



Communiqué de presse
Paris, le 9 décembre 2021

Mise en place d'un dispositif spécial et d'une cellule dédiée au sein de la rédaction pour couvrir la campagne présidentielle

Depuis plusieurs semaines, en plus de la couverture habituelle de l'actualité politique, 20 Minutes a constitué une cellule "Présidentielle" dédiée.

Coordonnée par Claire Planchard, rédactrice en chef, l'équipe est constituée de Nicolas Camus, Rachel Garrat-Valcarel, Emilie Petit (vidéo) et Thibaut le Gal au sein du service Actualités, dirigé par Clément Giuliano. A l'approche du scrutin, ils seront rejoints par d'autres journalistes de la rédaction dont notamment ceux des 10 éditions locales, dans le cadre d'enquêtes et de reportages sur le terrain.

Grâce à un dispositif éditorial innovant et participatif, des contenus et un ton, propres à 20 Minutes, la rédaction entend accompagner les citoyens et les lecteurs, en couvrant "live" toute l'actualité politique, en expliquant et en décortiquant les programmes des candidats, en dévoilant les coulisses, ... avec une volonté très forte d'impliquer les lecteurs et d'interagir avec eux.

La vidéo à l'honneur avec des interviews en live sur IGTV et des "face cam"

Grâce à l'appui du service vidéo, l'accent sera mis sur le format vidéo avec des interviews en live sur IGTV et des "face cam" hebdomadaires.

[Faire] entendre la voix des jeunes

Avec 62% des jeunes 18-30 ans qui se déclarent « fâchés avec les politiques », selon une [étude MoiJeune 20 Minutes – OpinionWay, septembre 2021](#), les attentes et les aspirations de la jeune génération seront particulièrement scrutées par la rédaction qui choisira d'angler certains sujets au travers du regard des 18-30 ans.

Le lancement d'un baromètre spécial [#MoiJeune](#) prévu en janvier permettra de monitorer au fil des semaines leur opinion vis-à-vis des candidats, de leurs projets et de leurs idées.

Un mot d'ordre : ne pas tomber dans le tam tam médiatique

« On va continuer à faire ce que l'on sait faire et ce pourquoi les lecteurs nous aiment : de l'info, fiable, vérifiée, qui les concernent, sans parti-pris, accessible et gratuite. A l'heure d'une polarisation grandissante au sein de la société (et des médias), l'enjeu consiste à ne pas tomber dans le tam tam médiatique. L'idée, c'est de ne pas être dans la caravane des candidats mais plutôt de mettre en perspective les enjeux de la campagne. et de participer à élever un débat apaisé autour de cette échéance électorale » souligne Armelle Le Goff, directrice de la rédaction

La Boussole présidentielle, en partenariat avec le CEVIPOF

Fort du succès de [ce dispositif](#) proposé aux lecteurs de 20 Minutes dès 2012, permettant aux citoyens de tester leurs convictions politiques, la rédaction a souhaité renouveler ce partenariat avec le CEVIPOF, référent dans l'analyse électorale. *« Cet outil d'information inédit pour se repérer dans le champ électoral répond à notre projet éditorial : rendre l'info accessible à tous, engager nos audiences et encourager la participation sociale et citoyenne »* explique Michaël Fromentoux, directeur du développement numérique.

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 [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 : ACPM One Next Global V4 2021

Contact presse : Anne Baron abaron@20minutes.fr