



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE



Département des
études, de la
prospective et des
statistiques



Labex Industries
Culturelles et
Création Artistique

Appel à propositions de recherche

11 septembre 2015

LE FINANCEMENT PARTICIPATIF DANS LES ARTS, LA CULTURE ET LES MÉDIAS (EXTRAIT)

SOMMAIRE :

- I Contexte, thèmes et objectifs
- II Procédure de sélection et calendrier
- III Modalités administratives
- IV Annexe 1 : Demande de subvention de recherche
- V Annexe 2 : Demande de subvention : pièces à fournir
- VI Annexe 3 : Autorisation institutionnelle de participation à l'appel à propositions de recherche

I – CONTEXTE, THÈMES ET OBJECTIFS

Produit de la révolution dite numérique, le financement participatif ou *crowdfunding* constitue un nouveau mode de financement de projets dans le domaine des arts, de la culture et des médias. Au moyen d'une plate-forme en ligne jouant le rôle d'intermédiaire, il permet le rapprochement et la collaboration de porteurs de projet avec un nombre potentiellement très élevé d'investisseurs ou de donateurs individuels dont la contribution financière peut être plus ou moins importante. Ce mode de financement se développe rapidement. Il est parfois présenté comme un moyen prometteur de financer des projets innovants qui ne seraient pas menés à bien sinon.

Par sa nature, le *crowdfunding* peut être associé à plusieurs questions importantes dont, entre autres, celle de l'autoproduction et de l'autoédition, celle de la prise et du partage du risque, celle du renouvellement créatif et de l'innovation (en dynamique, ampleur, diversité et pluralisme des produits), celle des modèles d'affaires numériques, celle du mode de financement des petites et moyennes entreprises innovantes, celle de la philanthropie des particuliers et leur motivation et enfin celle d'occasions d'investissement « différentes » pour des parties prenantes.

La littérature en économie et en gestion, sous la forme de résultats de travaux publiés dans des revues ou des ouvrages scientifiques, est encore jeune et limitée pour décrire et mieux comprendre le fonctionnement et les conséquences des pratiques de *crowdfunding*. Pour cette raison, de nouveaux résultats de recherche empirique, reposant en particulier sur l'exploitation de données individuelles d'une ou plusieurs plates-formes françaises (voir encadré ci-après), seraient bienvenus pour apporter des éléments de réponse au questionnement précisé ci-après. Cela conduit le Département des études, de la prospective et des statistiques du ministère de la Culture et de la Communication (DEPS) et le Labex Industries Culturelles et Création Artistique (Labex ICCA) à lancer le présent appel à propositions de recherche.

A) Contexte

Le recours récent au financement participatif dans le domaine des arts, de la culture et des médias et les espoirs et enjeux qui y sont liés s'inscrivent dans le contexte suivant.

Dans la production et la diffusion de biens d'expérience (Nelson, 1970) caractérisés par la propriété structurelle du « personne ne sait » (*nobody knows property*) de l'économiste Richard Caves (2000, 2003)¹, les difficultés rencontrées pour financer des projets, *a fortiori* lorsqu'ils sont originaux voire insolites, en particulier auprès d'acteurs financiers traditionnels, sont fréquemment dénoncées. Dans une perspective plus générale, cet élément de contexte est à rapprocher des difficultés rencontrées par les petites et moyennes entreprises innovantes en matière de financement, en particulier depuis la crise financière débutée en 2007, ces entreprises étant souvent présentées comme une source importante de croissance et de création d'emplois.

Dans le cadre français d'un fort interventionnisme dans le domaine des arts, de la culture et des médias, un deuxième élément de contexte est la plus forte contrainte budgétaire que connaissent ces dernières années les décideurs publics face à une demande régulière de soutien par les acteurs du domaine. Ceci a conduit les premiers à promouvoir et inciter au développement des recettes ou ressources propres ainsi qu'à celui des soutiens de nature privée (philanthropie, volontariat et bénévolat, mécénat, parrainage ou *sponsoring*, etc.).

¹ Qui « fait référence à l'incertitude fondamentale à laquelle fait face le producteur d'un bien créatif. »

Ces deux premiers éléments de contexte sont liés à la question de savoir si le *crowdfunding* sera à terme un moyen additionnel pérenne de financement privé, à rapprocher du mode de financement philanthropique par les particuliers, et si ce nouveau canal de financement sera un complément ou un substitut aux autres canaux privés. C'est dans cette interrogation qu'il faut ici signaler les récentes modifications réglementaires relatives au financement participatif en France (avec l'ordonnance n° 2014-559 du 30 mai 2014 et le décret n° 2014-1053 du 16 septembre 2014 entré en vigueur le 1^{er} octobre 2014). Ces réglementations portent notamment sur les conditions d'accès et d'exercice et les règles de bonne conduite des conseillers en investissements participatifs et des intermédiaires en financement participatif ainsi que sur les plafonds applicables aux prêts et aux emprunts. Elles devraient contribuer positivement au développement du *crowdfunding* en France.

Enfin, un troisième élément de contexte est la défense et la promotion par les pouvoirs publics infra-nationaux, nationaux et supranationaux, en particulier depuis 2001² et 2005-2007³, de la diversité culturelle et du pluralisme dans les médias. Une seconde interrogation est ici de savoir si le *crowdfunding* sera aussi voire avant tout un moyen de diversifier un peu plus l'ensemble des sources de financement avec, par sa nature et en bout de processus, un effet positif sur la diversité et le pluralisme des produits proposés au consommateur ou à l'utilisateur. En effet, dans un contexte marqué par une forte concentration de la consommation ou de la fréquentation et donc par celle des revenus dégagés (*star system*), le *crowdfunding*, en permettant un financement plus décentralisé et direct par le consommateur ou l'utilisateur de produits qu'il a lui-même choisis (souveraineté du consommateur), pourrait offrir un tremplin pour des créateurs, des producteurs, des éditeurs et des projets qui ne répondent pas aux exigences des acteurs traditionnels du domaine, d'où un gain possible en matière de diversité ou de pluralisme (voir Rallet et Rochelandet (2014)).

B) Thèmes

Sur la base des remarques qui précèdent, il est possible, sans prétendre à une quelconque exhaustivité, de dégager plusieurs thèmes de recherche de nature à répondre aux attentes du DEPS et du Labex ICCA. Naturellement, l'ensemble des thèmes rapidement décrits ci-dessous n'épuise pas le sujet et d'autres sujets d'investigation peuvent être proposés et répondre à ces attentes.

Motivation des parties prenantes

Qu'est-ce qui peut inciter ou, au contraire, rebuter un porteur de projet à se tourner vers une plate-forme de financement participatif ? Qu'est-ce qui peut inciter ou rebuter un financeur potentiel à en faire autant ? Des premiers travaux de recherche théorique et empirique ont commencé à identifier la liste des motifs ou motivation des parties prenantes que sont, à côté des plates-formes intermédiaires elles-mêmes, les porteurs de projets (collecteurs de fonds, chercheurs en capital, etc.) et les financeurs individuels (investisseurs, fournisseurs en capital, bailleurs de fonds, contributeurs, donateurs, *backers*, etc.). La littérature reste toutefois limitée, en particulier pour déterminer les motifs selon le type de plate-forme ou modèle d'affaires : sont-ce les mêmes motifs pour une plate-forme fondée sur l'investissement (*investment-based*) comme les plates-formes de prêt (*lending-based crowdfunding*), de prise de participation (*equity-based crowdfunding*) ou proposant des droits d'auteur ou des royalties aux financeurs (*royalty-based crowdfunding*) et pour les plates-formes de don sans ou avec contreparties ou récompenses (*donation-based* et *reward-based crowdfunding*, respectivement) ? Quels points communs ? Quelles différences ?

² Déclaration universelle de l'Unesco sur la diversité culturelle, en novembre 2001.

³ Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, adoptée à l'Unesco en octobre 2005 et entrée en vigueur en mars 2007.

Déterminants du succès ou de l'échec d'une campagne

L'identification théorique et empirique des facteurs explicatifs, et selon le type de plates-formes, du succès ou de l'échec d'une campagne de financement participatif a elle aussi été l'objet de premiers travaux mais en nombre encore insuffisant pour dégager des observations empiriques qui pourraient être considérées comme des faits stylisés. Une autre question encore peu traitée est, dans le cadre le plus fréquent du système de financement de type « tout ou rien », celle des déterminants du sur-financement de certaines campagnes dont le seuil de financement est non seulement atteint rapidement mais dépassé dans une proportion parfois très élevée.

Localisation des parties prenantes et des projets

De premiers travaux se sont intéressés à la dispersion géographique des financeurs relativement à la localisation du projet et à celle du porteur de projet. Ils ont notamment trouvé que les caractéristiques numériques des plates-formes de financement participatif ont pu permettre de réduire l'ampleur des obstacles liés à la géographie (frictions, coûts de transaction) et à des porteurs de projet d'atteindre des financeurs distants, avec un éloignement moyen entre eux bien plus grand que dans le cadre d'un financement plus traditionnel. Par ailleurs, si une concentration du *crowdfunding* dans les grandes villes a pu être observée, il semble permettre à des villes plus petites de trouver plus de moyens de financement par *crowdfunding* que par des sources de financement plus traditionnelles. Là encore, d'autres travaux permettraient de conforter ou de nuancer ces premiers résultats.

En particulier, il serait intéressant de comparer la dispersion géographique du financement des projets par *crowdfunding* à la dispersion du volume des dépenses publiques locales (communales, intercommunales, départementales, régionales voire nationales) dans le domaine des arts, de la culture et des médias^{4 5} : corrélation positive, négative ou nulle ? complémentarité ? substitution ? effet d'éviction ? effet de levier ?

Rôle des réseaux sociaux

D'autres travaux encore ont apporté des premiers éléments de réponse à la question de savoir comment les financeurs, les porteurs de projet et les plates-formes peuvent se tourner vers les réseaux sociaux pour améliorer le fonctionnement du *crowdfunding*. Les premiers, à la recherche d'une meilleure information sur la qualité d'un projet, peuvent notamment utiliser les signaux de type "buzz social" ou "bouche-à-oreille électronique" qu'une campagne particulière peut créer sur les réseaux sociaux, sous la forme de partages, de *likes* sur Facebook, de *tweets* sur Twitter, etc. De même, ces financeurs peuvent se tourner vers les réseaux sociaux des porteurs de projet eux-mêmes. Sachant cela, ces derniers peuvent mobiliser leurs réseaux sociaux de proches (amis, famille, collègues) pour à la fois faire démarrer la collecte d'une campagne (grâce à ces premiers financeurs) mais aussi envoyer de bons signaux vers des financeurs potentiels plus distants, espérant ainsi faire bouler de neige. Enfin, connaissant ces comportements, les sites de financement participatif ont aussi

⁴ Voir, pour les États-Unis, les premières réflexions d'Ajay Agrawal *et al.* (2013) sur la corrélation entre le financement par le National Endowment for the Arts par état américain et le financement localisé de projets artistiques financés par l'intermédiaire du site Kickstarter.

⁵ En France, les dépenses culturelles des collectivités territoriales (communes, groupements de communes, départements et régions) sont périodiquement analysées par le DEPS (voir *Culture chiffres* n° 2009-3 pour l'année 2006, *Culture chiffres* n° 2014-3 pour l'année 2010 et le site Internet du DEPS). Les données agrégées correspondantes, issues des comptes administratifs, sont accessibles sur la plate-forme [data.gouv.fr](http://www.data.gouv.fr) (www.data.gouv.fr), à la thématique « Culture » et les données détaillées le sont auprès du DEPS, sachant que les communes (de plus de 10.000 habitants) sont enquêtées sur la base d'un échantillon national (il faut aussi signaler qu'un nombre croissant de collectivités mettent à disposition des données culturelles en *open data*). Des données plus récentes (2012, 2013 voire 2014), issues des comptes de gestion, peuvent être obtenues sur demande et après accord en contactant M. François Tugores, statisticien au DEPS à l'adresse électronique suivante : francois.tugores@culture.gouv.fr. Merci d'accompagner votre courriel de prise de contact d'un projet préalablement rédigé.

intérêt à utiliser les réseaux sociaux pour accroître le nombre et la taille des projets réussis. Sur cette question importante, de nouveaux résultats seraient bienvenus.

Diversité culturelle et pluralisme des médias

Le *crowdfunding* et la valorisation des produits du domaine des arts, de la culture et des médias peuvent-ils être facteur d'une plus grande diversité et d'un plus grand pluralisme ? Le financement participatif, en permettant de financer des projets artistiques ou journalistiques peinant à attirer les bailleurs de fonds traditionnels, peut-il contribuer à une meilleure diversité ou un meilleur pluralisme ? Les projets « crowdfundés » attirent-ils par ailleurs plus facilement dans un second temps des financeurs traditionnels (banques, investisseurs en capital-risque, fonds d'investissement, *business angels*, investisseurs institutionnels...), relativement à des projets qui ne seraient pas passés par le financement participatif ? Dans quelle mesure ce dernier peut-il aider à la production et la diffusion des travaux d'artistes, de créateurs, de journalistes en marge des logiques industrielles dominantes et des circuits commerciaux traditionnels ? Enfin, existent-il des différences entre la foule (*crowd*) du financement participatif et les experts⁶ quant à leur capacité à juger, à évaluer des projets artistiques et culturels ? Jusque-là, peu de travaux ont abordé ces questions⁷.

Intervention publique et défaillances de marché

Les premières recherches économiques théoriques et empiriques sur le fonctionnement du financement participatif ont permis de montrer qu'il est caractérisé par l'existence de différents effets externes intra-groupes (par exemple, entre porteurs de projet) et inter-groupes (entre porteurs de projet et financeurs), faisant des sites de financement participatif des plates-formes bifaces ou à deux versants (*two-sided market* ou *multi-sided platforms* ; Rochet et Tirole (2003, 2006), Hagiwara et Wright (2015)). Par ailleurs, la présence d'asymétries d'information entre les plates-formes, les porteurs de projet et les financeurs peut être à l'origine de problèmes d'antisélection ou sélection adverse (information cachée), de risque ou aléa moral (action cachée) et, en dynamique, de comportements de passager clandestin (*free riding*). Si ces problèmes sont plutôt clairement identifiés en théorie, l'état des connaissances est encore limité sur les moyens qui ont été développés pour internaliser les effets externes et résoudre les problèmes dus à une information asymétrique (*market design*). Par ailleurs, une question reste à approfondir, celle de savoir si, dans ce cadre d'analyse, les pouvoirs publics ont un rôle à jouer et, si oui, sous quelles formes, notamment réglementaires.

C) Objectifs

Les thèmes que l'on vient d'évoquer brièvement ont, comme on l'a dit, commencé à être traités de différentes façons par la recherche en économie mais aussi en gestion (voir les éléments bibliographiques donnés ci-après). Le présent appel à propositions de recherche s'adresse prioritairement aux chercheurs dans ces deux disciplines.

Un premier objectif du présent appel à propositions de recherche est de fournir un premier bilan critique des travaux sur le *crowdfunding* portant sur le domaine des arts, de la culture et des médias. Sans se contenter de fournir un état de l'art des recherches les plus pertinentes (revue de littérature), il s'agit d'identifier les thèmes les plus prometteurs en regard des mutations en cours et de proposer les investigations à mettre en œuvre, de manière transversale ou sectorielle, en termes de terrains, de sources, de données, etc.

⁶ Spécialistes, critiques, experts qui, pour les collectivités et acteurs publics, participent aux commissions d'attribution de telle ou telle subvention publique, etc.

⁷ Voir Mollick (2013), Bessièrre et Stéphany (2014), Onnée et Renault (2014), Escoffier et McKelvey (2015) et Mollick et Nanda (2015).

Le second objectif est de soutenir des propositions de recherche inédites et originales traitant un ou plusieurs des thèmes évoqués plus haut et s'appuyant sur des analyses statistiques et économétriques de données individuelles (voir encadré ci-après). Se verront accorder une attention particulière les propositions s'intéressant plus ou moins directement aux deux questions centrales de l'économie publique que sont les effets produits par l'intervention publique (réglementation, fiscalité...) et la manière dont celle-ci devrait être conduite pour gagner en efficacité.

Afin de faciliter les échanges entre les équipes de recherche qui seront retenues à l'issue de la sélection, le DEPS et le Labex ICCA prévoient d'organiser trois séances de séminaire de travail – en début, en milieu et en fin de recherche – pour leur permettre de présenter l'état d'avancement de leurs travaux et de confronter leurs hypothèses et conclusions. Au terme de cette phase, les principaux résultats obtenus par les équipes de recherche devraient faire l'objet d'une publication collective (sans exclure, bien sûr, une valorisation autonome par les équipes de leurs résultats dans des revues académiques).

Accès aux données individuelles des plates-formes de financement participatif Anaxago, KissKissBankBank, Touscoprod et Ulule

Dans la perspective du lancement du présent appel à propositions de recherche, le DEPS et le Labex ICCA, soucieux de soutenir des recherches fondées sur le traitement statistique et économétrique de données individuelles, se sont rapprochés des plates-formes françaises suivantes :

- **Anaxago** (*equity-based crowdfunding* ou *crowdequity*) : <https://www.anaxago.com/>,
- **KissKissBankBank** (*reward-based crowdfunding*) : <http://www.kisskissbankbank.com/>,
- **Touscoprod** (*reward-based crowdfunding*) : <http://www.touscoprod.com/> et
- **Ulule** (*reward-based crowdfunding*) : <https://fr.ulule.com>.

Chacune des plates-formes est disposée à mettre à disposition des équipes de recherche intéressées des éléments constituant de leurs bases de données.

Une fois leur projet court présélectionné par le comité scientifique⁸ (voir ci-après), les équipes de recherche pourront prendre contact avec la ou les plates-formes de leur choix pour finaliser leur proposition de recherche avant d'en soumettre la version finale au DEPS et au Labex ICCA.

Pour **Anaxago**, l'adresse électronique de contact est la suivante : caroline@anaxago.com (Caroline Lamaud).

Pour **KissKissBankBank**, l'adresse électronique de contact est la suivante : vincent.biot@kisskissbankbank.com (Vincent Biot).

Pour **Touscoprod**, l'adresse électronique de contact est la suivante : vincent@touscoprod.com (Vincent Piganax).

Pour **Ulule**, l'adresse électronique de contact est la suivante : florent@ulule.com (Florent Messa) en mettant en copie Arnaud Burgot (arnaud@ulule.com). Signalons que la plate-forme Ulule propose une interface de programmation (*API*) permettant d'accéder à un ensemble de données.

Les données individuelles qu'accepteront de confier les plates-formes pourront être complétées utilement par d'autres données liées à elles mais aspirées en ligne. De même, elles pourront être complétées par des données en ligne liées aux projets et liées aux porteurs de projet utilisant les services d'une plate-forme de financement participatif (réseaux sociaux, sites Internet sur les artistes, bases de données sur les œuvres, bases de données sur les artistes, etc.).

(Le DEPS et le Labex ICCA remercient vivement les représentants des plates-formes Anaxago, KissKissBankBank, Touscoprod et Ulule ainsi que l'agence Compinnov pour leur collaboration.)

⁸ Le comité scientifique sera composé de membres du DEPS et du Labex ICCA. Les plates-formes seront par ailleurs invitées à en faire partie.

D) Quelques éléments bibliographiques

Aj. Agrawal *et al.* (2011), "The Geography of Crowdfunding", NBER Working Paper No. 16820, February.

Aj. Agrawal *et al.* (2013), "Some Simple Economics of Crowdfunding", NBER Working Paper No. 19133, June.

M. Armstrong (2006), "Competition in Two-Sided Markets", *Rand Journal of Economics*, 37.

P. Belleflamme et Th. Lambert (2014), "Crowdfunding: Some Empirical Findings and Microeconomic Underpinnings" August 30, for the *Revue bancaire et financière/Bank- en Financiewezen*, 2014/4.

P. Belleflamme *et al.* (2013), "Individual crowdfunding practices", *Venture Capital*, 15.

P. Belleflamme *et al.* (2014), "Crowdfunding: Tapping the right crowd", *Journal of Business Venturing*, 29.

P. Belleflamme *et al.* (2015), "The Economics of Crowdfunding Platforms", CORE Discussion Paper, March.

V. Bessière et É. Stéphanie (2014), « Le financement par *crowdfunding* », *Revue française de gestion*, 40(242).

R. A. Caves (2000), *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

— (2003), "Contracts Between Art and Commerce", *Journal of Economic Perspectives*, 17(2), Spring.

N. Escoffier and B. McKelvey (2015), "The Wisdom of Crowds in the Movie Industry: Towards New Solutions to Reduce Uncertainties", *International Journal of Arts Management*, a17(2), Winter.

Andr. Hagi and J. Wright (2015), "Multi-Sided Platforms", Harvard Business School Working Paper, 15-037, March 16.

J. Hemer (2011), "A Snapshot on Crowdfunding", Working Paper R2/2011. Fraunhofer Institute.

V. Kuppuswamy and B. L. Bayus (2014), "Crowdfunding Creative Ideas: The Dynamics of Project Backers in Kickstarter", Kenan-Flagler Business School, University of North Carolina, January.

W. Mendes-Da-Silva *et al.* (2015), "The impacts of fundraising periods and geographic distance on financing music production via crowdfunding in Brazil", *Journal of Cultural Economics*, published online: 01 May.

Eth. Mollick (2013), "Swept Away by the Crowd? Crowdfunding, Venture Capital, and the Selection of Entrepreneurs", March 25, available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2239204> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2239204>.

— (2014), "The dynamics of crowdfunding: An exploratory study", *Journal of Business Venturing*, 29.

— and R. Nanda (2015), "Wisdom or Madness? Comparing Crowds with Expert Evaluation in Funding the Arts", Harvard Business School Working Paper, 14-116, January.

Nelson Ph. (1970), "Information and Consumer Behavior", *Journal of Political Economy*, 78(2), March-April.

St. Onnée et S. Renault (2013), « Le financement participatif : atouts, risques et conditions de succès », *Gestion*, 38(3), automne.

— (2014), « *Crowdfunding* : vers une compréhension du rôle joué par la foule », *Management & Avenir*, 74, décembre.

B. F. Popescu et F. Lefèvre (2014), « *Le crowdfunding made in France* », *La Gazette de la société et des techniques*, 78, septembre.

Al. Rallet and F. Rochelandet (2014), "*Crowdfunding* and the valorisation of cultural goods: Towards greater cultural diversity?", working paper, Université Sorbonne Nouvelle Paris 3, January.

V. Ricordeau (2013), *Crowdfunding. Le financement participatif bouscule l'économie ! Pour libérer la créativité*, Limoges : FYP éditions, collection « Stimulo », juin.

J.-Ch. Rochet and J. Tirole (2003), "Platform Competition in Two-Sided Markets", *Journal of the European Economic Association*, 1.

J.-Ch. Rochet and J. Tirole (2006), "Two-Sided Markets: A Progress Report", *Rand Journal of Economics*, 37.

J. Viotto (2015), "Crowdfunding: a progress report", working paper, Université Paris 13 Labex ICCA / Telecom ParisTech.

II – PROCÉDURE DE SÉLECTION ET CALENDRIER

Les propositions de recherche soumises devront respecter la procédure en trois étapes suivantes :

1) Pré-soumission d'un projet court :

Chaque équipe de recherche devra d'abord envoyer une version courte de son projet (3 pages au plus). Elle indiquera (a) le ou les objectifs visés et leur intérêt, (b) les moyens utilisés pour le ou les atteindre (en précisant notamment les besoins en données individuelles et les traitements visés) et (c) les résultats attendus. Quelques lignes donneront par ailleurs le profil des membres de l'équipe et ses principales références.

2) Contact avec la ou les plates-formes :

Les versions courtes reçues feront l'objet d'une présélection par le comité scientifique. Les équipes dont le projet court aura été présélectionné pourront alors se tourner rapidement vers la ou les plates-formes pour prendre contact avec elle(s), avec envoi en pièce jointe d'un projet clair, précis et détaillé préalablement rédigé dans la perspective de le présenter et d'en discuter avec la ou les plate(s)-forme(s) (voir encadré plus haut).

3) Soumission de la proposition de recherche :

Après validation et accord de la ou des plates-formes rencontrées, les propositions de recherche seront enfin soumises au comité scientifique pour sélection. *N.B.* : la pré-sélection d'un projet-court ne préjuge pas de la sélection finale du projet pour financement par le DEPS et le Labex ICCA.

CALENDRIER :

Date limite d'envoi électronique des versions courtes des propositions de recherche (3 pages) : vendredi 9 octobre 2015, 16h, au plus tard.

Résultat de la procédure de présélection par le comité scientifique de l'appel à propositions de recherche : vendredi 16 octobre 2015, au plus tard.

Date limite d'envoi de la version complète des propositions présélectionnées : lundi 16 novembre, 16h.

Résultat de la procédure de sélection finale : mercredi 25 novembre 2015.