

RAPPORT 2026



**FESTIVAL DES MÉDIAS INDÉS
LA PAILLETTE**
2 RUE DU PRÉ DU BRIS, 35000 RENNES

En lançant le Festival des Médias Indés, les 11 et 12 avril 2026, La Paillette ouvrait les portes à la liberté d'expression et au pluralisme des idées. Cette première édition du FMI aura accueilli 3 500 festivalier·e·s, 67 médias et réseaux autour d'un Village des médias indés, de 40 rencontres et d'expositions. Cette première édition a été organisée en partenariat avec le Fonds pour une presse libre.

L'ADN DE LA DÉMARCHE

La réalité et la vivacité de notre démocratie doivent pouvoir s'appuyer sur les médias indépendants : leur présence et leur visibilité sont des éléments déterminants de notre vie citoyenne d'autant plus que les trois prochaines années se dérouleront dans un contexte électoral national foisonnant.

Le Festival a pour ambition d'être un espace de rencontres entre les citoyen·nes et des médias indépendants autour des enjeux d'information plurielle, de démocratie active et de liberté de la presse. Il s'agit de donner une visibilité aux médias indépendants et de les rapprocher d'un nouveau lectorat tout en créant une émulation entre les professionnel·es présent·es.

L'INDÉPENDANCE DE L'INFORMATION, ENJEU CONTEMPORAIN MAJEUR D'ÉDUCATION POPULAIRE

La Paillette, Maison des jeunes et des cultures, s'inscrit pleinement dans l'histoire de l'éducation populaire. Au confluent de dynamiques éducatives multiples, d'activités artistiques et culturelles, l'association propose avec le Festival des Médias Indés, un événement qui entend renforcer les capacités d'émancipation des citoyen·ne·s, quel que soit leur âge. Avec le concours actif des médias indépendants et de leurs réseaux, il s'agit créer une rencontre forte et inédite entre les habitant·es et le monde du journalisme indépendant, porteur de projets d'information à la recherche d'une souveraineté économique qui n'entrave pas la liberté éditoriale.

UNE DYNAMIQUE DE MOBILISATION, DU LOCAL AU NATIONAL

A l'instar de son activité permanente, La Paillette place le Festival dans les dynamiques collectives de Rennes et de son territoire tout en mobilisant des partenaires et médias locaux, régionaux, nationaux. Accessible au public de Rennes et sa région, l'événement porte aussi une dimension supplémentaire par la diffusion des rencontres sur interne, en vidéos et podcasts. Avec ce moment de vie citoyenne hors norme, La Paillette consolide sa contribution au débat public, plaçant Rennes et la Bretagne au centre de questions nationales qui traversent notre démocratie.

MIEUX CONNAITRE LES MÉDIAS INDÉS ET ETABLIR UN RAPPORT DE CONFIANCE AVEC EUX

Le Festival est conçu comme un laboratoire qui s'empare à la fois de sujets traités par les médias indés et de problématiques que ceux-ci affrontent pour faire vivre leur projet éditorial : précarité des rédactions, dépendance aux plateformes numériques, concentration des groupes de presse, nécessité de nouveaux modèles économiques... L'idée est de transmettre l'envie de « découvrir une autre information » et de sensibiliser au modèle économique souvent précaire des structures journalistiques présentes. L'événement cherche et interroge : comment faire vivre un média indépendant ? Comment tisser des liens durables entre professionnel·les et citoyen·ne·s ? Comment rendre lisible et visible la richesse, la diversité du paysage informationnel ?

LA PAILLETTE ET LE FMI





LE PARRAIN

L'ÉDITO DE GUILLAUME MEURICE

Participant·es, participants, bienvenue dans ce festival principalement destiné à mettre un seum de maboul à Vincent Bolloré. L'idée est d'imaginer un monde où ce dernier ne pourrait plus confondre ses obsessions paranoïaques avec des faits d'actualité. Le défi est de taille car je vous rappelle que nous vivons à une époque où Laurence Ferrari possède une carte de presse.

Nous en profiterons également pour nous débarrasser de manière définitive de toute structure pseudo médiatique qui a pour unique but de « créer du temps de cerveau disponible pour Coca-Cola », comme disait le poète.

Bref, le temps est venu de nous organiser, de dialoguer, d'échanger, d'imaginer, mais surtout d'agir, de nous sortir les droits du cul. Alors arrêtez immédiatement de lire ce texte d'adolescent gauchiste attardé et allez lutter de toutes vos forces et de toutes vos plumes contre le capitalisme, l'autoritarisme, et pour une presse qui appartient à ses journalistes et qui n'a de comptes à rendre qu'à ses lecteurices et ses auditeuses ! (et bim de l'écriture inclusive rien que pour faire chialer sur CNews). Bisous.

ANIMATION DE L'INAUGURATION DU FESTIVAL

Guillaume Meurice a participé au débat d'inauguration du Festival des Médias Indés aux côtés d'Edwy Plenel et de Julie Lallouët-Geffroy. Parrain du festival, il a coanimé cet échange et pris part aux débats sur la presse indépendante, ses définitions et ses enjeux.

CÉRÉMONIE DE REMISE DES PRIX LES PASCALS DE L'INFO

À l'issue de la première journée du Festival des Médias Indés 2026, une remise de prix décalée – les « **Pascals de l'info** » – a réuni les médias, les partenaires ainsi que les 75 bénévoles et salarié·es. Animé par **Guillaume Meurice** assistée de Delphine Marie-Louis, la soirée a permis de décerner trois prix à des journalistes et autres chroniqueur·euses de plateaux médias. Les lauréat·e·s n'étant pas présent·es dans la salle, il a été décidé de remettre les prix à des médias indépendants digne de confiance.

- Le prix « **Le réchauffement climatique, c'est dans la tête** » a été décerné à Rémy Prud'hom-

me pour sa prestation à Sud Radio. C'est **Télé Millevaches** venu tout droit du Limousin qui a eu l'honneur de recevoir le prix et de le conserver jusqu'à réclamation de l'intéressé bien sur.

- Le prix « **Nico lé innocent !** » a été remis à une auditrice d'Europe 1. C'est le média normand **Le Poulpe** qui s'est vu confié la lourde responsabilité de recevoir le prix dans l'attente de l'identification de l'auditrice.
- Le prix « **Ouin Ouin les bonnes femmes** » a été décerné à Pascal praud que l'on ne présente plus. C'est le média finistérien **Lisbeth** qui aura le courage de conserver ce prix au nom de PP.

La cérémonie a été filmée et est disponible sur notre chaîne youtube.

Cette soirée conviviale fut aussi une belle occasion de faire du lien entre les participant·e·s autour d'un verre et d'un peu de musique dans un cadre plus informel.

VISITE DU VILLAGE DES MÉDIAS

Après avoir coanimé l'inauguration du Festival des Médias Indés aux côtés d'Edwy Plenel et de Julie Lallouët Geffroy, de Splann!, Guillaume Meurice s'est rendu au Village des Médias Indés pour aller à la rencontre des journalistes et des équipes présentes.

Figure engagée depuis longtemps dans la défense de la presse indépendante – comme en témoigne sa chronique « **Le Moment Meurice** » dédiée à l'indépendance journalistique dès 2021, ou ses prises de position contre la concentration des médias et Bolloré –, il a prolongé l'élan de la cérémonie d'ouverture par des échanges avec les journalistes du festival.

Soutien constant au journalisme libre et intellectuellement indépendant, nous souhaitons le remercier tout particulièrement pour nous avoir fait confiance à l'occasion cette première édition.





Le cœur du festival reposait sur un lieu vivant accessible pendant toute la durée du festival : le **Village des Médias Indés**. Dans le Lavoir de La Paillette, 3 salles accueillait les médias, la galerie offrait quant à elle, un espace pour les réseaux et collectifs. Journalistes et représentant·e·s de structures ont ainsi pu présenter leur travail et leurs supports, tout en échangeant avec le public, qui a pu découvrir des formes de presse variées : journaux, radios, podcasts, documentaires ou collectifs d'information.

En parallèle, le festival proposait près de **40 rencontres publiques**. La salle de spectacle du théâtre (215 places) proposait **5 temps forts**, tous complets. Trois autres salles (40 à 50 places chacune) accueillait **31 rencontres** affichant un taux de remplissage de 95 % en moyenne. A noter qu'une salle spécifique était également consacrée aux **ateliers professionnels**. Cette organisation générale a permis d'accueillir des moments de forte affluence et des formats plus intimistes, favorisant des échanges très directs entre médias et public.

Deux expositions accompagnaient la programmation et élargissaient encore les formes de médiation proposées au public. À cela s'ajoutait un **plateau radio** coordonné par La Corlab et animé par l'équipe de Canal B, ainsi qu'un **enregistrement public de l'émission "À l'air libre"** de Mediapart, qui figuraient parmi les propositions les plus visibles du week-end.

Enfin, le festival a également été rythmé par un temps festif le samedi soir, autour d'un pot et d'une **soirée de remise de prix**, les "Pascal de l'info", animée par Guillaume Meurice. Ce moment a prolongé la dynamique de la journée dans une forme plus conviviale, en maintenant le lien entre participant·e·s, équipes et médias dans un cadre moins formel.

FRÉQUENTATION ET MOBILISATION

L'édition a accueilli **67 médias et collectifs/réseaux**, représentant **124 professionnel·le·s** présent·e·s sur le festival. 108 d'entre elles sont intervenues et ont animés

la quarantaine de rencontres. Soulignons l'exemplarité de la parité Homme - Femme sur les plateaux des rencontres : 55 hommes et 53 femmes.

La fréquentation publique s'est établie à **3 500 personnes** : 1 830 personnes le samedi et 1 675 personnes le dimanche. La fréquentation du village est estimée à 100 personnes par heure le samedi et 50 personnes par heure le dimanche. Ces chiffres montrent un niveau d'attention soutenu sur les deux journées, avec une intensité particulière du samedi, à la fois sur les temps forts et sur la circulation dans le village.

MOYENS HUMAINS

La réalisation de cette première édition a reposé sur une mobilisation importante. Au total, **75 personnes ont contribué à l'organisation** et au bon déroulé du festival : 15 salarié·e·s, 7 membres du CA, 8 étudiant·e·s de sciences po mobilisé·e·s dans le cadre du module projet et 2 encadrant·e·s, 24 bénévoles, 6 dessinateur·ice·s de presse, 2 photographes, 1 vidéaste, 2 agentes d'entretien, 3 agents de sécurité, 1 régisseuse et 4 technicien·ne·s. Cette diversité d'acteurs et d'actrices a permis d'assurer à la fois l'accueil, la production, la technique, la médiation et la logistique du festival.

BUDGET

Le budget du Festival s'élève à 27 921 euros. Les produits sont issus de 4 sources principales : Exposants (4 143), Recettes propres (7 558), La Paillette (6 220), Fonds pour une presse libre (10 000). Les charges se répartissent entre Catering et hôtels exposants (4 143), Nuitées-repas-transports FPL (2 899), Production - technique (7 509), accueil bénévoles (989), achats marchandises (3 404), communication (6 682), autres charges (2 295). L'apport valorisés de La Paillette s'élève à 28 150 euros (Locaux, personnel salarié, bénévoles, matériel).

L' ÉDITION 2026





LA PROGRAMMATION

L'enjeu de la programmation du Festival des Médias Indés 2026 était de **montrer la vitalité du journalisme indépendant tout en ouvrant des espaces de débat accessibles au plus grand nombre**. Il s'agissait de refléter la richesse et de la diversité du paysage des médias indépendants en croisant enjeux professionnels, questions politiques et préoccupations citoyennes.

Une **pluralité des formats** (conférences - débats, tables rondes, focus enquêtes, projections, podcasts) et de **voix** (nationales, locales, associatives) ont ainsi été proposés.

Quatre Temps forts ont été pilotés par le Fonds pour une presse libre (Charlotte Clavreul, Chloé Tridera). Un cinquième temps fort a été proposé par Mediapart via l'enregistrement de l'émission « À l'air libre ».

Une **trentaine de rencontres publiques, reposaient quant à elles sur des propositions et une animation des médias et réseaux présents**. Sur des temps volontairement resserrés (40 minutes), il s'agissait de permettre au public de découvrir le plus grand nombre de professionnel·le·s possibles au cours du week-end, tout en ayant des temps d'échange dynamiques avec les participant·es.

Cette démarche globale garantissait que les propositions reflétaient

La coordination du Festival (Louise Le Bagousse, Louane Proust, Nicolas Fily) ainsi que le comité de programmation avaient la charge d'accompagner une démarche globale basée sur les **préoccupations réelles des rédactions et des collectifs** et d'assurer un **équilibre dans les thématiques** abordées :

- éthique et politique
- pratiques du journalisme
- écologie
- questions sociales
- économie des médias
- numérique et IA

LE COMITÉ DE PROGRAMMATION

- **Nicolas Fily**, directeur de La Paillette et du Festival des Médias Indés
- **Katell Stéphan**, présidente de La Paillette
- **Louise Le Bagousse**, coordinatrice du Festival des Médias Indés
- **Louane Proust**, chargée de communication de La Paillette
- **Lucie Milledroques**, coordinatrice de la programmation d'Étonnants Voyageurs
- **Erwan Le Moigne**, graphiste
- **Nadège Noisette**, accompagnatrice de stratégies alimentaires territoriales à Terralim
- **Luc Delarminat**, co-directeur d'OPALE, CRDLA Culture
- **Guillaume Meurice**, parrain du Festival des Médias Indés
- **Charlotte Clavreul**, directrice exécutive du Fonds pour une presse libre
- **Camille Debaud**, journaliste
- **Baptiste Cadeau**, chargé de mission dans l'action sociale et les politiques jeunesse

LES TEMPS FORTS

Quatre temps forts du festival ont été organisés en étroite collaboration avec le Fonds pour une presse Libre (FPL), partenaire de cette première édition. Le FPL a joué un rôle déterminant dans leur conception, en assurant la sélection des thématiques ainsi que le choix des intervenant·es invités. Le dernier temps fort était l'enregistrement en direct de l'émission Mediapart "A l'air libre" présenté par Mathieu Magnaudeix.

Ces temps forts ont permis d'aborder des sujets de société variés, au-delà du seul champ journalistique, en réunissant des profils divers tels que journalistes, universitaires, auteurices et réalisateurices. Organisés sous forme de tables rondes en grande salle (215 places), ces rencontres se sont déroulées sur un format d'une heure, suivi de 30 minutes d'échanges avec le public. Ces rendez-vous ont rencontré un très fort succès, affichant complet à chaque session.

SANS LA PRESSE INDÉPENDANTE, VOUS NE L'AURIEZ PAS SU !

Affaire Sarkozy-Khadafi, scandale des algues vertes : sans Mediapart ou Splann !, sans la presse indépendante d'investigation locale ou nationale, est-ce que nous l'aurions su ? Précédée de brèves présentations d'enquêtes qui feront l'objet de focus durant le Week-end du Festival, cette conversation entre Edwy Plenel et Julie Lallouët-Geffroy est celle d'une rencontre entre deux générations qui portent à bout de plume la défense de droits fondamentaux tels que le droit de savoir et d'informer.

Animé par Guillaume Meurice, avec Edwy Plenel et Julie Lallouët-Geffroy.

#1



CONTRE-RÉVOLUTION NUMÉRIQUE: C'EST QUOI LE TECHNO-FASCISME ?

#2



Comment comprendre la mutation en cours dans le monde du numérique ? Les milliardaires de la tech font feu de tout bois depuis le retour de Trump et veulent imposer un monde où les entreprises comme Palantir remplacent l'État, avec une vision suprémaciste blanche. Le néofascisme tech, ou techno-fascisme, est un terme nouveau, que signifie-t-il ? Est-il encore possible de « techno-lutter » ?

Animé par Léna Rosada, avec Norman Ajari, Gérald Holubowicz et Nicolas Celnik.

LUTTES FÉMINISTES : QUELLES PRIORITÉS APRÈS #METOO ?

Le mouvement #MeToo est né il y a bientôt dix ans. Depuis cette déflagration venue des États-Unis, quelles ont été les conséquences concrètes en France ? Les mœurs ont-elles changé ? L'inscription du non-consentement dans la loi, la constitutionnalisation de l'IVG sont-elles des victoires ? Comment mieux lutter contre les violences sexuelles et sexistes ? Comment rendre justice aux femmes ? Avec la montée dangereuse du féminisme, quels sont les combats à mener ?

Animé par Marie Barbier, avec Léane Alestra, Lenaïg Bredoux et Fanny Gallot.

#3



DEMAIN, L'EXTRÊME DROITE À L'ÉLYSÉE ?

#4



Quels sont les enjeux démocratiques, institutionnels et sociétaux d'une arrivée du Rassemblement National aux plus hautes fonctions du pays ? État de droit, indépendance de la justice, droits des minorités, liberté d'opinion, pluralisme de l'information... Que se passera-t-il concrètement ? Que raconte l'essor du vote RN ? Quelles sont les marges de manœuvre ? Comment résister ?

Animé par Olivier Bertrand, avec Marie Allenou, Etienne Chaillou et Jean-Marie Leforestier.

ÉMISSION « À L'AIR LIBRE » : COMMENT LUTTER ENSEMBLE ?

Pour les gauches, la présidentielle est souvent un piège. Alors que s'affirme une lutte hégémonique en vue de l'élection de 2027 entre, d'une part, La France insoumise et, d'autre part, une « gauche non mélenchoniste » que le PS aimerait incarner, comment faire front ensemble face à l'extrême droite qui, notamment grâce à ses relais médiatiques, entend dominer ce scrutin ?

Présentée par Mathieu Magnaudeix, avec Juliette Rousseau, Olivier Tonneau et Pierre-Yves Bulteau.

#5







LES RENCONTRES

FOCUS ENQUÊTE

Les focus enquête, d'une durée de 40 minutes, étaient consacrés à la présentation d'enquêtes emblématiques. Ce format a suscité un fort intérêt et une assiduité notable du public.

CONTRE ENQUÊTE SUR LE LIVRE "LES NOUVEAUX ANTISÉMITES" DE NORA BUSSIGNY
Enquête ou pamphlet ? Les Nouveaux antisémites de Nora Bussigny fait débat. Arrêt sur Images retourne le dossier et donne la parole à celles et ceux mis en cause dans une vraie contre-enquête.

MÉCÈNES, RÉSEAUX, ANCRAGES LOCAUX : ENQUÊTER SUR LES DROITES EXTRÊMES
La progression de l'extrême-droite dans les urnes et dans les têtes n'a rien d'un phénomène naturel. Elle est le fruit d'une offensive politique et médiatique, soutenue par de puissants bienfaiteurs (V. Bolloré, P-E Stérin...), mais aussi d'un travail d'influence, de formation de cadres, d'ancrage local. Du réseau réactionnaire international « Atlas » aux tentatives d'implantation en Bretagne, que révèle le travail d'enquête journalistique sur les stratégies de l'extrême-droite ?

DECATHLON, CHAMPION DE L'EXPLOITATION : LES SECRETS DU GÉANT FRANÇAIS DU SPORT
Des vêtements innovants et bon marché : tels sont les ingrédients du succès de Decathlon. Mais des documents confidentiels obtenus par Disclose racontent une tout autre histoire. Travail forcé en Chine, usines clandestines au Bangladesh, déforestation au Brésil... Retour sur un an d'enquête.

OUTILS NUMÉRIQUES D'AIDE À L'INVESTIGATION, LA PREUVE PAR LES DRAHILEAKS

450 000 documents, certains longs de 1000 pages... La tâche était ardue pour détricoter les montages financiers acrobatiques du milliardaire Patrick Drahi. Trois médias (Reflets, StreetPress et Blast) se sont alliés pour relever le défi. À l'aide d'outils numériques d'aide à l'investigation mis en place par Reflets nous avons publié plus de 40 enquêtes liées à ce lot massif de données. Et demain ? Demain, nos outils seront 1000 fois plus puissants.

LA CHARITÉ TRÈS ORDONNÉE DE L'EXTRÊME DROITE : LE CAS STÉRIN

En 2025, le collectif Hors Cadre a mené un vaste projet d'enquêtes sur les associations financées par l'écosystème de Pierre-Edouard Stérin. En parallèle, l'Observatoire des multinationales réalisait un organigramme détaillé des sociétés contrôlées par ce milliardaire d'extrême droite.

REPORTAGE VIDÉO

La projection de reportage vidéo proposé sur un créneau d'une heure incluant projection et discussion avec la journaliste, était complet aussi.

PRISON : LES VIOLENCES SEXUELLES QUE L'ADMINISTRATION TAIT

Dans les prisons françaises, des femmes disent se sentir plus en danger face à leurs collègues qu'aux détenus. Témoignages inédits de surveillantes et agentes sur des violences sexistes et sexuelles passées sous silence. Une enquête de Nadia Sweeny pour briser un tabou.

PODCAST

La diffusion d'un podcast a pris la forme d'une écoute commentée. Cette rencontre a bénéficié d'une bonne réception de la part du public.

LA FÊTE DU STREAM - QUAND L'IA MANGE LA MUSIQUE

Face au tsunami de musique générée par IA, Les Jours enquêtent sur l'industrie de la musique et du streaming. Après un making-of du podcast, rencontre avec Sophian Fanen, journaliste et cofondateur des Jours.

TABLES RONDES

Les rencontres, d'une durée de 40 minutes prolongées par des questions, se tenaient dans des salles de jauge moyenne (40 à 50 places). Au total, 31 sessions ont été proposées, toutes complètes.

DÉFENDRE UN JOURNALISME SITUÉ

La neutralité est remise en question depuis quelques années par des professionnel·les de l'information qui lui opposent des points de vue situés. Confier les articles, enquêtes, photos, illustrations à des personnes concernées, c'est un postulat que nous défendons depuis les débuts de La Déferlante. Un positionnement qui nous semble d'autant plus pertinent face à l'absence de représentation dans les médias des personnes minorisées : les femmes, les personnes racisées, trans ou handies. À l'ère des fake news, de la concentration et de l'extrême-droitisation des médias, ce journalisme situé et incarné s'attache plus que jamais à la vérité des faits.

VAGUE MIGRATOIRE, ASSISTÉS, CASSOS... LE DÉBAT PUBLIC : CETTE MACHINE À DÉFORMER

Des mots qui classent, déforment, jusqu'à effacer des histoires de vie derrière des clichés. Venez découvrir notre média qui écoute, bousculer les idées reçues et débattre avec des personnes concernées, nos partenaires et notre équipe : comment remettre la singularité et la dignité au cœur du débat public ?

RADIOS LOCALES ET ASSOCIATIVES : 40 ANS DE COMBATS, ET DEMAIN ?

2026 marque les 40 ans de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication. Cet anniversaire symbolique invite à interroger la trajectoire des radios associatives : de la conquête des ondes à la bataille pour leur survie. Car la séquence actuelle est brutale : menaces sur le Fonds de Soutien à l'Expression Radiophonique, fragilisation des libertés associatives, montée des forces d'extrême droite, concentration accrue des médias. Ce qui se joue n'est pas seulement budgétaire, mais profondément politique. Qui veut encore des radios libres ?

L'INFO IMAGÉE

Quand le dessin éclaire l'info : une discussion sur la force du dialogue texte-image dans le journalisme, à travers plusieurs hors-séries et albums marquants.





COMMENT FINANCER DURABLEMENT NOS MÉDIAS INDÉPENDANTS ? ÉTAT DES LIEUX DES MODES DE FINANCEMENT

Coopérative, campagne de dons, financement participatif... Comment s'organisent aujourd'hui les médias indépendants pour survivre ? On vous propose de faire le point avec nous sur les modèles économiques alternatifs les plus populaires dans l'écosystème médiatique indé'.

MÉDIAS INDÉPENDANTS ET ENGAGÉS : DE QUOI PARLE-T-ON VRAIMENT ?

Que signifie être un média « indépendant » ? Peut-on trancher objectivement qui l'est ou non ? Entre financement, ligne éditoriale ou influence politique, les critères sont nombreux et parfois incompris. Un travail de définition clé pour mieux défendre la presse indépendante et identifier ses alliés.

COMMENT FINANCER DURABLEMENT NOS MÉDIAS INDÉPENDANTS ? DONS ET MÉCÉNAT, DES SOLUTIONS À COURT TERME ?

La dernière enquête réalisée par Lenaïg Bre-doux sur Olivier Legrain pour Mediapart a ramené l'écosystème médiatique à une réalité quelque peu mise de côté : le mécénat est-il un mode de financement durable ? Un questionnement qui peut se poursuivre sur la dépendance aux dons.

RIPOSTER AUX PROCÉDURES BÂILLONS

Politiques, industriels et oligarques multiplient les attaques en justice contre la presse indépendante, pour épuiser, censurer, tout en contournant la loi sur la liberté de la presse de 1881. Comment riposter ?

ET SI L'ÉCOLOGIE SE JOUAIT DANS NOS COMMUNES ?

Luttes locales, démocratie et participation citoyenne. Désinformation, backlash, remise en cause des politiques environnementales : à l'échelle nationale, tout semble indiquer que l'écologie recule. Mais sur le terrain, une autre histoire s'écrit. Écoquartiers, mobilisations contre des projets imposés, luttes contre des projets polluants. Pour l'amour d'un territoire et d'un avenir commun, des citoyennes et citoyens font vivre l'écologie, à l'échelle de leur territoire.

Mais jusqu'où peut aller l'écologie locale ? Quels sont les freins rencontrés par les mouvements citoyens ? Et comment reprendre du

pouvoir dans nos communes pour accélérer la transition ?

LE PREMIER RAPPORT INQUIÉTANT DE L'OBSERVATOIRE SUR ATTEINTES À LA LIBERTÉ DE LA PRESSE. ÉTAT DES LIEUX ET ATTENTES.

L'Observatoire français des atteintes à la liberté de la presse (Ofalp) relève, dans son premier rapport, 91 atteintes en 2024. Cette table ronde permettra de croiser les données de l'Ofalp avec l'expérience de médias indépendants et de les illustrer avec des exemples récents. L'occasion pour ces acteurs de partager, dans le champ de la liberté de la presse, divers points de complexités aujourd'hui rencontrés en région dans la mission d'information. Avant l'habituel échange avec la salle.

POUR UN DÉBAT PUBLIC LIBRE : DÉCONSTRUIRE LA CONCENTRATION DES MÉDIAS ?

Depuis 30 ans, Action Critique Médias (Acrimed) observe et dénonce les effets de la concentration et de la financiarisation des médias sur le débat public. Si un autre monde est possible, d'autres médias le sont aussi. Et pour qu'un autre monde soit possible, d'autres médias sont nécessaires. Acrimed s'efforce d'élaborer des ressources et des propositions pour une réappropriation démocratique des médias.

QUELLE INFORMATION À L'HEURE DE L'IA ?

Comment les médias négocient-ils le virage de l'IA ? Quel impact sur les rédactions, sur la confiance du public ? Quelles conséquences matérielles et environnementales à son usage ? Et d'abord, avec l'IA : de quoi on parle ?

POURQUOI LA PRESSE INDÉPENDANTE EST ESSENTIELLE SUR LES QUESTIONS INTERNATIONALES ?

Afrique XXI et Orient XXI sont les seuls médias indépendants à se focaliser sur l'actualité internationale – africaine pour l'un, arabe et musulmane pour l'autre. Ce qui se passe dans ces régions nous concerne, a fortiori à l'heure où l'extrême droite est aux portes du pouvoir.

VOIX EN EXIL : SOUTENIR CELLES ET CEUX QUI NE PEUVENT PLUS INFORMER CHEZ EUX

Voix en Exil accompagne des journalistes exilés fuyant répression ou conflits : accueil, renforcement de leurs compétences journalistiques et promotion de leur prise de parole. Venez échanger avec l'un d'eux sur l'importance de soutenir ces médias.

LES IMPACTS DE L'ÉLEVAGE INTENSIF

Reporterre propose une rencontre pour explorer les impacts de l'élevage intensif sur la planète, les animaux et notre santé, et réfléchir à des alternatives plus durables.

Reporterre est un média indépendant dédié à l'écologie sous toutes ses formes. Le journal est géré par une association d'intérêt général à but non lucratif, et n'a donc pas d'actionnaire. Il emploie une équipe d'environ 25 journalistes professionnels, et de nombreux contributeurs. Le journal est en accès libre, sans publicité, et financé à 98% par les dons de ses lecteurs.

MUTUALISER POUR MIEUX RÉSISTER

Les initiatives collectives se multiplient au sein de la presse indépendante : comment se fédérer dans un secteur riche de sa diversité mais fragilisé par la multiplicité des acteurs à la recherche de leur modèle économique et de leur diffusion.

L'ÉCRIT IMPRIMÉ N'A PAS DIT SON DERNIER MOT

À l'heure où les écrans envahissent nos vies et captent de plus en plus l'attention, une certaine presse papier résiste. Malgré la raréfaction des kiosques et l'accaparement des relais de gare par Bolloré, l'écrit imprimé n'a pas dit son dernier mot.

INVESTIGATION LOCALE, UN SACERDOCE D'UTILITÉ PUBLIQUE

Sans pub et sans actionnaires, des médias indépendants se battent partout en France pour faire vivre l'investigation au niveau local. Débat-échange avec les journalistes de Facto !, média d'enquête dans le Limousin, de La Topette, journal trimestriel « local, populaire et indiscipliné » basé dans le Maine-et-Loire, et du Poulpe, média d'investigation en Normandie.

LIBÉRER LE JOURNALISME DES GÉANTS DU NUMÉRIQUE

Les grandes plateformes numériques structurent la distribution de l'information pour de nombreux médias. Comment rester indépendant dans un web qui ne l'est pas ? Face à cette dépendance et aux contraintes qu'elle implique, de nombreuses rédactions cherchent à s'en affranchir.

L'ESCALADE TRAITÉE COMME UN FAIT SOCIAL ET POLITIQUE

Comment un sport en pleine mutation peut-il révéler les enjeux de notre époque ? À partir de l'escalade, le jeune média indépendant Vertige Media montre comment une pratique sportive devient un terrain d'enquête journalistique sur la gentrification, les inégalités, l'écologie et les transformations sociales.

ET SI LES MÉDIAS INDÉPENDANTS DÉBARQUAIENT À LA TÉLÉ ?

Qui possède la télévision ? Face à la concentration des chaînes TV entre les mains de quelques milliardaires, Le Média défend une TNT ouverte, gratuite et pluraliste pour les médias indépendants. Fréquences, régulation, accès aux écrans : une discussion sur l'avenir de la télé et donc du débat démocratique.

LA PLACE DES FEMMES DANS LE JOURNALISME INDÉPENDANT

Biais et résistances : discussion autour de la place des femmes dans le journalisme indépendant. Sexisme et précarisation, force du collectif et importance de la sororité.

LE CAFÉ-MÉDIA

ÉCHANGE ET RÉFLEXION CITOYENNE SUR NOTRE RAPPORT AUX MÉDIAS

Citoyen·nes, venez vous réapproprier les enjeux médiatiques et parler de l'accès à une information libre et éthique autour d'une boisson chaude (ou froide) ! La médiation de ce dialogue sera assurée par nos soins et un·e professionnel·le des médias, dans une atmosphère bienveillante et détendue.

PLATEAU RADIO

42 ANS D'INDÉPENDANCE ASSOCIATIVE ET LOCALE : CANAL B EN DIRECT DU FMI !

Soutenue par la CORLAB (Coordination des Radios Locales et Associatives de Bretagne), l'équipe de Canal B proposera une émission ouverte au public le samedi 11 avril de 16h à 18h sur le thème de : L'indépendance associative et locale - 42 ans de curiosité radiophonique à Canal B.

Au programme : six rencontres et débats de 16h et jusqu'à 18h.

LES ATELIERS PROFESSIONNELS

Enfin, les ateliers professionnels, dont la durée variait selon les contenus, visaient un objectif de formation. Ils ont toutefois enregistré une fréquentation plus faible que les autres formats.

- Les lanceur·ses d'alerte : des sources pas comme les autres par La Maison des Lanceurs d'Alerte
- Coop-médias : financement, outils et services pour les médias indépendants par Coop-Médias
- Développer des médias indépendants : Présentation de Médianes par Médianes
- S'émanciper de la pige pour poursuivre une enquête : limites et perspectives par Hors Cadre
- La banalisation du meurtre des femmes : traitement médiatique des féminicides par Prenons la Une
- Collectifs de pigistes : l'union fait la force par Hors Cadre
- Dangerzone : comment travailler avec des documents suspects ? Par Freedom of the Press Foundation.

RETROUVEZ LES RENCONTRES EN PODCAST !

[Écoutez les podcasts sur Spotify !](#)

[Écoutez les podcasts sur Deezer !](#)

[Écoutez les podcasts sur Youtube !](#)

[Revoir les Temps forts !](#)



CARTE DU BAR

vin blanc	15
vin rouge	15
bière à l'eau	2,50
bière à la pomme	3,50
bière à la citrouille	3,50
café noir	1,50
café lait	2,50
smoothie de saison	3,50
smoothie à la pomme	2,50
smoothie à la citrouille	2,50
smoothie à la pomme	3,50
smoothie à la citrouille	3,50

LE VILLAGE

LE LAVOIR - SALLE MÉLÉTÉ

- Canal B
- C-Lab
- Quartier des Ondes
- L'Imprimerie Nocturne
- L'agrafe
- Freedom of the Press Foundation
- Observatoire des multinationales
- Observatoire français des atteintes à la liberté de la presse (Ofalp)
- Afrique XXI
- Orient XXI
- Acrimed
- Basta!
- Les Cahiers Personnes
- Fakir
- Facto !
- Hémisphère voile
- Komune
- L'Humanité
- L'Iceberg
- La Déferlante
- Les Jours
- Les Autres Possibles
- La Brèche

LE LAVOIR - GALERIE

- Syndicat National des Journalistes
- Médiannes
- Coop-médias
- Un Bout des Médias
- Youpress
- We Report
- Prenons la Une
- Hors Cadre
- Voix en Exil

LE LAVOIR - SALLE POLYMNIE

- Village
- La Maison écologique
- La Topette
- Le Média
- Le Poulpe
- Politis
- Arrêt sur images

- Reflets.info
- Rue89Lyon
- La Presse libre
- Lisbeth
- Mediapart
- Reporterre
- Socialter
- Spotlighted
- Vertige Media
- La Revue Dessinée
- TOPO

LE LAVOIR - SALLE CALLIOPE

- Syndicat de la Presse Pas Pareille
- Le Chiffon
- Sciences Critiques
- L'âge de faire
- Silence
- Les Autres Voix de la Presse
- Mouais, le journal dubitatif
- La Brique
- Le Moment
- Splann ! (le samedi)
- Maison des Lanceurs d'Alerte (le samedi)
- Grand-Format (le samedi)
- Disclose (le samedi)
- Problematik (le Dimanche)
- Narval (le Dimanche)

LE THÉÂTRE - HALL

- Fonds pour une presse libre









LES RETOURS MEDIAS

Le festival apporte à la fois un gain de visibilité, de rencontres et de collaborations, mais aussi des retombées concrètes (ventes, partenariats), ce qui renforce son intérêt comme rendez-vous structurant pour les médias indépendants.

Une enquête a été menée auprès des médias à l'issue du festival afin de recueillir leurs retours sur cette première édition. Pour La Paillette, l'objectif principal était d'identifier les points forts de l'organisation ainsi que les axes d'amélioration à envisager pour la prochaine édition. Un objectif secondaire consistait à évaluer l'impact du festival sur les réseaux de journalistes indépendants : création de contacts, rencontres entre pairs, et éventuelles collaborations initiées pendant ou après l'événement.

L'enquête s'est déroulée du 23 avril au 5 mai 2026. Sur cette période, 50 journalistes ont répondu, représentant 46 médias, réseaux ou collectifs présents lors du festival.

L'EXPÉRIENCE GLOBALE

L'expérience globale des médias au Festival des Médias Indés est très positive : 68 % des répondant·es se disent « très satisfait·es » et 32 % « satisfait·es », aucune personne n'ayant noté son expérience en dessous de « satisfaisant ». Les modalités d'inscription en amont, la clarté de la demande de stand et les relations avec les organisateurices sont très bien perçues, avec environ 90% des réponses au moins « satisfaisantes » et entre 56% et 72% des avis « très satisfaisants », selon les questions. De même, l'accueil et la coordination avant et pendant le festival sont jugés satisfaisants ou très satisfaisants par plus de 90% des répondant·es, ce qui confirme la qualité globale de l'accompagnement des médias avant et pendant l'événement.

LES RENCONTRES ET LA PROGRAMMATION

DURÉE DES RENCONTRES

Les 50 médias ayant répondu au questionnaire se positionnent ainsi :

- 20 % (10/50) proposent une durée de 40 minutes,
- 34 % (17/50) favorisent 50 minutes,
- 48 % (24/50) indiquent que 60 minutes serait la durée idéale.

Cette distribution montre une nette tendance à souhaiter des temps de parole plus longs que ceux offerts en 2026, afin de permettre des échanges plus approfondis, des temps de questions plus larges et une meilleure prise en compte des enjeux complexes abordés.

ÉQUIPEMENT TECHNIQUE DES SALLES

Sur la question de l'adaptation de l'équipement technique des salles, 100% des répondant·es jugent que celui-ci était adapté.

Les retours écrits confirment en général la satisfaction à ce sujet : **les médias soulignent que la sonorisation, la prise en charge technique et les installations de base ont globalement bien fonctionné**, ce qui a permis de tenir les rencontres dans de bonnes conditions matérielles.

SUJETS ET THÉMATIQUES À APPROFONDIR

Les médias ont formulé de nombreuses suggestions de sujets pour renforcer la diversité des contenus en 2027 :

Parmi les pistes récurrentes figurent :

- des enjeux sociétaux larges (écologie, ruralité, monde ouvrier, décoloniales, transformations du champ médiatique, critique des médias, traitement des minorités, lutte contre l'edge-droite, rapports information locale/nationale, reconnaissance politique).
- des questions de pratique de terrain (reportage, médias papier, enquêtes dans son territoire, protection des sources, journalisme d'enquête, webTV, radio, télévision, audiovisuel participatif).
- et des enjeux internes aux médias indépendants : financement, mutualisation, IA, auto-censure, hiérarchies, place des femmes, rôle des citoyen·nes, dons, dépendance aux plateformes, organisation participative, etc.
- plus de temps dédié aux discussions sur les plateformes numériques, la dépendance aux réseaux sociaux et la diffusion hors-réseaux ;

- une réflexion davantage tournée vers les conditions de travail (pigistes, logiques de rentabilité, hiérarchie, partage du pouvoir, passation de la parole) ;
- une diversification des médias indépendants invités, comme par exemple : les webTV, radios et télévisions... etc.

SUJETS PROPRES AUX MÉDIAS INDÉPENDANTS

Les médias ont également formulé une longue série de thèmes qu'ils souhaiteraient voir traités dans des rencontres plus « pro », autour de leur fonctionnement interne :

- financement, mutualisation, productions et publications communes entre médias nationaux et locaux,
- résistance collective face aux empires médiatiques et à la montée de l'extrême droite,
- organisation hiérarchique, transitions, place des fondateur·es et des nouvelles générations,
- place des femmes, des pigistes et des publicités,
- réflexions sur l'engagement politique explicite, les dons citoyens et la relation avec l'État,
- discussion renouvelée sur la dépendance aux plateformes, l'IA dans le travail journalistique et la notion d'auto-censure,

IMPACTS ET RETOMBÉES

Les médias interrogés jugent largement positif l'impact de leur présence sur le Festival des Médias Indés : 66% des répondant·es indiquent que leur présence au festival a renforcé leur visibilité, qu'il s'agisse de nouveaux lecteurs, ou d'un public plus large sur place et via les relais en ligne.

Par ailleurs, 70% d'entre eux estiment avoir trouvé de nouveaux partenariats ou développé leurs réseaux professionnels, ce qui renforce le rôle du festival comme espace de rencontre et de connexions entre médias indépendants.

Enfin, 62% des répondant·es signalent avoir identifié de nouvelles pistes de collaboration à la suite du festival, témoignant d'une réelle dynamique de projets initiée ou consolidée

durant l'événement.

Sur les résultats de vente, la majorité des médias se situent dans une fourchette conforme à leurs attentes : 18 personnes indiquent avoir vendu autant que ce qu'elles avaient anticipé, 6 déclarent avoir vendu plus que prévu, et 8 à peine moins que ce qu'elles espéraient.

Parmi les 15 personnes ayant indiqué n'avoir rien vendu, 5 représentaient un réseau ou collectif, 7 un média en ligne et 3 une radio, ce qui permet de remarquer qu'aucun média vendant de la presse papier sur son stand ne repartait complètement sans vente, ce qui confirme un intérêt concret pour les supports imprimés lors de ce type de salon.

PISTES DE DÉVELOPPEMENT

Le festival envisage d'organiser une **journée supplémentaire le vendredi**, articulée autour de deux temps : un **temps dédié aux scolaires**, l'autre à des **rencontres professionnelles**. Les médias interrogés se montrent globalement très ouvert·es à cette évolution.

RETOUR SUR LA PRÉSENCE FUTURE

Enfin, 71% des répondant·es indiquent déjà être prêts à revenir les samedi 22 et dimanche 23 mai 2027, ce qui confirme un fort désir de continuité et de répétition du rendez-vous, et renforce la légitimité du festival comme point de référence pour le paysage des médias indépendants.

INTÉGRATION D'UNE JOURNÉE DU VENDREDI

Concernant une journée dédiée aux scolaires, 64% des répondant·es indiquent qu'ils/elles seraient prêts à venir dès le vendredi. Parmi eux, 15 déclarent être prêts à animer un atelier pédagogique, et 11 se disent prêts à tenir leur stand pour permettre aux jeunes de découvrir le village des médias.

Pour une journée professionnelle, 78% des répondant·es seraient prêts à venir dès le vendredi, avec 13 personnes prêtes à animer un atelier et 23 souhaitant y participer comme auditeur·trices ou intervenantes dans d'autres formats.

Cette dynamique montre un réel intérêt pour approfondir, en amont du week-end public,

des temps de réflexion, de formation et de mutualisation entre professionnels·les.

GROUPE DE TRAVAIL ET RENCONTRES TOUTE L'ANNÉE

La moitié des répondant·es souhaitent s'impliquer en amont du festival en intégrant des groupes de travail autour de ces nouvelles journées et de la programmation du festival, ce qui ouvre de réelles perspectives de coproduction pédagogique et professionnelle.

En outre, **60 % des répondants se déclarent partants pour s'associer à des activités et rencontres de La Paillette** toute l'année, autour de leur actualité et des sujets de sujets qu'ils abordent.

Enfin, le nombre de médias prêts à s'investir augmentent si les déplacements et hébergement sont pris en charge : cela souligne l'intérêt de participer en continu à des activités de La Paillette si les conditions matérielles sont réunies.

LES STANDS

Les espaces de rencontres sont globalement jugés adaptés : 86% des répondant·es indiquent qu'ils correspondaient à leurs besoins. La forte affluence a néanmoins rapidement rempli certaines salles, notamment le samedi après-midi, ce qui conduit à souhaiter des capacités légèrement plus grandes pour certaines rencontres.

Concernant les stands, 76% des répondant·es jugent l'espace satisfaisant, ce qui confirme une base solide pour l'accueil des médias. Plusieurs équipes ont même précisé avoir « fait au mieux » avec la configuration offerte et réussi à valoriser leurs supports malgré les contraintes.

Cependant, de nombreux retours pointent aussi des limites :

- un manque de surface ou de linéaire : tables un peu petites, peu de place pour les magazines, les journaux, le merch ou les affiches, alors que certains médias sont habitués à disposer de 1,50 à 1,80 m de table ;
- des contraintes de travail : certaines équipes se disent serrées à deux derrière la table ou limitées dans la mise en valeur de leurs supports ;
- une localisation inégale : certains stands

excentrés (salle Polymnie et galerie notamment) sont perçus comme moins accessibles, rendant plus difficile le passage du public, surtout pour les personnes qui ne connaissent pas le média a priori.

Les médias formulent en conséquence plusieurs pistes pour l'avenir : ajuster la taille des tables et la surface de stand, mieux regrouper certains stands (notamment pour les collectifs), clarifier le parcours global et revoir, au cas par cas, les jauges et l'éclairage des salles de rencontres selon la fréquentation réelle du festival.

LES ESPACES DE RENCONTRES

Enfin, sur les salles de rencontres, les retours pointent à la fois des jauges un peu limitées pour certaines rencontres et un éclairage trop centré sur la scène, qui plonge souvent le public dans la pénombre et réduit la lisibilité, notamment pour les personnes sourdes ou malentendantes qui lisent sur les lèvres.

LE CATERING

Cette année, un service de catering était proposé aux journalistes et professionnel·les sur les deux jours du festival. Il comprenait du thé et du café en libre accès tout au long de la journée, ainsi que deux déjeuners sous forme de plateaux-repas (composés de trois salades, fromage, pain et dessert). Ce service était proposé au tarif de 15 euros par personne pour l'ensemble des deux jours.

PERCEPTIONS GLOBALES ET QUALITATIVES

Le catering a été globalement bien perçu sur le plan de la lisibilité : 76% des répondant·es ont trouvé l'offre claire et les modalités de fonctionnement faciles à comprendre. La logistique a été jugée fluide, avec un retrait rapide et pratique même en étant seul·e sur le stand, ce qui a été souligné comme un point positif. L'accès gratuit aux boissons chaudes et au grignotage toute la journée a lui aussi été très apprécié, tout comme le système de plateau à récupérer, perçu comme ergonomique et efficace.

La proposition végétarienne a été signalée comme un véritable plus, et le principe même d'un catering pour les médias a été unanime-

ment salué, avec plusieurs retours du type « c'est vraiment super d'avoir pensé à un catering, merci pour ça ».

QUALITÉ ALIMENTAIRE

Malgré ces points positifs, la qualité des repas concentre le cœur des critiques : 52% des répondant·es indiquent que la qualité ne correspondait pas à leurs attentes au regard du prix payé.

Certaines personnes ont décrit la nourriture comme « industrielle », « pas très bonne », « trop légère » ou « répétitive », avec une forte impression de décalage avec les questionnements sociaux, solidaires et écologiques abordés durant le festival par certains médias.

PRIX, PERCEPTION ET MARGE DE MANŒUVRE

Sur le prix, la perception est mitigée mais significative : 52 % jugent que le tarif actuel (15 € pour 2 jours) est correct, tandis que 48 % déclarent qu'ils seraient prêt·es à payer au moins 20 € pour une offre plus qualitative.

Certains indiquent qu'ils seraient prêts à payer jusqu'à 25 € si la qualité suivait.

PROPOSITIONS D'AMÉLIORATION & ENJEUX ÉCOLOGIQUES

Fortement liée à la question de la qualité, la dimension écologique revient très souvent dans les retours : beaucoup regrette l'usage d'emballages plastiques jetables et souhaiteraient une transition vers des plats communs, une vaisselle réutilisable, ou au minimum des matériaux plus éco-responsables. L'idée de « cuisine autogérée », de « self-service » ou de cantine militante est régulièrement évoquée, avec la vision d'un modèle où les personnes viendraient avec leurs propres assiettes et couverts, diminuant ainsi les déchets et la production de gaspillage observée dans les poubelles du festival.

Plusieurs répondant·es suggèrent d'aller chercher des solutions locales, en s'appuyant sur des réseaux de cantines solidaires capables de proposer des repas végétariens de qualité, souvent à base de produits locaux et à un coût raisonnable.

Les propositions d'amélioration qui ressortent le plus nettement sont :

- remonter fortement la qualité des produits : local, de saison, moins industriel, plus équilibré nutritionnellement ;

- réduire voire supprimer les emballages plastiques et les déchets, en explorant un modèle de plats communs, de self-service ou de cantine militante ;
- maintenir ou renforcer une offre complémentaire de food trucks sur place, avec éventuellement des « bons » échangeables sur les stands, comme alternative accessible et gourmande ;
- clarifier et mieux différencier les options : repas inclus, formules plus chères mais plus qualitatives, ou possibilité de se servir uniquement dans les food trucks.

Enfin, plusieurs retours soulignent la nécessité de mieux aligner l'offre alimentaire avec des valeurs écologiques et militantes. Les solutions évoquées plus haut seraient perçues comme plus « cohérentes » par les répondant·es, au contraire de la référence souvent faite à Super U ou à des produits supermarchés jugés non en phase avec leur positionnement individuel.

L'HÉBERGEMENT

Une offre d'hébergement a été proposée à tous les médias au moment de leur inscription. 60% ont indiqué être intéressé dans un premier temps et 12% ont fini par réserver une ou plusieurs chambres. Les tarifs proposés étaient de 61 euros pour une chambre de 1 ou 2 personnes et de 79 euros pour une chambre triple.

L'hébergement a concerné 46% des répondant·es. 91 % ont trouvé la proposition claire et explicite, 91 % l'ont jugée financièrement intéressante, et 96 % seraient intéressé·es par la même proposition l'année prochaine.

Le retour principal concerne la nécessité de personnaliser davantage les demandes de réservation. Cette année, les médias ne pouvaient réserver que 2 chambres via le formulaire, ce qui ne correspondait pas à toutes les configurations d'équipes. L'hypothèse de départ selon laquelle les médias préféreraient systématiquement une chambre twin pour 2 plutôt que 2 chambres simples ne s'est pas vérifiée.



La première édition du Festival des Médias Indés qui s'est tenue les 11 et 12 avril, a confirmé la pertinence d'un temps fort dédié à la rencontre entre médias indépendants, publics, professionnel·les et partenaires. La forte fréquentation du week-end (3 500 personnes), le remplissage complet de l'ensemble des rencontres, le nombre et la diversité des médias présents (67 médias et collectifs/réseaux, représentant 124 professionnel·le·s) ainsi que les retours très positifs des participant·es et du public montrent que le festival a su trouver sa place dans le paysage culturel rennais. Cette édition inaugurale a également permis de vérifier la solidité de son positionnement : un événement ancré dans l'éducation populaire et attentif aux enjeux démocratiques contemporains, pensé comme un espace concret de visibilité et de coopération pour les médias indépendants.

La seconde édition se déroulera les 21, 22 et 23 mai 2027, entre les élections présidentielles et probablement les législatives. Le choix des dates a reposé sur la disponibilité des médias et des journalistes en période électorale ainsi que sur l'environnement logistique singulier à cette époque. Les retours des médias, du public et des partenaires ont permis d'identifier plusieurs hypothèses de consolidation et de développement du Festival. Il s'agit désormais d'échanger avec les pouvoirs publics et les partenaires à venir pour déterminer des intérêts communs autour de l'événement. À travers ces pistes d'évolutions, l'enjeu de la prochaine édition est moins de transformer l'identité du Festival des Médias Indés que de lui donner les moyens de mieux déployer son ambition initiale : contribuer à faire vivre à Rennes, un temps de rencontre durable entre information indépendante, vie démocratique, pratiques culturelles et éducation critique.

PISTE 1 : DEVELOPPER LA DIMENSION ENFANCE JEUNESSE DURANT ET AUTOUR DU FESTIVAL

Plusieurs idées sont en cours de réflexion pour renforcer l'impact auprès des plus jeunes et rendre l'événement plus accessible aux familles. **Un chapiteau dédié aux médias indés enfance jeunesse** (une vingtaine de titres identifiés) pourrait toucher un public familial, des jeunes lecteurs et lectrices, nourrir le festival avec d'autres débats et sujets. La mise en place d'ateliers à destination des enfants pendant le temps du festival pourrait constituer un levier intéressant pour permettre aux parents d'assister plus facilement aux tables rondes, conférences et autres propositions de programmation. **Une journée à destination des scolaires**, notamment les collèges et lycées ouvriraient la porte à de nouvelles actions : animations, rencontres, conférences, expositions, valorisation des acteurs existants œuvrant dans l'EMI à Rennes et en Bretagne. **Une « caravane expo »** pour des actions itinérantes de sensibilisation aux médias indépendants en collège et lycée dès la rentrée de septembre 2027. Elle pourrait être présentée durant le festival et la journée scolaire.

PISTE 2 : PROMOUVOIR LES MEDIAS INDES DE BRETAGNE

Rendre plus visibles les médias indés de Bretagne. C'est un point faible de la première édition qui mérite d'être travaillé. Il s'agit de mieux valoriser et d'inviter les médias indés existants à Rennes et en Bretagne tout en gardant la spécificité des médias invités, majoritairement dotés de supports papier. Il s'agit également de placer le festival dans l'existant : par exemple, Longueurs d'Onde à Brest, occupe déjà le terrain de la radio et de l'écoute.

PERSPECTIVES

Mettre en avant la question linguistique régionale. Les médias indés en langue bretonne doivent trouver leur place dans le Festival. Dans ce cadre, il sera important d'être ouvert à différents formats, notamment audiovisuels de par la place importante de l'oralité dans les langues bretonnes. Un chantier est à mener avec ces médias et les partenaires publics qui encouragent leur vitalité pour trouver la bonne formule de soutien à ces médias.

PISTE 3 : MIEUX TRAVAILLER AVEC LES PROFESSIONNEL·LE·S DES MÉDIAS INDÉS

Une journée « pro » à destination médias indés et des professionnel·le·s durant le Festival pourrait être une bonne réponse aux difficultés rencontrées lors la première édition en terme de participation aux ateliers pros. Co construite avec les médias volontaires, cette journée concentrerait un véritable temps de formation, de réflexion collective et de mutualisation, entre journalistes présent·es et acteurs du territoire intéressés par ces enjeux. Cette extension du festival offrirait ainsi un meilleur équilibre entre les dimensions publique, pédagogique et professionnelle du projet. **Proposer des rencontres tout au long de l'année à La Paillette.** L'enquête post festival réalisée auprès des médias et réseaux participants révèle que 50% d'entre eux sont volontaires pour intégrer des groupes de travail autour des axes de développement du Festival. En outre, 60 % d'entre eux se déclarent « partant·es » pour concevoir et proposer tout au long de l'année des actions avec La Paillette : projections – débats, rencontres avec le public lors de sorties de hors-série, rencontres avec des journalistes, ateliers, etc. Ces retours ouvrent de réelles perspectives de collaboration professionnelle pour toucher des publics multiples.

PISTE 4 : CONSOLIDER L'ÉVÉNEMENT

Mieux accueillir en renforçant la logistique du Festival. Le développement du Festival va de pair avec un développement des conditions d'accueil des médias et du public ainsi que le renforcement des capacités de mise en œuvre des rencontres et animations. Au cours des mois à venir, il s'agira donc de trouver réunir des moyens techniques et logistiques notamment des structures de types chapiteaux et autres barnums. Un temps imaginé, le partenariat logistique avec le festival L'Ouest Hurlant ne sera a priori pas possible en 2027 pour des raisons d'agenda. Néanmoins, de nouveaux partenariats s'engagent d'ores et déjà avec des équipements de proximité (l'ADEC et son théâtre de 150 places, la bibliothèque...) D'autres partenaires sont en cours de sollicitation, en premier lieu la Ville de Rennes qui pourrait être d'un précieux recours technique et logistique. **Structurer économiquement sans dénaturer l'événement.** Dans le prolongement de ces perspectives programmatiques et organisationnelles, le développement du festival passe par l'ajustement de son modèle économique au regard du projet de développement. Cette première édition a permis de confirmer la pertinence du projet et sa capacité à mobiliser largement. Ceci ouvre la voie à la recherche de financements adaptés sur les volets culturels, éducatifs, démocratique et professionnels du festival. L'enjeu est de renforcer les moyens du festival sans en dénaturer l'identité, en recherchant des soutiens cohérents avec son engagement en faveur de l'indépendance des médias, de l'éducation populaire, du pluralisme de l'information et de l'accessibilité culturelle.



01



02



**SIMON, FRED BÉ &
LAURENT LEFEUVRE
DESSINATEURS**

01

**KATELL STEPHAN
PRÉSIDENTE DE LA
PAILLETTE**

02

03



04



**EDWY PLENEL
CO-FONDATEUR DE
MEDIAPART**

03

**LUCIE MILLEDROGUES
MEMBRE DU COMITÉ DE
PROGRAMMATION**

**& JOCELYN PEYRET
SYNDICAT DE LA PRESSE
PAS PAREILLE**

04

L'EQUIPE

LES SALARIÉ·E·S QUI COMPOSENT L'ÉQUIPE PERMANENTE

Corinne Barbier

Accueil & gestion administrative et financière
des ateliers

Marthe Bouillaguet

Programmation jeune public & coordination
des actions pédagogiques

Aude Challemel du Rozier

Programmation ado-adultes & coordination
des pratiques amateurs

Agathe Delphino

Administration & comptabilité

Iulia Filip

Production & billetterie

Nicolas Fily

Direction

Louise Le Bagousse

Communication & coordination du Festival des
Médias Indés

Rozenn Lebastard

Accueil & location des salles

Mathias Prime

Régie générale

Louane Proust

Communication

Mahaut Taudière

Médiation culturelle

MODULE PROJET SCIENCE PO

Camille Debaud (tutrice), Baptiste Cadeau (tuteur), Coline Boudet, Jade Béniguel, Emma Berthelot, Faustin Canive, Victor Lesire, Paul Lechatreux, Loan Haimonnet, Salem Kolodziejczyk

BÉNÉVOLES

Marion Merel, Karine May, Anne Costard, Théo Guyard, Christophe Le Loarer, Amélie Cenet, David Redon, Raphaël Redon, Luc Delarminat, Catherine Debergue, Michel Mao, Elisabeth Mao, Katita Reynes, Stéphanie Thomas, Jérôme Bonnetin, Benoit Careil, Maëlle Toullic, Max (pro bar), Stéphane Journe, Félicie Bonnin, Valérie Tabone, Odile Massart, Charles Fossé, Laure-Meriem Rouvier

SALARIÉ·E·S INTERVENANT·E·S

Laurence Gicquel, Maël Diraison, Marine Nogue

TECHNICIEN·NE·S

Sylvaine Nicolas (régie générale du lavoir), Bruno Bumbolo, Morgan Daguenet, Elisa Grenet, Arnaud Toutain.

GRAPHISME

Erwan Lemoigne et Delphine Marie-Louis

PHOTOGRAPHIE

Gilles Pensart et Chari Pelem

COMMUNICATION ET SIGNALÉTIQUE

Elise Godefroy et Elise Menez

DESSINATEUR·ICE·S

Eugénie HD, Fred Bé, Laurent Houssin, Laurent Lefeuvre, Simon Rochepeau et Anna pich

LES BÉNÉVOLES QUI COMPOSENT LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

LES ADMINISTRATEUR·TRICE·S

Katell Stéphan - Présidente
Elsa Lugon - Vice-présidente
Frédérique Le Borgne - Secrétaire
Alexander Niess - Trésorier
Jeanne Clinchamp, Louisiane Verger,
William Dairou et Timéo Baudat.

MEMBRE DE DROIT

Ville de Rennes

La Paillette est subventionnée par la Ville de Rennes, la Région Bretagne et la DRAC Bretagne.

LA PAILLETTE

La Paillette est subventionnée par la Ville de Rennes, la Région Bretagne et la DRAC Bretagne.