



**Communiqué de presse**

Levallois-Perret, le 7 septembre 2023

## **20 MINUTES FAIT SA RENTREE AVEC UNE NOUVELLE VERTICALE « VIE PRO » A DESTINATION DE SON CŒUR DE CIBLE HISTORIQUE, LES JEUNES ACTIFS URBAINS**

Ce lundi 4 septembre, 20 Minutes a lancé une nouvelle verticale dédiée à l'emploi et à la gestion de carrière. Positionné depuis plus de 20 ans comme la marque d'info des cibles jeunes (<50 ans) et actives, l'éditeur renforce son offre de contenus « emploi » avec la création d'une [nouvelle rubrique](#).



**Eveiller et sensibiliser les lecteurs aux grands sujets sociétaux et professionnels** tout en offrant aux annonceurs les plus engagés un territoire d'expression pour leurs prises de parole RH, recrutement ou marque employeur, telle est la promesse de cette [nouvelle rubrique](#).

**Des informations essentielles, utiles et proches des préoccupations des lecteurs**

A l'instar du supplément « Handicap & Inclusion » édité chaque automne depuis 2007 ou de la série « Alt+Taf », les sujets autour de l'emploi ont toujours été au

cœur des priorités de 20 Minutes. Avec des lecteurs concernés – en poste (11,1 millions de lecteurs), en recherche d'opportunités professionnelles (4,5 millions de lecteurs) ou qui projettent de reprendre une formation (43% de couverture de la cible) – 20 Minutes fait partie du quotidien des Français, à différents moments de leur journée... et aussi à différentes étapes de leur vie.

Salariés et entrepreneurs en quête de sens, 20 Minutes veut les aider à décoder et décrypter un monde professionnel en constante évolution. « *On veut permettre à nos lecteurs de s'informer pour réussir, on veut les accompagner pour trouver leur voie et le chemin vers l'emploi, pour progresser et s'épanouir dans leur vie professionnelle* » explique Laurent Bainier, rédacteur en chef. « C'est pourquoi la priorité sera donnée aux témoignages, à la parole d'experts, aux conseils d'insiders : *« Le monde du travail par ceux qui le vivent et qui le font. »*

**La promesse éditoriale : des contenus utiles, pratiques et inspirants qui donnent les clés pour faire des choix de carrière éclairés, pour piquer la curiosité et susciter des vocations**

A l'affût des nouveaux usages et résolument tournés vers demain, la rédaction s'interrogera sur le futur du travail, la vie en entreprise, les relations avec les collègues, les impacts sur la santé, les questions d'inclusion, de parité, etc. et portera un regard positif et sans concessions sur le marché, ses enjeux, ses opportunités... en combinant l'humour et le ton 20 Minutes avec un traitement utile et une approche 100% servicielle.

*« Notre mission est avant tout d'apporter des solutions concrètes au travers d'interviews et de portraits inspirants, de formats courts et pédagogiques, de chroniques, de séries d'enquêtes, de fiches métiers pratiques, d'enquêtes, d'infographies, de podcasts, de vidéos... jusqu'à pourquoi pas développer un job board permettant un accès à des offres d'emploi »* souligne Ronan Dubois, Directeur Général de 20 Minutes.

**Au programme :**

- **Une rubrique à retrouver tous les lundis dans le journal et dans la newsletter "La Matinale"**
- **Une émission « Au taf » diffusée en digital et en TV pour montrer les coulisses de la vie professionnelle au travers de portraits et de micros-trottoirs sur le terrain avec des intervenants plein de personnalité**
- **Des podcasts thématiques**

---

**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. Son audience réunit plus de 20 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 [JFCN](#). Contact presse : Anne Baron [abaron@20minutes.fr](mailto:abaron@20minutes.fr) 06 09 78 87 22