

Quels sont les projets des médias français financés par Google DNI en mars 2019 ?

Lors de ce sixième et dernier tour, Google a attribué 6,5 millions d'euros à 21 projets numériques. Le fonds sera prochainement élargi à l'échelle mondiale.

Google a présenté mercredi 20 mars le sixième et dernier tour de financement accordé à des projets liés à l'information et jugés innovants en Europe. Sur 600 candidatures reçues pour ce dernier volet, 103 ont été retenues dans 23 pays, pour un montant total de 25,6 millions d'euros.

La France est le pays qui compte le plus grand nombre de bénéficiaires avec 21 projets pour un montant de 6,5 millions d'euros. Parmi les initiatives sélectionnées, la fidélisation des abonnés est au centre des préoccupations (*Le Monde*, [lire notre article](#)), mais aussi *Courrier International* et *Les Échos - Le Parisien*), ainsi que la personnalisation des offres (*L'Équipe*, *CCM Benchmark*, *EBRA*), l'amélioration de l'infrastructure technique (le CMS du *Figaro*, le SSO du *Geste*, la connaissance client à *Prisma Media*) et les services audio (*La Croix* et *Le Télégramme*) ou la création de nouveaux formats (*Brief.me*, *Condé Nast*).

En trois ans, le DNI a cofinancé 632 programmes (dont 20 % étaient des collaborations entre éditeurs et/ou start-up) en Europe parmi 5 500 dossiers reçus. En France, 20 millions d'euros ont été accordés (sur 150 millions annoncés à l'échelle européenne) pour près de 75 projets, soit environ 260 000 euros pour chacun d'entre eux.

Rappelons qu'il s'agit d'un cofinancement – les éditeurs doivent également dégager un budget – qui est alloué de façon progressive et sur présentation de factures, en vue de développer des offres éditoriales ou des dispositifs techniques – Google ne finance pas les équipes.

Prolongement à l'échelle mondiale

“Le bilan de ces trois ans est très positif : le DNI a permis d'accélérer l'innovation au sein des éditeurs, petits et grands, avec au fil du temps des projets de plus en plus solides et un effort accru vers la monétisation et l'engagement des lecteurs. C'est très marqué sur ce dernier tour”, a souligné Ludovic Blecher, directeur du DNI.

Prolongement européen du Fonds pour l'innovation numérique de la presse (FINP) en France, le DNI, doté de 150 millions d'euros, visait à favori-

ser la collaboration entre éditeurs et partenaires ainsi que la monétisation des offres. Dès les prochaines semaines, DNI va se fondre dans Google News Initiative (GNI), [programme lancé](#) au printemps 2018 et testé depuis en Asie.

Ce GNI a été mis en place pour structurer les initiatives de Google au sein de l'écosystème média et publicitaire ainsi que développer de nouveaux produits et collaborations. Il comprend des ateliers de travail, dont certains entre Google et des éditeurs pour créer ou améliorer des produits (AMP, modules d'abonnement en ligne, lutte contre les adblockers...) ainsi que des formations au journalisme en ligne, une série d'outils de Google, des études, etc.

Des projets plus flexibles

Un budget spécifique de 300 millions de dollars été annoncé dans le cadre de GNI pour cofinancer l'innovation au sein des médias, dans le même esprit que DNI. Les modalités de financement seront être légèrement différentes. “Nous aurons une approche différente : nous privilégierons des projets qui ont une portée locale, par exemple ceux dont la vocation est de développer le lien avec le lectorat, et qui sont plus rapides à mettre en place. Le financement des projets sera sans doute plus faible mais avec une approche plus flexible”, explique Ludovic Blecher, qui prendra ces prochaines semaines de nouvelles fonctions en tant que directeur du GNI.

Dans [la présentation actuelle](#) qui est faite du GNI Innovation Challenges, les subventions accordées seront de 70 % du budget total du projet et n'excéderont pas 300 000 euros. Les projets devront par ailleurs désormais être déployés “dans l'année suivant leur financement”. ■

Jean-Michel De Marchi

Voir la liste et le détail des projets retenus pages suivantes.