



Communiqué de presse

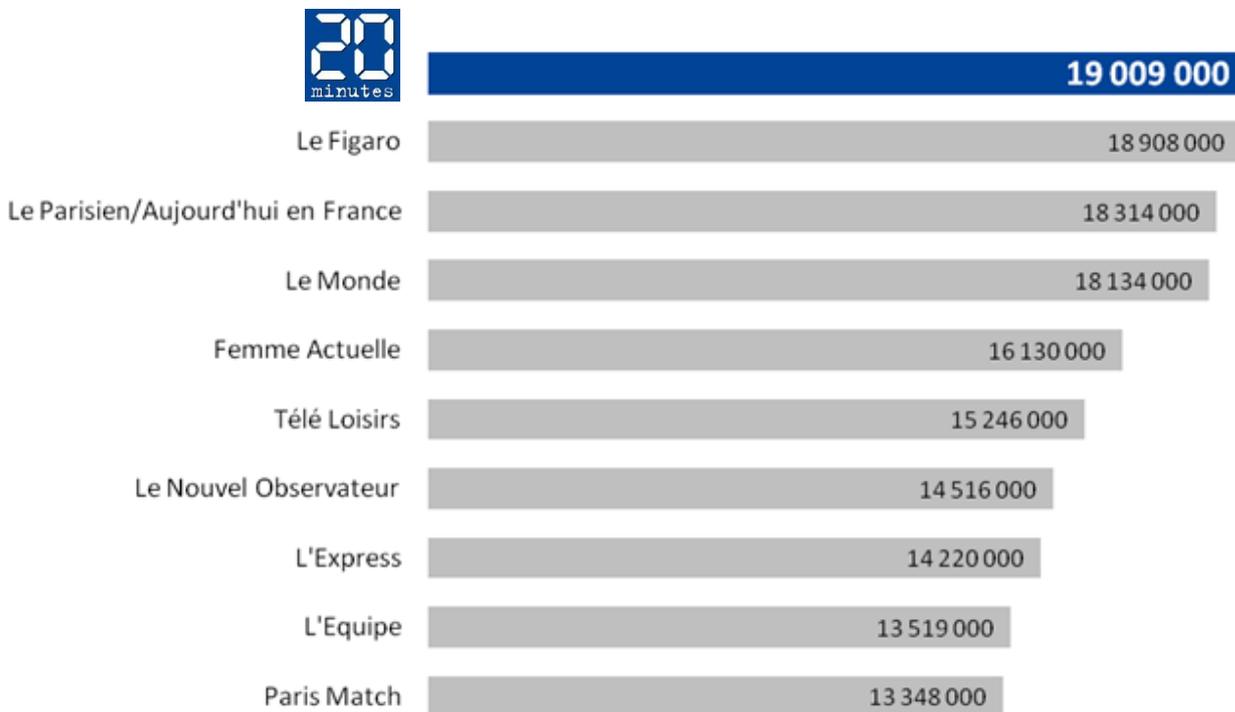
Mercredi 8 avril 2015
Sous embargo jusqu'au jeudi 9 avril à 20H

Etude AudiPresse ONE V1 2015 : 20 Minutes devient n°1

Sur cette 1^{ère} vague de l'étude ONE Global 2015, 20 Minutes devient la marque de presse leader en France, tous titres de presse confondus, avec **19 millions d'individus en contact avec la marque** (print, web, mobile), soit 37% des Français âgés de 15 ans et plus.

Signe de la formidable digitalisation de 20 Minutes, 66% de ses utilisateurs sont numériques.

Nombre de lecteurs print, web et mobile par mois – toutes catégories



Source AudiPresse ONE Global V1 2015 – indicateur Brand Global

20 Minutes au rendez-vous

Avec les événements tragiques de janvier, l'ensemble des marques d'info a été beaucoup plus consulté : +14% d'audience vs la vague précédente. La progression est de +21% pour 20 Minutes.

Ces résultats confirment combien 20 Minutes est installé dans le quotidien des Français. Ils prouvent également que lors des grands temps forts de l'actualité, 20 Minutes se révèle une référence pour s'informer, grâce à une rédaction réactive et mobilisée.

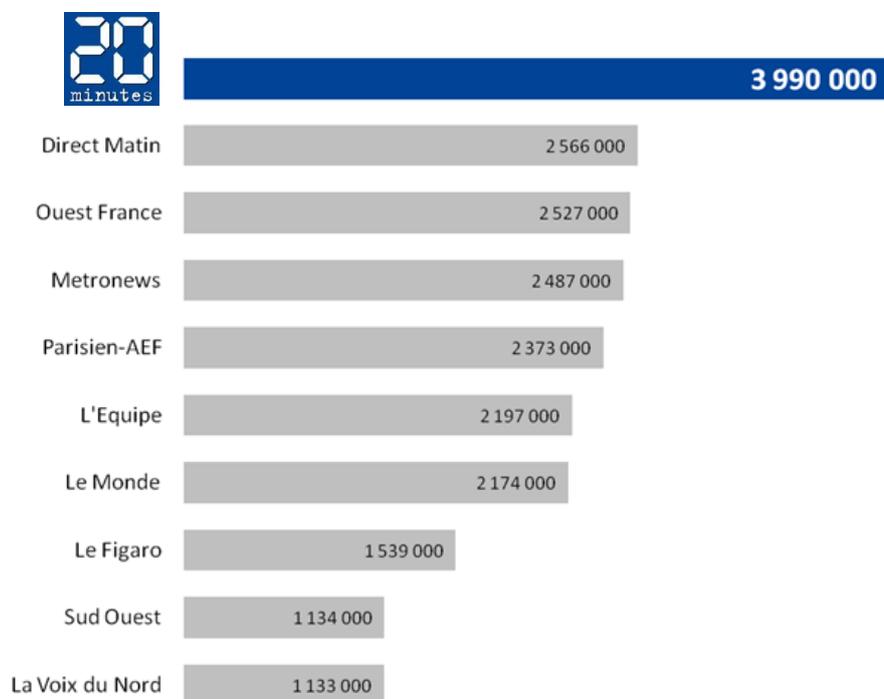
20 Minutes : La percée du mobile

Parmi les utilisateurs numériques, 42% sont des mobinautes, soit 5,2 millions (+157% en un an). Cette percée du mobile, déjà observée dans les précédentes vagues, conforte 20 Minutes comme le réflexe info des actifs urbains en mobilité permanente. En phase avec les usages, **20 Minutes est consulté sur mobile par 28% de ses utilisateurs** (vs ens. marques de presse : 21%). On compte même 2,2 millions d'individus qui ne consultent 20 Minutes que sur mobile.

... et toujours le journal le plus lu chaque jour !

20 Minutes demeure le leader incontesté des journaux "papiers" avec **4 millions de lecteurs chaque jour**, toujours très loin devant le reste du classement puisqu'il compte 1,4 million de lecteurs en plus que le 2^{ème} titre.

Nombre de lecteurs par jour – UC presse quotidienne



Source : étude AudiPresse ONE 2014 – indicateur LNM 15+

20 Minutes maintient son **leadership également sur toutes les cibles stratégiques** : CSP+, 25-49 ans, Actifs Urbains, etc.) et bénéficie d'une grande cohérence de profil entre ses lecteurs print, ses mobinautes et ses internautes.

Contacts presse :

Anne Baron

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

Nathalie Desaix

01 53 26 64 93 / ndesaix@20minutes.fr

A propos de 20 Minutes

Avec 19 millions d'utilisateurs chaque mois, soit 1 Français sur 3, 20 Minutes est la marque d'info la plus puissante de France.

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 ONE Global V1 2015