

À l'approche de la Coupe du Monde 2026, 20 Minutes déploie un dispositif éditorial complet sur ses plateformes web, TV et social media

À l'approche de la Coupe du Monde 2026, 20 Minutes met en place un dispositif éditorial complet pour accompagner la compétition. Dans un contexte où le sport occupe une place structurante dans les usages de son audience, ce dispositif propose une couverture en direct de l'événement, mêlant suivi des matchs, contenus vidéo, décryptages et angles sociétaux.

« Le sport est à la fois un pilier éditorial majeur et un véritable terrain d'engagement pour 20 Minutes. À l'approche de la Coupe du Monde 2026, nous renforçons notre couverture de cet événement qui s'inscrit dans une actualité sportive particulièrement structurante pour nos audiences. À travers nos contenus comme nos partenariats, nous cherchons à refléter la diversité des pratiques sportives et la place qu'elles occupent dans la vie des Français. Cette dynamique se traduit également dans nos usages, avec un sport qui constitue aujourd'hui notre 2^e verticale la plus performante, à 13,4 millions de pages vues mensuelles, témoignant d'un intérêt constant au-delà des seuls temps forts de l'actualité. » Sabina Gros, Directrice Générale de 20 Minutes

Un dispositif éditorial complet pour la Coupe du Monde 2026

Pour accompagner cette compétition mondiale, 20 Minutes met en place un dispositif éditorial global sur ses supports web, TV et réseaux sociaux :

- Deux journalistes seront présents sur place pour assurer un suivi terrain de la compétition et de ses temps forts.
- Sur 20minutes.fr, un live dédié permettra de suivre l'ensemble de la Coupe du Monde en direct, complété par des lives événementiels lors des principales rencontres.
- Une émission quotidienne, [20 Minutes Arena](#), viendra enrichir le dispositif avec un décryptage de l'actualité sportive et des enjeux de la compétition sur 20 Minutes TV. Les extraits de l'émission seront ensuite déclinés en formats courts sur les réseaux sociaux de 20 Minutes et le site 20minutes.fr

Au-delà du terrain sportif, 20 Minutes proposera également des contenus consacrés aux enjeux sociétaux liés à cette Coupe du Monde organisée aux États-Unis, en explorant ses impacts culturels, sociaux et économiques.

Une audience engagée dans la pratique et les grandes compétitions

Au-delà de la lecture, les lecteurs de 20 Minutes se distinguent par leur engagement dans la pratique sportive. 6,5 millions d'entre eux déclarent pratiquer une activité, soit près d'un lecteur sur deux, avec un indice d'affinité de 107.

Les grandes compétitions sportives occupent également une place importante dans leurs centres d'intérêt : 7,7 millions de lecteurs, soit 55%, déclarent s'y intéresser, qu'il s'agisse des compétitions internationales de football ou des matchs de l'Équipe de France (indice d'affinité : 112).

Plus largement, sur les 22 sports suivis à la télévision ou dans la presse, 20 Minutes enregistre un indice d'affinité supérieur à 100 dans 100% des cas, avec une moyenne de 133.

Un ancrage dans les grands rendez-vous sportifs

Au-delà de son traitement éditorial, 20 Minutes est présent au cœur des grands moments qui rythment la vie des Français et des événements sportifs qui les rassemblent. À travers ses partenariats avec des acteurs institutionnels comme la Fédération Française de Rugby, ainsi qu'avec des événements majeurs tels que Hyrox, les 10K Adidas,

l'EcoTrail, La Parisienne ou encore la Street League Skateboarding, le média s'inscrit dans ces temps forts du sport vécu et partagé.

Source : OneNext Insight 2025

À 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. Encourager l'éveil citoyen, la culture et la participation sociale, telle est l'ambition de 20 Minutes depuis 2002 grâce à un écosystème média puissant : 15 millions de Visiteurs Uniques par mois, 80 millions de vidéos vues, 7 millions d'abonnés à ses réseaux sociaux. Actualité générale, politique, sports, économie, santé, conso, vie pro, culture,... 20 Minutes accompagne ses lecteurs au quotidien. La chaîne locale 20 Minutes TV, regardée par 449 000 Franciliens vient compléter l'offre.

Contact presse 20 Minutes :

Sarah Garcia Del Rio - sgarcia@20minutes.fr - 06 98 06 08 43