

MEDIA ▶ FORWARD FUND

pour la diversité des médias en
Allemagne, Autriche & Suisse

Séance d'info: 14 août 2025

● **Ligne de subvention générale**

Ordre du jour

- › 12h30-12h35 : Présentation du Media Forward Fund ~ 5 Min.
- › 12h35-12h40 : Principes de financement ~ 5 Min.
- › 12h40-12h50 : Comment nous choisissons ~ 10 Min.
- › 12h50-13h00 : Comment vous pouvez postuler ~ 10 Min.
- › 13h00-14h00 : Vos questions ~ 60 Min.



Les questions sont traitées dans les 60 dernières minutes et peuvent être postées à tout moment dans le chat.

À propos du Media Forward Fund

Quel est l'objectif du fonds?

➤ Le Media Forward Fund vise à augmenter le nombre de **médias indépendants de qualité**, dotés de **modèles économiques viables**, des médias qui publient des **contenus forts et fiables** tout en se **finançant de manière durable**.

Il s'agit ainsi de **renforcer le journalisme et donc la démocratie**.

Une **attention particulière** sera portée aux médias qui

- › comblent les lacunes dans la **couverture suprarégionale/nationale** et les **niches thématiques**
- › comblent les lacunes dans la **couverture régionale/locale (déserts d'information)**
- › s'adressent à des **communautés « mal desservies »** (underserved communities)

Nos principes de financement

Aperçu de la ligne de subvention générale (GEN)

	LIGNE DE SUBVENTION GÉNÉRALE (GEN)
Focus journalistique	pas de limitation
Durée du financement	24 mois maximum
Montant du financement	max. 400.000,- ou 200.000,- €.
Taille de l'organisation	> 30 ETP : financement projet ≤ 30 ETP : subvention organisation
Proof of Concept	exigé
Product Market Fit	exigé
Business plan	développement d'un business plan existant
Objectif du financement	développement d'une offre, d'un format, d'un canal de distribution ou d'une source de revenus existants
Type de financement	subvention organisation* ou financement projet <i>*les frais généraux peuvent être soumis en cas de financement de l'organisation</i>

Notre offre



01

Appels ouverts



02

Upskilling



03

Communauté

Ligne de subvention générale

À but non lucratif

À but lucratif

Chiffres bruts


≤ 30 ETP

Subvention organisation*

en règle générale
400.000,- €.

Financement projet


> 30 ETP

Subvention projet

en règle générale
200.000,- €.

Financement projet



Taux de financement de 50% si > 30 ETP



24 mois maximum

* les frais généraux peuvent être pris en charge

Le MFF ne finance pas:

- ✗ Écoles, universités, instituts de recherche publics
- ✗ Service public médiatique
- ✗ Organisations politiques (lobbys)
- ✗ Entreprises individuelles ou projets ne faisant pas partie d'une organisation, ainsi que les sociétés de personnes*
- ✗ Fournisseurs de services (p. ex. gestion des droits d'auteur)
- ✗ Plates-formes dont la majorité des contenus journalistiques proviennent de tiers
- ✗ Agences de relations publiques ou agences de presse sans activité journalistique propre
- ✗ Entreprises de production, qui ne peuvent pas démontrer une approche novatrice
- ✗ Organisations ou projets encore en phase d'idéation ou en cours de création
- ✗ Conférences et événements de réseautage
- ✗ Études, recherche d'accompagnement, projets de recherche individuels
- ✗ Bourses d'études
- ✗ Lancement ou pilotage d'une solution technique ou d'un service pour les professionnel·le·s des médias (infrastructure)
- ✗ Financement complémentaire d'un projet déjà en cours

* pour l'Allemagne : GbR, OHG, KG, PartG ; pour l'Autriche : OG, KG, e.U., GesbR ; pour la Suisse : e.G., KIG, KG

Quand finance-t-on?

Les conditions de base

- L'ensemble de l'organisation a son **siège principal soit en Allemagne, soit en Autriche, soit en Suisse**
- L'organisation est **d'intérêt général/orienté vers le bien commun**
- Travail sur base de **normes journalistiques et éditoriales reconnues**, que vous documentez publiquement (ou prévoyez de le faire) et **engagement à respecter les principes du Conseil suisse de la presse.**
- **La direction de la rédaction et la direction commerciale sont strictement séparées, tant dans leurs structures qu'au niveau du personnel.**
- Vous disposez d'un **business plan** et avez apporté la **preuve de faisabilité** de ce modèle économique pour l'un des **pays DACH**, ou l'avez déjà solidement établi.
- Le projet de l'organisation vise à développer ses **sources de revenus d'intérêt général.**

Lignes directrices pour la sélection

Transformation

Aller de l'avant

Nous examinons:

- › potentiel de transformation par un soutien,
- › la perspective d'un modèle économique viable et pérenne,
- › potentiel de changement d'échelle (scalabilité)
- › la proportionnalité entre les coûts et les effets escomptés dans la demande de financement,
- › et si le projet s'inscrit dans une stratégie à long terme

Centrage sur l'utilisateur

Focus sur le groupe cible

Nous examinons:

- › Le centrage sur les utilisateurs et utilisatrices,
- › l'analyse des besoins du groupe cible

Diversité

Perspectives diverses

Nous examinons:

- › la façon d'adresser des lacunes structurelles dans la couverture médiatique,
- › l'accessibilité des contenus, en particulier pour les communautés mal desservies,
- › la représentation de ces groupes cibles dans les structures des organisations candidates

Indépendance

La liberté de la presse comme pilier

Nous examinons:

- › la séparation des structures et du personnel entre les domaines rédactionnels et commerciaux,
- › l'indépendance du contenu par rapport aux commandes publicitaires,
- › la résilience face aux crises grâce à une planification financière durable à long terme

Qualité

Des standards élevés

Nous examinons:

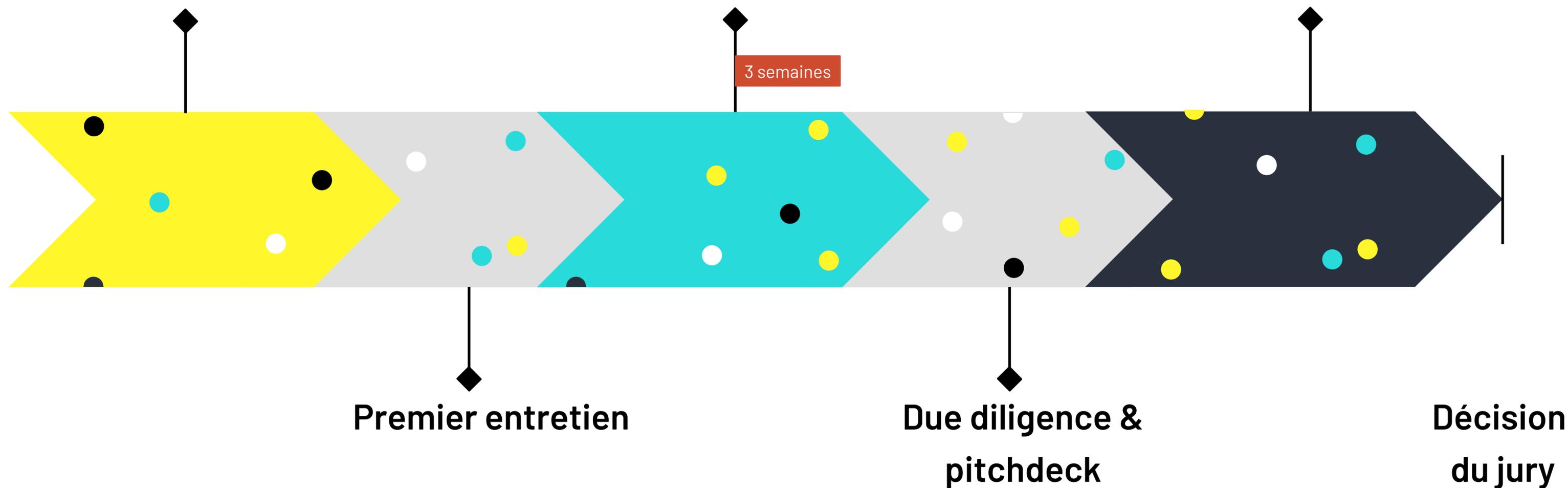
- › le respect des principes du Conseil suisse de la presse
- › les normes éditoriales établies et les mécanismes institutionnalisés pour les contrôler,
- › la présence de compétences professionnelles et journalistiques,
- › la divulgation des sources de financement

Processus de sélection

Courte introduction

Entretien de conseil (en option) &
Demande de subvention

Pitch devant le jury



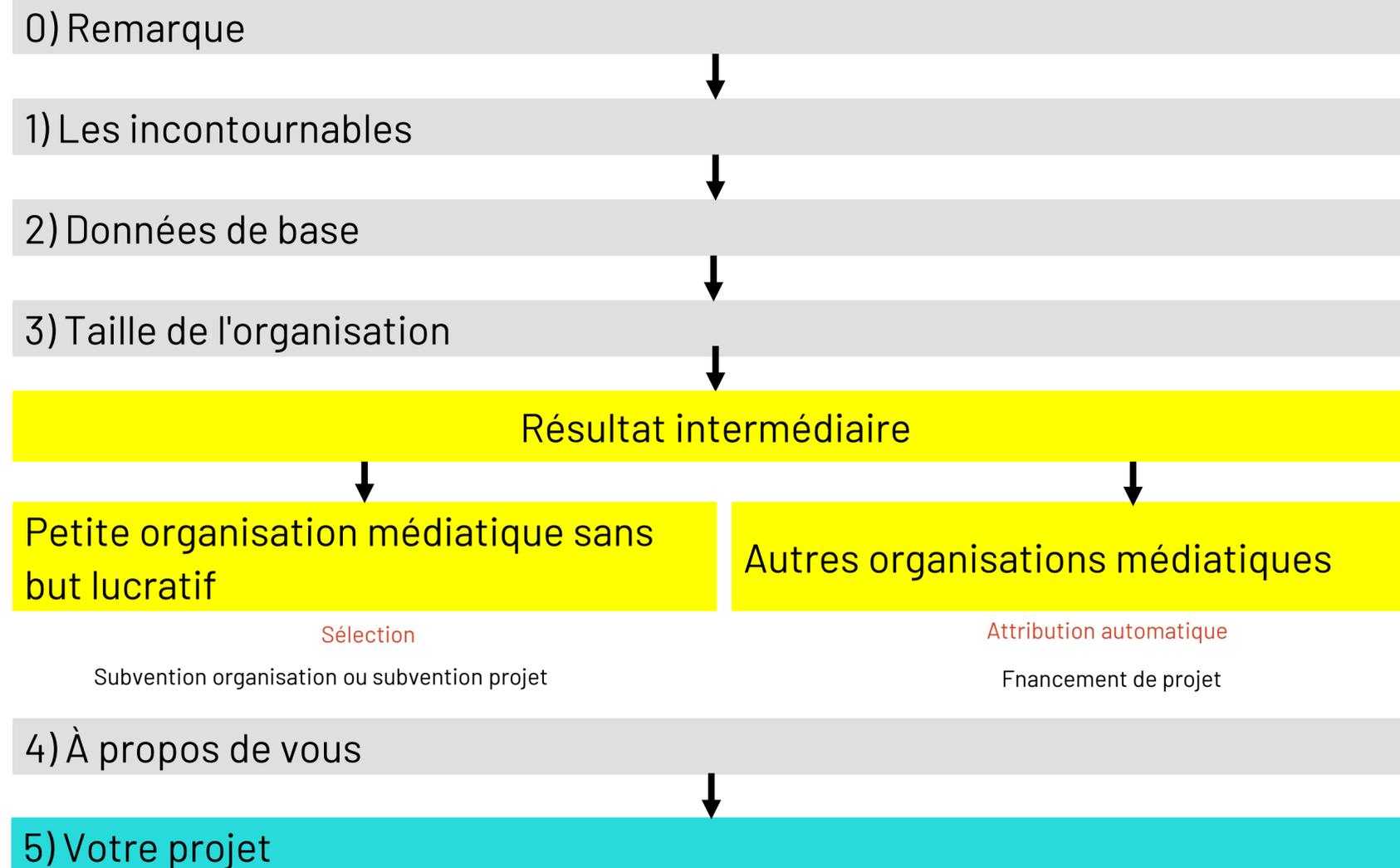
Comment postuler

Potentiel de transformation

► Un projet qui, en tant que prochaine étape de développement, contribuera à renforcer votre **viabilité financière** tout en...

- › ...**comblant une lacune dans la couverture médiatique.**
- › ...créant une valeur ajoutée transformatrice dans le secteur des médias grâce à l'utilisation de **nouvelles approches.**
- › ...mettant l'accent sur l'atteinte de **groupes cibles** qui sont encore **négligés par les médias.**

Courte introduction



Vous ne pouvez pas sauvegarder provisoirement les contenus des champs

Demande de subvention

Données générales

Votre organisation

1. Direction et équipe
2. Statu quo
3. Stratégie

Modèle économique et travail journalistique

4. Modèle économique
5. L'assurance de la qualité journalistique

Votre projet

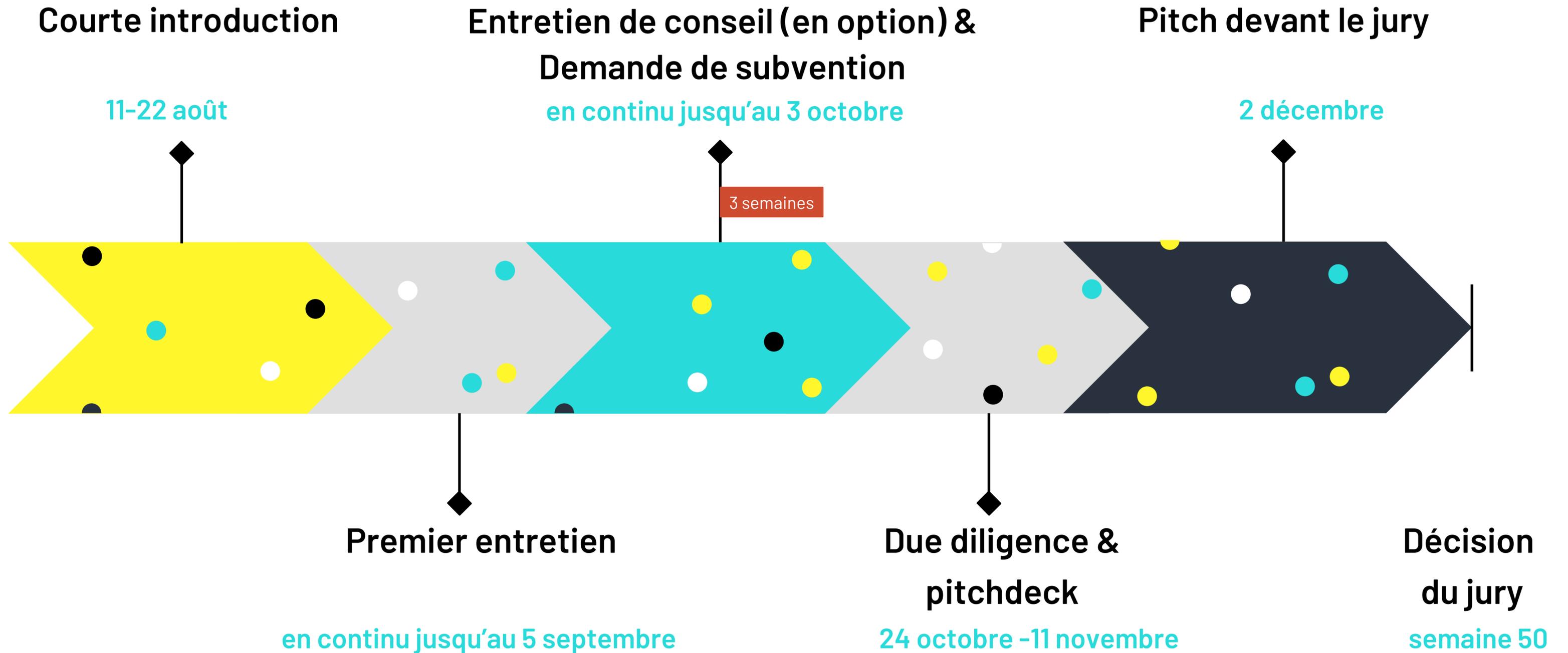
6. Description du projet*
7. Plan de mise en œuvre du projet 
8. Valeur ajoutée transformative
9. Groupe cible et coopération
10. Analyse des besoins
11. Analyse du marché et de la concurrence
12. Aperçu et planification financière 
13. Équipe chargée de la mise en œuvre du projet

Impact

14. Effet sur la stratégie générale*

* Les réponses de la courte introduction sont complétées et révisées.

Chronologie 2025



Vos questions

Merci !



Directeur général et fondateur

Martin Kotynek

[*martin@mediaforwardfund.org*](mailto:martin@mediaforwardfund.org)



Responsable des subventions

Anne M. Jacob

[*anne@mediaforwardfund.org*](mailto:anne@mediaforwardfund.org)



Gestionnaire des subventions et du bureau

Hanna Seifert

[*hanna@mediaforwardfund.org*](mailto:hanna@mediaforwardfund.org)



Responsable des partenariats

Katharina Binder

[*partnerships@mediaforwardfund.org*](mailto:partnerships@mediaforwardfund.org)



Responsable Suisse romande

Olga Baranova

[*olga@mediaforwardfund.org*](mailto:olga@mediaforwardfund.org)



Responsable Allemagne de l'Est

Ulrike Teschke

[*ulrike@mediaforwardfund.org*](mailto:ulrike@mediaforwardfund.org)



Chef de projet subventions

Jascha Galaski

[*jascha@mediaforwardfund.org*](mailto:jascha@mediaforwardfund.org)