



Communiqué de presse

Le 18 septembre 2018

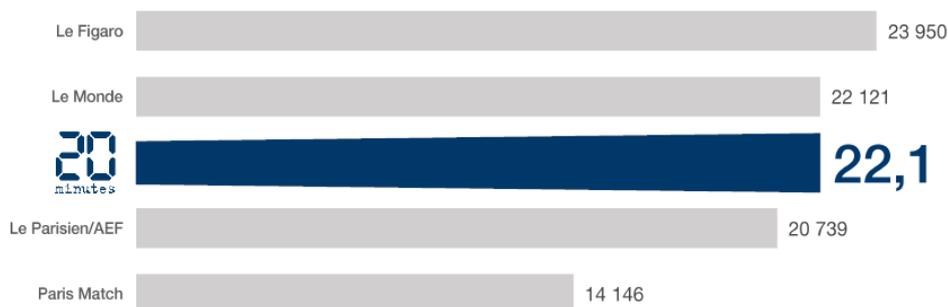
Sous embargo jusqu'au 20 septembre 2018

Audience ONE Global V3 2018 :

20 Minutes, 16 ans seulement et pourtant solide n°3 de l'info

Selon la dernière étude ACPM ONE Global V3 2018, 20 Minutes réunit chaque mois **22,1 millions** de lecteurs, soit une audience en hausse de 1,3% par rapport à la dernière vague.

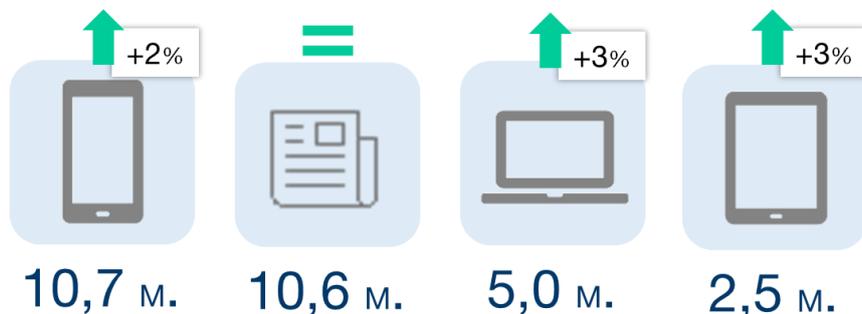
Nombre de lecteurs en millions sur l'ensemble des supports (par mois)



Le mobile devient le 1^{er} support de la marque 20 Minutes

Première source d'audience, le mobile pèse désormais près de la moitié de l'audience de 20 Minutes (49%) et représente 10,7 millions de mobinautes chaque mois.

Nbre de lecteurs/mois sur chacun des supports



« Cette dynamique mobile à laquelle échappe la mesure des "contenus distribués" tels que les contenus AMP, pourrait sans doute être encore plus forte... si ces données Médiamétrie étaient prises en compte par l'ACPM dans l'étude ONE Global » souligne M. Fromentoux, directeur du développement numérique de 20 Minutes.

Selon les chiffres de fréquentation des contenus distribués certifiés sur le mois d'août par l'ACPM, 20 Minutes est premier du classement sur AMP avec près de 18 millions de Visites.

Rang	Contenus Distribués	Type de Contenus	Visites Totales	Pages Vues
1	20 Minutes	AMP	17 914 316	21 907 053
2	France Info	AMP	17 336 894	21 471 506
3	Le Parisien	AMP	15 354 700	18 295 574

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 22,1 millions d'utilisateurs chaque mois dont 72% 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 V3 2018

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