



Communiqué de presse

Le 30 janvier 2018

e-privacy & sécurité : 20 Minutes s'engage

20 Minutes mène depuis plusieurs mois un vaste projet autour de la sécurité et de la brand safety. Celui-ci vise à la fois, à mieux protéger ses partenaires publicitaires contre la fraude et aussi à apporter des garanties à ses internautes quant à la sécurisation de leur navigation et de leurs données.

En ce début d'année, 2 principaux chantiers ont abouti :

L'adoption de l'outil ads.txt pour se protéger de la fraude publicitaire

Afin d'empêcher toute fraude par un tiers s'identifiant comme provenant de son domaine pour vendre son inventaire, 20 Minutes utilise – depuis septembre 2017 – l'outil [Authorized Digital Sellers](#) ou ads.txt, conçu par l'IAB.

Le passage en https des sites desktop et web mobile

Ce protocole de communication internet sécurisé permet de chiffrer l'ensemble du trafic des sites web et mobile de 20 Minutes. En investissant dans un certificat SSL, 20 Minutes offre à ses internautes une navigation sécurisée.

En 2018, 20 Minutes poursuit son plan d'actions pour non seulement se conformer aux nouvelles obligations exigées par le RGPD mais, au-delà pour mieux répondre aux attentes des internautes quant à l'utilisation de leurs données personnelles.

Dans le cadre du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD), 20 Minutes a entamé un audit complet afin de se mettre en parfaite conformité avec la réglementation. « *Nous nous mobilisons en interne depuis plusieurs mois et ce, à tous les niveaux et dans tous les services, pour satisfaire aux exigences du RGPD. Au-delà de l'obligation légale, nous y voyons une opportunité. Celle de mieux protéger le parcours utilisateur, la préservation de nos audiences, l'entretien des liens et du rapport de confiance que nous entretenons avec elles* », souligne Frédéric Lecarme, Directeur Général adjoint en charge de l'exploitation et des systèmes d'information 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. Son audience réunit 22,4 millions d'utilisateurs chaque mois dont 75% 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](#). 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 V4 2017

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