

**20**  
minutes

ÉDITION DE RENNES

MONDE



La révolution ravive  
la femme en Egypte  
et en Tunisie P.8

TÉLÉFILM

Bruno Solo défend  
Mendès France P.12

CINÉMA



Le beau duo  
des frères  
boxeurs de  
« Fighter » P.10

RUGBY

Yoann Huget est loin  
d'avoir transformé  
l'essai chez les Bleus P.14

JUSTICE **LE PROCÈS CHIRAC**  
**DE PLUS EN PLUS FICTIF** P.4

www.20minutes.fr

MERCREDI 9 MARS 2011 N° 2001

# LA BRETAGNE À GRANDE VITESSE

Le potentiel touristique de Rennes, Saint-Malo et Vannes  
va considérablement s'accroître avec l'arrivée de la LGV.  
Le Finistère est plus amer P.3



papier recyclé, ne jetez pas ce journal sur la voie publique : donnez-le. Merci!

**N°1**

de la presse  
quotidienne nationale  
avec 2 759 000 lecteurs

de la presse quotidienne gratuite d'information  
en régions avec 1 195 000 lecteurs

**20**  
minutes

En offrant tous les jours un libre accès à  
l'information, 20 Minutes est le quotidien  
national le plus lu.

L'INFORMATION EST UN DROIT

# 20 MINUTES

## Le quotidien des actifs urbains

### UN CONTRAT DE LECTURE SIMPLE

- Une info essentielle
- Utile
- De proximité
- Positive

### UN FORMAT PRATIQUE ET ATTRACTIF

Pour un lecteur qui peut être en situation de mobilité

- Demi Berlinois
- Maquette ergonomique toute en couleur, des repères visuels lisibles
- Chemin de fer clair et structuré

### UNE RÉDACTION EXIGEANTE, ENGAGÉE MAIS NON PARTISANE

- Une exigence : une équipe réactive de **100 journalistes** proches du terrain, 17 correspondants à l'étranger.
- Un engagement : **l'accessibilité**. Parce que l'information est un droit.
- Une responsabilité : **la neutralité**. Pour que chacun puisse se faire sa propre opinion.
- Une interactivité : une rédaction **à l'écoute** de ses lecteurs (Un panel régulièrement consulté)

### UNE LIGNE ÉDITORIALE VARIÉE

Une diversité de rubriques bien identifiées, en phase avec les attentes des actifs urbains



L' **ACTU CHAUDE EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL** avec une rubrique **ÉCONOMIE/EMPLOI**. Une rubrique **SANTÉ** le mardi, **PLANÈTE** le mercredi.

Le "magazine" **CULTURE, TV-Médias, 2.0 Week-end, Sport**

### DES SUPPLÉMENTS THÉMATIQUES

Plus de 40 éditions par an sur le print et sur le web.

### MISSION

Contribuer au droit à l'information à travers la gratuité, l'accessibilité physique et intellectuelle, l'utilité et l'interactivité.



La rédaction 20 Minutes a reçu le grand prix de la presse internationale 2010 (décerné par l'Association de la Presse Etrangère)

# UN RÉSEAU DE DISTRIBUTION PUISSANT ET PRÉCIS

**13 787 exemplaires** en moyenne chaque jour sur T1 2011 à Rennes<sup>®</sup>  
 (11 928 exemplaires en moyenne chaque jour en 2010)  
 Une diffusion chrono et géomarkétée pour être au plus près des actifs rennais.

Distribution par colportage sur les principaux sites de transport en commun (gares, stations de métro ou de bus) et sur une sélection de sites tels que des grands pôles d'affaires et universitaires. L'ensemble de ces points de distribution répondent à la volonté de 20 Minutes de faciliter l'accès à l'info au plus grand nombre d'actifs urbains en début de journée.



## N°1 DE LA PRESSE QUOTIDIENNE GRATUITE D'INFORMATION EN RÉGIONS<sup>®</sup>

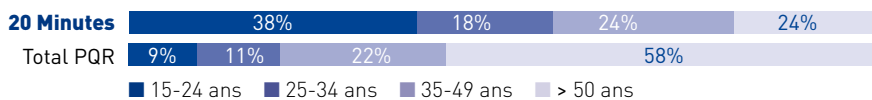
Nombre de lecteurs (LNM, 15 ans et +)



**sur les 25-49 ans (42% du lectorat)**

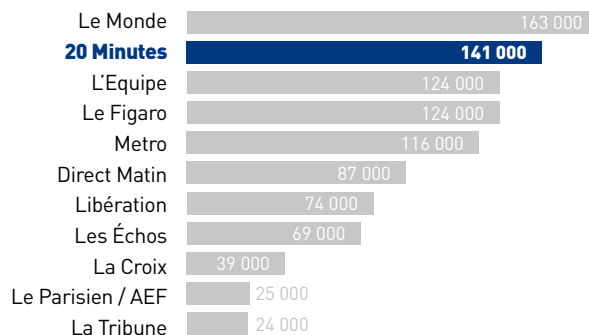
**sur les femmes (47% de femmes)**

**sur les actifs (57% d'actifs)**

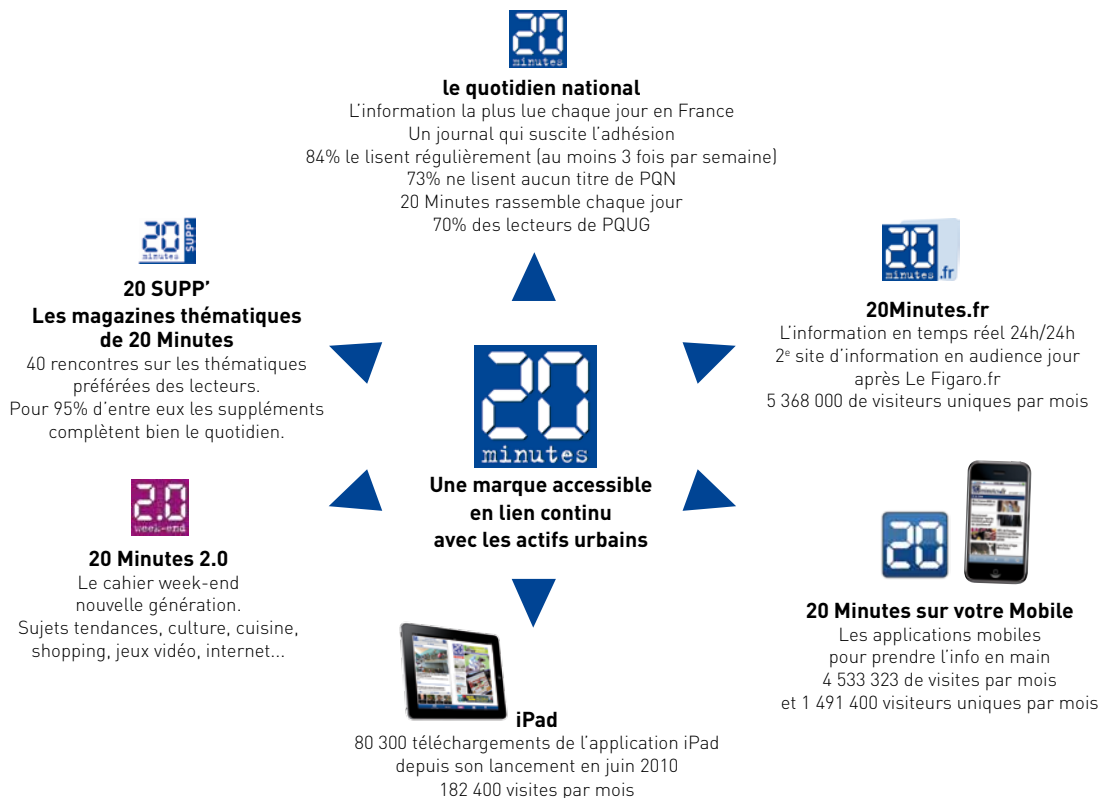


## N°2 DE LA PRESSE QUOTIDIENNE SUR LA CIBLE PREMIUM EN RÉGIONS<sup>®</sup>

Nombre de lecteurs (LNM, 18 ans et +)



# UNE MARQUE MÉDIA RÉFÉRENTE ET INNOVANTE



SAVOIR-FAIRE AU SERVICE DES ANNONCEURS



## UN PÔLE EXPERT ET CRÉATIF POUR PLUS D'EFFICACITÉ



### DES CAMPAGNES PRINT IMPACTANTES

Création sur mesure pour la marque (adaptée à l'univers visuel de la marque, au produit...)  
Intégration dans un contexte spécifique



### DES SOLUTIONS STREET POUR DÉMULTIPLIER L'EFFICACITÉ

Distribution, par des colporteurs dédiés, d'échantillons (produits frais ou secs), de leaflets, de catalogues...  
Possibilité de scénarisation des points (parasol, stickers, PLV...)  
Sur un réseau fait sur mesure (ciblage de la zone de chalandise via le logiciel de géomarketing Experian)



### DES CAMPAGNES DÉCLINABLES SUR TOUS LES MÉDIAS

20minutes.fr, applis Iphone, Nokia, Ipad...



## VOTRE CONTACT À RENNES

**Audrey Paris** *Chef de Pub Précom Rennes* > 02 99 26 45 51 - [audrey.paris@precom.fr](mailto:audrey.paris@precom.fr)

## CONTACT RÉSEAU

**Jean-Marc Gillet** *Directeur de la Publicité Régionale* > 01 72 74 53 90 - [jmgillet@20minutes.fr](mailto:jmgillet@20minutes.fr)

**Catherine Le Saout** *Directrice Adjointe de la Publicité Régionale* > 01 72 98 55 06 - 06 22 91 19 77 - [clesaout@20minutes.fr](mailto:clesaout@20minutes.fr)

>> Plus d'infos sur [www.20minutes-media.com](http://www.20minutes-media.com) (tarifs, case studies,...)

>> Possibilité de téléchargement des 6 dernières éditions de Rennes sur [20minutes.fr](http://20minutes.fr)