

Une édition spéciale pour marquer la fin de l'ère imprimée et le début de l'ère numérique

20 Minutes rend hommage au journal imprimé qui paraît aujourd'hui pour la dernière fois, avec une édition spéciale. En tant que marque médiatique numérique la plus influente de Suisse, 20 Minutes continue d'accompagner ses lectrices et lecteurs avec une offre en linge.

Lausanne et Zurich, le 23 décembre 2025 – La version imprimée de 20 Minutes est disponible pour la dernière fois dans les caissettes bleues. 20 Minutes rend hommage à l'ère du journal imprimé avec une édition spéciale. Dans une interview, le ministre des médias, Albert Rösti, raconte comment il a découvert et appris à apprécier 20 Minutes. Vincent Ducrot, le directeur des CFF, s'exprime sur le partenariat avec 20 Minutes. La rédaction a également recueilli de nombreux témoignages de sportifs, de personnalités et d'anciens collaborateurs qui s'expriment sur l'édition imprimée et sur leurs souhaits pour l'ère numérique à venir. Cette édition spéciale est complétée par :

- Une interview avec l'éditeur Pietro Supino
- Des scoops historiques de 20 Minutes et les meilleures UNEs de 20 Minutes pour l'éternité
- Les caissettes, objets cultes: Elles iront au Musée national et au Musée de la communication à Berne.
- Concours de caissettes: présentation des meilleures idées ou des idées les plus amusantes pour réutiliser les boîtes.
- Ce qui a toujours été présent dans le journal depuis son lancement en 1999 en Suisse alémanique et 2006 en Suisse romande ne doit pas manquer aujourd'hui : les actualités du jour.

Les caissettes à journaux seront rapidement démontées après la dernière édition du jour, puis redistribuées ou recyclées.

À l'avenir, 20 Minutes misera pleinement sur les canaux numériques, qui seront continuellement enrichis de nouvelles offres. Depuis octobre 2025, l'application et la version web se présentent déjà dans un nouveau design et avec de nouvelles fonctionnalités. 20 Minutes continue d'accompagner les pendulaires sur le chemin du travail grâce à sa présence sur les grands écrans numériques des gares. Et bien sûr, 20 Minutes reste présent sur les réseaux sociaux.

Bernhard Brechbühl, CEO du groupe 20 Minuten : « Au début de notre succès, il y avait notre journal unique destiné aux pendulaires, qui a déclenché une véritable révolution médiatique en Suisse en 1999. Nous avons rapidement réussi à devenir la marque médiatique numérique la plus influente dans toutes les régions du pays. Nous entrons ainsi en pole position dans la nouvelle ère numérique. Après avoir renouvelé notre image de marque et notre application à l'automne, nous travaillons actuellement sur d'autres innovations pour nos utilisateurs et pour le marché publicitaire, que nous lancerons en 2026. Même si nous regrettons de devoir dire adieu à notre journal imprimé après 26 ans, nous nous réjouissons de l'avenir numérique qui nous attend avec notre communauté et nos clients. »

Contact

Eliane Loum, responsable de la communication 20 Minuten,
+41 44 248 41 34, eliane.loum@20minuten.ch

À propos du groupe 20 Minuten

Lancé fin 1999 comme journal gratuit destiné aux jeunes citadins, 20 Minuten est rapidement devenu la marque de médias numériques la plus influente en Suisse alémanique, en Suisse romande et au Tessin. 20 Minuten fait du journalisme qui rassemble les gens et offre, sur une plateforme compacte, un mélange parfait de contenus qui touchent, concernent et enrichissent les Suisses. 20 Minuten propose des actualités suisses et internationales, des informations sur le sport, le divertissement et l'inspiration, ainsi qu'un espace communautaire très fréquenté. Le journalisme de 20 Minuten est fiable, compact, responsable et équilibré, afin que les lectrices et lecteurs puissent se forger leur propre opinion.

Le groupe 20 Minuten fait partie du TX Group et comprend les médias d'information 20 Minuten, 20 Minutes et lematin.ch, la radio numérique GOAT Radio ainsi que les participations Tio/20 Minuti au Tessin et L'essentiel au Luxembourg.

www.20minutes.ch