



Communiqué de presse

Le 11 juillet 2018

Sous embargo jusqu'au 12 juillet 2018

Audience ONE Global V2 2018 :

Dans le trio de tête des marques de news les plus puissantes, 20 Minutes réalise la meilleure progression

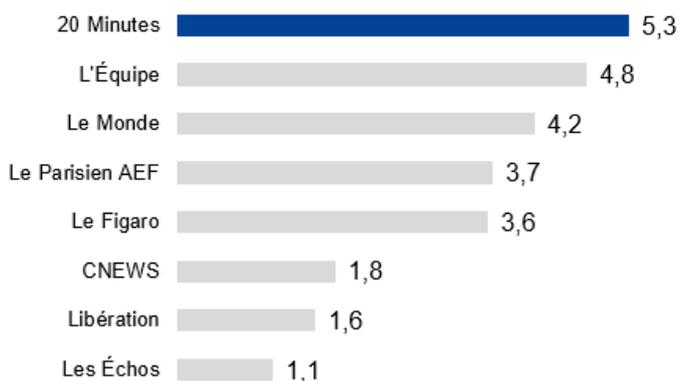
Selon la dernière étude ACPM ONE Global V2 2018, 20 Minutes réunit chaque mois 21,8 millions de lecteurs, soit une audience en hausse de 6,4% par rapport à la dernière vague. Cette performance est essentiellement réalisée grâce à l'explosion du mobile (+30%).

L'écart avec Le Figaro et Le Monde, avec lesquels il partage le podium, se réduit encore.

Les 5 infos à retenir, concernant l'audience de 20 Minutes

1. C'est la marque d'info la plus puissante au quotidien

Chaque jour, 20 Minutes est N°1 en couverture cross media avec 5,3 millions de personnes*.



* nombre de lecteurs quotidiens print-web fixe-mobile-tablettes selon plan média tous devices 1 jour – logiciel de médiaplanning Poppy Sysprint alimenté avec les données ACPM

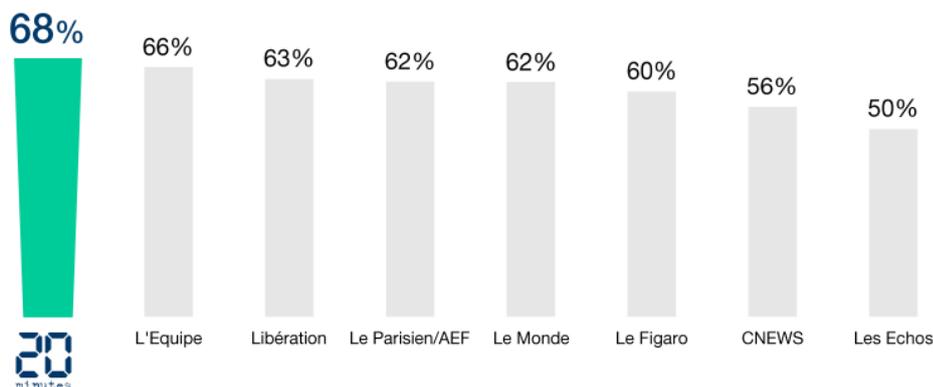
2. Son audience est en majorité numérique (71%)

Si 20 Minutes demeure le journal le plus lu chaque jour, son audience est aujourd’hui en majorité numérique. Au sein de l’audience globale, plus de **7 utilisateurs sur 10** consomment 20 Minutes via un support numérique (+10% vs vague précédente).

3. C’est la marque d’info la plus consultée sur mobile

Premier support numérique de 20 Minutes, le mobile représente 68% de l’audience digitale, soit 10,5 millions de mobinautes. 20 Minutes est la marque de news chez qui le mobile pèse le plus...

% de l’audience mobile dans l’audience numérique totale



4. C’est la marque N°1 sur les cibles stratégiques

Leader chez les Actifs Urbains, son cœur de cible historique, 20 Minutes est aussi N°1 chez les 25-49 ans, les Urbains, les Actifs, les CSP + Urbains, les Femmes 25-49 ans, etc.

Nbre de lecteurs/mois (en millions) sur l’ensemble des supports



5. C’est (toujours et de loin) le journal d’info le plus lu chaque jour

20 Minutes occupe, depuis 2006, la première place des journaux en France. Son audience représente 3,8 millions de lecteurs chaque jour. Parmi eux, la moitié ne lit aucun autre titre de presse quotidienne nationale.

C’est aussi le seul journal à toucher plus d’un million de jeunes 15-30 ans, soit le média le plus efficace pour toucher la cible millennials.

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 21,8 millions d'utilisateurs chaque mois dont 71% sont numériques. Il est le leader de l'info chez les 25-49 ans. 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 V1 2018

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