



Communiqué de presse
Le 11 mars 2020,

20 Minutes lance « Ils font le monde de demain » : une nouvelle série qui donne la parole aux jeunes

20 Minutes poursuit son engagement pour donner toujours plus d'écho à la voix de la jeune génération et lance « *Ils font le monde de demain* », un nouveau rendez-vous pour valoriser les initiatives entreprises par des jeunes âgés de moins de 30 ans.

Les jeunes : au cœur du projet de 20 Minutes

Ils sont encore étudiants ou déjà dans la vie active, bénévoles, chercheurs, salariés, entrepreneurs, ont monté une entreprise ou une association. Ils ont pris des initiatives positives pour la société et grâce à eux, le futur sera meilleur. Premier volet de cette série : le portrait [de Tara Heuzé-Sarmini, 26 ans, fondatrice de Règles Élémentaires](#), la première association française de lutte contre la précarité menstruelle.

« Les moins de 30 ans sont dans l'urgence permanente, notamment celle d'agir. Ils n'attendent pas que les choses bougent, ils font bouger les choses. Cette série vise à encourager et valoriser leurs actions bénéfiques pour le monde de demain » explique Charlotte Murat, journaliste à 20 Minutes, à l'origine de ce nouveau programme. Pour 20 Minutes, les jeunes sont une cible fondatrice et structurelle : acteurs des tendances, moteurs de la croissance, ultra connectés. Ils sont au cœur de son audience.

Chaque mois, un nouvel entretien sera publié et mettra en lumière les actions inspirantes de la jeune génération. Camille Aumont-Carnel (@jemenbatsleclito) et Léa Moukanas (fondatrice de l'association Aïda) seront les deux prochaines invitées.

Véritable trait d'union citoyen et indépendant en faveur d'une société bien informée et respectueuse, la rédaction de 20 Minutes s'engage

« Encourager la lecture, la culture, la participation sociale et l'éveil citoyen, telle est l'ambition de 20 Minutes depuis 18 ans. Soutenir les actions positives menées par les jeunes, leur donner la parole, les impliquer et les associer aux projets éditoriaux ainsi qu'au développement de la marque fait partie de nos engagements » souligne Frédéric Daruty, directeur de la publication et président de 20 Minutes.

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 citoyen et indépendant pour une société bien informée et respectueuse".

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 ONE Next Global V1 2019*

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