

SÉMINAIRE MODES DE FINANCEMENT DE LA RECHERCHE

Mardi 30 avril 2013

Mémo atelier « Valorisation de la recherche » (Emily et Mélanie)

1. Valorisation de la recherche publique

C'est mettre des résultats de la recherche au service de la Société, en les transférant vers le tissu socio-économique (entreprises, associations, organismes publics...). Il existe une multitude de manière de faire ce transfert.

2. Les différents types de valorisation

- les publications, colloques, conférences : ce sont les modes les plus répandus mais souvent pas perçus par les financeurs comme une valorisation car cela ne touche pas un public large
- les livres
- les bases de données, les logiciels : se développent énormément en SHS et doivent être réfléchis tant du point de vue des cibles que du point de vue du contenu en amont
- la création d'entreprise : rare mais peut aussi arriver en SHS ; le processus de création est accompagné par des personnes du service de valorisation

- Une exception de valorisation : le Cubiculum musicae du CESR. Un outil adapté à la valorisation du travail de musicologie et qui vise à être développé dans des lieux touristiques

3. Envisager la valorisation de projets de recherche et leurs retombées

La valorisation ne doit pas avoir pour seule cible le monde de la recherche, il faut penser à toucher un public pertinent et varié. Il est important de réfléchir au public que l'on souhaite toucher pour faire une valorisation adaptée.

La valorisation ne doit pas forcément être faite par les chercheurs, il faut penser à la faire faire par des personnes dont c'est le métier. Il ne faut pas hésiter à passer par un partenaire extérieur pour faire faire un logiciel par exemple, ou demander avis et conseils aux services de l'université (MSH pour création d'un site ou d'une base de données par exemple). Par contre il vaut mieux y réfléchir au moment du dépôt du projet afin d'envisager une enveloppe budgétaire adaptée lors de la demande de financement.

La valorisation peut avoir des retombées :

- technologiques et améliorer des connaissances et des produits ;
- stratégiques et permettre de faire du lobbying auprès d'institutions ;
- sociétales qui permettraient d'améliorer des systèmes sociaux par exemple.