

DEMANDE DE FINANCEMENT À L'IMI

1. Sujet et objectif

1.1 Contexte général

Sous l'impulsion du numérique, les médias traditionnels sont confrontés à de nombreux défis majeurs qui menacent leur existence et les obligent à se transformer : convergence des médias, concurrence croissante des plateformes, évolution des modes de consommation des audiences, défiance du public envers les médias, accélération des avancées technologiques, etc. L'ampleur de ces enjeux nécessite d'imaginer des approches pluridisciplinaires associant l'industrie, les sciences humaines et sociales et les sciences de l'ingénierie, dans une recherche de solutions fondées sur des collaborations entre les acteurs professionnels et scientifiques.

En apportant son soutien à des projets de recherche, 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 Problématiques prioritaires

L'IMI encourage le dépôt de tout projet de recherche appliquée s'inscrivant dans le contexte général que traversent les médias (1.1), correspondant aux types de projets de recherche attendus (1.3) et répondant aux critères et conditions (1.4 et 2). Sans qu'elles ne soient exclusives, les problématiques suivantes sont prioritaires :

- Garantir la qualité et la diversité de l'information.
- Faire évoluer les modèles d'affaires traditionnels.
- 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.).
- Tirer parti du potentiel de l'intelligence artificielle tout en respectant la vie privée des utilisateurs (personnalisation, recommandation de contenu, rédaction automatisée, création automatique de vidéo, analyse des réseaux sociaux, optimisation de la diffusion de contenus, vérification de l'information, etc.).
- Créer un lien de confiance avec le public et encourager l'engagement et la participation de l'audience.
- Explorer des formats et des narrations favorisant l'interactivité avec les publics.
- Mieux comprendre les pratiques des publics et fournir une meilleure connaissance de l'audience et de son évolution pour répondre à ses nouvelles attentes.
- Garantir l'indépendance des médias, notamment dans un contexte de pressions politiques et économiques et de la place prise par de grandes plateformes dans la distribution et l'accès à l'information.

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.
- Des projets de recherche exploratoires, pouvant comporter une prise de risque, et qui pourront servir de base à la construction de projets plus appliqués.

Dans tous les 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 :

- L'IMI vise à financer des projets de durée variable :
 - Projets à court terme : généralement en vue de démontrer la faisabilité de nouvelles approches, méthodes ou idées d'application sur une période de quelques mois.
 - Projets à moyen terme : typiquement sur une période de 12 mois afin d'obtenir un résultat concret.
 - Projets à plus long terme : recherches plus ambitieuses, sur une période maximale de 3 ans, réservées à certaines problématiques prioritaires qui sont motivées par le ou les médias associés au projet. Pour les projets de 2 ans ou plus, une évaluation annuelle par le Conseil Scientifique de l'IMI décidera de la poursuite ou non du projet en fonction du respect des livrables intermédiaires à fournir (voir 2.2).
- Le montant alloué par projet ne devrait en principe pas dépasser 120'000 CHF par année, 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.
- L'IMI encourage l'apport de financements complémentaires de la part de tiers dans le cadre des projets qui bénéficient de son soutien. Le cas échéant, le/la porteur/se de projet devra au préalable

en discuter avec l'IMI, notamment pour les questions liées à la propriété intellectuelle et à l'accès aux résultats.

- Les projets doivent en principe débiter au maximum 3 mois après la décision de l'IMI relative à l'obtention d'un subside (voir 4.3).

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 par l'IMI 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 et la SSR) 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 avant le dépôt du projet (voir 3). Avant cela, 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) sont encouragées, 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.

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 à mi-parcours (projets de moins de 2 ans) ou annuel (projets de 2 ans ou plus) qui sera examiné par le Conseil Scientifique de l'IMI selon les dispositions du contrat de recherche (voir 2.3). Pour les projets de 2 ans ou plus, l'évaluation annuelle décidera plus particulièrement de la poursuite ou non du projet en fonction du respect des livrables intermédiaires à fournir. Au plus tard 2 mois après la fin de la période de financement, il/elle devra remettre un rapport financier et scientifique final, également à l'intention du Conseil Scientifique de l'IMI. 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 des événements de valorisation des projets financés par l'IMI.
- Favoriser un libre accès aux résultats du projet et notamment aux éventuelles publications scientifiques, voire à certains 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

Les propositions de projets, composées de maximum 12 pages, en français ou en anglais, doivent être envoyées par email, à l'adresse projects@media-initiative.ch, après un premier contact avec l'IMI pour une discussion préliminaire (voir 4.3) 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.
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 le/les partenaire/s médiatique/s du projet (utilisabilité), et plus généralement pour l'ensemble des médias membres de l'IMI (réplicabilité, 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.
11. Un chiffrage des tâches du ou des médias associés au projet afin d'évaluer la charge de travail requise.

12. Une lettre de soutien de chaque média associé au projet, qui décrit les objectifs que chacun souhaite atteindre à travers le partenariat.

13. Des remarques complémentaires que vous souhaitez porter à la connaissance des évaluateurs (propriété intellectuelle, dépôt de brevet, etc.).

A la place d'une proposition de projet complète, les porteurs/ses de projets ont la possibilité de soumettre une proposition d'avant-projet, composée de maximum 3 pages, en français ou en anglais, qui présente les grandes lignes du projet, son calendrier et l'enveloppe budgétaire demandée, en vue d'obtenir un avis préliminaire de la part de l'IMI avant le dépôt d'une proposition de projet complète.

4. Processus, critères d'évaluation et calendrier

4.1 Processus

Les propositions de projets qui seront soumises à l'IMI seront évaluées par le Conseil Scientifique de l'IMI, 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 au moins une des problématiques prioritaires de l'IMI (1.2).
- 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.
- Bénéfiques 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

À partir de janvier 2021, les demandes de subsides peuvent être soumises à tout moment après un premier contact avec l'IMI pour une discussion préliminaire. La procédure d'évaluation dure généralement jusqu'à 3 mois, après quoi l'IMI prend contact avec les porteurs/ses de projets par écrit afin d'annoncer la décision prise par le Comité de l'IMI. Les projets doivent en principe débiter au maximum 3 mois après la décision de l'IMI relative à l'obtention d'un subside.

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 stimuler l'innovation dans le domaine des médias, tant par les technologies de l'information qu'en relation avec les sciences humaines et sociales. Notre objectif est d'initier des projets de recherche et d'innovation au sein de nos universités affiliées et en partenariat avec nos médias membres, et de mener des activités visant à promouvoir l'innovation en s'engageant auprès d'une communauté plus large impliquant des chercheurs, des professionnels des médias et des investisseurs.

Pour y parvenir, nos membres fondateurs, à savoir l'EPFL, la SSR, Ringier et le Triangle Azur — le réseau réunissant les Universités de Genève, Lausanne et Neuchâtel — ainsi que nos membres associés, comme la HES-SO Valais-Wallis, maintiennent un fonds de soutien à l'innovation doté d'un budget annuel de 700'000 CHF. L'Office fédéral de la communication (OFCOM) a également cofinancé des projets dans le cadre de notre Initiative. Nous sommes ouverts à tous les acteurs privés ou publics, de Suisse ou de l'étranger, qui souhaitent nous rejoindre et qui sont actifs dans les domaines concernés.



6 Contact

Mounir Krichane
Directeur

IMI - Initiative for Media Innovation
c/o EPFL AVP CP MEDIA
CM 1 518 (Centre Midi)
Station 10
CH-1015 Lausanne

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

Email : 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 ¹	Implication (%)	Durée (mois)	Coût total ²

Autres coûts directs

Description	Coût total ³
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	

Total coûts directs (A)

Coûts indirects

Overheads

Les projets menés par une institution scientifique peuvent faire l'objet d'*overheads*, conformément aux règles de l'institution qui sont prévues à cet effet. Ces *overheads* couvrent une partie des coûts indirects (notamment les coûts d'infrastructure et de gestion) liés aux activités de recherche. Lorsque plusieurs institutions collaborent sur un projet, chaque institution peut déduire ses *overheads* séparément sur la base du financement qui lui est attribué.

¹ Postdoc, doctorant/e, collaborateur/rice scientifique, assistant/e, étudiant/e, développeur/se, etc.

² Incluant les charges sociales.

³ 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	Overheads (%)	Montant des overheads

Total coûts indirects (B)	
----------------------------------	--

Total fonds demandés (A + B)	
-------------------------------------	--