



Communiqué de presse

Mercredi 15 février 2012

sous embargo jusqu'au jeudi 16 février 2012

Résultats financiers 2011 : développement et rentabilité pour 20 Minutes France

20 Minutes confirme de nouveau la rentabilité et la profitabilité de son modèle économique pour la 4^{ème} année consécutive en dépit de forts développements - autofinancés intégralement - menés à la fois sur le print et le digital tout au long de l'année 2011.

En 2011, 20 Minutes France a accéléré son développement avec :

- Le **lancement d'une Edition France**, diffusée dans 20 nouvelles agglomérations en mars 2011
- La **montée en puissance de son site internet 20minutes.fr** qui réalise la plus forte progression d'audience des sites d'info en 2011 (+28% vs 2010 ¹) et consolide sa place dans le top 3 des sites d'info en France
- Des **développements majeurs sur les supports mobiles** (smartphones et tablettes) dont la refonte des appli mobiles et le lancement de la V2 de l'appli iPad

Résultats 2011 : une rentabilité confirmée

Sur l'exercice 2011, 20 Minutes réalise :

- **un Chiffre d'Affaires de 60,5 millions d'euros, en croissance de plus de 16%** (+ 51,2% sur le CA Digital)
- **un résultat d'exploitation (EBITDA) de 2,5 millions d'euros pour l'ensemble des activités de 20 Minutes France, positif pour la 4^{ème} année consécutive**
 - Le seul quotidien 20 Minutes affiche quant à lui un résultat d'exploitation positif pour la 5^{ème} année consécutive malgré 6 Millions d'Euros consacrés au lancement de l'édition nationale, en mars 2011
 - L'activité « Digital » dégage une rentabilité de plus de 25% sur l'année

Sur le 4^{ème} trimestre 2011, - traditionnellement le plus favorable - 20 Minutes France enregistre un taux d'EBITDA rapporté au CA de 17,2%.

¹ Source MNR

Chiffres clés

T4	T4	Δ	20 MINUTES	12 mois	12 mois	Δ
2010	2011	T4	(en millions d'€)	2011	2010	12 mois
15,3	16,6	8,5%	Revenus Print	54,7	48,5	12,7%
1,4	2,0	42,9%	Revenus Digital	5,9	3,9	51,2%
16,7	18,6	11,4%	Revenus	60,6	52,4	15,6%
-12,0	-14,5	20,8%	Dépenses Print	-53,7	-44,8	19,9%
-0,9	-0,9	0,0%	Dépenses Digital	-4,4	-4,0	10,0%
-12,9	-15,4	19,4%	Dépenses	-58,1	-48,8	19,1%
3,3	2,1		EBITDA Print	1,0	3,7	
0,5	1,1		EBITDA Digital	1,5	-0,1	
3,8	3,2		EBITDA	2,5	3,6	

En 2012, 20 Minutes poursuit son développement avec une nouvelle extension de couverture géographique de son quotidien dans 8 agglomérations supplémentaires depuis le 4 janvier 2012 mais aussi à travers de nouveaux projets sur le digital notamment la sortie de la V3 de l'appli iPhone prévue courant février.

Contacts presse :

Anne Baron

01 72 74 53 80 - abaron@20minutes.fr

Nathalie Desaix

ndesaix@20minutes.fr

A propos de 20 Minutes et 20minutes.fr

Créé en mars 2002, 20 Minutes est le **1er quotidien national** lu par **2 759 000 lecteurs**⁽¹⁾ chaque jour. Présent dans **40 agglomérations françaises**, il couvre en 2012 plus d'1 Français sur 2 et 15 millions d'actifs urbains⁽²⁾.

20minutes.fr a enregistré **5,5 millions de visiteurs uniques**⁽³⁾ en décembre 2011. Sur le mobile, 20minutes.fr atteint plus **6,2 millions de visites**⁽⁴⁾ et **39 millions de pages vues**⁽⁴⁾ pour ses applications mobiles. Sur l'iPad, l'application 20 Minutes obtient **438 000 visites** et **4,8 million de pages vues**⁽⁵⁾ en décembre 2011.

20 Minutes France SAS est détenu à 50% par **Schibsted**, l'un des plus grands groupes scandinaves de médias, et par le **groupe Sipa Ouest-France** (éditeur du 1er quotidien français payant).

(1) Etude Audipresse - EPIQ 2010 - LNM 15 ans + - (2) Insee - (3) Médiamétrie Nielsen NetRatings (décembre 2011) - (4) OJD Mobile - décembre 2011 - (5) XiTi décembre 2011