

SEEPH – Semaine Européenne pour l’Emploi des Personnes Handicapées Pour la 12^{ème} année consécutive, 20 Minutes met en place un dispositif éditorial 100% dédié au sujet « Emploi & Handicap » et édite un supplément à paraître ce lundi 18 novembre 2019.

Engagé au service de l’humanisme, de la démocratie, de la liberté et de la justice, 20 Minutes a préempté la thématique de l’emploi et du handicap dès 2007 et soutient l’action de l’ADAPT, en tant que partenaire média. **Fil rouge de l’édition 2019 : les handicaps invisibles, en particulier psychiques.** Au programme : interviews, articles d’analyse, informations pratiques, témoignages, portraits et reportages auprès de personnes qui agissent au quotidien pour faire tomber le mur des discriminations et favoriser l’inclusion dans la société et l’entreprise.

Pour la deuxième année consécutive, la rédaction a fait appel à l’Etablissement et service d’aide par le travail (Esat) Image-Arts graphiques de Magnac-sur-Touvre (Charente) et, pour cette édition, à la pointe de crayon du dessinateur Fred pour illustrer plusieurs articles.

Ce supplément 20 Minutes sera co-distribué avec le journal lundi 18 novembre sur l’ensemble du réseau national et proposé en téléchargement sur les supports numériques. L’ensemble des contenus sera également accessible sur www.20minutes.fr/economie/emploi/.

L’objectif ? Eveiller et sensibiliser les lecteurs à ce grand sujet de société tout en offrant aux annonceurs les plus engagés un territoire d’expression idéal pour leurs prises de parole RH. Pari réussi cette année avec 10 annonceurs au rendez-vous : AKKA, LADAPT, ASSYSTEM, Auchan, BNP Paribas, Club Med, Econocom, SNCF, MODIS et TOTAL.



>>> [Téléchargez le supplément](#) <<<

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 22,8 millions d’utilisateurs chaque mois dont 77% 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](#). 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 : étude ACPM ONE Global V3 2018*
Contact presse : Anne Baron + 33 6 09 78 87 22 abaron@20minutes.fr