

Communiqué de presse



**justement.**

Le 28 septembre 2021

## Fiabilité, inclusion, gratuité : 20 minutes réaffirme ses valeurs fondatrices avec la maison créative Justement

20 Minutes, la marque de news lue chaque mois par plus de 20 millions de Français (dont 82% sur les supports numériques), reprend la parole en communication media ce 28 septembre, après plusieurs années de silence. Une campagne conçue par la toute jeune maison créative justement, qui réaffirme les valeurs fondatrices de 20 minutes et son positionnement dans l'univers de l'info en France.



### Un média non partisan qui s'engage

À l'aube de ses 20 ans, la marque choisit d'intervenir dans un contexte où l'information et son traitement font souvent débat (infobésité, bulle informationnelle, fakenews, polarisation du débat, etc.) et où il est parfois compliqué de faire le tri entre information, opinion et influence. C'est pourquoi la mission de 20 Minutes n'a jamais été autant d'actualité : être un trait d'union indépendant entre citoyens respectueux et bien informés avec une information inclusive qui n'oublie personne quel que soit son pouvoir d'achat, son niveau de revenu ou d'études, sa situation géographique, son genre ou son âge.

À cette occasion, 20 Minutes souhaite réaffirmer son positionnement de marque de news accessible au plus grand nombre, attachée à fournir une information juste, vérifiée et non partisane.

20 Minutes redit aussi sa volonté de s'engager dans un traitement "apaisé" et inclusif de l'info en privilégiant des contenus factuels, dépassionnés et des contenus utiles afin de permettre à chacun de se forger sa propre opinion de manière éclairée.

**Chaque mois, 20 millions de français s'informent avec 20 minutes et 41% d'entre eux ne lisent aucun autre journal.** (Source : ACPM One Next 2021 V3)

### Nouvelle Campagne, Nouvelle Signature

La nouvelle campagne célèbre ce qui fait la force de 20 Minutes depuis toujours : offrir gratuitement à tous une information fiable et vérifiée, basée sur des faits et non des opinions, grâce à une rédaction de plus de 90 journalistes. « **20 Minutes. Gratuit et fier de l'être.** », la nouvelle signature, affirme avec force et détermination les valeurs fondamentales de la marque. Pour l'illustrer, la maison créative justement et la marque ont choisi de développer une campagne qui met à l'honneur les mots et donne à réfléchir sur le rôle des médias dans la vie des citoyens aujourd'hui. Les sujets fondamentaux de l'information y sont ainsi traités avec humour :



Visuellement, la campagne joue avec les codes de la presse, notamment avec des titres accrocheurs. Elle se décline en affichage, DOOH, presse et également en radio à travers 2 spots 20 sec, en digital et sur les réseaux sociaux. Elle est complétée par un dispositif événementiel qui joue sur l'insight des informations uniquement accessibles aux abonnés.

### 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 20 millions d'utilisateurs chaque mois dont 82% 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 V3

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

### A Propos De La Maison Créative Justement

Justement est une maison créative lancée avant l'été sous l'impulsion de Nathalie Cortial et Pascal Grégoire. Ce nouveau modèle social repose sur l'accompagnement, la reconnaissance et la juste rémunération des talents indépendants. Cette structure agile propose à chaque annonceur une équipe sur mesure en fonction de son projet et de son budget, sourcée, animée et coordonnée par ses co-fondateurs. Le réseau de la maison créative rassemble aujourd'hui plus de 120 talents indépendants.

Pour en savoir plus : justement.co

Contacts

VICTOR SÉVAUX chargé de communication

T: +33 6 26 36 58 98

M.: [victor.sevaux@gmail.com](mailto:victor.sevaux@gmail.com)

justement

M : [contact@justement.co](mailto:contact@justement.co)

W : [justement.co](http://justement.co)

**justement.**



**FICHE TECHNIQUE**

**Responsables annonceur** : Nathalie Desaix, Anne Baron, Frédéric Daruty

**Responsables agence** : Nathalie Cortial, Pascal Grégoire

**Responsable commercial & production** : Carole Pignet

**Planneur Stratégique** : Clément Audard

**Directeur de Création** : Pascal Grégoire Concepteur : Antoine Defaye

**DA** : Le Tavernier

**Déploiement & Digital** : Chloé Le Fort, Jérôme Brou

**Production** : Vision Prod – Octopus.