

## Agnès Buzyn, ministre des Solidarités et de la Santé, à la rencontre de la communauté #MoiJeune chez 20 Minutes

Hier, jeudi 11 avril, Agnès Buzyn, ministre des Solidarités et de la Santé, est allée à la rencontre de quelques-uns des membres de la communauté de jeunes 18-30 ans créée et animée par 20 Minutes depuis 2016 : [#MoiJeune](#).

La santé mentale, l'accès aux soins, les addictions, les perturbateurs endocriniens, ... autant de sujets et de préoccupations remontés dans la dernière étude menée auprès des 5 000 membres de #MoiJeune et sur lesquels pendant une heure, Dorian, Salomé, Maximilien, Pierre, Camille, Solène et Pierre – tous âgés de moins de 30 ans – ont questionné, échangé et débattu avec la Ministre.

Le résumé de l'échange, les résultats de l'enquête OpinionWay pour 20 Minutes « les Jeunes et la santé » et l'interview d'Agnès Buzyn sont à retrouver en exclusivité ce lundi 15 avril dans le journal, sur [20minutes.fr](#) et sur les plateformes sociales.



**A propos de #MoiJeune** : Créé en mars 2016, la communauté #MoiJeune réunit des jeunes 18-30 ans, qui construisent avec 20 Minutes un portrait de leur génération. Contactés par SMS sur leur mobile, ils choisissent les thèmes sur lesquels ils veulent s'exprimer et dévoilent leur vision personnelle du monde, leurs préoccupations, leurs valeurs et leurs envies. Cette démarche inédite et collaborative, composée de 5 000 membres qui ont déjà répondu à plus de 70 enquêtes, est réalisée en partenariat avec l'institut OpinionWay. L'objectif : mieux les comprendre et appréhender, avec eux, une société qui bouge. Un nouveau monde en évolution, qu'ils vivent au quotidien. [www.moijeune.com](http://www.moijeune.com)

**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](mailto:abaron@20minutes.fr)