

## **Sonia Lopes rejoint 20 Minutes en tant que directrice commerciale**

**Au sein du pôle monétisation, dirigé par Bruno Latapie, elle a en charge le trading digital et print (agences et annonceurs). Elle a pris ses fonctions le 4 janvier dernier.**



Sonia Lopes, 41 ans, est diplômée de l'ESG. Elle commence sa carrière dans l'univers des médias en 2003, chez Médiamétrie en tant que responsable commerciale puis en 2006 au sein du Groupe Figaro CCM benchmark. En mars 2007, elle rejoint la régie d'AOL en charge de la commercialisation du portail et des sites CuisineAZ, Beauté Test, Seloger, PurePeople, ... En 2010, elle est nommée directrice commerciale chez M6 Digital Services, et gère notamment l'internalisation de la régie de CuisineAZ. Depuis 2015, elle occupait le poste de directrice commerciale chez M6 Publicité sur l'activité PurePlayers (CuisineAZ, Passeport Santé, RTL, Turbo, Déco, Fourchette et Bikini).

*« Je suis ravie de rejoindre les équipes de 20 Minutes et de démarrer cette nouvelle aventure qui s'annonce passionnante. En effet, l'année 2021 sera l'aboutissement de la digitalisation du groupe et la concrétisation de nombreux projets éditoriaux que je serai fière de porter et d'incarner auprès de nos clients »* explique Sonia Lopes.

*« Grâce à son expertise publicitaire, notamment dans le domaine des OPS combinée à une très forte culture AdTech, Sonia aura en charge, avec son équipe, le développement commercial de l'ensemble des solutions 20 Minutes (mobile, vidéo, contenu, data, programmation, print, ...), au niveau national. Elle vient ainsi accélérer la transformation digitale de nos offres, entamée depuis plusieurs années »* explique Bruno Latapie.

**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 23 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](#). 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 // [Contact presse](#) : Anne Baron + 33 6 09 78 87 22 [abaron@20minutes.fr](mailto:abaron@20minutes.fr)*