

20 MINUTES DÉVOILE SA NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE : UN TOURNANT HISTORIQUE POUR LE MÉDIA COMPAGNON DES FRANÇAIS

20 Minutes dévoile ce lundi 27 janvier sa nouvelle identité visuelle, marquant une étape clé dans son histoire. Première refonte depuis la création du logo originel en 2002, cette évolution symbolise l'ancrage du média dans un écosystème désormais 100% numérique et télévisuel. Ce projet appuie également le repositionnement stratégique de 20 Minutes, qui renforce la verticalisation de son offre éditoriale.



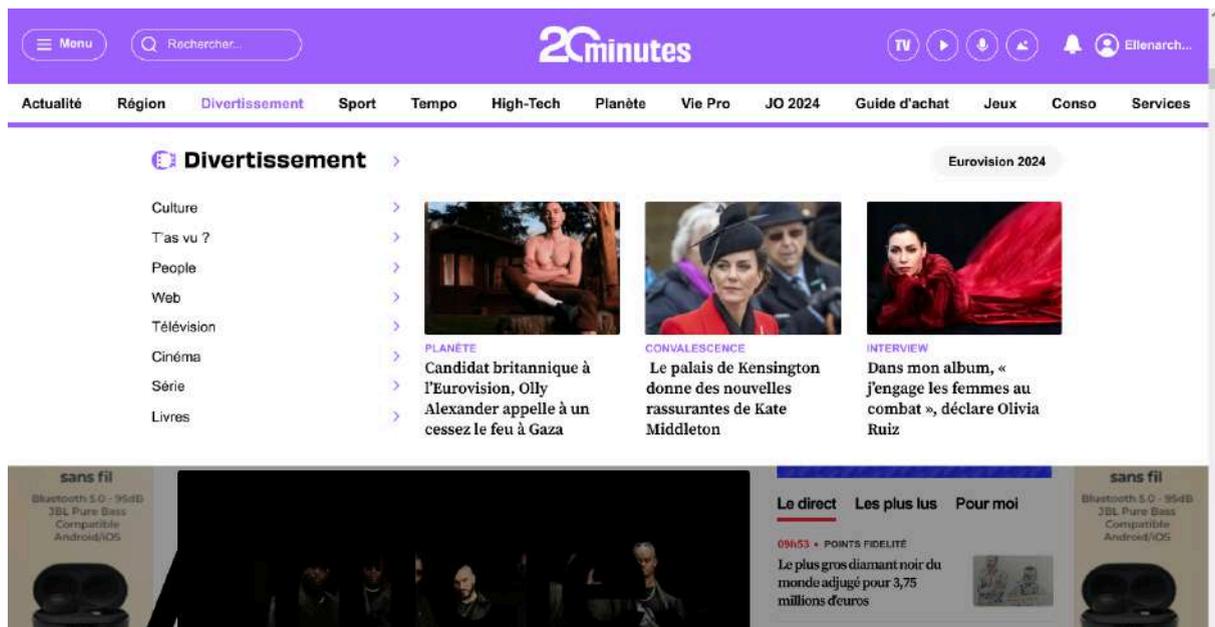
Une nouvelle identité pour un nouveau positionnement

Cette refonte graphique réaffirme la modernité du média, en créant un univers visuel **dans l'air du temps**, en phase avec les attentes des audiences numériques. Ce changement vient également accompagner **la diversification de l'offre éditoriale**, qui au-delà de l'actualité inclut des contenus lifestyle, culturels et serviciels, référencés dans différentes verticales : sports, planète, divertissement, conso, vie pro, tempo, ...

Cette refonte vient également soutenir les ambitions du média sur la vidéo et la TV et accompagner le nouveau projet de 20 Minutes de consolider son positionnement de **plateforme numérique globale (écrit/audio/vidéo/social/TV) d'information et de divertissement** dont la puissance en termes d'audience et la pluralité de l'offre éditoriale et des canaux sont sans équivalent sur le marché.

"En renversant la logique de production, nous avons mis fin à la tyrannie du support. C'est désormais le contenu qui règne et ce sont les supports qui s'en nourrissent. On pense news, conso, culture, high-tech, planète, lifestyle, ..., les contenus produits ruisselant ainsi sur l'ensemble des canaux et supports (site, app, social media, TV). Cette nouvelle identité vient soutenir et accompagner cette transformation."

Ronan Dubois, Directeur Général et directeur de la Publication de 20 Minutes



Un nouveau design qui incarne la promesse d'une information instantanée, rapide et fiable, comme un circuit qui mène directement à l'essentiel

"Le parti-pris créatif de ce nouveau logo repose sur un design en courbes, symbolisant les flux, les connexions et la dynamique propres à l'univers digital. Il évoque à la fois la vitesse, la mobilité et la fluidité de l'information, des attributs essentiels de 20 Minutes. La rondeur du design incarne l'esprit malicieux de la marque, renforçant son lien de proximité avec ses audiences" souligne Anne Baron, directrice de la communication.

De nouveaux éléments graphiques pour enrichir l'expression multi dimension et multicanal de 20 Minutes aujourd'hui

- **Une palette de couleurs revisitée**, permettant de segmenter et d'identifier clairement les différentes verticales éditoriales
- **Une collection de pictogrammes modernes**, conçus pour faciliter une navigation intuitive sur tous les supports : applications, site web, réseaux sociaux et programmes TV.



**>> RENDEZ-VOUS SUR LE SITE DE [20 MINUTES](https://www.20minutes.fr) LUNDI 27 JANVIER <<
POUR DÉCOUVRIR L'INTÉGRALITÉ DE LA NOUVELLE IDENTITÉ GRAPHIQUE**

A propos de [20 Minutes](#)

Créé en 2002, 20 Minutes est un éditeur d'information indépendant, co-détenu par le groupe SIPA-Ouest-France et le Groupe Rossel. Avec 15 millions de visiteurs uniques par mois, 100 millions de vidéos vues en moyenne par mois et 7 millions d'abonnés sur les réseaux sociaux, 20 Minutes s'engage à rendre accessible gratuitement l'information et la culture, au plus grand nombre.

Contacts presse 20 Minutes

Anne Baron abaron@20minutes.fr • 06 09 78 87 22

Sarah Garcia Del Rio sgarcia@20minutes.fr • 06 98 06 08 43