

# **Faire connaître Les Chapeautés, et rechercher potentiels prescripteurs de ses futurs « chapeaux ».**

Contexte de la société :

Les Chapeautés c'est le projet de faire admettre, en France (car des initiatives existent déjà en Angleterre, au Québec et aux Etats-Unis), la calvitie féminine sans qu'elle soit systématiquement assimilée à un cancer. Chauve depuis fin 2009, suite à une pelade décalvante totale (maladie auto-immune bénigne mais fortement visible), je me suis acceptée tel que je suis et mon entourage m'accepte tel que je suis, sans discrimination. On me dit même être un symbole de la différence ! Mais ma plus grande difficulté reste de faire assoir ma crédibilité au-delà de mon entourage sans être systématiquement assimilée à une femme malade. Personnellement, je suis en pleine forme et ma calvitie (alopécie pour les puristes) ne m'occasionne aucun handicap outre qu'esthétique. J'arrive donc à accepter et contredire ces jugements mais ressens le mal de certaines femmes réellement malades à qui l'ont renvoie systématiquement cette image de la maladie. Aussi, Les Chapeautés c'est le projet de développer des moyens qui permettraient d'oublier cette image de la maladie trop facilement associée à la calvitie féminine (exemple de moyen : ligne de "chapeaux" d'intérieur personnalisables pour femmes tant chauves que chevelues, dont la marque, Hoséa, amènerait le public à prendre connaissance de ce qu'est l'alopécie et à la reconnaître comme une potentielle norme et non une maladie).

Description du succès :

Un succès : un rendez-vous avec une entité morale prête à s'engager dans l'achat d'une série d'au moins 25 « chapeaux » Hoséa personnalisés à son besoin.

Caractéristiques de la clientèle :

Ma cible : - entreprises avec hôtesse d'accueil - entreprise ayant des cadeaux à offrir à des femmes, salariées et/ou clientes - association organisant des manifestations féminines, sportives par exemple - les établissements scolaires dont les enfants offrent des cadeaux à leurs parents et pour lesquels l'élément de personnalisation pourraient fabriqué par les enfants en classe – etc.

Type de démarches prospectives attendues :

La calvitie féminine est notre bataille mais à travers ce projet c'est tout simplement la TOLERANCE de la DIFFERENCE qui est mise en valeur.

Autres informations :

Script commercial fourni :

Fichier de contact existant :

Remboursement des déplacements :

Objectifs de succès : 5

Prix par succès : 40 euros