



20 Minutes accroît sa couverture nationale de 25% avec l'extension de son réseau de distribution à 8 nouvelles agglomérations françaises

20 Minutes, 1^{er} quotidien en France poursuit sa stratégie de développement et confirme son arrivée dans 8 nouvelles agglomérations dès le 4 janvier 2012. Le réseau de distribution du journal 20 Minutes passera ainsi de 32 à 40 aires urbaines françaises.

La diffusion au service de l'audience

Près de 9 mois après le lancement de son édition nationale dans 20 agglomérations (élargissant la couverture géographique de son réseau de distribution en passant de 12 à 32 aires urbaines) et compte tenu du succès constaté auprès des nouveaux lecteurs, 20 Minutes continue le déploiement de sa diffusion dans 8 agglomérations françaises de plus de 100 000 habitants, à compter du 4 janvier 2012. Précurseur dans une vision stratégique de la diffusion au service de l'audience, 20 Minutes parvient à ainsi s'imposer comme le quotidien de la France urbaine à travers une marque media puissante.

Sur le plan éditorial, cette nouvelle dimension permettra aussi d'enrichir encore davantage le traitement de l'actualité nationale dans les pages de l'édition France.

Un mass média incontournable sur la cible des actifs urbains

Cette extension de territoire vise également à répondre encore davantage aux attentes des annonceurs en termes de contraintes de couverture, notamment auprès des marques enseignes à réseau. Le journal 20 Minutes est, en effet accessible à plus d'un Français sur 2, et à 98% des actifs urbains.

« Comme annoncé lors du 63^{ème} Congrès mondial des journaux, qui s'est tenu à Vienne le mois dernier, ce développement de marque est la poursuite logique de notre stratégie qui vise à faire de 20 Minutes une marque d'information nationale de référence, tant sur le web qu'à travers la couverture géographique de notre quotidien print. Fidèles à nos convictions et fiers de nos valeurs liées au droit à l'information, l'accessibilité de 20 Minutes à un public toujours plus grand répond historiquement à notre volonté d'encourager la lecture, la culture, la participation sociale et l'éveil démocratique. », Pierre-Jean Bozo, président de 20 Minutes France.

Contacts presse :

Anne Baron

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

Nathalie Desaix

06 86 58 25 08 / ndesaix@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