



Communiqué de presse

Levallois-Perret, le 5 octobre 2022

20 Minutes est désormais distribué dans les stations de métro et RER

En partenariat avec RATP, 20 Minutes étend son réseau de diffusion à 315 nouveaux points de diffusion en Île-de-France.

20 Minutes poursuit sa stratégie de développement et réaffirme la place structurante du journal dans son modèle. A compter du lundi 3 octobre 2022, 20 Minutes sera accessible dans 108 stations de métro et de RER. Ce dispositif, complémentaire au réseau actuel, portera la diffusion à près de 490 000 exemplaires au total à Paris-IDF (soit + 20 % vs 2021), via 742 points de diffusion au total.

Depuis 20 ans, 20 Minutes ne cesse d'optimiser l'efficacité de son réseau de diffusion, qui a permis en grande partie le succès d'audience du journal. En augmentant ainsi sa couverture sur le bassin parisien, 20 Minutes affiche son ambition de consolider son positionnement de marque incontournable dans le paysage médiatique français.



La diffusion au service de l'audience. Ce nouveau réseau vient en complément du réseau de diffusion existant, qui représentait déjà, en Île-de-France, plus de 500 points de diffusion : colportage, gares SNCF, écoles, espaces de coworking, universités, administrations et entreprises. Avec le journal, 20 Minutes apporte, depuis 20 ans, un temps utile aux actifs urbains sur leur temps de transports; une valeur d'usage confirmée lors d'une récente étude réalisée par OpinionWay* : 92% déclarent que 20 Minutes leur offre une pause dans leur rythme au quotidien".

L'accessibilité comme valeur fondatrice : *"Ce développement est la poursuite logique de notre stratégie qui vise à conforter 20 Minutes en tant que marque d'information de référence, en particulier en Île-de-France. Fidèles à nos convictions et fiers de nos valeurs liées au droit à l'information, nous sommes heureux de nous associer à RATP pour permettre l'accessibilité de nos contenus à un public toujours plus grand. Cet engagement répond à l'une de nos valeurs fondatrices : encourager la lecture, la culture, la participation sociale et l'éveil démocratique ainsi qu'à une démarche servicielle commune à notre partenaire, RATP"* explique Frédéric Daruty, président et directeur de la Publication de 20 Minutes.

Le journal 20 Minutes à Paris-IDF / Chiffres-clés :

- 15 mars 2002 : lancement de 20 Minutes à Paris
- Audience : 956 000 lecteurs par jour, soit 40% de l'audience globale print
- 48% des lecteurs de 20 Minutes ne lisent aucun autre titre de PQN
- Diffusion prévisionnelle à Paris-IDF : 490 000 exemplaires par jour, soit 60% de la diffusion nationale (*818 000 exemplaires/jour*)
- 742 points de diffusion en Ile-de-France

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 et par le Groupe Rossel. Seul grand media français indépendant de tout groupe financier, industriel ou commercial, 20 Minutes définit sa raison d'être, véritable moteur du projet d'entreprise, ainsi : " être un trait d'union indépendant entre citoyens respectueux et bien informés". Son audience réunit 20 millions d'utilisateurs chaque mois dont plus de 80% sont numériques. Mobilisée dans la lutte contre les fausses informations, la rédaction de 20 Minutes a obtenu la labellisation du très restreint [JFCN](#). Sur le plan publicitaire, 20 Minutes a reçu le label [Digital Ad Trust](#) (display et vidéo) attestant son engagement en faveur de pratiques publicitaires responsables. 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.

Contact presse : Anne Baron abaron@20minutes.fr 06 09 78 87 22