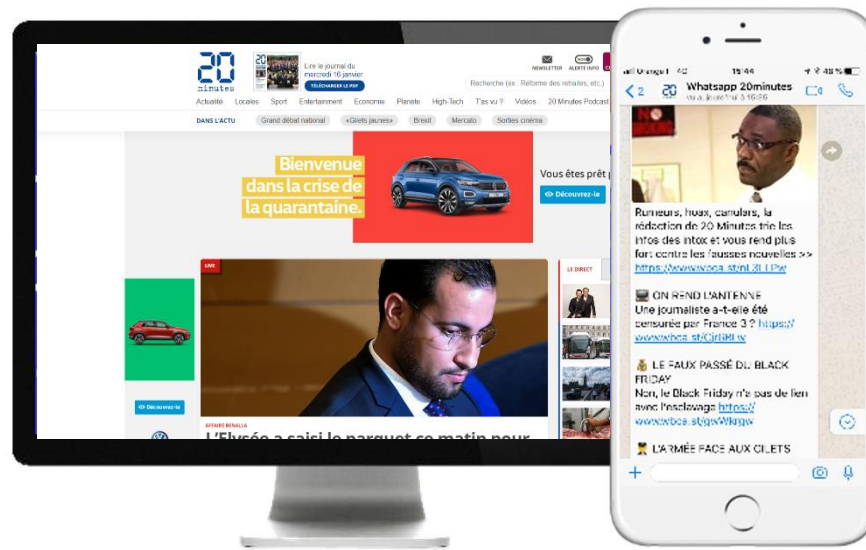


22,1 M. +1,3%

Avec une **audience qui progresse**, 20 Minutes est aujourd'hui une marque choisie par plus de 40% des Français de 15 ans et + pour s'informer à travers l'ensemble de ses supports numériques et print.



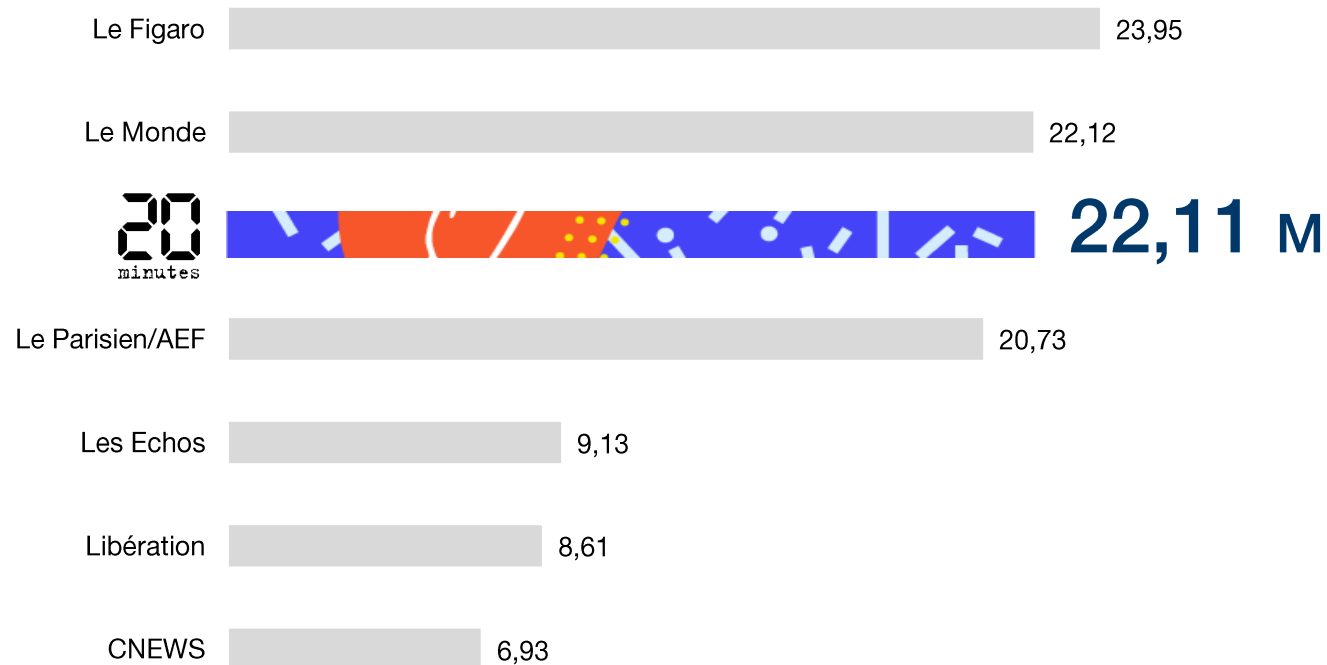
Source : ACPM One Global V3 2018 – Audience Brand One Global 30 J. – Cible France entière 15+ - évol. vs V2 2018

20
minutes

DANS LE TRIO DE TÊTE DE L'ACTU

(pas mal quand on n'a même pas 20 ans)

Nbre de lecteurs/mois sur l'ensemble des supports en M



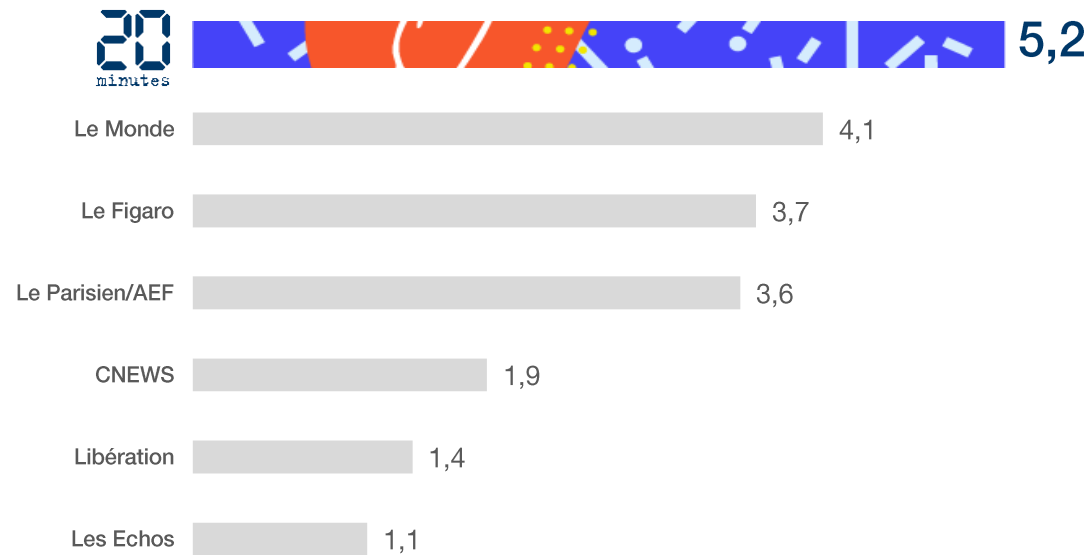
Source : ACPM One Global V3 2018 – Audience Brand One Global 30 J. – Cible France entière 15+ - UC PQN + PGI



... ET MÊME N°1 AU QUOTIDIEN !

Avec plus de 5 millions de lecteurs chaque jour sur l'ensemble de ses supports, 20 Minutes est la marque d'info quotidienne n°1 !

Nbre de lecteurs/jour (en millions) sur l'ensemble des supports




Source : ACPM One Global V3 2018 – Audience cross média 1 jour (print-Internet fixe-Internet mobile-Internet tablette) – Cible France entière 15+







JEUNES ACTIF(VE)S URBAIN(ES)

Une audience...

...**MIXTE** [51% de femmes / 49% d'hommes

...**JEUNE** [59% de -50 ans 

...**PREMIUM** [62% d'actifs + 
34% de CSP+ 

...**URBAINE** [57% d'urbains 
23% en agglo. paris. 

Source : ACPM One Global V3 2018 – Audience Brand One Global 30 J. – Cible France entière 15+
CSP+ = artisans-commerçants, professions interm., chefs d'entreprise 10 salar. et +, cadres et professions intell. sup. / Urbains = agglo. > 100 000 hab. + Paris RP

