

**Cahier des charges de l'appel à projets 2026 au titre du
fonds de soutien aux médias d'information sociale de proximité :**

Contexte et objectifs du FSMISP

Le fonds de soutien aux médias d'information sociale de proximité accompagne financièrement le développement de médias ancrés localement, apportant une information de proximité, et favorisant la continuité du lien entre les habitants d'un quartier, d'une ville, d'un département ou d'une région.

Créé par le décret n° 2016-511 du 26 avril 2016 modifié, le FSMISP soutient ces médias dans leur activité éditoriale et dans le développement d'actions sociales à destination des publics auxquels ils s'adressent.

Conformément aux dispositions de l'article 3 du décret n°2016-511 modifié, le présent appel à projets précise les critères d'éligibilité et de sélection des médias soutenus dans le cadre du fonds, ainsi que les modalités d'instruction des candidatures.

Structures éligibles

Sont éligibles au fonds les structures **éditant à titre principal un ou plusieurs médias d'information sociale de proximité**, quelle que soit la forme juridique qu'elles prennent.

Sont également éligibles les **associations** ou des **fondations reconnues d'utilité publique ou affiliées à une association reconnue comme telle**, éditant à titre accessoire un ou plusieurs médias d'information sociale de proximité. Le cas échéant, **un justificatif de cette reconnaissance doit être fourni** à l'appui du dossier.

Ne peut être attribuée **qu'une seule subvention par structure**.

Un média d'information sociale de proximité peut prendre plusieurs formats :

- **Une publication de presse ou un service de presse en ligne reconnus comme tels par la commission paritaire des publications et agences de presse ;**
- **Une publication imprimée présentant un lien direct avec l'actualité** apprécié au regard de l'objet de la publication et présentant un apport éditorial significatif, ayant un caractère d'intérêt général quant à la diffusion de la pensée (instruction, éducation, information du public).
- **Un service de communication au public par voie électronique**, assurant la production et la mise à disposition du public d'un contenu original, autre qu'un service de presse en ligne, **présentant un lien direct avec l'actualité et un apport éditorial significatif, ayant un caractère d'intérêt général** quant à la diffusion de la pensée (instruction, éducation, information du public) en utilisant le **mode écrit, visuel, sonore ou vidéo**.

De même, **le média doit produire une information généraliste qui s'adresse à l'ensemble des habitants de son territoire** : les médias destinés uniquement à une tranche d'âge, à une catégorie socio-professionnelle ou à une communauté ne sont pas éligibles.

Les structures inéligibles

Aucune publication ou service de communication au public constituant un outil de promotion ou un accessoire d'une activité industrielle ou commerciale n'est éligible au fonds.

Ne sont pas éligibles au fonds les structures ayant bénéficié l'année précédant la demande :

- D'une aide aux quotidiens régionaux, départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces (QFRPA) ;
- D'une aide du fonds de soutien à la presse périodique régionale et locale (PPR) ;
- D'une aide au pluralisme des titres ultramarins ;
- D'une aide du fonds de soutien à l'expression radiophonique (FSER) ;

Par ailleurs, aucune aide au pluralisme des services de presse tout en ligne (SPTL) ne peut être versée aux services de presse qui ont bénéficié la même année de l'attribution d'une aide au titre du fonds de soutien aux médias d'information sociale¹. Par conséquent, en cas de double candidature et d'obtention d'un soutien du FSMISP, le dossier de demande d'aide SPTL d'un média ne sera pas instruit.

S'agissant d'une aide dite « *de minimis* », ne pourront être soutenues les structures ayant bénéficié de plus de 300 000 € d'aide sur les trois dernières années.

Cas spécifiques

- Les médias émergents

Les médias ayant moins d'un an à la date butoir de dépôt des dossiers ne pourront obtenir le soutien du FSMISP. Il est ainsi nécessaire de disposer d'une durée d'activité minimum d'un an afin de faire valoir une production éditoriale suffisante et des réalisations en réponse aux critères de sélection édictés par le décret.

- L'hébergement des médias numériques

A l'exception des titres ultra-marins, un média numérique doit disposer d'une URL propre, y compris lorsqu'il est édité par une structure reconnue d'utilité publique

¹ Décret n° 2021-1666 du 15 décembre 2021 instituant une aide au pluralisme des services de presse tout en ligne d'information politique et générale, article 7.

n'ayant pas pour activité principale l'édition d'un média. Par exemple, une web TV hébergée uniquement sur YouTube est inéligible, tout comme un podcast diffusé uniquement sur une plateforme de *streaming* ou un média publiant uniquement sur les réseaux sociaux.

➤ Les chaînes de télévision hertzienne

Les chaînes de télévision hertzienne sont inéligibles au FSMISP. Par exception à ce principe, les télévisions régionales et locales qui étaient bénéficiaires du FSMISP l'année d'obtention d'un canal de TNT, soit des web TV soutenues par le fonds et qui sont parvenues à suffisamment se professionnaliser pour obtenir un canal de diffusion TNT restent éligibles au fonds.

➤ Les médias détenus par une entreprise de plus de 50 salariés

Une structure dont le capital est majoritairement détenu, directement ou indirectement, par une entreprise de plus de 50 salariés ne peut être soutenue par le FSMISP.

Critères de sélection

L'offre éditoriale des médias d'information sociale de proximité est appréciée selon **trois critères cumulatifs énoncés à l'article 3 du décret** :

- Le traitement éditorial de l'information ;
- La production d'une information de proximité, sociale et citoyenne ;
- L'insertion dans un territoire.

L'enveloppe allouée à chaque région doit être répartie entre l'ensemble des bénéficiaires. Le refus d'une demande de soutien d'un média éligible ne peut être motivé par une priorisation des crédits. Il doit être justifié au regard des critères de sélection et des informations fournies dans son dossier, de la production éditoriale du média et de ses actions sur le territoire. Un média qui ne satisfait pas un de ces trois critères est inéligible et ne sera donc pas soutenu au titre du fonds. A titre d'exemple, un média local qui promeut le patrimoine d'un territoire, ses atouts touristiques et/ou son actualité culturelle, mais qui ne présente aucune dimension sociale et citoyenne dans son traitement de l'information n'est pas éligible au FSMISP.

I. Le traitement éditorial de l'information

Le traitement éditorial de l'information est apprécié à l'aune du traitement journalistique de l'information (a) et du caractère professionnel du média (b).

a) **Le traitement journalistique** de l'information

Il se caractérise par **la structuration, l'exploitation et l'analyse** de l'information. La publication d'une information « brute », non vérifiée ou reprise ne peut être considérée comme un contenu éditorialisé.

Ne constituent notamment pas un traitement journalistique de l'information, les comptes-rendus de conseil municipal, les simples captations d'évènements ou les modalités de fonctionnement d'un établissement.

b) Le caractère professionnel du média

La contribution de journalistes professionnels et la régularité de la parution de contenus sont des indices du caractère professionnel du média. Peuvent également être pris en compte la mise en place d'un comité de rédaction, les actions de formation professionnelle menées en faveur des salariés et des membres bénévoles ou encore les partenariats noués avec d'autres médias.

II. La production d'une information de proximité, sociale et citoyenne

Le critère de production d'une information de proximité, sociale et citoyenne s'apprécie à l'aune de la mission de communication sociale de proximité (a), de l'ancrage local de l'information diffusée (b). Sa contribution à la lutte contre les discriminations peut également être prise en compte (c).

a) La mission de communication sociale de proximité

Un média de proximité se distingue de la presse périodique locale par la nature des sujets abordés et par sa contribution à la mission de communication sociale de proximité. Cette dernière consiste à **favoriser les échanges entre les groupes sociaux et culturels, l'expression des différents courants socioculturels, le soutien au développement local, la protection de l'environnement** ou encore **la lutte contre l'exclusion**.

b) L'ancrage local de l'information diffusée

Un média de proximité produit une information locale et met en avant les **initiatives citoyennes locales**, notamment celles portées par les associations et les habitants de son territoire.

c) La contribution à la lutte contre les discriminations

Un média de proximité peut contribuer à la lutte contre les discriminations en proposant des contenus inclusifs qui concourent à la représentation médiatique des personnes victimes de discriminations et de la diversité.

Une attention particulière est portée aux médias installés dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville et les territoires correspondants au zonage France Ruralités Revitalisation (autrefois dénommés zone de revitalisation rurale).

III. L'insertion du média dans son territoire

L'insertion dans un territoire peut être évaluée par l'audience ou le lectorat du média, l'association d'habitants à l'activité du média. La participation à des actions d'éducation aux médias peut également être prise en compte.

Un média d'information sociale se distingue de tout autre type de média par son **insertion dans le territoire** qu'il couvre et par **l'association de ses habitants**, à travers **sa dimension participative**. Elle se traduit par la **participation active** des habitants qui s'apprécie à travers le fonctionnement du média, lorsque celui-ci y associe la population du territoire, pour la production éditoriale ou technique. Tel est le cas notamment de certains médias qui disposent de rubriques ou d'émissions uniquement ou partiellement gérées par des habitants.

Un média ne peut être considéré comme inséré dans un territoire au sens du FSMISP s'il ne fait qu'en couvrir l'actualité.

Les actions d'éducation aux médias et à l'information (EMI) peuvent aussi permettre à un média de répondre au critère d'insertion territoriale et de participation des habitants. Toutefois, **l'EMI ne constitue pas un critère discriminant** permettant de statuer sur l'éligibilité d'un dossier. Une attention particulière est portée aux actions menées dans les établissements d'enseignement ou auprès des populations isolées (EHPAD, milieu carcéral...).

L'audience et la diffusion du média permettent également d'apprécier le lien avec les habitants du territoire. Cette audience ou la diffusion du média est examinée au regard du support du média, de la taille du bassin de population correspondant à sa couverture géographique, de la durée d'existence du média et/ou de sa stratégie pour acquérir de l'audience. L'audience d'un jeune média implanté dans un territoire restreint et peu dense ne saurait être comparée à celle d'un média d'envergure départementale implanté de longue date par exemple.

IV. Modalités d'appréciation des critères de sélection

Dans son dossier de candidature au FSMISP, l'éditeur veillera à détailler comment son média répond à chacun des trois critères du fonds, en apportant les précisions, justifications et les illustrations nécessaires à leur évaluation par les services instructeurs. Un dossier qui se borne à soutenir que le média a une stratégie de professionnalisation de son activité journalistique ou qu'il mène des actions d'EMI sans

justifier de ces dernières ne permet pas d'en apprécier l'effectivité, la cohérence et l'ambition.

Le candidat devra notamment préciser dans son dossier les dispositifs de participation active des habitants mis en place et animés dans l'année écoulée, leurs participants, leurs impacts.

Par ailleurs, les éléments apportés relativement aux deux points suivants peuvent permettre, le cas échéant, d'appuyer l'avis porté sur le dossier :

- L'utilisation de l'aide reçue au titre du FSMISP l'année précédente ;
- La capacité du média à diversifier ses ressources afin de parvenir à un modèle économique équilibré.

Exemples de médias soutenus par le FSMISP

La liste de tous les médias soutenus par le FSMISP est publiée chaque année sur le site internet du ministère de la Culture à ce lien : <https://www.culture.gouv.fr/catalogue-des-demarches-et-subventions/subvention/fonds-de-soutien-aux-medias-d-information-sociale-de-proximite-fsmisp>

Modalités d'examen des dossiers

➤ Gestion de l'aide

Les demandes d'aides sont à déposer sur la plateforme *Démarches Numériques*.

Les dossiers sont reçus et instruits par la direction des affaires culturelles de votre région ou territoire, qui peut consulter des experts et personnalités qualifiées exerçant des fonctions dans le domaine de l'information locale.

Les adresses contact de chaque région figurent sur le formulaire, ainsi que la liste des pièces à fournir.

Chaque DRAC statue sur les demandes de soutien au titre du FSMISP qui lui sont soumises selon sa propre organisation. La DRAC informe les demandeurs des modalités d'instruction qu'elle a définies (par publication sur le site de la DRAC, dans l'accusé-réception des dossiers déposés ou dans le texte de la notification des décisions, etc.)

La DRAC répartit les crédits du FSMISP à sa disposition entre les médias bénéficiaires. La DRAC informe les bénéficiaires des modalités de répartition qu'elle a retenues. Sa décision est notifiée aux candidats. Elle doit être motivée en tenant compte des trois critères applicables à l'examen des dossiers.

➤ Constitution du dossier pour une demande de subvention au titre du FSMISP

A l'appui de sa demande de subvention au titre du fonds de soutien aux médias d'information sociale de proximité, le demandeur fournit un dossier comportant les éléments suivants :

- a) Le formulaire dédié dûment rempli sur la plateforme *démarches-numériques* ;
- b) Le budget prévisionnel de la structure ;
- c) Le budget prévisionnel du média dans le cas où la structure a d'autres activités que l'édition du média pour lequel une aide est sollicitée ;
- d) Un exemplaire du compte de résultat du dernier exercice clos ;
- e) Un exemple d'une production du média ;
- f) Pour les associations, fondations et fédérations reconnues d'utilité publique, le justificatif de la reconnaissance de la qualité d'utilité publique.

➤ Calendrier prévisionnel

- Date limite de dépôt des dossiers de candidature : 20 avril 2026 – 23H59
- Communication des résultats : été 2026