

SEEPH – Semaine Européenne pour l’Emploi des Personnes Handicapées

Pour la 13^{ème} année consécutive, 20 Minutes met en place un dispositif éditorial 100% dédié au sujet « Inclusion » et édite un supplément à paraître ce lundi 16 novembre 2020.

Engagé au service de l’humanisme, de la démocratie, de la liberté et de la justice, 20 Minutes a préempté la thématique de l’emploi et du handicap dès 2007 et soutient l’action de l’ADAPT, en tant que partenaire média. **Fil rouge de l’édition 2020 : les innovations au service de l’égalité entre personnes en situation de handicap et valides.** Au programme : interviews, témoignages, portraits et reportages auprès de personnes qui agissent au quotidien pour favoriser l’inclusion et la diversité dans notre société ainsi qu’au sein des entreprises françaises.

Ce supplément 20 Minutes sera co-distribué avec le journal lundi 16 novembre sur l’ensemble du réseau national et proposé en téléchargement sur les supports numériques. L’ensemble des contenus sera également accessible sur www.20minutes.fr/economie/emploi/.

L’objectif ? Éveiller et sensibiliser les lecteurs à ce grand sujet de société tout en offrant aux annonceurs les plus engagés un territoire d’expression idéal pour leurs prises de parole RH. Pari réussi cette année avec plusieurs annonceurs au rendez-vous : *LADAPT, ASSYSTEM, BNP Paribas, Club Med, Modis, Decathlon et TOTAL.*



>>> [Téléchargez le supplément](#) <<<

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 et par le Groupe Rossel. Seul grand média français indépendant de tout groupe financier, industriel ou commercial, 20 Minutes définit sa raison d’être, véritable moteur du projet d’entreprise, ainsi : "être un trait d’union indépendant entre citoyens respectueux et bien informés".

Son audience réunit plus de 25 millions d’utilisateurs chaque mois dont 82% 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 [JFCN 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 V2 2020*

Contacts presse : Mélanie Buret + 33 6 17 86 09 29 mburet@20minutes.fr
Nathalie Desaix + 33 6 86 58 25 08