

MEDIA » FORWARD FUND

pour la diversité des médias en
Allemagne, Autriche & Suisse

Séance d'info: 10 février 2026

● **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

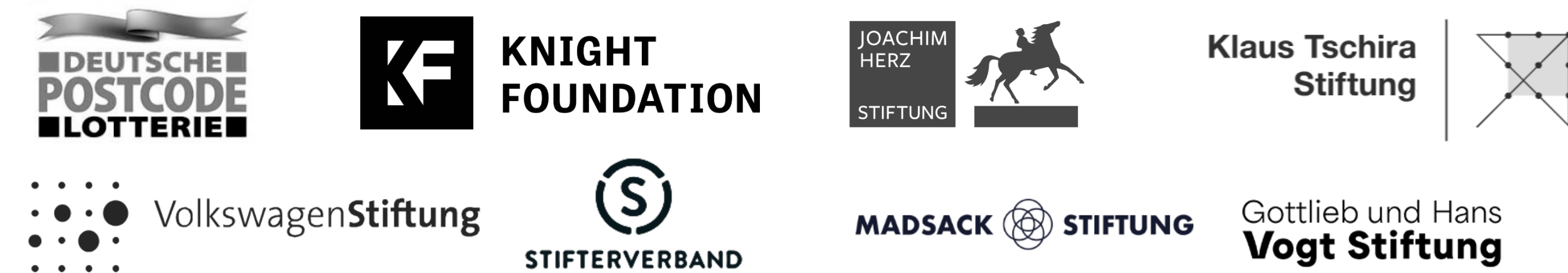
- › combler les lacunes dans la **couverture suprarégionale/nationale** et les **niches thématiques**
- › combler les lacunes dans la **couverture régionale/locale (déserts d'information)**
- › s'adressent à des **communautés « mal desservies »** (underserved communities)

Initiateurs & partenaires

Initiateurs :



partenaires de soutien :



en coopération avec :



Soutenu par :



« Le journalisme doit être soutenu par beaucoup plus de personnes, avec beaucoup plus de moyens financiers, pour donner une véritable chance à nos démocraties. ».



Hans Schöpflin
Président du conseil
d'administration
Fondation Schöpflin

« Personne n'investit dans les médias - **cela doit changer d'urgence** ».



Sebastian Klein
Fondateur Karma Capital /
Neue Narrative

« Pour une démocratie résiliente, il faut un **paysage médiatique vivant.** »



Manuel Hartung
Président du conseil
d'administration
ZEIT STIFTUNG BUCERIUS

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

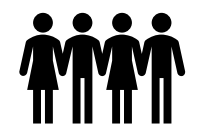
Communauté

Ligne de subvention générale

À but non lucratif

À but lucratif

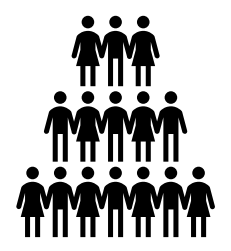
Chiffres bruts


≤ 30 ETP

Subvention organisation*

en règle générale
400.000,- €.

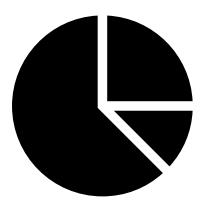
Financement projet


> 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, projets artistiques et éducatifs
- ✗ Service public médiatique
- ✗ Organisations politiques (lobbys), think tanks
- ✗ 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

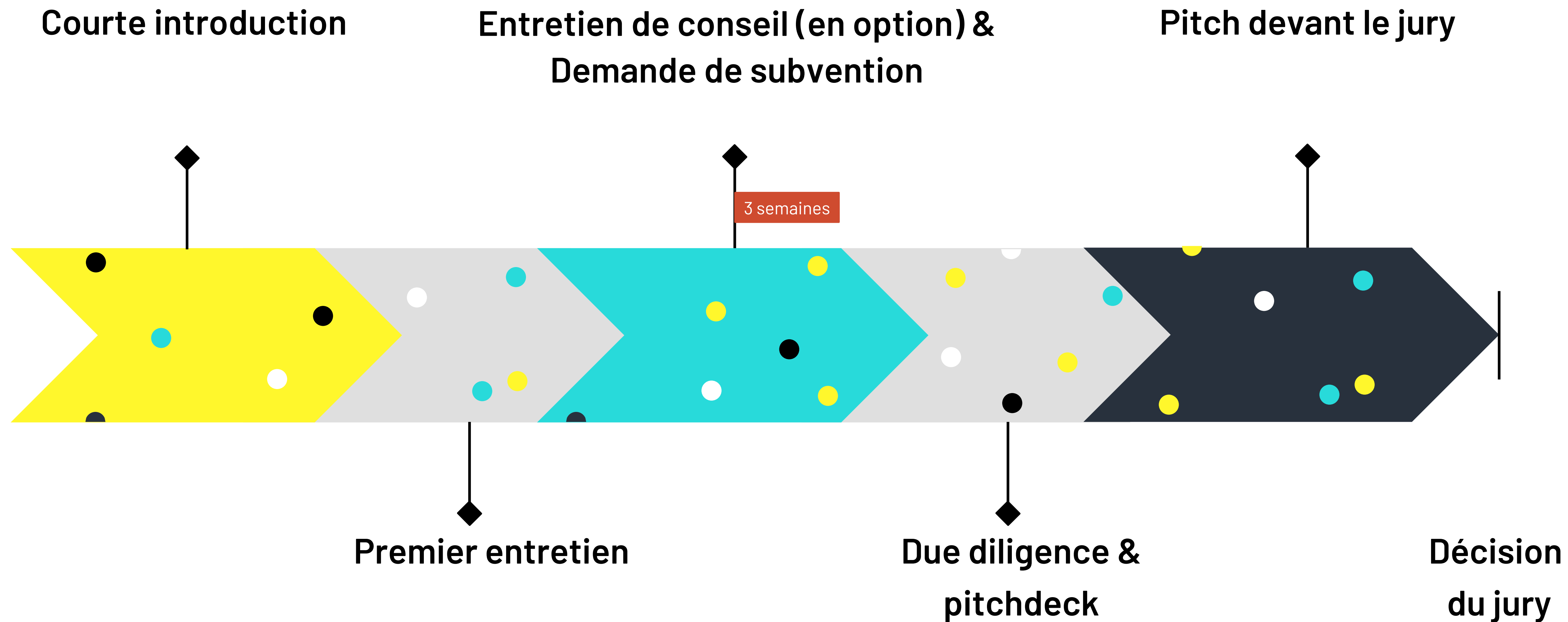
Qualité

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



Facteurs d'échec fréquents

➤ Raisons courantes d'échec des candidatures:

- › ... absence de **preuve de concept** et/ou de validation du **product-market fit**
- › ... demande de financement visant uniquement à couvrir des **coûts de fonctionnement**, sans **objectif de croissance** clairement défini
- › ... pour les organisations à but lucratif: le **projet éditorial** destiné à **développer le parcours de conversion** gratuit n'est pas au cœur de la démarche

detektor.fm

Somme: 500.000€*
Cohorte 2025-2
*brut

- Podcast hebdomadaire pour la Saxe-Anhalt avec newsletter, réseaux sociaux et événements en direct
- Objectif : créer une communauté régionale dans un marché sous-desservi



BR REFLEKT

Somme : 300.000€
Cohorte 2024

- Production de vidéos sociales sur des enquêtes journalistiques
- Diffusion via animateurs-trices à large audience pour attirer des membres payants



Somme : 390.000€
Cohorte 2024

- Projet « Bühne frei » : enquêtes journalistiques sur scène
- Objectif : atteindre un large public et convertir les visiteurs en membres payants



PSEUDORAMA
Eine zu 99% analoge virtuelle Realität
Umsetzung von DARUM in Kooperation mit der Rechercheplattform DOSSIER
Koproduktion mit DARUM

DOSSIER

Exemples projets

Andererzeits

Somme : 400.000€
Cohorte 2024

- Développement du modèle communautaire inclusif
- Tripler les abonnements via une base de données utilisateurs, relancement newsletter, nouveaux formats sur les réseaux sociaux et des actions marketing ciblées



Bei O gestartet

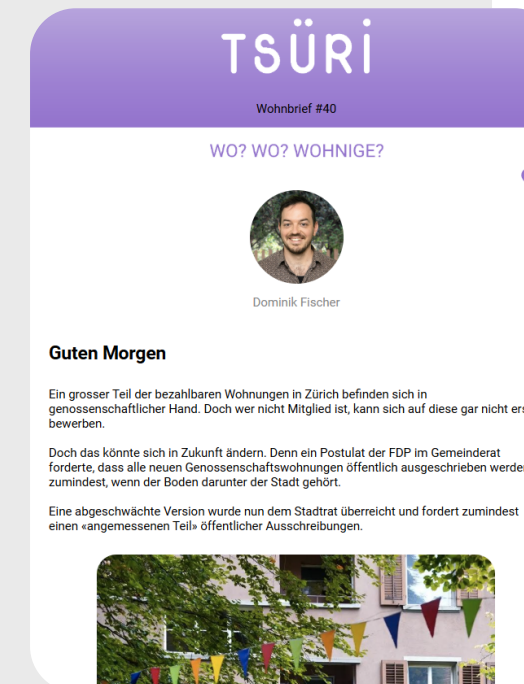
Vor 3 Jahren haben wir mit O Abos gestartet.

Heute sind es: 2.918
Manchmal können wir das selbst nicht glauben. Doch es zeigt klar: Wir machen Journalismus, den viele Menschen lesen wollen!

Mit fast 3.000 Abonnent*innen starten wir ins neue Jahr. Wir freuen uns auf 2026 gemeinsam mit Dir!

- Nouvelle newsletter sur le thème du logement à Zurich
- Avec différentes approches, du marketing au growth hacking, le « Wohnbrief » vise une croissance significative du nombre de membres

Somme : 400.000€
Cohorte 2024



TSÜRI

loky*

Somme : 400.000€*
Cohorte 2025-1
*brut

- Média hyperlocal avec journalisme de newsletter ancré dans le quotidien
- Objectif : développer la communauté et étendre l'offre à des quartiers voisins

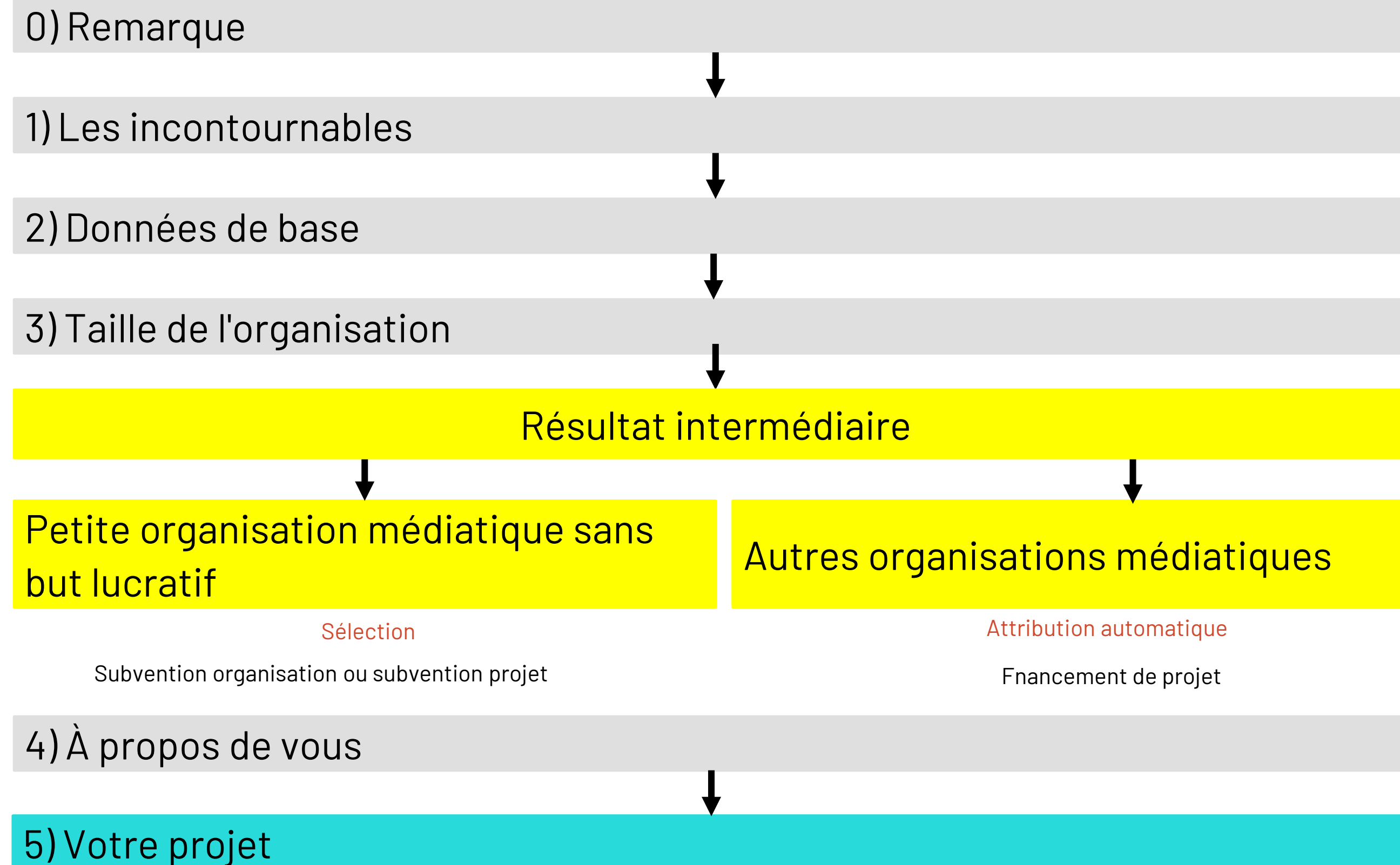


Comment postuler

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



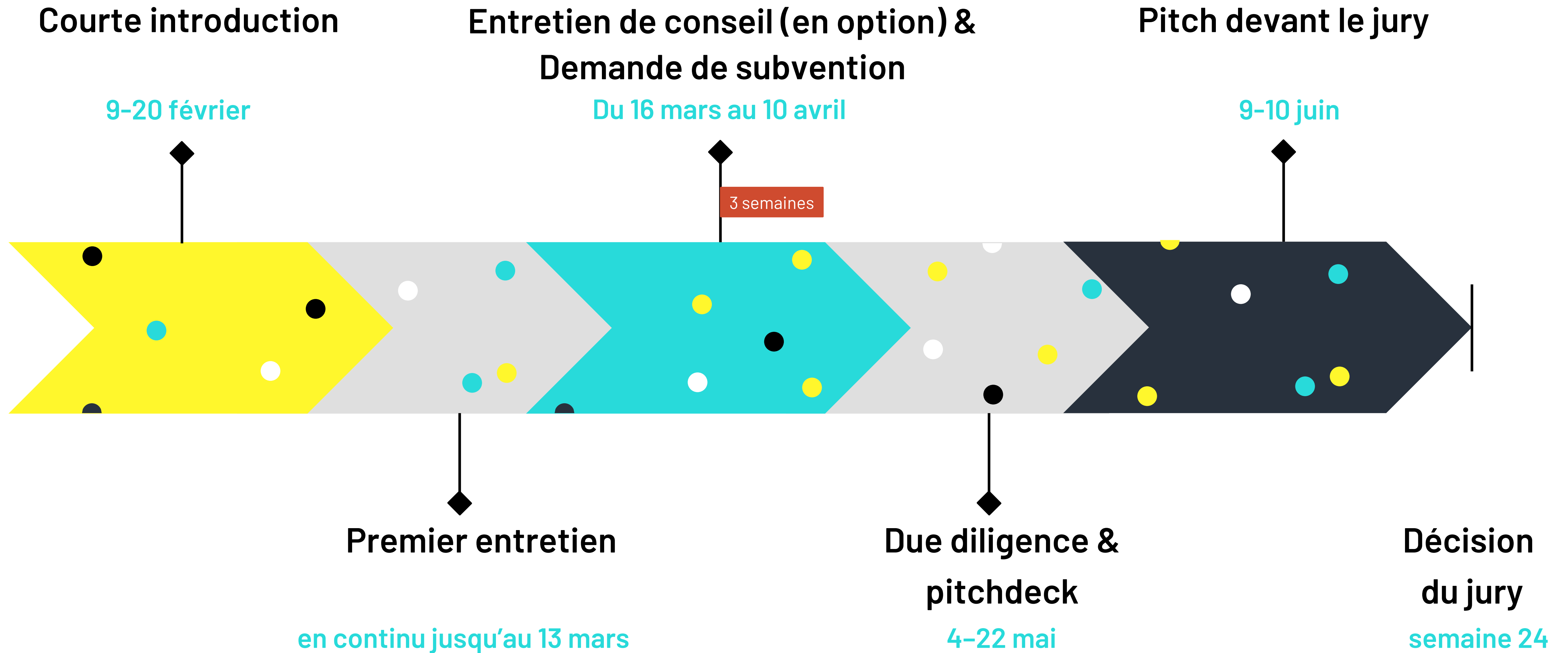
Vous ne pouvez pas sauvegarder provisoirement les contenus des champs

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 2026



À partir de 2026, nous lançons pour la première fois des Launch Grants destinés à la Suisse romande.

- Ils soutiennent la mise sur le marché en **Suisse romande**, par une organisation **déjà existante ou nouvellement créée**, d'une **offre, d'un format, d'un canal de distribution ou d'une source de revenus jusqu'ici inédite**, innovante ou non encore testée sur le marché local.

L'objectif est, au-delà d'un **lancement réussi**, de poser les bases d'une **première adéquation produit-marché** dans la région.

Subventions de lancement SRO : aperçu

SUBVENTIONS DE LANCEMENT	
Focus de travail journalistique	focalisation journalistique et éditoriale vérifiable sur la Suisse romande
Siège de l'organisation	Suisse
Langue de reportage	français
Taille de l'organisation	petites (≤ 30 ETP) et grandes organisations médiatiques (> 30 ETP)
Durée de subvention	12 mois maximum
Montant de subvention	125 000 Francs suisse max. par organisation (pas de cofinancement)
Preuve de concept	en perspective
Adéquation produit/marché	sera établi au cours de la période de subvention
Modèle économique	mise en place, validation ou affinement du modèle économique axé sur l'intérêt général
Objectif de l'utilisation du financement	lancement et validation sur le marché romand d'une offre, d'un format, d'un canal de distribution ou d'une source de revenus encore inédits pour l'organisation existante, donc nouveau ou innovant sur le marché local, pour lesquels un besoin concret des utilisateurs en Suisse romande a été identifié au préalable.
Type de subvention	exclusivement aide au projet pour un projet de lancement concret

Vos questions

Merci !



Martin Kotynek

Directeur général et fondateur
martin@mediaforwardfund.org



Anne M. Jacob

Responsable des subventions
anne@mediaforwardfund.org



Hanna Seifert

Gestionnaire des subventions
hanna@mediaforwardfund.org



Lisa Sympher

Chargée de mission auprès de la direction générale
lisa@mediaforwardfund.org



Katharina Binder

Responsable des partenariats
katharina@mediaforwardfund.org



Jascha Galaski

Chef de projet subventions
jascha@mediaforwardfund.org



Felix Prudhomme

Gestionnaire des subventions
felix@mediaforwardfund.org



Nastassja Kreft

Responsable du programme communauté et compétences
nastassja@mediaforwardfund.org



Olga Baranova

Responsable Suisse romande
olga@mediaforwardfund.org



Ulrike Teschke

Responsable Allemagne de l'Est
ulrike@mediaforwardfund.org



funding@mediaforwardfund.org