

Ce matin, 20 Minutes a fait sa rentrée en costume/cravate à l'occasion du lancement de la saison 1 de la série *Tom Clancy's Jack Ryan* sur Amazon Prime Video



En partenariat avec Amazon Prime Video (Agence Mediabrand), 20 Minutes a, mis en scène, ce matin, la distribution de son journal, à l'occasion du lancement de sa nouvelle création originale, la série d'espionnage *Tom Clancy's Jack Ryan*.

Afin d'événementialiser la sortie de la première saison produite par la plateforme et créer l'impact auprès des jeunes actifs urbains, 20 Minutes a imaginé et coordonné la scénarisation de près de 200 de ses points de diffusion parisiens.

Clin d'œil au héros de la série, Jack Ryan, agent de la CIA, chaque colporteur du journal revêtait aujourd'hui un costume, une cravate, une casquette et un brassard aux couleurs de la CIA.

>> [Télécharger le case study](#) <<

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, éditeur du 1er quotidien français payant et par le Groupe Rossel, le premier groupe de presse francophone belge. Il est le seul grand média français indépendant de tout groupe financier, industriel ou commercial. Son audience réunit 21,8 millions d'utilisateurs chaque mois dont 71% sont numériques. Il est le leader de l'info chez les 25-49 ans. Mobilisée dans la lutte contre les fausses informations, la rédaction de 20 Minutes a obtenu la labellisation du très restreint [IFCN Network](#). 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 : étude ACPM ONE Global V1 2018

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



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, éditeur du 1er quotidien français payant et par le Groupe Rossel, le premier groupe de presse francophone belge. Il est le seul grand média français indépendant de tout groupe financier, industriel ou commercial. Son audience réunit 21,8 millions d'utilisateurs chaque mois dont 71% sont numériques. Il est le leader de l'info chez les 25-49 ans. Mobilisée dans la lutte contre les fausses informations, la rédaction de 20 Minutes a obtenu la labellisation du très restreint [IFCN Network](#). 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 : étude ACPM ONE Global V1 2018

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