

« Nettoyons la nature » : E.Leclerc choisit 20 Minutes pour déployer un dispositif brand content d'ampleur autour de l'environnement

À l'occasion de l'édition 2026 de « Nettoyons la Nature », E.Leclerc, conseillé par son agence Omnicom Media via l'entité Fuse, et 20 Minutes s'associent autour d'un dispositif brand content 360° destiné à sensibiliser les Français à la préservation de l'environnement. Articles, vidéos, contenus sociaux : Cette collaboration illustre la capacité de 20 Minutes à imaginer et déployer des dispositifs brand content sur mesure permettant aux marques de prendre la parole de manière pertinente sur des sujets à fort impact sociétal.

« Avec près de 2,8 millions de pages vues chaque mois, la verticale Planète de 20 Minutes s'est imposée comme un rendez-vous incontournable pour nos audiences autour des enjeux environnementaux. Avec E.Leclerc et Omnicom Media Group, nous avons imaginé un dispositif qui va au-delà de la sensibilisation en mettant en lumière les initiatives concrètes et les citoyens qui s'engagent sur le terrain. Cette opération illustre notre capacité à accompagner les marques sur des prises de parole utiles et porteuses de sens. » **Sabina Gros, Directrice Générale de 20 Minutes**

Un dispositif éditorial au service de l'engagement citoyen

Pensé pour accompagner l'opération « Nettoyons la Nature », le dispositif valorise l'engagement des participants avant, pendant et après la journée nationale de mobilisation du 25 septembre. Cette initiative citoyenne, lancée par E.Leclerc, rassemble chaque année près de 550 000 volontaires partout en France autour d'actions concrètes de collecte de déchets et de sensibilisation à l'environnement. Le dispositif s'appuie sur plusieurs formats complémentaires :

- Une vidéo micro-trottoir allant à la rencontre des Français pour recueillir leurs perceptions des enjeux liés aux déchets et à la préservation des espaces naturels
- Un reportage immersif réalisé au cœur de l'événement, mettant en lumière les participants mobilisés sur le terrain ainsi que les résultats concrets de l'opération
- Un article dédié publié dans la rubrique Planète de 20minutes.fr, complété par un carrousel Instagram pédagogique, des stories sur les réseaux sociaux et un relais via les newsletters de 20 Minutes.

Afin de maximiser la visibilité de l'opération, 20 Minutes mobilise l'ensemble de ses canaux de diffusion avec un plan média intégrant un hacking de la homepage, une campagne display dédiée, une médiatisation sur 20minutes.fr ainsi qu'une diffusion des contenus sur Instagram, TikTok, Meta et 20 Minutes TV.



[Découvrir le reportage](#)

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.

À propos de Fuse France : Fuse France est l'agence de partnerships media, de brand content et de sport marketing du groupe Omnicom Media. Son rôle est de conseiller, concevoir et déployer des partenariats média, de la création de contenus ou des opérations d'activation hors média. L'agence est aussi experte dans l'accompagnement des clients du groupe autour de stratégies de sponsoring dans le sport.

A propos Nettoyons la Nature : Lancée en 1997 par E.Leclerc, Nettoyons la Nature rassemble chaque année plusieurs centaines de milliers de volontaires, qu'il s'agisse de particuliers, d'écoles ou d'associations. Leur objectif ? Ramasser ensemble les déchets dégradant les sites urbains ou naturels près de chez eux, partout en France. Une façon de s'engager concrètement pour l'environnement, mais aussi de sensibiliser à sa valeur par la pédagogie et la convivialité. Résultat, après bientôt 25 ans d'existence, l'opération lancée au démarrage avec 48 000 volontaires en compte désormais près de 550 000 chaque année !

Contact presse 20 Minutes :

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