

Communiqué de presse

Novembre 2023

## **La publicité solidaire arrive sur 20 Minutes avec Goodeed pour proposer aux marques d'agir avec leurs investissements médias**

**20 Minutes s'associe à Goodeed, la régie publicitaire solidaire qui reverse 60% des investissements médias des marques à des associations pour financer des projets associatifs concrets. Depuis bientôt 10 ans, Goodeed transforme la publicité afin de la rendre plus utile et impactante pour les audiences.**

Ce partenariat s'inscrit dans la stratégie de 20 Minutes de poursuivre une politique RSE forte et de s'engager en faveur du développement durable avec les marques, tout en informant et sensibilisant les citoyens. Ainsi, 20 Minutes propose désormais à ses partenaires publicitaires d'ajouter, grâce à Goodeed, un volet solidaire à leur stratégie média en reversant une partie du budget à l'association de leur choix, tout en faisant connaître leur engagement grâce à un message notifiant l'internaute du format solidaire.

“Nous associer à Goodeed c'est donner du sens et une utilité sociale à la publicité” souligne **Ronan Dubois, Directeur Général et directeur de la Publication de 20 Minutes.**

La régie 20 Minutes a choisi Goodeed en tant que tiers de confiance pour permettre aux marques de soutenir concrètement des associations grâce à leurs publicités. C'est déjà plus de 7 millions d'euros qui ont été reversés par Goodeed pour soutenir plus de 740 projets associatifs d'ordre écologiques et sociaux, et ce partenariat vise à étendre encore plus significativement cet impact.

### **Jenny Tordjman, Directrice Générale de Goodeed :**

“Toute l'équipe Goodeed est très fière de pouvoir s'associer à 20 Minutes pour apporter encore plus de solidarité au secteur publicitaire. 20 minutes est un média très présent dans le quotidien des Français et c'est grâce à ce type de partenariat que nous parvenons à générer encore plus d'impact, à la fois pour les marques mais aussi et surtout pour nos associations partenaires.”

Le format est adaptable en print et en vidéo sur l'ensemble de l'écosystème de 20 Minutes afin de répondre aux besoins des annonceurs. Le concept est simple : chaque vue génère un soutien pour un projet associatif choisi et financé par l'annonceur en lien avec ses valeurs. En plus de contribuer financièrement à une cause, le format de Goodeed informe les audiences que la publicité est solidaire et les transforme en acteurs du changement.



### **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 rassemble 20 millions de lecteurs et internautes (soit 1 Français sur 3) dont plus de 80% sur ses supports numériques. Il met un point d'honneur à faire de la transition écologique et sociétale, l'affaire de tous.

Engagé depuis plusieurs années et maintenant auprès de Goodeed, 20 minutes permet aux marques et aux citoyens d'être acteurs du changement.

### **A propos de Goodeed**

Goodeed est la régie publicitaire solidaire qui reverse 60% des investissements médias des marques à des associations, faisant ainsi connaître leurs engagements grâce à un format différenciant. Le concept est simple : chaque publicité diffusée avec le format Goodeed génère un soutien financier pour un projet écologique ou social. À l'heure où les citoyens attendent des marques qu'elles contribuent au bien commun et où les associations ont besoin de fonds pour répondre aux enjeux sociétaux, Goodeed a créé un cercle vertueux pour faire de la publicité un moteur d'impacts positifs, en transformant les audiences en acteurs du changement.