



Communiqué de presse

Lundi 19 janvier 2015

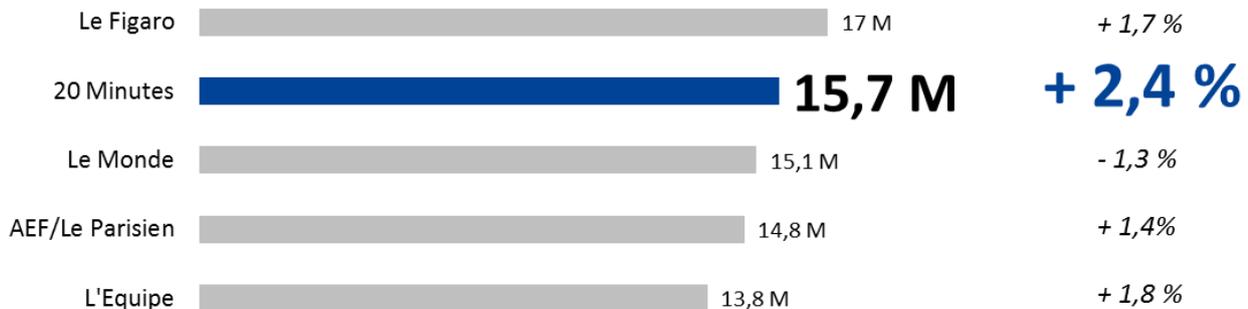
sous embargo jusqu'au mardi 20 janvier 2015

Audience AudiPresse ONE Global Vague 4 **20 Minutes : une marque d'info installée dans le quotidien de 15 708 000 de Français**

Les résultats observés pour 20 Minutes dans cette nouvelle vague de l'étude Audipresse ONE GLOBAL confirme le réel attachement des Français à la marque 20 Minutes. Ils démontrent aussi qu'elle est durablement installée non seulement dans le paysage médiatique mais aussi et surtout dans les usages...

20 Minutes, la meilleure progression du top 3 des marques PQN + PGI

En progression de 2,4% (moyenne ensemble presse : 1,9%), avec 15,7 millions d'utilisateurs chaque mois, **20 Minutes réalise la meilleure progression du top 3 des marques de presse quotidienne.**



Un leadership absolu auprès des populations qui comptent vraiment...

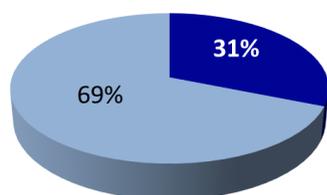
Toujours N°1 auprès des autres cibles influentes et stratégiques telles que les Actifs Urbains ; les 15-34 ans ; les 15-49 ans ; les CSP+ – de 50 ans, 20 Minutes renforce son positionnement, à la fois, d'acteur dominant et de marque "bien dans son temps".

Print & numérique : 20 Minutes à l'équilibre sur ses deux jambes

Aujourd'hui organisé comme un pure-player qui édite aussi un journal, 20 Minutes se situe **parmi les marques de presse les plus numériques et convergentes** : le nombre de multi-readers (lecteurs d'au moins deux supports) représentent désormais 3,2 millions de personnes, soit une progression de +13% vs la dernière vague.

En structure, l'audience de 20 Minutes s'équilibre parfaitement entre utilisateurs numériques (49%) et lecteurs exclusifs print (51%), confirmant que la marque a déjà franchi le cap de la mutation numérique et qu'elle est bel et bien devenue **une plateforme d'information globale**.

Des lectures numériques de plus en plus mobiles



■ Internet mobile ■ Internet fixe

Marque de la mobilité depuis sa création en 2002, cette dimension de 20 Minutes se retrouve aussi dans les audiences : **le mobile représente plus de 31% des lectures numériques** (vs moyenne ensemble presse : 27%)

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

Depuis 2012, 20 Minutes est la 2^{ème} marque de presse d'actualité avec **15,7 millions de consommateurs*** chaque mois (print, web, mobile, tablette), soit 1 Français sur 3^(1**) et 1 Actif Urbain sur 2 en contact avec 20 Minutes.

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 français payant).

*Etude AudiPresse ONE Global 2014