



Communiqué de presse

Mercredi 6 avril 2016

Sous embargo jusqu'au jeudi 7 avril à 20H

Audience ACPM – ONE Global V1 2016 : 20 Minutes, leader incontesté chez les jeunes

Audience print : 20 Minutes, toujours le journal le plus lu en France

Loin devant le reste du classement (50% d'audience en plus que le 2^{ème}), le journal 20 Minutes rassemble 3,7 millions de lecteurs par numéro. Chaque semaine, ils sont 6,5 millions de lecteurs.

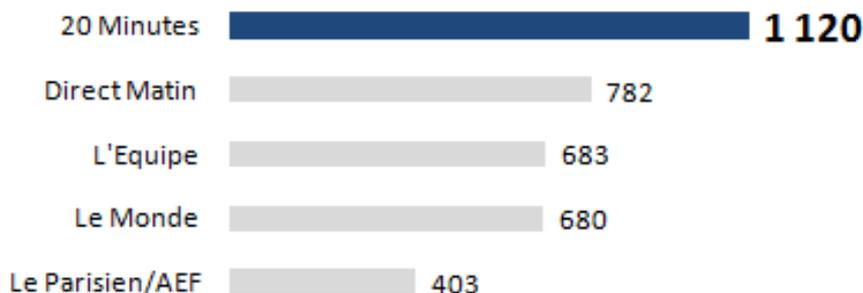
Ses lecteurs les plus accros et engagés : les jeunes !

20 Minutes est **le titre de presse le plus par les jeunes en France** avec 2 millions d'individus 18-30 ans qui lisent 20 Minutes chaque semaine.

Défiant les idées reçues selon lesquelles les jeunes ne liraient plus la presse, ils sont plus d'1 million de jeunes lecteurs chaque jour à lire la version papier de 20 Minutes. Structurellement, ils composent une des bases les plus solides de l'audience du journal puisque **les jeunes représentent près d'1/3 du lectorat** (vs 18% dans la population française).



Nombre de lecteurs LNM 18-30 ans / jour (en milliers)

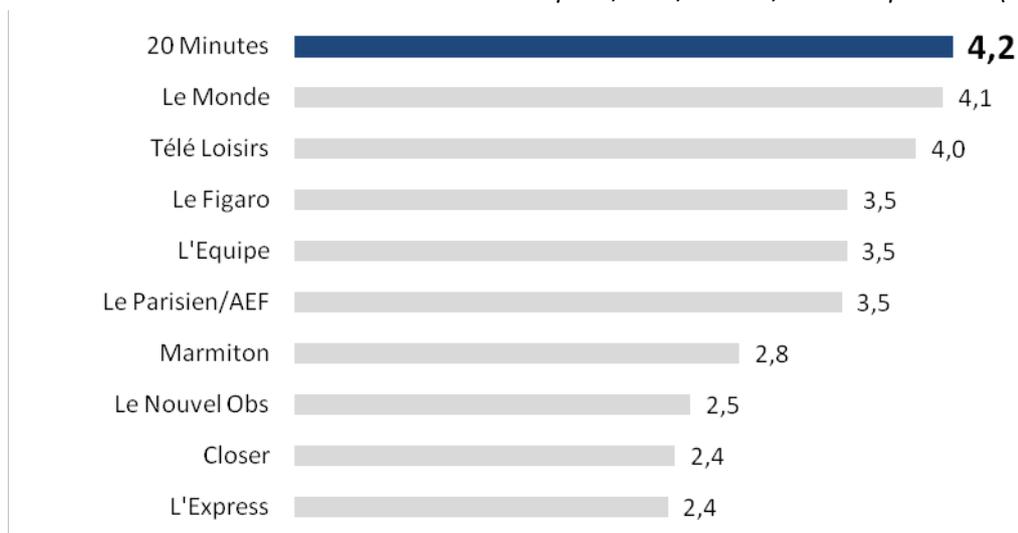


Audience « Brand » : plus d'1 Français sur 3 s'informe avec 20 Minutes

Sur l'ensemble de ses plateformes (print, web, mobile, tablette), la marque 20 Minutes rassemble chaque mois **18,5 millions d'utilisateurs**, soit plus d'1/3 de la population française âgée de 15 ans et +. Cette puissance se retrouve encore plus chez les jeunes 18-30 ans, une des cibles sur lesquelles 20 Minutes est leader : 4,2 millions consomment, chaque mois, la marque sur papier et/ou sur les supports numériques... soit près d' **1 jeune sur 2 en France**.

20 Minutes : la marque de presse N°1 chez les jeunes 18-30 ans

Nombre d'utilisateurs print, web, mobile, tablette par mois (en millions)



Une performance « brand » portée par la conso de l'info en mobilité



Pensée dès son lancement en 2002 pour répondre à un besoin d'info en mobilité permanente et anticipant les nouveaux usages, 20 Minutes s'est rapidement imposée dans le paysage média comme **la marque de la mobilité** : 70% de son trafic est aujourd'hui mobile (source Xiti, déc. 2015).

Au dessus de la moyenne de l'ensemble des marques de presse, **52% des lectures digitales de 20 Minutes sont réalisées sur un support mobile**. En parfaite cohérence avec son profil print, le profil des mobinautes 20 Minutes est jeune : 1,4 million de mobinautes 18-30 ans soit plus 1/3 de son audience mobile.

Un puissant ancrage de la marque 20 Minutes sur les réseaux sociaux

Très engagé dans le participatif et le collaboratif, 20 Minutes a amplifié au cours de ces 2 dernières années sa stratégie « social média », ce qui lui permet d'être suivie par une immense communauté sur les réseaux sociaux : 3,6 millions d'individus au total. Plus que cela, la marque entretient de véritables liens avec eux : 20 Minutes est **le site média français qui génère quotidiennement le plus d'interactions sur les réseaux sociaux** (rapport Graphystories, février 2016).

20minutes.fr récompensé d'une étoile ACPM

Avec 250 millions de visites enregistrées en plus en 2015, 20 Minutes est **le site grand public qui enregistre la plus forte progression** de l'univers Actualité/Info.

« *Cette étoile vient consacrer la réussite extraordinaire de 20 Minutes dans sa transformation* » souligne Olivier Bonsart, Président et directeur de la publication de 20 Minutes France.



A propos de « 20 Minutes » : 20 Minutes rassemble 18,5 millions d'utilisateurs chaque mois (print, web, mobile et tablette). Suivi par 1,9 million de followers sur Twitter et 1,6 million de fans sur Facebook, 20 Minutes est le site média français qui génère quotidiennement le plus d'interactions sur les réseaux sociaux (sources : étude ACPM ONE Global V4 2015 ; rapport Graphystories, février 2016).

Contacts presse : Anne Baron + 33 6 09 78 87 22 abaron@20minutes.fr

Nathalie Desaix ndesaix@20minutes.fr