



Communiqué de presse
Le 10 juillet 2019

20 Minutes crée VIS[i]ONS[®], un rendez-vous d'échanges et de contenus en trois dimensions (IRL / URL / Print)

Depuis 2002, 20 Minutes délivre une info accessible et non partisane, avec, au cœur de la rédaction, son lecteur. Le but? Contribuer au bon fonctionnement démocratique. 20 Minutes souhaite aller plus loin et crée VIS[i]ONS[®] : une journée d'échanges et de partage de contenus inspirants, positifs et utiles, "dans la vie réelle", passant de contenus URL à des contenus et des interactions IRL (*In Real Life*).

Un rendez-vous événementiel et un dispositif éditorial explorant les futurs proches de nos sociétés

La première édition se tiendra le **5 décembre 2019 à Paris**, à la Maison des Océans – Institut océanographique. Plus d'un millier de personnes sont attendues lors de cette journée. La rédaction de 20 Minutes mobilisera ses forces pour relayer les contenus proposés lors de cette journée. Ouvert aux partenaires, cet événement bénéficiera d'une médiatisation dans l'ensemble de l'écosystème de 20 Minutes (5 M. de lecteurs / jour) et de l'expertise événementielle des équipes opérations spéciales.

« L'objectif est de proposer un temps inspirant et inspiré autour de nouvelles idées et de personnalités qui disent, racontent, font des choses qui comptent dans le vivre-ensemble d'aujourd'hui ou de demain. Ecouter, imaginer et partager des visions, c'est aussi ce qui mène à l'action. Avec notre rédaction, nos partenaires et nos publics, nous avons envie le temps d'une journée, de porter un regard juste sur les énergies positives qui dessinent notre monde » souligne Nathalie Desaix, directrice de la marque.

Le thème 2019 : Les "nouveaux liens", quel vivre-ensemble inspirant en 2020 ?

Entre IRL / URL, mondes polarisés et envies d'engagements, où se situent les nouveaux liens ? Telle est la problématique choisie pour cette première édition. Face à un contexte grandissant de défiance envers les médias, la démocratie, les institutions et les marques, 20 Minutes souhaite ici faire un focus sur les nouveaux points de contacts positifs entre citoyens, usagers, consommateurs et décideurs.

L'événement s'articulera en deux temps :

- **Une conférence réservée aux professionnels** (accès payant) réunira invités et experts lors de keynotes et de débats animés par la rédaction. Des idées, des visions et des expériences repérées à travers le monde, seront présentées afin de proposer une lecture des nouveaux enjeux de société. La programmation et les intervenants – issus des mondes scientifiques, artistiques, politiques, économiques, etc. – seront annoncés dès septembre.
- **Un afterwork ouvert à tous** (sur inscription) clôturera cette journée. Conférences, ateliers, rencontres et temps festifs seront proposés au grand public permettant d'échanger et de débattre autour de thèmes tels que la réinvention des rapports hommes/femmes ; les nouveaux modes d'engagement et de solidarités en faveur de l'environnement.

« VIS[i]ONS[®], c'est plus qu'une date dans le calendrier. C'est un véritable projet d'entreprise, dans lequel l'ensemble des collaborateurs est embarqué. Structurellement, il correspond aussi à un point d'étape important pour l'entreprise, marquant son accélération en matière de diversification et d'événementiel » explique Frédéric Daruty, président et directeur de la publication de 20 Minutes.

A propos de 20 Minutes : Créé en 2002, 20 Minutes est un éditeur d'information indépendant détenu à parts égales par le groupe SIPA-Ouest-France, éditeur du 1er quotidien français payant et par le Groupe Rossel, le premier groupe de presse francophone belge. Il est le seul grand média français indépendant de tout groupe financier, industriel ou commercial. Son audience réunit 22,1 millions d'utilisateurs chaque mois dont 72% sont numériques. Il est le leader de l'info chez les 25-49 ans. Mobilisée dans la lutte contre les fausses informations, la rédaction de 20 Minutes a obtenu la labellisation du très restreint [IFCN Network](#). Sur le plan publicitaire, 20 Minutes a reçu le label [Digital Ad Trust](#) (display et vidéo) attestant son engagement en faveur de pratiques publicitaires responsables. L'entreprise a édité, en 2011, une [charte éthique et déontologique](#), définissant les valeurs ainsi que les règles de vie professionnelle portées par chacun des collaborateurs de 20 Minutes. *Source : étude ACPM ONE Global V3 2018*

Contact presse : Anne Baron + 33 6 09 78 87 22 abaron@20minutes.fr