les hommes. Actuellement, environ 28 % de tous les entrepreneurs sont des femmes, comparativement à seulement 11 % il y a 40 ans.
- Au Canada, on retrouve 120 communautés ethnoculturelles. Les immigrants récents proviennent majoritairement des pays suivants : Haïti, Algérie, Maroc, France, Chine, Liban, Pakistan et Roumanie.

Amina Gerba est présidente de l'organisme « Entreprendre ici » basé au Québec. L'organisme base sa mission sur l'appui aux entrepreneurs issus de la diversité au Québec. D'après elle, « les entrepreneurs issus des communautés culturelles sont encore parfois confrontés à des obstacles qui bloquent la réalisation de leurs projets d'entreprise » et c'est une des raisons qui l'ont poussé à s'impliquer activement dans l'organisme.

Tous ces éléments montrent qu'une série sur les entrepreneures mettant en avant celles qui sont issues de la diversité prend tout son sens.

# Étude des comparables

## Introduction

Il existe depuis longtemps une variété de séries documentaires sur l'entrepreneuriat et/ou qui suivent le parcours des femmes selon différentes thématiques. Malgré ces émissions variées, aucune ou très peu touchent les femmes d'affaires à travers le Canada et encore moins les femmes issues de la diversité culturelle.

3 Clics entrepreneures propose une approche complètement différente et captivante, un format multiplateforme adapté aux milléniaux.

## Mères à Boutte

Mères à boutte (produit par Sphère Média, diffusé par Canal Vie) est une série documentaire, qui, par le biais d'entrevues et sur un ton humoristique, explore la réalité de la femme moderne, ayant à jongler avec vie familiale et carrière. Chaque épisode présente un thème différent (le manque de temps, la consommation, stress, conciliation travail-famille, les finances, l'éducation). La plateforme en ligne diffuse les épisodes sous forme de capsules vidéos, et de baladodiffusion dont les invitées sont des femmes qui vivent cette réalité. Une experte en psychoéducation est également présente pour discuter des thèmes présentés.

3 clics Entrepreneures se démarque par la diversité culturelle des femmes entrepreneures présentes à l'écran. Le thème central de l'émission est la vulnérabilité humaine, puisqu'on voit ces femmes jongler avec plusieurs problématiques reliées au fait qu'elles sont propriétaires d'entreprises, en plus de leur vie familiale. Au lieu de caricaturer ces femmes à des fins de divertissement, nous optons pour l'émancipation de soi, le courage et la résilience.

## Maintenant ou Jamais

Dans cette série documentaire, **Maintenant ou jamais** (produit par Bell Média production originale, diffusée par Canal Vie), le téléspectateur suit l'animatrice Chantal Lacroix dans sa quête de se retrouver après une rupture difficile en allant à la rencontre de femmes ayant vécu une situation similaire. L'intervention d'experts ajoute une dimension profonde à l'émission. Chaque épisode mêle témoignages et entrevues d'experts.

Dans 3 clics entrepreneures, nous suivons l'animatrice Keithy à travers sa propre quête en étant une femme entrepreneure. Les histoires des femmes d'affaires qu'elle rencontre sont mises en avant-plan. 3 Clics entrepreneures met en lumière les difficultés auxquelles les invitées font face et surtout l'ingéniosité et le courage qu'elles ont dû déployer pour s'en sortir.

### **Voir grand. tv**

Présentée par l'animatrice et entrepreneure Anne Marcotte, Voir Grand.tv (produit par Goupe Viventia inc., diffusé par MaTV), est une série consacrée à la relève entrepreneuriale. Dans chaque épisode, l'émission présente le portrait d'un.e entrepreneur.e à succès ainsi que des entrevues brèves avec des entrepreneurs de la relève. Lors de ces entrevues, les entrepreneur.e.s ont la chance de présenter leurs entreprises. Ces entrepreneurs sont en compétition, afin de savoir qui sera la relève. Une émission où la réussite est mise de l'avant.

Avec 3 Clics entrepreneures, attendez-vous à voir du courage, de la résilience et de la vulnérabilité, puisque l'humain derrière l'entreprise est mis de l'avant au détriment du succès professionnel. En plongeant dans le quotidien des femmes, le projet 3 clics entrepreneures se démarque par la diversité des femmes et des experts en entrevue, par la qualité de ses images ainsi que par son ton jeune et dynamique.

### **How she did that**

**How she did that** (produit par Renae L. Bluit, diffusé par Netflix) est un documentaire qui explore l'entrepreneuriat à travers les témoignages (obstacles, triomphes, échecs) de différentes femmes d'affaires Afro-Américaines, qui ont eu énormément de succès dans leurs domaines respectifs. Une émission où la vulnérabilité et l'authenticité sont mises de l'avant.

3 Clics Entrepreneures se démarque par plusieurs éléments : l'accompagnement des femmes invitées grâce aux experts et spécialistes en entrepreneuriat qui sortent des sentiers battus, une immersion dans leur quotidien ainsi que la quête de l'animatrice.

### **Dans l'œil du Dragon**

**Dans l'œil du dragon** est une émission de télé-réalité en studio (produite par Attraction Images, diffusée par Radio-Canada) dans laquelle des entrepreneures viennent présenter leurs entreprises afin de convaincre des entrepreneurs à succès d'investir dans leurs projets. Une émission qui capte rapidement l'auditoire grâce à un ton réunissant dynamisme et suspense. **Dans l'œil du dragon** nous permet de voir l'engouement du public envers des émissions ayant pour thématique l'entrepreneuriat. Avec 10 saisons à son actif et avec une côte d'écoute de 1 million de spectateurs, année après année, cette émission est un gage de succès. L'émission 3 Clics Entrepreneures est une série documentaire, ce qui est un concept résolument différent de l'émission **Dans l'œil du dragon**.

## **Conclusion**

Malgré plusieurs ressemblances avec certains éléments, 3 Clics Entrepreneures est différente des émissions diffusées jusqu'à présent, à cause de plusieurs éléments dont :

- l'accompagnement des femmes invitées ainsi que la présence des experts et spécialistes en entrepreneuriat,
- une immersion dans leur quotidien ainsi que la propre quête de l'animatrice,
- par la diversité culturelle des femmes,
- par le ton jeune et dynamique,
- la vulnérabilité des entrevues.

L'émission **Maintenant ou jamais** est l'émission qui se rapproche le plus de 3 **Clics** entrepreneures : Les experts et la quête. Par contre, l'apport des experts est superficiel, l'émission est longue et manque de vie. 3 Clics est dynamique, et va beaucoup plus en profondeur, en abordant des sujets et des thèmes complètement différents et en découvrant les communautés culturelles de l'intérieur grâce à ces femmes hors du commun. En ce qui concerne le ton et l'angle, 3 Clics Entrepreneures est plus proche du documentaire **How she did that**.

## Plan marketing

En plus de la stratégie traditionnelle tels que le lancement de l'émission, les relations de presse, un concept convergent complémentaire est développé pour les plateformes numériques. À partir de contenu accumulé lors du tournage on créera de courts segments complémentaires à l'émission, pensés pour faire réagir sur les réseaux sociaux ou grâce à des capsules conçues avec un fort potentiel viral qui mettront en scène, de manière humaine, une entrepreneure ou un expert..

Tout le projet sera en phase avec les modes de consommation de contenu : une approche multiplateforme, des vidéos, photos et GIF disponibles sur YouTube, Instagram et Facebook, des outils de clavardage, de dialogue ou un forum de discussion qui viendront alimenter la discussion sur les thématiques et débats initiés par le projet, puis avec un blogue, une page Facebook et un compte Twitter dédiés à des conseils autour de l'entrepreneuriat.

Des invités de renom et des chroniqueurs-influenceurs très actifs sur les réseaux sociaux seront aussi mis à contribution. De plus, des partenariats sont envisagés avec des magazines et publications spécialisées qui traitent du sujet.