

A l'occasion de la semaine du développement durable, 20 Minutes édite un cahier 100% RSE, à paraître le 20 septembre 2021.

Engagée au service de l'humanisme, de la démocratie, de la liberté et de la justice, la rédaction de 20 Minutes s'est toujours mobilisée sur les questions d'impact culturel et social (climat, parité, lutte contre les discriminations, ...). A l'occasion de la Semaine européenne du développement durable, prévue du 20 au 26 septembre 2021, 20 Minutes déploie un dispositif éditorial durant une semaine, sur la thématique de l'environnement.

- **Éveiller et sensibiliser les lecteurs** aux enjeux environnementaux en donnant un coup de projecteur aux actions concrètes et les initiatives menées à tous les niveaux, par des citoyens, des entreprises ou des collectivités, pour créer un impact positif sur la société ;
- **Offrir aux annonceurs les plus engagés un territoire d'expression** puissant pour leurs prises de parole RSE.

Avec un lectorat particulièrement attentif aux engagements des marques (75% des lecteurs du journal 20 Minutes, soit 2,2 millions par jour, pensent qu'il est important que les entreprises agissent de manière éthique, source : One Next Insight 2021 - LNM), ce daté représente un contexte ultra-affinitaire pour les marques qui souhaitent orienter leur communication autour de valeurs RSE, à la rentrée.



Plusieurs offres publicitaires sont disponibles ([téléchargez la présentation](#)) permettant de s'associer à cet événement : non seulement dans le daté spécial du 20 septembre mais aussi dans l'édition du 22 septembre, au sein de la [rubrique planète](#) ou encore sur les supports numériques de 20 Minutes, via un [habillage exclusif de la verticale](#).

>> Contact commercial : Hugues Seillan hseillan@20minutes.fr / 06 33 21 65 57

>> Retrouvez aussi [notre communiqué du 5 juillet 2021](#) présentant la stratégie RSE de 20 Minutes et annonçant sa certification par EcoVadis.

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 média 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 20 millions d'utilisateurs chaque mois dont 82% sont 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. Source : ACPM One Next Global 2021 V3