



**Médianes**

Pour les médias

Pour une  
société plus  
inclusive  
et durable

# Rapport d'impact

# Édito

En 2020, nous, Marine Doux, Christelle Perrin et Baptiste Thevelein, avons lancé Médiannes avec une vision claire : accompagner les médias indépendants et engagés que nous considérons essentiels pour transformer le paysage médiatique et la société. Chaque jour, l'actualité politique et la concentration croissante des médias nous rappellent combien le chemin est encore long, mais nous sommes déjà fier-es du parcours accompli. Notre média à but non lucratif touche plus de 5500 professionnel·les du secteur, et nous avons accompagné plus de 100 rédactions avec notre studio.

Ce premier rapport d'impact témoigne de notre engagement envers un journalisme de qualité, financé directement par les publics plutôt que par la publicité. Nous avons œuvré pour renforcer les modèles éditoriaux et économiques de médias émergents comme *La Déferlante*, *StreetPress* ou *Vert*, tout en accompagnant la transformation de médias établis comme *POLITICO*, *Arrêt sur images* ou France Médias Monde. Notre objectif ? Permettre à ces acteurs de prospérer durablement, en France et à l'international.

C'est dans cet esprit que nous avons uni nos forces avec Sphera, le réseau européen de médias indépendants. Ce rapprochement, effectif depuis octobre 2024, marque une étape cruciale dans notre développement. Il nous permet de mutualiser nos expertises et de consolider notre action en faveur d'un journalisme transfrontalier, indépendant et engagé.

L'arrivée de nouveaux talents au sein de l'équipe Médiannes renforce notre engagement européen. Francesca Festa, co-fondatrice de Sphera, devient directrice du développement de Médiannes. Gabrielle Goyer-Mével,

Hélène Pillon, Sasha Tyan, Quentin Ariès, Quentin Teissier, Meredith Ruleman et Marco Carlone apportent leur expertise à nos projets. Ensemble, nous formons une équipe riche de compétences et de points de vue, prête à relever les défis d'un secteur en pleine mutation.

Fidèles à notre mission, nous continuerons à produire des ressources utiles aux porteur·euses de projet et à accompagner les médias qui partagent nos valeurs. Notre média, enrichi par l'expérience de Sphera, offrira une veille élargie et des contenus d'information sur les initiatives européennes. Notre studio continuera d'apporter un soutien stratégique et opérationnel aux médias indépendants, en France et en Europe.

Ce rapport d'impact est une invitation à découvrir nos actions, nos convictions et les médias que nous avons la fierté de soutenir. Il témoigne de notre engagement pour un journalisme indépendant, essentiel à la démocratie et susceptible de construire des modèles de société plus justes, plus inclusifs et plus durables. Ce rapport d'impact nous offre l'occasion de prendre du recul sur nos actions, d'identifier ce que nous pourrions améliorer et de réfléchir à ce que nous faisons peut-être insuffisamment.

Marine Doux, Francesca Festa,  
Christelle Perrin et Baptiste Thevelein.

# Sommaire

## ÉDITO

## SOMMAIRE

## CHIFFRES CLÉS

### CHAPITRE 01.

## S'engager pour une société plus inclusive et durable

- 8 Festival Imprimé :  
pour un journalisme engagé
- 9 *La Déferlante*
- 9 *StreetPress*

### CHAPITRE 02.

## Soutenir les modèles éditoriaux et économiques viables et vertueux

- 10 La newsletter Stratégie
- 11 *Vert*
- 11 Le Programme Médianes

### CHAPITRE 03.

## Accompagner la transformation de médias établis

- 12 *Arrêt sur images*
- 13 *POLITICO*
- 13 Chemins

### CHAPITRE 04.

## Associer fond et forme

- 14 Médianes
- 15 *Pays*
- 15 *Les Jours*

### CHAPITRE 05.

## Fédérer les professionnel·les du secteur pour faire bouger les lignes

- 16 *Créer un média*
- 17 États Généraux de l'Information (EGI) et États Généraux de la Presse Indépendante (EGPI)
- 17 Media Off-Site

## CHAPITRE 06.

### Donner les clés pour réinterroger la place des questions managériales et techniques au sein des rédactions

- 18 La rubrique « Management »
- 19 *Fracas*
- 19 *Beaux Arts Magazine*

## CHAPITRE 07.

### Développer une veille stratégique et personnalisée sur le secteur

- 20 France Médias Monde  
(*France 24, RFI, MCD*)
- 21 The Audiencers
- 21 La newsletter des 10 liens

## CHAPITRE 08.

### Défendre un journalisme indépendant à l'international

- 22 Sphera
- 23 CFI (Canal France International)
- 23 Traductions

## CONCLUSION

# Chiffres clés

## 5 500

fondateur-rices et dirigeant-es médias, responsables marketing, numérique et produit, journalistes et étudiant-es inscrit-es à nos trois newsletters.

## 7

écoles de journalisme et de communication où nous sommes intervenu-es (ESJ Lille, IJBA, EPJ Tours, IEJ Paris, CFJ Lyon et le CELSA, Gobelins).

## 20

médias accompagnés dans le cadre du Programme Médianes en 2024.

## 9 000

personnes sur les réseaux sociaux.

## 100

rédactions accompagnées

## 19

personnes constituant l'équipe, incluant Médianes et Sphera.

## 9 800

personnes réunies sur place et en ligne dans le cadre des trois éditions du Festival Imprimé.

# L'équipe



L'équipe de Médianes lors du séminaire de rentrée 2024

Marine Doux · Baptiste Thevelein · Christelle Perrin · Francesca Festa · Pauline Butel · Juliette Cahen · Marine Slavitch · Mathilde Carlier · Owen Huchon · Gabrielle Goyer-Mével · Hélène Pillon · Quentin Ariès · Julia Lasry · Elia Faverie · Fanny Blanchard · Marco Carlone · Sasha Tyan · Quentin Teissier · Meredith Ruleman · Sixtine Yung

01.

# S'engager pour une société plus inclusive et durable

Nous aidons les médias à intégrer l'inclusion, le féminisme, la justice sociale et l'égalité comme prérequis éditoriaux. Nous les accompagnons pour concevoir des projets durables, écologiques et à impact social positif : produire moins, mais mieux..

## Festival Imprimé : pour un journalisme engagé

De 2022 à 2024, Médiannes a co-organisé avec *Revue Far Ouest* le Festival Imprimé, un événement à prix libre tenu à Cenon, près de Bordeaux. L'objectif : promouvoir un journalisme engagé et imaginer des modèles de société inclusifs, écologiques et égalitaires.

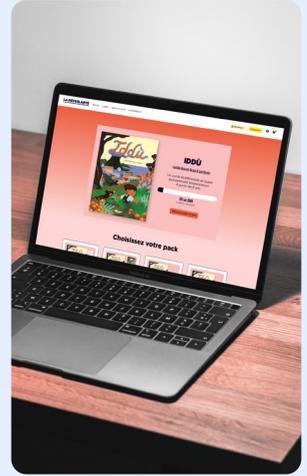
- **Débattre des enjeux majeurs**: organiser des tables rondes ouvertes au public sur des thématiques sociétales en lien avec le journalisme (écologie, féminisme, justice sociale, inclusion, indépendance), réunissant journalistes, chercheur-euses, auteur-rices et militant-es.
- **Sensibiliser les publics**: rendre les enjeux d'égalité et de justice sociale accessibles, notamment auprès des personnes éloignées de l'information.
- **Outiller les professionnel·les**: animer des ateliers pour former les journalistes à la création de médias engagés et au journalisme de solutions.



# La Déferlante

Depuis son lancement en 2020, nous accompagnons *La Déferlante*, une revue accompagnée d'une newsletter et d'une maison d'édition dédiées aux féminismes et au genre.

- **Structurer le modèle:** piloter les développements stratégiques, marketing, design et technique, avec la création et refonte de sites web (direction artistique, maquettes), la définition d'une stratégie marketing, et des conseils en événementiel et réseaux sociaux.
- **Fournir les bonnes pratiques:** concevoir et gérer des campagnes numériques, analyser les performances, réaliser une étude d'audience et assurer maintenance et support technique.
- **Soutenir la croissance:** accompagner le développement de ce média de référence.



# StreetPress

Depuis 2021, nous accompagnons *StreetPress*, média indépendant d'enquête et de culture urbaine, engagé contre l'extrême droite et accessible à tou-t'es.

- **Renforcer un média de référence:** accompagner la stratégie web et marketing pour développer la couverture de l'extrême droite, en lançant la newsletter FAF, une plateforme dédiée, et une série documentaire comme *Rixes*, sur les guerres de cité.
- **Développer le don comme modèle:** structurer un modèle économique centré sur le don, avec 360 000 euros collectés en trois campagnes.
- **Optimiser les outils:** déployer une plateforme CRM pour mieux segmenter prospects, lecteur-rices et donateur-rices, tout en professionnalisant leur gestion.



02.

# Soutenir les modèles éditoriaux et économiques viables et vertueux

Chez Médiannes, nous cherchons à promouvoir des modèles que nous voyons comme ayant un impact positif et vertueux pour la société. Ainsi, nous accompagnons en priorité des médias dont le modèle est centré sur les publics, plutôt que sur la publicité.

## La newsletter Stratégie

Management, stratégie, design graphique... depuis 2021, cette newsletter offre une veille créative et des ressources pratiques à celles et ceux qui souhaitent créer et innover dans les médias, avec un regard tourné vers le journalisme indépendant.

- **Aiguiser le regard**: donner à voir les idées créatives des médias innovants, en France et à l'international.
- **Inspirer l'action**: partager des ressources pratiques et des pistes de développement issues de notre veille et de notre expertise, pour aider les médias à grandir de manière durable.
- **Tenir informé-es**: couvrir l'actualité des médias avec des nouveaux projets, des outils, des événements clés, des offres d'emploi et des coups de cœur.



# Vert

Depuis 2022, nous accompagnons Vert, média d'actualité sur l'écologie en accès libre, à structurer un modèle économique centré sur le don et à renforcer son impact.

- **Accompagner les campagnes de dons**: piloter trois campagnes clés en cadrant les aspects stratégiques, éditoriaux, graphiques, techniques et organisationnels, permettant à Vert de financer ses projets et préparer leur avenir.
- **Structurer le modèle économique**: développer un système basé sur le don régulier et accompagner la transition vers l'adhésion. Résultat: 2 600 donateur-rices régulièr-es en 2023, puis 3 850 en 2024. Médiannes anime également des sessions de mentorat stratégique avec les fondateur-rices.
- **Diversifier les revenus avec une boutique en ligne**: concevoir une boutique intégrée au site pour vendre des produits physiques et numériques, dont une série de posters pédagogiques.



## Le Programme Médiannes

Lancé en 2024, le Programme Médiannes accompagne les fondateur-ices de médias indépendants, engagés et émergents. Avec deux promotions de dix médias par an, il soutient leur développement stratégique et opérationnel.

- **Former à la gestion de média**: transmettre des compétences clés en marketing, gestion, monétisation et management à des médias en plein développement (*La Disparition, Grain, Grand Format, L'Informé, Climax...*), via des masterclass et ateliers ciblés.
- **Assurer un suivi personnalisé**: offrir un accompagnement individualisé par un-e mentor-e de l'équipe Médiannes, pour aider à appliquer concrètement les enseignements du programme.
- **Fédérer un collectif**: connecter les participant-es à un réseau d'expert-es, comme Marion Wyss (*Pool*), Max Boire (*Spiil*) ou, Maxime Loisel (*HyperNews*), Alix de Crécy (*Mediavivant*), Augustin Naepels (*Les Jours*), et à un collectif dynamique où partager expériences et savoir-faire.



03.

# Accompagner la transformation de médias établis

Nous accompagnons des médias établis à interroger leurs pratiques, et nous leur fournissons des ressources et pistes pour les orienter vers des modèles plus durables. L'objectif ? Les aider à pérenniser leur modèle et renforcer leur impact.

## Arrêt sur images

Depuis 2022, nous accompagnons *Arrêt sur images*, média d'actualité et d'analyse critique des médias fondé en 1995, dans la définition et la mise en œuvre de sa stratégie marketing.

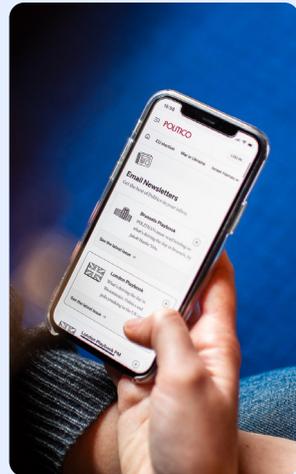
- **Structurer une stratégie marketing centrée sur l'abonnement**: renforcer les conversions et la fidélisation des abonné-es, tout en élaborant un business plan axé sur les abonnements.
- **Renforcer la proposition de valeur**: accompagner la refonte de la page « À propos », la création de la newsletter « Aux petits oignons », et le développement de vidéos sur Twitch.
- **Implémenter une expertise marketing en interne**: guider la création d'un poste de chargé-e marketing et communication, et transférer des compétences pour rendre *Arrêt sur images* autonome dans ces domaines.



# POLITICO

En 2023, nous avons accompagné *POLITICO*, média américain créé en 2007, pour le lancement et la communication de son nouveau site dédié à l'Europe. Objectif : renforcer sa place dans les débats politiques et institutionnels, notamment en vue des échéances électorales à venir.

- **Refondre le site web** : imaginer un site moderne et fluide, avec une navigation optimisée et une meilleure présentation des contenus. Ce projet ambitieux a été réalisé en collaboration avec Anagram, 10up, et les équipes de *POLITICO*.
- **Améliorer les performances** : poser les bases d'un cadre technique performant et mettre en œuvre des optimisations SEO pour maximiser la visibilité en ligne.
- **Renforcer la présence en France** : accompagner le lancement avec une stratégie de communication ciblée pour accroître la notoriété du média. Cela incluait la mise en lumière de nouvelles verticales éditoriales et le déploiement de l'offre Pro de *POLITICO*.



# Chemins

Créé par Médiannes, *Chemins* est un podcast qui met en lumière la diversité des parcours pour créer et développer un média. Il interroge fondateur-ices et dirigeant-es sur leurs réussites, échecs et modèles économiques.

- **Découvrir** : mettre en avant des médias émergents et établis comme *Reporterre*, *Climax*, *Stupid Economics*, *La Déferlante*, *Alternatives économiques*, et bien d'autres, pour offrir une perspective riche et originale.
- **Outiller** : proposer, sur trois saisons, des retours d'expérience sur les modèles économiques, le management, et l'engagement de l'audience pour aider à lancer ou développer un média.
- **Donner des références** : réfléchir aux standards de gestion et de management vertueux avec des témoignages de professionnel-les comme Cécile Sourd (*Mediapart*) ou Jean-Christophe Boulanger (*Contexte*).



04.

## Associer fond et forme

Le design dans les médias est souvent relégué à une place annexe ou à des enjeux purement esthétiques. Chez Médiannes, nous pensons que le design est aussi essentiel que l'éditorial, le marketing ou la technique. Que ce soit pour nos lecteur·ices ou nos client·es, nous mettons notre expertise au service des médias et de leurs publics.

### Médiannes

Chez Médiannes, nous défendons une vision « produit » des médias, convaincu·es que le design graphique a un rôle clé à jouer pour rendre l'information plus accessible. Cette conviction s'incarne dans notre propre identité visuelle et dans les projets que nous accompagnons ou couvrons.

- **Adapter et améliorer continuellement**: faire évoluer le design graphique avec le média et son public. Expérimenter pour ajuster les éléments visuels et répondre aux besoins changeants.
- **Partager notre vision**: rédiger et partager avec notre communauté un manifeste sur le design graphique, affirmant que ce dernier doit toujours prioriser la lisibilité, la clarté et l'accessibilité du projet.
- **Former et accompagner**: aider les médias à développer leurs projets graphiques via des ateliers, des outils adaptés aux non-graphistes et des solutions stratégiques pour renforcer leur autonomie.



# Pays

Cofondée par Médiannes en 2021, *Pays* explore, à chaque numéro, un territoire unique pour éclairer des problématiques globales à travers un prisme local. De Saint-Malo aux Ardennes en passant par Mayotte, la revue compte déjà six publications.

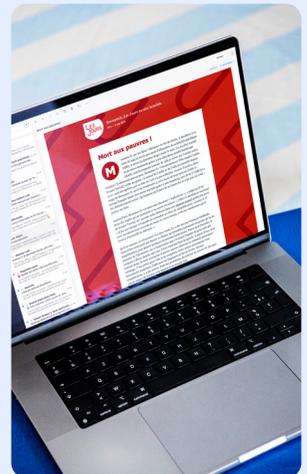
- **Élaborer l'identité visuelle**: concevoir une esthétique distinctive avec des polices reconnaissables, des cartographies claires, et une place importante donnée à la photographie, chaque territoire étant associé à une couleur.
- **Imaginer cartes et infographies**: offrir une nouvelle manière de comprendre un territoire grâce à des visualisations de données et des représentations graphiques.
- **Proposer un modèle de référence**: partager nos campagnes de financement hébergées sur le site de la revue comme outils pour inspirer nos client-es et lecteur-ices, tout en restant ancré-es dans la gestion quotidienne d'un média indépendant.



# Les Jours

Pour *Les Jours*, média qui traite l'actualité en séries, nous avons conçu le graphisme de « Scrountch », une newsletter éditoriale lancée au printemps 2024, pensée pour enrichir leur offre et se démarquer dans leur stratégie éditoriale.

- **Associer forme et fond**: développer un design en cohérence avec l'identité visuelle des Jours, en utilisant des couleurs vives et des formes dynamiques pour refléter l'énergie et la singularité du contenu.
- **Créer une identité singulière**: distinguer « Scrountch » des autres newsletters du média, en mettant en avant son caractère éditorial et en garantissant une identification claire dans l'ensemble de leur offre.
- **Faciliter la lecture**: structurer la newsletter en sections claires et bien différenciées, pour assurer une navigation fluide et agréable, adaptée aux lecteurs en ligne.



05.

## Fédérer les professionnel·les du secteur pour faire bouger les lignes

Nous avons à cœur de créer des supports pour les professionnel·les du secteur et mobiliser l'écosystème média pour dessiner d'autres scénarios.

### *Créer un média*

Publié en 2024, *Créer un média* est un manuel pratique, conçu pour celles et ceux qui souhaitent lancer un média indépendant et engagé. Éditorial, marketing, financement... ce livre met en lumière les étapes et outils clés.

- **Partager des méthodes pratiques:** offrir des conseils concrets issus de l'expérience de Médiannes dans l'accompagnement de projets médias.
- **Présenter des cas et retours d'expérience:** inclure des exemples et entretiens avec des médias comme *Vert*, *La Déferlante*, *Les Jours* et *Zetland*.
- **Offrir des ressources en ligne:** fournir des outils pratiques pour accompagner chaque étape, de l'idée au lancement.



# États Généraux de l'Information (EGI) et États Généraux de la Presse Indépendante (EGPI)

En 2023, Médianes s'est engagé dans les EGI et EGPI pour défendre un journalisme indépendant, repenser les modèles économiques et améliorer les politiques publiques encadrant les médias.

- **Contribuer aux États Généraux de l'Information (EGI)**: proposer des recommandations sur le pluralisme, la liberté de la presse, les aides publiques et les modèles économiques.
- **Participer aux États Généraux de la Presse Indépendante (EGPI)**: soutenir la diversité, la transparence et l'innovation avec des médias indépendants.
- **Formuler des propositions**: élaborer et prioriser des idées pour améliorer les aides à la presse, encourager la participation des communautés et repenser les critères de financement des médias.



## Media Off-Site

Lancé par Maxime Leroy (*POLITICO*) et rejoint par Médianes, l'événement Media Off-Site a tenu sa première édition en juin 2024, rassemblant quinze dirigeant-es de médias pour s'entraider et réfléchir aux grands enjeux du secteur.

- **Réfléchir collectivement**: réunir des professionnel·les de médias publics et privés, établis et émergents, pour échanger hors du cadre habituel.
- **Aborder les défis clés**: explorer des sujets comme l'impact de l'IA, les nouveaux modèles économiques, l'indépendance et l'animation de communautés.
- **Soigner l'identité visuelle**: concevoir une direction artistique en noir et blanc, pensée pour laisser la place aux discussions et aux échanges.



06.

## Donner les clés pour réinterroger la place des questions managériales et techniques au sein des rédactions

Certains aspects de la gestion d'un média sont souvent négligés, comme la cohérence des choix techniques avec les ressources disponibles ou les enjeux de management. Chez Médianes, nous proposons des services techniques adaptés et œuvrons à rendre le management plus accessible pour encourager une meilleure prise en compte.

### La rubrique « Management »

Nous explorons les enjeux managériaux et organisationnels au sein des rédactions pour les rendre plus accessibles, en partageant des ressources pratiques, des témoignages et des collaborations avec des expert-es sur le site de Médianes.

- **Professionaliser la gestion de projet** : contribuer à la traduction du guide Management dans les rédactions (Robin Kwong, *ex-Wall Street Journal*, et Thomas Seymat, *Arte*), qui propose des pistes pour des environnements de travail sains et vertueux.
- **Partager nos pratiques** : diffuser des études de cas sur l'usage des outils, l'art de la délégation et l'organisation interne, afin de rendre le management concret et accessible.
- **Collaborer avec des acteurs clés** : amplifier les réflexions sur l'inclusivité et l'égalité avec des partenaires comme l'AJAR, Prenons la Une et la CFDT-Journalistes.



# Fracas

En 2024, nous avons accompagné *Fracas*, média des pensées écologiques, à chaque étape de son lancement en soutenant ses développements stratégiques, marketing, design et technique.

- **Créer un site évolutif**: concevoir et développer un site web adapté aux différentes phases du projet, de la pré-campagne au post-lancement, avec des fonctionnalités ajoutées progressivement.
- **Proposer un accompagnement sur mesure**: organiser des sessions de mentorat personnalisées, mobilisant les expertises nécessaires pour répondre aux enjeux spécifiques de l'équipe de *Fracas*.
- **Construire une stratégie marketing**: renforcer la notoriété, développer une communauté engagée et garantir la pérennité du média, avec une stratégie marketing axée sur la newsletter.



# Beaux Arts Magazine

En 2024, Médiannes a collaboré avec *Beaux Arts Magazine* pour assister leur direction numérique, en mobilisant son expertise et celle de son réseau pour répondre aux besoins spécifiques du média.

- **Piloter le projet**: assurer un suivi constant, des mises à jour régulières, et créer des briefs techniques clairs pour garantir une communication fluide en interne.
- **Optimiser le site**: prendre en charge l'optimisation technique, développer de nouvelles fonctionnalités, et assurer la maintenance avec le soutien d'expert-es mobilisé-es pour des tâches spécifiques.
- **Améliorer la performance**: fournir des rapports mensuels de maintenance et des indicateurs clés pour renforcer la fiabilité et la performance du site.



07.

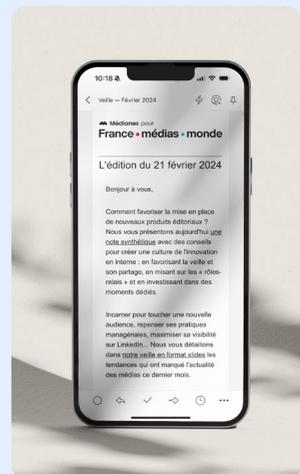
# Développer une veille stratégique et personnalisée sur le secteur

Nous mettons notre veille quotidienne au service des médias pour les aider à prendre les bonnes décisions. Nous proposons une analyse des innovations, des transformations et des enjeux liés aux médias pour qu'ils bâtissent, en conséquence, des modèles plus durables, plus vertueux, davantage en prise avec les besoins des publics et les enjeux du secteur.

## France Médias Monde (France 24, RFI, MCD)

Depuis 2023, nous accompagnons la direction numérique de France Médias Monde (France 24, RFI, MCD) en fournissant une veille claire et synthétique pour éclairer leurs décisions dans un environnement médiatique en constante évolution.

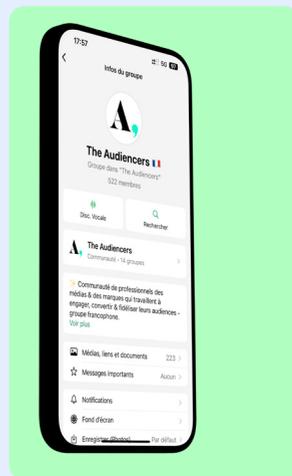
- **Personnaliser la veille** : produire une newsletter sur les tendances éditoriales, marketing, techniques et managériales, avec un focus sur les médias anglophones et arabophones.
- **Délivrer des analyses stratégiques** : approfondir chaque mois cinq thématiques clés et proposer des recommandations dans une note complémentaire.
- **Apporter un nouveau regard** : partager des exemples tirés de notre analyse des pratiques des médias indépendants et engagés en France et à l'international.



# The Audiencers

Depuis 2023, nous proposons une veille médiatique synthétique auprès de la communauté de The Audiencers, regroupant des professionnel·les du secteur.

- **Donner la tendance**: partager trois liens hebdomadaires issus de médias francophones et anglophones sur l'industrie médiatique.
- **S'adresser aux professionnel·les**: fournir une analyse engagée des défis du journalisme à plus de 500 dirigeant·es, notamment issu·es de médias traditionnels, au sein de leur groupe WhatsApp.
- **Prolonger le partenariat à l'international**: animer un événement sur les newsletters lors du Festival The Audiencers à New York, avec des expert·es comme Kelly Poe (*The Washington Post*) et Dan Oshinsky (Inbox Collective).



## La newsletter des 10 liens

Cette newsletter offre des ressources essentielles — analyses, cas pratiques, guides et outils — pour aider les professionnel·les des médias à naviguer dans un secteur en transformation constante.

- **Sélectionner des contenus clés**: compiler 10 liens hebdomadaires (cas concrets, reportages, analyses, outils) pour suivre l'actualité et anticiper les défis du secteur.
- **Contextualiser les enjeux**: résumer et analyser articles, tribunes et recommandations pour offrir une compréhension approfondie des dynamiques médiatiques.
- **Stimuler la réflexion**: proposer un regard engagé et critique pour enrichir les perspectives stratégiques des acteurs de l'industrie.



08.

# Défendre un journalisme indépendant à l'international

Si Médiannes a été fondée en France, nous croyons à un paysage médiatique pluriel et à l'émergence de nouvelles voix au-delà des frontières. S'associer et s'inspirer de médias européens et internationaux est indispensable pour nourrir notre compréhension du secteur, mais aussi nos pratiques et celles des médias que nous accompagnons.

## Sphera

Depuis l'automne 2024, nous coordonnons Sphera, un réseau européen de dix médias indépendants dans sept pays.

- **Renforcer l'impact**: promouvoir un journalisme engagé en Europe autour de valeurs comme la justice sociale, l'écologie et l'antiracisme, via des reportages, podcasts et événements collaboratifs.
- **Créer des synergies**: co-produire des contenus et développer des stratégies communes avec des partenaires tels que *StreetPress* et *ArtyFarty* (France), *VDNews* et *Dinamo* (Italie), *444* (Hongrie), *El Salto* (Espagne), *Krytyka Polityczna* (Pologne), *Popaganda* (Grèce) et *Europod* (Belgique).
- **Croiser les perspectives**: élargir les audiences et enrichir les contenus grâce à une approche transfrontalière qui valorise la diversité.



# CFI (Canal France International)

En 2021 et 2022, nous avons collaboré avec CFI sur le projet Expressions Balkaniques, visant à renforcer les compétences de jeunes acteurs médiatico-culturels et à faire émerger de nouvelles voix dans les Balkans.

- **Former et accompagner**: concevoir un programme intensif et un mentorat personnalisé pour aider les porteur-euses à développer leurs projets.
- **Soutenir des initiatives engagées**: appuyer des projets environnementaux, sociaux et politiques portés par des jeunes de 20 à 30 ans.
- **Promouvoir la diversité culturelle**: encourager une ouverture sur l'Europe, tout en tenant compte des défis liés aux contextes culturels locaux.



## Traductions

Nous traduisons des articles anglophones pour partager connaissances et pratiques avec le public francophone, tout en diffusant certains de nos contenus en anglais et en italien pour élargir notre lectorat.

- **Traduire des sources variées**: adapter des articles sous licence Creative Commons et de partenaires pour proposer une veille internationale accessible.
- **Adapter au public francophone**: contextualiser et localiser les textes selon les pratiques, règles et outils français.
- **Partager à l'international**: publier avec Sphera la newsletter « In Vivo » en trois langues, valorisant un journalisme humain et engagé à l'échelle européenne.



# Conclusion

Ce rapport d'impact nous offre l'opportunité de dresser un bilan des actions que nous avons menées, mais aussi d'identifier les axes d'amélioration et de réfléchir aux domaines dans lesquels nous pourrions être plus utiles. Si nous sommes fier·es d'avoir contribué à l'émergence de nouvelles voix dans le paysage médiatique, notamment en soutenant des médias indépendants engagés en faveur de la justice sociale, de l'écologie et du féminisme, et en transformant des médias établis vers des modèles plus durables, nous ne prétendons pas avoir apporté des réponses à tout ou d'avoir résolu le problème, loin de là.

Si nous avons le sentiment cette année d'avoir atteint une grande partie des objectifs que nous nous sommes fixés il y a quatre ans — dont celui, en premier lieu, de créer un projet dont nous pourrions vivre ! — notre ambition est aujourd'hui de renforcer l'impact des médias indépendants et engagés, tant en Europe qu'à l'international. En nous inspirant des médias et des structures à impact, nous enrichissons notre compréhension du secteur et nos pratiques.

Notre rapprochement avec Sphera, un réseau européen renforçant les médias indépendants, représente une étape clé dans cette dynamique. Sphera promet un journalisme européen plus humain et engagé. Par ses contenus journalistiques, vidéos, podcasts et newsletters, elle met en lumière les défis de notre continent au delà des frontières.

Tout en continuant à soutenir les modèles émergents, nous sommes également conscient·es de la nécessité de transformer les médias traditionnels pour qu'ils adoptent une vision plus durable et vertueuse du journalisme.

Nous avons mis beaucoup d'efforts sur les questions de féminisme et avons accompagné de nombreux médias fondés et dirigés par des femmes. Nous souhaitons les intensifier pour rendre les rédactions plus inclusives, en abordant les enjeux d'intersectionnalité et en allant au-delà des cercles déjà sensibilisés.

Si nous continuerons à soutenir les médias dédiés à l'écologie, nous souhaitons aussi encourager tous les médias avec lesquels nous collaborons à intégrer l'écologie dans leur fonctionnement quotidien et dans leur couverture éditoriale.

Conscient·es de l'importance des questions de management et de ressources humaines, nous pensons qu'il est par ailleurs vital de renforcer notre engagement dans ce domaine pour améliorer les environnements de travail au sein des rédactions et viser plus d'inclusivité et d'égalité.

Enfin, nous continuerons à fédérer l'écosystème médiatique en facilitant les échanges entre les dirigeant·es et en encourageant la mutualisation des ressources et des connaissances.

L'extrême droite gagne du terrain, menaçant la liberté de la presse et la démocratie. Nous sommes bien conscient·es que le chemin est encore long pour faire advenir un journalisme indépendant, plus juste et plus inclusif, mais nous restons déterminé·es à poursuivre nos efforts pour transformer le paysage médiatique et avoir un impact positif sur la société. Vous en êtes ? Faites-nous signe !



Merci d'avoir lu ce rapport d'impact.  
On reste en contact ?

Pour toute question, demande d'information, ou  
proposition de collaboration, contactez-nous.

Marketing, stratégie, design graphique,  
transformation : vous avez un projet ? Une idée ?

[bonjour@medianes.org](mailto:bonjour@medianes.org)

Veille, cas pratiques, coulisses... Vous souhaitez suivre  
l'actualité des médias, ainsi que la nôtre ?

[Inscrivez-vous à nos newsletters.](#)

Novembre 2024