



Guide de candidature

Ligne de subvention générale (GEN)

Contenu

A propos de ce guide.....	3
Axe de la ligne de subvention générale (GEN).....	4
Critères incontournables.....	5
Aperçu du processus de candidature.....	6
Courte introduction.....	7
Demande de subvention.....	9
Due Diligence.....	17
Pitchdeck.....	18

A propos de ce guide

Le processus de sélection du Media Forward Fund se compose de plusieurs étapes, qui peuvent être sous forme écrite ou orale.

Dans ce guide, nous offrons aux candidats des informations supplémentaires sur les procédures écrites et précisons les éléments auxquels il faut prêter attention lors de la candidature.

Ce guide vise à illustrer notre processus de la manière la plus transparente possible et à anticiper vos questions principales.

Nous avons rassemblé les informations de base sur notre site web dans l'onglet "Candidature". Vous y trouverez les réponses aux questions fréquentes, le planning de la phase actuelle d'appel à candidatures et nos cinq critères de sélection principaux.

Si vous avez encore des questions après avoir lu notre site web et ce guide, nous vous invitons à jeter un œil à notre [FAQ](#) détaillée.

Si votre question ne figure pas dans la FAQ, n'hésitez pas à nous contacter à l'adresse suivante : funding@mediaforwardfund.org.

Nous vous remercions de l'intérêt que vous portez au Media Forward Fund et du temps que vous consacrez au processus de candidature.

Nous apprécions les efforts que les organisations consacrent à leur candidature et nous sommes conscients que cela peut représenter un défi particulier pour les organisations plus petites et plus jeunes. Nous remercions toutes les candidates et tous les candidats pour leur engagement.

[Tout sur l'appel à candidatures](#)

[Vers la FAQ](#)

Axe de la ligne de subvention générale (GEN)

En résumé

Grâce à notre subvention, nous souhaitons aider les organisations de médias à renforcer leur viabilité financière, leur permettant ainsi d'élever leur organisation et leur travail journalistique à un niveau supérieur de développement.

Dans le détail

L'accent est mis sur les projets qui contribuent à la croissance d'une offre, d'un format, d'un canal de distribution ou d'une source de revenus existants au sein de l'organisation, tout en...

Dans l'idéal

... comblant une lacune dans la couverture médiatique.

... utilisant de nouvelles approches susceptibles de créer une valeur ajoutée transformatrice dans le secteur des médias.







... mettant un accent particulier sur l'atteinte de publics cibles encore négligés par les médias.

Le Media Forward Fund ne s'adresse donc pas aux organisations qui cherchent uniquement à assurer leur survie ou à obtenir un financement de démarrage ponctuel. Vous trouverez des exemples de projets déjà soutenus sur notre site web..

[Nos bénéficiaires](#)

Critères incontournables

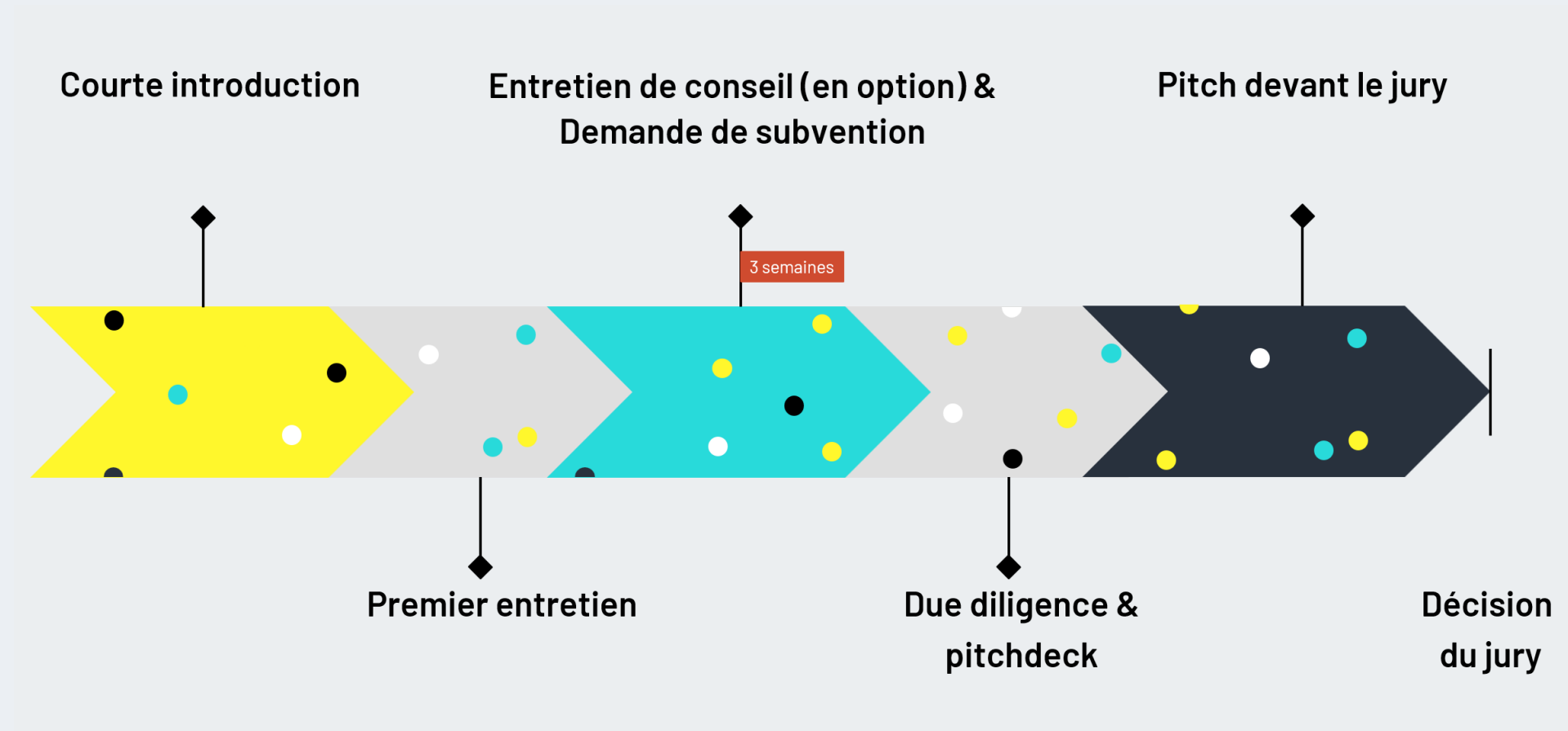
Pour être éligible, vous devez remplir les conditions suivantes :

- 1) Votre organisation globale a son siège social enregistré en Allemagne, en Autriche ou en Suisse. 
- 2) Votre organisation doit être orientée vers l'intérêt général. Cela signifie que votre chiffre d'affaires est principalement généré dans le but de renforcer le journalisme dans sa mission sociale de promotion de l'éducation populaire et de la démocratie. 
- 3) Vous travaillez sur la base de normes journalistiques et éditoriales reconnues, que vous documentez publiquement (ou prévoyez de le faire) et vous vous engagez à respecter les principes du conseil de presse de votre pays. 
- 4) Votre organisation dispose d'une séparation claire entre la direction éditoriale et la direction commerciale, à la fois au niveau de la structure que des employé.es. Si votre organisation a moins de cinq ans et emploie moins de dix équivalents temps plein (ETP), il faudra démontrer votre intention de mettre en œuvre cette séparation à l'avenir. 
- 5) Votre modèle économique orienté vers l'intérêt général fonctionne déjà. Vous pouvez présenter une preuve de concept de votre offre journalistique ainsi qu'un test d'adéquation produit/marché. Celui-ci pourra attester des premiers revenus provenant de plusieurs sources, principalement de la zone DACH. 
- 6) Avec ce projet vous souhaitez développer les revenus issus du domaine d'intérêt général, et pas seulement poursuivre votre activité habituelle ou chercher à assurer la survie de votre organisation. 



Aperçu du processus de candidature

Le processus de sélection se déroule en cinq étapes :



Courte introduction

La courte introduction est un formulaire en ligne qui, pour des raisons techniques, doit être rempli en une seule fois. Vos réponses aux questions ne peuvent pas être sauvegardées temporairement. Nous vous conseillons donc de préparer vos réponses à l'avance sur la base de l'aperçu et de les copier en une seule fois dans le formulaire avant de l'envoyer. En raison du grand nombre de candidatures, nous ne pouvons pas envoyer d'accusé de réception.

[Aperçu courte intro](#)



L'objectif de cette courte introduction est de présenter votre éligibilité et la taille de votre organisation à partir des informations fournies, ainsi que de donner une première impression de votre organisation, de votre travail journalistique et de votre projet. C'est pourquoi la plupart des questions sont des questions fermées. Le nombre de caractères dans les champs de texte est limité car l'accent doit être mis uniquement sur l'essentiel. Des réponses courtes et concises sont donc suffisantes dans un premier temps.

En remplissant la courte introduction en ligne, vous entrez dans le processus de candidature. Vous confirmez que vous remplissez les critères de base selon nos six conditions incontournables (voir page 5), vous vous présentez ainsi que votre travail journalistique, vous donnez des informations chiffrées sur la taille de votre organisation et la portée de votre travail – et surtout : vous présentez votre projet de manière convaincante. Nous sommes particulièrement intéressés par :

1. La manière dont vous envisagez d'utiliser concrètement la subvention et les publics que vous souhaitez atteindre par ce biais,
2. Comment votre projet peut contribuer à votre stratégie à long terme ainsi qu'au développement de votre organisation, de votre travail journalistique et, en particulier, à la croissance de votre modèle économique d'intérêt général,

3. Dans quelle mesure vous prévoyez d'utiliser des approches qui se distinguent des pratiques existantes dans la région DACH et/ou votre marché, ou si vous souhaitez combler une lacune spécifique,
4. Et si votre projet prend en compte des publics cibles jusqu'à présent négligés par les médias (« underserved communities »).

Nous aimerions également connaître le coût de votre projet ainsi que sa durée.

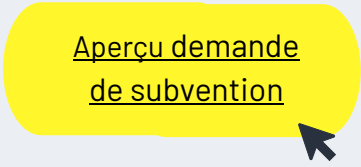
Veuillez noter que dans le formulaire d'introduction, nous vous demandons également si l'organisation avec laquelle vous postulez dépend d'une société affiliée (par exemple un groupe) ou est contrôlée par une entité tierce (par exemple une ou plusieurs sociétés mères). Une seule organisation par groupe de sociétés peut soumettre une candidature par phase de financement. Cette affiliation à d'autres entités du groupe est prise en compte pour l'évaluation de la taille de votre organisation. Si votre organisation fait partie d'un groupe plus large, c'est la taille de ce groupe, et non celle de l'organisation candidate, qui sera prise en compte. Si le groupe emploie plus de 30 équivalents temps plein (ETP), vous serez considéré comme un grand média et ne pourrez postuler qu'au financement projet et pas à la subvention organisation.

Si votre éligibilité a été confirmée par l'introduction et que votre projet correspond à nos objectifs de financement, nous aimerions faire plus ample connaissance avec vous lors d'un entretien téléphonique ou en ligne de 30 minutes maximum. L'entretien ne devrait pas nécessiter de préparation supplémentaire.

Demande de subvention

Si votre éligibilité est confirmée par les informations que vous avez fournies dans le formulaire d'introduction et lors du premier entretien, vous serez autorisé.es à soumettre votre demande de subvention dans un délai de **trois semaines** via un formulaire sur notre portail numérique.

[Aperçu demande
de subvention](#)



Le premier entretien, qui constitue une étape intermédiaire entre le formulaire d'introduction et la demande de subvention, vise à garantir que seuls les projets ayant de réelles chances de réussite quant à l'octroi de la subvention investissent du temps dans la demande de subvention.

Pour l'élaboration de la demande, les organisations admissibles reçoivent un lien d'enregistrement par e-mail de notre part, ce qui leur permet de s'inscrire et d'accéder au formulaire de demande correspondant. À la fin du formulaire, une fonction permet également de télécharger les annexes nécessaires. Avant de commencer à soumettre votre demande, vous avez également la possibilité de participer à un entretien de conseil facultatif afin de clarifier avec nous les questions de fond et de forme et d'échanger des idées sur la conception du projet.

Votre demande de subvention vise à nous fournir une vue d'ensemble de votre organisation, de votre méthode de travail journalistique, ainsi que du projet que vous envisagez. La structure du formulaire de candidature reflète ces aspects : la section 2) « Votre organisation » et la section 3) « Modèle économique et travail journalistique » concernent votre situation actuelle, tandis que la section 4) « Votre projet » et la section 5) « Impact » portent sur l'initiative pour laquelle vous sollicitez un financement.

À travers 13 questions, nous souhaitons en apprendre davantage sur les compétences de votre équipe, l'état actuel de votre organisation et votre stratégie pour les trois années à venir. Nous souhaitons également mieux comprendre votre modèle économique, ainsi que la manière dont votre projet peut contribuer à renforcer votre viabilité financière. Cela inclut également vos prévisions de croissance, ainsi que les justifications de ces hypothèses, ainsi que les approches

et mesures concrètes de conversion au sein de votre entonnoir qui conduisent à la croissance attendue. Par ailleurs, nous nous intéressons à la composition de votre groupe cible et ses besoins. Enfin, nous aimerions savoir dans quelle mesure votre projet se démarque des développements existants et peut ainsi non seulement renforcer votre caractère distinctif, mais aussi apporter une valeur ajoutée transformative dans le secteur des médias.

Pour deux des questions, vos réponses seront automatiquement reprises depuis le formulaire d'introduction, afin que vous puissiez concrétiser vos propos à partir de là.

Pour chaque question, nous avons indiqué un nombre de caractères maximum. Toutefois, il n'y a pas de limite automatique de caractères, afin que vous n'ayez pas à vous battre pour raccourcir les phrases. Nous vous recommandons néanmoins de vous baser sur ces valeurs indicatives. Vous pouvez réduire le temps de rédaction en répondant sous forme de points clés aux questions indiquées.

Plannning du projet

Votre demande de subvention doit également inclure un planning sous forme de tableau (par exemple, un fichier Excel) qui détaille la mise en œuvre du projet fondée sur des jalons clairement définis (entre 15 et 20 jalons) qui doivent être atteints de manière vérifiable et/ou mesurable grâce à des indicateurs clés de performance (KPI) pendant la période de financement.

Par jalons, nous entendons des lots de travail orientés vers des résultats qui, une fois terminés, aboutissent à un ou plusieurs résultats partiels démontrables. Il est conseillé d'attribuer à chaque jalon un titre, un délai (par exemple un mois de l'année), une description ainsi que de preuves et/ou d'indicateurs clés de performance (KPI quantitatifs) afin de pouvoir démontrer la réalisation réussie du jalon. En outre, les jalons peuvent être structurés en catégories (par exemple, recrutement, planification stratégique, développement, etc).

[Aperçu jalons](#)

Assurez-vous que ces étapes reflètent vos objectifs concernant le développement de votre organisation, votre travail journalistique, et particulièrement la croissance de votre modèle d'entreprise d'intérêt général.

Aperçu et planification du financement

Votre demande de subvention doit également être accompagnée d'un plan de financement. Ce plan doit avant tout nous permettre d'évaluer le rapport entre les coûts et l'impact escompté, de vérifier si les fonds propres nécessaires (pour les grands médias) sont disponibles et de comprendre quel soutien la subvention peut apporter.

Aperçu et planification du financement

Le plan détaillé doit être établi sous forme de tableau (Excel) et doit refléter votre planification budgétaire pour l'année en cours ainsi que l'évolution prévue de vos coûts et de votre chiffre d'affaires pour les trois prochaines années, y compris les dépenses éligibles dans le cadre de la subvention.

Ce document doit clairement montrer comment la subvention pourrait participer à générer du chiffre d'affaires (supplémentaire) et donc au renforcement de votre viabilité financière. Si nécessaire, vous pouvez soumettre plusieurs scénarios (3 au maximum). Vous pouvez ajouter des explications supplémentaires dans un champ de texte en dessous du tableau.

Veuillez qualifier les différents types de coûts, tels que les frais de personnel, les frais de bureau et d'administration, le coût des services, etc. Un équilibre doit être assuré entre les dépenses rédactionnelles et celles liées à la diffusion. Le cas échéant, veuillez également indiquer toutes les recettes prévues pour le projet et d'autres sources de revenue.

Vous pouvez fournir les informations aussi bien en euros qu'en francs suisses. Cependant, le montant total de la subvention demandée, ainsi que certaines sommes doivent être exprimées en euros aux endroits spécifiés.

Veuillez tenir compte des indications complémentaires figurant dans les modèles de plan du financement, car il existe des différences de droit fiscal entre les organisations médiatiques à but lucratif et les organisations médiatiques à but non lucratif.

Dans le cadre d'une coopération avec une organisation médiatique à but lucratif, la contribution financière mise à disposition par le fonds est soumise à la TVA. Étant donné que le Media Forward Fund, en tant qu'entreprise allemande à but non lucratif, ne peut pas déduire la TVA payée comme taxe en amont, cela entraîne une augmentation des coûts.

Si l'organisation médiatique à but lucratif a son siège en Autriche ou en Suisse, la procédure d'autoliquidation (« reverse charge ») s'applique, ce qui permet de ne verser que le montant net (HT).

Coûts éligibles

	Subvention organisation	Financement projet
Coûts du personnel Les, coûts salariaux qui ne sont ni directement ni régulièrement versés, tels que les paiements exceptionnels, les avantages en nature, les primes et autres prestations, ainsi que les indemnités de départ, ne sont pas éligibles	- Employé.es (temps plein et temps partiel)	- Employé.es (temps plein et temps partiel)
Frais de bureau et d'administration	- Location de bureau - Matériel de bureau - Comptabilité générale - Systèmes informatiques - Communication (p.ex. téléphonie)	/
Frais de déplacement et d'hébergement Les frais de déplacement sont régis par la loi fédérale allemande sur les frais de déplacement, et par l'aperçu des forfaits d'hébergement à l'étranger 2024/2025 du Ministère fédéral des finances.	- Voyage en transports publics et en avion - Location de voiture - Frais d'hébergement	Maximum 10% du montant requis - Voyage en transports publics et en avion - Location de voiture - Frais d'hébergement

Ligne de subvention générale (GEN)

Services Honoraires de travailleurs et travailleuses indépendant.es, conseil, prestations Les cotisations à la <u>Künstlersozialkasse</u> (caisse de sécurité sociale des artistes) ne sont pas éligibles au financement.	<ul style="list-style-type: none"> - Réalisation d'études ou d'enquêtes (p. ex. évaluations, stratégies, documents conceptuels, concepts, manuels) ; - Développement, modifications et mises à jour de systèmes informatiques et de sites web ; - Conseil juridique et services notariaux, expertise technique et financière ; - Services d'audit ; - Services liés à l'organisation et à la tenue d'événements ou de réunions (p. ex. interprétariat, modération, honoraires/défraiements d'expert.es/de speakers, facilitatrices et facilitateurs, personnel d'accueil, techniciennes et techniciens) ; - Traductions 	<ul style="list-style-type: none"> - Services de conception, d'analyse et d'évaluation - Conseil juridique dans le contexte du projet - Services liés à l'organisation et à la tenue d'événements ou de réunions (p. ex. interprétariat, modération, honoraires/défraiements d'expert.es/de speakers, facilitatrices et facilitateurs, personnel d'accueil, techniciennes et techniciens) ; - Traductions
Frais liés à des événements ou réunions propres (sauf service, voir ci-dessus)	<ul style="list-style-type: none"> - Restauration - Location de salle de réunion ou autre lieu pour un événement 	<ul style="list-style-type: none"> - Restauration - Location de salle de réunion ou autre lieu pour un événement
Formation continue	<ul style="list-style-type: none"> - Frais de participation à des cours et formations - Frais de participation à des événements 	<ul style="list-style-type: none"> - Frais de participation à des cours et formations - Frais de participation à des événements
Coûts d'achat d'installations techniques et de machines, notamment les investissements en immobilisations corporelles pouvant être portés à l'actif du bilan	<ul style="list-style-type: none"> - Équipement de bureau - Matériel et logiciels informatiques - Mobilier et équipement - Machines et instruments 	/

Poste global « coûts imprévus »	Maximum 2 % du montant de la subvention	/
--	--	---

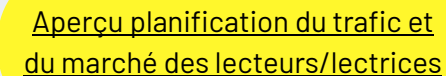
Nous vous prions également de noter que, dans le cas des organisations médiatiques à but non lucratif, nous ne pouvons pas financer les coûts qui relèvent de l'exploitation commerciale. Il s'agit par exemple de frais liés à l'exploitation ou au développement d'une boutique en ligne pour la commercialisation de produits ou à la vente de boissons / de nourriture dans le cadre d'événements propres.

Dans le cas d'une collaboration avec une entreprise médiatique à but lucratif, nous ne pouvons pas soutenir les activités qui renforcent les opérations commerciales de vente, comme une newsletter réservée aux abonnés payants ou du contenu accessible uniquement via un 'paywall'. De plus, aucun bien économique ne peut être financé par le Media Forward Fund pour devenir gratuitement la propriété de l'organisation à but lucratif, par exemple le développement d'une application qui augmenterait la valeur de vente de celle-ci et donc de l'organisation, ou la création d'une plateforme en ligne.

Planification du trafic et du marché des lecteurs et lectrices

Votre demande de subvention doit également être accompagnée de votre planification du trafic et du marché des lecteurs/lectrices pour l'année en cours. Il s'agit de la planification de vos objectifs de croissance en termes de portée et de chiffre d'affaires généré par les utilisateurs et utilisatrices de votre offre. Si vous ne travaillez pas encore avec un plan de trafic et de marché des lecteurs, nous vous prions d'élaborer ce plan pour la première année de subvention.

Aperçu planification du trafic et
du marché des lecteurs/lectrices



Le plan peut par exemple contenir les informations suivantes :

- Site web : nombre d'utilisateurs/trices uniques et visites par mois
- Newsletter : taux d'abonnement et d'ouverture
- Réseaux sociaux : taux d'interaction
- Podcast : téléchargements par mois sur toutes les plateformes

Liste des annexes au contrat



Planning du projet avec mention des jalons



Plan de financement (y compris le plan budgétaire opérationnel pour l'année en cours)



Planification du trafic et du marché des lecteurs/trices pour l'année en cours



Bilan annuel actuel ou provisoire du dernier exercice comptable



Extrait récent du registre des associations ou du registre du commerce (incluant la liste des associé.es)



Uniquement pour les organisations à but non lucratif basées en Autriche ou en Suisse :
Formulaire rempli et signé attestant du statut d'organisation à but non lucratif, accompagné des pièces justificatives requises.

Uniquement pour les organisations d'utilité publique basées en Allemagne : Document attestant du statut d'utilité publique - selon la forme juridique et la date de création, cela peut être soit l'annexe à l'avis d'imposition sur les sociétés, soit l'avis d'exonération fiscale, soit l'attestation de conformité aux statuts selon le § 60a, alinéa 1 (si l'organisation n'a pas encore reçu d'avis d'exonération ni d'annexe à l'avis d'imposition).



Dernier rapport annuel d'activité pertinent pour le projet (facultatif)



Charte éditoriale (facultatif)



Plan stratégique ou business plan (facultatif)



Rapport(s) d'évaluation (facultatif)



Due Diligence

Après examen des candidatures, nous poursuivons le processus de sélection avec les projets les plus prometteurs en approfondissant la due diligence de votre organisation.

Il s'agit d'un processus intégré qui se déroule tout au long du processus de sélection et qui est finalisé avant que votre candidature ne soit transmise au jury.

La due diligence se fonde sur les informations que vous nous avez fournies, sur des recherches, sur les documents internes que vous nous avez transmis (les annexes de la demande de subvention) et sur un ou deux entretiens de référence que nous menons à la suite de l'évaluation de votre demande. Nous vous demandons donc, dans votre demande de subvention, de nous fournir deux contacts de référence qui pourront donner une évaluation pertinente de votre travail et de votre organisation. En temps voulu, nous vous demanderons de nous mettre en contact avec ces personnes afin de coordonner la prise de rendez-vous.

Si nous constatons que les documents internes remis ne sont pas suffisamment explicites, nous vous demanderons des informations supplémentaires peu de temps après.

Une fois la due diligence achevée, nous rédigeons un rapport succinct basé sur les résultats. Ce rapport sert de base pour la décision du jury, en plus de la recommandation de subvention de l'équipe du Media Forward Fund et de votre pitch.

Pitchdeck

Pendant que l'équipe du Media Forward Fund approfondit la due diligence concernant votre organisation, vous préparez votre pitch qui sera ensuite présenté en présentiel devant le jury.

Le pitchdeck en format PowerPoint d'environ 10 à 15 diapositives doit refléter les informations les plus importantes de votre candidature. Nous vous proposons une structure générale en trois parties :

- 1) A propos de nous
- 2) Notre travail et où nous en sommes actuellement
- 3) Quel est notre objectif avec ce projet

Les organisations sélectionnées pour le pitch recevront plus de détails et de recommandations sur la structure et les formalités dans une guide explicatif envoyée par e-mail. Il ne s'agit pas d'exigences obligatoires, mais d'une aide à la structuration et à la présentation de votre pitch deck.

Il est important de souligner ici que ce qui compte avant tout, c'est le contenu des diapositives et non l'apparence de la présentation. Nous sommes conscients que de nombreuses organisations ne disposent pas de leurs propres graphistes.

Nous organisons un entretien de feedback d'environ une heure sur la base de votre première ébauche de pitchdeck. Vous aurez ensuite suffisamment de temps pour retravailler votre pitchdeck afin qu'il soit prêt à temps pour le jour du pitch.