



MOVEMBER®

LE DÉFI DES LIENS SOCIAUX DE MOVEMBER SOLUTIONS NUMÉRIQUES ET TECHNOLOGIQUES (Australie, Canada, Irlande, Nouvelle-Zélande et Royaume-Uni)

Lancement du Défi :	17 août 2020
Date limite pour les présentations :	15 octobre 2020
Annonce et diffusion des idées :	30 novembre 2020
Annonce des partenaires de développement :	Mars 2021
Période de codéveloppement (date de début la plus rapprochée) :	15 avril 2021

La pandémie de maladie à coronavirus (COVID-19) continue d'avoir des répercussions importantes sur la vie de millions de personnes dans le monde. Les premières données sur la santé ont démontré que, même si le nombre d'hommes et de femmes contaminés à la COVID-19 est relativement équivalent, la sévérité des symptômes et le taux de mortalité semblent beaucoup plus élevés chez les garçons et les hommes, en particulier parmi les minorités et dans les milieux marginalisés. Compte tenu du fait que 58 % des décès dus à la COVID-19 à l'échelle mondiale sont des hommes, nous considérons qu'il est primordial de s'attaquer aux effets de la pandémie sur les garçons et les hommes, tant sur les plans social et économique que sur celui de leur santé.

La pandémie a entraîné la fermeture de nombreuses entreprises, les employés se retrouvant subitement en télétravail ou même sans emploi, ce qui a engendré des difficultés financières pour un grand nombre de personnes. Les répercussions d'après-COVID-19 qu'auront les mesures prises pendant la crise demeurent incertaines, voire dans certains cas négligées¹.

Du point de vue de la santé mentale, la COVID-19 a fait monter en flèche les niveaux de stress et d'anxiété, en particulier chez les groupes à risque ou issus de milieux marginalisés, comme les personnes âgées ou celles éprouvant déjà des problèmes de santé. De récentes études démontrent que les garçons et les hommes de couleur courent un plus grand risque de souffrir de problèmes de santé mentale et d'avoir des idées suicidaires, et nous croyons que l'incidence économique de la COVID-19 ne fera qu'aggraver la situation¹.

Nous savons que les personnes qui vivent des relations épanouies et tissent des liens sociaux solides ont souvent une meilleure santé mentale et émotionnelle.² Toutefois, les mesures de distanciation physique actuellement mises en place partout dans le monde limitent le recours aux systèmes de soutien et aux stratégies d'adaptation habituels. Le fait d'être isolé de ses amis, de sa famille et de ses collègues peut avoir des effets négatifs sur la santé mentale et accroître la tendance, notamment, au sentiment de solitude, à la dépression, à l'abus de substances, à l'automutilation et aux comportements suicidaires³.

La santé mentale et l'isolement social sont au cœur des préoccupations mondiales liées à la COVID-19. Le récent sondage mondial de Movember sur la COVID-19, *Bridging the Distance* (Construire des ponts malgré la distance), révèle que près du quart des hommes consultés (23 %) considèrent que leur santé mentale a décliné au cours des six premières semaines de la pandémie comparativement à avant l'écllosion. De plus, environ le tiers (30 %) des répondants a admis ressentir davantage de solitude et de ce nombre, 71 % se trouvaient dans la tranche d'âge des 18 à 29 ans.

Le rôle positif que joue la connectivité sociale sur la santé mentale est bien connu : elle permet d'atténuer les sentiments d'anxiété et de dépression et de mieux faire face à d'autres enjeux de santé mentale. Ainsi, dans un contexte où l'isolement social est devenu la nouvelle normalité, le risque

¹ *International Journal of Men's Social and Community Health*, vol. 3, n° 1, 6 juillet 2020, p.48-64. DOI : 10.22374/ijmsch.v3i1.42

² <https://www.beyondblue.org.au/docs/default-source/research-project-files/bw0276-mens-social-connectedness-final.pdf?sfvrsn=4>

³ <https://www.euro.who.int/fr/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/technical-guidance/mental-health-and-covid-19>

d'éprouver des problèmes de santé mentale augmente, surtout chez certains groupes d'hommes, tout comme la vulnérabilité générée par des changements d'habitudes de vie. Malheureusement, trop peu de solutions éprouvées et conçues spécialement pour les hommes ciblent les événements de la vie susceptibles de rendre les hommes vulnérables à l'isolement social et à la solitude.

Nous savons ceci :

- Les hommes qui éprouvent des problèmes de santé mentale sont nombreux à ne pas recevoir en temps opportun le soutien et les soins appropriés, ce qui tend à aggraver leur situation.
- Les hommes ont généralement plus tendance à prendre soin de leur santé lorsque des programmes qui répondent à leurs besoins sont mis à leur disposition.
- Le fait de cultiver des relations étroites et saines peut renforcer la résilience individuelle et agir comme facteur de protection contre le risque de suicide⁴.
- Les amis et la famille constituent une importante source de soutien social, émotionnel et financier et peuvent amortir l'impact des facteurs de stress extérieurs².

UNE OCCASION À SAISIR

Movember voit dans la pandémie actuelle une occasion de s'attaquer à la question de la santé mentale des hommes par l'entremise du Défi des liens sociaux (le Défi), auquel participent cinq pays : l'Australie, le Canada, l'Irlande, la Nouvelle-Zélande et le Royaume-Uni grâce à l'investissement direct de 3,54 M \$ AU *(3,22 M \$ CA / 2,12 M € IRE / 3,77 M \$ NZ / 1,86 M £ RU).

Les efforts de Movember à l'échelle mondiale pour améliorer la santé mentale et le bien-être des hommes au moyen d'approches de prévention et d'intervention précoce* peuvent certainement tirer profit d'idées mobilisatrices fonctionnelles ainsi que de leur diffusion et de leur promotion. Movember s'engage à investir dans des idées de codéveloppement et de collaboration à long terme favorisant la mise en place de mesures d'intervention efficaces.

Dans le cadre du Défi, Movember souhaite découvrir des solutions fondées sur le numérique et la technologie qui permettent aux hommes d'entretenir des liens sociaux et de briser l'isolement malgré la nécessité de conserver une distance physique. Par l'exploration de solutions novatrices pouvant être déployées à long terme, nous nous attaquerons plus précisément aux problèmes de santé mentale qui menacent les hommes plus vulnérables.

PRINCIPAUX GROUPES VISÉS

Nous savons que la crise de la COVID-19 touche tout le monde, tous genres confondus. Toutefois, il est reconnu que les hommes éprouvent généralement plus de difficulté à tisser des liens et à exprimer leurs émotions. Nous savons également que les facteurs sociaux et économiques ont une incidence sur la santé.

Voilà pourquoi le Défi tiendra également compte de la situation géographique, du contexte socio-économique, du genre et de l'ethnicité des groupes suivants visés par le programme :

- Les hommes âgés vivant seuls.
- Les hommes ayant récemment vécu une séparation amoureuse ou familiale.
- Les hommes qui suivent actuellement des traitements contre le cancer de la prostate ou des testicules et qui vivent de l'isolement.
- Les hommes endeuillés qui ont subi la perte d'un être cher en période de confinement.
- Les hommes aux prises avec des enjeux de santé mentale qui risquent de se tourner vers l'abus de substances en raison de leur isolement social ou qui sont en désintoxication.
- Les jeunes hommes touchés par l'interruption de leurs études ou la perte de leur emploi en raison de la situation économique.
- Les hommes issus de la diversité raciale ou culturelle et qui sont sans emploi ou isolés socialement.

⁴ OMS – Prévention du suicide : l'état d'urgence mondial – https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/131801/9789242564778_fre.pdf.

* Movember mise sur des programmes de prévention et d'intervention précoce visant à réduire le pourcentage d'hommes qui traversent des crises. Les programmes s'articulent notamment autour des soins communautaires informels, de l'autogestion de la santé, de l'éducation et de la promotion de la santé.

FONCTIONNEMENT DU DÉFI

Movember reconnaît que les solutions émergeront d'un travail collaboratif. Par conséquent, le premier volet du Défi se déroulera en deux temps : la **première étape** consiste à recueillir les idées novatrices à faire valoir (idéation); la **deuxième étape** représente l'investissement dans le codéveloppement des idées sélectionnées qui auront un fort potentiel d'expansion et d'étalement.

1) **Étape 1 – Idéation (sélection de 75 projets)**

Ce Défi s'adresse aux créateurs d'idées. Les idées se distinguent lorsqu'elles permettent de se développer et de se déployer à grande échelle. Des millions de personnes réinventent en ce moment leurs activités professionnelles, leurs comportements sociaux et leurs habitudes de vie. Nombreux sont ceux qui ont apprivoisé des solutions numériques ou technologiques pour gérer leur quotidien, rester en contact avec les autres et prendre des nouvelles de leur famille et de leurs amis. Ces solutions, si elles étaient largement diffusées, pourraient certainement servir à d'autres vivant des situations semblables.

Et vous, comment avez-vous géré votre propre isolement social et aidé les autres à gérer le leur? Aimerez-vous faire connaître vos solutions pour en faire profiter les autres?

Les idées doivent être ancrées dans la vie réelle et élaborées dans une perspective masculine. Cela signifie que vos solutions doivent refléter des situations vécues tout en étant accessibles pour les hommes qui les utiliseront.

2) **Étape 2 – Codéveloppement**

Dans un esprit d'innovation, Movember s'appuie sur un modèle de codéveloppement alimenté par la passion et la créativité au sein des communautés, des industries et des secteurs d'activités. Nous croyons que ce modèle favorisera la réflexion et l'effervescence de solutions liées à la santé masculine, en plus d'inciter de nouvelles personnes et organisations à s'engager dans les causes qui nous tiennent à cœur, soit le cancer de la prostate, le cancer des testicules, la santé mentale et la prévention du suicide.

Les projets de codéveloppement de plus grande envergure, susceptibles de mener à des programmes ou à des produits destinés aux hommes, seront sélectionnés parmi les 75 projets de l'étape 1. Ce processus collaboratif comprendra l'itération, la conception et le peaufinage de l'idée en vue de sa mise en œuvre et de sa mise à l'essai.

FINANCEMENT

1) **Étape 1 – Idéation : 10 000 \$ AU***. Un comité de sélection choisira les idées les plus prometteuses parmi la liste de 75 projets et les recommandera pour l'étape de codéveloppement. Chacun de ces projets sélectionnés recevra un montant initial de 10 000 \$ AU afin d'autoriser l'utilisation de l'idée. La période d'autorisation pendant laquelle Movember développera l'idée en collaboration avec son créateur a une durée prévue de deux ans. Cette période permettra à Movember et au créateur de planifier en détail le codéveloppement de l'idée et sa mise à l'essai, en plus d'explorer ensemble différentes avenues de financement complémentaire.
*9100 \$ CA / 6000 € IRE / 10 600 \$ NZ / 5250 £ RU

2) **Étape 2 – Codéveloppement : 140 000 \$ à 250 000 \$ AU** par idée.** À l'étape du développement, Movember travaillera de concert avec le créateur de l'idée à la réalisation du projet.

a) Bourse de 20 000 à 40 000 \$ AU*** – En plus de la subvention de 10 000 \$ AU octroyée à l'étape 1, et en fonction du niveau d'engagement démontré ou du temps consacré par le créateur de l'idée au développement de son projet, celui-ci pourrait recevoir une bourse supplémentaire variant entre 20 000 et 40 000 \$ AU. Le rôle du créateur de l'idée dans l'étape de codéveloppement dépend du type et du degré d'implication qu'il souhaite mettre dans son projet. Par exemple, il pourrait s'impliquer dans le développement ou la production d'un produit à titre de directeur artistique ou encore dans le marketing et la diffusion de son idée. Pour les idées qui traverseront l'étape du développement pour se rendre à la mise en œuvre et à la mise à l'essai, le créateur pourrait également jouer un rôle qui mettrait en valeur sa contribution. Par exemple, il pourrait participer à la mise en œuvre ou servir d'expert-conseil. Cela sera discuté avec Movember au cas par cas.

- b) Investissement de 100 000 à 210 000 \$ AU – Movember investira jusqu'à concurrence de 210 000 \$ AU pour couvrir les frais de développement de l'idée en vue de sa mise en œuvre à grande échelle. Cet investissement dépasse largement la bourse offerte au créateur de l'idée. La période de codéveloppement variera en fonction de la portée éventuelle de l'idée. Le cas échéant, la mise en œuvre et la mise à l'essai feront l'objet d'un deuxième volet et nécessiteront un financement supplémentaire à déterminer selon le plan de mise en œuvre.

**91 000 \$ - 227 300 \$ CA / 60 000 - 150 000 € IRE / 106 000 \$ - 266 000 \$ NZ / 52 500 £ - 131 600 £ RU

***18 200 \$ - 36 400 \$ CA / 12 000 - 24 000 € IRE / 21 400 \$ - 42 600 \$ NZ / 10 500 £ - 21 000 £ RU

SÉLECTION DES PROJETS

Les critères de sélection des projets seront basés sur le caractère inspirant et novateur des idées et sur leur potentiel à répondre aux objectifs de l'occasion de financement. Jusqu'à 75 idées seront sélectionnées, puis diffusées publiquement et mises en valeur sur une page dédiée du site Web Movember.com* .

Les 75 projets retenus seront ensuite soumis à l'examen d'un comité composé de divers experts en la matière; celui-ci sélectionnera 16 idées qui seront codéveloppées par Movember. Les membres du comité évalueront les idées soumises en tenant compte notamment des critères suivants : l'originalité de l'idée et la passion qui s'en dégage, la nécessité du projet, la pertinence du groupe cible, les solutions directes proposées au manque de liens sociaux, l'étape du développement où l'idée est rendue (conception, création, fabrication, diffusion, production...) ainsi que la probabilité que l'idée puisse être mise en œuvre et évaluée une fois développée.

OBJECTIFS DU PROGRAMME

Les objectifs du Défi sont les suivants :

- Proposer des solutions fondées sur le numérique ou la technologie et pouvant servir à améliorer les liens sociaux de différents groupes d'hommes.
- Démontrer que le développement des liens sociaux améliore la santé mentale des hommes et les aidera à renforcer leur résilience après la COVID-19.
- Promouvoir la diffusion de connaissances et de solutions potentielles au moyen de plateformes numériques et technologiques.
- Renforcer les relations et les réseaux existants, en particulier en période de distanciation sociale.

EXEMPLES D'IDÉES QUE NOUS RECHERCHONS

Les projets doivent proposer des solutions pratiques et novatrices permettant de s'attaquer aux causes profondes de l'isolement social et de la solitude. Les solutions ne se limitent pas aux frontières : elles peuvent impliquer n'importe lequel des cinq pays participants (Australie, Canada, Irlande, Nouvelle-Zélande et Royaume-Uni) et s'appliquer de manière collaborative. Les créateurs d'idées peuvent soumettre des projets qui ont dû subir des modifications en raison des contraintes liées à la COVID-19 (p. ex., transformation d'une intervention en personne en approche basée sur une solution technologique).

Il n'est pas nécessaire de concevoir une plateforme numérique de A à Z. Nous pourrions soutenir un projet qui fait appel à la technologie sans qu'il s'agisse nécessairement d'une solution numérique. Par exemple, vous pourriez proposer un forum de discussion spécialisé qui permet de cibler un certain profil d'hommes à risque grâce à la technologie, sans que cela soit un outil d'intervention entièrement numérique (bien que ce type de projet serait aussi bien sûr admissible).

EXEMPLES D'IDÉES QUI NE POURRONT PAS FAIRE L'OBJET D'UN FINANCEMENT

Voici quelques exemples de ce qui ne sera pas pris en compte dans le cadre du Défi :

- Les postes de recherche et les bourses d'études pour les universités ou les instituts de recherche.
- Les activités de sensibilisation ou d'apprentissage qui ne sont pas directement liées au renforcement des liens sociaux pour les garçons et les hommes.
- Les projets de recherche qui n'ont pas l'objectif précis de traiter les problèmes d'isolement social

* Remarque : En raison du grand nombre de projets que nous prévoyons recevoir à cette étape du Défi, nous ne serons pas en mesure de fournir une rétroaction pour les demandes non retenues.

- ou de solitude résultant de liens sociaux faibles.
- Les idées qui ne seront pas mises à l'essai dans la vie réelle.
- Les idées et solutions qui ne s'harmonisent pas au but de cet appel de projets ni aux objectifs du Défi.
- Les idées de projets dont les résultats ne peuvent être mesurés.
- Le financement complémentaire de programmes existants.
- Les demandes visant uniquement le financement d'une infrastructure.

ADMISSIBILITÉ

Ce Défi souhaite susciter l'intérêt de diverses populations et communautés et vise à élargir le champ des capacités en matière de santé masculine.

Pour être admissibles au financement offert par le Défi, les créateurs d'idées doivent remplir les conditions suivantes :

- Être établis dans l'un des cinq pays participants (Australie, Canada, Irlande, Nouvelle-Zélande et Royaume-Uni).
- Accepter de collaborer avec un comité d'évaluation externe dans l'éventualité où leur idée se rendrait à l'étape de mise à l'essai.
- Participer à une communauté de savoir⁷ afin de valoriser l'échange de connaissances, de renseignements sur les projets et d'apprentissages, en plus d'élargir le champ des capacités.

Les créateurs d'idées dont les projets seront retenus devront collaborer avec un comité d'évaluation externe.

VOUS AVEZ UNE IDÉE DE GÉNIE ?

Inscrivez-vous en ligne à l'adresse <https://www.grantinterface.com/Home/Logon?urlkey=movember> et soumettez votre présentation d'ici le **15 octobre 2020 à 17 h HE** (pour tous les pays participants). **Les demandes envoyées par courriel ou en retard ne seront pas acceptées.**

Présentation écrite : Une brève présentation écrite (1000 mots maximum) décrivant la source d'inspiration ou de motivation de votre idée et répondant aux questions suivantes :

- À qui votre solution proposée s'adresse-t-elle?
- Quel problème souhaitez-vous traiter ou résoudre?
- Comment comptez-vous y arriver?
- Pourquoi pensez-vous que votre solution peut fonctionner?
- Le nom du chef de projet (et des partenaires potentiels, s'il y a lieu).
- À quelle étape du développement votre idée est-elle rendue (conception, création, fabrication, diffusion, production...)?

Présentation vidéo : Une courte vidéo (2 min maximum) expliquant et présentant visuellement votre idée. Votre vidéo devra contenir les éléments suivants :

- Une brève présentation de vous.
- Le nom de votre solution ou produit.
- Une description de la solution numérique ou technologique que vous utilisez pour gérer votre propre isolement social ou celui d'un groupe cible en particulier (p. ex., que proposez-vous, de la part de qui et pour quelle raison?).

Il n'est pas nécessaire d'envoyer une vidéo de qualité professionnelle. Movember portera son attention sur la qualité d'articulation de votre idée plutôt que son rendu.

DES QUESTIONS À PROPOS DU DÉFI?

Veuillez nous envoyer un courriel à l'adresse socialconnections@movember.com. Un document de questions et réponses basé sur les questions reçues peut être consulté [ici](#) via le site Web de Movember.

⁷ Un groupe de personnes constitué de membres d'une même initiative qui organisent des activités d'échange de connaissances en lien avec un intérêt commun.

À propos de Movember

Movember est le principal organisme philanthropique dédié à changer le visage de la santé masculine à l'échelle mondiale, se concentrant sur la santé mentale et la prévention du suicide, le cancer de la prostate et le cancer testiculaire. L'organisme de bienfaisance recueille des fonds pour offrir des programmes de recherche et de soutien novateurs et révolutionnaires qui permettent aux hommes de vivre plus heureux, en meilleure santé et plus longtemps. Engagées à rompre le statu quo, des millions de personnes se sont jointes au mouvement, aidant à financer plus de 1 250 projets dans le monde. En plus de s'attaquer aux principaux problèmes de santé rencontrés par les hommes, Movember s'efforce d'encourager les hommes à rester en bonne santé dans tous les domaines de leur vie, en mettant l'accent sur eux de demeurer socialement connectés et d'être plus ouverts à discuter de leur santé et des moments marquants dans leur vie. La vision de l'organisme de bienfaisance est d'exercer une influence durable sur la santé masculine. Pour faire un don ou en savoir plus, veuillez visiter fr.movember.com.

Pourquoi Movember a-t-elle décidé de s'impliquer? Qu'a-t-elle à offrir et comment tirera-t-elle profit de cette expérience? À titre de principal organisme de bienfaisance en santé masculine à l'échelle mondiale, la Fondation Movember a reçu l'appui de ses donateurs pour investir dans des projets d'amélioration de la santé mentale et de prévention du suicide auprès des hommes et des jeunes garçons. Movember, un organisme à but non lucratif, a pour seule mission de changer réellement la vie des hommes et des garçons afin d'empêcher qu'ils meurent trop jeunes.

Pour en savoir plus sur Movember et les programmes financés par la Fondation, veuillez consulter son site [ici](#).

GUIDE DE SOUMISSION D'UNE DEMANDE

1. FRAIS

- a. Frais admissibles Les dépenses suivantes seront considérées comme admissibles au financement obtenu dans le cadre de cette initiative :
 - Les coûts directs liés à l'achat de matériaux, aux dépenses, aux frais de déplacement et à l'équipement relié au programme proposé.
 - Les salaires raisonnables versés aux gestionnaires de projet ou de programme, aux assistants de recherche, aux coordonnateurs, aux techniciens, au personnel administratif ou à tout autre employé, le cas échéant.
 - Les coûts indirects, jusqu'à concurrence de 10 % du budget total (pour les organismes communautaires seulement).
- b. Frais non admissibles Les dépenses suivantes ne sont pas considérées comme admissibles au financement dans le cadre de cette initiative :
 - Les coûts indirects, y compris les frais comptables, les assurances, les intérêts, les frais de justice, les taxes et impôts, les services publics, ainsi que les coûts liés à la construction, à la rénovation ou à la location de bureaux, de laboratoires ou de toute autre installation de soutien.
 - Les droits de scolarité et les cotisations professionnelles.
 - Les subventions et les bourses octroyées à des tiers.

2. EXIGENCES RELATIVES AUX COMMUNICATIONS

Les titulaires d'un financement seront tenus d'assurer une reconnaissance appropriée de Movember dans toutes les communications ou publications liées à cette occasion de financement. De plus, les titulaires d'un financement devront adhérer aux exigences de Movember en matière d'image de marque comme condition du financement. Les exigences en matière d'image de marque seront communiquées aux participants qui recevront un financement.

Les titulaires devront accepter de faire l'objet d'une évaluation par les pairs dont les résultats seront publiés en accès libre.

3. ÉVALUATION DU RENDEMENT

La Fondation Movember s'engage à recueillir et à diffuser les renseignements sur les retombées de ses investissements au profit de la santé mentale des garçons et des hommes. La diffusion de renseignements sur les résultats représente une part importante de l'engagement de Movember en matière de responsabilité et de transparence envers sa communauté. À cet effet, veuillez consulter les fiches de rendement de programmes de financement précédents, notamment celles-ci : <http://ca.movember.com/fr/report-cards> (en anglais seulement).

Le responsable du projet devra participer à la surveillance, à l'examen et à l'évaluation de son programme en participant, selon le cas, aux événements médias, aux séances d'évaluation, aux sondages, aux audits et aux ateliers requis aux fins de cueillette de renseignements pertinents à la mesure des progrès et des résultats.

4. PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Les dispositions suivantes s'appliqueront si votre projet est sélectionné dans le cadre du premier volet. Il est important de retenir que vos droits sur une idée reposent sur les documents originaux et le contenu enregistré fournis. Une idée ne vous appartient pas tant que vous ne l'avez pas saisie de manière à pouvoir prouver qu'elle est de vous; prenez donc soin de détailler le plus possible vos présentations.

La **propriété intellectuelle d'amont (PI-AM)** désigne votre contribution initiale, c'est-à-dire tout le matériel développé et les droits de PI (comme les droits d'auteur ou les marques de commerce) antérieurs au dépôt de votre projet. Elle peut comprendre le nom de votre marque, les ressources ou les plans écrits déjà développés, comme l'énoncé de votre mission. Par souci de clarté, Movember fournira de son côté son propre matériel de PI-AM, y compris ses marques, sa réputation de marque et ses plans de mise à l'échelle.

La **propriété intellectuelle de codéveloppement** renvoie au matériel et aux droits de PI afférents qui seront développés dans le cadre du premier volet de l'initiative. Elle comprend

tout ce qui sera codéveloppé par vous et Movember dans le cadre du Défi des liens sociaux, et ce, à compter de la date d'acceptation de votre projet.

- 1) Chaque partie garantit que son utilisation de quelque partie de sa PI-AM que ce soit dans le matériel du projet ne portera pas atteinte à la propriété intellectuelle d'un tiers.
- 2) La propriété intellectuelle d'amont fournie par une partie aux fins de respect de ses obligations relatives au projet demeurera la propriété de la partie qui l'a fournie.
- 3) La propriété intellectuelle de codéveloppement élaborée par une partie sera dévolue à la partie qui l'a élaborée. Dans le cas d'un processus entièrement collaboratif ou ambigu, la propriété sera dévolue à l'Ideator.
 - a. Lorsque les droits sur la propriété intellectuelle codéveloppée reviennent à l'Ideator, l'Ideator accorde à Movember une licence mondiale exclusive, perpétuelle, irrévocable et sans redevance pour utiliser le matériel à des fins caritatives. L'Ideator ne peut pas concéder de licence sur les droits de propriété intellectuelle sur le contenu codéveloppé sans le consentement écrit de Movember.
- 4) L'équipe de Movember est tenue de fournir le cadre nécessaire à l'identification, à la protection et à la gestion de la propriété intellectuelle générée à l'étape de codéveloppement du premier volet.
- 5) Si vous souhaitez inclure le matériel d'un tiers dans votre PI-AM ou votre matériel proposé, veuillez vous assurer d'en avoir le droit.
- 6) Movember vous accorde une licence d'utilisation non exclusive, sans redevances et aux fins du premier volet des éléments suivants :
 - a. toute propriété intellectuelle d'amont appartenant à Movember et qui sera versée au matériel du projet;
 - b. toute propriété intellectuelle de codéveloppement appartenant à Movember.
- 7) Vous accordez à Movember une licence d'utilisation mondiale, non exclusive, perpétuelle, irrévocable et libre de redevances (y compris le droit de sous-licence) des éléments suivants :
 - a. toute propriété intellectuelle d'amont vous appartenant et qui sera versée au matériel du projet;
 - b. toute propriété intellectuelle de codéveloppement vous appartenant.
- 8) Afin d'éviter tout malentendu, aucune des parties n'est autorisée à utiliser le matériel codéveloppé ni ne peut en autoriser l'utilisation à des fins commerciales sans le consentement écrit préalable de l'autre partie. Ce consentement ne doit pas être refusé sans motif raisonnable, compte tenu des objectifs du Défi des liens sociaux.
- 9) La contribution de chaque partie au matériel codéveloppé sera dûment reconnue selon une manière à convenir (p. ex., par l'apposition du logo respectif des parties bien en évidence sur le matériel publié, comme le contenu des sites Web, les applications, les dépliants et le matériel de présentation).

5. MODALITÉS

- 1) Movember ne fait aucune déclaration selon laquelle elle s'engage à aller de l'avant ou à prendre des mesures particulières relativement à l'objet de l'appel de projets, notamment, sans s'y limiter, en ce qui a trait à : a) l'acceptation de toute demande ou la présélection de tout demandeur; b) l'examen, le refus, l'acceptation ou le rejet d'une demande.
- 2) Movember se réserve le droit, à sa seule discrétion, de lancer un autre processus de sélection, de modifier ce processus de sélection, d'entamer des négociations avec une personne ou un groupe de personnes qui n'ont pas été invitées à répondre à cet appel de projets ou d'annuler le programme.
- 3) Les demandeurs sont responsables des dépenses et des frais liés à la préparation et à la soumission de leur demande.
- 4) Dans la mesure permise par la loi, Movember se dégage de toute responsabilité à l'égard des pertes, des coûts (y compris les frais de justice) ou des dommages subis ou encourus par un demandeur ou une personne, découlant de la participation du demandeur au processus de demande.
- 5) Le demandeur garantit qu'il n'a aucun conflit d'intérêts réel ou potentiel en ce qui concerne sa participation au processus de demande ou sa réalisation du projet, à l'exception de ce qu'il a divulgué dans la demande.
- 6) Il n'existe aucune obligation légale ou autre entre un demandeur et Movember relativement au résultat du processus de demande, jusqu'à ce que Movember signe un contrat avec les demandeurs.
- 7) Movember n'a aucune obligation ni d'accepter une demande, ni de signer un contrat avec un demandeur, ni de fournir des explications pour avoir ignoré, refusé ou rejeté un projet, en tout ou

en partie, ou pour avoir annulé le processus de demande. Movember peut, à sa seule discrétion, envisager l'acceptation d'un projet qui ne serait pas conforme aux exigences relatives à cet appel de projets.

- 8) Le demandeur accorde à Movember une licence d'utilisation non exclusive, aux fins du présent processus de demande, de tout renseignement, processus, croquis, calcul, dessin ou autre donnée ou renseignement soumis avec la demande ou inclus dans celle-ci.
- 9) Chaque demandeur convient d'indemniser Movember contre les réclamations de tiers découlant de l'utilisation de tout renseignement exclusif soumis avec la demande complète ou inclus dans celle-ci.
- 10) Si le demandeur constate une anomalie, une erreur ou une omission importante dans cet appel de projets, il doit immédiatement aviser Movember par écrit de la nature de l'anomalie, de l'erreur ou de l'omission.
- 11) Le demandeur et les membres de l'équipe du programme reconnaissent que leurs renseignements, y compris tout renseignement personnel, peuvent être divulgués à des tiers, y compris des pairs affectés à l'évaluation, et ce, aux fins du présent processus de demande et de toute autre fin connexe.
- 12) Movember se réserve le droit de financer des projets moins bien cotés en fonction de domaines d'intérêt précis répondant aux objectifs de l'initiative.

6. MODIFICATIONS

Movember peut en tout temps modifier les exigences relatives à cet appel de projets ou exiger des renseignements supplémentaires aux demandeurs. Les demandeurs devront fournir les renseignements demandés pour des motifs raisonnables.

7. DROITS DE MOVEMBER

Movember se réserve le droit de soumettre le demandeur à une vérification préalable, qui peut comprendre :

- a. la vérification de la réelle disponibilité des ressources et des compétences représentées;
- b. une évaluation de l'expérience et de l'intégrité.

Movember se réserve le droit, à sa seule discrétion, de déroger à toute méthode d'évaluation énoncée dans le présent appel de projets.

8. UTILISATION DES RENSEIGNEMENTS

Movember se fiera aux renseignements fournis par les demandeurs ou au nom de ces derniers, et ce, à toutes les étapes du processus de demande. Les demandeurs garantissent à Movember que les renseignements qu'ils fournissent sont complets et exacts à tous les égards, qu'ils ne sont pas trompeurs et qu'au moment de les réunir, les demandeurs et leurs équipes ont fait preuve de compétence et de prudence raisonnables et reconnaissent que Movember peut se fier à tous les renseignements fournis.

9. PUBLICITÉ

Les demandeurs ne doivent faire aucune déclaration publique au sujet du processus de sélection, de la réponse obtenue, de leur participation au processus de demande ou du processus de négociation de contrat sans le consentement écrit préalable de Movember.

COORDONNÉES

Pour en savoir plus sur cette occasion de financement, veuillez communiquer avec Ivy Lim-Carter à l'adresse socialconnections@movember.com.