

VIDEO : 20 Minutes lance le programme « OMF Oh My Fake » sur Snapchat Discover

Très mobilisé dans la lutte contre les fausses informations, 20 Minutes lance, dès demain, un nouveau rendez-vous éditorial sur Snapchat, autour du fact checking.



OMF, un nouveau regard sur les fake news

Ce nouveau format vertical, diffusé sur Snapchat Discover et multiplateformes cible particulièrement les 15-24 ans avec une approche originale sur les fake news. Ici il ne s'agit pas de répondre à la question « C'est vrai ou c'est faux ? » Mais à « Pourquoi on y a cru ? », en analysant les mécanismes qui rendent les fake news attractives au point que même des esprits aguerris peuvent y succomber.

« En décortiquant une fake news, en retraçant son parcours, les émotions et commentaires véhiculés sur les réseaux sociaux, en faisant appel à l'histoire, la sociologie, les neurosciences, la psychologie, OMF veut donner à ses lecteurs des outils pour renforcer leur esprit critique et reprendre le pouvoir face aux infox » explique Anne Kerloc'h, rédactrice en chef.

Empathie et empowerment

Le parti pris du programme « OMF » : une approche résolument non agressive, non-culpabilisante, décalée et empathique, qui vise l'empowerment des jeunes générations et a confiance en leur esprit critique et leur capacité de discernement.

Un programme « serious pop »

Animé par Clémence, jeune enseignante en histoire et passionnée d'éducation aux médias et Lucie Bras, journaliste à 20 Minutes, OMF est un programme "serious pop", représentatif de l'esprit 20 Minutes : documenté et précis autant que concis, vif et animé.

« Le développement de cette verticale répond à notre ambition : encourager la lecture, la culture et la participation sociale, particulièrement auprès de la jeune génération. Nos contenus sont lus par près d'un jeune sur deux en France (< 34 ans). Nous avons une responsabilité très forte... » souligne Armelle Le Goff, directrice de la rédaction.

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 22,8 millions d'utilisateurs chaque mois dont 77% 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 ONE Next Global V1 2019*

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