

Coupe du Monde : le 16/07, 20 Minutes voit la vie en bleu !



Grâce à la mobilisation de l'ensemble de sa rédaction, dont deux envoyés spéciaux en Russie, 20 Minutes réalise des performances exceptionnelles sur le numérique, depuis le début de la compétition.

Des pics d'audience ont été observés ces derniers jours, à plus de 4 millions de Visites. Les lives des matches, les plus suivis, au ton si particulier et caractéristique de 20 Minutes, dépassent régulièrement les 300 000 visites en 90 minutes.

Porté par l'enthousiasme de ses lecteurs, ces succès d'audience et la qualification des Bleus en finale, 20 Minutes lance une édition spéciale le lundi 16 juillet, 100% dédiée à la Coupe du Monde 2018.

Le bouclage commercial est prévu demain jeudi 12 juillet à 17H.

« Ce dispositif exceptionnel est une opportunité pour les marques de toucher une audience très puissante et de créer l'impact en leur permettant d'adapter leurs annonces créatives au résultat de la finale. Notre service technique sera en effet en mesure de gérer les différentes versions de créas jusque tard dans la soirée » souligne Olivier Bonsart, président et directeur de la publication de 20 Minutes.

Quelques-unes historiques du journal qui ont créé l'événement...



A propos de 20 Minutes : Créé en 2002, 20 Minutes est un éditeur d'information indépendant détenu à parts égales par le groupe SIPA-Ouest-France, éditeur du 1er quotidien français payant et par le Groupe Rossel, le premier groupe de presse francophone belge. Il est le seul grand média français indépendant de tout groupe financier, industriel ou commercial. Son audience réunit 20,5 millions d'utilisateurs chaque mois dont 69% sont numériques. Il est le leader de l'info chez les Actifs Urbains. Mobilisée dans la lutte contre les fausses informations, la rédaction de 20 Minutes a obtenu la labellisation du très restreint [IFCN Network](#). L'entreprise a édité, en 2011, une [charte éthique et déontologique](#), définissant les valeurs ainsi que les règles de vie professionnelle portées par chacun des collaborateurs de 20 Minutes.

Source : étude ACPM ONE Global V4 2017

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