

Après les municipales

Quel soutien pour les médias indépendants nantais ?



En février 2026, à l'approche du renouvellement des conseils municipaux, le collectif des médias indépendants nantais a soumis un plaidoyer en cinq axes aux candidats des 24 communes de la Métropole.

L'écosystème d'information locale métropolitain est exceptionnel, avec une cinquantaine de médias (presse, radios, sites d'information...), plus de 100 emplois et un millier de bénévoles qui irriguent aujourd'hui le territoire de Nantes Métropole, garantissant une information de proximité face aux algorithmes et à la désinformation.

Pourtant, entre baisses de subventions régionales et départementales et précarité des modèles associatifs, cet écosystème reste fragile et l'inquiétude grandit.

Sur les 51 listes sollicitées, 20 ont accepté de dévoiler leur stratégie, soit près de 40% de participation au débat, pour préserver ce que beaucoup appellent désormais un « bien commun démocratique ». Analyse d'un débat qui engage la vitalité citoyenne de nos 24 communes.

Le collectif des médias indépendants nantais

Pour une reconnaissance formelle du rôle d'intérêt général des médias locaux

Pour une majorité de répondants, l'idée que les médias locaux remplissent une mission d'intérêt général ne fait plus débat.

Environ **45 % des candidats** (principalement issus des familles de gauche, des écologistes et du centre) souhaitent inscrire cette reconnaissance de manière formelle dans leurs délibérations.

- **À gauche et à l'extrême-gauche**, on insiste sur la notion de « pilier démocratique » et de « bouclier » contre la désinformation. On parle de « bien commun » indispensable à « l'éducation populaire ».
- **Au centre et à droite**, on reconnaît volontiers le rôle de « relais essentiel » pour la vie associative locale et le rayonnement du territoire.
- **À l'extrême-droite**, le soutien reste « sous conditions ». Si l'engagement est salué, il s'accompagne d'une mise en garde contre un « militantisme déguisé », exigeant une neutralité stricte pour l'octroi de tout label ou aide.



Florent, un patient hospitalisé au CH Georges Daumézon à Bouguenais, anime l'émission de radio "Chez Georges" produite par l'Onde Porteuse.



Le Festival de l'Info Locale se tient tous les ans à Nantes. Marie Roy (à droite) y anime des débats.

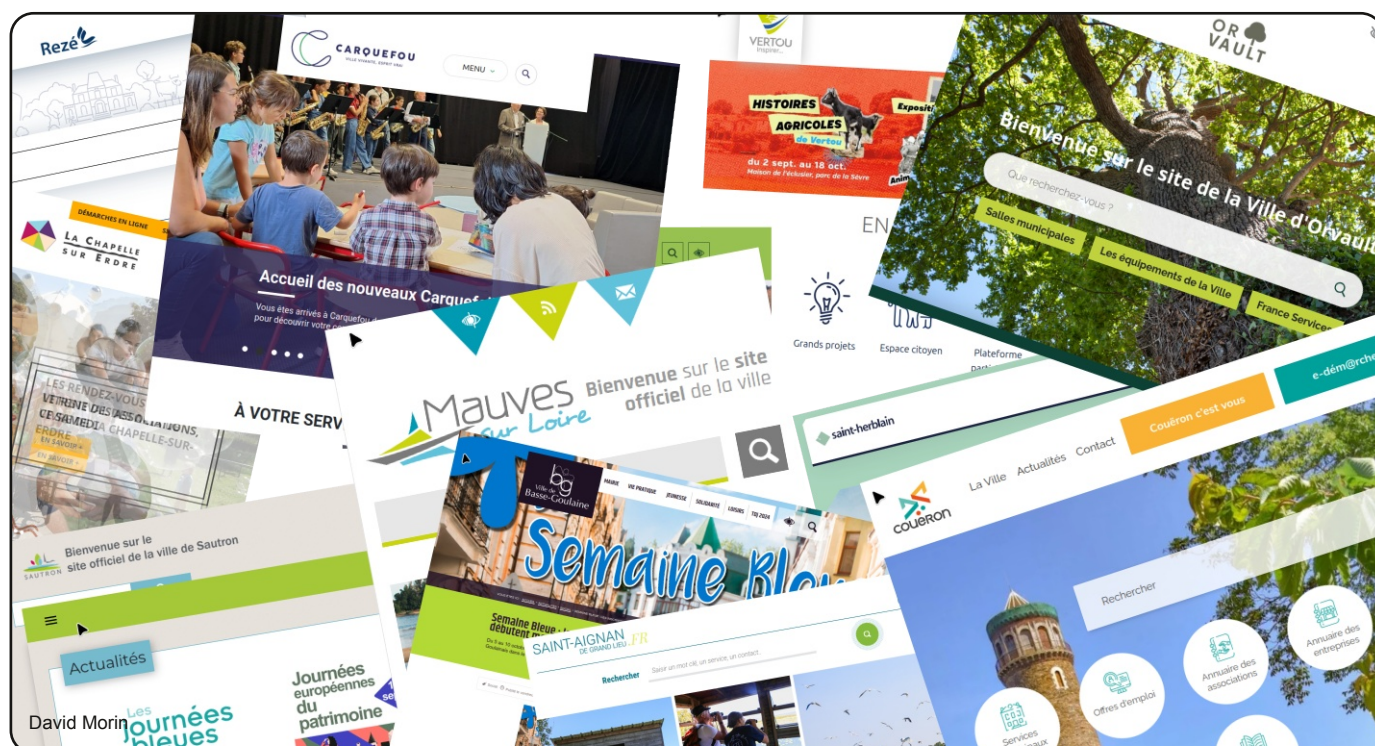
Quand les mairies ouvrent leurs colonnes

C'est le point de convergence le plus spectaculaire : **plus de 80 % des candidats** se disent prêts à ouvrir les supports de communication officiels (magazines municipaux, panneaux numériques, réseaux sociaux) aux productions des médias locaux.

- **L'union sacrée sur la promotion** : qu'ils soient de Nantes, d'Orvault ou de Couëron, les candidats valident l'idée de mentionner les articles ou podcasts locaux pour « faire connaître la diversité du paysage médiatique ».
- **L'événementiel comme levier** : dans les communes de la "couronne" comme Saint-Herblain ou Couëron, on propose d'associer systématiquement les journalistes locaux à l'animation des débats publics ou des événements culturels.



« Renforcer les médias indépendants, c'est renforcer la démocratie locale. »



Toutes les communes de l'agglomération produisent leurs propres publications et administrent des sites Internet.

Apporter des aides financières stables et pluriannuelles pour maintenir les emplois

Si la fragilité économique du secteur est reconnue, les solutions divergent. 30 % des répondants (essentiellement à gauche) se disent prêts à généraliser les conventions pluriannuelles pour sortir de la précarité des subventions annuelles.

- **La garantie pluriannuelle** : environ **35 % des répondants** — quasi exclusivement issus des listes d'Union de la Gauche et de la France Insoumise — s'engagent à généraliser les conventions sur plusieurs années. L'objectif est clair : sortir de la « précarité de la subvention annuelle » pour permettre de stabiliser les emplois.
- **La réserve des « périphériques »** : à l'inverse, dans les communes comme Orvault ou Carquefou, **25 % des candidats** (souvent divers droite ou centre) se montrent beaucoup plus prudents. S'ils partagent le diagnostic, ils renvoient la responsabilité financière à l'échelon métropolitain, jugeant ne pas avoir les coudées franches au niveau municipal.
- **L'exception radicale** : l'extrême-gauche révolutionnaire reste circonspecte quant aux aides publiques sous le système actuel, prônant une presse idéalement soutenue par l'engagement financier de ses seuls lecteurs pour garantir une réelle indépendance.

« L'échelle métropolitaine semble pertinente pour la plupart des candidats interrogés »

Relocaliser la publicité

De nombreux candidats se déclarent favorables à encourager la relocalisation de la publicité en incitant les annonceurs à choisir les médias locaux plutôt que les plateformes des géants du numérique et les réseaux sociaux, comme le préconisent les Etats généraux de l'information.



Eric Warin, président de Place Publique, anime un débat avec la participation du Fonds pour une presse libre et de Coop Médias.

Mutualiser les outils pour créer une nouvelle dynamique

L'idée de partager les coûts et les infrastructures séduit **la moitié des répondants**.

À Nantes, des propositions émergent, que ce soit pour créer une « Maison des médias de proximité » ou pour utiliser des lieux existants, comme le Centre des Arts et des Savoirs à Nantes : cette idée revient dans plusieurs programmes (divers droite, centre et gauche). On y voit un lieu d'expérimentation, de formation, de plateaux et de studios partagés.

Dans les communes limitrophes, on propose des solutions plus agiles : mise à disposition gratuite de salles pour les rédactions (Couëron) ou partenariats avec des structures jeunesse pour l'équipement (Bouguenais).



Un atelier de concertation sur les partenariats possibles entre médias animé par Maxime Leconte de Sennse.



Les Autres Possibles travaillent en bonne intelligence avec les autres médias.

Eduquer les plus jeunes pour former des citoyen.nes responsables

L'éducation aux médias est le sujet sur lequel le consensus est le plus large, toutes tendances politiques confondues. Sur les 18 réponses substantielles, 15 l'abordent explicitement, soit 83 %.

Onze candidats sur 18 (61 %) s'engagent concrètement. Les formes proposées convergent autour de trois axes :

1. Les actions en milieu scolaire (39 %),
2. Le développement de l'esprit critique face à la désinformation (56%),
3. L'IA comme nouveau défi pédagogique (33 %).

Selon les communes, les candidats rivalisent d'idées pour sa mise en application

- Un partenariat radio/médias avec le dispositif « argent de poche » pour permettre aux jeunes d'apprendre à diffuser, préparer des émissions et réaliser des podcasts (Bouguenais) ;

- Des projets d'éducation aux médias avec le CME/CCJ et des jeux-concours (Saint-Sébastien) ;
- Des actions de sensibilisation aux métiers du journalisme dans les établissements scolaires (Couëron) ;

« Leur objectif ? Forger le sens critique, terreau de la prise de décision, du respect de l'environnement à l'égalité homme-femme, en passant par les nécessaires transitions économiques et sociales. »



Atelier d'éducation aux médias et à l'information (EMI) dans les studios de SUN lors des journées portes ouvertes organisées pour les 30 ans de la radio, le 28 février 2026.

- Une référence au PEAC (Parcours d'éducation artistique et culturelle) qui intègre l'éducation aux médias, et le recours aux médias locaux pour des podcasts éducatifs (Rezé) ;
- La mise en place d'un conseil municipal de jeunes pour travailler sur la découverte des médias locaux (Carquefou) ;
- La création d'une Maison des médias et de l'éducation aux médias, lieu de formation, d'expérimentation et de ressources ouvert à tous (Nantes) ;
- Des partenariats renforcés en éducation aux médias, notamment dans les quartiers. (Nantes)...

Transition numérique et IA : un enjeu majeur pour demain

Bien que technique, le sujet de l'intelligence artificielle et de la souveraineté numérique est abordé par 30 % des candidats, principalement dans les grandes centralités urbaines.

- **Éducation et Éthique** : le centre et la gauche nantaise s'accordent sur la nécessité de financer des programmes de formation pour que les médias locaux utilisent l'IA de manière « éthique et responsable ». Ils insistent sur la notion "souveraineté numérique locale".
- **Souveraineté** : des listes plus radicales proposent même de soutenir le développement d'outils numériques « open source » pour réduire la dépendance des médias locaux aux géants du Web (GAFAM).

« Accompagner les rédactions dans leur transformation numérique et leur usage éthique de l'IA via des programmes ou dispositifs de formation ou d'innovation. »



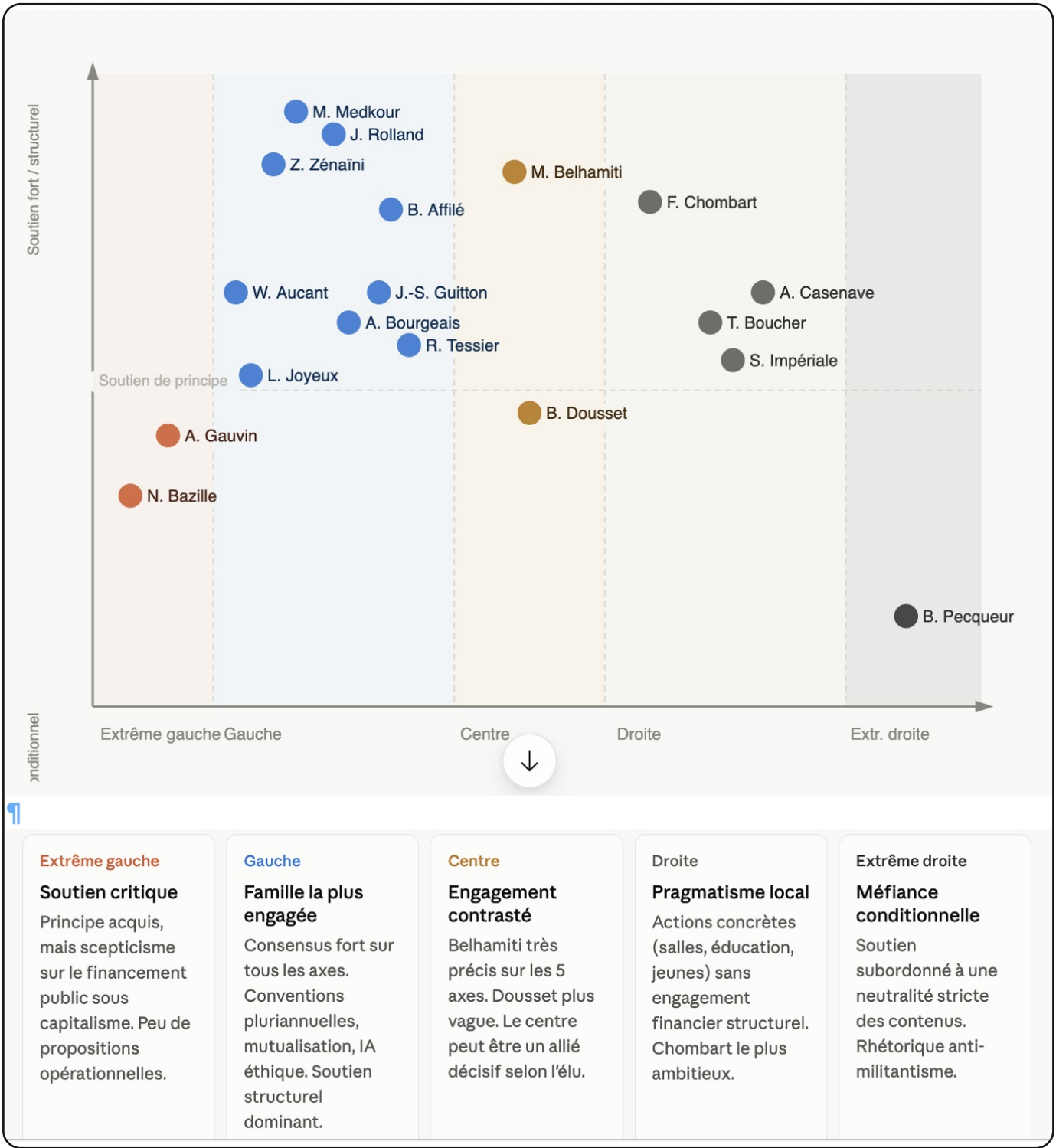
Ouest Médialab

Formation de journalistes du Télégramme à l'IA par le Ouest Média Lab

Structuration des retours des candidat.es

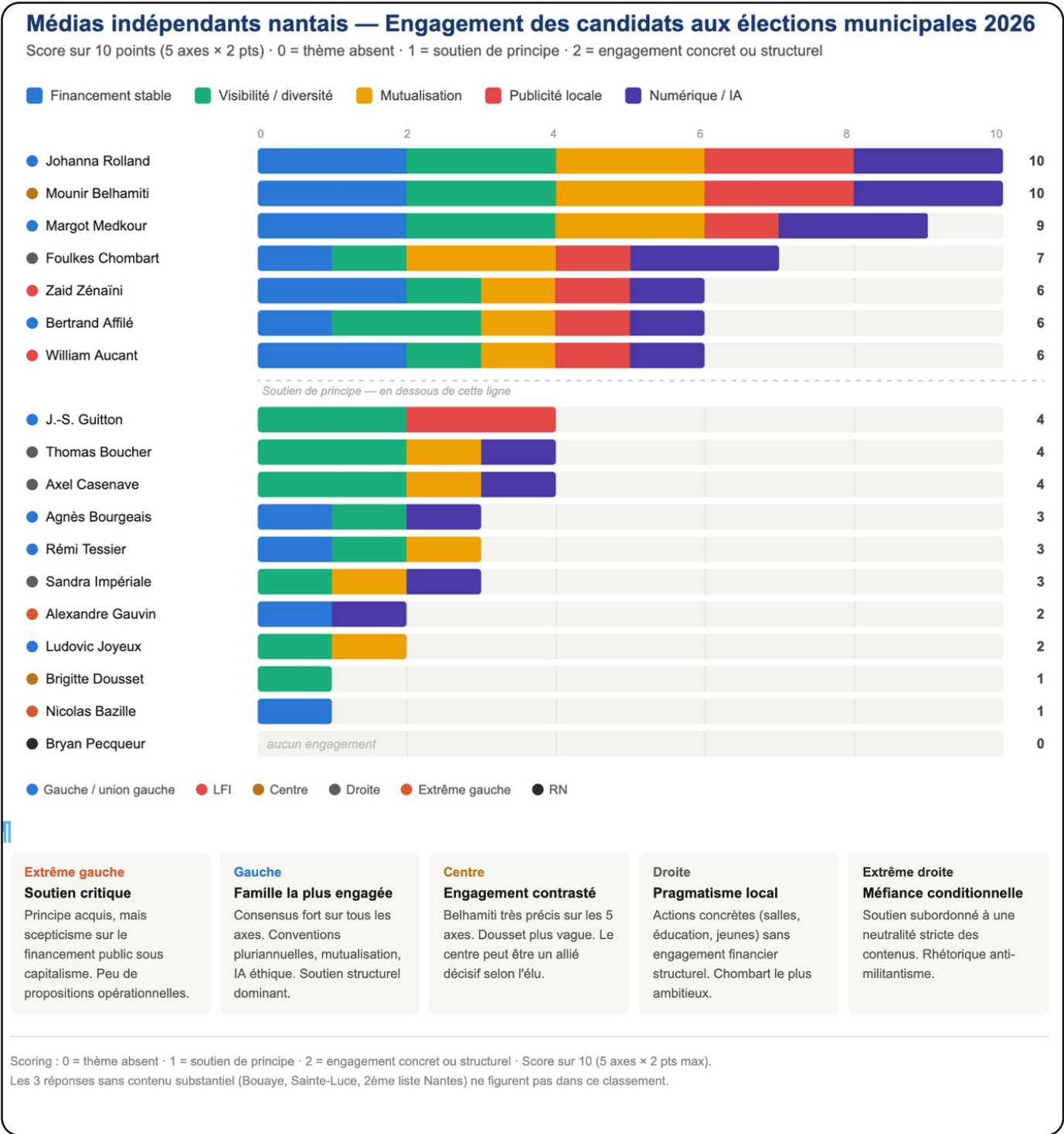
L'axe horizontal indique le positionnement des candidat.e.s, de l'extrême-gauche à l'extrême-droite.

L'axe vertical illustre le niveau d'action envisagé ; en bas, un soutien conditionnel ; en haut, un soutien fort et structurel.



Le hit-parade

Nous avons classé les réponses obtenues pour chacun des cinq critères du plaidoyer. Les résultats mettent à égalité Johanna Rolland et Mounir Belhamiti. Foulkes Chombart est tout proche du podium.



Erratum : le candidat du RN à Nantes était Jean-Claude Hulot et pas Bryan Pecqueur, son directeur de campagne.

Ils sont 43 dans l'agglomération de Nantes et c'est unique en France

Quarante-trois médias indépendants répertoriés sur l'agglomération nantaise. Aucun autre territoire en France ne connaît un tel phénomène.

Qui sont-ils ?

Radios associatives, presse satirique, sorties culturelles, journaux de solutions, d'investigation, sportifs ou économiques, infolettre, podcasts, tout vidéos, en ligne ou en papier.

Quel rôle jouent-ils ?

Grâce à leur **diversité**, ils enrichissent et dynamisent le paysage médiatique nantais et renforcent les actions d'éducation aux médias portées par les collectivités.

Un inventaire exceptionnel

Cet inventaire, impulsé par l'association Télénantes, a été réalisé par un comité de pilotage réunissant des professionnels des médias*. Présenté lors du Festival de l'info locale en 2024, il a été actualisé en 2026.

L'inventaire est disponible via ce code :



- **Dernière minute** : le rachat cet été du JDE par une entreprise qui a choisi de remplacer les journalistes permanents par des IA, et l'annonce de l'arrêt de la revue 303 lâchée par la Région.



Présentation de l'inventaire des médias nantais au Médiacampus en clôture du FIL 2024

* Pilotage :

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)