



Communiqué de presse

Levallois-Perret, le 13 octobre 2022

WEB3 : Après le succès du premier numéro publié en juin, 20 Mint revient le 15 novembre, avec un deuxième numéro, entièrement consacré à la thématique de l'inclusion numérique

20 Minutes avait été, au printemps 2022, le premier éditeur français à se saisir de la technologie web3 pour lancer un projet éditorial d'une si grande ampleur. Dans la continuité de sa démarche et de son engagement consistant à sensibiliser le grand public aux enjeux du web3, de la blockchain et des métavers, 20 Minutes annonce l'édition du deuxième opus de son projet 20 Mint le 15 novembre prochain.

Une question en fil rouge de cette édition spéciale : comment faire en sorte que les technologies liées à la blockchain résorbent la fracture numérique, permettent une meilleure inclusion des personnes en situation de handicap d'exclusion sociale, ou souffrant d'illectronisme... et reflètent au mieux la diversité de nos sociétés ? En préemptant cette thématique, 20 Minutes a l'ambition d'évangéliser au Web 3 une population qui n'a parfois pas pris le wagon du Web 2, voire même du Web 1.

Une édition engagée, dédiée à l'inclusion numérique et au "web13"

« Le Web13, c'est celui que connaissent les 13 millions de personnes en France touchées par l'illectronisme. Un web trop compliqué, mal pensé, inaccessible. Empêchés de tirer pleinement partie de la révolution numérique, ils peinent à trouver un emploi, bénéficier des aides auxquelles ils ont droit, embrasser les changements de société. C'est à eux que nous veillerons en faisant ce numéro, tout en maintenant nos sélections de projets NFT, blockchain, métavers qui ont fait le succès du premier numéro ». explique Laurent Bainier, rédacteur en chef à 20 Minutes, et directeur du projet 20 Mint.

Une édition diffusée à 800 000 exemplaires, dans toute la France

Fort de son réseau, présent dans 8 des plus grandes agglomérations françaises, 20 Minutes souhaite atteindre le plus grand nombre (le journal est

lu par 2,4 millions de lecteurs par jour), de façon indiscriminée, que les lecteurs soient novices ou plus avertis sur ces sujets.

« Intégralement financé par la publicité, ce numéro doit aussi permettre à nos partenaires et annonceurs les plus engagés un territoire d'expression pertinent et efficace pour leurs prises de parole » souligne Frédéric Daruty, Président de 20 Minutes.

20 Mint : un nouveau média construit, à 2000 mains, grâce à la mobilisation et l'engagement d'une communauté de Mécas investie depuis le début du projet

Les détenteurs des 999 NFT vendus en avril dernier par 20 Minutes font partie du comité éditorial virtuel de 20 Mint. Ce pouvoir leur permet de participer à la co-crédation du média, à choisir des sujets, témoigner, écrire, dessiner ou encore interviewer... A ce jour, des machines d'occasions sont [en vente sur Opensea](#) pour ceux qui souhaiteraient rejoindre l'aventure, maintenant.

- [Site 20mint](#)
- [Rubrique 20 Mint sur 20minutes.fr](#)
- [Compte twitter 20 Mint](#)

Le saviez-vous ? 20 Minutes a ouvert son premier point de distribution dans le métavers, au rez-de-chaussée du Meta Mall de Decentraland

Pour la première fois dans l'histoire du métavers, un point de distribution de journaux est accessible à tous. Depuis le 22 septembre, et la distribution d'une édition 20 Mint en anglais, à l'occasion d'une [soirée festive dans Decentraland](#), 20 Minutes est désormais disponible aussi sur la plateforme de réalité virtuelle.



"Nous avons recréé la version métavers de nos points de distribution du journal: la bouche de métro parisienne, le parasol 20 Minutes. et même une équipe de colporteurs, habillés à nos couleurs", explique Laurent Bainier.

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 de l'[IECN](#). 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. **Contact presse : Anne Baron** abaron@20minutes.fr