

# ***Inventaire des médias alternatifs à Nantes***

version : 05/02/2026

## **Sommaire**

**Méthodo - p.4**

**Portrait robot - p.5**

**Synthèse - p.6**

**Zoom - p.14**

**Annuaire - p.16**

## ***Mise à jour janvier 2026***

L'inventaire des médias indépendants nantais qui suit a été réalisé au cours de l'été 2024 et publié en septembre 2024. Plusieurs changements sont à signaler depuis.

Deux médias répertoriés à l'époque n'existe plus :

- Et ta soeur
- Joffre mon canard

Un média ne couvre plus l'actualité de Nantes : INF info

Le nom de domaine de Info Média Nantes a changé : infos-media-nantes.fr

Un média a souhaité ne pas figurer dans l'inventaire, son fondateur estimant sa que sa démarche est artistique et non journalistique : L'inconnu du tramway

Un média en création à l'époque n'a pas encore publié : Imminente

Un média est suspecté par Next.ink d'être entièrement généré par l'IA et donc jugé peu fiable : Infos Nantes : [www.infos-nantes.fr](http://www.infos-nantes.fr)

Un nouveau média participatif s'est créé : Quarante4 Media : [quarante4media.fr](http://quarante4media.fr)

En janvier 2026, 43 médias indépendants nantais sont répertoriés au lieu de 48 médias en septembre 2024.

## ***Un inventaire ? Pour quoi faire ?***

Début 2024, Télénantes l'asso, fondatrice de la chaîne de télévision du même nom, a doté neuf médias locaux indépendants via un fonds de soutien. Elle a souhaité poursuivre son engagement et consacrer une partie de son enveloppe à la valorisation du tissu de médias locaux dans la métropole nantaise.

Plusieurs médias lauréats du fonds de dotation, ainsi que la DRAC et Ouest Médialab, se sont mis autour de la table pour réfléchir à la façon la plus pertinente de répondre à un enjeu majeur : la visibilité de ces médias. Dans un premier temps, la nécessité d'un inventaire est apparue, assortie d'une analyse qualitative des problématiques propres à ces médias. Cette mission a été menée à bien par plusieurs journalistes, coordonnés par Les Autres Possibles et L'Onde porteuse. Ce document est le fruit de ce travail.

Cet inventaire a vocation à être poursuivi et complété, notamment par les travaux de l'association Ouest Médialab. Le présent état des lieux offre la photographie à l'instant T des médias d'information locale "alternatifs" du paysage médiatique métropolitain - ou bien faut-il les appeler indépendants ? libres ? pas pareils ? La question reste ouverte !

Cet inventaire a été restitué en marge du Festival de l'info locale, le mercredi 25 septembre 2024. Chaque média ou personne concernée par les médias de la métropole nantaise est désormais libre de s'en saisir, et de le faire vivre.

## **Méthodologie**

Le comité de pilotage de cet inventaire est composé de : Patrick Ardois et Eric Warin (association Télénantes), Pierre Boucard (Sun), Emmanuel Bouvet (journaliste indépendant), Julien Kostrèche (Ouest Médialab), Marie Le Douaran (Les Autres Possibles), Charlotte Waelti (L'Onde Porteuse), et Guillaume de la Chapelle (DRAC Pays de la Loire).

Les travaux d'enquête ont été menés par Emmanuel Bouvet et Sébastien Morvan, journaliste en insertion à L'Onde Porteuse, co-piloté par Capucine Frey. Certains entretiens ont été menés par Patrick Ardois, Marie Le Douaran et Eric Warin.

### **//1 - Identification des médias selon plusieurs critères**

Basés sur l'agglomération nantaise ; Diffuseur d'information locale ; N'appartenant pas à un actionnaire, une collectivité ou grand groupe de presse

### **//2 - Recueil de données quantitatives - questionnaire ou téléphone**

Date de création ; Propriétaires ; Adresse du siège ; Site web / réseaux sociaux ; Supports de diffusion ; Zone géographique de diffusion ; Tarif annuel ; Périodicité ; Volume d'audience / diffusion ; Effectifs salariés / correspondants locaux / bénévoles ; Chiffre d'affaires / budget annuel

### **//3 - Recueil de données qualitatives - entretien téléphonique (45 min)**

L'entretien qualitatif visait à recueillir des éléments sur plusieurs grandes thématiques, afin de cerner les conditions de vie et d'exercice du média : volet démocratique ; modèle économique ; volet technologique ; évolution du secteur

**48 médias basés sur la métropole ont été répertoriés** et 36 entretiens qualitatifs ont été réalisés (voir la synthèse en p.6), et d'autres médias hors périmètre ont été identifiés (voir p.14).

## **L'inventaire en quelques chiffres**

*D'après les informations recueillies dans les entretiens, tous n'ayant pas répondu à toutes les demandes, voici quelques indicateurs sur l'activité des médias indépendants de la métropole nantaise.*

### **Emploi et bénévolat**

Au total, **112 emplois salariés équivalent temps plein** sont mentionnés.

À cela, s'ajoutent environ **925 bénévoles** et **12 services civiques**.

Tous les médias n'ayant pas répondu à cette question, les effectifs

### **Chiffre d'affaires**

Le chiffre d'affaires cumulé des médias est supérieur à **5 millions d'euros**.  
Tous les médias n'ayant pas répondu, le CA cumulé final est plus élevé.

### **Les aides de l'Etat aux médias nantais**

Fonds de soutien à l'expression radiophonique : 394 150 € pour 10 radios associatives.

Fonds de soutien aux média d'information sociale de proximité : 112 000 € pour 7 médias.

Éducation aux médias et à l'information : 53 500 € pour 10 médias

Aides à la presse : (chiffres à venir)

# ***La fragilité économique persiste***

## **1. Diversité des modèles économiques**

### **Subventions publiques : une dépendance à des degrés variés**

Moins d'un tiers des médias indépendants de la métropole nantaise bénéficiait d'aides publiques ou de subventions, issues des collectivités locales et de l'État (16 sur les 55 recensés).

Les radios associatives dépendent fortement des subventions. Ce qui soulève des inquiétudes en cas de changement dans les politiques de financement.

### **Publicité et partenariats privés**

Les médias orientés vers une audience de masse ou des communautés spécifiques intègrent la publicité dans leur modèle économique. Ces revenus proviennent d'annonceurs locaux et d'opérations de communication pour des entreprises ou des événements.

## **2. Visibilité financière limitée et précarité généralisée**

Une majorité des médias interrogés ont une visibilité économique réduite à 3-6 mois.

Certains médias parviennent à maintenir une stabilité relative, en diversifiant les sources de revenus (création d'événements, publicité). Un petit nombre s'est positionné sur un produit de niche, avec un portefeuille client établi.

## **3. Poids de l'éducation aux médias (EMI)**

Sur la cinquantaine de médias recensés, **quinze médias mènent des actions d'EMI**. Cette activité joue un rôle crucial pour certains, leur permettant d'accéder à des subventions dédiées et d'étendre leurs activités.

**Pour certains l'EMI est quasi une raison d'être** : L'Onde porteuse se fonde sur un chantier d'insertion dont le support d'activité est le média radio.

Financé par le ministère de l'Intérieur, L'Echo d'Einstein fait de l'EMI avec les personnes détenues du centre de détention de Nantes,

Médias historiquement participatifs, Vlipp et PRUN ont réorienté une partie de leurs activités vers l'EMI, qui représente 20 % de leurs revenus.

SUN a développé une webradio SUN Junior pour valoriser les contenus

produits dans les ateliers. La création de SUN Cholet a été portée par l'éducation aux médias.

Tous les médias investis dans l'EMI soulignent que si l'EMI leur apporte des ressources financières salutaires, cette manne n'est pas une panacée. L'EMI est une activité chronophage, nécessitant des ressources (postes dédiés dans les équipes) et une organisation forte.

La majorité des médias qui ne font pas d'EMI estiment que cela ne correspond pas à leur cœur de métier. Ils priorisent la création de contenu éditorial et, éventuellement, la gestion d'événements.

D'autres, comme Médiacités, s'interrogent régulièrement : l'activité d'EMI aurait du sens au regard de leur ligne éditoriale mais ils ne sont pas structurés pour ni en capacité financière de s'investir dans ce projet.

#### **4. Mutualisation des ressources : une dynamique embryonnaire**

Si la mutualisation est souvent imaginée comme une piste d'économie, peu de collaborations concrètes ont abouti.

**Les radios associatives sont assez avancées à travers le GRAM** (Groupement des radios associatives de la métropole nantaise, créé en 2006) et la **FRAP** (Fédération des radios associatives en Pays-de-la-Loire). Les adhérents partagent des équipements, organisent des événements en commun, ou mènent des projets de diffusion croisée.

**La mutualisation des ressources matérielles**, comme les locaux ou les équipements audiovisuels, est régulièrement évoquée mais reste un défi logistique et organisationnel.

**La mutualisation de fonctions support** (administration financière, etc.) est aussi évoquée mais semble compliquée à mettre en œuvre.

Des médias culturels rappellent que durant la crise Covid s'est constitué à l'échelle régionale **un collectif de titres culturels** pour se faire reconnaître et bénéficier d'aides auprès des pouvoirs publics au même titre que les structures culturelles.

# ***Indépendants mais vulnérables***

## **1. Entre liberté éditoriale et dépendance financière**

Tous les médias interrogés affirment leur volonté d'indépendance éditoriale, mais plusieurs reconnaissent une forme de dépendance vis-à-vis de leurs sources de financement.

## **2. Attentes vis-à-vis des pouvoirs publics : entre soutien financier et reconnaissance**

### **Soutien financier : un enjeu central pour les médias subventionnés**

Les médias qui dépendent des subventions expriment une forte attente vis-à-vis des pouvoirs publics, notamment en termes de stabilité et de reconnaissance.

**Les médias associatifs** insistent sur la nécessité d'obtenir une confiance accrue des collectivités locales. Ils appellent à plus de souplesse dans le processus des financements et à une reconnaissance institutionnelle plus forte du rôle joué par les médias locaux.

Certains soulignent que l'accès à l'information et aux médias doit être **un enjeu public**, surtout face à la privatisation des cursus journalistiques dans la région nantaise.

### **Reconnaissance et visibilité : un manque de soutien institutionnel**

Pour d'autres, le soutien attendu est plus symbolique que financier. Des médias déplorent un manque de reconnaissance de la part des collectivités locales, malgré leurs efforts pour valoriser le territoire.

Il est attendu des collectivités qu'elles respectent le jeu démocratique en répondant aux questions, "ce qui n'est pas un soutien, c'est leur boulot."

## **3. Inquiétudes pour le pluralisme des médias locaux**

### **Fragilité économique et menace sur le pluralisme**

De nombreux médias s'inquiètent de la fragilité économique du secteur, qui pourrait à terme affecter le pluralisme de l'information dans la région nantaise.

**La grande majorité** exprime des craintes quant à la concentration des médias locaux. Sur le territoire nantais, l'emprise du groupe Ouest France

pose question même si la qualité éditoriale du journal est plutôt appréciée.

**Les médias culturels** se montrent préoccupés par la fragilisation économique des structures culturelles (moins de budgets publicitaires) et leurs stratégies de communication (plus de communication en nom propre).

### **Scepticisme chez certains médias**

D'autres médias se disent moins inquiets pour le pluralisme, assuré par la variété des acteurs existants. Il y a beaucoup de médias à Nantes, depuis longtemps, même si les acteurs ne se connaissent pas bien.

**Mais le mélange des genres info / com** est souvent souligné : *“Dans cette spirale de la com, le poids des médias est de moins en moins fort.”*

## **4. L'avenir des médias locaux et des modes d'information**

### **Le futur des médias : plus de participation citoyenne et plus de numérique**

Les médias interrogés s'accordent à dire que le paysage médiatique local est en mutation et que les médias de demain seront probablement plus participatifs et numériques.

**Les médias associatifs** imaginent l'avenir des médias locaux avec une plus grande implication des citoyens et citoyennes, notamment des jeunes, avec des formats de journalisme participatif et collaboratif.

**Les radios** misent sur la radio numérique et le développement du DAB+ pour toucher un public plus large, tout en conservant leur approche locale. La diffusion numérique est vue comme une opportunité d'élargir leur audience sans sacrifier leur indépendance.

### **La disparition du papier et la montée du numérique**

Beaucoup de médias anticipent une disparition progressive du papier au profit de formats numériques. La grande majorité évoque une probable marginalisation du format papier au profit des médias sociaux (formats vidéo courts), plateformes web, web-radios, podcasts. Ces formats plus agiles répondent mieux aux nouvelles habitudes de consommation d'information des jeunes publics.

# ***Une transformation numérique sous contraintes***

## **1. Le numérique : une opportunité avec des contraintes**

La grande majorité des médias interrogés considère le numérique comme une opportunité pour leur développement, en matière de visibilité et de nouveaux formats.

SUN développe ses propres outils de production et de distribution afin de préserver son indépendance, depuis 20 ans. Une stratégie développée à partir des technologies open source.

Souvent, le numérique est à la fois perçu comme une opportunité et un défi technique qui nécessite des compétences spécifiques et du temps de formation, souvent manquants au sein des petites équipes.

Certains s'inquiètent de la nécessité d'avoir à investir sur le numérique (visibilité) sans pouvoir en mesurer le retour sur investissement.

Pour les radios, le numérique a permis de toucher une audience plus large et d'améliorer la qualité de diffusion grâce au DAB+

## **2. Les GAFAM : opportunité de diffusion et menace pour l'indépendance**

### **Des leviers pour la diffusion**

Une majorité de médias voient les GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft) comme des outils de travail incontournables et des leviers pour accroître leur visibilité et toucher une audience plus large.

Avec les réseaux sociaux, Com&Médias a gagné du temps et développé sa notoriété à moindre coût.

Vlipp a décidé de diffuser ses contenus vidéos sur YouTube après s'y être longtemps refusé pour des raisons militantes. L'équipe reconnaît que c'est une étape nécessaire pour toucher leur public jeune.

### **Menace pour l'indépendance et la monétisation**

Des médias s'inquiètent de la domination des GAFAM et de leur impact sur la monétisation et l'indépendance des contenus.

Certains se montrent critiques vis-à-vis de leur dépendance aux outils Google (calendrier, Drive, YouTube) et souhaiteraient s'en détacher. Mais les alternatives demandent du temps et des ressources supplémentaires.

### **3. Utilisation de l'intelligence artificielle générative : émergence et prudence**

#### **Utilisation limitée et émergente de l'IA**

La majorité des médias interrogés utilisent peu, voire pas du tout, l'IA générative dans leurs activités quotidiennes. Cependant, quelques médias ont commencé à expérimenter, principalement pour des tâches d'assistance.

Certains mentionnent l'usage occasionnel de **ChatGPT** pour le brainstorming, la structuration d'idées ou la vérification d'angles morts dans la préparation de sujets ou d'ateliers d'éducation aux médias. Ces utilisations restent limitées et périphériques, servant surtout à améliorer la réflexion créative et à combler des lacunes organisationnelles.

**Des radios utilisent des outils d'IA** pour générer voix artificielles ou habillages sonores.

#### **Réserves et prudence vis-à-vis de l'IA**

Un grand nombre de médias, bien que conscients du potentiel de l'IA, expriment des réserves importantes, notamment en ce qui concerne son impact sur la créativité et l'authenticité des contenus.

Les médias culturels n'imaginent pas que l'IA puisse produire des textes de qualité. Certains ont testé ces outils, mais craignent que l'automatisation des processus éditoriaux puisse altérer leur identité journalistique. Ils considèrent que les rédacteurs doivent préserver une "vraie plume" pour garantir la qualité du contenu.

#### **L'IA comme outil potentiel pour l'avenir**

Des médias reconnaissent le potentiel de l'IA pour automatiser des tâches administratives ou techniques. Pour eux, l'IA pourrait être un outil d'efficacité opérationnelle, mais pas pour la production éditoriale.

Les outils d'automatisation sont appréciés pour transcrire et résumer des tables rondes ou des podcasts, avec un contrôle humain systématique.

Une radio envisage à terme d'utiliser l'IA pour modérer les commentaires en ligne ou générer des traductions automatiques d'émissions.

# ***Un écosystème riche mais fragilisé par l'isolement et la pression économique***

## **1. Pluriel, dynamique, engagé**

La majorité des médias interrogés perçoivent le paysage médiatique nantais comme étant à la fois riche et diversifié, avec certaines nuances. Certains soulignent que la région bénéficie encore d'**un pluralisme médiatique rare en France**, mais d'autres expriment des préoccupations quant à la domination d'un groupe comme Ouest-France, qui écraseraient la diversité des médias alternatifs.

**Pluralité et dynamisme** : de nombreux médias estiment que l'écosystème médiatique local est pluriel avec une forte représentation des médias associatifs, radios locales, et médias spécialisés. Ils notent un **engagement culturel et social**, en particulier sur des questions environnementales et citoyennes.

## **2. Difficultés croissantes dans l'exercice du métier de journaliste**

De nombreux médias évoquent une pression économique croissante et une demande accrue pour de l'information instantanée et de qualité. Les contraintes administratives, la concurrence des influenceurs sur les réseaux sociaux et l'évolution des attentes du public sont également des problématiques citées par plusieurs répondants.

La majorité des médias interrogés s'accordent à dire que le métier de journaliste est **plus complexe aujourd'hui qu'il y a trois ans** :

**Pression économique** : beaucoup de média notent une pression financière accrue.

Pour les médias associatifs, le manque de ressources, la dépendance aux subventions, et la difficulté à mobiliser des bénévoles aggravent les conditions d'exercice du métier.

**La course contre le temps** : *“On nous donne des outils technologiques censés optimiser nos tâches mais on a toujours moins de temps pour aller à la rencontre des gens.”*

**Multiplication des communicants** : des médias pointent la multiplication des chargés de communication, qui restreint l'accès direct aux sources et rend plus difficile la pratique du journalisme.

**Défiance du public** : la méfiance croissante vis-à-vis des médias, alimentée par les fake news, complique également le travail des journalistes. Cela nécessite un effort supplémentaire pour garantir la crédibilité et la fiabilité des informations diffusées.

### **3. Sujets à mettre en débat**

Les médias interrogés souhaitent soulever plusieurs questions, notamment sur le **pluralisme** et le **soutien public**.

**Soutien aux médias associatifs** : beaucoup de médias veulent débattre du **soutien pérenne** des collectivités aux médias indépendants. Ils soulignent que les appels à projets et les subventions ponctuelles ne suffisent pas pour garantir leur pérennité économique. Les procédures sont complexes et exagérément chronophages.

**Rôle des médias locaux dans la démocratie** : d'autres souhaitent ouvrir un débat sur le rôle des médias associatifs dans le maintien de la démocratie locale. Ils soulignent que ces médias offrent une information de proximité, souvent négligée par les grands groupes médiatiques, et devraient être mieux soutenus pour assurer un pluralisme réel.

Médiacités pose les termes du débat ainsi : *“Comment être un média indépendant sans être un média militant ?”*

Plusieurs médias s'inquiètent du **décrochage des jeunes** vis-à-vis des formats de médias ‘traditionnels’.

**L'impact du numérique et des GAFAM** : certains médias, comme Euradio, souhaitent débattre de l'impact des plateformes numériques (GAFAM) sur la diversité des médias locaux. Ils mettent en avant le risque que ces plateformes captent l'audience et les revenus, au détriment des petits médias indépendants.

## **Zoom sur...**

*Le paysage médiatique de la métropole nantaise ne se borne pas aux frontières administratives ni aux critères (arbitraires) que nous nous sommes donnés pour cet inventaire. Voici quelques infos 'hors périmètre' qu'il nous semblait utile de vous partager.*

### *Les médias nationaux ayant leur siège sur la métropole nantaise*

**Brief** : briefmag.com

**Contre Attaque** (ex Nantes révoltée) : contre-attaque.net

**Destination Santé** : destinationsante.com

**La Scène** : lascene.com

**Les Horizons** : leshorizons.net

**Les Minimondes** : lesminimondes.fr

**PressPepper** : presspepper.fr

### *Saint-Nazaire connection*

**Estuaire** (initiatives associatives) : estuaire.org

**La Base** (bulletin anticapitaliste social écologiste) : labase44@riseup.net

**Le Haut Parleur** (culture) : lehautparleur.com

**RCA** (Radio Côte d'Amour) : rcalaradio.com

**Saint-Nazaire News** (pure-player actualité) : saintnazairenews.fr

**Saint-Nazaire TV** (webTV) : saintnazaire.tv

**Sinon** (magazine et webzine des jeunes de l'agglo) : sinon-magazine.com

**La Tribu Radio** (radio 12-25 ans) : latriburadio.com

### *D'autres médias proches de la métropole identifiés (liste non exhaustive !)*

**Vinofutur** (national - vin) : vinofutur.fr

**TV sur Erdre** (local - société) : tvsurerdre.fr

**Radio NTI** (local - culture) : radionti.com

### *Le groupe Ouest-France*

Sur la métropole nantaise, le groupe Sipa Ouest-France détient le quotidien *Ouest-France* mais aussi :

*Presse Océan*

*Hit West*

*20 Minutes* (participation de 50%)

*TéléNantes* (participation)

### *Les podcasts nantais*

Ouest Médialab et le Nantes Podcast Club ont réalisé en 2024 un inventaire des podcasts nantais.

Près de **240 podcasts liés à la métropole de Nantes** de par leurs sujets, leurs producteurs et/ou leurs auteurs ont été recensés.

[uestmedialab.fr/inventaire-podcasts/](http://uestmedialab.fr/inventaire-podcasts/)

### *Les médias indépendants nantais disparus depuis 2014*

**Titre (thématique) Crédit - Fin**

**Bigre** (Culture) 2014 - 2020

**Le Kiosque Nantais** (Culture) 2015 - 2024

**Lemon** (Culture) 2012 - 2022

**Nabu magazine** (Culture) 2015 - 2016

**Nantes Seniors** (Divertissement) 2019 - 2023

**Oh!Bah** (Parentalité et culture) 2020 - 2024

**Pulsomatic** (Culture) 1998 - 2016

**Terra Eco** (Environnement) 2004 - 2016

**Thinkovery** (Vulgarisation scientifique) 2013 - 2015

# ***Annuaire des 48 médias de la métropole nantaise (septembre 2024)***

Mise à jour janvier 2026 : les médias indiqués en gris clair ont cessé de paraître ou ne sont plus identifiés comme médias indépendants d'information.

## **Actu 44**

Pure player - généraliste

Nantes

actu44.fr

## **Alternantes**

Radio - culture

Nantes

alternantes.fr

## **Big City Life**

Pure player - divertissement

Nantes

bigcitylife.fr

## **Com & Médias**

Pure player - professionnel

Nantes

cometmedias.com

## **Et ta soeur ?**

Instagram - culture, féminisme

Nantes

@et\_ta\_soeur

## **Euradio**

Radio - généraliste

Nantes

euradio.fr

## **Fragil**

Pure player - culture

Nantes

fragil.org

## **Grabuge**

Presse papier - culture

Nantes

grabugemag.com

## **Hello Gazette Nantes**

Pure player - généraliste

Nantes

hellogazettenantes.fr

## **Ici & Maintenant**

Magazine papier - société

Nantes

icietmaintenant-mag.fr

## **Imminente**

Instagram - culture, société

Nantes

@imminente.co

## **Inf-info**

Pure player - généraliste

Nantes

inf-info.fr/inf-nantes-44/

**Info·media**

Pure player - généraliste  
Nantes  
[info-media.fr](http://info-media.fr)

**Info·nantes**

Pure player - généraliste  
[infos-nantes.fr](http://infos-nantes.fr)

**Jet FM**

Radio - société, culture  
Saint-Herblain  
[jetfm.fr](http://jetfm.fr)

**Joffre mon canard**

Presse papier - vie de quartier  
Nantes  
[@Joffremoncanard](http://@Joffremoncanard)

**Kinorama**

Pure player - culture  
St-Sébastien-sur-Loire  
[lekinorama.com](http://lekinorama.com)

**Kostar**

Presse papier - culture  
Nantes  
[kostar.fr](http://kostar.fr)

**L'Écho d'Einstein**

Presse papier - vie carcérale  
Nantes

**L'Essentiel Nantes**

Newsletter - généraliste  
Nantes  
[nantes.lessentiel.fr](http://nantes.lessentiel.fr)

**L'Inconnu du tramway**

Blog - portraits  
Nantes  
[inconnudutramway.fr](http://inconnudutramway.fr)

**L'Informateur judiciaire**

Bi-média - économie  
Nantes  
[linformateurjudiciaire.fr](http://linformateurjudiciaire.fr)

**L'Onde porteuse**

Radio - culture, société  
Nantes  
[londeporteuse.fr](http://londeporteuse.fr)

**Le journal des entreprises**

Bi-médias - économie  
Nantes  
[lejournaldesentreprises.com](http://lejournaldesentreprises.com)

### **La Lettre à Lulu**

Presse papier - politique, satire  
Nantes  
[lalettrealulu.com](http://lalettrealulu.com)

### **Le Sauvage**

Presse papier - satire  
Nantes

### **Les Autres Possibles**

Presse papier - société, écologie  
Rezé  
[lesautrespossibles.fr](http://lesautrespossibles.fr)

### **Les Bouillonnantes**

Newsletter - alimentation  
Nantes  
[les-bouillonnantes.com](http://les-bouillonnantes.com)

### **Médiacités Nantes**

Pure player - enquête, société  
Nantes  
[mediacites.fr](http://mediacites.fr)

### **MonStudio.TV**

WebTV - généraliste  
Rezé  
[monstudio.tv](http://monstudio.tv)

### **Nantesplus**

Pure player - politique  
[nantesplus.org](http://nantesplus.org)

### **Nantes Sports**

Pure player - sport  
Sainte-Luce-sur-Loire  
[nantessport.fr](http://nantessport.fr)

### **NTV média**

WebTV - divertissement  
Nantes  
[ntvmedia.fr](http://ntvmedia.fr)

### **Place publique**

Revue papier - société  
Nantes  
[revue-placepublique.fr](http://revue-placepublique.fr)

### **Pop média**

Podcast - culture, société  
Nantes  
[popmedia.fr](http://popmedia.fr)

### **PRUN**

Radio - culture  
Nantes  
[prun.net](http://prun.net)

### **Quarante4 Media**

Pure player - culture, société  
Nantes Métropole  
[quarante4media.fr/](http://quarante4media.fr/)

**Radio Atlantis**

Radio - emploi  
Saint-Herblain  
[radioatlantis.fr](http://radioatlantis.fr)

**Radio Fidélité**

Radio - généraliste, religion  
Nantes  
[radio-fidelite.fr](http://radio-fidelite.fr)

**Radio Grand Lieu**

Radio - culture  
Saint-Aignan de Grand Lieu  
[radiograndlieu.fr](http://radiograndlieu.fr)

**Radio Naoned**

Radio - culture, régionalisme  
Saint-Herblain  
[radionaoned.bzh](http://radionaoned.bzh)

**Radio Côte d'Amour - RCA**

Radio - généraliste  
Saint-Herblain  
[rcalaradio.com](http://rcalaradio.com)

**Revue 303**

Revue papier - culture  
Nantes  
[editions303.com](http://editions303.com)

**Sorties à Nantes**

Pure player - divertissement  
Nantes  
[sortiesanantes.com](http://sortiesanantes.com)

**SUN**

Radio - culture, société  
Nantes  
[lesonunique.com](http://lesonunique.com)

**Urbanne**

Revue papier - divertissement  
Nantes  
[urbanne.fr](http://urbanne.fr)

**VLIPP**

Pure player - culture, société  
Nantes  
[vlipp.fr](http://vlipp.fr)

**Wik Nantes**

Revue papier - culture  
Nantes  
[wik-nantes.fr](http://wik-nantes.fr)

**Yournal**

Presse papier - culture  
Nantes

**Retrouvez cet inventaire des médias indépendants de la métropole nantaise sur le web**

Partagez-le, complétez le :)

[bit.ly/inventaire-medias-nantais](http://bit.ly/inventaire-medias-nantais)

## **Équipe**

Inventaire impulsé par l'association Télénantes : Patrick Ardois et Eric Warin

Enquête et entretiens : Emmanuel Bouvet, journaliste indépendant, et Sébastien Morvan, journaliste en insertion de L'Onde Porteuse

Rédaction : Emmanuel Bouvet

Comité de pilotage : Patrick Ardois, Eric Warin, Pierre Boucard (Sun), Emmanuel Bouvet, Julien Kostrèche (Ouest Médialab), Marie Le Douaran (Les Autres Possibles), Charlotte Waelti (L'Onde Porteuse), et Guillaume de la Chapelle (DRAC Pays de la Loire)

Mise en page : Les Autres Possibles - Typographies : Adelphe & Amieamie (Bye Bye Binary)

Inventaire impulsé par l'association Télénantes, réalisé en septembre 2024  
par Emmanuel Bouvet et les journalistes en insertion de L'Onde Porteuse,  
avec le soutien des Autres Possibles, de SUN, de la DRAC Pays de la Loire et  
de Ouest Médialab.

**[bit.ly/inventaire-medias-nantais](https://bit.ly/inventaire-medias-nantais)**