



20 Minutes débarque sur Clubhouse

A l'occasion d'une rencontre avec le navigateur Thomas Ruyant, la rédaction de 20 Minutes animera demain, mercredi 10 mars 2021, à 10H, une room sur Clubhouse.

Premier média français à investir WhatsApp en 2015, à développer un bot sur Facebook Messenger en 2016, une skill sur Alexa (Amazon) en 2017, etc., 20 Minutes est parmi les éditeurs français les plus anticipateurs en termes de nouveaux usages. En pointe sur le numérique et soucieux de multiplier autant que possible les interactions avec ses audiences, 20 Minutes [annonce son arrivée sur Clubhouse](#), le nouveau réseau social, 100% vocal. Thomas Ruyant, le skipper de LinkeOut arrivé 6e du dernier Vendée Globe, sera l'invité de la rédaction et répondra, en direct, aux questions des lecteurs.

« Nous sommes très attentifs aux nouvelles consommations de l'info et veillons en permanence à innover pour engager nos communautés. La rédaction n'hésite ainsi pas à tester beaucoup de formats et à proposer de nouvelles expériences. Cela répond à notre raison d'être : rendre l'info accessible partout, créer du lien et interagir un maximum avec nos publics. C'est donc très naturel pour 20 Minutes d'expérimenter ce nouveau canal, en plein essor en France » explique 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 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 81% sont numériques. Mobilisée dans la lutte contre les fausses informations, la rédaction de 20 Minutes a obtenu la labellisation du très restreint [IFCN](#). 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 : ACPM One Next Global 2021 V1