

Rapport d'activité et de gestion 2022 Tour d'horizon des projets de Médor et des chiffres qui les accompagnent

1 Introduction - étude d'impact

Début 2022, nous nous lançons, avec l'accompagnement de la SAW-B, dans une étude permettant de mieux comprendre l'impact social de Médor.

Cette analyse s'est faite au départ de ce qui est appelé "la chaîne de valeurs". C'est cet élément clé, dans un questionnaire adressé au lectorat, car elle identifie dans un premier temps les besoins sociétaux, et non individuels. Puis elle pointe, à l'aide d'indicateurs, à quel niveau le projet étudié répond aux besoins identifiés.



Dans le cas qui nous occupe, le besoin sociétal identifié est de « bénéficier d'une bonne information »

Cette étude se base sur les réponses aux questions présentes dans un formulaire en ligne, élaboré par Médor et la SAW-B et rendu public de juin à septembre 2022. 563 personnes (10 % de notre lectorat) y ont répondu. Un grand merci à elles !

Les personnes sondées apparaissent comme étant des personnes exigeantes, aux attentes élevées en terme de qualité de l'information. Médor répond bien aux exigences de son lectorat et, de ce fait, lui inspire confiance, grâce à trois valeurs constituantes du projet :

- son modèle commercial (financement du média par son lectorat et structure d'entreprise coopérative) qui assure l'indépendance journalistique ;
- son processus lent et approfondi (publication trimestrielle, enquêtes et récits qui s'étendent sur plusieurs mois et se commettent parfois à plusieurs, équipe éditoriale au fonctionnement horizontal et avec des rôles tournants, décisions collectives).

- ses choix de sujets (diversité des approches, des sources et des expertises, attention à l'équilibre des genres et à la place des minorités. Présence d'infos non traitées par les médias traditionnels)

Une grande partie des personnes sondées indiquent ressortir de la lecture de Médor avec la satisfaction d'avoir appris quelque chose, trouvé du sens, développé une envie de creuser, de changer, d'agir, de partager.

« Les impacts révélés par cette évaluation mettent en valeur le travail d'intérêt public réalisé par Médor. Son indépendance et son modèle coopératif n'y sont pas pour rien, puisqu'ils sont eux-mêmes inspirateurs de changement et d'espoir quant à l'intérêt démocratique de faire et de transmettre l'information selon des valeurs ancrées dans l'économie sociale. » (citation issue du rapport)

Vous faire part de ces résultats dès l'introduction du rapport d'activité est une façon pour nous de réaffirmer notre positionnement et la radicalité de notre modèle, malgré les difficultés qu'il comporte. C'est en effet les choix opérés dès la naissance de Médor qui nous permettent de garder la confiance avec notre lectorat et continuer à répondre à notre mission.

Cette mission, nous l'avons décliné tout au cours de l'année de plusieurs façons. En voici les principales activités.

2 Le projet éditorial

En 2022, l'offre éditoriale se compose comme les années précédentes de 4 magazines papier (Médor 26 à Médor 29), et d'articles en lignes, organisés sous les catégories suivantes : les Histoires, les Questions, et une grande enquête thématique..hypersurveillances

Cette année encore, la rédaction était organisée en trios de pilotes changeant chaque trimestre. La rédaction choisit les sujets, lance les articles et les fait aboutir, gère le rythme des publications, les relectures, les rencontres avec les journalistes, les publications. Ce trio prend aussi en main la vie de la rédaction : les réunions de réflexion sur la ligne éditoriale, et les propositions de collaborations ou de participation à des colloques, conférences, soupers moules-frites, ou demandes de stage

Premier trimestre : Chloé Andries, Céline Gautier et Quentin Noirfalisce

Deuxième trimestre : Chloé Andries, Philippe Engels et Quentin Noirfalisce

Troisième trimestre : Quentin ès que la demande Noirfalisce, Olivier Bailly et Céline Gautier

Quatrième trimestre : Philippe Engels, Olivier Bailly et Chloé Andries

Pour chaque numéro, un duo de pilotes « icono » prend en charge l'univers visuel de Médor (magazine, web, affiches, sets de table et autres productions) pendant un trimestre avant de passer le relais à un autre duo.

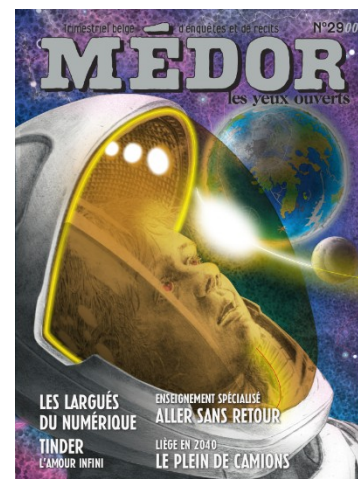
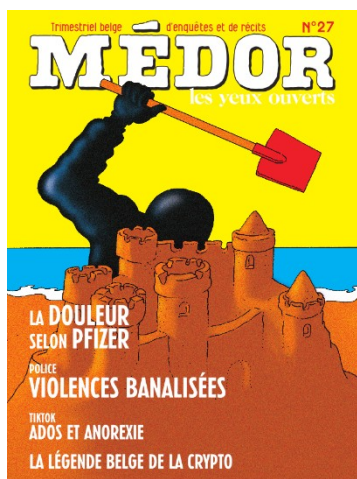
Premier trimestre : Morgane Le Ferec et Alexandre Leray

Deuxième trimestre : Morgane Le Ferec et Marouchka Payen

Troisième trimestre : Marouchka Payen et Bérénice Béguerie

Quatrième trimestre : Louis Garrido et Bérénice Béguerie

En voici les cover et les principaux sujets traités



En 2022, nous avons lancé un nouveau projet éditorial autour des petites annonces. Car publier des petites annonces c'est aussi documenter le quotidien d'une époque. Garder des traces des échanges banals, des rêves et des intimités. Concrètement 4 pages y sont consacrées par trimestre, il n'y a pas de règles spécifiques si ce n'est une taille maximum de 262 caractères, l'exercice est gratuit et les premiers résultats sont rendus visibles dans le Médor 29

Sur Médor-point-coop

Cette année, le web était divisé en deux piliers

- les histoires et les questions : rendez-vous régulier mensuel. Les premières sont des récits organisés autour d'une personne et racontant la Belgique autrement, les secondes cherchent plutôt à répondre à une question d'investigation.

- des thématiques au long court, permettant aussi d'enclencher de nouveaux types de collaboration :

OpenPharma est la première investigation qui lève le voile sur les transactions financières entre les entreprises pharmaceutiques et les protagonistes de la santé en Belgique. L'enquête pointe les failles d'un registre de transparence inaccessible, incomplet, incorrect. Pour la première fois, des médias dissèquent les flux financiers au coeur de notre santé. Cette enquête a été menée en collaboration entre Le Soir, Knack et De Tijd.

Bruxelles-malade est une enquête interactive, un portrait d'une ville montrant que les inégalités fonctionnent en cercle vicieux. Elle s'articule autour de trois formats : les cartes montrent les quartiers subissant une triple peine (faibles revenus, santé, environnement, ..). Les analyses confirment que ces trois inégalités s'entretiennent et les expert.es interviewé.es ajoutent les éléments pour voir au-delà des données brutes.

Cette enquête a été produite par Dancing dog production en collaboration avec Jetpack et a été rendue possible grâce au soutien du centre du cinéma et de l'audiovisuel de la Fédération Wallonie Bruxelles

3 Le Projet Coopératif

Médor est un média. C'est aussi un projet sociétal innovant. L'assemblée générale et ce rapport d'activité sont l'occasion de rappeler nos fondements.

L'organisation interne et le fonctionnement

L'organisation interne de Médor a été réfléchi de manière horizontale, afin d'encourager la collaboration des corps de métiers et éviter des formes de prises de pouvoirs individuelles au sein du média.

Trois salariés assurent les fonctions de coordination du projet. Ce pôle, baptisé « sortie d'usine », gère la stratégie financière, la communication, la diffusion et la participation. Le pôle « producteur de sens » (éditorial et iconographique) est piloté par des freelances sur un principe de responsabilités tournantes. Simple d'apparence, cette organisation a pourtant demandé la mise en place d'outils de transmission efficaces pour assurer la bonne communication interne. Ils sont expliqués à la fin de ce document.

Les outils libres

Imaginer un média qui construit autrement l'information avait-il du sens, si on le réalisait avec des outils propriétaires (où le code est fermé et dont la licence pour les utiliser obligatoirement payante) ? Les logiciels qui font Médor, papier comme web, sont libres (ou open source). Cela vaut aussi pour nos polices de caractères, que l'on dénicher dans des foundries open source ou que nos graphistes créent. Le site est, lui, hébergé par Gandi, sur un domaine public. Enfin, nous encourageons nos collaborateurs et collaboratrices à adopter des licences Creative Commons pour faciliter le partage de leurs articles.

La participation

En 2022, Médor a développé sa dimension participative principalement lors de deux moments : la fin de l'hypersurveillance et l'étude d'impact.

Fin juin, Estéban a quitté Médor pour d'autres cieux. Suite à ce départ, nous avons réorganisé les tâches entre les pôles « participation », « communication » et « diffusion ». Dorénavant, c'est Louis Van Ginneken (déjà en charge de nos réseaux sociaux) qui reprend en plus ces tâches de participation. Elles seront toutefois moins intensives et mieux intégrées à la vie de la rédaction.

L'inclusivité

Pour la troisième année consécutive, Médor continue son travail transversal sur l'inclusion. Une bourse de 2000€ a permis encore une fois d'encourager des initiatives journalistiques portées par des personnes au profil moins typique ou ayant moins facilement accès aux rédactions. Les lauréates de 2022 se font appelées « les chicagettes » en référence à Chicago, leur quartier bruxellois d'origine. Le résultat du travail mené par l'une d'entre elle - Myriam Ali Saïd - est visible dans le Médor 31, qui vient de paraître.

Les autres actions du plan de diversité (formation, accompagnement des stages, ect ..) initié avec Actiris ont été menées à bien. Médor a par conséquent reçu pour une période de deux an, le label diversité de la Région Bruxelloise.

Accessibilité

Rien de nouveau cette année, nous gardons la même politique de prix qu'à nos débuts : une seule formule éditoriale, accessible à différents prix (petit revenus, juste prix, prix de soutien) : 54-90 et 125€ avec une possibilité de payer par tranche mensuelle.

Il existe d'autre part plusieurs façons d'accéder aux contenus de Médor, librement et (presque) gratuitement :

- Grâce à notre partenariat avec l'asbl Article 27 Wallonie, toute personne détentrice d'un ticket modérateur peut se procurer le magazine gratuitement par simple demande mail. En 2022, une quarantaine de numéros ont pu être envoyés dans le cadre de cette initiative
- Via la période découverte qui donne accès gratuitement et sans engagement à toutes nos archives.
- Nos magazines se trouvent dans de très nombreuses bibliothèques et centres de documentation à travers le pays.
- Enfin, sur la page d'accueil, huit articles, sélectionnés de manière aléatoire tenant compte des catégories définies par Médor, sont toujours en accès libre.

Accompagnement administratif

Dans sa volonté de s'ouvrir Médor collabore souvent avec des jeunes journalistes et illustrateurs.ices freelances. Tous et toutes n'ont pas le même mode de facturation et, pour certains, c'est parfois leurs premières factures. Nous prenons donc le temps de les accompagner au mieux dans ces premiers pas administratifs (via la Smart, Merveille, des contrats étudiants,...).

Plusieurs étudiant-es ont choisi Médor comme cas d'école, dans le cadre de leurs travaux universitaires. Les sujets de recherche sont souvent liés à l'intelligence collective, l'organisation en coopérative ou notre modèle commercial. Nous en avons rencontré une dizaine en 2022

4 La diffusion

Nos points de vente

Le trimestriel Médor est vendu dans plusieurs centaines de points de ventes. La plupart sont des librairies presses où les exemplaires sont acheminés via notre diffuseur Tondeur, mais nous entretenons aussi une diffusion directe avec plus ou moins 80 points de ventes indépendants (libraires, magasins bios, ...).

C'est le point noir de l'année 2022 : le secteur des librairies presse est en grande difficulté. Leur nombre est en chute libre et les rayons « presse » dans les grandes ou moyennes surfaces ont pratiquement disparu. (-30% en 2022 via tondeur). Les libraires indépendantes ne sont pas en reste, nous avons perdu 9 points de vente en diffusion directe entre fin 2021 et fin 2022

Newsletter et réseaux sociaux

Des newsletters tiennent le public de Médor informé de ses dernières actualités et assurent leur adhésion à notre projet. Elles sont au nombre de trois, selon le type de public à qui elles s'adressent :

La newsletter tout public (suivie par 8300 personnes)

Donne des nouvelles généralistes concernant les thématiques traitées par Médor, à destination de lecteur.ices nous connaissant moins. Ils et elles se sont inscrit-es via le site pour en savoir un peu plus sur nous.

La newsletter aux membres

Réservée aux membres abonnés de Médor, cette newsletter fait l'actualité des publications accessibles dans les

pages du magazine et sur le site, une fois par mois.

La newsletter de la coopérative

Cette dernière reprend les indicateurs chiffrés de l'entreprise (diffusion, coûts, etc.) par souci de transparence et afin de permettre aux coopérateur.ices de suivre l'activité de Médor en préparation à l'assemblée générale. Les newsletters sont envoyées soit via Mailtrain, un système d'envoi auto-hébergé, soit via odoo (notre CRM libre)

Les réseaux sociaux

Medor est aussi présent sur les principaux réseaux sociaux (Facebook, Instagram, twitter, mastodon, LinkedIn) toujours sans contenu sponsorisés. Nous récoltons mensuellement les indicateurs de suivi de ces principaux outils. Mais malgré les efforts permanents de notre community manager (horaires différents, formats différents, ..) nous assistons à de moins en moins d'interaction avec nos post surtout sur facebook. Plusieurs dizaines de personnes nous ont par contre découvert sur Mastodon.

Autre

Last, but not least : le meilleur outil de comm est le magazine lui-même. Des numéros paru il y a plus d'un an sont régulièrement distribués lors d'événements ou de campagnes promotionnelles.

5. Collaborations - réseaux

Afin de développer l'audience ou le réseau de Médor, plusieurs partenariats de diffusion ont été conclus. La radio Chérie FM a consacré chaque mois un épisode de podcast à Médor. Dans « L'info Médor », les journalistes sont invité-es à venir présenter une enquête ou une démarche journalistique. Le même genre de partenariat a été conclu avec RCFet 48 FM (décembre 2022). Quelques sujets publiés en 2022 ont connu un prolongement via toutvabien media

Enfin, le 3 mai 2022, le collectif Kiosque est né. Pour rappel, il s'agit d'un réseau composé des médias suivants : Alter Echos, Axelle, Imagine, Le Ligueur, Médor, Tchak ! et Wilfried. Kiosque a deux missions principales : une mission de plaidoyer - défendre le modèle de médias libres et ancrés dans l'économie sociale - et une mission de mise en commun de certains outils de diffusion et de communication afin d'augmenter notre nombre de lecteur. L'année 2022 nous a permis de nous structurer et d'apparaître officiellement et de faire part de nos difficultés à la ministre, mais aussi de lancer une première campagne de visibilité auprès des bibliothèques et de lancer un premier travail de mise en commun autour d'une régie media.

6. La communication

Comment rendre Médor visible en dehors de notre communauté en gardant notre ADN et les valeurs qui les portent au cœur de nos actions de communication ? Cette question traverse Médor depuis ses débuts, mais se repose avec acuité depuis quelques mois. Une des réponses passe par le fait de ne pas utiliser les outils existants comme une fin en soi mais de les adapter à notre mission. Une autre réside dans le fait de garder la transparence et l'humain au centre de toutes nos relations avec notre lectorat.

Les objectifs de cette année ont été posés en équipe « sortie d'usine » ; ils étaient au nombre de trois

- sortir de Bruxelles et retrouver l'humain
- fidéliser les nouveaux candidats lecteurs
- travailler sur une meilleure visibilité de notre plus-value

Ce premier objectif s'est particulièrement concrétisé par la mise sur pied de « popup » dans les différentes villes wallonnes sur le mois de décembre. L'équipe sortie d'usine s'est installée pendant plusieurs jours dans des endroits autogérés à Namur, Liège et Louvain - La-Neuve à la rencontre de son public...élargi.

Mais il se concrétise aussi tout au long de l'année de façon transversale par une attention constante aux questions qui nous sont posées par mail. Elles sont de toutes ordres : encouragements, problème de connexion, question sur les abonnements ou sur notre fonctionnement. Nos réponses sont (nous l'espérons) décomplexées, rapides et chaleureuses

Avoir le deuxième objectif en ligne de mire nous a permis de mieux structurer la façon dont nous nous adressons à notre public et à mieux tenir compte de leur trajet d'engagement. Nous ne nous adressons pas de la même façon à notre lectorat fidèle (qui peuvent plus jouer le rôle d'ambassadeur) que à quelqu'un qui vient de nous découvrir (à qui nous proposons plutôt l'inscription à nos newsletters et ou la période d'essai)

Enfin, la visibilité de notre plus-value a été rendue possible dans le cadre de la participation à plusieurs rencontres dans le réseau de l'économie sociale. Un travail sur une adaptation des pages fixes est en cours.

Pour la sortie de numéros papiers et d'articles sur le web, une série d'action de visibilité est systématisée : annonces sur les réseaux sociaux, envoi des newsletters, envoi de mailing ciblés, distribution de marque-pages promotionnels, affichage sur les relais presse

Médor est un des rares médias ayant sa propre attachée de presse, Micheline Vande Zande. C'est une façon de rendre visible notre contenu. Depuis quelques années et particulièrement en 2020, il est cependant de plus en plus compliqué d'avoir les honneurs de la presse. Fin de l'effet nouveauté ? Actualité surchargée laissant peu de place à des sujets de fond ?

Médor a cependant été invité plusieurs fois dans les médias participer à des conférences.

Date	Sujet	Média
16 février 2022	IVG sans frontière	Chérie FM
16 février 2022	Dans ma rue je vends	Chérie FM
10 mars 2022	La pêche miraculeuse	Chérie FM
12 avril 2022	Luttes LGBTQIA+ belges	Radio Panik
20 avril 2022	Demandeur d'asile	Chérie FM
5 mai 2022	Kiosque et appel aux politiques	RTBF, L'Avenir et BX1
10 mai 2022	Openpharma	Chérie FM
12 mai 2022	Comment financer une	Déclic

	presse de qualité et libre	
16 juin 2022	Bruxelles malade	Chérie FM
13 septembre 2022	Quand les enseignants y vont de leur poche	Chérie FM
29 septembre 2022	Mines de Cobalt au Katanga	RTBF
10 octobre 2022	Petites annonces	Chérie FM
15 octobre 2022	Le travail perd la tête	Festival des libertés
11 novembre 2022	Blasons des communes	Chérie FM

6. La gestion interne de Médor

Le Conseil d'administration et son fonctionnement

Le CA s'est organisé plus ou moins de la même façon que les années précédentes. Il s'est réuni une dizaine de fois, le plus souvent en journée.

Pour rappel, le poste d'administrateur est non rémunéré. Chaque membre prend en charge la coordination de la réunion et le secrétariat à tour de rôle. Le CA prend des décisions stratégiques et soutient la directrice dans l'opérationnel. Cette dernière a un mandat lui permettant de prendre seule toute décision dont les conséquences ne dépassent pas un an et 35.000€.

Les principales discussions et décisions du CA ont concerné les matières suivantes :

- Stratégie générale. Travail sur les pistes d'amélioration de l'équilibre financier.
- Stratégie financière : réalisation des plans financiers, du budget et de trésorerie et suivi de ceux-ci.
- Stratégie organisationnelle : suivi de la réorganisation du pôle sortie d'usine et pilotes et travail sur la création de l'asbl
- Stratégie de communication et de marketing, et suivi des actions,
- Mise en place et suivi des indicateurs de vente et de fréquentation du web et des rs
- Organisation de l'AG.

En 2022, le CA était composé de 3C (représentants des coopérateurs) et 4F (représentants des fondateurs).

De janvier à juin

Colin Delfosse, (F) Ludivine Loiseau (F) Sarah Magnan (F) Quentin Noirfalisse (F), Jean-François Dumont (C), Malaurie Chokoualé Datou(C) et Jean-françois Herz (C)

De juin à décembre

Philippe Engels (F) Ludivine Loiseau (F) Sarah Magnan (F) Quentin Noirfalisse (F), Jean-François Dumont (C), Malaurie Chokoualé Datou(C) et Jean-françois Herz (C)

L'équipe et son fonctionnement

L'équipe de Médor se compose de plusieurs pôles, chacun avec leur logique propre.

Le pôle entreprise ou sortie d'usine

Il fait en sorte e.a. que Médor soit chaque trimestre dans vos boîtes aux lettres ou votre librairie, qu'on en parle au maximum et que les auteurs, autrices, illustrateurs ou illustratrices soient payés à temps. Il élabore aussi des scénarios stratégiques soumis au CA.

« Fakira » (directrice): Laurence Jenard

Responsable communication et diffusion : Tiffany Lasserre

Responsable communauté : Louis Van Ginneken

Responsable participation (jusqu'en juin) : Esteban Debrulle

Fin juin, Estéban a quitté Médor pour d'autres cieux. Suite à ce départ, nous avons réorganisé les tâches entre les personnes. Dorénavant, c'est Louis Van Ginneken (déjà en charge de nos réseaux sociaux) qui reprend en plus les tâches de participation. Elles seront toutefois moins intensives et mieux intégrées à la vie de la rédaction.

Enfin, le pôle sortie d'usine ne fonctionnerait pas sans de nombreux et nombreuses stagiaires accueilli.es pour une semaine un mois ou trois mois. En 2022, nous avons également eu le plaisir d'accueillir et d'accompagner Antonio Morettini, Mateo Rodriguez, Justin Duchene, Marius Julémont et Antoine Constant.

Le pôle éditorial :

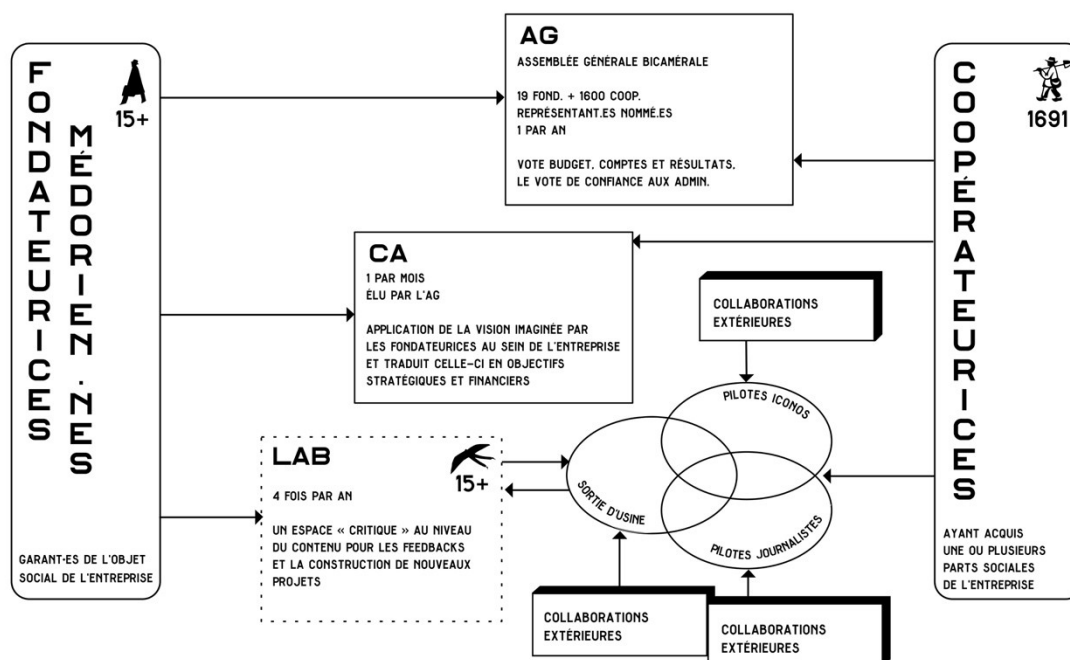
Il travaille au contenu du Médor papier et du site web. Médor fonctionne, depuis ses débuts, selon un principe de responsabilités tournantes.

Pilotes journalistes (rédacteurs et rédactrices en chef papier et web): Chloé Andries, Olivier Bailly, Philippe Engels, Céline Gautier, Quentin Noirfalisce.

Pilotes visuels : Louis Garrido, Antoine Gelgon, Ludivine Loiseau, Alex Leray, Morgane Le Ferec, Marouchka Payen, Doriane Timmermans, et Colin Delfosse (photographe).

Pilote web : Alex Leray - Il travaille sur l'amélioration de la navigation de notre site et sur les demandes spécifiques liés à des articles (murs de témoignages, carto, quizz, ..)

En 2022, l'organigramme est resté le même. Les médoriens et l'équipe se sont réunis 2 jours en septembre pour explorer de nouvelles pistes afin d'atteindre notre équilibre financier. Il y eu 4 réunions trimestrielles réunissant les différents métiers du media afin d'organiser la passation d'un trimestre à l'autre au mieux



7. Les Principaux chiffres de l'année 2022

Les comptes de résultats

L'exercice est conforme au budget approuvé. Ce qui montre que malgré la chute des ventes à la pièce 42000€ de dépenses en moins), l'effort de compression des dépenses a été maintenu tout au long de l'année. La perte de l'exercice est de -97.896,84€.

Voici les principales enveloppes qui ont été diminuées

La participation

Après la fin de l'enquête « hypersurveillance », il n'y a plus eu de grosse enquête participative sur fonds propres. Bruxelles-malade ayant été produite par Dancing Dog (et diffusée par Medor). Dans la deuxième partie de l'année, Esteban a donc surtout travaillé sur l'étude d'impact (subsidée). Comme expliqué plus haut, le pôle sortie d'usine a été réorganisé dans la deuxième partie de l'année. Il n'y a donc plus eu de dépenses spécifiques pour la production de participation.

Le contenu

Durant l'année 2022, Il y a eu moins de production sur le web que prévu, ce qui amène à une diminution globale de la s-traitance journalistique, droit d'auteur et illustration et à 15000€ de dépenses en moins. Une dépense exceptionnelle de 10.000€ concrétisent la suite nettoyage de la comptabilité fournisseurs des années antérieures effectuée par le nouveau bureau de comptable.

Le soutien administratif

Nous avons réduit les honoraires comptables pour ce qui concerne l'encodage qui est repris par le bureau comptable et la directrice. Une meilleure maîtrise de notre logiciel de comptabilité nous permet de moins faire appel à notre sous-traitant informatique.

Les postes qui ont augmenté par rapport au budget

Medor a subi comme d'autre l'inflation notamment du prix du papier, de l'énergie et des salaires de certains s-traitants (admin, livraison, ..). les salaires ont augmenté par rapport au budget. Une partie de cette augmentation provient de contrat d'étudiant en journalisme, l'autre partie provient de la provision du pécule de vacances payée à Esteban en fin de contrat.

Medor a reçu en 2022 les soutiens publics suivant

- l'aide à la presse périodique non commerciale de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Celle-ci nous a apporté un soutien financier de 61.905€

<https://audiovisuel.cfwb.be/aides/aide-medias/aide-presse-ecrite/>

- La Région wallonne, nous a soutenu dans le cadre de la réalisation de notre étude d'impact, en la finançant via l'appel à projet bourse d'impact social. Le solde de 5808€ a été imputée sur 2022.

https://economie.wallonie.be/Dvlp_Economique/Economie_sociale/Bourse.html

- Nous avons aussi reçu le soutien d'Actiris de 5156€ dont 50 % (soit 2578€) ont été imputé en 2022 pour terminer le plan diversité. <https://www.actiris.brussels/fr/employeurs/plans-de-diversite/>

Enfin, le Fonds pour le journalisme soutient financièrement l'enquête, l'investigation et le grand reportage en Fédération Wallonie-Bruxelles. Depuis les débuts de Médor, de nombreux articles ont été financés de cette façon. La rédaction de Médor conseille et épaula les journalistes demandeur-euses dans l'élaboration de leurs

dossiers. L'argent ne transitant pas via Médor, ces aides ne paraissent pas dans nos comptes, mais plusieurs enquêtes publiées cette année n'ont été possibles que grâce à ce soutien

Le bilan

La perte reportée fragilise le bilan général et le nombre d'abonnement déjà payés est en diminution par rapport aux autres années. Les chiffres confirment la difficulté de tenir le projet dans la durée et l'ampleur des enjeux des mois à venir. Au 31/12/2022, l'actif égalait 372,683€