



Communiqué de presse
Paris, le 16 novembre 2021

20 Minutes lance son nouveau programme « Ma tête et moi » sur Snapchat Discover, pour parler santé mentale des jeunes



Conscient de son rôle auprès de la jeune génération et de sa responsabilité en tant qu'éditeur (ses contenus sont lus par plus d'un quart des jeunes 15-24 ans en France: 2,1 millions chaque mois), 20 Minutes poursuit son engagement et produit un nouveau programme de sensibilisation et d'information, destiné aux 15-24 ans, sur le sujet de la santé mentale, sur Snapchat Discover

Déjà très mobilisée auprès des jeunes avec le dispositif [#MoiJeune](#), des séries telles que « [Pris pour cible](#) » (lutte contre le cyber-harcèlement), « [la cafète des étudiants](#) », ou la rubrique « [Fake Off](#) », la rédaction vient de lancer une série vidéo « [Ma Tête et moi](#) ». *"C'est très important pour nous de coller à la réalité des usages et des sujets qui font société. Avec eux, avec les jeunes, invariablement, en leur donnant la parole et en les appelant à témoigner, commenter, co-construire avec nous ce type de dispositifs"*, explique Armelle Le Goff, directrice de la rédaction de 20 Minutes.

D'après une enquête réalisée par la fondation Fondamental en janvier 2021, 40% des jeunes de moins de 25 ans vivent avec un trouble anxieux généralisé. Si plusieurs influenceurs très suivis n'ont plus peur de parler de leurs troubles mentaux à leur communauté, faute de médiatisation traditionnelle, c'est directement sur les réseaux sociaux que les 15-24 évoquent leur état psychique, entre eux. C'est donc très naturellement que la rédaction a choisi de développer sa nouvelle série « Ma Tête et moi », en partenariat avec Snapchat où certaines de ses stories sont vues par quelques 3 millions d'utilisateurs de la plateforme.

Dépendance à l'alcool, bigorexie, mal-être des étudiants, anorexie masculine, ... 20 Minutes donne la parole à des jeunes souffrant de troubles mentaux. L'objectif ? libérer la parole, lever les tabous, mieux comprendre les pathologies,

grâce aux témoignages de jeunes concernés, jusqu'à proposer des solutions d'accompagnement. « *C'est pour libérer la parole sur ces sujets que nous avons décidé de lancer "Ma tête et moi". En faisant témoigner des jeunes qui souffrent ou ont souffert, on veut rendre la santé mentale moins taboue. Parce qu'en parler, c'est aussi aider les autres* » souligne Lise Abou Mansour, journaliste 20 Minutes en charge de ce programme.

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 plus de 80% 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 V4 2021

Contact presse : Anne Baron abaron@20minutes.fr