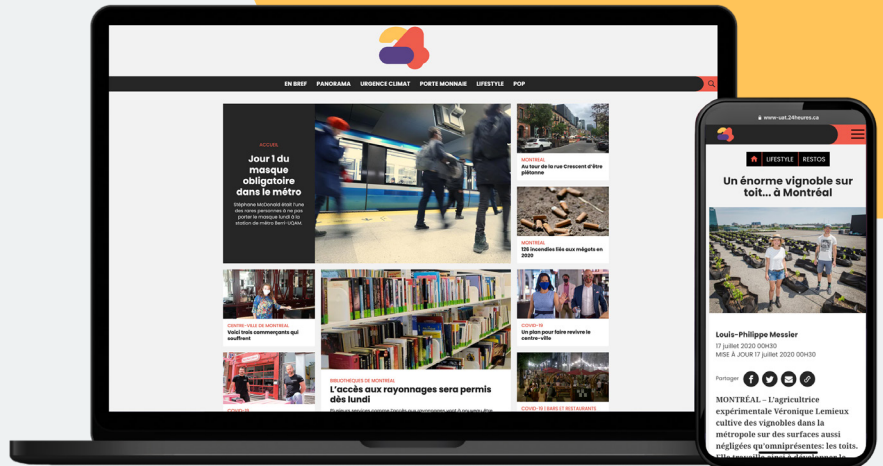


# UN NOUVEAU 24 HEURES VOIT LE JOUR



COMMUNIQUÉ DE PRESSE  
pour diffusion immédiate

## Nouveau site, nouvelle mission, nouveaux collaborateurs

**Montréal, le jeudi 4 février 2021** – Aujourd’hui marque le dévoilement d’un important repositionnement pour le quotidien **24 heures**, que les Québécois connaissent depuis 2003. En effet, le **24 heures** est heureux de présenter une toute nouvelle mission éditoriale et une nouvelle identité, dans le but de rejoindre les plus jeunes générations.

Le **24 heures** a désormais pour mandat de traiter, décortiquer et expliquer la nouvelle différemment, en se basant sur la façon dont les plus jeunes consomment les contenus. L’information ainsi que le divertissement se côtoieront dans cette nouvelle offre médiatique.

« On présente un média complètement ancré dans la culture numérique d’aujourd’hui, où les grands enjeux des jeunes générations seront discutés, où les prises de parole seront quotidiennes et où le dialogue sera constant, explique **Charles D’Amboise**, le directeur adjoint des contenus d’information. De nouvelles thématiques viendront enrichir l’offre de contenu. Il sera donc question d’actualité, à travers des enjeux touchant notamment la crise climatique, la politique, la santé, la sexualité, l’éducation, de même que la consommation, tant numérique, qu’éthique », poursuit-il.

De nouveaux collaborateurs seront dévoilés au courant des prochaines semaines. Ils partageront leur expertise et leur point de vue sur des sujets chauds de l’actualité. Notamment, **Rose-Aimée Automne T. Morin** nous parlera d’intimité et de sexualité. **Philippe Néméh-Nombré** se prononcera sur les enjeux sociaux de l’heure et **Léa Ilardo** amènera des solutions concrètes aux enjeux climatiques.

- ▶ Découvrez la section **Urgence climat** avec [la bande-annonce suivante](#)
- ▶ Voyez le [portrait vidéo de Shina Nova](#) une créatrice de contenu inuite
- ▶ Lisez le reportage [Les prochaines élections se dérouleront sur TikTok](#)





# Virage numérique sur le 24heures.ca

Le virage numérique s'exprime tant sur le fond que sur la forme, dans le choix des sujets jusque dans leur traitement. Des formats courts et synthétisés visent à expliquer et à mettre en contexte l'actualité ou des concepts parfois complexes. On y retrouve des portraits de personnes inspirantes et de gens qui incarnent le changement ici, chez nous, de même que des couvertures et des reportages axés sur les solutions et l'innovation. Des contenus plus étoffés, des reportages terrain et des incursions sont aussi au cœur du **24 heures**.

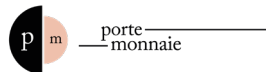
À cette nouvelle plateforme se greffe tout un écosystème de marques reconnues qui rejoignent déjà des audiences plus jeunes, soit : **Le Sac de chips, billie, Silo 57, Pèse sur start et Porte-Monnaie**.



LE SAC DE CHIPS

billie

SILO 57



**Plus de 600 000 visiteurs uniques consultent ces marques numériques chaque semaine\***

\*Données venant de Google Analytics, moyenne hebdomadaire des visiteurs uniques entre le 1er janvier 2020 et le 31 décembre 2020.

## Du nouveau aussi pour le papier !

En plus de la nouvelle orientation de sa version numérique, le **24 heures** aura une version hebdomadaire papier. Pensée à la manière d'un magazine, l'édition papier sera distribuée tous les jeudis et continuera d'être gratuite.

**Charles D'Amboise** est disponible pour des entrevues sur demande

### Renseignements

Annie Martineau | attachée de presse | NumériQ  
annie.martineau@quebecormedia.com | 514 947-4522

**SUIVEZ-NOUS SUR LE 24HEURES.CA**

 Instagram

 Facebook

 Twitter

