



Communiqué de presse

Mercredi 8 juillet 2015

Sous embargo jusqu'au jeudi 9 juillet à 00h01

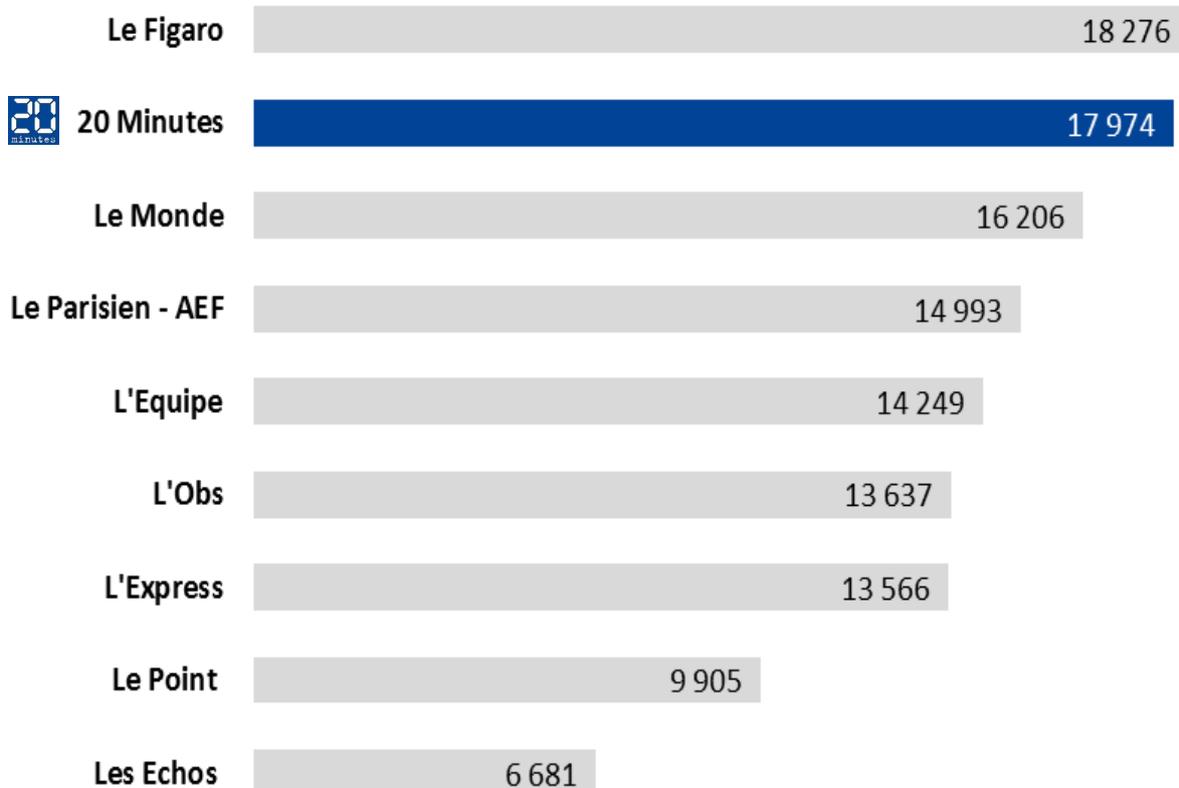
AudiPresse ONE V2 2015 : Le Figaro et 20 Minutes creusent l'écart

Sur cette 2^{ème} vague de l'étude ONE Global 2015 qui intègre pour la première fois les audiences des tablettes, 20 Minutes se positionne juste derrière Le Figaro avec près de **18 millions d'utilisateurs par mois**.

20 Minutes : N°2 des marques d'info en France

Nombre de lecteurs print, web, mobile et tablette par mois (en milliers)

UC : ensemble des marques de news dont l'audience tablette est mesurée



Source AudiPresse ONE Global V2 2015 – indicateur Brand Global (print, web, mobile, tablette)

20 Minutes : la meilleure progression d'audience Brand sur un an

A périmètre comparable (sans Panel Tablette) et sur un an, **20 Minutes réalise de loin la meilleure progression** d'audience avec **+ 10,7%** quand le top 10 des marques d'info évolue de +4,7% (+0,4% pour l'ensemble des marques de presse).

Sur le nouveau périmètre ONE Global, l'arrivée de la tablette dans la mesure apporte 5,6% d'utilisateurs supplémentaires à l'audience globale de 20 Minutes.

De plus en plus digitale, 20 Minutes compte **62% d'utilisateurs numériques** au sein de sa Brand. L'apport exclusif d'audience provenant du numérique est aujourd'hui de 65% : pour 100 lecteurs print en moyenne, le digital apporte 65 lecteurs supplémentaires (vs 42% moy. ensemble presse).

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 18 millions d'utilisateurs chaque mois, soit 1 Français sur 3, 20 Minutes est la marque d'info la plus puissante de France après le Figaro (18,3 millions d'utilisateurs).

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 V2 2015