

# Appel à projets de l'IMI

## Aider les médias à renforcer les liens avec le public et à favoriser son engagement

### 1. Sujet et objectif

#### 1.1 Thématique générale

La plupart des médias se posent la question du renouvellement de leur audience. Ils se demandent aussi comment créer un lien de confiance fort avec leur communauté. Ils sont conscients que l'ancienne relation dissymétrique entre un média "émetteur" et des audiences "réceptrices" n'est plus pertinente, ou n'est plus perçue comme telle par les générations nées avec l'avènement du web qui cherchent un vrai dialogue. Les médias ouvrent leurs portes, font preuve de davantage de transparence et imaginent des modèles éditoriaux et économiques favorisant un plus grand engagement réciproque entre eux et leurs publics.

Au moment où la défiance s'installe envers les grandes plateformes américaines, qui ont été les plus efficaces à offrir des lieux d'expression au grand public, les médias ont une place à prendre pour proposer une alternative pertinente à Facebook, YouTube, Twitter, etc. Comment mieux adapter son offre médiatique à son audience ? Comment créer un lien avec sa communauté ? Comment susciter les idées et ouvrir les rédactions ? Quels modèles d'affaires peuvent être développés pour un média "ouvert" et comment penser la rentabilité de ces nouveaux modèles ? Quels outils technologiques mobiliser pour encourager le lien entre média et public ? Quel est le rôle social d'un média ainsi positionné ?

Avec cet appel à projets, l'IMI entend défendre le principe d'une recherche appliquée permettant aux médias partenaires d'avancer dans leur processus de digitalisation et leur quête de solutions viables, et aux institutions scientifiques de faire avancer la recherche dans leurs domaines.

#### 1.2 Axes prioritaires

L'IMI encourage le dépôt de tout projet de recherche appliquée s'inscrivant dans la thématique générale de l'appel (1.1), correspondant aux types de projets de recherche attendus (1.3) et répondant aux critères et conditions (1.4 et 2). Sans qu'ils ne soient exclusifs, les axes suivants seront particulièrement considérés :

- **Comprendre plus finement l'audience** (mesure des audiences et des *analytics*, exploitation des données, études qualitatives, repérage de signaux faibles de discussion, etc.).
- Tirer parti des **nouvelles technologies** pour mieux répondre aux attentes du public (personnalisation, recommandation de contenu, rédaction automatisée, création automatique de vidéo, etc.).

- Faire évoluer les **modèles d'affaires** traditionnels pour faciliter l'adoption du public et stimuler leur participation (micropaiement, monétisation alternative, financement participatif, etc.).
- Penser la **pérennité et la viabilité économique** de modèles d'engagement et de participation des publics pour une information de qualité.
- Assurer l'**accessibilité aux médias**, à tous les publics, tout en s'adaptant aux nouveaux modes de consommation des audiences (expérience utilisateur, design d'interface, accessibilité, etc.).
- Explorer **des formats et des narrations** favorisant l'interactivité avec les publics (interfaces conversationnelles, objets connectés, narrations interactives, formats immersifs, *gamification*, etc.).
- Favoriser les **dispositifs de transparence et d'engagement** des médias envers leurs publics (évaluation de l'existant et expérimentation) : dispositif de dialogue (ex. Info Verso, Hyperlien), rencontres, rédaction ouverte, etc.
- Repenser les **modalités de participation des publics** (espace de commentaires, enquête collaborative, *crowdsourcing*, etc.).
- Étudier la question du rapport de confiance aux médias **dans le contexte plurilingue suisse** et proposer des solutions pour renforcer un engagement au niveau national plutôt que régional.

### 1.3 Types de projets de recherche souhaités

L'IMI soutient les types de projets suivants :

- Des projets de recherche expérimentaux et appliqués avec des bénéfices pour les médias, en proposant, par exemple, des prototypes de solutions, des outils, des approches pratiques, qui puissent être testés dans les rédactions et intégrés dans leur flux de production ou implémentés sur leurs supports numériques.
- Des projets de recherche pluridisciplinaires portant sur les pratiques professionnelles, les narrations, les enjeux économiques, les publics, etc.

Dans les deux cas, des collaborations avec les médias membres de l'IMI sont attendues pour favoriser ces démarches.

D'autre part, les projets doivent s'appuyer sur la connaissance des initiatives, outils ou expériences déjà menés ailleurs, en Suisse mais aussi à l'international. Les porteurs/ses de projet sont invités à expliciter cette dimension dans le document de soumission (état de l'art, *benchmark*, bonnes pratiques, etc.), voire à établir un contact préalable avec d'éventuels partenaires à l'international.

## 1.4 Durée, budget et début des projets

L'IMI n'entrera en matière que pour les propositions de projets qui respectent les dispositions suivantes :

- La durée typique d'un projet IMI soumis dans le cadre du présent appel est de 12 mois. Des subsides pourront exceptionnellement être alloués pour des durées plus longues (au max. 18 mois). Des projets peuvent également être déposés pour des périodes plus courtes.
- Le montant alloué par projet ne pourra pas excéder CHF 150'000 pour 12 mois, hors *overheads*.
- Les frais imputables au budget IMI sont principalement des salaires liés à la recherche scientifique (post-doc, collaborateur scientifique, etc.), auxquels peuvent s'ajouter quelques frais de fonctionnement, ainsi que des *overheads* conformément aux règles applicables de l'institution du/de la porteur/se de projet. Le montage du budget devra être conforme au modèle figurant à l'Annexe 1 et faire apparaître les collaborations envisagées.
- Les fonds octroyés par l'IMI sont gérés par le/la porteur/se de projet relevant d'une institution scientifique membre de l'IMI (voir 2.1) qui a ensuite la possibilité d'en attribuer une partie aux éventuels partenaires académiques, médiatiques ou de l'industrie.
- Le budget peut ainsi comprendre des prestations qui sont fournies par le/les partenaire/s médiatique/s dans le cadre du projet, en dehors de l'échange d'expertise et du suivi de projet.
- Les projets financés par l'IMI peuvent faire l'objet de financements complémentaires de la part de tiers sous certaines conditions qui devront être discutées avec l'IMI au préalable.
- Les projets doivent débuter entre le 1<sup>er</sup> mars 2020 et le 1<sup>er</sup> juin 2020.

## 2. Conditions et engagements relatifs aux projets IMI

### 2.1 Modalités de participation aux projets de recherche

Dans sa volonté de valoriser les recherches appliquées, l'IMI considérera les propositions de projets fondées sur le modèle suivant :

- Tout projet financé dans le cadre de cet appel doit être réalisé au sein d'au moins une institution scientifique membre de l'IMI (EPFL, Université de Genève, Université de Lausanne, Université de Neuchâtel, HES-SO Valais-Wallis) et être dirigé par un/e porteur/se de projet relevant de cette institution.
- Des collaborations entre les secteurs scientifique et médiatique sont attendues dans le cadre de ces projets, par la participation d'au moins un média membre de l'IMI (parmi les groupes Ringier/Ringier Axel Springer, SSR et ESH Médias) auquel le/la porteur/se devra s'associer.

- Un projet peut également être déposé par un ou plusieurs médias membres de l'IMI, à travers un co-portage avec une institution scientifique.
- Les porteurs/ses de projets sont invités/es à construire ces partenariats de préférence avant le dépôt du pré-projet (voir 3.1), mais au plus tard avant le dépôt du projet complet (voir 3.2). Avant ces échéances, les porteurs/ses de projets sont encouragés/es à prendre contact avec l'IMI afin de faciliter cette démarche.
- Des collaborations avec des institutions extérieures à l'IMI (y compris à l'international) peuvent également être envisagées, qu'elles soient académiques, médiatiques ou de l'industrie.
- Il n'y a pas de limite de nombre de projets soumis par institution ou par personne. Néanmoins, l'IMI ne financera qu'un seul projet par porteur/se de projet.

## 2.2 Engagements du/de la porteur/se du projet et de l'IMI

Chaque porteur/se de projet s'engage à :

- Faire un bref rapport financier et scientifique semestriel. Au plus tard 3 mois après la fin de la période de financement, il/elle devra remettre un rapport financier et scientifique final. Le rapport financier précisera la manière dont les fonds ont été utilisés. Le rapport scientifique présentera entre autres les réalisations et résultats du projet, ainsi que les perspectives de poursuite (incubation, développement, etc.).
- Participer à un événement de valorisation des projets financés par l'IMI à l'issue de la 1<sup>ère</sup> année.
- Rendre public et assurer un libre accès aux résultats du projet ainsi qu'aux éventuels développements techniques (code source, jeux de données, etc.).
- Offrir la possibilité à un ou plusieurs membres de l'IMI qui le souhaitent de poursuivre le projet, de manière bilatérale, selon des conditions à définir conjointement.

L'IMI s'engage à :

- Garantir que chaque porteur/se et chaque participant/e du projet demeure propriétaire des résultats obtenus dans l'exécution du projet et de tous les droits de propriété intellectuelle et droits d'utilisation y relatifs.
- Garantir que chaque chercheur/se et toute institution académique impliquée dans le projet jouissent d'une totale liberté de recherche, d'enseignement et de publication.
- Garantir que chaque média impliqué dans le projet jouisse d'une totale liberté d'information et éditoriale.

## 2.3 Contrat de recherche

Chaque porteur/se de projet, via son institution, aura l'obligation de signer un contrat de recherche ("Grant Agreement") avant d'obtenir un subside de la part de l'IMI. Celui-ci réglera entre autres l'échelonnement des versements, les rapports à fournir par le/la porteur/se de projet, les publications scientifiques, la propriété intellectuelle et les modalités d'exploitation des résultats.

## 3. Soumission des propositions de projets

La soumission des projets se fera en deux temps. Un pré-projet présentera les grandes lignes du projet, son calendrier et l'enveloppe budgétaire demandée. Si le pré-projet est retenu, le/la porteur/se du projets sera invité/e à remettre le projet complet.

### 3.1 Pré-projet pour la première évaluation (au max. 3 pages)

Les propositions de pré-projets, de maximum 3 pages, en français ou en anglais, doivent être soumises au plus tard le **13 octobre 2019 à 17h00** par email, à l'adresse [projects@media-initiative.ch](mailto:projects@media-initiative.ch) et doivent inclure :

1. Le titre du projet.
2. La description générale du projet : état de l'art, objectifs, méthodes, résultats attendus.
3. La plus-value envisagée pour les membres de l'IMI (innovation scientifique et bénéfiques pour les médias).
4. L'enveloppe budgétaire sollicitée, les principaux postes de dépenses et les partenaires concernés.
5. La présentation des personnes impliquées dans le projet (porteur/se, collaborateur/rice, partenaire, etc.), qu'elles relèvent du secteur scientifique ou médiatique<sup>1</sup>.

### 3.2 Projet pour l'évaluation complète (au max. 12 pages)

La soumission pour évaluation complète est réservée aux porteurs/ses de projets qui auront reçu un préavis favorable suite à la première évaluation (pré-projet). Les propositions de projets complètes, composées de maximum 12 pages, en français ou en anglais, doivent être soumises au plus tard le **8 décembre 2019 à 17h00** par email, à l'adresse [projects@media-initiative.ch](mailto:projects@media-initiative.ch) et doivent inclure :

1. Le titre du projet.
2. Un résumé (au max. 300 mots) et des mots-clés (au max. 6).
3. La description complète du projet : état de l'art, objectifs, méthodes, résultats attendus.

---

<sup>1</sup> A ce stade de soumission des projets, les porteurs/ses de projets ont la possibilité de prendre contact avec l'IMI afin de créer les partenariats nécessaires.

4. La plus-value pour la recherche :
  - a. En quoi le projet proposé est-il innovant pour la recherche ?
  - b. Une description de la dimension pluridisciplinaire du projet.
5. L'innovation pour les médias :
  - a. En quoi le projet proposé est-il innovant pour le secteur des médias ?
  - b. Quels sont les bénéfices concrets envisagés pour les partenaires médias de l'IMI (utilisabilité, répliquabilité, pérennité) ?
6. Le détail des livrables du projet (conception et/ou développement d'outils, publications scientifiques, etc.).
7. Le calendrier du projet et les principales étapes.
8. Le budget détaillé (en précisant si le financement est total ou partiel et quelles autres sources de financement sont le cas échéant mobilisées) selon le modèle figurant à l'Annexe 1. Le budget doit également faire apparaître les collaborations envisagées.
9. Des éléments sur la portée sociétale du projet.
10. La présentation du/de la porteur/se ou des co-porteurs/ses de projet (merci de joindre les CV en annexe) et les noms, fonctions et apports dans le projet des partenaires académiques, médiatiques et de l'industrie associés. Des lettres de soutien peuvent éventuellement être jointes au document de soumission.
11. Un chiffrage des tâches du ou des médias associés au projet afin d'évaluer la charge de travail requise.
12. Des remarques complémentaires que vous souhaitez porter à la connaissance des évaluateurs (propriété intellectuelle, dépôt de brevet, etc.).

## 4. Processus, critères d'évaluation et calendrier

### 4.1 Processus

Les propositions de projets qui seront soumises dans le cadre de cet appel à projets seront évaluées par le Conseil Scientifique de l'IMI (en deux temps, voir 4.3), qui fera ensuite une recommandation au Comité de l'IMI pour la sélection des projets de recherche qui recevront un subside.

### 4.2 Critères d'évaluation

Les principaux critères d'évaluation sont les suivants :

- Inscription dans la thématique de l'appel à projets.

- Collaboration entre secteurs académique, médiatique et de l'industrie.
- Potentiel d'innovation et de recherche (qualité du projet, pertinence scientifique).
- Caractère pluridisciplinaire du projet.
- Potentiel d'innovation et d'opérationnalisation pour le secteur des médias.
- Bénéfices pour les membres de l'IMI (utilisabilité, répliquabilité, pérennité).
- Expertise du/de la porteur/se du projet et des partenaires impliqués.
- Portée sociétale du projet.
- Objectifs (réalisables).
- Calendrier (tenable).
- Budget (raisonnable).

### 4.3 Calendrier

Le Conseil Scientifique de l'IMI terminera l'évaluation des propositions de pré-projets le **10 novembre 2019**, suite à quoi l'IMI informera les porteurs/ses de projets par écrit. Le Conseil Scientifique terminera ensuite l'évaluation des propositions de projets complètes le **19 janvier 2020**, puis enverra ses recommandations au Comité de l'IMI. Le Comité validera les projets retenus à l'occasion d'une séance qui aura lieu en **février 2020**, après quoi l'IMI prendra contact avec les porteurs/ses de projets par écrit.

## 5 Présentation de l'IMI

### 5.1 Description

L'IMI est un consortium de partenaires académiques, publics et privés qui a été créé en janvier 2018 dans le but de soutenir et de développer l'innovation dans le domaine des médias et des technologies de l'information. L'objectif de cette alliance est d'initier des projets de recherche auprès des universités partenaires et de mener des activités de soutien à l'innovation, notamment à travers l'organisation d'événements et la création d'une communauté réunissant des chercheurs, des professionnels des médias et des investisseurs.

Pour y parvenir, les membres fondateurs de l'IMI à savoir l'EPFL, la SSR, Ringier et le Triangle Azur – le réseau réunissant les Universités de Genève, Lausanne et Neuchâtel – ainsi que les membres associés de l'IMI comme le partenariat entre ESH Médias et l'HES-SO Valais-Wallis, maintiennent un fonds de soutien à l'innovation doté annuellement de 700'000 francs. L'Office fédéral de la communication (OFCOM) soutient également des projets au sein de l'Initiative. L'IMI est ouverte à tous les acteurs privés ou publics, de Suisse ou de l'étranger, qui souhaitent la rejoindre et qui sont actifs dans le domaine concerné.



INITIATIVE  
FOR  
MEDIA  
INNOVATION

C/O EPFL I MEDIA  
EPFL INNOVATION PARK, BUILDING J  
CH-1015 LAUSANNE  
+41 21 693 91 27

**EPFL**

 Ringier

**SRG SSR**

 Triangle  
Azur

Université de Genève  
Université de Lausanne  
Université de Neuchâtel

**eshmédias**

**Hes·SO**  VALAIS  
WALLIS

## 6 Contact

Mounir Krichane

Directeur

IMI - Initiative pour l'innovation dans les médias

c/o EPFL I MEDIA

EPFL Innovation Park, Bâtiment J

CH - 1015 Lausanne

Tél. : +41 21 693 91 27 (mardi, mercredi et jeudi)

Email : [info@media-initiative.ch](mailto:info@media-initiative.ch)

<https://www.media-initiative.ch/>



## 7 Annexe 1 : Modèle de budget de projet

### Coûts directs

#### Coûts directs de personnel (salaires)

Titre, prénom, nom	Institution / organisation	Rôle au sein du projet <sup>2</sup>	Implication (%)	Durée (mois)	Coût total <sup>3</sup>

#### Autres coûts directs

Description	Coût total <sup>4</sup>
Frais de recherche / de terrain	
Frais d'hébergement web / de calcul	
Frais de publication / de dissémination	
Frais de déplacement	
Frais de consultant / sous-traitant	
Autres frais de fonctionnement	

<b>Total coûts directs (a)</b>	
--------------------------------	--

### Coûts indirects

#### Overhead

Les projets menés par une institution scientifique peuvent faire l'objet d'un *overhead*. Ces *overheads* couvrent une partie des coûts indirects (notamment les coûts d'infrastructure et de gestion) liés aux activités de recherche.

<sup>2</sup> Postdoc, doctorant/e, collaborateur/rice scientifique, assistant/e, étudiant/e, développeur/se, etc.

<sup>3</sup> Incluant les charges sociales.

<sup>4</sup> Le/la porteur/se de projet est invité/e à décrire et motiver chacun de ces coûts si ceux-ci ne sont pas explicités dans la proposition de projet.



Total des coûts directs impliqués	Overhead (%)	Montant de l'overhead

<b>Total coûts indirects (b)</b>	
----------------------------------	--

<b>Total financement demandé (a+b)</b>	
----------------------------------------	--