

# FORMULAIRE DE DEMANDE DE SUBVENTION



Fondation  
ASEQ

Le projet doit nécessairement inclure le présent formulaire dûment complété pour que le dossier soit traité.

## RENSEIGNEMENTS SUR L'ORGANISME

Nom de l'organisme ou de la personne responsable : [REDACTED]

Adresse pour communication officielle : [REDACTED]

Ville : *Montreal*

Code postal : [REDACTED]

Téléphone : [REDACTED]

Courriel : [REDACTED]

## ASSOCIATION ÉTUDIANTE PARRAINANT LE PROJET

Nom de l'association étudiante parrainant le projet : *Association des cycles supérieurs de HEC Montréal*

Courriel de la personne responsable : [REDACTED]

## RENSEIGNEMENTS SUR LE PROJET

Titre du projet : *Podcast Femmes en Affaires*

Montant demandé : *2 200\$*

Montant total du projet : *3 200\$*

Nombre d'étudiant(e)s participant à l'organisation du projet : *3 membres permanents*

Nombre de personnes visées par le projet : *Toute la communauté universitaire du Québec*

But et objectifs du projet :

- valoriser le parcours de femmes inspirantes pour partager leur savoir
- présenter des rôles-modèles afin de motiver les jeunes femmes à s'impliquer et atteindre leurs objectifs

Résumé du projet :

Le podcast Femmes en Affaires permet la diffusion de discussions enrichissantes entre deux étudiantes de HEC Montréal et différentes femmes d'affaires québécoises. Ces rencontres permettent d'échanger en profondeur sur le parcours de l'invitée, les enjeux qu'elle a pu rencontrer au cours de sa vie professionnelle ainsi que sur la place qu'occupent les femmes dans divers milieux du monde des affaires. Ces discussions mettront de l'avant plusieurs leaders féminines qui sont peut-être méconnues auprès de la communauté universitaire.

Avant d'adresser votre demande, assurez-vous d'avoir joint tous les documents suivants :

- Original du présent formulaire
- Plan d'action du projet (avec un échéancier détaillé)
- Planification budgétaire
- Copie de la lettre de parrainage de l'association étudiante
- Résumé des expériences pertinentes et copie des lettres patentes ou de tout autre document constitutif officiel de l'organisme promoteur (s'il s'agit d'un organisme)

Montréal, le 28 octobre 2019

**Objet : Parrainage du Podcast Femmes en Affaires par L'AECS HEC Montréal**

À l'attention de la Fondation de l'ASEQ

À la suite de la demande que nous avons reçue de la part de l'équipe responsable du projet Podcast Femmes en Affaires, l'AECS HEC Montréal tient à parrainer ce projet, qui vise à valoriser le parcours de femmes inspirantes du monde des affaires, et de faire découvrir différentes leaders féminines à la communauté étudiante.

Nous croyons que ce projet possède du potentiel et espérons qu'il pourra être considéré par la Fondation de l'ASEQ. Afin d'être parrainée, l'équipe nous a soumis un document de présentation, incluant un budget et un diagramme de Gantt, qui présentait les différentes étapes déjà complétées et à réaliser.

En terminant, je souhaite, au nom de l'AECS HEC Montréal, toutes les meilleures chances possibles à cette réalisation future.

Veillez agréer mes plus sincères salutations,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Victoire Sauvé-Bourassa', written over a faint, larger version of the same signature.

**Victoire Sauvé-Bourassa**  
Présidente de l'AECS HEC Montréal

## DEMANDE DE SUBVENTION À L'ASEQ *Pour le Podcast Femmes en Affaires*

Le *Podcast Femmes en Affaires* permet la diffusion de discussions enrichissantes entre deux étudiantes de *HEC Montréal* et différentes femmes d'affaires québécoises. Ces rencontres permettent d'échanger en profondeur sur le parcours de l'invitée, les enjeux qu'elle a pu rencontrer au cours de sa vie professionnelle ainsi que sur la place qu'occupent les femmes dans divers milieux du monde des affaires. Ces discussions mettront de l'avant plusieurs leaders féminines qui sont peut-être méconnues auprès de la communauté universitaire.



### **I. La genèse du projet et la problématique visée**

Le *Podcast Femmes en Affaires* est une initiative de deux étudiantes de *HEC Montréal*, qui sont également impliquées dans l'association étudiante *Femmes en Affaires*. Ce regroupement souhaite promouvoir le rôle des femmes et l'égalité des chances dans le monde des affaires et de la gestion. Leur mission est de contribuer à l'épanouissement professionnel des étudiants, et de les inciter à participer avec fierté à l'établissement d'une égalité des genres dans nos milieux universitaires et professionnels. À travers les années, le comité a su créer des passerelles entre la communauté étudiante et le monde des affaires, et ce, en favorisant l'interaction entre les acteurs des deux milieux à travers des conférences, des déjeuners discussion, des cocktails de réseautages, etc.

En faisant le bilan des activités de l'année 2018-2019, nous avons réalisé que souvent, les étudiants connaissaient peu de figures féminines issues du monde des affaires, ou bien qu'ils connaissaient généralement tous les mêmes. Nous avons alors eu l'idée de créer un balado qui permettrait de faire découvrir aux étudiants des femmes influentes qui œuvrent dans différentes sphères de la gestion, que ce soit dans le milieu de la recherche, dans les entreprises

communautaires, dans le domaine des arts, ou dans des firmes de marketing par exemple.

De plus, malgré les nombreux progrès qui ont été faits au cours des dernières années concernant la présence des femmes dans des rôles de direction, une méta-analyse de la revue *Psychological Bulletin* révèle que les stéréotypes des leaders sont principalement masculins<sup>1</sup>. En d'autres termes, ceci signifie que dans l'imaginaire des gens, les leaders sont davantage associés à des hommes plutôt qu'à des femmes. En effet, ceci s'explique en outre par la prédominance des hommes à la tête d'entreprises renommées, ou à forte croissance. Cette réalité s'observe également au Québec puisque cette année, seulement deux femmes ont été nommées dans le palmarès de la croissance, un classement des 20 PME québécoises qui connaissent l'expansion la plus spectaculaire<sup>2</sup>.

Afin de contrer ces stéréotypes et favoriser l'avancement des femmes dans des postes de direction, plusieurs études affirment qu'il est primordial d'exposer celles-ci à des rôles-modèles ayant réussi dans leur domaine<sup>3</sup>. La mise en valeur de rôles-modèles est un levier important afin de motiver les jeunes femmes à s'impliquer et à atteindre leurs objectifs.

Notre balado permettra donc de présenter aux étudiantes des leaders féminines, qui pourront éventuellement les inspirer et peut-être devenir leur rôle-modèle. Nous croyons réellement qu'en donnant la parole à des femmes influentes du monde des affaires, nous pourrions faire évoluer les normes sociales et inciter les jeunes femmes à prendre leur place dans le domaine de la gestion. Bref, notre mission est d'inspirer et de renseigner les étudiants universitaires.

## II. Objectifs

Valoriser le parcours de femmes inspirantes: nous avons sélectionné des personnalités féminines pour leur parcours inspirant ou leur histoire et expériences personnelles uniques. Nous souhaitons diffuser leur savoir et ainsi stimuler les étudiants qui formeront le monde des affaires de demain.

---

<sup>1</sup> Koenig, M. Anne, Abigail A. Mitchell, Alice H. Eagly, Tiina Ristikari (2011). « Are Leader Stereotypes Masculine? A Meta-Analysis of Three Research Paradigms », *Psychological Bulletin*, Vol. 137, No. 4, p. 616-642

<sup>2</sup> Mercier, Noémie (2019). *Entrepreneuriat : où sont les femmes? L'actualité*. Récupéré le 1<sup>er</sup> octobre 2019 de <https://lactualite.com/lactualite-affaires/brasser-des-affaires-entre-hommes/>

<sup>3</sup> Latu M. Ioana, Marianne Schmid Mast, Joris Lammers, Dario Bombari (2013). « Successful female leaders empower women's behavior in leadership tasks », *Journal of Experimental Social Psychology*, Vol. 49, No. 3, p. 444-448.

Faire connaître des femmes d'affaires de divers milieux: nous avons choisi de mettre de l'avant des femmes qui œuvrent dans une variété de domaines, par exemple en entrepreneuriat, en finance, en technologie de l'information, en recherche, en développement durable, etc. Ceci permettra aux étudiants d'élargir leurs horizons et de découvrir des secteurs moins conventionnels ou méconnus.

Resserrer les liens entre la communauté étudiante en gestion et le monde des affaires à Montréal : créer une passerelle entre la communauté étudiante et le monde des affaires, et ce, grâce à l'interaction entre des acteurs des deux milieux. Nous voulons informer les auditeurs de ce qui se fait tant au niveau universitaire qu'au niveau professionnel.

Durabilité dans l'espace: il est primordial pour nous que la clientèle visée ait accès gratuitement à nos balados, et à l'information partagée lors de nos discussions avec l'invitée.

Cela étant dit, pour l'année 2019-2020, nous nous sommes donné comme objectif de réaliser 12 balados, c'est-à-dire un par mois, à partir du mois d'octobre. Nous voulons avoir le temps de préparer un dossier complet sur notre invitée afin de poser des questions judicieuses et recherchées. De plus, nous sommes deux étudiantes à temps plein et travailleuses à temps partiel. Nous sommes donc réalistes et savons qu'il serait difficile de produire plus d'un balado par mois. Selon nous, ce rythme de diffusion va créer un certain engouement autour du projet, et va permettre de bien le mettre en place afin que celui-ci puisse se poursuivre dans les années futures.

### **III. Clientèle visée et participation étudiante**

À la base, notre projet s'adressait uniquement aux étudiants en administration. Cependant, nous pensons que les discussions sont pertinentes et peuvent intéresser les étudiants issus de tous les programmes. En effet, la place des femmes dans les entreprises est un enjeu d'envergure qui touche tous les futurs professionnels, quel que soit leur domaine. De plus, nous allons adresser une variété de sujets lors de nos balados, donc tous peuvent découvrir des figures importantes du Québec et en apprendre sur leur parcours. Tel que démontré dans la section suivante, plusieurs de nos invitées font partie d'entreprises plutôt reconnues, et nous croyons que de nombreux étudiants seront ouverts à en apprendre davantage sur celles-ci. Par conséquent, la population ciblée par notre projet est constituée de tous les étudiants du campus de l'*Université de*

*Montréal*, mais également des étudiants des autres universités au Québec. En effet, tous auront accès à notre balado, car nous allons diffuser nos discussions sur plusieurs plateformes non payantes, telles que Spotify, Apple podcast, Podcast Android et Deezer.

Afin d'impliquer les étudiants dans notre projet, nous pensions faire quelques balados style *table ronde*. Plus précisément, nous aimerions enregistrer des discussions entre une invitée et des étudiants volontaires. Nous croyons réellement qu'une discussion de groupe peut mener à des réflexions plus poussées et plus dynamiques. Cet échange serait également partagé sur toutes les plateformes de diffusion, afin que d'autres puissent bénéficier du contenu et des informations qui sont ressortis lors de l'enregistrement.

De plus, les étudiants peuvent toujours laisser des commentaires sur les plateformes de diffusion afin de partager leur point de vue, ou d'apporter une information supplémentaire à la discussion. Nous aimerions donc, au fil du temps, créer une communauté qui peut échanger en ligne sur le thème et l'invitée du mois. À plus long terme, nous aimerions offrir un accompagnement personnalisé pour les étudiants qui souhaiteraient s'impliquer ou créer leur propre balado. Plus précisément, nous aimerions soit créer un guide pratique ou des ateliers afin d'encourager la participation des étudiants à ce type de projet.

#### **IV. Description des activités du projet**

Les entretiens et les tables rondes auront lieu principalement dans les studios d'enregistrement de *HEC Montréal*. Ceux-ci ont l'avantage d'être insonorisés et les techniciens de l'université peuvent nous assister dans l'enregistrement des balados afin de s'assurer de la qualité du son (voir annexe 1 pour les images du studio). De plus, le service de l'audiovisuel de *HEC Montréal* nous prête un micro ambiant, des écouteurs, une enregistreuse et une caméra sur pied.

Cependant, si nos invitées ne sont pas à Montréal, ou ne sont pas disponibles pour se déplacer jusqu'à l'université, nous avons prévu louer le matériel nécessaire afin de pouvoir enregistrer à leurs bureaux par exemple. Cette option nous permet d'avoir accès à un éventail plus diversifié de femmes d'affaires, qui ne travaillent pas nécessairement dans la métropole.

Pour ce qui est des invitées et des thématiques abordées lors de notre balado, voici un tableau qui résume bien ce que nous prévoyons faire au cours de l'année 2019-2020.

MOIS	INVITÉE	SUJET/THÈME
Octobre	Marie-Pier Tessier de l'Étoile Co-fondatrice de l'OBNL <i>Îlot 84</i>	- Entrepreneuriat au féminin - Prise de risque chez les femmes - Modèle d'affaire des OBNL - Gestion de la croissance
Novembre	Sarah Mottet Directrice du département de marketing chez <i>Leger</i>	- Préjugés sur les <u>jeunes</u> femmes dans les postes de direction - L'ambition à un jeune âge - Direction de personnel
Décembre	Martine Roy Directrice régionale, développement des affaires LGBTQ2+ pour le <i>Groupe Banque TD</i>	- Injustices sociales en milieu de travail - Comment rendre les milieux de travail plus inclusifs ? - Sortir de sa zone de confort
Janvier	Julie Pouliot Directrice des ventes et développement de marché chez <i>Énergir</i>	- Réorientation de carrière - La vente, un domaine majoritairement masculin? - Initiative de développement durable chez <i>Énergir</i>
Février	[REDACTED]	- Comment se démarquer? - Créer son image de marque - Conseils pour faciliter la première année sur le marché du travail
Mars	[REDACTED]	- Femmes trans sur le marché du travail - Perte de privilèges - Crédibilité et leadership
Avril	[REDACTED]	- Monter les échelons dans une entreprise - Les défis dans la gestion d'organisations artistiques
Mai	[REDACTED]	- La place des femmes en recherche - Conciliation études-famille - La réalité du doctorat
Juin	[REDACTED]	- Évolution des médias numériques - Les tribunes médiatiques pour promouvoir l'égalité des genres - Urbania, une plateforme sans tabou
Juillet	À confirmer	- Technologie de l'information
Août	À confirmer	- Les femmes en consultation
Septembre	À confirmer	- Conciliation travail-famille

Nous avons déjà contacté toutes les invitées qui figurent dans ce tableau, et elles ont toutes démontré un vif intérêt envers notre projet, et acceptent d'y participer! Pour ce qui est du balado du mois d'octobre, celui-ci est déjà en ligne sur toutes les plateformes de diffusion, et nous vous invitons à aller l'écouter pour avoir un aperçu du genre d'échange que nous avons avec nos invitées. À la suite de la diffusion de notre premier balado, les étudiants étaient très réceptifs, et nous avons reçu plusieurs commentaires positifs. D'ailleurs, après seulement 3 jours, notre balado cumulait déjà 300 écoutes.

Contrairement à des conférences données à l'université, nos balados ont l'avantage d'être gratuits et peuvent s'écouter n'importe où, et n'importe quand, ce qui correspond davantage aux besoins des étudiants. En effet, nous avons nous-mêmes, en tant qu'étudiantes, été déçues à maintes reprises de ne pas pouvoir assister à certaines conférences. Avec les balados, tous peuvent avoir accès à du contenu de qualité très facilement et rapidement. De plus, nous croyons qu'ils vont apprécier l'initiative puisqu'aucun balado n'est réalisé au sein de la communauté étudiante de l'*Université de Montréal*. C'est une première!

## V. Présentation de l'équipe

■■■■■ est la cofondatrice du balado *Podcast Femmes en Affaires*, et une des deux animatrices. Elle est actuellement étudiante à la M. Sc en management à *HEC Montréal*, et possède un DESS et un baccalauréat de l'*Université de Montréal* en sciences de la communication. Cette expertise est très utile pour ce projet, puisque ■■■■ est responsable de la gestion des réseaux sociaux ainsi que de la planification des communications. De plus, elle rédige présentement son mémoire en gestion de crise. Celle-ci a donc suivi de nombreux cours de méthodologie, ce qui lui a permis de développer ses connaissances en matière d'entrevues et de collecte de données. Durant tout son parcours universitaire, ■■■■ s'est énormément impliquée dans la vie étudiante et associative, ce qui lui a permis de développer des compétences en gestion de projet. Elle s'est notamment beaucoup investie pour la cause de l'égalité des genres en créant l'association *ONU-Femmes Université de Montréal*, en étant membre du comité *Femmes en Affaires* et de la *Jeune Chambre du Commerce des Femmes du Québec*. Elle a également participé à la 63<sup>e</sup> commission du statut de la femme à l'*ONU*, et a ainsi découvert l'importance des rôles-modèles dans l'éducation et dans le travail pour l'atteinte de l'égalité des genres.

■■■■■ est la cofondatrice et la deuxième animatrice du balado. Elle est diplômée d'un baccalauréat en finance et management, puis elle a poursuivi ses études à la M. Sc en management stratégique à *HEC Montréal*. Elle est assistante de recherche pour l'institut d'entrepreneuriat de *HEC Montréal*, et rédige présentement son mémoire en gestion du changement. Ces expériences lui ont permis de perfectionner ses compétences en matière de collecte de données qualitatives. ■■■■■ a donc de la facilité à guider adéquatement des entretiens et elle sait poser les bonnes questions au bon moment. Lors des dernières années, ■■■■■ s'est elle aussi beaucoup impliquée dans la vie étudiante, puisqu'elle était membre de deux comités lors de son baccalauréat. D'ailleurs, grâce à son expérience en tant que vice-présidente exécutive de l'*AIDAE*, ■■■■■ sait maintenant gérer plusieurs dossiers simultanément, et elle réagit très bien aux imprévus. Pour finir, ■■■■■ a toujours eu à cœur la lutte contre les inégalités hommes-femmes en milieu de travail. Elle a notamment organisé une conférence abordant ce sujet lors de son baccalauréat. Elle souhaite sensibiliser et inspirer les jeunes femmes à foncer et à atteindre leurs objectifs, et ce, grâce à la diffusion de ce balado.

Les forces de ■■■■■ sont au niveau de l'idéation et de la communication, tandis que ■■■■■ trouve ses forces dans la production et dans la stratégie du balado, en créant des outils pour mettre en place le projet. Ainsi, elles forment une équipe complémentaire et efficace. Celles-ci sont également des amies dans la vie, ce qui fait en sorte qu'elles sont très à l'écoute l'une de l'autre, et elles ont développé une vision commune pour le *Podcast Femmes en Affaires*. Leur complicité est également un fort atout durant les entretiens, ainsi que dans le projet dans sa globalité.

La troisième membre du *Podcast Femmes en Affaires* est ■■■■■. Celle-ci est présentement en troisième année au baccalauréat à *HEC Montréal* en finance et affaires internationales. Ayant eu la chance de voyager et travailler à l'étranger, elle est particulièrement intéressée par les différences culturelles et les problématiques mondiales. Présentement membre du comité *Femmes en Affaires* de *HEC Montréal*, ■■■■■ a voulu s'impliquer davantage en participant à la conception du balado. Aimant toujours en apprendre davantage sur notre société et son évolution, ■■■■■ tient à participer à plusieurs projets engagés. C'est pour cette raison qu'elle représentera aussi *HEC Montréal* lors des jeux du Commerce de 2020 : elle fait partie de l'équipe de débat oratoire. En apprenant beaucoup sur l'argumentation et l'art oratoire, ■■■■■ développe plusieurs connaissances particulièrement utiles au balado. Au sein de notre équipe, ■■■■■ est la

responsable logistique. Elle s'occupe donc de l'organisation de chacun des balados et s'assure du bon déroulement technique.

## **VI. Plan de communication**

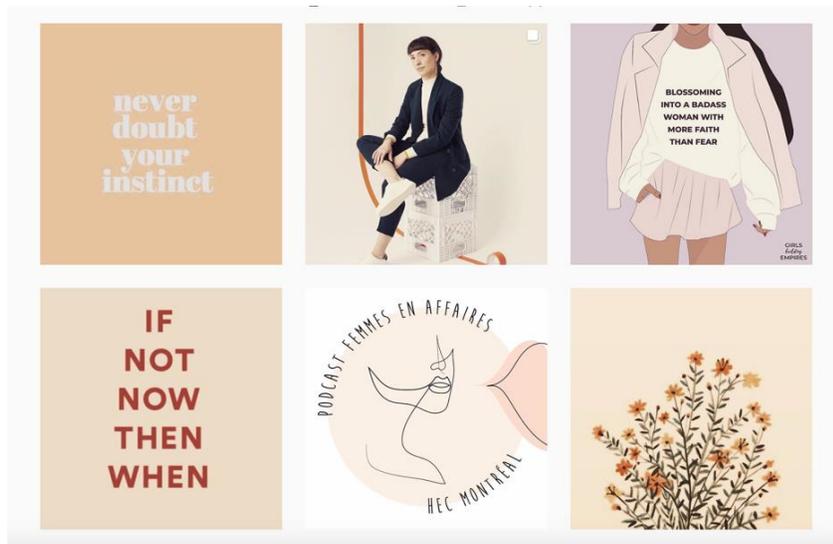
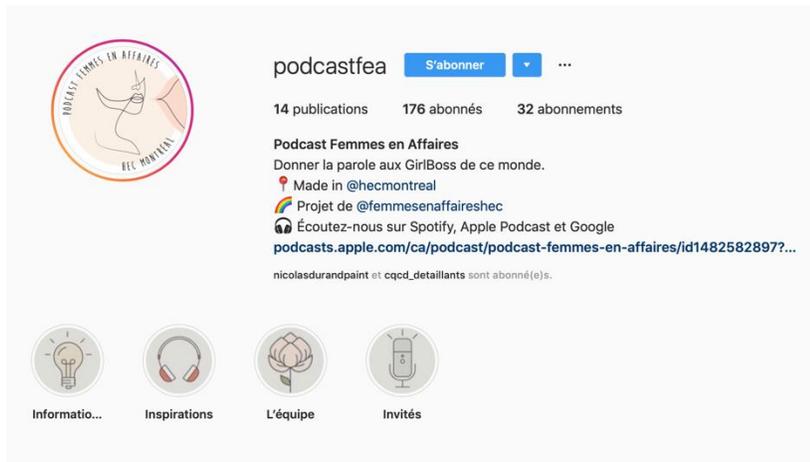
Notre projet s'intègre à une nouvelle tendance grandissante en communication : le balado. En effet, on note une popularisation globalisée du balado chez les moins de 40 ans, mais également chez la plupart des consommateurs de contenu audio ayant un téléphone intelligent<sup>4</sup>. Cette tendance est très visible dans les milieux de la communication, mais également du marketing web, puisque les balados aux thématiques variées se multiplient sur toutes les plateformes de diffusion. Cependant, la scène montréalaise du balado n'est pas encore très développée. En effet, il n'existe à ce jour aucun balado québécois traitant uniquement des femmes dans le monde des affaires. Les balados tels que *Brave* ou *Femmes de fer* vont plutôt interviewer des femmes qui ne sont pas nécessairement dans le domaine des affaires, et les discussions sont davantage orientées vers leur parcours personnel et non professionnel.

Cela étant dit, notre plan de communication a pour objectif de faire connaître le balado au plus grand nombre d'étudiants possible. Afin d'atteindre ce but, nous avons décidé de concentrer nos efforts sur deux réseaux sociaux, soit *Instagram* et *Facebook*.

Tout d'abord, le balado a son propre compte *Instagram* afin d'avoir une plateforme unique et personnalisée, qui nous permettra de créer et entretenir une communauté d'audience. Présentement, notre page compte 200 abonnés, mais nous prévoyons augmenter rapidement ce nombre à la suite de la diffusion des premiers podcasts. Afin d'inciter leur adhésion à notre page, nous avons créé une identité visuelle et une image de marque qui nous sont propres. En effet, nous misons sur un esthétisme minimaliste et moderne. De plus, nous présentons sur notre page des illustrations qui inspirent nos abonnés et qui sont en adéquation avec notre public cible et la mission de notre podcast. D'ailleurs, notre compte *Instagram* rejoint tout à fait notre public cible, puisque nos abonnés se retrouvent majoritairement dans la tranche d'âge des 18-24 ans.

---

<sup>4</sup> Win, R. (2019). Podcast Stats and Facts (New research from June). *Podcastinsights*, consulté à : <https://www.podcastinsights.com/podcast-statistic/>



Nous utiliserons ensuite le compte *Instagram* de notre partenaire clé, soit le comité *Femmes en Affaires*, afin qu'ils fassent la promotion de nos balados, en publiant par exemple une photo de l'invitée du mois. Leur compte *Instagram* possède déjà une forte notoriété et est reconnu dans le milieu universitaire et féministe pour son contenu de qualité. Nous utiliserons donc sa communauté engagée afin d'augmenter notre visibilité chez les étudiants.

Afin de rejoindre les étudiants des autres universités, nous allons proposer à d'autres comités féministes de partager notre projet. On peut penser par exemple à *Polyelles*, à *ONU Femmes Université de Montréal*, au programme *Réseau et Perspective féministe Université de Montréal*, à *Woman in Business : McGill Desautels*, à *Woman in Business : John Molson Business School*, à l'association des *Femmes en Affaires de l'ESG*, au comité féministe de l'*Université de Sherbrooke*, etc. Pour atteindre notre public cible, nous passerons également par la *Société des Relations d'Affaires*, la *Jeune Chambre du Commerce des Femmes du Québec*, ou encore par l'*École des*

*entrepreneurs du Québec*. Les membres de ces institutions sont de jeunes professionnels et étudiants qui ont entre 18 et 24 ans, ce qui correspond tout à fait au public que nous visons. De plus, nous pensons faire de la publicité auprès de différents réseaux professionnels de femmes auxquelles nous avons accès grâce au comité *Femmes en Affaires* de *HEC Montréal*, tels *Woman@BCG*, *Femmessor*, *Woman@Deloitte*, *Randstad*, etc.

Pour ce qui est de *Facebook*, nous nous appuyerons principalement sur les comptes personnels de trois membres du projet afin de publiciser le balado auprès de leur réseau direct. Il est important de noter que *Facebook* connaît un déclin dans sa capacité d'atteinte d'une grande audience de manière organique et sans frais. Nous avons donc alloué une somme d'argent dans notre budget afin de faire de la publicité marketing sur *Facebook*. Finalement, le comité *Femmes en Affaires* va également partager nos publications sur leur propre page *Facebook*, puisque ceux-ci ont déjà une communauté de presque 4 000 étudiants.



Finalement, il ne faut pas oublier que nos invitées vont sans aucun doute partager leur entrevue sur leurs propres réseaux sociaux ainsi qu'auprès de leur entourage, ce qui peut encore une fois nous permettre d'augmenter notre visibilité et de nous faire connaître auprès du plus de gens possible!

## VII. Planification budgétaire

### BUDGET 2019-2020 Podcast Femmes en Affaires

<b>Revenus</b>	
Bourse condition féminine par le Secrétariat à la condition féminine du gouvernement du Canada	1 000,00 \$
<i>Total des revenus</i>	<u>1 000,00 \$</u>
<b>Dépenses</b>	
Plateforme de diffusion	163,54 \$
Salaire technicien 55\$/podcast	440,00 \$
Matériel audio	
4 micros SM58 (40\$/jour)	160,00 \$
Carte de son Motu 828 MK3 (40\$/jour)	160,00 \$
Logiciel d'enregistrement en ligne (Audacity)	- \$
<i>Total matériel audio</i>	<u>320,00 \$</u>
Matériel vidéo	
Sony X70 (125\$/jour)	500,00 \$
Trépied Manfrotto 545B+ tête Sachtler FSB 8 (35\$/jours)	140,00 \$
<i>Total matériel vidéo</i>	<u>640,00 \$</u>
Montant attribué aux imprévues	200,00 \$
Publicité marketing Facebook/Instagram (40\$/mois)	480,00 \$
<i>Total des dépenses</i>	<u>3 203,54 \$</u>
<b>Déficit/surplus</b>	<b>(2 203,54) \$</b>

Afin de pouvoir réaliser notre projet, nous demandons une bourse d'un montant de 2 203,54 \$ à la fondation de l'ASEQ. Plus précisément, notre budget a été établi sur la base de l'enregistrement de huit balados à *HEC Montréal* dans leur studio, et quatre balados à l'extérieur de l'université. Pour ces derniers, nous devons donc comptabiliser la location du matériel audio. De plus, nous aimerions rendre accessibles nos balados sur *YouTube*. C'est pourquoi nous avons comptabilisé la location de matériel vidéo afin de filmer nos quatre derniers balados avec de l'équipement de qualité. Il est important pour nous d'avoir autant une excellente qualité de son que d'image. Finalement, nous avons également pris en compte des frais pour certains imprévus ainsi que les frais de publicité sur les réseaux sociaux, qui sont primordiaux pour augmenter notre nombre d'écoutes.

La bourse nous permettrait de réaliser des balados de grande qualité, et de nous faire connaître le plus rapidement possible. Après un an, notre plan serait de monétiser nos balados, afin de pouvoir faire perdurer le projet, et que celui-

ci soit indépendant financièrement. Le balado resterait gratuit pour les auditeurs, mais il pourrait y avoir une publicité au début de celui-ci. Cependant, afin de monétiser nos discussions, il faut atteindre 5000 écoutes pour l'ensemble de nos plateformes de diffusion. La bourse nous aiderait donc grandement à produire du contenu de qualité, qui serait récurrent pour les étudiants à travers le Québec, ce qui favorise l'écoute de nos discussions.

### **VIII. Échéancier du projet**

Nous allons diffuser le balado mensuellement, le 4 de chaque mois. Pour ce qui est de l'horaire des invités, celui-ci respectera la séquence planifiée dans le tableau présenté dans la section *description du projet* ci-dessus. Pour un échéancier détaillé des tâches à réaliser, vous pouvez consulter notre diagramme de Gantt présenté dans le fichier Excel joint au courriel.

En conclusion, nous aimerions vous remercier pour l'intérêt que vous portez envers notre projet. Nous sommes persuadées que le *Podcast Femmes en Affaires* peut avoir un impact positif pour la communauté étudiante et que celui-ci pourrait être un vecteur de changement à travers la diffusion de rôles-modèles inspirants.

## Annexes

### Annexe 1 : Photos du studio d'enregistrement à *HEC Montréal*







