



# COMMENT SENSIBILISER LA POPULATION À UNE CAUSE SOCIALE ?

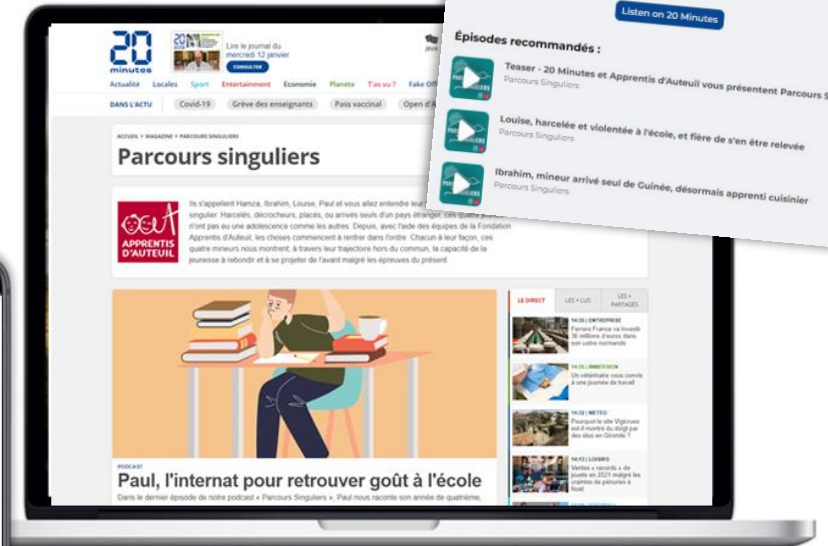
Nov. - Déc. 2021

## L'objectif de l'annonceur

- Donner la parole aux jeunes accueillis par la fondation
- Sensibiliser sur l'importance et l'efficacité de l'accompagnement de jeunes aux profils singuliers

## La réponse de 20 Minutes

Un dispositif 100% digital lancé le 20/11 pour la **Journée Mondiale de l'Enfance** :  
 Une série de 4 podcasts réalisés, hébergés et médiatisés par 20 Minutes

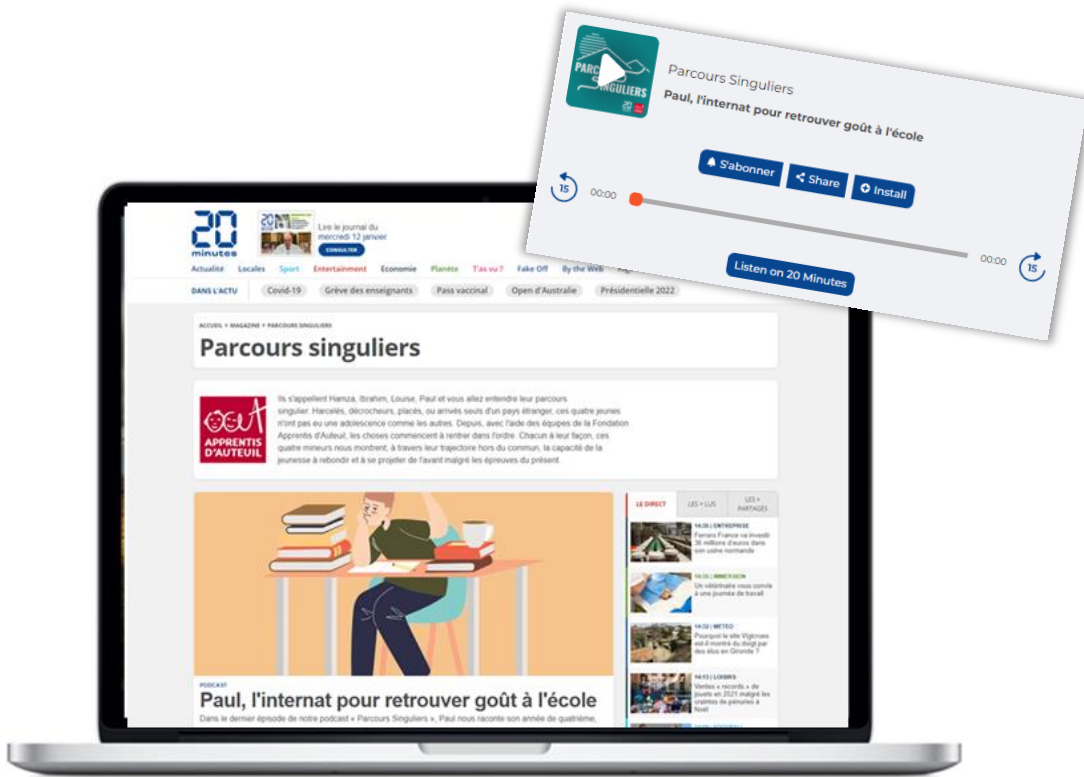


Espace dédié



# DES PODCASTS POUR DONNER LA PAROLE ET SENSIBILISER

Nov. - Déc. 2021



Podcasts réalisés par  
20 Minutes Magazine



- Une série de 4 podcasts produits par 20 Minutes
- Lancement le 20 novembre, le jour de la Journée Mondiale de l'Enfance
- Hébergement des podcasts dans un espaces dédié sur le site de 20 Minutes

A travers ces podcasts, 4 jeunes aux parcours singuliers racontent leur prise en charge par la Fondation Apprentis d'Auteuil et présentent les bénéfices qu'apporte l'association par son aide.

**+110k**  
Écoutes

**+63K**  
visiteurs uniques

**1:54**  
minutes passées  
en moyennes

# UNE MISE EN AVANT SUR TOUT L'ÉCOSYSTÈME DIGITAL DE 20 MINUTES

Nov. - Déc. 2021

## Une médiatisation digitale 360° :

- Habillage en RG sur le site 20 Minutes
- Push Facebook
- Audiogramme et story sur Instagram
- Pré-roll audio sur les podcasts affinitaires
- Post-roll sur le podcast 20 Minutes Sixième Science



**Communiqué de presse**  
Paris, le 18 novembre 2021

**A l'occasion de la Journée Mondiale de l'enfance ce 20/11/2021, 20 Minutes lance une série de podcasts « Parcours Singuliers », en partenariat avec « Apprentis d'Auteuil » pour mettre en lumière les profils de quatre jeunes aux parcours hors du commun, qui ont été accompagnés par la fondation.**

Produits par les équipes « Magazine » de la rédaction de 20 Minutes, ces épisodes seront médiatisés sur l'ensemble des supports numériques, à partir du 20 novembre et jusqu'au 31 décembre ([voir ce lien](#)). Ce dispositif de créations de contenus de marque a été orchestré par le département « Opérations spéciales » de rédacteur, avec l'agence Blue 449 pour « Apprentis d'Auteuil ».

Harceelés, décrocheurs, placés, ou arrivés seuls d'un pays étranger, Hamza, Ibrahim, Louise, Paul n'ont pas eu une adolescence comme les autres.

Au travers de leur témoignage, chacun à leur façon, ces quatre mineurs montrent, à travers leur trajectoire hors du commun, la capacité de la jeunesse à rebondir et à se projeter de l'avant malgré les épreuves du présent.

**A propos de 20 Minutes.** Créé en 2006, 20 Minutes est un éditeur d'information indépendant, détenu à parts égales par le groupe SIPA-Quest-France et par le groupe Rossat, le grand média français indépendant de tout groupe français, industriel ou commercial. 20 Minutes définit sa raison d'être, véritable moteur du projet d'entreprise, avec : « Être un trait d'union indépendant entre citoyens respectueux et bien informés. Son audience réunit 20 millions d'auditeurs chaque mois dont plus de 80% sont numériques. Mobilisée dans la lutte contre les fausses informations la rédaction de 20 Minutes a obtenu la certification de l'Institut sur le plan journalistique. 20 Minutes a reçu le label [Media Act](#) et s'engage à garantir son engagement en faveur de pratiques journalistiques responsables. L'entreprise a obtenu, en 2021, un [score A+ de transparence](#) démontrant ses valeurs ainsi que ses règles de vie professionnelles portées par chacun des collaborateurs de 20 Minutes. Source : ACPM One Next Global V4 2021

Document communiqué par Anne Barrois [anne.barrois@20minutes.fr](mailto:anne.barrois@20minutes.fr)