

Pour fêter le 100e épisode de son podcast « Sixième Science », 20 Minutes lance un défi à ses auditeurs

Sixième Science, le podcast de vulgarisation produit par *20 Minutes* avec le magazine *Sciences et Avenir* a passé la barre, ce mois-ci, du centième épisode. Écouté plus de 5 millions de fois depuis son lancement en 2018, [ce programme](#) explore, chaque quinzaine, un sujet santé, tech, environnement, ...



Pour fêter la diffusion du 100e enregistrement, une surprise attend les auditeurs qui sauront résoudre l'énigme cachée dans l'épisode [« Comment la lettre cryptée de Charles Quint a mis 500 ans avant d'être déchiffrée »](#) et dans le QR code ci-contre, qui mènent à un dossier en ligne contenant un court texte à décoder. A la clé ? débloquer son NFT et accéder à la communauté d'auditeurs : « 6S, la classe avec option science ».

A partir du 1er mars, tous les auditeurs sont invités à se rendre sur la plateforme [sixiemescience.uncut.network](#) pour échanger avec la rédaction de 20 Minutes et co-construire avec eux le programme des 100 prochains épisodes.

Créés par intelligence artificielle, les Scientis, avatars de chaque membre de la communauté d'auditeurs du podcast, sont autant de NFT, réalisés avec l'aide de l'intelligence artificielle Midjourney. Une façon pour 20 Minutes, qui a lancé [20 Mint](#), un média consacré au Web3 l'an dernier, de continuer à familiariser et sensibiliser le plus grand nombre à cette révolution.



« L'expérience 20Mint, à laquelle je participe depuis un an, m'a appris à quel point la communication avec le public peut être source de motivation, d'idées neuves et, évidemment, de belles rencontres. On ne réinvente pas la roue 3.0, mais l'important est avant tout de se retrouver de façon ludique et de pouvoir

échanger avec nos auditeurs les plus engagés » explique Romain Gouloumès, journaliste derrière le micro de « Sixième Science » depuis 2018.

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 media 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 21 millions d'utilisateurs chaque mois dont plus de 80% sur les supports 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.

Contact presse : Anne Baron abaron@20minutes.fr 06 09 78 87 22