



Communiqué de presse

Mardi 22 novembre 2011

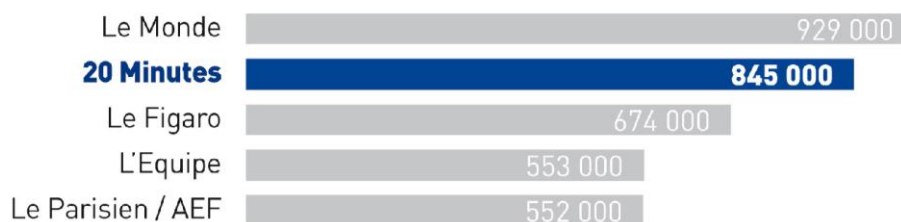
EMBARGO JUSQU'AU 22 novembre 2011 à 11H

Audience PREMIUM : 20 Minutes accède à la 2^{ème} place du podium de la Presse Quotidienne Nationale

L'étude Audipresse PREMIUM mesure l'audience des titres de presse sur une cible «haut de gamme», composée de cadres, de dirigeants d'entreprises, de professions libérales médicales ou intellectuelles et de l'ensemble des membres âgés de 18 ans et plus des foyers aisés.

Particulièrement estimée des marques et des annonceurs, la cible PREMIUM est une population unique par son pouvoir d'achat et/ou son pouvoir de décision, **sur laquelle 20 Minutes réunit désormais 845 000 lecteurs chaque jour, soit une pénétration de 11,3%.**

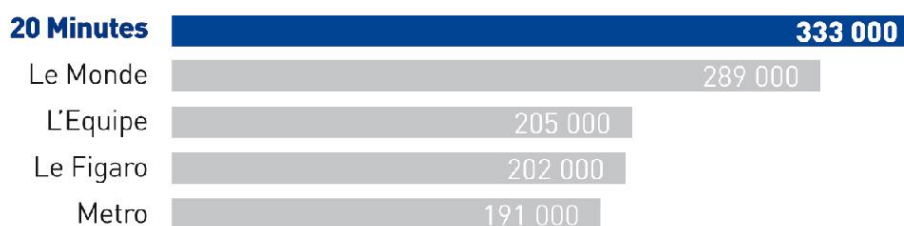
Nombre de lecteurs Premium (cible Ensemble LNM)



20 MINUTES S'IMPOSE COMME LE TITRE DE PRESSE QUOTIDIENNE NATIONALE LE PLUS PERFORMANT AUPRES DES CIBLES STRATEGIQUES

- N°1 sur les Hauts Revenus moins de 50 ans avec 333 000 lecteurs, 20 Minutes est confirmé comme le quotidien le plus lu, chaque jour, par les consommateurs au plus fort pouvoir d'achat.

Nombre de lecteurs Hauts Revenus – de 50 ans Premium (LNM)



- N°1 sur la cible Cadres et Dirigeants, 20 Minutes est également confirmé comme **le quotidien le plus lu, chaque jour, par les décideurs économiques et business managers.**

Nombre de lecteurs Premium cadres et dirigeants

20 Minutes	399 000
Le Monde	371 000
Le Parisien / AEF	304 000
Les Échos	269 000
L'Equipe	262 000

- **N°1 sur les PREMIUM Actifs Urbains (avec 411 000 lecteurs) et N°1 sur les Femmes Cadres (avec 370 000 lectrices par jour), 20 Minutes est également confirmé comme le quotidien le plus lu, chaque jour, par les cibles PREMIUM les plus consommatrices et les plus jeunes.**

UN LECTORAT QUALITATIF FIDÈLE ET EXCLUSIF À LA MARQUE 20 MINUTES

20 Minutes, une marque média ancrée dans le quotidien de ses lecteurs Premium, qui en font leur principale source d'information

- **80 %** des lecteurs Premium de 20 Minutes lisent le journal au moins 3 fois par semaine (base LDP).
- **57 %** des lecteurs Premium de 20 Minutes ne lisent pas de titres de presse quotidienne nationale payante
- Au total **1 910 000 lecteurs Premium** consultent au moins un support de la marque 20 Minutes chaque semaine (print, web, site mobile, application mobile et tablette), soit un taux de pénétration de plus de 25%

Ces derniers résultats d'audience - auprès d'un public VIP conjuguant à la fois haut pouvoir d'achat personnel et pouvoir de décision professionnel dans la société - affirment incontestablement la spécificité et la pertinence du positionnement de 20 Minutes en tant que marque média puissante, qualitative et fédératrice de l'ensemble des consommateurs français.

Contact presse :

Anne Baron

01 72 74 53 80 / infopresse@20minutes.fr

A propos de 20 Minutes et 20minutes.fr

1^{er} quotidien national lu par **2 759 000 lecteurs**⁽¹⁾ chaque jour sur Paris, Lille, Lyon, Marseille-Aix, Bordeaux, Toulouse, Nantes, Strasbourg, Nice-Cannes et Grenoble. **A ces 2 759 000 lecteurs s'ajoutent désormais le lectorat de Montpellier depuis le 21 septembre 2010, le lectorat de Rennes depuis le 22 novembre 2010 et le lectorat des 20 nouvelles agglomérations de l'édition France depuis le 16 mars 2011.**

20minutes.fr a enregistré **plus de 5.5 millions de visiteurs uniques**⁽²⁾ sur septembre 2011. Sur le mobile, 20minutes.fr atteint **plus 5.8 millions de visites**⁽³⁾ et **32 millions de pages vues**⁽³⁾ pour ses applications mobiles. Sur l'iPad, l'application 20 Minutes obtient **320 000 visites et 1.8 million de pages vues**⁽⁴⁾ en septembre 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 1^{er} quotidien régional français), via Sofiouest (25%) et SPIR Communication (25%).

(1) TNS-SOFRES - Etude EPIQ 2010 – LNM 15 ans et + (2) Médiamétrie NetRatings Home & Work (septembre 2011) - (3) OJD – octobre 2011 - (4) XiTi octobre 2011