



UNE ACTION DE MÉDIATISATION MASSIVE POUR LES CHEFFES D'ENTREPRISE

Ode aux entrepreneuses

L'agence de communication Nonante Cinq a créé le Challenge 24h Entrepreneuses pour booster la visibilité des dirigeantes de PME. Gros plan sur une opération inédite qui vient de désigner ses cinq lauréates.

FRÉDÉRIC BREBANT

Elle a imaginé un outil numérique qui permet de remplir, en quelques minutes à peine, une demande de permis d'urbanisme. À 33 ans, Adeline Stals dirige la société Airplan avec deux associés, mais l'impact médiatique de sa start-up reste relativement limité. Comme une grande majorité d'entrepreneuses, la jeune femme est relativement discrète en dehors de sa sphère professionnelle, préférant consacrer son énergie à son savoir-faire plutôt qu'au "faire savoir".

C'est précisément ce constat d'effacement répété chez les cheffes d'entreprise qui a poussé l'agence de communication Nonante Cinq à lancer une opération originale. Baptisée Challenge 24h Entrepreneuses, cette action vise à mettre un coup de projecteur sur cinq profils féminins à travers un plan stratégique offert pour la bonne cause. "En tant que facilitateur

dans le milieu des médias, on entend souvent deux discours qui se rejoignent, constate Nathan Soret, CEO de l'agence Nonante Cinq. D'une part, les journalistes qui déplorent le manque d'entrepreneuses à mettre en avant et, d'autre part, des femmes qui se demandent comment passer dans les médias ou qui, parfois, n'osent même pas y songer parce qu'elles pensent ne pas y avoir droit. Entre les deux, nous estimons avoir un rôle charnière à jouer pour créer justement une impulsion vertueuse."

Le constat est en effet inquiétant. En Belgique, les femmes représentent une part croissante du monde entrepreneurial, mais leur visibilité reste toutefois limitée, surtout dans les médias. Ainsi, selon des études publiées par Statbel en 2022 et l'Inasti en 2023, il apparaît successivement que 34,5% des travailleurs indépendants en Belgique sont des femmes (soit une sur trois) et que les entre-

prises nouvellement créées en personne physique l'ont été à 37,5% par des représentantes du sexe féminin. Or, les entrepreneuses ne semblent pas valorisées dans les mêmes proportions au quotidien, notamment dans la presse économique où elles n'y apparaissent que trop peu.

Casser les codes

Lancé le 28 janvier dernier, le Challenge 24h Entrepreneuses a donc décidé de faire bouger les lignes à travers une action inédite, déclinée en deux phases : d'abord un appel à candidatures pour sensibiliser le monde de l'économie et des médias à ce problème d'invisibilité des cheffes d'entreprise, suivi d'une opération de communication massive gracieusement offerte aux cinq lauréates désignées.

"Avec ce challenge, nous nous attendions à recevoir une quarantaine de candidatures, mais nous en avons eu près de 200, se réjouit Nathan Soret, CEO de Nonante

Cinq. Il est vrai que nous avons sollicité les clubs d'affaires féminins, mais nous ne pensions pas avoir autant de succès. Donc, je suis très content du résultat, même s'il n'a pas été évident de désigner les cinq entrepreneuses qui allaient bénéficier de nos services. Les débats ont été longs et passionnés !"

Au final, ce sont des profils très différents qui ont été choisis au terme du processus, avec cinq femmes de 28 à 40 ans, actives dans des secteurs éclatés. Outre Adeline Stals à la tête de la start-up liégeoise Airplan, on retrouve aussi, parmi les lauréates, Alice Wilquet, fondatrice du Domaine de la Faisanderie qui propose la location de logements insolites dans la région de Braine-l'Alleud. Viennent ensuite Caroline Haniszewski, CEO de l'agence de recrutement Hey Charlie active dans l'événementiel ; Aude Mirerekano, directrice de Yoroshe, un centre pionnier en trichologie (science dédiée à l'étude des cheveux et du cuir chevelu) à Rhode-Saint-Genèse, et enfin Camille Gobert, cofondatrice de Sanalio, une entreprise tournaisienne spécialisée dans l'alimentation naturelle pour chiens.

Joli coup de pouce

Dans le cadre de ce premier challenge, l'agence Nonante Cinq s'est engagée à se décarcasser, durant 24 heures, pour élaborer un plan média et assurer aux cinq lauréates un maximum de visibilité dans la presse, sans que l'opération ne leur coûte le moindre euro. Au programme : shooting photo, réalisation d'une vidéo à diffuser sur les réseaux sociaux, briefing personnalisé pour aider chaque dirigeante à communiquer au mieux sur son entreprise et, bien sûr, activation du carnet d'adresses de l'agence pour bra-

quer les projecteurs médiatiques sur ces histoires singulières. "Tout cela a de la valeur et, pour nous, c'est un sacré coup de pouce, reconnaît Camille Gobert, cofondatrice de Sanalio qui, depuis, a été interviewée par la RTBF, LN Radio ou encore Notélé. Quand on lance sa start-up et qu'on veut le faire savoir, il est difficile de contacter les bonnes personnes parce qu'on n'a tout simplement pas le bon réseau et que l'on souffre aussi, nous entrepreneuses, du syndrome de l'imposteur. On a tendance à s'éclipser plutôt que de se mettre en avant." Pourtant, l'histoire de Sanalio est belle et mérite assurément



“Avec ce challenge, nous nous attendions à recevoir une quarantaine de candidatures, mais nous en avons eu près de 200.” NATHAN SORET, CEO DE NONANTE CINQ

l'attention des médias. Traductrice de formation, Camille Gobert était enseignante depuis une dizaine d'années lorsqu'elle a décidé, en plein covid et enceinte de son troisième enfant, de se lancer dans la grande aventure de l'entrepreneuriat. À 40 ans, elle dirige aujourd'hui une PME qui propose une gamme d'aliments naturels pour chiens, avec son mari vétérinaire et sa sœur active dans le marketing. "Nous sommes un peu un ovni dans l'alimentation canine, confie la cofondatrice de Sanalio, et c'est la raison pour laquelle je me suis inscrite au Challenge 24h Entrepreneuses : saisir une opportunité pour gagner en visibilité."

Prendre le temps

Être bien encadrée pour mieux communiquer, voilà ce qui a aussi motivé la lauréate Adeline Stals à participer à cette opération inédite. "Quand on est à la tête d'une petite entreprise, on a un tas de choses à gérer et on ne place pas nécessairement son énergie sur la communication, témoigne la cofondatrice de la société Airplan. On préfère se focaliser sur notre cible commerciale. Or, il faut prendre le temps de communiquer et ce genre d'action permet justement d'atteindre le réseau qu'on n'a pas. Personnellement, je suis ravie de l'accompagnement reçu. Cela fait du bien d'avoir affaire à des professionnels pour mieux faire connaître mon travail et le chemin déjà parcouru."

Si les cinq lauréates auront eu le privilège de recevoir ce coup de pouce médiatique, les autres candidates au Challenge 24h Entrepreneuses ne seront pas délaissées pour autant. "Nous avons décidé d'offrir à toutes ces femmes un workshop de deux heures qui se fera à distance, en vidéo, pour leur apprendre à mieux se présenter, à rédiger un communiqué de presse et à entrer en contact avec des journalistes", détaille Nathan Soret. Pour augmenter le capital sympathie de Nonante Cinq et compter ces cheffes d'entreprise parmi les futures clientes de l'agence ? "Ce n'est pas le but recherché, conclut le CEO. Avec ce challenge, nous ne sommes pas dans une démarche commerciale agressive. Nous voulons simplement apporter notre pierre à l'édifice. L'idée est de mettre les femmes entrepreneuses sur le devant de la scène pour que les médias en parlent davantage." Mission accomplie. ●