

La stratégie RSE de 20 Minutes certifiée par EcoVadis

Engagé depuis plusieurs années en faveur du développement durable, 20 Minutes a mené sur le premier semestre 2021, un audit d'envergure et une démarche d'évaluation et de certification afin de construire une politique RSE efficace et structurer ses engagements actuels et futurs.

L'implication de 20 Minutes pour créer un impact positif sur la société se traduit déjà au travers d'actions concrètes, à différents niveaux et depuis plusieurs années:

- **Sur le plan industriel**, où 20 Minutes utilise déjà 95% de papier recyclé pour la fabrication de ses journaux vs le taux plancher de 50 % fixé par le ministère de la transition écologique ;
- **En tant qu'éditeur** en affirmant une ligne éditoriale focalisée sur les questions d'impact culturel et social (parité, lutte contre les discriminations, climat, ...) ;
- **En tant qu'acteur majeur du numérique**, avec le passage au "serverless" pour limiter son empreinte ;
- **En tant qu'entreprise** avec une démarche très volontariste sur la question de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes. Une charte, signée récemment avec les représentants des salariés, traduit cette volonté d'action. Le comité de direction est strictement paritaire ainsi que le management de la rédaction. Concernant la protection de l'environnement, 20 Minutes déploie une politique stricte de collecte et recyclage des déchets depuis deux années.

Coordonné par Frédéric Daruty lui-même, un comité de pilotage dédié a été mis en place en septembre 2020, marquant structurellement l'ambition donnée au projet RSE. *"C'est une démarche prioritaire dans notre stratégie. Les médias (aussi) doivent jouer un rôle. Ils font partie de la solution"*, souligne Frédéric Daruty, Président et directeur de la publication de 20 Minutes.

Un partenaire pour l'accompagner dans l'évaluation de sa politique RSE : EcoVadis récompense 20 Minutes d'une médaille d'argent.



Avec EcoVadis, 20 Minutes a mesuré l'impact de son système de management RSE sur 4 volets : environnement, droit de l'Homme, éthique et achats responsables. Dès cette première évaluation, 20 Minutes se classe d'ores et déjà dans le Top25 des entreprises (tous secteurs confondus) les mieux notées par EcoVadis, en obtenant la médaille d'argent. Dans le seul secteur des éditeurs de presse, 20 Minutes se classe même dans les 11% les mieux évalués.

Dans le cadre de cette évaluation, un bilan carbone a été réalisé par la société Sami. Ce rapport permet à 20 Minutes d'identifier des leviers d'optimisation, dès 2021, et de contribuer ainsi à la lutte contre le réchauffement climatique, conformément à l'Accord de Paris de 2015.

Quels projets demain ?

- **La volonté de se positionner comme un média acteur et référent de l'actualité de l'environnement**

Une initiative vient compléter une offre de contenus déjà significative pour sensibiliser le public : la création d'un rendez-vous hebdomadaire dans la nouvelle formule du journal, lancée le 9 juin dernier : chaque mercredi, une [double-page "Planète"](#) est proposée à ses 2,4 millions de lecteurs. Sur le numérique, les contenus de cette thématique vont eux aussi être renforcés.

A noter, un cahier dédié à paraître le 20 septembre, à l'occasion de la Semaine du développement durable.

- **La poursuite de sa transition écologique, en tant qu'acteur économique**

Parmi les mesures engagées pour réduire son empreinte environnementale liée à ses activités, 20 Minutes prévoit notamment la mise en place d'une charte RSE partagée avec tous ses partenaires et fournisseurs. La refonte du site [20minutes.fr](#), prévue cet hiver, se conformera aux principes de l'écoconception web afin de proposer un site moins énergivore et encore plus respectueux de l'environnement.

- **La conception de solutions publicitaires innovantes et adaptées aux enjeux climatiques, à destination des annonceurs et de leurs agences**

La régie (intégrée) de 20 Minutes travaille actuellement au développement de nouvelles offres dédiées, à l'image par exemple de l'[opération "Black is New Green"](#), menée avec ENGIE, lors du déploiement du dark mode en 2020.

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 [JFCN](#). 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

Contact presse : Anne Baron + 33 6 09 78 87 22 abaron@20minutes.fr